



**HOCHSCHULE FÜR
ÖFFENTLICHE VERWALTUNG UND FINANZEN
LUDWIGSBURG**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**HOCHSCHULE FÜR ÖFFENTLICHE
VERWALTUNG UND FINANZEN LUDWIGSBURG**

**Nachhaltiger Kaffeeanbau
- Soziale und ökologische Herausforderungen
am Beispiel von Äthiopien**

Bachelorarbeit

zur Erlangung des Grades eines
Bachelor of Arts (B.A.)
im Studiengang gehobener Verwaltungsdienst – Public Management

vorgelegt von

Hannah Roese

Studienjahr 2022/2023

Erstgutachter: Herr Prof. Dr. Oliver Sievering
Zweitgutachterin: Frau Daniela Wüstenbecker

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	III
Abbildungsverzeichnis.....	IV
1. Einleitung.....	1
2. Die Kaffeepflanze.....	2
2.1 Die Legende von der Entdeckung des Kaffees.....	2
2.2 Botanische Eigenschaften.....	4
2.2.1 Arabica und Robusta.....	6
2.2.2 Anforderungen an Standort und Klima.....	8
3. Der Kaffeemarkt.....	9
3.1 Kaffee als Welthandelsprodukt.....	9
3.1.1 Produktionsländer und Export.....	10
3.1.2 Der Kaffeepreis.....	13
3.2 Konsumverhalten in Deutschland.....	15
3.3 Die Wertschöpfungskette.....	17
4. Die Bewegung des Fairen Handels.....	20
4.1 Die Entstehung und Entwicklung der Fair Trade Bewegung.....	21
4.2 Die AkteurInnen des Fairen Handels.....	22
4.3 Die Organisation Fairtrade International.....	24
4.4 Kritik.....	25
5. Das Kaffee-Paradoxon.....	27
5.1 Soziale Herausforderungen im Kaffeeanbau.....	27
5.2 Ökologische Herausforderungen im Kaffeeanbau.....	29
6. Das Kaffa-Biosphärenreservat.....	30
7. Methodik.....	32
7.1 Auswahl der Methodik.....	32
7.2 Das leitfadengestützte Experteninterview.....	33
7.3 Die Auswahl des Experten.....	35
7.4 Die Durchführung des Experteninterviews.....	36
8. Darstellung der Ergebnisse.....	37
8.1 Allgemeines über die Region und die Bedeutung des Kaffees.....	37

8.2 Fairtrade.....	37
8.2.1 Vorteile.....	38
8.2.2 Nachteile.....	39
8.3 Soziale Herausforderungen.....	39
8.4 Ökologische Herausforderungen.....	41
8.5 Die Erfolge des Projekts.....	41
8.6 Die Entwicklung des Kaffeesektors.....	44
9. Zusammenfassung und Fazit.....	45
Anhang.....	V
Literaturverzeichnis.....	XVIII
Eigenständigkeitserklärung.....	XXVII

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Erläuterung
------------------	--------------------

Abb.	Abbildung
------	-----------

ca.	circa
-----	-------

FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
-----	---

ha	Hektar
----	--------

kg	Kilogramm
----	-----------

lb	Pound (Pfund)
----	---------------

m	Meter
---	-------

mm	Millimeter
----	------------

SCA	Specialty Coffee Association
-----	------------------------------

sog.	sogenannte
------	------------

UNESCO	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
--------	---

BZfE	Bundeszentrum für Ernährung
------	-----------------------------

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die Kaffeepflanze Coffea.....	5
Abb. 2: Arabica und Robusta im Vergleich.....	7
Abb. 3: Die Kaffeeernte der 10 größten Anbauländer in tausend 60 kg Säcken im Jahr 2020.....	11
Abb. 4: Die Entwicklung des Kaffeepreises 1990 bis heute.....	14
Abb. 5: Die Wertschöpfungskette von Kaffee.....	18

1. Einleitung

Wenn zwei Aussagen nicht übereinstimmen, so spricht man von einem Widerspruch. Oder auch von einem Paradoxon, wenn der Widerspruch sich letztendlich aufhebt und eine Wahrheit enthält. Ein solches Paradoxon verbirgt sich in der Welt des Kaffees. Man könnte meinen, wenn die Beliebtheit eines Getränks und die Nachfrage eines Produkts stetig wachsen, dies einen Wirtschaftsboom und Reichtum für die ProduzentInnen zur Folge haben müsste. Das Gegenteil ist der Fall. Der Kaffeeanbau und -handel ist für die betroffenen Menschen in den Anbauländern alles andere als eine Goldgrube. Eher stellt er Fluch und Segen gleichzeitig dar. Der Segen eines Einkommens und einer Existenzsicherung. Der Fluch einer unüberwindbaren Abhängigkeit und strukturellen Armut. Dabei ist das Geld im Kaffeesektor ausreichend vorhanden, es ist nur falsch verteilt. Warum das der Fall ist, welche Folgen sich für die Menschen in den Anbauländern ergeben, und welche Rolle die Bewegung des Fairen Handels dabei spielt, soll Gegenstand dieser Arbeit sein. Im Fokus stehen hierbei die sozialen und ökologischen Herausforderungen im nachhaltigen Kaffeeanbau. Als Beispielland wird Äthiopien und primär die Region Kaffa herangezogen.

Zu Beginn der Arbeit wird zunächst theoretisches Grundwissen über den Kaffee vermittelt, um eine Ausgangssituation zu verschaffen. Kapitel zwei beschäftigt sich mit der Entdeckung des Kaffees und gibt einen Umriss der botanischen Eigenschaften der Kaffeepflanze *Coffea*. Die wirtschaftlich relevantesten Sorten Arabica und Robusta werden vorgestellt und unter verschiedenen Aspekten verglichen. In Kapitel drei werden der globale Kaffeemarkt, insbesondere die Produktionsländer und der Kaffeepreis, sowie der Markt in Deutschland beleuchtet. Ferner beschäftigt sich das Kapitel mit der Wertschöpfungskette des Kaffeehandels, welche eine tragende Rolle innerhalb der zu untersuchenden Problematik spielt. Im darauffolgenden Kapitel vier wird die Bewegung des Fairen Handels thematisiert. Zunächst werden die Entstehung, die Entwicklung und die AkteurInnen der Bewegung in den Blick genommen. Anschließend rückt die bekannteste aller Zertifizierungsorganisationen Fairtrade in den Fokus, welche internationale

Standards im Kontext eines gerechten Welthandels entwickelte. Das Kapitel schließt mit der Kritik an der Organisation. Die sozialen und ökologischen Herausforderungen im Kaffeeanbau, welche sich im Titel der Arbeit wiederfinden, werden in Kapitel fünf aufgezeigt. Anschließend wird ein Überblick über die Region Kaffa und das dort entwickelte Projekt gegeben, um den Bogen zwischen den theoretischen Grundlagen und dem geographischen Bezugsort zu spannen. Die Erkenntnisse der Arbeit wurden empirisch mittels eines leitfadengestützten Experteninterviews untersucht. Kapitel sieben beinhaltet die Auswahl und Vorgehensweise der Methodik, sowie weitere Informationen zum Experteninterview. Anschließend werden in Kapitel acht die Ergebnisse des Interviews in thematisch untergliederten Abschnitten dargestellt. Die Arbeit endet mit einem zusammenfassenden Fazit in Kapitel 9.

2. Die Kaffeepflanze

2.1 Die Legende von der Entdeckung des Kaffees

Vor mehr als 1300 Jahren, im äthiopischen Hochland, in der Region Kaffa weidete der Ziegenhirte Kaldi seine Ziegen. Eines Tages fand Kaldi seine Ziegen ungewöhnlich lebhaft und ausdauernd vor, nachdem sie von einem Strauch mit dunkelgrünen Blättern und roten und grünen Früchten gefressen hatten. Kaldi wunderte sich über das Verhalten seiner Tiere.¹ „Die Neugier ließ ihn die „Zauberbeeren“ in ein naheliegendes Kloster bringen, um die Wirkung von den Geistlichen erklären zu lassen. Als teuflische Versuchung betrachtet, warfen die Mönche die Früchte ins Feuer, der betörende und unverwechselbare Duft nach geröstetem Kaffee bewegte Sie aber schließlich, die Bohnen aus dem Feuer zu retten und den ersten Kaffee der Welt zu brauen.“²

Woher kommt unser Kaffee? Wer hat unser Lieblingsgetränk erfunden? Um diese Fragen, und die Entdeckung der Kaffeebohne ranken sich zahlreiche Legenden und

¹ Vgl. Eden Springs, Die Legende von der Entdeckung des Kaffees.

² Espresso International, Die Entdeckung der Kaffeebohne.

Mythen.³ Die oben aufgeführte Erzählung über den Ziegenhirten Kaldi ist eine Variante davon. Historische Belege und Dokumentierungen zum Ursprung des Kaffeeanbaus gibt es nicht.⁴ Jedoch steht fest, die Urheimat der Kaffeepflanze ist Äthiopien.⁵ Im kühlen Hochland des ehemaligen Königreichs „Kaffa“ hat der Arabica-Kaffee seinen Ursprung. „Dort, und nur dort wächst er bis heute in seiner Wildform.“⁶ Die Region Kaffa „beherbergt eine der artenreichsten Nebelbergwälder der Welt. Der Schutz dieser Nebelbergwälder in Verbindung mit nachhaltigen Nutzungskonzepten und einem Vertriebsaufbau für den Wildkaffee führten zur Entwicklung des Kaffa Biosphärenreservat[s].“⁷ Dieses wurde im Jahr 2010 durch die UNESCO anerkannt.⁸ In Kapitel 6 werden das Kaffa Biosphärenreservat sowie die dort ausgetragenen Projekte tiefergehend betrachtet.

Dass der Ursprungsort Kaffa namensgebend für unseren heutigen Kaffee war, „wäre zwar phonetisch naheliegend, aber ist mit hoher Wahrscheinlichkeit falsch“, bemerkt Guido Glania in seinem Buch „Das Welthandelsgut Kaffee“.⁹ Von Äthiopien gelangte der Kaffee zunächst „auf die arabische Halbinsel, wo er fast tausend Jahre lang streng geschützt angebaut wurde.“¹⁰ Verbreiteter ist daher die Annahme, „dass im arabischen Sprachraum das erste Wort [für den Kaffee] aufkam“¹¹: *qahwah*.¹² Nach Glania ist *qahwah* „ein nachweislich schon im 10. Jahrhundert verwendeter Begriff für pflanzliche Getränke“.¹³ Die Übersetzungen des Begriffs reichen von „Wein“¹⁴, „pflanzliches Getränk“¹⁵ bis hin zu „Lebenskraft“¹⁶ oder „das Erregende“¹⁷. Später etablierte sich die Bedeutung

³ Vgl. Die Kaffeeseite (a).

⁴ Vgl. Deutscher Kaffeeverband, Die Geschichte des Kaffees.

⁵ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 21.

⁶ Maskal, Wildkaffee in Äthiopien.

⁷ Manfred-Hermesen-Stiftung.

⁸ Vgl. UNESCO, Kafa Biosphere Reserve, Ethiopia.

⁹ Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 22.

¹⁰ Roskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 11.

¹¹ Baum; Offenhäußer, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 8.

¹² Auch *kahwah*, [sprich: Kachwé].

¹³ Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 22.

¹⁴ Pendergrast, Kaffee–Wie eine Bohne die Welt veränderte, S. 24.

¹⁵ Baum; Offenhäußer, Kaffee: Armut – Macht – Märkte, S. 8.

¹⁶ Deutscher Kaffeeverband, Die Geschichte des Kaffees.

¹⁷ Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 77.

„Wein des Islams“.¹⁸ Botanisch gesehen, bemerken die Autoren des Werks „Kaffee: Armut-Macht-Märkte“, Holger Baum und Dieter Offenhäuser, gehöre der Kaffeebaum jedoch weder zur Gattung der Bohnengewächse, noch sei „der Wein des Islams“ mit den Reben verwandt.¹⁹

2.2 Botanische Eigenschaften

„Der botanische Name für Kaffee ist Coffea“.²⁰ Der französische Arzt und Botaniker Antoine de Jussieu ordnete im 18. Jahrhundert „die Gattung Coffea der Pflanzenfamilie der Rubiaceen (Rötegewächse) zu.“²¹ Die Rötegewächse umfassen rund 500 Gattungen mit über 6000 Arten.²² Bekannte einheimische Arten aus Deutschland sind zum Beispiel der Waldmeister und das Labkraut.²³ Die Kaffeepflanze wird gerne als Diva oder Primadonna unter den Nutzpflanzen bezeichnet.²⁴ Diesen Titel hat sie ihren hohen Ansprüchen an Umgebung und Klima zu verdanken, worauf in Kapitel 2.2.2 weiter eingegangen wird. Zunächst erfolgt eine Beschreibung der Kaffeepflanze hinsichtlich ihrer Optik und charakteristischen Merkmale:

Der Kaffee wächst an einem mehrstämmigen Baum, welcher wildwachsend eine Höhe von bis zu zehn Metern erreichen kann. Auf den Plantagen werden die Bäume zur leichteren Ernte und Pflege regelmäßig auf ca. zwei bis drei Meter zurückgeschnitten und werden daher auch als Sträucher bezeichnet. An größeren Ästen und kleineren Zweigen wachsen paarig die länglich, ovalen Blätter. Ihre Farbe ist ein kräftiges Dunkelgrün und die glänzende Oberfläche erinnert an Leder. Die sternförmig wachsenden Blüten des Kaffeebaums sind weiß und verströmen einen Jasmin ähnlichen Duft. Bereits nach ca. drei Tagen sind die Blüten verwelkt

¹⁸ Baum; Offenhäuser, Kaffee:Armut–Macht–Märkte, S. 9; Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 11.

¹⁹ Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 9.

²⁰ Deutscher Kaffeeverband, Von der Pflanze zur Bohne.

²¹ Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 9.

²² Vgl. Deutscher Kaffeeverband, Von der Pflanze zur Bohne.

²³ Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 9.

²⁴ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 10; Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut-Macht-Märkte, S. 11.

und fallen ab. Nach der Befruchtung entwickelt sich aus dem Fruchtknoten der Blüte eine zweisamige, 14 bis 18 mm lange Steinfrucht: die Kaffeekirsche.²⁵



Abb. 1: Die Kaffeepflanze *Coffea* ²⁶

Während ihrer Reifezeit von etwa acht bis zehn Monaten verfärbt sich die Kaffeekirsche von grün über gelb zu rot. In der Mitte der Kirsche, umhüllt von gelblichem Fruchtfleisch, befinden sich in der Regel zwei Kaffeebohnen. Die Bohnen, mit der charakteristischen länglichen Einkerbung, sind umhüllt von dem sog. Silberhäutchen. Ungeröstet und frisch geerntet haben sie, je nach Sorte, einen gelblich-grün bis grauen Farbton. Die Kirschen eines Baums reifen zu unterschiedlichen Zeiten, weshalb das Pflücken per Hand die effektivste Methode darstellt, um ausschließlich die reifen Kirschen zu ernten. Die ersten Erträge eines Kaffeebaums sind in der Regel nach vier Jahren zu erwarten. Nach fünf bis sieben Jahren ist mit den Höchstträgen zu rechnen. Robert Roskamp und Rolf Sauerbier erklären in ihrem Buch „Kaffee-Irrtümer“ das Problem, welches dadurch entsteht. Durch die lange Reifezeit und Kapitalbindung der Kaffeepflanze entscheide der

²⁵ Vgl. Kaffeezentrale (b); Lacker, Kaffee Rauscher; Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 33; Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 10; Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 9 f.

²⁶ Vgl. Kaffeezentrale (b).

