



Kaffee im Fairen Handel

Inhalt

Kaffee im Fairen Handel	1
Inhalt.....	1
Produktion und Export	2
Der Preis des Kaffees	4
Die Profiteure des Kaffeehandels	5
Auswirkungen des Klimawandels auf Kaffeeproduktion.....	6
Aktuelle Krise in Zentralamerika: La Roya	6
1. Zusammenschluss in Kooperativen	7
2. Stabile Einkommen = Sicherheit	8
3. Mitsprache im Fairtrade-System– vom passiven Empfänger zum aktiven Gestalter	9
4. Zugang zu Beratung durch Liaison Officers und Entwicklungspartner	9
5. Partner in Notsituationen: La Roya.....	9
6. Klimawandel: Anpassung an die Auswirkungen und Teilhabe am globalen Handel mit Emissionsrechten, Entwicklung von Klimastandards	10
Wie Fairtrade funktioniert	11
1. International	11
2. Deutschland.....	12

Kaffee: Eine kleine Geschichte

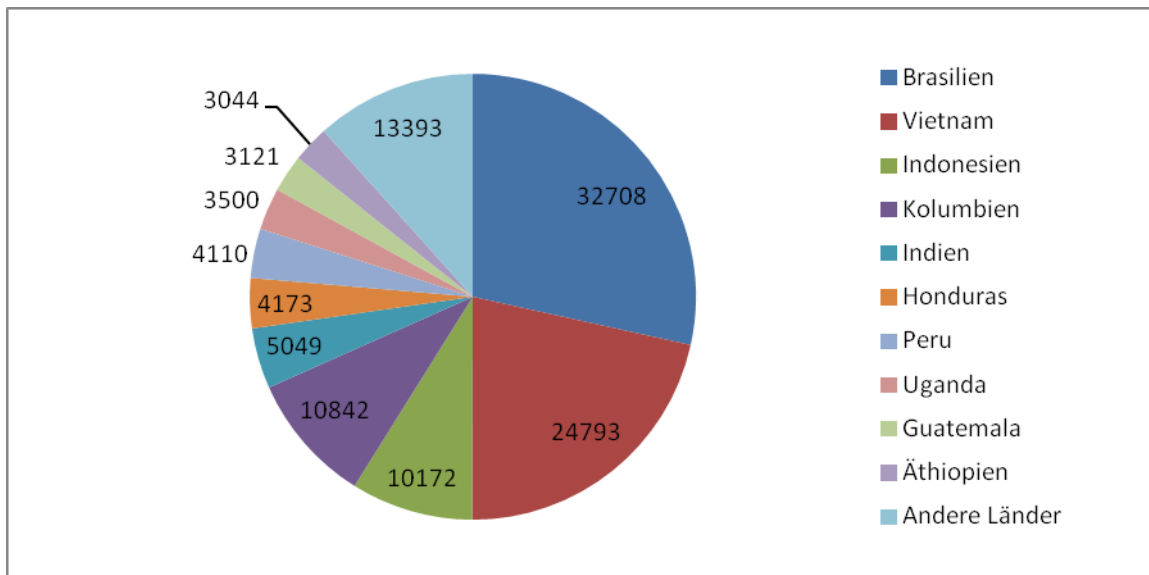
Der Kaffeestrauch ist nach der äthiopischen Provinz Kaffa benannt, wo der Legende nach ein Ziegenhirte feststellte, dass seine Ziegen immer aufgekratzt wurde, nachdem sie die „Kirschen“ eines dort wachsenden Baumes gegessen hatten. Wahr oder nicht, zwei Dinge wissen wir heute: erstens, die Bohnen, von denen sich jeweils zwei in einer Kaffeekirsche befinden, erzeugen geröstet und gemahlene ein aromatisches Getränk. Zweitens, ein Alkaloid, das sich in diesen Bohnen befindet, das Koffein, ist ein Stimulans, das mehr als alle Managementseminare zusammen, dazu beigetragen hat, die menschliche Produktivität zu erhöhen.

Es gibt zwei Sorten von Kaffee, Robusta and Arabica, die an botanisch unterschiedlichen Bäumen wachsen. Arabica ist arbeitsintensiver, wächst nur in höheren Lagen und ergibt einen milderen, aromatischeren Kaffee, der als höherwertiger gilt. Robusta enthält mehr Koffein und ist stärker im Geschmack. Weltweit werden ungefähr 40% Robusta und 60% Arabica gehandelt.

Produktion und Export

Kaffee ist eines der wichtigsten landwirtschaftlichen Produkte im globalen Welthandel. 2013/14 wurden ca. 101,04 Mio. Säcke Kaffee (60kg) verschifft. Kaffee wird in über 70 Ländern angebaut. Der Kaffeeexport wird jedoch von den drei Ländern Brasilien, Vietnam¹ und Kolumbien dominiert:

Rohkaffeeexporte in Tausend 60kg Säcken, Ernte 2013/14:



Quelle: ICO

Neben dem Exportvolumen steigt auch das globale Produktionsvolumen im Trend über die letzten Jahre, wohingegen im vergangenen Erntejahr 2013/14 ein leichter Rückgang von 4,5 Mio Säcken auf 141,8 Mio. Säcke zu verzeichnen war.

¹ In den 90er Jahren hat Vietnam seine Produktion sukzessive ausgeweitet und Kolumbien auf Platz 3 verdrängt.