Kaffeepreis, welcher fünf bis sieben Jahre früher geherrscht habe, über die Angebotsmenge der jeweils gegenwärtigen Periode.²⁷ Damals getroffene Entscheidungen können daher nicht mehr korrigiert werden und eine kurzfristige Reaktion auf das aktuelle Marktverhalten ist ausgeschlossen. Innerhalb der Gattung *Coffea* gibt es mehr als 120 Arten. Heute sind lediglich zwei dieser Arten von wirtschaftlicher Bedeutung: Arabica und Robusta.²⁸

2.2.1 Arabica und Robusta

Fast 99 Prozent der weltweiten Kaffeeproduktion fallen auf die Sorten Arabica (*Coffea arabica*), auch Bergkaffee genannt, und Robusta (*Coffea canephora*), dieser wird auch als Tiefland-Kaffee bezeichnet.²⁹ Die größte Nachfrage besteht nach dem Arabica-Kaffee.³⁰ Laut des „Kaffeereport 2023“, herausgegeben von Tchibo in Kooperation mit Brand eins und Statista, lag der Anteil der Sorte Arabica an der weltweiten Kaffeeproduktion im Jahr 2020 bei 58,6 Prozent, der Anteil von Robusta bei 41,4 Prozent.³¹ Diese Verteilung war innerhalb der letzten 10 Jahre recht stabil. Im Folgenden werden die zwei Sorten auf ihre Gemeinsamkeiten und Unterschiede untersucht.

Wie der Name schon vermuten lässt, weist der Robusta eine höhere Resistenz auf als der Arabica, insbesondere gegenüber Temperaturschwankungen, starker Sonneneinstrahlung, Insektenbefall und Krankheiten. Folglich ist die Sorte Arabica anspruchsvoller im Anbau und dementsprechend teurer.³² Warum herrscht nach ihr dennoch eine höhere Nachfrage? In Abb. 2 sind wesentliche Merkmale und Unterschiede beider Sorten gegenübergestellt.

²⁷ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 16.

²⁸ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 21.

²⁹ Weitere *Coffea*-Arten wie *Coffea liberica*, *Coffea abeokutae* oder *Coffea deveyrei* werden auch wirtschaftlich genutzt, allerdings spielen sie aufgrund ihres geringen Ernteanteils keine Rolle und werden in dieser Arbeit nicht thematisiert.

³⁰ Vgl. Thielking, BZfE.

³¹ Vgl. Tchibo, Kaffeereport 2023.

³² Vgl. Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen-Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.6.



Arabica	vs.	Robusta
Bohne eher flach, oval, mit geschwungenem Einschnitt		Bohne eher rundlich, klein mit geradem Einschnitt
0,8 – 1,3 % Koffein		2 – 2,5 % Koffein
Höherer Fett- und Zuckergehalt		Höherer Säuregehalt
Selbstbefruchtung		Fremdbefruchtung
6 – 8 Monate Reifezeit		9 – 11 Monate Reifezeit
Anbaugelände vorwiegend in Lateinamerika und Ostafrika		Anbaugelände vorwiegend in Westafrika und Asien
Fruchtig, nussig, milder bis schokoladig, vielfältig im Geschmack		Erdig, bitter, herb, eher kräftig als vielfältig im Geschmack

Abb.2: Arabica und Robusta im Vergleich ³³

Im direkten Vergleich der Arabica- und der Robusta-Bohne ist aus Sicht der KonsumentInnen keine objektive Besserstellung erkennbar. Die Wahl, ob Arabica oder Robusta, ist letztlich Geschmackssache. Der mildere, vielfältigere Arabica scheint mit seiner fruchtigen Note die breitere Masse anzusprechen. Eine große Rolle spielt außerdem sein Image und die Vermarktung. „100 % Arabica ist das Zauberwort, wenn es um höchste Kaffequalität geht.“, betont der SCA³⁴ Barista Johannes Lacker.³⁵ Ein vermeintliches Qualitätsversprechen der Sorte. Seiner Meinung nach sei das Konzept des Arabica-Kaffees als Spezialitätenkaffee aus der Abneigung gegen den bitteren und oft eindimensionalen Geschmack des Robustas entstanden. Die Qualität eines Kaffees ist allerdings nicht ausschließlich von der Art der Pflanze abhängig. Eine Vielzahl von Faktoren wie die Pflege der Pflanze, die Ernte der Kaffeebohnen sowie deren Verarbeitung und Röstung spielen hierbei eine Rolle. Das bedeutet, ein Arabica-Kaffee kann mittels dieser Faktoren eine höhere Qualität aufweisen als ein Robusta, es kann jedoch genauso gut umgekehrt sein. Aus wirtschaftlicher Sicht wäre tatsächlich der Robusta dem Arabica

³³ Eigene Darstellung, Vgl. Fink, Coffee Circle; Lacker, Kaffee Rauscher.

³⁴ Specialty Coffee Association.

³⁵ Lacker, Kaffee Rauscher.

vorzuziehen. Der Grund hierfür liegt in seinen geringeren Anforderungen an Anbau, Umwelt und Ernte, welche im folgenden Kapitel näher erläutert werden.

2.2.2 Anforderungen an Standort und Klima

Wie bereits erwähnt, gilt der Kaffee aufgrund seiner Empfindlichkeit gegenüber äußeren Faktoren als „Primadonna“ unter den Nutzpflanzen. „Er stellt an Temperatur, Sonnenschein, Höhenlage, Wind, Wasser und Bodenzusammensetzung zwar nach Art und Varietät unterschiedlich hohe, aber stets beachtliche Anforderungen.“, fasst Glania zusammen.³⁶ Diese Anforderungen haben zur Folge, dass Kaffee ausschließlich in Ländern rund um den Äquator, im sog. „Kaffeegürtel“, angebaut wird, da das dort vorwiegend herrschende Klima den Pflanzen in der Regel gerecht wird.³⁷

Der erste unabdingbare Faktor für eine erfolgreiche Kultivierung der Kaffeepflanze ist die Höhenlage. Der Arabica wächst auf Höhenlagen zwischen 800 bis 2.200 m über dem Meeresspiegel, wobei die Kaffeebohne mit zunehmender Anbauhöhe an Qualität gewinnt. Die bevorzugte Jahresdurchschnittstemperatur des Arabicas liegt zwischen 17 °C und 25°C (Optimum ca. 18 °C). Weitere wichtige Faktoren sind die durchschnittliche Niederschlagsmenge, die zeitliche Verteilung sowie die Luftfeuchtigkeit. Ideal für den Arabica ist eine Niederschlagsmenge von etwa 1000 bis 1.500 mm/Jahr, auf feuchtwarme Luft reagiert er empfindlich. Der etwas anspruchslosere Robusta wächst auf niedrigeren Höhenlagen zwischen 200 bis 700 m über dem Meeresspiegel. Er benötigt jährlich etwa 1.800 bis 2.300 mm Niederschlag und weist eine höhere Toleranz gegenüber Luftfeuchtigkeit auf. Was die Temperatur betrifft, so ist der Robusta deutlich kälteempfindlicher als der Arabica und benötigt eine Jahresdurchschnittstemperatur von 20 °C bis 26 °C (Optimum ca. 24 °C).³⁸ Für das optimale Wachstum der Kaffeepflanze wird Halbschatten empfohlen, weshalb auf den Plantagen häufig große,

³⁶ Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 10.

³⁷ Vgl. Deutscher Kaffeeverband (b).

³⁸ Vgl. Deutscher Kaffeeverband (b); Edelbauer, Kaffee – Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 34 f.; Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 10-12; Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 11.

schattenspendende Bäume zu finden sind. Außerdem üblich sind windschützende Hecken, um das Abbrechen von Zweigen, das Reißen der Blätter und das Austrocknen von Knospen durch starken Wind zu vermeiden.³⁹ Der letzte ausschlaggebende Faktor ist der Boden. Dieser sollte locker, tiefgründig, gut belüftet, durchlässig und humusreich sein. Als besonders geeignet erweisen sich Böden vulkanischen Ursprungs oder die Erde gerodeter Wälder. Im Vergleich zum Arabica, welcher sich aufgrund der Berghänge in hoher Lage oft nur per Hand pflegen und ernten lasse, sei im flachen Tiefland die Kultivierung des Robustas in Mengen auf Feldern, und dadurch die maschinelle Pflege und Ernte möglich. „Ein Faktor, der sich positiv auf die Kosten auswirkt.“, schlussfolgert Johannes Lacker.⁴⁰ Gründe wie die geringeren Kosten und die höhere Widerstandsfähigkeit gegenüber Krankheiten und Schädlingen, machen den Robusta aus wirtschaftlicher Sicht attraktiver. Dennoch dominiert der Arabica nach wie vor den Kaffeemarkt.

3. Der Kaffeemarkt

Zu Beginn des Kapitels werden das Welthandelsprodukt Kaffee, die bedeutendsten Produktionsländer und der Export, sowie das Preisverhalten in den Blick genommen. Anschließend erfolgt eine Analyse des Konsumverhaltens in Deutschland und zuletzt eine Erläuterung der Wertschöpfungskette des Kaffeehandels.

3.1 Kaffee als Welthandelsprodukt

Die Annahme, Rohkaffee sei nach Erdöl „das wichtigste Welthandelsprodukt unter den Rohstoffen und Agrargütern“⁴¹ ist weit verbreitet und in nahezu jeder Publikation über Kaffee auffindbar. Häufig sind die Aussagen noch allgemeiner gefasst: „Kaffee [...] steht knapp hinter dem Erdöl an zweiter Stelle der Welthandelsprodukte.“⁴², oder „Kaffee ist [...] nach Erdöl weltweit der

³⁹ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 12.

⁴⁰ Lacker, Kaffee Rauscher.

⁴¹ Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 44.

⁴² Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 7.

zweitwichtigste Exportrohstoff.“⁴³ Die Popularität dieser Behauptung wird von einigen ExpertInnen bemängelt und ihrem Inhalt wird widersprochen. Kaffee sei schlichtweg nicht das zweitwichtigste Handelsgut nach Erdöl, heißt es in dem kritischen Kaffeeportal „Röster“ von Alex Kunkel.⁴⁴ Selbst Mark Pendergrast, welcher in seinem Werk „Kaffee – wie eine Bohne die Welt veränderte“ (3. Auflage, 2006) ebenfalls jene umstrittene Information teilte,⁴⁵ korrigierte drei Jahre später seine Aussage. In einem Artikel vom 1. April 2009 in „The Free Library“ schrieb er: „I think I was wrong, and so is everyone else who keeps repeating this myth.“⁴⁶ Er habe zahlreiche Interviews geführt, Bücher und Artikel gelesen, in welchen der Kaffee durchweg als zweitwichtigstes Welthandelsprodukt genannt wurde, sodass er die Wahrheit dieser Annahme nie hinterfragte. Im Anschluss an die Klarstellung seines Irrtums liefert Pendergrast eine detaillierte Auflistung seiner neuen Erkenntnisse. Der Vergleich und die Wertung von Welthandelsgütern variieren je nach Quelle und Parameter, anhand welchem man die Wichtigkeit bemesse. Vergleicht man Rohstoffe oder verarbeitete Produkte? Ist der Wert, das Volumen oder die soziale Bedeutung maßgebend? Pendergrast kritisiert die oft eindimensional und intransparenten Statistiken, welche vor allem im Internet verbreitet sind und kommt zu dem Schluss, dass der Kaffee ungeachtet seines Weltrangs in vieler Hinsicht eine wichtige Rolle spiele. Denn die globale Relevanz des Kaffees als Exportgut – 2023 beträgt der Umsatz des Kaffeemarkts etwa 82,98 Mrd. Euro⁴⁷ - und seine soziale Bedeutung, insbesondere in den anbauenden Entwicklungsländern ist unbestritten.

3.1.1 Produktionsländer und Export

In mehr als 76 Ländern weltweit wird Kaffee angebaut.⁴⁸ Geographisch spannen sich die Länder wie ein Gürtel um den Globus. Der Grund für diese lokale

⁴³ Fair Trade (a).

⁴⁴ Vgl. Kunkel, Röster-Das kritische Kaffee-Portal.

⁴⁵ Vgl. Pendergrast, Kaffee–Wie eine Bohne die Welt veränderte, S. 13: „Dennoch ist Kaffee nach Erdöl der zweit wichtigste legal exportierte Rohstoff auf der Welt [...].“

⁴⁶ Pendergrast, The Free Library.

⁴⁷ Vgl. Statista (a).

⁴⁸ Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 15.

Eingrenzung ergibt sich aus den klimatischen Bedingungen, welche bereits in Kapitel 2.2.2 erläutert wurden. Entlang des Äquators, innerhalb des 23. Breitengrades nördlicher Breite und des 25. Breitengrades südlicher Breite, herrscht das feucht-trockene Wechselklima, welches die Kaffeepflanze bevorzugt. Innerhalb der Länder leben etwa 25 Millionen Menschen direkt vom Kaffeeanbau,⁴⁹ „etliche Millionen verdienen ihren Lebensunterhalt indirekt damit.“⁵⁰ Es ergibt sich nahezu eine Abhängigkeit der Erzeugerländer vom Kaffeeexport,⁵¹ einige Länder, darunter Kolumbien, stützen ihre gesamte Wirtschaft auf die Kaffeewirtschaft. Dadurch ist der Kaffee für viele der Bevölkerungen von lebenswichtiger Bedeutung und prägt ihren Alltag, allerdings seien nur wenige durch Kaffee reich geworden, bemerken Holger Baum und Dieter Offenhäuser.⁵² Den Bereich rund um den Äquator bezeichnen sie daher auch als „Armutsgürtel“.⁵³ Die wichtigsten Anbauregionen verteilen sich auf Südamerika, Asien, Lateinamerika sowie Afrika.

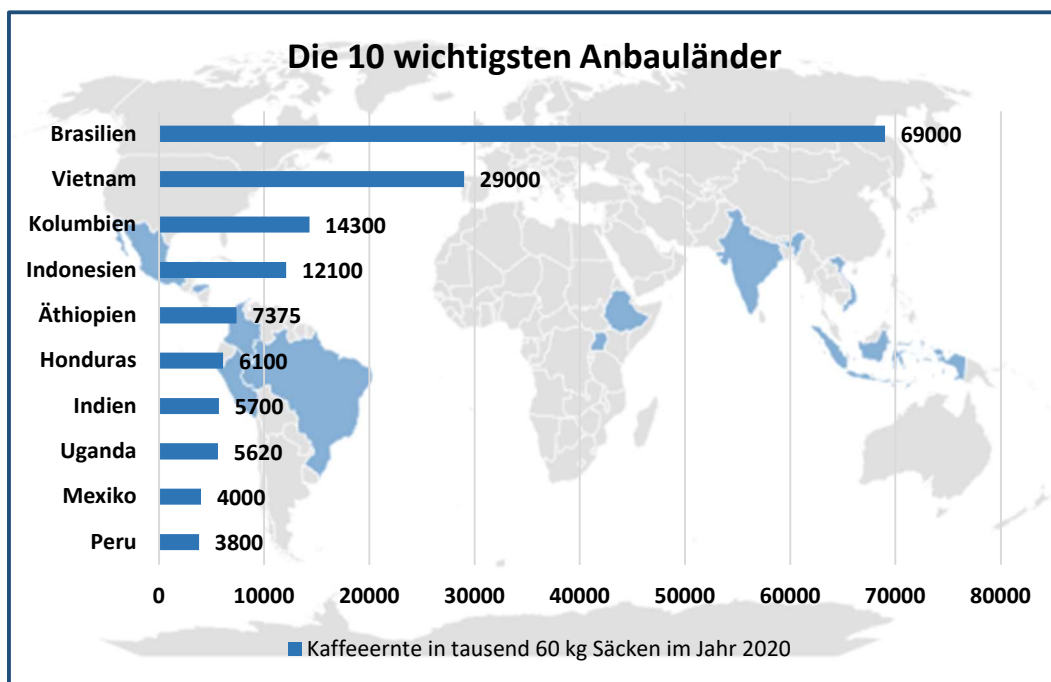


Abb.3: Die Kaffeeernte der 10 größten Anbauländer in tausend 60 kg Säcken im Jahr 2020

⁴⁹ Vgl. Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 53; Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 18.

⁵⁰ Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 53.

⁵¹ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 4.

⁵² Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 16.

⁵³ Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 18.