Konsum

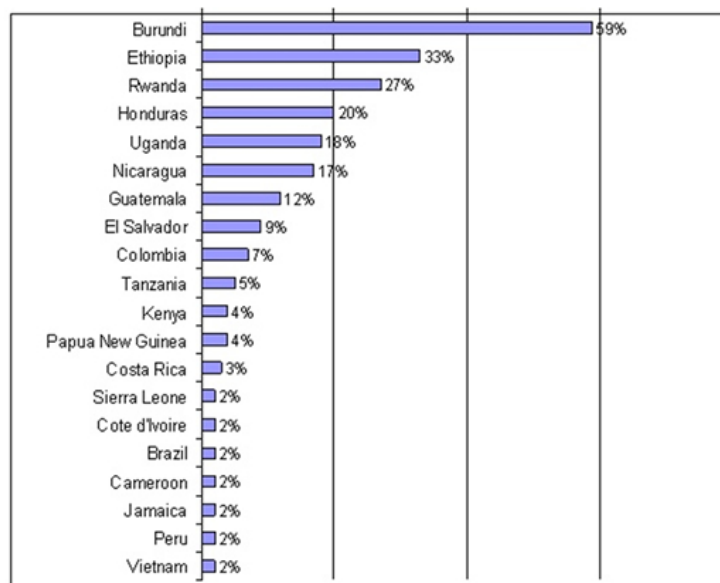
Der globale Kaffeekonsum in 2014 belief sich auf über 149,3 Mio. Säcke, wovon 46,2 Mio. in Anbauländern und 23,7 Mio. Säcke in aufstrebenden Märkten konsumiert wurden, welche zu einem Großteil des Wachstums von insgesamt 2,3% beitragen. Der Großteil des Anstiegs fand in Brasilien statt und wird sowohl der Tatsache, dass für große Teile der Bevölkerung das verfügbare Einkommen in den letzten Jahren beträchtlich angestiegen ist, als auch einer Politik höherwertigen Kaffee für den lokalen Markt zu nutzen, zugeschrieben. In anderen lateinamerikanischen Ländern verhindern geringe Einkommen einen Anstieg des Wachstums. Nur in Mexiko gab es einen geringfügigen Anstieg. In Afrika konsumiert Äthiopien – traditionellerweise – in nennenswertem Ausmaß den eigenen Kaffee. In Asien gehören Indien, Philippinen und Indonesien, bei geringem Pro-Kopf-Konsum, zu den Hauptkonsumenten.

Der globale Konsum ist seit den 80er Jahren jährlich um ca. 1,2% in den letzten Jahren sogar um 2% oder mehr gestiegen. Am spektakulärsten war mit durchschnittlich 3,5% der Anstieg in Japan. Japan ist mittlerweile der drittgrößte Kaffeimporteure der Welt. In Europa sinken die Wachstumsraten. Dort gibt es Anzeichen für Stagnation oder sogar Rückgang. Ähnliches gilt für die USA: obwohl der Spezialitätensektor boomt, ist beim Gesamtkonsum nur ein sehr geringes Wachstum zu verzeichnen.²

Kaffee als globales Handelsgut

Einkommens- und Wohlstandsunterschiede zwischen Kaffee Import- und Exportnationen sind enorm. Während in OECD-Ländern kaum Kaffee angebaut oder exportiert wird, dominieren sie die Importstatistiken.³ Dabei spielen Kaffeimporte und -preise für die meisten Importländer eine geringe Rolle. Für viele Exportländer sind sie jedoch von herausragender volkswirtschaftlicher Relevanz.

Die folgende Graphik zeigt den Anteil der Kaffeexporte am Gesamtexportvolumen:



Quelle: International Coffee Organization, 2010

² International Coffee Organisation: http://www.ico.org/trade_e.asp, Zugriff am 18.06.2013

³ ICE Coffee Brochure, https://www.theice.com/publicdocs/ICE_Coffee_Brochure.pdf, Zugriff am 17.06.2013

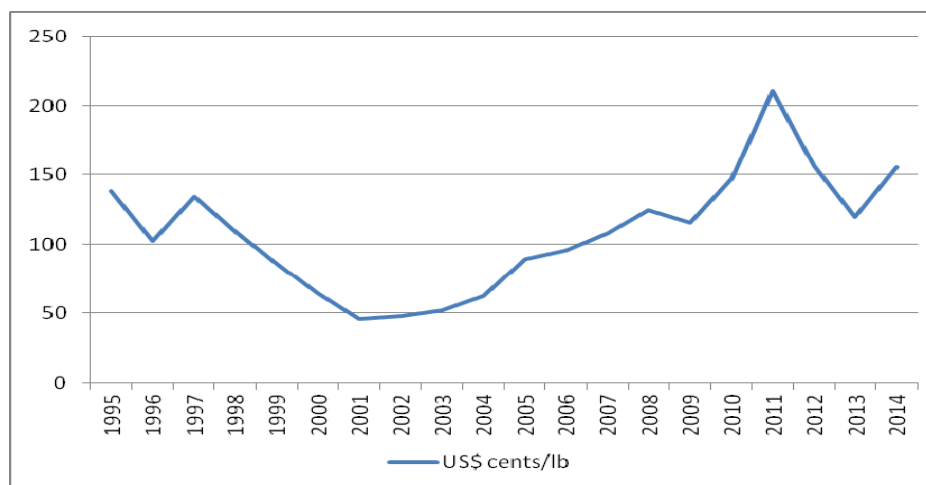
Für diese Länder ist der Kaffeexport nicht nur als Devisenbringer von enormer Bedeutung, sondern auch weil er für einen Großteil der Steuereinnahmen und des BIPs steht. Im Zeitraum zwischen 2000 und 2010 überstieg in sieben Ländern der durchschnittliche Anteil der Kaffeexporte 10% des Gesamtexportvolumens. In den Jahren zwischen 1996 und 2000 war der Anteil dieser Länder noch bei beunruhigenden 15% gelegen. Das zeigt, dass immer mehr Länder erfolgreich ihre Einkommensquellen diversifizieren.⁴

Trotzdem leben nach Angaben der International Coffee Organisation (2010) in den Anbauländern insgesamt noch immer mehr als 26 Millionen Menschen vom Kaffeeanbau und -vertrieb.⁵ Ca. 70 bis 80%⁶ des Kaffees wird von Kleinbauern erzeugt. Ihr Wohlergehen hängt vom jeweils erzielbaren Verkaufspreis ab.