In Abb. 3⁵⁴ sind die Länder mit der höchsten Kaffeeproduktion abgebildet. Die Angabe über die Erntemenge erfolgt nach der Anzahl der geernteten 60 kg-Säcke. Wie aus dem Diagramm hervorgeht, ist Brasilien mit Abstand der größte Kaffeeproduzent weltweit. Insgesamt wurden im Jahr 2020 weltweit 175.347.000 Säcke à 60 kg produziert. Mehr als ein Drittel davon entfallen auf Brasilien – „[...] das klassische Land der Großplantagen und Monokulturen“⁵⁵, welches sich dadurch deutlich von den anderen Anbauregionen unterscheidet. Eine überwiegend maschinelle Ernte, die damit verbundene Senkung der Ausgaben für Arbeitskräfte und der vermehrte Einsatz von Agrar-Chemikalien führen in Brasilien zu einer hohen Produktivität des Ertrags pro Hektar. Im Gegensatz zu den anderen Anbauländern hat Brasilien jedoch einen bedeutenden Inlandsmarkt und konsumiert einen beachtlichen Anteil des geernteten Kaffees selbst. Zum Großteil wird die Sorte Arabica angebaut, jedoch ist der Anteil von Robusta in Brasilien auch nicht unbeachtlich.

Einen nahezu ausschließlichen Anbau der Sorte Robusta findet man in Vietnam. Der flächenmäßig deutlich kleinere Küstenstaat hat binnen weniger Jahre Kolumbien⁵⁶ übertroffen und verzeichnet seither die zweitgrößte Kaffeeernte weltweit (siehe Abb. 3). Grund für den rasanten Durchbruch waren Investitionen der Regierung sowie Förderungen internationaler Institute wie der Weltbank, um die Auslandsschulden des Landes zu tilgen. In Vietnam werden 95 Prozent des Kaffees in kleinbäuerlichen Betrieben angebaut.⁵⁷ Die Produktivität pro Hektar liegt über der in Brasilien, was allerdings ebenfalls einem hohen Einsatz von Kunstdünger und Pestiziden geschuldet ist. Aufgrund des günstigeren Preises wird der vietnamesische Robusta häufig als „Füllmaterial“ in Mischungen verwendet.⁵⁸ Äthiopien, das Land, welches in den Fokus dieser Arbeit rückt, belegt den fünften Platz der wichtigsten Anbauländer. Das Heimatland des Kaffees verzeichnete im Jahr 2020 eine Ernte von 7.375.000 Säcken à 60 kg. Damit ist es der größte Kaffeeproduzent Afrikas. Auch hier spielen die KleinbäuerInnen eine große Rolle.

⁵⁴ Eigene Darstellung; Vgl. International Coffee Organization (a).

⁵⁵ Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 24.

⁵⁶ Kolumbien war lange Zeit der zweitgrößte Kaffeeproduzent.

⁵⁷ Vgl. Die Kaffeeseite (b).

⁵⁸ Vgl. Kaffeezentrale (c).

Allerdings hat Äthiopien, ähnlich wie Brasilien einen hohen Eigenverbrauch, weshalb es im Exportverhalten von Uganda übertroffen wird. Schaut man auf bereits gerösteten und weiterverarbeiteten Kaffee, so sind laut des Fachmagazins „Weltexporte“ Deutschland, Italien und die Schweiz klar führende Exporteure. An der Spitze seien die „Unternehmergrößen wie beispielsweise Nestlé (u.a. Nespresso und Nescafé), Lavazza, oder Segafredo sowie die größten deutschen Kaffeeröster Jacobs, Tchibo oder Melitta.“⁵⁹

3.1.2 Der Kaffeepreis

Ein allgemein gültiger Weltmarktpreis für Kaffee ist schwer festzustellen. Zu groß ist die Differenzierung in Anbaugelände, Qualitätsstufen, Verarbeitungen und Handelsbeziehungen.⁶⁰ Die International Coffee Organization⁶¹ (ICO) ermittelt dennoch monatlich den ICO-Indikatorpreis (I-CIP), ein allgemeiner Richtwert für den Preis von Rohkaffee. Gemäß der ICO berücksichtigt der Indikatorpreis alle relevanten Herkünfte und Sorten und gilt als bestes verfügbares Maß für das Niveau globaler Rohkaffee-Transaktionen.⁶² Laut des aktuellsten „Monthly Coffee Market Report“ der ICO betrug der Indikatorpreis im Juni 2023 171.25 US cents/lb – „lb“ ist die Einheit für das amerikanische und britische Pfund („pound“). Ein Pfund entspricht 0,4536 kg.⁶³ Blickt man auf die Entwicklung des Kaffeepreises innerhalb der letzten 3 Jahrzehnte, fällt auf wie sehr dieser schwankt. Im Zeitraum von 1990 bis heute bewegte sich der Jahresdurchschnittspreis des Kaffees in einer Spanne zwischen 45.59 US cents/lb und 210.39 US cents/lb. (s. Abb.4)

⁵⁹ Weltexporte, Das Fachmagazin.

⁶⁰ Vgl. Dr. Haefele, Roastmarket Magazin.

⁶¹ Die ICO mit Sitz in London wurde 1962 geschaffen, um das erste Weltkaffeeabkommen, welches zu der Zeit von 42 Exportstaaten und 17 Importstaaten geschlossen wurde, zu verwalten.

⁶² Vgl. International Coffee Organization (b).

⁶³ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 85.

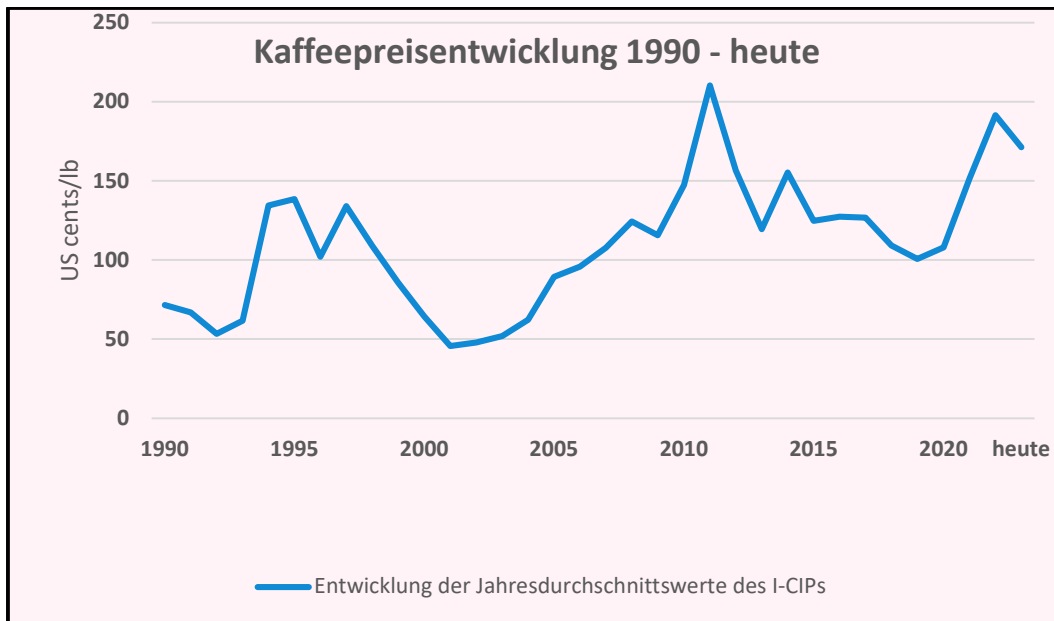


Abb. 4: Die Entwicklung des Kaffeepreises 1990 bis heute ⁶⁴

Den Tiefstwert erreichte der I-CIP im September 2001 mit 41.17 US cents/lb. Im April 2011 wurde mit 231.24 US cents/lb der bislang höchste Kaffeepreis verzeichnet. Weshalb der Preis besagten Schwankungen unterliegt, kann vielerlei Gründe haben. Nach einer Aufzählung von Holger Baum und Dieter Offenhäuser wird der Preis von Rohkaffee auf dem Weltmarkt von vier Faktoren bestimmt.⁶⁵

- Die Höhe des weltweiten Kaffeeangebots
- Der Umfang des weltweiten Konsums
- Spekulationen der KaffeeaufkäuferInnen
- Nationale und internationale Versuche, die Preise zu stabilisieren

Ihrer Meinung nach wird es ohne funktionierende Absprache der Kaffeeanbauländer stabile Preise auf den Weltmärkten dauerhaft nicht geben. Aus Sicht eines einzelnen Erzeugerlands mag es sinnvoll erscheinen die Produktion zu steigern, um mehr Devisen zu erwirtschaften. Eine Überproduktion der gesamten exportierenden Länder führe jedoch zu einem Preiseinbruch.⁶⁶ Phasen der

⁶⁴ Eigene Darstellung, Vgl. International Coffee Organization (d).

⁶⁵ Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 46.

⁶⁶ Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 47.

Überproduktion seien laut dem Deutschen Kaffeeverband bei Rohkaffee keine Seltenheit.⁶⁷ Durch die wiederkehrenden Preisschwankungen kam es außerdem mehrmals zur Verarmung der KleinbäuerInnen. Aus diesem Grund wurde 1962 das erste internationale Kaffeeabkommen verabschiedet, welches mittels Mindestpreise und Exportquote eine Preisstabilisierung erzielen sollte.⁶⁸ Das Abkommen wurde von nahezu allen Exportländern und einer Vielzahl importierender Länder unterzeichnet. Im Jahr 1989 scheiterte das Abkommen aufgrund unüberwindbarer Interessenkonflikte und der Kaffeehandel war erneut der freien Marktwirtschaft ausgesetzt. 1990 lag der Kaffeepreis daher lediglich bei 71,53 US cents/lb. Eine weitere große Rolle bei der Preisbestimmung spielt die Börse. Kaffee ist ein viel gehandelter Rohstoff. Die auf der New Yorker Börse erzielten Preise bestimmen daher mehr oder weniger den Weltmarktpreis, und dienen den Exporteuren und Importeuren als Orientierung bei der Preisgestaltung.⁶⁹ In Deutschland kommt zum Kaffeepreis noch die Kaffeesteuer hinzu. Als eines von wenigen Ländern in der EU wird gemäß des Kaffeesteuergesetzes und der Kaffeesteuerverordnung eine Steuer für Kaffee und kaffeehaltige Waren erhoben. Der Steuersatz für ein Kilogramm Röstkaffee beträgt 2,19 Euro, löslicher Kaffee wird mit 4,78 Euro je Kilogramm besteuert.⁷⁰ Es handelt sich hierbei um eine Verbrauchssteuer, „die den Verbrauch einer bestimmten Ware belastet, in der Regel aber direkt beim Hersteller oder Händler erhoben wird“.⁷¹ Weitere Fakten zum Kaffeekonsum in Deutschland und zu beobachtende Trends werden im nachfolgenden Kapitel betrachtet.

3.2 Konsumverhalten in Deutschland

„Deutschland ist nach den USA und Brasilien der wichtigste Absatzmarkt für Kaffee weltweit.“⁷² Zudem ist Kaffee das meistgenossene Getränk der Deutschen, noch vor Wasser und Bier. „Der Pro-Kopf-Verbrauch von Kaffee summierte sich

⁶⁷ Vgl. Deutscher Kaffeeverband (a).

⁶⁸ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 14.

⁶⁹ Vgl. Edelbauer, Kaffee–Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, S. 59.

⁷⁰ Vgl. § 2 Abs. 1 S. 1 KaffeeStG.

⁷¹ Deutscher Kaffeeverband (c).

⁷² Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen-Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.15.

in Deutschland zuletzt auf rund 168 Liter im Jahr.“⁷³ Dabei konsumieren 91,9 Prozent der Kaffeetrinkenden ihr Lieblingsheißgetränk täglich.⁷⁴ In den letzten Jahren ist in Deutschland, sowie weltweit, ein Trend von zunehmendem Bewusstsein für die Themen Nachhaltigkeit, soziale Ungerechtigkeit und ethischer Beschaffung zu beobachten. „Die Verbraucher werden sich der ökologischen und sozialen Auswirkungen der Kaffeeproduktion immer stärker bewusst.“, heißt es hierzu im Report „Kaffee-Weltweit“ von Statista.⁷⁵ Die Nachfrage von Marken, welche faire Handelspraktiken, faire Löhne für die Kaffeebauern und nachhaltige Anbaumethoden fördern, wächst daher stetig. Eine Reihe von Zertifizierungen, darunter Fair Trade, stehen für die Gewährleistung dieser Maßstäbe und versprechen gewisse ökologische und soziale Standards. Die Bewegung des Fairen Handels, die Zertifizierung Fairtrade sowie die oft geäußerte Kritik an der Organisation werden anschließend in Kapitel 4 diskutiert.

An Beliebtheit gewinnen außerdem alternative Zubereitungsmethoden. Das Angebot reicht von Kaffeekapseln, Siebträgermaschinen und AeroPress bis hin zu der trendigen „Cold Brew“-Methode⁷⁶. Der herkömmliche Filterkaffee bleibt allerdings der Spitzenreiter in Deutschland. Dies geht aus einer Umfrage des Kaffeereports 2023 von Tchibo hervor. Gestellt wurde die Frage: „Welche Art Kaffee trinken Sie regelmäßig?“⁷⁷ Mit 46,7 Prozent liegt der Filterkaffee in Deutschland auf Platz 1, gefolgt von Cappuccino mit 28,9 Prozent. Latte Macchiato und Caffè Crema mit jeweils ca. 21 Prozent bleiben weiterhin beliebt. Der Espresso wird bundesweit von 15,9 Prozent regelmäßig konsumiert. Die modernere Zubereitungsmethode „Cold Brew“ geht aus der Umfrage mit 1,9 Prozent hervor.⁷⁸ Mit Hinblick auf die gewöhnlichen Arten des Kaffees wirkt dieser Anteil

⁷³ Statista (b).

⁷⁴ Vgl. Tchibo (a), S. 15.

⁷⁵ Statista (a).

⁷⁶ Im Gegensatz zum Eiskaffee, welcher heiß zubereitet und anschließend abgekühlt wird, wird der Cold Brew mit kaltem Wasser zubereitet und anschließend für mehrere Stunden (mind. 12) ziehen gelassen.

⁷⁷ Befragt wurden Kaffeetrinker im Alter von 18 bis 75 Jahren, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.

⁷⁸ Vgl. Tchibo (a), S. 12.

vergleichbar gering. Allerdings genießt die Methode erst seit wenigen Jahren Popularität, und hat seither zunehmend an Beliebtheit gewonnen.

Bis der Kaffee in irgendeiner Form in unserer Tasse landet, hat er eine weite Reise hinter sich. Durch den Handel, welcher zeitliche und räumliche Entfernungen zwischen AnbieterInnen und AbnehmerInnen überwindet, kann ein Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage hergestellt werden.⁷⁹ Nach der Ernte und Weiterverarbeitung in den Erzeugerländern gelangt der Rohkaffee über verschiedene Handelswege in die Konsumländer. Die sog. Wertschöpfungskette verdeutlicht diesen Prozess und wird im folgenden Kapitel thematisiert.

3.3 Die Wertschöpfungskette

Nach dem Gabler Wirtschaftslexikon ist die Wertschöpfungskette eine graphische Darstellung der „zusammenhängenden Unternehmensaktivitäten des betrieblichen Gütererstellungsprozesses“.⁸⁰ Sie wird auch als Leistungskette bezeichnet. Ziel ist es alle Leistungen und Abläufe einer gesamten Produktionskette, „vom Anbau oder Abbau eines Rohstoffes, die Weiterverarbeitung, den Handel und Konsum bis hin zur Entsorgung zu erfassen“.⁸¹ Laut Glania sei es im Falle des Kaffeehandels verständlich, dass angesichts der Vielzahl Kaffee exportierender und importierender Staaten eine große Bandbreite sehr unterschiedlicher Handelsketten zu beobachten ist.⁸² Im Allgemeinen seien die Handelsketten des Kaffees relativ lang. Allerdings sei die Größe der Produktionsbetriebe entscheidend für die Anzahl der beteiligten AkteurInnen. Für KleinbäuerInnen beispielsweise, stünde der hohe Aufwand des Trocknens oder Schälens einem unverhältnismäßig geringen Ertrag gegenüber. „Viele Kaffeebauern haben sich [daher] zu Genossenschaften zusammengeschlossen, um die Vorteile gemeinsamer Verarbeitung und Vermarktung zu nutzen.“⁸³ Die relativ kleinen Ernten der Bauern werden häufig

⁷⁹ Vgl. Quaas, Fair Trade–Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 29.