Der Preis des Kaffees

Der Kaffeepreis unterliegt extremen Schwankungen. Die Ursachen für die Preisvolatilität sind vielfältig: klimatischbedingte Ernteauffälle und saisonale Ertragsschwankungen, das Aufkündigen internationaler Abkommen zur Preisstabilität, Veränderungen der Inputkosten und Währungsschwankungen, aber auch Spekulation an den Finanzmärkten tragen dazu bei. Nach einem 34-Jahres-Hoch bei 309 US-Cents/lb⁷ im Mai 2011 liegt der Preis aktuell bei 124 Cents/lb (Stand 19.06.2013)

Die folgende Graphik zeigt den von der International Coffee Organization berechneten Composite Indicator Preis für Kaffee (Arabica und Robusta), für die Jahre 1995 - 2015:



Quelle: ICO

An der Börse werden sogenannte Futures gehandelt. Futures-Märkte beruhen auf dem Handel von *Kontrakten* für zukünftige Lieferungen (nicht auf dem physischen Handel mit dem Kaffee selbst) und sind damit in erster Linie eine Grundlage für das Finanzmanagement, d.h. heißt sie werden für spekulative Zwecke oder zur Absicherung des physischen Geschäfts genutzt.

⁴ International Trade Centre, The Coffee Exporter's Guide, 2011, 3rd Edition, S. 2 f.

⁵ International Coffee Organisation, ICC-105-5, 20 August 2010, Employment generated by the coffee sector

⁶ Angaben variieren.

⁷ Lb = amerikanisches Pfund = 453 g

Obwohl an der Börse kaum physischer Kaffee gehandelt wird, führt die hohe Anzahl an Transaktionen auf den Futures-Märkten dazu, dass sie den Preis zu dem Kaffee zu einem bestimmten Zeitpunkt gehandelt wird, abbilden können. Diese Preise werden daher als Referenzpreis für den physischen Markt verwendet.

Der Markt für Arabica-Futures ist in New York angesiedelt: am IntercontinentalExchange (ICE) wird der NY „C“-Preis ermittelt. Robusta-Futures werden in London an der Börse zum LIFFE-Preis gehandelt.

Obwohl auch bei Kontrakten für physischen Kaffee der Lieferzeitpunkt in der Zukunft liegen kann, werden Kontrakte für physischen Kaffee nicht an der Börse gehandelt, sondern dafür genutzt die Vertragsbedingungen und den tatsächlich zu zahlenden Preis zwischen Verkäufer und Käufer festzulegen. Dadurch bestimmen sie wie Profite entlang der Wertschöpfungskette verteilt werden.

Die Preise für physischen Kaffee orientieren sich am Börsenpreis, allerdings entsprechen sie ihm in der Regel nicht vollständig. Andere Faktoren wie die geographische Lage, die Qualität, die Nachfrage nach einem bestimmten Ursprung, etc. nehmen ebenfalls Einfluss auf den Preis. Sie werden unter dem sogenannten *Differential* subsumiert, das die Abweichung vom Börsenpreis in positiver oder negativer Richtung pro Land und Sorte festlegt.⁸

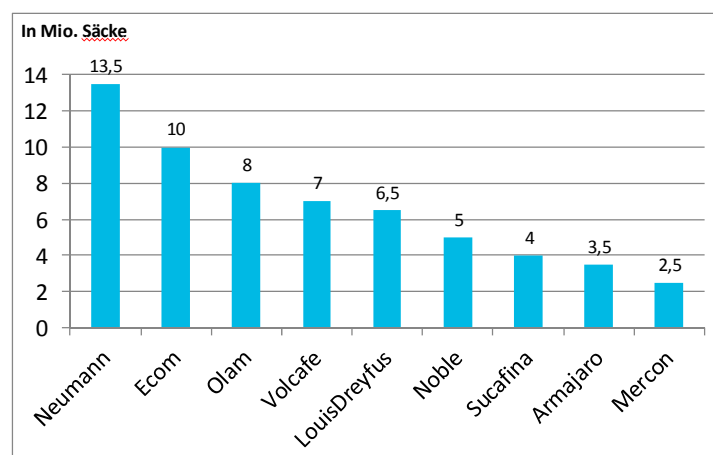
Die Profiteure des Kaffeehandels

Auch in Zeiten hoher Marktpreise ist Kaffee für Kleinbauern kein lukratives Geschäft:

Kaffeebauern erhalten im konventionellen Handel ungefähr zwischen 7 und 10% des Endverkaufspreises. 84 bis 87% der Profite werden auf Ebene der Röster und des Einzelhandels generiert.⁹

Der Großteil des international gehandelten Kaffees wird den exportierenden Ländern von großen Handelshäusern abgekauft.

Die Graphik zeigt die Handelsvolumen der größten Trader im Jahr 2010:



Quelle: International Trade Centre, 2011

⁸ IISD: Trading Practices for a Sustainable Coffee Sector, 2007, S. 6

⁹ International Trade Centre, 2011, The Coffee Exporter's Guide, 3rd Edition, S. 246f.