⁸⁰ Springer Gabler, Wirtschaftslexikon.

⁸¹ Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen–Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.6.

⁸² Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 81.

⁸³ Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 22.

zunächst über Verbände oder Zwischenhandel gesammelt bevor die weitere Verarbeitung erfolgt. Großplantagen führen unter Umständen aufgrund einer höheren Rentabilität die ersten Verarbeitungsschritte selbst durch und vermarkten die Bohnen im Anschluss direkt.⁸⁴ In Abb. 5 ist eine mögliche Wertschöpfungskette des Kaffeehandels dargestellt.

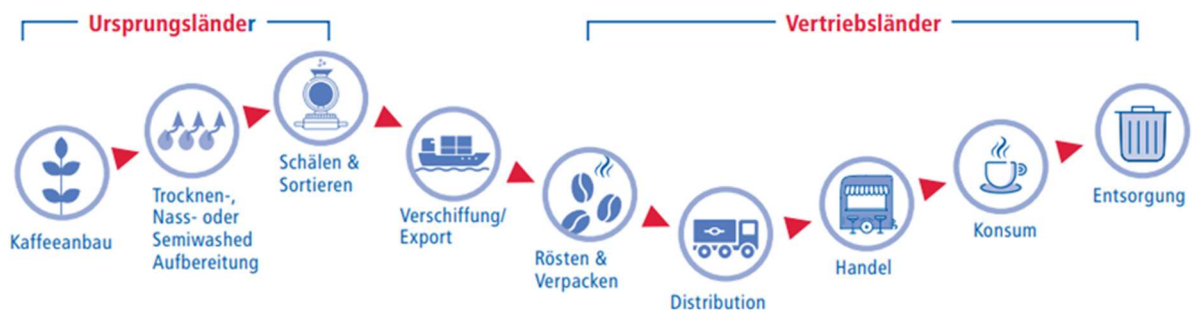


Abb. 4: Die Wertschöpfungskette von Kaffee⁸⁵

Die Grafik wurde in der Studie „Auf ein Tässchen – die Wertschöpfungskette von Kaffee“ des Südwind e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene, gefördert durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, veröffentlicht. Erstellt wurde die Grafik auf Basis des „Nachhaltigkeitsbericht 2021“ von Tchibo. Unter dem Motto „Transparenz ist kein Selbstzweck“⁸⁶ beteuert Tchibo die andauernde Herausforderung und Wichtigkeit der Rückverfolgbarkeit entlang der meist komplexen Lieferketten, und liefert im Anschluss eine verkürzte Darstellung der Lieferkettenstruktur. Demnach erfolge nach der Ernte der Kaffeeirschen lokal die erste Aufbereitung. „Dies kann direkt durch die Farmer auf der Farm erfolgen oder durch einen Aufbereitungsbetrieb, zu dem die Bohnen zügig geliefert werden.“⁸⁷ Um einen Qualitätsverlust zu verhindern sei hierbei wichtig, dass das Fruchtfleisch innerhalb von sechs Stunden von den Bohnen entfernt wird. Im Anschluss wird der Rohkaffee geschält und nach Faktoren wie Größe, Dichte, Defekte und Farbe sortiert. Wie aus Abb. 4 zu erkennen ist, erfolgen diese Schritte meistens in den jeweiligen Ursprungsländern. Aufgrund der

⁸⁴ Vgl. Glania, Das Welthandelsgut Kaffee, S. 83.

⁸⁵ Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen-Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.6.

⁸⁶ Tchibo (c).

⁸⁷ Tchibo (b), S. 9.

Komplexität und Individualität verschiedener Lieferkettenstrukturen kann es hier jederzeit zu Abweichungen kommen. Anschließend wird der Rohkaffee nach der Aufbereitung für den Verkauf vorbereitet und exportiert. Im „Nachhaltigkeitsbericht 2021“ von Tchibo heißt es hierzu: „Verfügt der Aufbereitungsbetrieb nicht über eine Exportgenehmigung, verkauft er die Bohnen an einen Export- oder Importbetrieb, gegebenenfalls auch über einen Zwischenhändler oder eine Zwischenhändlerin.“⁸⁸ Nun gelangt der Rohkaffee in die Vertriebsländer (s. Abb. 4) und wird dort an die Röstereien verkauft, zum Beispiel an Tchibo. Auch hier sind Zwischenschritte denkbar. Schließlich werden die Kaffeebohnen in den Röstereien geprüft, erneut gereinigt, geröstet, verpackt und gelangen letztlich über den Handel an die KonsumentInnen. Am Ende der Wertschöpfungskette steht die Entsorgung.

Innerhalb dieser Wertschöpfungskette herrscht im herkömmlichen Kaffeehandel eine schwere Ungleichverteilung der Erlöse. Ein Großteil des Geldes fließt in die importierenden Industrieländer, lediglich ein Bruchteil landet bei den kleinbäuerlichen Betrieben der Erzeugerländer. Gerade mal fünf Prozent des Kaffeepreises entfallen auf die Arbeitslöhne der KaffeebäuerInnen. Der größte Anteil, 44,9 Prozent fließt in Steuern, Zölle und Frachtkosten, 23,7 Prozent gehen an den Einzelhandel, 17,8 Prozent erhalten HändlerInnen und RösterInnen, und selbst die PlantagenbesitzerInnen verdienen am Ende mit 8,5 Prozent mehr als die ArbeiterInnen auf den Kaffeefarmen.⁸⁹ Als Reaktion auf diese Ungleichverteilung ist die Bewegung des Fairen Handels entstanden, welche andere Relationen verwirklichen will.

Im folgenden Kapitel wird ein Blick auf die Entstehung der Bewegung, die Abhängigkeit und die Beziehungen der AkteurInnen des Kaffeehandels, vermeintliche Machtverhältnisse, die Zertifizierung Fairtrade und schließlich die Kritik geworfen.

⁸⁸ Tchibo (b), S. 9.

⁸⁹ Vgl. Meyer, Kaffee.org.

4. Die Bewegung des Fairen Handels

„Wenn die Länder des Überflusses den Entwicklungsländern gerechte Preise für ihre Produkte zahlen würden, könnten sie ihre Unterstützung und ihre Hilfspläne für sich behalten.“⁹⁰ -Bischof Dom Hélder Camara, 1968

Zu Beginn des Kapitels ist eine Begriffserklärung erforderlich. Häufig werden die Begriffe „fairer Handel“, „Fairer Handel“, „Fair Trade“ und „Fairtrade“ gleichgesetzt oder verwechselt. Allerdings gilt es hierbei folgende Unterschiede zu beachten:

- **fairer Handel** bezeichnet die generelle Handelsgerechtigkeit, sprich das allgemeine gerechte Verhalten beim Warenaustausch auf lokaler, bis internationaler Ebene
- **Fairer Handel** umfasst die gesamte Fairhandelsbewegung
- **Fair Trade** ist die englische Übersetzung von „Fairer Handel“
- **Fairtrade** steht für die Organisation Fairtrade International, welche Standards für die Vergabe des Fairtrade-Siegels festlegt.⁹¹

In diesem Kapitel liegt der Fokus auf der Bewegung des Fairen Handels. Ruben Quaas, der Autor des Werkes „Fair Trade - Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees“, erklärt den Fairen Handel „als eines der langlebigsten und erfolgreichsten Modelle ethischer Wertzuschreibungen“.⁹² Der Kaffee spielt hierbei insofern eine wichtige Rolle, da er das meistverkaufte Fairhandelsprodukt ist. Um die Fair Trade Bewegung konkreter aufzuzeigen wird der Bezugsrahmen außerdem weitestgehend auf die Organisation Fairtrade beschränkt, da diese unter den verschiedenen Organisationen weltweit die größte ist. Zunächst wird der Beginn der Fairtrade Bewegung und anschließend die AkteurInnen des Fairen Handels aufgezeigt. Anschließend werden die Organisation Fairtrade und die Versprechen

⁹⁰ Dohmen, Das Prinzip Fairtrade–vom Weltladen in den Supermarkt, S. 17.

⁹¹ Vgl. Hahn; Herrmann, Fair einkaufen-aber wie, S. 10.

⁹² Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 14.

der Standards in den Blick genommen, um die Maßstäbe und Kriterien der Fairtrade-Zertifizierung darzulegen.

4.1 Die Entstehung und Entwicklung der Fair Trade Bewegung

Die Anfänge der Fair Trade Bewegung gehen zurück in die 1950er Jahre, als gemeinnützige Importeure, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Produzentengruppen eine Partnerschaft bildeten, mit dem Ziel, die Armut in den wirtschaftsschwächeren Ländern des globalen Südens zu bekämpfen. Die ersten Fair-Handels-Organisationen waren geboren. Parallel entstanden immer mehr sog. Dritte-Welt-Läden, welche in enger Verbindung mit der Bewegung standen. 1973 wurden in der Bundesrepublik Deutschland und in den Niederlanden erstmals gerecht gehandelter Kaffee aus dem Hochland Guatemalas verkauft. „Gerecht gehandelt waren die Kaffeebohnen aus Sicht der Beteiligten vor allem aus dem Grund, dass sie im Direkthandel von guatemaltekischen Kleinbauern-Genossenschaften bezogen wurden.“, erklärt Quaas zu Beginn seiner Arbeit.⁹³ Es schien ihnen schlüssig, dass der Wegfall der Zwischenhändler zu höheren Löhnen der ProduzentInnen führe, ohne dass die KonsumentInnen mehr als gewöhnlich für den Kaffee zahlen müssten. Der Faire Handel wurde zu dieser Zeit noch als alternativer Handel bezeichnet. In Deutschland waren die fair gehandelten Produkte bis in die frühen 1990er-Jahre fast ausschließlich an ehrenamtlich betriebenen Verkaufsstellen und den Dritte-Welt-Läden erhältlich. Erst mit der Einrichtung eines Gütesiegels im Jahr 1992 durch die neu gegründete Organisation Trans Fair e.V. (heute Fairtrade Deutschland), wurde das Konzept des Fairen Handels auf den Massemarkt übertragbar. „Fair gehandelte Güter waren nun in Supermärkten zu kaufen.“⁹⁴ Um eine gezieltere Wirkung der Aktivitäten des fairen Handels zu gewährleisten, gründeten im Jahr 1998 vier internationale Fair-Handels-Organisationen unter dem Namen FINE einen informellen Arbeitskreis. Die Abkürzung FINE ergibt sich „aus den Anfangsbuchstaben der Organisationen Fairtrade Labelling Organizations International, International Fair Trade

⁹³ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 11.

⁹⁴ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 47.

Association (heute World Fair Trade Organization), Network of European Worldshops (heute Teil der World Fair Trade Organization) und European Fair Trade Association“.⁹⁵ 2001 einigte sich FINE auf folgende international gültige Definition des Fairen Handels:

„Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte Produzentinnen und Produzenten und Arbeiterinnen und Arbeiter – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair-Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit Verbraucherinnen und Verbrauchern) für die Unterstützung der Produzentinnen und Produzenten, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels.“⁹⁶

4.2 Die AkteurInnen des Fairen Handels

Ähnlich wie in der Definition von FINE spricht Ruben Quaas in seiner Arbeit von „Produzenten“ - hiermit sind diejenigen AkteurInnen gemeint, welche eine Ware in ihrem Ursprungszustand erzeugen, in diesem Fall die Kaffeebauern - und von „Abnehmern“, „womit die Akteure im globalen Norden, beispielsweise Handelsorganisationen und Konsumenten gemeinsam gefasst werden.“⁹⁷ Er versteht den Fairen Handel als global-lokale Verflechtungsgeschichte. Das Bild einer globalen Verbundenheit zwischen ProduzentInnen und AbnehmerInnen sei dabei stets ein zentrales Element, allerdings handele es sich weniger um eine reale Verbundenheit als um eine erzeugte Projektion der AkteurInnen im globalen Norden. In diesem Zusammenhang betont er die nach wie vor bestehenden Machtverhältnisse, welche sich allein schon daraus ergeben, dass der Faire Handel

⁹⁵ Dohmen, Das Prinzip Fairtrade–vom Weltladen in den Supermarkt, S. 15.

⁹⁶ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (a); Dohmen, Das Prinzip Fairtrade–vom Weltladen in den Supermarkt, S. 12 f.

⁹⁷ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 11.

„ein auf Abnehmerseite ausgehandeltes Projekt ist.“⁹⁸ Selbstverständlich sind die ProduzentInnen des globalen Südens an dem Projekt beteiligt - oder eher essenziell für dessen Existenz -, außerdem profitieren sie davon. Dennoch sind es am Ende die AkteurInnen des globalen Nordens, welche den Kaffee mit der Aufschrift „Für Sie geerntet“ neben dem Bild eines lächelnden guatemaltekischen Kleinbauern vermarkten, und anschließend konsumieren. Dies verdeutlicht das zweite zentrale Element des Fairen Handels: „eine emotionale Beziehung der Konsumenten zu den Produzenten“.⁹⁹ Sei es Mitgefühl, Solidarität, ein schlechtes Gewissen oder ein ausgeprägter Unterstützungswille. Die emotionale Motivation der AbnehmerInnen war ebenfalls unerlässlich für die Bewegung des Fairen Handels. Caspar Dohmen schreibt dazu: „Ein gutes Gewissen ist vergleichsweise günstig zu erwerben: Umgerechnet gerade einmal 25 Eurocent teurer ist ein Pfund fairer Bohnen in den Niederlanden Ende der 1980er-Jahre.“¹⁰⁰ Aktuell ist die Differenz noch geringer. Wie in Kapitel 3.1.2 dargelegt, betrug im Juni 2023 der Indikatorpreis für Rohkaffee 171.25 US cents/lb. Der aktuelle Fairtrade-Mindestpreis wurde zuletzt im März 2023 um 40 cents auf 180.00 US cents/lb erhöht.¹⁰¹ Somit kostet Fairtrade-Zertifizierter Kaffee ca. 10 US cents/lb mehr als konventionell produzierter Kaffee. Laut einer Umfrage des Kaffeereports 2023 von Tchibo, brand eins und Statista sind 26 Prozent aller Deutschen¹⁰² bereit einen höheren Preis für Fairtrade-Zertifizierten Kaffee zu zahlen. Die größte Bereitschaft einen Aufpreis zu zahlen, besteht mit 47 Prozent für bessere Qualität.¹⁰³

Ein letztes zentrales Element der Fair Trade Bewegung ist laut Quaas die dichotome Rollenverteilung, welche sich aus der gedachten Verbundenheit der AkteurInnen ergibt.¹⁰⁴ Er führt aus: „Auf der einen Seite standen die reichen Konsumenten, denen die Möglichkeit zugesprochen wurde, etwas zu ändern. Auf der anderen Seite standen die Produzenten, die in der Rolle der unverschuldet hilfsbedürftigen und

⁹⁸ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 22.

⁹⁹ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 332.

¹⁰⁰ Dohmen, Das Prinzip Fairtrade-vom Weltladen in den Supermarkt, S. 40.

¹⁰¹ Vgl. Fairtrade (c).

¹⁰² Befragt wurden Deutsche im Alter zwischen 18 und 75 Jahren, die mindestens einmal im Monat Kaffee trinken.

¹⁰³ Vgl. Tchibo (a), S. 16.