Diese Handelshäuser beliefern die Röster, deren Branche einen ähnlichen Konzentrationsgrad aufweist. Kraft, Nestlé, Sarah Lee, Procter & Gamble und Tchibo kontrollieren ungefähr die Hälfte des Weltmarkts.¹⁰ In Deutschland teilen sich vier große Einzelhändler, nämlich REWE, Edeka, Aldi und die Schwarz-Gruppe 85% des Lebensmitteleinzelhandels auf.¹¹

Diese enorme Konzentration auf Händler-, Röster und Einzelhandelslevel trägt zu einer extrem ungleichen Verteilung der Verhandlungsmacht innerhalb der Wertschöpfungskette bei. Ein unorganisierter Kleinbauer ist Preisnehmer. Er kann keinerlei Einfluss auf kostendeckende Preise nehmen. Das Auftreten neuer Probleme, bedingt oder begünstigt durch den Klimawandel, gefährdet die Existenz der Kleinbauern, die zwar nicht zum Entstehen der Probleme beigetragen haben, diesen aber schutzlos ausgeliefert sind, weiter.

Auswirkungen des Klimawandels auf Kaffeeproduktion

Obwohl die endgültigen Auswirkungen der globalen Erderwärmung auf die zukünftige Kaffeeproduktion noch nicht mit Sicherheit vorhergesagt werden können, deuten alle bisherigen Anzeichen auf schwerwiegende Veränderungen hin:

Mit steigenden Temperaturen reift der Kaffee schneller, was zu einem Abfall in der **Qualität** führt. Das bedeutet, dass die untere Grenze der Höhenlagen, in denen hochwertiger Arabica angebaut werden kann, steigt. **Produktionsgebiete** müssen also „nach oben“ verschoben werden, auch weil in niedrigeren Lagen die **Ernteerträge** durch die höheren Temperaturen in einem Ausmaß abnehmen werden, dass sich der Anbau nicht mehr lohnt. Die **Böden** leiden unter vermehrter Erosion aufgrund von häufigeren Starkregenfällen, während sie gleichzeitig wegen der höheren Temperaturen schneller austrocknen. Die für den Anbau von Kaffee geeigneten Flächen nehmen ab und konzentrieren sich zunehmend auf einige wenige **Regionen**. Dieser Trend lässt sich an den steigenden Anteilen brasilianischen und vietnamesischen Kaffees bereits jetzt ablesen. Der Temperaturanstieg begünstigt außerdem das Auftreten bestimmter **Schädlinge und Krankheiten**. Der Kaffeebohnenbohrer, der bisher nur bis zu einer Höhe von 1500 m über dem Meeresspiegel auftrat wird höher ziehen und auch Kaffeerost kommt mittlerweile in höheren Höhenlagen vor.¹²

Aktuelle Krise in Zentralamerika: La Roya

La Roya (Kaffeerost) ist eine Pilzkrankheit, die die Blätter der Kaffeepflanzen befällt. Zunächst entstehen gelbe Flecken, die sich dann orange färben. Nach und nach verliert die Pflanze alle ihre Blätter und geht ein.

Diese Krankheit trat verstärkt in den vergangenen Jahren insbesondere in Zentralamerika und Peru auf. Dieser Ausbruch endemischen Ausmaßes gilt als einer der schlimmsten, die je verzeichnet wurden. Sehr unregelmäßige Regenfälle tragen zur Verbreitung der Sporen bei, gestiegene Temperaturen, auch in höheren Lagen, vergrößern den Lebensraum des Pilzes.¹³

¹⁰ <http://www.thetradebeat.com/content-type/opinion-analysis/item/221-african-coffee-isn-t-worth-a-bean>, Zugriff am 18.06.2013

¹¹ http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/aktuelles/presse/2013_04_29.php, Zugriff am 18.06.2013

¹² Baker & Haggard: Global warming: the impact on global coffee, 2007, S.5ff.

¹³ <http://worldcoffeeresearch.org/2013/02/08/climate-responsible-for-devastating-coffee-rust-disease-outbreak-in-central-american-countries/>, Zugriff am 19.06.2013

In Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Panama, Dominikanische Republik, Peru und Jamaika waren in 2013/2014 ca. 51% der Produktionsflächen befallen. In Peru allein wurden 60% notiert. Für die 2012/13 Ernte wurden Ernteaussfällen von durchschnittlich -18% berechnet, mit durchschnittlich -15-20% Rückgang in Zentralamerika. Im darauffolgenden Erntezyklus konnten diese Werte verbessert werden, mit nur noch durchschnittlich leichten Rückfragen von ca. -2%, wobei Peru immernoch mit -23% signifikant von La Roya betroffen ist¹⁴.

“Poor harvests and low market prices this year will deal a lethal blow to many marginal coffee farmers,” so Dr. Tim Schilling, Direktor des World Coffee Research Instituts an der Texas A&M University.¹⁵

Warum es Fairtrade braucht

Unorganisierte Kleinbauern sind im konventionellen Handel den Mechanismen des freien Marktes ausgeliefert: sie sind das schwächste Glied in der Wertschöpfungskette, d.h. sie haben kaum Verhandlungsmacht und damit Einfluss auf die Preisgestaltung, also erhalten sie den geringsten Anteil des Endverkaufspreises. Außerdem müssen sie mit den Folgen des Klimawandels leben, wobei sie kaum zu seiner Entstehung beigetragen haben.