¹⁰⁴ Vgl. Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 332.

notgedrungen passiven Opfer verortet wurden.“¹⁰⁵ Jene repräsentative Rolle und das auferlegte Bild der KleinbäuerInnen hält er insofern für problematisch, als dass dadurch alle KleinbäuerInnen des Kaffeesektors per se als hilfebedürftig dastehen, und diese somit als letztes Glied in der Welthandelskette positioniert werden. Aus dieser Darstellung ergebe sich außerdem die Problematik, dass es für Produzentengruppen, welche womöglich „hinter“ den KleinbäuerInnen stehen, keinen Raum mehr gibt.¹⁰⁶

4.3 Die Organisation Fairtrade International



107

Die Nichtregierungsorganisation Fairtrade International ist der Dachverband aller 25 nationaler Fairtrade Organisationen, darunter auch Fairtrade Deutschland. Fairtrade handelt mit dem Hauptziel, sich „öffentlich für einen gerechten Welthandel“ einzusetzen.¹⁰⁸ Dabei fällt die Entwicklung und Durchsetzung der bekannten internationalen Fairtrade-Standards unter die Hauptaufgaben. Die Standards lassen sich in drei Kategorien aufteilen: Soziales, Ökologisches und Ökonomisches. Auf der Internetwebsite von Fairtrade Deutschland werden unter den Sozialen-Standards folgende Inhalte aufgelistet:

- Organisation in den demokratischen Gemeinschaften (bei Kooperativen)
- Förderung gewerkschaftlicher Organisation (auf Plantagen)
- Geregelte Arbeitsbedingungen
- Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit
- Diskriminierungsverbot

Als Ökologische-Standards werden folgende Punkte genannt:

- Umweltschonender Anbau
- Schutz natürlicher Ressourcen
- Verbot gefährlicher Pestizide
- Kein gentechnisch verändertes Saatgut
- Förderung des Bio-Anbaus durch den Bio-Aufschlag

¹⁰⁵ Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 332.

¹⁰⁶ Vgl. Quaas, Fair Trade-Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, S. 333.

¹⁰⁷ Fairtrade (f).

¹⁰⁸ Fairtrade (d).

Die Ökonomischen-Standards sind:

- Bezahlung von Fairtrade-Mindestpreis und Fairtrade-Prämie
- Nachweis über Waren- und Geldfluss
- Richtlinien zur Verwendung des Siegels
- Transparente Handelsbeziehungen
- Vorfinanzierung¹⁰⁹

Gemäß Fairtrade sind die aufgelisteten Standards konkret, überprüfbar und die Umsetzung ist transparent.¹¹⁰ Das im Jahr 2002 eingeführte Fairtrade-Siegel kennzeichnet die Produkte, welche den obigen Standards entsprechen. Die Einhaltung der Standards wird von FLOCERT, einer Tochtergesellschaft von Fairtrade International, vor Ort überprüft. Kontrolliert wird außerdem, ob die festgelegten Mindestpreise und Prämien entsprechend ausgezahlt werden. 2016 wurde Fairtrade von Stiftung Warentest als „Label mit hoher Aussagekraft“ bewertet.¹¹¹ Lediglich Das Siegel Naturland Fair wurde als „Einziges Siegel mit sehr hoher Aussagekraft“ bewertet, und lag somit vor Fairtrade.¹¹²

4.4 Kritik

Die in diesem Kapitel aufgezeigte Kritik bezieht sich überwiegend auf die Organisation Fairtrade bzw. FLO.¹¹³ Diese stehen in den Medien und in der Literatur immer wieder unter Beschuss. Unter anderem die beiden Autoren Robert Roskamp und Rolf Sauerbier äußern sich in ihrem Buch „Kaffee-Irrtümer“ unter der Kapitelüberschrift „Fair-kehrte Preise“ sehr kritisch gegenüber Fairtrade. Eines ihrer Hauptargumente lautet hierbei: „Die Preisgestaltung ist allein Sache des Handels.“¹¹⁴ Darauf, ob die KaffeebäuerInnen faire Löhne für ihre Arbeit erhalten oder nicht, habe Fairtrade keinen Einfluss. Für die Bauern spiele es keine Rolle, ob

¹⁰⁹ Vgl. Fairtrade (e).

¹¹⁰ Vgl. Fairtrade (e).

¹¹¹ Vgl. Stiftung Warentest (a).

¹¹² Vgl. Stiftung Warentest (b).

¹¹³ Zusammenschluss der Organisationen Max Havelaar aus der Schweiz, Fairtrade Österreich und TransFair Deutschland zur „Fairtrade Labelling Organizations International.

¹¹⁴ Roskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 75.

der Kaffee im Regal für mehr oder weniger Geld verkauft wird. Sie haben ihre Bezahlung bereits zu Beginn der Handelskette erhalten, argumentieren Rosskamp und Sauerbier.¹¹⁵ Des Weiteren bezweifeln sie die Unabhängigkeit der Kontrollinstanz FLOCERT vom Dachverband FLO, und die Objektivität der Kontrollen, da diese ja von den zu kontrollierenden Organisationen bezahlt werden.¹¹⁶ Der größte Profiteur des „Business mit der Barmherzigkeit“¹¹⁷ ist in ihren Augen FLO selbst. Grundsätzlich wird der Ansatz von Fairtrade vermehrt kritisiert. Das System versetze die KleinbäuerInnen nur in eine weitere Abhängigkeit. Anstatt lediglich die Symptome zu unterdrücken, müsse man die Ursache der Situation bekämpfen. Caspar Dohmen gibt hierzu die passenden Worte von Nadja Lang, der ehemaligen Geschäftsleiterin von Max Havelaar Schweiz wieder: „Neben den Fairtrade Standards, die ausbeuterische Kinderarbeit verbieten, und regelmäßigen Kontrollen sei die stetige Verbesserung der Situation entscheidend, also vor allem die Bekämpfung der Armut. Denn diese ist die Ursache für die Kinderarbeit.“¹¹⁸ Rosskamp und Sauerbier sehen hier ein ähnliches Problem. Sie bemängeln, dass die Arbeit von Fairtrade ineffiziente Strukturen fördere. Die Verträge mit Fairtrade seien vielleicht kurzfristig ein Lichtblick für die KleinbäuerInnen. Langfristig verhindern sie jedoch, dass die KleinbäuerInnen und ihre Organisationen Selbstständigkeit erlernen und die Fähigkeit voll am Marktgeschehen teilzunehmen.¹¹⁹ Laut den beiden Autoren steht Fairtrade dabei im Weg und lähmt die Eigeninitiative und Selbsthilfe der Kleinbetriebe. Sie fordern einen Funktionswandel: die Abhängigkeit von Almosenvergaben unter dem Vorsatz eines Wohltätigkeitsgedanken soll „einer modernen demokratischen und effizienten Dienstleistungsauffassung weichen.“¹²⁰

¹¹⁵ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 75.

¹¹⁶ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 76.

¹¹⁷ Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 77.

¹¹⁸ Dohmen, Das Prinzip Fairtrade–vom Weltladen in den Supermarkt, S. 209.

¹¹⁹ Vgl. Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 77.

¹²⁰ Rosskamp; Sauerbier, Kaffee-Irrtümer, S. 82.

5. Das Kaffee-Paradoxon

Obwohl der Anbau und die Nachfrage im Kaffeesektor weltweit seit vielen Jahren wachsen, verschlechtert sich gleichzeitig die Situation der KleinbäuerInnen. Viele sprechen hierbei vom Kaffee-Paradoxon. „Wie kann es sein, dass Kaffee so beliebt ist, die Kaffee Farmen sich es aber immer weniger leisten können den Kaffee zu produzieren?“¹²¹ Die Autoren des Werks „The Coffee Paradox“, Benoit Daviron und Stefano Ponte, beschreiben das Paradoxon mit den Worten: „a ‘coffee boom’ in consuming countries and a ‘coffee crisis’ in producing countries.“¹²² Der Grund für diese Problematik wurde bereits in Kapitel 3.3 vor dem Hintergrund der Ungleichverteilung innerhalb der Wertschöpfungskette genannt: Das meiste Geld am Kaffee verdienen nicht die ProduzentInnen in den wirtschaftsschwachen Ländern, sondern die AkteurInnen in den wirtschaftsstarken Industrieländern. Die Folge: obwohl die Erzeugerländer des globalen Südens seit Jahrzehnten Produkte wie Kaffee produzieren und exportieren - dabei nicht einmal in Konkurrenz mit ProduzentInnen des globalen Nordens stehen - und somit Bestandteil internationaler Handelsketten sind, sind sie nach wie vor arm. Durch die unüberwindbare Abhängigkeit und zunehmende Armut leben die Menschen in wirtschaftsschwachen Ländern unter erschwerten Bedingungen. Welche sozialen Herausforderungen konkret bewältigt werden müssen, und welche ökologischen Herausforderungen dies in Zukunft noch erschweren, wird in den folgenden Kapiteln aufgezeigt. Im weiteren Verlauf der Arbeit werden die erlangten Erkenntnisse mithilfe eines Experteninterviews untermauert und ergänzt.

5.1 Soziale Herausforderungen im Kaffeeanbau

Der Anbau von Kaffee ist für kleinbäuerliche Betriebe sehr arbeitsintensiv. Die Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitsbedingungen sind dabei alles andere als vielversprechend. In vielen Anbauländern gibt es keine festen Arbeitsverträge, keine Mindestlöhne, oder keine wirksamen Kontrollen, ob diese eingehalten

¹²¹ Czadul, Environition.

¹²² Daviron; Ponte: Coffee Paradox, Preface S.1.

werden. „Selbst Fälle von Sklaverei ähnlichen Beschäftigungsverhältnissen werden immer wieder berichtet, sowohl auf zertifizierten als auch von nicht zertifizierten Plantagen.“, heißt es hierzu in der Studie „Auf ein Tässchen – die Wertschöpfungskette von Kaffee“ des Südwind e.V.¹²³ Dem gegenüber steht ein sehr geringes Einkommen. Schätzungsweise leben 80 Prozent der Kaffeeanbauenden Familien unterhalb der Armutsgrenze.¹²⁴ Neben den sinkenden Preisen von Kaffee sind die BäuerInnen außerdem mit steigenden Kosten für Inputs und Investitionen konfrontiert. Die Folgen der mangelnden finanziellen Mittel sind langwierig und schwerwiegend. Unsicherheit und Sorge, ob in den kommenden Wochen ausreichend Geld für Lebensmittel verfügbar sein wird, ist der Alltag vieler Familien. Die Konsequenz ist eine weit verbreitete Unter- und Fehlernährung in vielen Kaffeeanbaugebieten.¹²⁵ Außerdem problematisch ist der fehlende Zugang zu Bildung. Die Schule ist in Äthiopien nicht kostenlos. Neben Schulgebühren fallen außerdem Kosten für Schuluniform und Lernmittel an. Die Mehrheit kann es sich daher nicht leisten, Bildungsdienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Das Gleiche gilt für Gesundheitsdienstleistungen. Zwar sind aufgrund des Health Extension Programms des Gesundheitsministeriums in den letzten Jahren wichtige Fortschritte in Äthiopien zu beobachten, trotzdem verfügen im ganzen Land gerade einmal 40 Prozent über eine Krankenversicherung.¹²⁶ Eine weitere Folge und Problematik der Armut im Kaffeesektor ist die weit verbreitete Kinderarbeit. Aufgrund der schlechten Löhne der KaffeefarmerInnen sehen sich viele Familien gezwungen ihre Kinder einzuspannen. Für diese stellt die Arbeit auf den Plantagen eine große körperliche und gesundheitliche Belastung dar. Vor allem aber „verpassen sie die Schule und auf lange Sicht die Möglichkeit, einen Weg aus der Armut zu finden.“¹²⁷

¹²³ Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen-Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.6.

¹²⁴ Vgl. Stewart, TechnoServe.

¹²⁵ Vgl. Hütz-Adams; Mürlebach, Südwind, Auf ein Tässchen-Die Wertschöpfungskette von Kaffee, S.6.

¹²⁶ Vgl. Wildermuth, Deutschlandfunk.

¹²⁷ Czadul, Environition.

5.2 Ökologische Herausforderungen im Kaffeeanbau

Zu Beginn der Arbeit wurde die Kaffeepflanze, inklusive ihrer hohen Ansprüche an Klima und Umwelt vorgestellt. Bei geringen Temperaturschwankungen, ausreichend Niederschlag und den entsprechenden Höhenlagen fühlt sie sich am wohlsten. Dass die aktuelle Klimakrise dem empfindlichen Kaffee zu schaffen macht, ist daher keine Überraschung. Der Klimawandel und seine Folgen stellen seit einigen Jahren die größte ökologische Herausforderung für den Kaffeeanbau dar. Er zeigt sich in Form von zunehmenden Wetterextremen und unvorhersehbaren Klimaschwankungen. Heiße Trockenphasen, Frost, Stürme und Überschwemmungen. All das führt unter Umständen zu Ernteausfällen und Ertragsverlusten. Längere Perioden mit Temperaturen über 30 °C führen zu vermindertem Wachstum und dem Absterben der Blüten. Hinzukommt das verstärkte Auftreten von Schädlingen und Krankheiten.¹²⁸ Bereits eine geringe Temperaturerhöhung von 1 bis 2 °C begünstigen die Ausbreitungen des Pilzes, welcher Kaffeeroost hervorruft, und Kaffeekirschenkäfer fühlen sich bei der Wärme wohler denn je.¹²⁹ Darüber hinaus bringen die steigenden Temperaturen eine schnellere Reife der Kirschen mit sich, was einen Qualitätsverlust des Kaffees zur Folge hat. Die Kombination der langen, heißen Trockenperioden mit anschließenden starken Regenfällen hat außerdem Auswirkungen auf das gesamte Ökosystem. Das Wasser kann in den trockenen Böden nicht versickern und es kommt zu Bodenerosion und der Auswaschung von wichtigen Mineralien und Nährstoffen.¹³⁰ Eine Möglichkeit den Risiken zu entfliehen, wäre die Verlagerung in höhere Gebiete. Das ist in einigen der Hauptanbauggebiete jedoch nicht möglich. Daher werden die höchsten Produktionsverluste in Brasilien sowie im Tiefland Ostafrikas erwartet.¹³¹ Weitere ökologische Folgen bringt der Kaffeeanbau selbst mit sich. Insbesondere die Kultivierung auf großflächigen Monoplantagen sorgt für die Rodung von Wäldern.¹³² „Das bedeutet nicht nur einen Verlust an Artenvielfalt,

¹²⁸ Fairtrade and climate change.

¹²⁹ Vgl. Kaffee Kooperative.

¹³⁰ Vgl. Czadul, Environition.

¹³¹ Vgl. Fairtrade and climate change.

¹³² Vgl. Baum; Offenhäuser, Kaffee: Armut–Macht–Märkte, S. 24.

sondern auch weitere globale Erwärmung.“, warnt die Ökologin Sandra Czadul in ihrem Blog Environition.¹³³

Mit der wachsenden Bedrohung des Kaffeesektors durch den Klimawandel und die Waldrodung, steht mit zunehmendem Risiko für viele Menschen, welche von der Landwirtschaft leben, ihre Existenzgrundlage und Einkommensquelle auf dem Spiel. Laut Prognosen könnte bis 2050 die Hälfte der heutigen Anbauflächen verloren gehen.¹³⁴ Im nachfolgenden Kapitel fällt der Blick auf Äthiopien und das bereits erwähnte Biosphärenreservat in Kaffa, wo soeben genannte Herausforderungen ebenfalls zu spüren sind. Das Kapitel soll ein breiteres Wissen über die Bedeutung des Kaffeehandels für die Region, das dort entwickelte Projekt sowie relevante Partner vermitteln.

6. Das Kaffa Biosphärenreservat

„Äthiopien gehört mit seiner hohen Artenvielfalt zu den 35 Biodiversitäts-Hotspots der Erde.“¹³⁵ Die Region Kaffa befindet sich im Südwesten Äthiopiens und ist als Ursprungsort des wilden Kaffees (*Coffea Arabica*) bekannt. Wie bereits im ersten Kapitel erwähnt, führte der Schutz der dort verbliebenen Nebelbergwälder, in Verbindung mit nachhaltigen Nutzungskonzepten und einem Vertriebsaufbau für den Wildkaffee zur Entwicklung des Kaffa Biosphärenreservats, anerkannt durch die UNESCO im Jahr 2010. Mehr als 55 Prozent der 760.144 ha des Biosphärenreservats sind Waldfläche. Das ist ein stolzer Anteil, wenn man bedenkt, dass der Waldanteil an der Gesamtfläche Äthiopiens über die Jahre auf 2,7 Prozent geschrumpft ist. „Ende der 1960er Jahre bedeckte der Wald noch 40 Prozent der Landesfläche.“¹³⁶ 2003 startete ein großes Public Private Partnership (PPP)-Projekt, welches den Anstoß zur Entwicklung des Biosphärenreservats gab. Beteiligte PartnerInnen dieses Entwicklungsprojekts sind unter anderem „GEO schützt den Regenwald e.V.“, der NABU, die Deutsche Gesellschaft für Internationale

¹³³ Czadul, Environition.

¹³⁴ Vgl. Kaffee Kooperative.

¹³⁵ Manfred-Hermsen-Stiftung.

¹³⁶ Kaffaland.

Zusammenarbeit (GIZ), die Kafa Forest Coffee Farmers Cooperative Union (KFCFCU), die Deutsche Stiftung Weltbevölkerung (DSW) und Original Food.¹³⁷ In Kaffa profitieren laut Original Food rund 130.000 Menschen von dem Entwicklungsprojekt.¹³⁸ Das Projekt widmet sich in erster Linie den sozialen und ökologischen Herausforderungen, welche der Kaffeeanbau in der Region mit sich bringt. Im Zentrum stehen daher die Verbesserung der Lebensbedingungen der lokalen KleinbäuerInnen und ihrer Familien sowie eine möglichst schonende, langfristige Nutzung der natürlichen Ressourcen, bei gleichzeitiger Bewahrung der lebenswichtigen Regenwälder.¹³⁹ Einer der bereits genannten Partner des PPP-Projekts, welcher lokal eine große Rolle für die KleinbäuerInnen und die Umwelt spielt, ist die Kafa Forest Coffee Farmers Cooperative Union. Die KFCFCU wurde im Jahr 2004 gegründet und vereint mittlerweile knapp 10.000 KleinbäuerInnen aus 43 Kooperativen. 2006 erfolgte die Zertifizierung durch Fairtrade. Dank hoher Mitglieds- und Produktionszahlen hat es die KFCFCU mit Sitz in Bonga geschafft „ihren Kaffee marktwirksam zu exportieren und dadurch Einkommensquellen zu sichern“.¹⁴⁰ Zunächst wird der Wildkaffee durch die Union von den Kooperativen abgekauft, anschließend verarbeitet, gelagert und exportiert. Im nächsten Schritt erfolgt der Import der Bohnen durch das Unternehmen Original Food mit Sitz in Freiburg. Diese lassen die wilden Bohnen rösten und vermarkten sie in Deutschland, Österreich und der Schweiz.¹⁴¹ Da der wildwachsende Kaffee und die Regenwälder Voraussetzung für die Einkommensquellen der KleinbäuerInnen in Kaffa geworden ist, liegt es fortan in ihrem eigenen Interesse die Waldflächen zu erhalten. Daher stehen vor allem zwei Aspekte im Vordergrund: der schonende Umgang und Schutz der natürlichen Umgebung und gleichzeitig die Bewahrung der hohen Qualität des Kaffees. Laut GEO schützt den Regenwald e.V. sei die Zertifizierung eine Garantie für die Herkunft des Wildkaffees und für faire Handelsbedingungen, was wiederum die Vermarktung des Wildkaffees fördere. Zur Sicherstellung der umweltschonenden Nutzung der Anbauflächen werde

¹³⁷ Vgl. Original Food (a).

¹³⁸ Vgl. Original Food (b).

¹³⁹ Vgl. GEO schützt den Regenwald e.V.

¹⁴⁰ Fairtrade (b).

¹⁴¹ Vgl. GEO schützt den Regenwald e.V.

außerdem der Erhalt der Wälder dokumentiert.¹⁴² Neben der Fairtrade-Zertifizierung ist der Kaffee außerdem gemäß der EU-Ökoverordnung durch das Institut für Marktökologie (IMO) als „Bioprodukt aus Wildsammlung“ zertifiziert. Der erfolgreiche Aufbau der Handelskette trägt Früchte. Inzwischen werden jährlich bis zu 300 Tonnen Wildkaffee nach Deutschland importiert.¹⁴³

Um die bisher erlangten Informationen und Erkenntnisse zu überprüfen und gegebenenfalls zu bestätigen, wurde im empirischen Teil der Arbeit die Meinung eines Experten hinzugezogen. Die Erläuterung der Vorgehensweise und Methodik erfolgt im nächsten Kapitel.

7. Methodik

In diesem Kapitel wird auf die Methodik der vorliegenden Arbeit eingegangen. Zunächst wird die Auswahl der Methodik dargestellt. Anschließend erfolgt eine Erläuterung des leitfadengestützten Experteninterviews sowie des Vorgehens bei der Auswahl des Experten¹⁴⁴.

7.1 Auswahl der Methodik

Die empirische Sozialforschung wird als „systematische Erfassung und Deutung sozialer Erscheinungen“¹⁴⁵ definiert, und bildet die Grundlage dieser Arbeit. Mittels gezielter Auswertung von Erfahrungen und Wissensbeständen sucht die empirische Forschung nach neuen Erkenntnissen.¹⁴⁶ Je nach Forschungsgegenstand und Ziel einer Untersuchung kommen verschiedene empirische Forschungsmethoden in Frage. *Quantitative* Methoden bedienen sich bei ihrer Untersuchung

¹⁴² Vgl. GEO schützt den Regenwald e.V.

¹⁴³ Vgl. GEO schützt den Regenwald e.V.

¹⁴⁴ Der befragte Experte der vorliegenden Arbeit ist männlich, weshalb bei der Verwendung des Begriffs „Experten“ im Zusammenhang mit dem Interviewpartner auf die weibliche Form verzichtet wird. Handelt es sich um den Begriff „ExpertIn“ im Allgemeinen wird einheitlich wie in den übrigen Kapiteln gegendert.

¹⁴⁵ Atteslander, Methoden der empirischen Sozialforschung, S.5.

¹⁴⁶ Vgl. Gläser; Laudel, Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen, S. 23 f.

standardisierter Untersuchungsinstrumente zur Datenerhebung, wie zum Beispiel einem ausformulierten Fragebogen, mit dem Ziel Kausalzusammenhänge festzustellen und zu erklären. Dabei wird deduktiv vorgegangen. „Deduktion meint ein wissenschaftliches Vorgehen, bei dem vom Allgemeinen auf das Besondere geschlossen wird, [...] [sprich] von einer Theorie auf den Einzelfall.“¹⁴⁷ Im Gegensatz dazu wird bei *qualitativen* Methoden induktiv vorgegangen. „Induktion meint ein wissenschaftliches Vorgehen, bei dem vom Besonderen auf das Allgemeine geschlossen wird, [...] [sprich] aus mehreren Einzelfällen wird eine Theorie abgeleitet.“¹⁴⁸ Die qualitative Forschung möchte dabei weniger allgemeingültige Trends, als die subjektiven Sichtweisen weniger AkteurInnen betrachten. Häufig findet sie Anwendung in der Untersuchung bislang weniger erforschter Phänomene, zu welchen aufgrund der Spezifik meist wenig Literatur existiert. Die Methodik basiert daher auf einer interpretativen Auswertung. Laut Uwe Flick, Autor des Werks „Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung“, ist der Ausgangspunkt qualitativer Forschung die Arbeit mit Texten.¹⁴⁹ Erhebungsverfahren wie Interviews oder Beobachtungen seien ein Mittel, um Daten zu produzieren, „die durch Aufzeichnung und Transkription in Texte überführt werden, an denen Interpretationsverfahren ansetzen.“¹⁵⁰

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit zielt nicht auf numerische Ergebnisse ab, sondern vielmehr auf die Haltung, Meinung und subjektive Wahrnehmung eines Experten zur Thematik des nachhaltigen Kaffeeanbaus, mit Blick auf soziale und ökologische Herausforderungen in Äthiopien. Als Methode der qualitativen Sozialforschung wurde deshalb das leitfadengestützte Experteninterview gewählt, welches im folgenden Kapitel erläutert wird.

7.2 Das leitfadengestützte Experteninterview

Grundsätzlich handelt es sich bei einem Interview um ein Gespräch mit asymmetrischer Rollenverteilung, wobei der oder die Interviewende Fragen stellt,

¹⁴⁷ Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt.

¹⁴⁸ Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt.

¹⁴⁹ Vgl. Flick, Qualitative Sozialforschung-Eine Einführung, S. 13.

¹⁵⁰ Flick, Qualitative Sozialforschung-Eine Einführung, S. 13.

und der oder die Befragte antwortet. Interviews dienen der Informationsvermittlung und lassen sich bezüglich ihrer Durchführung in verschiedene Strukturierungsgrade einteilen. Unterschieden wird zwischen strukturierten, unstrukturierten und semistrukturierten Interviews. Von einem strukturierten Interview spricht man dann, wenn es sich um geschlossene Fragen handelt, welche zuvor durch einen Leitfragen vollständig strukturiert wurden.¹⁵¹ Ein klassisches Erhebungsinstrument ist hier der sog. Fragebogen. Allerdings fällt das strukturierte Interview aufgrund der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten unter die quantitativen Erhebungsmethoden.¹⁵²

Das unstrukturierte Interview wird ohne Leitfaden durchgeführt. Bei einem semistrukturierten Interview wird ebenfalls ein vorbereiteter Leitfaden herangezogen, allerdings ist dieser in der Durchführung flexibel und frei gestaltbar und es werden offene Fragen gestellt, woraus sich vielseitige und subjektive Antwortmöglichkeiten der Befragten ergeben.¹⁵³ In vorliegender Arbeit erfolgt die Datenerhebung daher in Form des semistrukturierten, leitfadengestütztem Experteninterviews. Aufgrund der relativen offenen Gestaltung der Gesprächssituation wird laut Flick von dieser Methode erhofft, dass „die Sichtweisen des befragten Subjekts eher zur Geltung kommen als in standardisierten Interviews oder Fragebögen.“¹⁵⁴ Gleichzeitig kann der Fokus gezielt auf verschiedene Dimensionen des gewählten Themas gelenkt werden. Der zuvor erstellte Leitfaden bietet dabei eine Orientierung. Die Reihenfolge der überlegten Fragen kann jedoch situativ bedingt geändert, oder Fragen können hinzugefügt oder weggelassen werden.¹⁵⁵ Der Leitfaden ist nicht nur das Instrument der Datenerhebung, sondern gleichzeitig das Ergebnis der Übersetzung des Forschungsinteresses und theoretischer Annahmen, in konkrete Interviewfragen.¹⁵⁶ Bevor jedoch die Durchführung des leitfadengestützten Interviews erfolgen kann, bedarf es zunächst der Auswahl eines Interviewpartners, in diesem Fall eines

¹⁵¹ Vgl. Genau, Scribbr.

¹⁵² Vgl. Gläser; Laudel, Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen, S. 40 ff.

¹⁵³ Vgl. Genau, Scribbr.

¹⁵⁴ Flick, Qualitative Sozialforschung-Eine Einführung, S. 194.

¹⁵⁵ Vgl. Genau, Scribbr.

¹⁵⁶ Vgl. Gläser; Laudel, Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen, S. 142.

Experten auf dem Gebiet des Kaffeeanbaus, welcher über die zur Beantwortung der aufgestellten Forschungsfragen notwendigen Kenntnisse verfügt.

7.3 Die Auswahl des Experten

Im Rahmen des leitfadengestützten Interviews interessiert der Befragte „weniger als (ganze) Person denn in seiner Eigenschaft als Experte für ein bestimmtes Handlungsfeld.“, erläutert Flick.¹⁵⁷ Außerdem werde er nicht als Einzelfall betrachtet, sondern als Repräsentant einer Gruppe in die Untersuchung einbezogen.¹⁵⁸ Um jedoch einen geeigneten Experten auszuwählen, ist zunächst zu klären, wer als Experte zu sehen ist. Die Literatur bietet hier eine Vielzahl an Definitionen. Einige sind allgemein gefasst, andere sehr konkret. Ist beispielsweise ein Elternteil ExperteIn auf dem Gebiet Erziehung oder gilt eine chronisch erkrankte Person als ExperteIn der jeweiligen Krankheit? Bogner und Menz liefern in ihrem Werk „Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung“ folgende klar umrissene Definition:

„Der Experte verfügt über Technisches, Prozess- und Deutungswissen, das sich auf sein spezifisch professionelles oder berufliches Handlungsfeld bezieht. Insofern besteht das Expertenwissen nicht allein aus systematisiertem, reflexiv zugänglichem Fach- oder Sonderwissen, sondern es weist zu großen Teilen den Charakter von Praxis- oder Handlungswissen auf, in das verschiedene und durchaus disparate Handlungsmaximen und individuelle Entscheidungsregeln, kollektive Orientierungen und soziale Deutungsmuster einfließen.“¹⁵⁹

In Bezug auf das Wissen des Experten betonen sie außerdem, dass dieses praxiswirksam sein sollte, oder zumindest die Möglichkeit bestehen soll die Orientierung partiell durchzusetzen.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Flick, Qualitative Sozialforschung-Eine Einführung, S. 214.

¹⁵⁸ Vgl. Flick, Qualitative Sozialforschung-Eine Einführung, S. 214.

¹⁵⁹ Bogner; Littig; Menz, Das Experteninterview-Theorie, Methodik, Anwendung, S. 46.

¹⁶⁰ Vgl. Bogner; Littig; Menz, Das Experteninterview-Theorie, Methodik, Anwendung, S. 46.

In dieser Arbeit war von vornherein der geographische Bezug nach Äthiopien gegeben. Nach den ersten Recherchen wurde zügig der Fokus auf die Region Kaffa und das dort ausgehandelte Projekt des Kaffa Biosphären Reservats gesetzt, welches sich mit den Dimensionen und Interessen der vorliegenden Forschungsfrage deckt. Ausgehend von diesen Eingrenzungen war es naheliegend eine an dem Projekt beteiligte Person für das Experteninterview heranzuziehen. In Kapitel 6 wurde der NABU bereits als einer der beteiligten Projektpartner genannt. Auf der Homepage des Kaffa Biosphären Reservats ist der Kontakt des lokalen Projektkoordinators des NABU's zu finden.¹⁶¹ Dieser wurde angefragt, das leitfadengestützte Experteninterview im Rahmen dieser Arbeit in der Rolle des Experten durchzuführen, und stimmte der Anfrage zu.

7.4 Die Durchführung des Experteninterviews

Nach der Zusage des ausgewählten Experten wurde der Leitfaden für das semistrukturierte Interview erarbeitet (s. Anhang). Sobald dieser fertiggestellt war, erfolgte gemeinsam mit dem Experten die Terminfindung für das Interview. Der Experte lebt und arbeitet in Äthiopien, weshalb auf ein persönliches Treffen verzichtet wurde. Das Interview wurde stattdessen via Videokonferenz über die Plattform Teams geführt, und nach Einverständnis des Interviewpartners digital aufgezeichnet. Indem das Gespräch nach Zustimmung aller Parteien auf Englisch geführt wurde, wurde die Sprachbarriere überwunden. Auf Grundlage des Interviewleitfadens fand am 18. August 2023 die Befragung des Experten statt. Dieser wurde zunächst gebeten sich vorzustellen, und berichtete, dass er - Mesfin Tekle - bereits seit 12 Jahren beim NABU Afrika arbeitet und aktuell in der Position „Senior Advisor for Strategic Liaison, Fundraising and Quality“, mit Sitz in Addis Abeba tätig ist.¹⁶² Anschließend gab Herr Tekle aufschlussreiche Antworten auf die ihm gestellten Fragen.

¹⁶¹ Vgl. Kaffa Coffee Biosphere Reserve.