Fairtrade ist ein ganzheitliches Konzept, das Kleinbauern hilft sich aus dieser Spirale zu befreien:

1. Zusammenschluss in Kooperativen

Fairtrade-Kaffeeproduzenten sind Kleinbauern, die sich in Kooperativen zusammenschließen. Diese Kooperativen sind demokratisch organisiert. Das hat einige Vorteile:

- Es erhöht die Verhandlungsmacht und verhindert, dass Mittelmänner einzelne Bauern gegeneinander ausspielen können
- Anschaffungen werden gemeinschaftlich getätigt, d.h. alle profitieren davon. Dabei kann es sich sowohl um soziale Infrastruktur handeln, die der gesamten Gemeinde zugutekommt oder auch um Investitionen, die der Verbesserung der Geschäftsgrundlage dienen (Anlagen zur Aufbereitung, Lagerstätten, Trainings in landwirtschaftlichen Methoden, etc.). Für derartige Ausgaben steht die Fairtrade-Prämie zur Verfügung.
- Zugang zu Finanzierung: Arme Kleinbauern werden von lokalen Banken in der Regel als nicht kreditwürdig erachtet. Sie haben also keine Möglichkeit an finanzielle Mittel zu kommen um größere Investitionen zu tätigen. Kooperativen mit einem festen Stamm an Abnehmern sind da weit besser gestellt, wie die Ergebnisse einer aktuellen Wirkungsstudie zu Fairtrade beweisen.¹⁶ Zudem hat Fairtrade einen eigenen Fond aufgelegt, den Fairtrade-Access Fund, der Kooperativen zu günstigen Konditionen die Finanzierung ihrer Projekte ermöglicht.

¹⁴ ICO Coffee Market Report September 2014

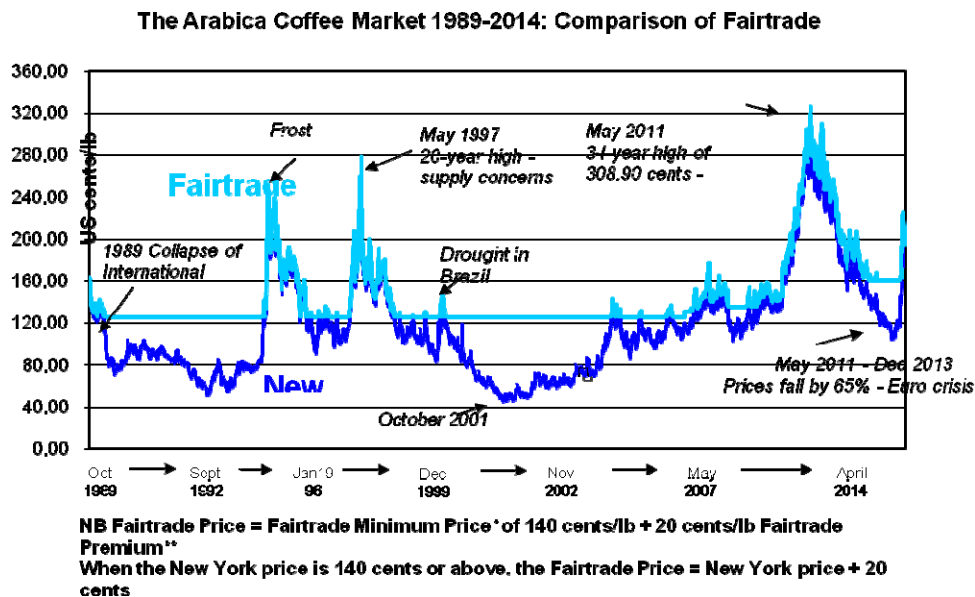
¹⁵ ICO, Monthly Coffee Report, März 2013

¹⁶ CEval 2012: “Assessing the Impact of Fairtrade on Poverty Reduction through Rural Development“

- Die enge Zusammenarbeit und das Vorhandensein eines gemeinsamen Ziels (die Kooperative voranzubringen) fördert gegenseitiges Lernen und Austausch über bewährte Anbau-Methoden.

2. Stabile Einkommen = Sicherheit

Ein zentraler Bestandteil von Fairtrade sind festgelegte Mindestpreise, eine zusätzliche Prämie und der Bioaufschlag. Bei extrem volatilen Weltmarktpreisen stellt der Mindestpreis ein Sicherheitsnetz dar. Der Mindestpreis ist als Minimumpreis zu verstehen, d.h. bei höherem Weltmarktpreis gilt dieser. Folgende Graphik veranschaulicht den Mechanismus:



Quelle: Fairtrade Foundation

Der Preis, den Fairtrade-Produzenten für ihren Kaffee bekommen, setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen:

1. Marktpreis (NY „C“) oder Mindestpreis (abhängig davon, welcher Preis höher ist)
2. Aktuelles Differential¹⁷, das, wenn es negativ ist, nur abgezogen werden darf, wenn der Marktpreis so hoch ist, dass dadurch der Mindestpreis nicht unterschritten wird.¹⁸
3. Fairtrade-Prämie
4. Bioaufschlag

Der Mindestpreis liegt für Arabica aktuell bei 1,40 US-Cents/lb, die Prämie bei 20 US-Cents/lb¹⁹ und der Bioaufschlag bei 30 Cents/lb. Für ein Pfund (500g) Bio-Fairtrade-Kaffee bekommt ein Produzent also momentan mindestens 1,84 EUR. Damit verbleiben ca. 28% des Endverkaufspreises im Ursprungsland – gegenüber 7-10% im konventionellen Handel.

¹⁷ Welche Faktoren Einfluss auf die Höhe des Differentials nehmen wird unter der Überschrift „Der Preis des Kaffees“ erklärt.

¹⁸ Fairtrade International veröffentlicht alle 2 Wochen Listen zu den jeweils anzuwendenden Differentials unter:

<http://www.fairtrade.net/coffee.html>

¹⁹ 25% der Prämie sind zweckgebunden und müssen für Maßnahmen zur Qualitäts- und Produktivitätssteigerung ausgegeben werden.