¹⁶² Vgl. Anlage 2, Abs. 2.

8. Darstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse des Experteninterviews wurden thematisch in sechs Kategorien unterteilt. Die jeweiligen Themenblöcke enthalten die wesentlichen Aussagen und Informationen des Befragten, und knüpfen an die oben aufgeführten theoretischen Inhalte an. Direkte Zitate des Experten aus dem Interview dienen der Veranschaulichung und werden kursiv dargestellt.

8.1 Allgemeines über die Region und die Bedeutung des Kaffees

Der NABU, gemeinsam mit weiteren Partnern, startete im Jahr 2006 ein Projekt zum nachhaltigen Schutz der Lebensgrundlagen. Im Zentrum standen hierbei der Mensch und die biologische Vielfalt. 2008 begann der Gründungsprozess des Kaffa Biosphärenreservats, „*where I was employed as planner and coordinator of the Kaffa Coffee Biosphere Reserve.*“, berichtet Mesfin Tekle.¹⁶³ Der Wald sowie der Wildkaffee spielen in der Region eine große Rolle. Für viele Menschen stellen die natürlichen Ressourcen ihre Lebensgrundlage dar. Der Anbau des Wildkaffees hat positive Auswirkungen auf die Umwelt und die Artenvielfalt, aber auch auf kulturelle und soziale Elemente. Die Menschen sammeln Wissen und Erfahrungen im Bereich der nachhaltigen Bewirtschaftung und tragen somit einen Teil dazu bei, den Wildkaffee vor dem Aussterben zu bewahren.¹⁶⁴

8.2 Fairtrade

Der folgende Block beschäftigt sich mit dem Thema Fairtrade. In Kapitel 4.3 und 4.4 wurden die Standards der Fairtrade-Zertifizierung sowie die Kritik an der Organisation dargestellt. Um die tatsächliche Wirkung der Zertifizierung zu überprüfen, wurde der Experte zunächst nach spürbaren Vorteilen, zum Beispiel einer Verbesserung der Einkommen der KleinbäuerInnen, und anschließend etwaigen Nachteilen gefragt.

¹⁶³ Vgl. Anlage 2, Abs. 6.

¹⁶⁴ Vgl. Anlage 2, Abs. 8.

8.2.1 Vorteile

Die größten Vorteile der Fairtrade-Zertifizierung sieht Mesfin Tekle in zwei Punkten: Im Preisbildungsmechanismus auf lokaler Ebene und im Qualitätsmanagement. Bevor die Standards von Fairtrade galten, bestimmten die lokalen Händler ohne Sicherheit und Standards den Preis für eine bestimmte Menge Kaffee. Mit Fairtrade, so bestätigt Mesfin Tekle, werden nun bestimmte Standards erfüllt, zum Beispiel gibt es einen Mindestpreis und zwischen Käufer und Verkäufer wird verhandelt.¹⁶⁵ Allerdings seien diese Vorteile nicht nur für diejenigen KleinbäuerInnen zu spüren, welche Teil der Fairtrade-Handelskette wurden. Durch die Standards wurde der lokale Preisbildungsmechanismus im Allgemeinen positiv beeinflusst.

„So, it's not only for those who directly engage to the Fairtrade scheme, but the other farmers who are not involved, have a locally modification of price.”¹⁶⁶

Als zweiten positiven Effekt nennt Mesfin Tekle das Bewusstsein der Menschen für Qualitätsmanagement. Der Preis ist ein Faktor des Qualitätsmanagements. Dieses Wissen bewegte die KleinbäuerInnen dazu hochwertigeren Kaffee zu produzieren und dadurch bessere Preise zu erzielen, berichtet Mesfin Tekle. Sie haben erkannt welche Marktchancen sich aus einem guten Qualitätsmanagement ergeben, und dieses Potenzial ausgeschöpft. Daraus ergaben sich außerdem weitere Interessenten aus Addis und aus dem Ausland. Fairtrade hat also nicht nur direkte Auswirkungen auf das Einkommen der Menschen, sondern brachte positive Nebeneffekte in Form eines strukturellen Systems, welches der gesamten Region zugutekommt.¹⁶⁷

¹⁶⁵ Vgl. Anlage 2, Abs. 10.

¹⁶⁶ Anlage 2, Abs. 10.

¹⁶⁷ Vgl. Anlage 2, Abs. 10.

8.2.2 Nachteile

Die Ausgangssituation der KleinbäuerInnen, welche das Kaffa Biosphärenreservat bewirtschaften ist allerdings nicht die Beste: Sie sind meist unerfahren, ihre Organisation und Struktur ist nicht ausgereift und dadurch ineffektiv. Daraus ergeben sich einige Nachteile in Zusammenhang mit Fairtrade, erklärt Mesfin Tekle. Die erste große Hürde sind die Kosten. „*There is a payment for the certification.*“¹⁶⁸ Welche Kosten kommen bei einer Erstzertifizierung auf die Kleinbetriebe zu? Laut des „Wegweiser für interessierte Unternehmen“ von Fairtrade Deutschland fallen zunächst 160,50 € Bearbeitungsgebühren für den Erstzertifizierungsantrag an.¹⁶⁹ Die aktuelle Kostentabelle der übrigen Gebühren ist öffentlich nicht länger einsehbar. Daher bezieht sich Stephan Eicke in einem Artikel über Fairtrade, auf die Kostentabelle aus dem Jahr 2013, welche in „The Fair Trade Scandal: Marketing Poverty to Benefit the Rich“ abgedruckt ist (Ndongo S. Sylla, Pluto Press, London 2014, S. 48).¹⁷⁰ Zu dieser Zeit zahlen KaffeefarmerInnen mit weniger als 50 MitarbeiterInnen 1.430 € Grundkosten, zusätzlich zu den Bearbeitungsgebühren. „Produzent:innen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter:innen zahlen für die Zertifizierung 3.470 € Grundkosten.“¹⁷¹ Fortan fallen weitere Gebühren an für jedes weitere Produkt das zertifiziert werden soll, sowie für Kontrollen und die jährliche Erneuerung der Lizenz. Mesfin Tekle erklärt, dass es von Anfang an für viele KleinbäuerInnen in Kaffa sehr schwierig war das Geld für die Zertifizierung aufzubringen. Dieser Faktor stehe der Expansion von Fairtrade im Weg.¹⁷²

8.3 Soziale Herausforderungen

In Äthiopien lebt ein Großteil der Menschen in Armut. Man unterscheidet in absolute Armut und relative Armut. Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung definiert absolute Armut als einen Zustand „in

¹⁶⁸ Anlage 2, Abs. 12.

¹⁶⁹ Vgl. Fairtrade (g), S. 13.

¹⁷⁰ Vgl. Eicke, Coffee Circle.

¹⁷¹ Eicke, Coffee Circle.

¹⁷² Vgl. Anlage 2, Abs. 12.

dem sich ein Mensch die Befriedigung seiner wirtschaftlichen und sozialen Grundbedürfnisse nicht leisten kann. Relative Armut beschreibt Armut im Verhältnis zum jeweiligen gesellschaftlichen Umfeld eines Menschen.“¹⁷³ Darüber hinaus gibt es den Begriff der „transitorischen (vorübergehenden) Armut“. Dies ist der Fall, wenn die Betroffenen zu bestimmten Zeiten in der Lage sind ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen, und zu anderen Zeiten nicht. Dem entgegen steht der Begriff der „strukturellen Armut“. „Diese liegt vor, wenn eine Person einer gesellschaftlichen Randgruppe angehört, deren Mitglieder alle unter die Armutsgrenze fallen, mit sehr kleinen Chancen, in ihrem Leben aus dieser Randgruppe auszubrechen.“¹⁷⁴

Mesfin Tekle kommt in Zusammenhang mit sozialen Herausforderungen in Kaffa ebenfalls auf die strukturelle Armut zu sprechen, und auf eine Reihe von Faktoren, welche die Menschen daran hindern, aus der Armut herauszukommen. Zunächst sei die Gesellschaft Äthiopiens durch Strukturen seitens der Regierungselite determiniert. „*So, there is a segregation among society gender wise, clan wise, even economic status wise.*“,¹⁷⁵ erklärt er, und betont die Komplexität dieses Systems. Jede dieser Kategorien bringt Probleme mit sich. Allerdings gibt es keine Hilfe und keine gezielte Unterstützung, welche die Probleme erkennt und angeht. Als zweiten Faktor nennt er das Finanzsystem. Dieses sei ebenfalls „*pro urban, pro town, pro elite.*“¹⁷⁶ Die Bevölkerung auf dem Land habe regelrecht keinen Zugang zu Finanzmechanismen. Investitionen jeglicher Art werden so zu einer großen Herausforderung, wenn das Geld ohnehin knapp ist, und darüber hinaus keine Möglichkeit zur Überbrückung in Form von Krediten besteht. So leiden selbst Genossenschaften darunter, das Geld für Transportkosten oder Ähnlichem aufzubringen. Für Einzelpersonen sind die fehlenden finanziellen Mittel eine noch größere Herausforderung. Sie benötigen das Geld am meisten, wenn die Kaffeekirschen reif sind. Die Zeit der Kaffeeernte und die Zeit in welcher auf die Haushalte diverse Ausgaben für Schulgelder, Feste, Steuerzahlungen etc. zukommen, fallen häufig zusammen, erklärt Mesfin Tekle. All das erhöht den

¹⁷³ Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (b).

¹⁷⁴ Besthelp.at.

¹⁷⁵ Anlage 2, Abs. 18.

¹⁷⁶ Anlage 2, Abs. 18.

finanziellen Druck auf die Haushalte in den ländlichen Gebieten enorm. Die schnellste Möglichkeit in dieser Zeit an Geld zu kommen, ist der Verkauf von Kaffee. In ihrer Not wenden sich die KleinbäuerInnen an den nächstverfügbaren Händler und verkaufen ihre Ernte, häufig zu einem viel zu niedrigen Preis. Sie können es sich nicht leisten wählerisch zu sein und werden in ihrer schwachen Position ausgenutzt.¹⁷⁷

8.4 Ökologische Herausforderungen

Wie in Kapitel 5.2 dargelegt, stellt der Klimawandel im Kaffeesektor eine große Herausforderung dar. Dies wird von Mesfin Tekle bestätigt. Die klimatischen Bedingungen seien für die Kaffeepflanze nicht mehr so gut geeignet wie noch vor zwei, drei Jahrzehnten.

„Because of the climate, production and productivity are changing in a negative way.“¹⁷⁸

Es kann sein, dass die Ernte in einem Jahr gut verläuft, und im nächsten Jahr aufgrund von Feuchtigkeitsstress, Nährstoffmangel oder einem Krankheitsbefall immens schlechter ausfällt. Dieser unberechenbare Faktor verschärft die anhaltende Armutssituation der einzelnen Haushalte, erklärt Mesfin Tekle.¹⁷⁹

8.5 Die Erfolge des Projekts

Im bisherigen Verlauf dieser Arbeit wurden die Probleme und Schwierigkeiten des Kaffeesektors aufgezeigt. Um eine weitere Perspektive zu erlangen, wurde der Experte im Interview gefragt, welche Ansätze das Projekt verfolgt, um den sozialen und ökologischen Herausforderungen entgegenzuwirken. In diesem Themenblock werden die Lösungsansätze, positiven Effekte und bisher größten Erfolge des Projekts aufgezeigt.

¹⁷⁷ Vgl. Anlage 2, Abs. 18.

¹⁷⁸ Anlage 2, Abs. 20.

¹⁷⁹ Vgl. Anlage 2, Abs. 20.

Laut Mesfin Tekle, liegt der Fokus des Projekts auf Nachhaltigkeit und Langfristigkeit. In Zusammenhang mit Kaffee fördern sie nachhaltige Landwirtschaft, eine grüne Entwicklung und die Optimierung von Prozessen. Dazu gehört der biologische Anbau des Gartenkaffees ohne die Verwendung zusätzlicher Chemikalien. Außerdem setzen sie auf Agroforstwirtschaft. Dabei handelt es sich um ein nachhaltiges Landnutzungssystem, welches Gehölze mit Ackerkulturen oder Grünland so kombiniert, dass sich Vorteile für die Natur und das Klima ergeben.¹⁸⁰ Zum Beispiel hat die Agroforstwirtschaft einen positiven Effekt auf die Wasser- und Nährstoffversorgung, zudem schützt sie den Boden vor Erosionen und steigert die Qualität des Bodens. Im Falle des Kaffa Biosphärenreservats werden Schattenbäume gepflanzt, erklärt Mesfin Tekle, „*so the environment, the microenvironmental climate conditions are improved in moisture, humidity, soil fertility.*“¹⁸¹ Der gesamte Ökosystemkreislauf wird als vorrangige Komponente des landwirtschaftlichen Systems betrachtet und integriert. Den Menschen in Kaffa wird empfohlen diese Art von integriertem Anbausystem zu betreiben. Idealerweise erfolgt der Anbau in drei aufeinanderfolgenden Etagen: die oberste Etage bilden die schattenspendenden Bäume, zum Beispiel die Zierbanane „Enset“ oder andere einheimische Arten. In der mittleren Etage wird der Kaffee angebaut und die unterste Fläche dient der Kultivierung von Gewürzen.¹⁸²

Ein allgemeiner Erfolg ist das geschaffene Wissen und Bewusstsein in der Bevölkerung, berichtet Mesfin Tekle. Dieses habe nicht nur die Landwirte erreicht, sondern auch die Beamten, welche für Politik und Programme zuständig sind.

„*We have been bringing this awareness to motion, to bring issues, challenges and possible mechanism to be acted as real as possible.*“¹⁸³

¹⁸⁰ Vgl. Bundesinformationszentrum Landwirtschaft.

¹⁸¹ Anlage 2, Abs. 22.

¹⁸² Vgl. Anlage 2, Abs. 22.

¹⁸³ Anlage 2, Abs. 24.

Diese Aufmerksamkeit und das Bewusstsein waren ein wichtiger Schritt, und haben dazu geführt, dass die oben genannten Themen von der Regierung und Partner NGO's aufgegriffen wurden. Ein weiterer Erfolg des Projekts sind die langfristigen Handelsbeziehungen, welche zu Käufern aus Europa aufgebaut wurden. Als Beispiel nennt Mesfin Tekle die Organisation Original Food. Seit 17 Jahren hält diese Geschäftsbeziehung und verschafft den KleinbäuerInnen eine langfristige Planungssicherheit, sowie nachhaltige Standards für eine biologische, sozial verantwortliche und umweltfreundliche Produktion. Diese Sicherheit ist eine Folge des zertifizierten und fairen Handels, und von großem Wert für die ProduzentInnen. Deshalb macht es in Mesfin Tekles Augen einen wichtigen Unterschied, ob die KonsumentInnen im Regal zu konventionellen oder zertifizierten Produkten greifen.¹⁸⁴

Eine logische Folge der zunehmenden AbnehmerInnen des zertifizierten Gartenkaffees ist die Ausweitung der Produktion. Der Anbau, die Verarbeitung sowie die Vermarktung wurden entsprechend ausgebaut. Dadurch wurde die Umstellung des Abfallmanagements und der Wiederverwendung angestoßen, um auch die zunehmenden Reste und Abfälle in der Kaffeeproduktion nachhaltiger zu verwerten. Die Kaffeeschale wird bei der Produktion von den Kaffeekirschen entfernt. Um Abfälle zu vermeiden, werden die Kaffeeschalen zu einer Art Holzkohle in Ziegelform verarbeitet, und ersetzen die herkömmliche Holzkohle. Diese Art von Entwicklung habe sich aufgrund der Kundenbeziehungen ergeben, erklärt Mesfin Tekle.¹⁸⁵ Bei den KonsumentInnen erhöht sich die Nachfrage nach entsprechenden Produktionsstandards, die ProduzentInnen wollen einen guten Preis erzielen und versuchen daher die Anforderungen der KäuferInnen zu erfüllen. Diese Art der Entwicklung bezeichnet Mesfin Tekle als „*business-related showcase for green, sustainable and socially just market chain*“ im Kaffeesektor.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Vgl. Anlage 2, Abs. 26.