3. Mitsprache im Fairtrade-System– vom passiven Empfänger zum aktiven Gestalter

Zahlreiche Entwicklungsprojekte und Nachhaltigkeitsinitiativen zielen aus unterschiedlichen Beweggründen darauf ab, die Situation von Kaffeebauern zu verbessern. Die Bauern sind dabei Empfänger von Hilfs- und Unterstützungsleistungen, an deren Entwicklung sie nicht beteiligt sind. Das ist bei Fairtrade anders. Im Fairtrade-System haben die Produzenten - vertreten durch die drei kontinentalen Produzentennetzwerke CLAC (für Lateinamerika und die Karibik), NAPP (für Asien und die Pazifikregion) und FTA (Afrika)- ein 50%iges Mitspracherecht bei allen Entscheidungen.

Die Mitgliedschaft im internationalen Fairtrade-System bringt außerdem Möglichkeiten für globales Lernen und Netzwerken mit sich, von denen alle Beteiligten profitieren. Sie fördert über regelmäßige Meetings nicht nur den Nord-Süd-Austausch, sondern auch die regionale Zusammenarbeit. Die größten Lernerfolge werden über gegenseitige Besuche und peer-learning erzielt, d.h. wenn Produzentengruppen sich gegenseitig besuchen und Erfahrungen und Praxiswissen austauschen.

Eine aktuelle Entscheidung, die auf Initiative und mit den Stimmen der Produzentennetzwerke getroffen wurde, ist eine Umstrukturierung des Fairtrade-Systems: die Verantwortung für die Beratungsabteilung „Producer Support Services“, die bisher beim Dachverband Fairtrade International angesiedelt war, wird sukzessive auf die Netzwerke übergehen. In der Praxis bedeutet das, dass Berater vor Ort, die sogenannten „Liaison Officers“, die in den jeweiligen Regionen Produzentengruppen beraten, in Zukunft nicht mehr von Bonn, sondern von den jeweiligen Netzwerken beschäftigt werden.

4. Zugang zu Beratung durch Liaison Officers und Entwicklungspartner

In über 60 Ländern bieten aktuell 51 Liaison Officers (LOs) Beratungen, Trainings und Informationen für Produzenten an. Diese Leistungen zielen darauf ab, neue Produzenten über Fairtrade zu informieren und bestehende Produzentengruppen bei der Einhaltung der Fairtrade-Standards und beim Aufbau von Managementkapazitäten zu unterstützen. Oft verfolgen die LOs dabei einen Train-the-Trainer-Ansatz, d.h. sie schulen nur einige Bauern, die ihr Wissen dann an die anderen Kooperativenmitglieder weitergeben. LOs stellen außerdem Kontakte zu lokal operierenden NGOs her, sofern diese Leistungen anbieten, die den Produzenten ebenfalls von Nutzen sein können.

5. Partner in Notsituationen: La Roya

Das globale Netzwerk ist auch als Partner in Notsituationen zu verstehen: aktuell werden konkrete Überlegungen dazu angestellt, wie genau die Produzenten, die ihre Ernte an den Rost verloren haben, unterstützt werden können. Grundsätzlich sind sie durch höhere Einkommen besser darauf vorbereitet mit externen Schocks umzugehen, als andere Produzenten, die (v.a. vor dem Hintergrund erneut gefallener Weltmarktpreise) den konventionellen Markt bedienen und keinerlei Möglichkeiten haben Rücklagen zu bilden.

6. Klimawandel: Anpassung an die Auswirkungen und Teilhabe am globalen Handel mit Emissionsrechten, Entwicklung von Klimastandards

Anpassung: Auch Fairtrade-Kaffee Kooperativen spüren bereits die Auswirkungen des Klimawandels. Aus diesem Grund hat Fairtrade verschiedene Projekte initiiert um die Kooperativen bei der Anpassung zu unterstützen. Eines dieser Projekte findet bei Sonomoro statt:

Bei Sonomoro, eine Kooperative im zentralen Hochland Perus, haben sich die Niederschlagsmuster geändert und unregelmäßige und geringere Regenfälle zu niedrigeren Ernteerträgen geführt. Die Kooperativenmitglieder sind beunruhigt, aber ein neues Trainingsprogramm gibt ihnen die Möglichkeit ihr Schicksal in die eigene Hand zu nehmen. In einem Projekt, finanziert von Fairtrade, LIDL und Twin Trading (einem englischen Unternehmen) wurden bisher zehn Bauern trainiert. Auch dieses Projekt folgt dem Train-the-Trainer-Ansatz, d.h. die Teilnehmer wurden geschult ihr Wissen im Anschluss an die anderen Kooperativenmitglieder weiterzugeben. Inhalt des Trainings waren Techniken zur Identifikation der Hauptprobleme und ihrer Ursachen sowie die Entwicklung und Priorisierung von Maßnahmen: die Kompostierung der Hülsen der Kaffeebohnen (= Kaffeekirschen) sowie des Hausmülls und das Bauen von Barrieren aus Mulch, um Erosion zu minimieren, sind nur zwei Beispiele für Maßnahmen, die entwickelt wurden. Sonomoro hat außerdem ein Stück Land gekauft, auf dem neue Methoden ausprobiert und vorgestellt werden: in den nächsten Monaten werden dort Trainings in der Produktion von organischem Kompost, Wiederaufforstung und dem Beschneiden alter Kaffeebäume stattfinden.

Teilhabe am globalen Handel mit Emissionsrechten/Fairtrade Carbon Partnership: Im Kyoto-Protokoll 1997 wurden alle Industriestaaten verpflichtet ihre Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Das Protokoll umfasst spezielle Instrumente, die es ermöglichen die Reduktionen dort zu realisieren, wo es am günstigsten ist. Ländliche Dorfgemeinschaften in Entwicklungsländern profitieren bisher wenig, obwohl der Handel mit Emissionsrechten gerade für sie interessante Möglichkeiten zur Generierung von Zusatzeinkommen bietet. Das wollen wir ändern. Gemeinsam mit ICCO hat Fairtrade ein Modell für klimaneutralen Kaffee entwickelt, bei dem Kaffeeröster ihren CO₂-Fußabdruck zunächst messen, dann reduzieren und in einem letzten Schritt den verbleibenden Rest mit Carbon Credits äthiopischer Fairtrade-Kaffeeproduzenten kompensieren. Die Bauern generieren Credits durch die Nutzung nachhaltiger Energiequellen, durch partizipatives Waldmanagement und den Schutz des verbliebenen Urwalds.

97% der äthiopischen Haushalte kochen mit Feuerholz und tragen damit zur kontinuierlichen Abholzung des Regenwaldes bei. Das gilt auch für die Kaffeebauern. Sie allerdings besitzen eine hervorragende Energiequelle, die Holz ersetzen kann, aber bisher ungenutzt bleibt, nämlich die Hülsen der Kaffeebohnen. Das Projekt sieht vor, die Hülsen zu Briketts zu pressen, um sie für Holzöfen und Biogasanlagen nutzen zu können. Erneuerbare Energie wird auch zur Qualitätsverbesserung genutzt. Der Kaffee, der momentan unter freiem Himmel getrocknet wird, wird zukünftig von mit solarenergiebetriebenen Maschinen getrocknet und ist dadurch weniger schimmelfähig.

Durch partizipatives Waldmanagement wird der Einschlag in besonders schützenswerten Gebieten vollständig gestoppt und neue Bäume werden gepflanzt. Die Kooperativen spielen dabei eine Schlüsselrolle. In Trainings werden sowohl die Wichtigkeit der Erhaltung

des natürlichen Umfelds als auch Maßnahmen zur nachhaltigen Waldbewirtschaftung und Landwirtschaft vermittelt (Schattenbäume, neue Sorten, Einkommensdiversifizierung).

Illegale Abholzung und Waldschädigung werden durch Trainings und in Zusammenarbeit mit der Regierung durch Teilnahme am REDD+ (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation)-Programm zukünftig verhindert.

Die beteiligten Bauern profitieren somit in doppelter Hinsicht: Sie schützen ihre Umgebung und sichern damit nachhaltig ihre Lebensgrundlagen. Außerdem erzielen sie durch den Verkauf der Kredite ein Zusatzeinkommen.

Fairtrade International entwickelt derzeit einen eigenen Klima-Standard.

Die Einführung des Standards zielt darauf ab, dass Fairtrade Produzentenorganisationen und Gemeinden im globalen Süden nachhaltig von Klimaschutzprojekten profitieren. Durch diese Klimaschutzprojekte, reduzieren Produzentenorganisationen oder Gemeinden CO₂-Emissionen. Diese können dann in Form von CO₂-Zertifikaten, den Fairtrade Carbon Credits, gehandelt werden. Auch hier wird es einen festgelegten Mindestpreis geben, der eine nachhaltige Finanzierung der Projekte garantiert, sowie eine Fairtrade Prämie, die von den Produzenten und Gemeinden in Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel investiert wird. Unternehmen im Norden werden dazu aufgefordert, ebenfalls ihre Emissionen zu reduzieren. Verbleibende Emissionen können dann durch den Kauf von Fairtrade Carbon Credits kompensiert werden. Das kann auf Ebene der Unternehmens-emissionen erfolgen oder für ein bestimmtes Produkt.

Wie Fairtrade funktioniert

Als ganzheitliches Konzept setzt Fairtrade auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette an, d.h. es gibt Standards für alle Akteure der Wertschöpfungskette. Diese Standards funktionieren im Dreiklang: für Kaffeeproduzenten gelten die Standards für Kleinproduzenten²⁰, Einkäufer müssen sich an die Handelsstandards²¹ halten und für alle gilt der Produktstandard²², in dem u.a. Mindestpreis und Prämie festgelegt sind.

1. International

In 2013 gab es 439 Fairtrade-zertifizierte Kaffeekooperativen in 30 Ländern. Diesen Kaffeekooperativen wurden 730 000 Mitglieder (Kleinbauern) zugeordnet. Das ist ein Anstieg von 12% oder 70 000 Kleinbauern im Vergleich zum Vorjahr. Der Großteil – 75% - des Fairtrade Kaffees wird in Lateinamerika produziert

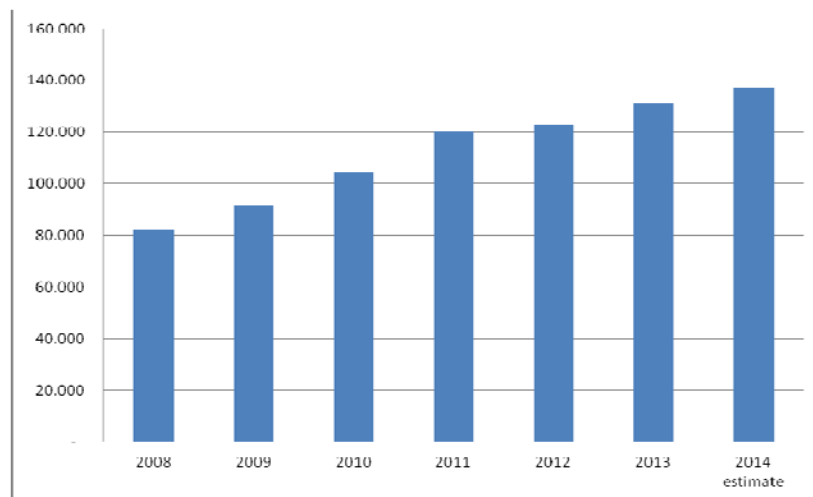
Im Jahr 2012/13 haben Fairtrade-Produzenten 142 400 Tonnen Kaffee verkauft, das sind 20% mehr als im Vorjahr und macht knapp über ein Drittel der zertifizierten Produktion aus – es gibt noch Spielraum nach oben! Die Entwicklung der globalen Fairtrade-Kaffee-Verkäufe zeigt die folgende Graphik:

²⁰ http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012-07-11_SPO_EN.pdf

²¹ http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2013-01-30_GTS_EN.pdf

²² http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/standards/documents/2012-04-01_EN_SPO_Coffee.pdf

Fairtrade Absatz global in Tonnen

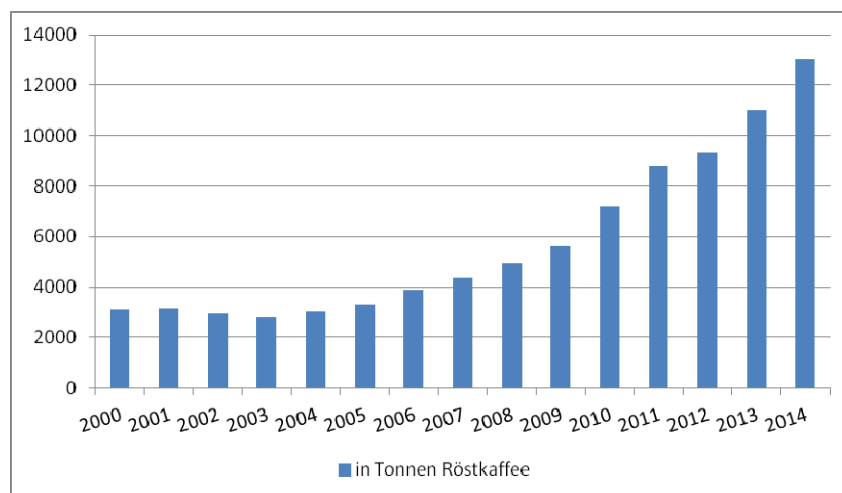


Quelle: Fairtrade International, 2015

2. Deutschland

In Deutschland gibt es rund 350 Fairtrade-Kaffeeprodukte von fast 100 verschiedenen Anbietern, 69% der Produkte sind zusätzlich Bio-zertifiziert. Fairtrade-Kaffee gibt es abgepackt in Supermärkten, in Bio- und Weltläden, beim Discounter und in Drogeriemärkten. Aber auch wer unterwegs ist, muss nicht auf seinen Fairtrade-Kaffee verzichten. Zahlreiche Cafés und Kaffeehausketten, Betriebs- und Schulkantinen sowie Bäckereien und Hotelbetriebe haben mittlerweile Fairtrade-Kaffees im Sortiment. Der größte Anteil dieser Kaffees kommt aus den Ländern Honduras und Peru, aber auch afrikanische Länder wie Äthiopien, Kenia und Tansania beliefern den deutschen Markt.

Das Interesse von Industrie, Handel und Konsumenten ist groß und die Absatzzahlen wachsen stetig:



Quelle: Fairtrade Deutschland 2012

Trotzdem hat Fairtrade-Kaffee nur einen Anteil von knapp 3% am Gesamtmarkt – auch hier gibt es noch Spielraum nach oben!

Über TRANSFAIR e.V. und Fairtrade International:

Als unabhängige Organisation handelt TransFair e. V. nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Fairtrade-Siegel für fair gehandelte Produkte und fördert das Bewusstsein für einen nachhaltigen Konsum. Produkte mit dem Fairtrade-Siegel gibt es bundesweit in 42.000 Geschäften. Über 20.000 gastronomische Betriebe schenken Fairtrade-Kaffee und -Kakao aus. 250 Firmen bieten mehr als 2.000 Fairtrade-Produkte an. 1997 wurde die internationale Dachorganisation **Fairtrade International** gegründet, die mit der Standardsetzung und Betreuung der Partnerorganisationen betraut ist. Weltweit profitieren rund 1,7 Millionen Kleinbäuerinnen und -bauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen von Fairtrade. Mit der Kontrolle der Fairtrade-Standards ist die unabhängige Zertifizierungsorganisation **FLO-CERT GmbH** beauftragt, die der internationalen Akkreditierungsnorm für Zertifizierungsorganisationen ISO 65 entspricht.

Rückfragen bitte an

Claudia Brück | [Pressesprecherin](#)
[Telefon +49 \(0\) 221-94 20 40-31](tel:+49022194204031) | c.brueck@Fairtrade-deutschland.de

[TransFair e.V.](#)

Remigiusstr. 21 | 50937 Köln
[Telefon +49 \(0\) 221-94 20 40-0](tel:+4902219420400) | [Fax +49 \(0\) 221 – 94 20 40-40](tel:+49022194204040)
[info@ Fairtrade-deutschland.de](mailto:info@Fairtrade-deutschland.de) | www.fairtrade-deutschland.de
Vorstand: Heinz Fuchs, Geschäftsführer: Dieter Overath, Vereinsregister Köln: VR 16551, USt-IDNr.: DE 154 070 082