¹⁸⁵ Vgl. Anlage 2, Abs. 24.

¹⁸⁶ Anlage 2, Abs. 24.

8.6 Die Entwicklung des Kaffeesektors

Gegen Ende des Experteninterviews wurde Mesfin Tekle gefragt, welche Trends er aktuell im Kaffeesektor beobachtet, und welche Entwicklungen er in Zukunft vermutet. Die Kernaussagen seiner Antwort werden in diesem Abschnitt dargelegt.

Laut ihm gibt es aktuell zwei gute Nachrichten: die VerbraucherInnen steigen nicht nur an der Zahl, sondern auch in der Anzahl an konsumierten Tassen. Auf ProduzentInnenseite wird diese Entwicklung erkannt und die Möglichkeiten werden ausgeschöpft.¹⁸⁷ Projekte wie das Gartenkaffeemanagement-Programm haben dabei den großen Vorteil, dass sie alle Aspekte berücksichtigen. Der Kaffeeanbau sollte aus Sicht von Mesfin Tekle nicht auf das Produkt Kaffee beschränkt werden. Produkte wie Gewürze, Früchte oder Tee sind ebenfalls Teil eines umfassend integrierten Anbausystems, welches einen positiven Beitrag für die Umwelt und die Menschen vor Ort leistet. Diese Art Produktionssystem sollte, laut ihm, auf multilateraler Ebene vorangetrieben und gefördert werden. Anstatt ein bestimmtes Thema aus dem Kaffeesektor herauszufiltern, muss dieser als Ganzes betrachtet werden.¹⁸⁸ Mit diesem Konzept könnte in Zukunft eine große Veränderung bewirkt werden. Diese Zukunft sieht Mesfin Tekle vor allem in der Zusammenarbeit von ErzeugerInnen und VerbraucherInnen. Digitale Mechanismen wie Google, GPS oder andere Formen des Informationsaustauschs stellen dabei ein Instrument der Kommunikation dar, sie gewährleisten Rückverfolgbarkeit und schaffen eine Bindung zwischen den beteiligten AkteurInnen. Das Interesse der Vernetzung besteht auch auf Seiten der AbnehmerInnen, berichtet Mesfin Tekle. Es gebe immer mehr Besuche von Unternehmen aus Europa oder anderen Ländern in die Regionen, aus welchen die Produkte stammen. Abschließend fügt er hinzu: „*The world together will pay for what is good for the environment, and what is good for the people, the producers and the consumers.*“¹⁸⁹

¹⁸⁷ Vgl. Anlage 2, Abs. 28.

¹⁸⁸ Vgl. Anlage 2, Abs. 30.

¹⁸⁹ Anlage 2, Abs. 28.

9. Zusammenfassung und Fazit

In der vorliegenden Bachelorarbeit wurden am Beispiel von Äthiopien die sozialen und ökologischen Herausforderungen im nachhaltigen Kaffeeanbau aufgezeigt. Maßgebliche Komponenten waren hierbei das Kaffa Biosphärenreservat und die Zertifizierung Fairtrade. Das Experteninterview lieferte außerdem Eindrücke und Erfahrungen aus erster Hand, welche die Forschung um eine weitere Perspektive bereicherten. Dennoch lässt sich aufgrund der Komplexität der Materie keine abschließende Bewertung vornehmen. Das Kaffee-Paradoxon ist und bleibt auch in Zukunft ein Thema. Wären die Herausforderungen, die Schwierigkeiten und die Ungerechtigkeit im Kaffeesektor mithilfe einer Anleitung überwindbar, so wäre dies schon längst geschehen. Selbst die Formulierung einer Handlungsempfehlung gestaltet sich schwierig.

Der Faire Handel ist bereits eine Bewegung, welche es sich zum Ziel gemacht hat, andere Relationen im Kaffeeanbau zu verwirklichen. Die Vor- und Nachteile der Bewegung, und insbesondere die von Fairtrade, wurden in der Arbeit aufgezeigt. Auch hier kann kein klares Ergebnis festgestellt werden. Der Gedanke von Fairtrade ist in jedem Fall richtig und wichtig. Nach den Ausführungen von Mesfin Tekle zeigt die Zertifizierung auch ihre Wirkung. Allerdings lässt sich aus der Kritik an Fairtrade und auch aus dem Experteninterview eine Tendenz erkennen, in welche Richtung der Kaffeesektor und der Faire Handel sich idealerweise entwickeln sollten, um den KleinbäuerInnen aus ihrer Abhängigkeit zu verhelfen. Der Ansatz lautet: **Hilfe zur Selbsthilfe**. Nur so können die Strukturen in den Anbauländern gebrochen, anschließend neu aufgebaut und langfristig erhalten werden. Aus Mesfin Tekles Antworten im Interview geht deutlich hervor, dass insbesondere die ländlichen sowie die gesellschaftlichen Strukturen und die fehlende Unterstützung der KleinbäuerInnen zu deren Abhängigkeit führen. Projekte wie das Gartenkaffeeprogramm in Kaffa leisten einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Situation, vor allem dadurch, dass die nötige Aufmerksamkeit und das Wissen an die Regierungsbehörden herangetragen werden. Die Politik, national sowie auf kommunaler Ebene, ist der Schlüssel zur Bekämpfung der

Ursachen. Die KleinbäuerInnen benötigen Leitbilder und einen Rahmen an funktionierenden Strukturen, um letztendlich auf eigenen Beinen stehen zu können.

Ein Zitat soll an dieser Stelle den Schluss bilden:

„Visionen sind die Leitbilder der Gegenwart und sie verändern die Zukunft.“

- Rainer J. Stawski

Anhang

Anhang 1: Interviewleitfaden.....	VI
Anhang 2: Audiodatei.....	VIII
Anhang 3: Interview Transkription.....	IX

Anhang 1: Interviewleitfaden

<p>Topic: Sustainable coffee cultivation - social and environmental challenges using the example of Ethiopia</p> <p><i>General information about the interview partner</i></p> <p>Name: Mesfin Tekle</p> <p>Employer: NABU (Naturschutzbund Deutschland) e.V.</p> <p>Job: Senior Advisor for Strategic Liaison, Fundraising and Quality</p> <p>Date of the interview: 18.08.2023</p>	
<p>Introduction</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Thank you for agreeing to participate in the interview - First you are welcome to introduce yourself - Today I would like to ask you some questions about the Kaffa biosphere reserve, focusing on coffee cultivation and supposed social and environmental challenges - <u>Declaration of consent for call recording:</u> I would like to record the conversation so that no information is lost. Do you agree with the recording of the conversation?
<p>Guiding questions</p>	<p>Question 1 You are the NABU's local project coordinator of the Kaffa coffee biosphere reserve. Can you tell me about the development of the project and your main tasks in this position?</p> <p>Question 2 The region is known as the origin of coffee. How would you describe the impact and importance of coffee cultivation on the involved people?</p> <p>Question 3 One of the projects partners is Fairtrade. In 2006 the KFCFCU got certified by Fairtrade. Since then, have there been noticeable benefits? For example, an improvement in the income of smallholders?</p>

	<p>Demand: What other advantages would you name? Are there any disadvantages?</p> <p>Question 4 According to my research most of the families involved in coffee cultivation still live in poverty. What are the biggest social challenges that arise due to the lack of financial resources?</p> <p>Question 5 What are your approaches to address the challenges?</p> <p>Question 6 A major challenge of a different kind is the climate change. What are the consequences for coffee cultivation?</p> <p>Question 7 Do you have a solution or approach to counteract the problems of climate change?</p> <p>Question 8 In your Opinion, what are the biggest successes of the project so far?</p> <p>Question 9 Would you say it makes a difference whether consumers buy conventional coffee or certified coffee, and how do you think the coffee sector will develop in the future?</p> <p>Question 10 Would you like to add anything to your remarks?</p>
--	---

Anhang 2: Audiodatei

[Ihre Aufzeichnung 1.wav](#)

https://1drv.ms/u/s!AoivkJjSh3jcj0RKok_kOuhJG2e

Anhang 3: Interview Transkription

Interviewerin: Hannah Roese

Experte: Mesfin Tekle

Abs. 1: 00:00:04

I: Okay thank you again for agreeing to participate in the interview. First Welcome and thank you if you like you can introduce yourself.

Abs. 2: 00:00:15

E: My name is Mesfin Tekle. I'm an Ethiopian working for NABU since 12 years, and I am Senior Advisor for Strategic Liaison, Fundraising and Quality for NABU Africa Regional Office based in Addis Ababa.

Abs. 3: 00:00:37

I: Okay Thank you. Today I am going to ask you some questions about the Kaffa biosphere reserve, focusing on coffee cultivation and supposed social and environmental challenges. I would like to record the conversation so that no information is lost. Do you agree with the recording of the conversation?

Abs. 4: 00:00:55

E: Yes.

Abs. 5: 00:00:56

I: Alright. Then, if you're fine I would start with the first question. As you already told us, you are the NABU's local project coordinator of the Kaffa coffee biosphere reserve. Can you tell me about the development of the project and your main tasks in this position?

Abs. 6: 00:01:10

E: Yes, I think the NABU together with other German partners PPP started some conservation, sustainable conservation in the livelihood project in 2006, and NABU

caught the idea of enrolling Man and the Biodiversity/MAB programm-Man and the biosphere reserve the globally accepted programm under UNESCO. And since 2008 the establishment process for the Kaffa coffee biosphere reserve started where I was employed as planner and coordinator of the Kaffa Coffee Biosphere Reserve.

Abs. 7: 00:02:26

I: Yes, thank you. The region is also known as the origin of coffee. How would you describe the impact and importance of coffee cultivation on the involved people?

Abs. 8: 00:02:36

E: Yes, I think the coffee history is a very long lime lapsed process which also has changed over time, and when we come to the current status, wild coffee still exists, and wild coffee is also to some extend modified for high production. And most of the people are dependent on natural resources, including forest products. And because of that coffee cultivation has a process which has effect on coffee genetic pool and the cultivation in the environment. But also, there are elements where cultural and social skills and indigenou knowledge which also create good actions in terms of presenting sustainable management and protection from total extinction.

Abs. 9: 00:07:07

I: Yes, thank you. My next question would be: one of the project partners is Fairtrade. In 2006 the KFCFCU got certified by Fairtrade. Since then, have there been noticeable benefits, for example an improvement in the income of the smallholders?

Abs. 10: 00:07:23

E: Yes, I think this improvement of income in other elements can be categorized into two. First structurally price setting was initially set by the local merchants who determine with no standards. With Fairtrade the buyer and the seller are negotiated and there are also elements that the minimum price is set for the quantity and fulfilment of other standards that the fairtrade put. Because of that there was an income for individuals who applied, their coffee to pass to Fairtrade business chain.

And on the second aspect, it also shaped the price setting mechanism locally. So, it's not only for those who directly engage to the Fairtrade scheme, but the other farmers who are not involved, have a locally modification of price. And second, price is a factor of quality management. This knowledge also improved local farmers to make good quality coffee and know that to bargain for a better price because of quality management. This knowledge brought additional new buyers from even Addis and interest from abroad. So, Fairtrade has a direct impact on the income and also side effects as a structural system. So, that the knowledge, the effort and readiness of other farmers who are not involved have benefited from income because they knew that managing meeting quality brings different market opportunities where they can bargain and sell to those offers a good price. And this also has a direct impact for farmers to keep the quality and management system. So, I think there are the two aspects that Fairtrade has brought in terms of spill-over off positive effect has also benefitted for those other farmers.

Abs. 11: 00:09:23

I: Okay, interesting. Would you say there are any disadvantages after the certification?

Abs. 12: 00:09:29

E: Yes, one of the disadvantages is, most of the farmers who are cultivating the Kaffa coffee biosphere reserve are new to the system, and their structure and organisation is very strong ineffective, not experienced, not well established. The first thing is payment. There is a payment for the certification. And since very early period it has been very difficult for the farmers to pay for the certification. In a groupwise. So, this seems a taboo for not expanding. Second, the knowledge is key to comply these requirements, and it is another challenge which makes some farmers retreat or remain outside this. Also, they see the benefits but their capacity is another limiting. So, these two elements are the main challenges or problems that are felt structurally.

Abs. 13: 00:10:20

I: Okay, I'm sorry could you repeat the second element because I think there was some internet disconnection again.

Abs. 14: 00:10:24

E: Yes, I think the first one is cost for certification. Second is skill capacity.

Abs. 15: 00:10:30

I: Skill capacity?

Abs. 16: 00:10:31

E: Yes.

Abs. 17: 00:10:35

I: Okay, thank you. My next question would be: According to my research, most of the families involved in coffee cultivation still live in poverty. What are the biggest social challenges that arise due to the lack of financial resources?

Abs. 18: 00:10:48

E: I think the people in Africa in general, in Ethiopia, and also in Kaffa, there are a number of factors which affect the structural challenges dwelling within the structure those enable people to get out of poverty. Which suppose them to develop are not welcome grounded and relevant to that area. And people in Kaffa structurally, forest product development and use is also influenced by government elite. So, there is a segregation among society gender wise, clan wise, even economic status wise. And there is no ground state or laid for identifying this and providing targeted support or extension which addresses the different category challenges and needs. And this is still a complex system. And second, the financial system is also a bit pro urban, pro town, pro elite. The rural people don't have access to financial mechanisms. To harness with good investment. So even cooperatives sometimes suffer from paying for individual suppliers of coffee and transporting costs. Individuals need money the most when coffee harvest is mature. The season

for coffee harvest and the season where households need money is coincidence. So, school payment, different celebrations, tax payment, all of this adds financial pressure for households in the rural. And one of the mechanisms to solve this is to sell coffee. If you don't pay immediately to them in terms of finance, then people will deviate and go to any buyer who is ready, even though it is low price who can make available the money immediately up on coffee supply because of that this gives the people to be exploited by those impacts and this affects farmers, learning their weakness and their huge demand for money.

Abs. 19: 00:12:43

I: They just want to sell the coffee by any chance to anyone?

Abs. 20: 00:12:46

E: Yes, that has been a continued challenge for people who don't benefit from the current development/improvement of the market. Secondly is climate change. Coffee is not as suitable as it was two, three decades ago. Because of the climate, production and productivity are changing in a negative way. If one year the harvest is good, the next year the harvest will be affected by moisture stress, nutrient cycling, even health problems. Malaria is now becoming more and more prominent. These all affect labour availability for individuals and these all are exacerbated the persistence of poverty individually at household level and at community level.

Abs. 21: 00:03:36

I: Do you have, not like a solution, but any approaches to counteract the problems of climate change or of the social challenges?

Abs. 22: 00:13:44

E: Yes, we are promoting the sustainable agriculture, green development, optimization of activities for priority towards sustainability/ long-term effect and this is one of the actions and even these coffee related we do is garden coffee, organic garden coffee cultivation and marketing. We promote organic, not to bring any extra chemicals. And we promote agroforestry, where shade trees are planted

so the environment, the microenvironmental climate conditions are improved in moisture, humidity, soil fertility. And the overall ecosystem cycle is considered to be the priority farming system component. With this, I think we have successful projects, which people are moving from cereal crops where only bare land cultivation to tree based multistorey moisture maintaining micro-climatic conditions are improving. So, this is an effort which we can call as mitigation plus also adaptation. And adaptation is in the highland there was no trend of coffee growth because the coffee ideal agro-ecologic range is limited to mid-highlands and now we went extended up to highlands and advise people to have this integrated greed cultivation system under Enset which is called false banana under native trees, under successive storeys; upper storeys with trees, middle storeys coffee and lower stories with spices because the coffee ideal agro-ecologic zone is limited now. We went extended up and advise people to have this integrated green coffee cultivation system.

Abs. 23: 00:15:32

I: Okay great. So, while we're at it, in your opinion what are the biggest successes of the project so far?

Abs. 24: 00:15:38

E: Knowledge, awareness. It is not limited to farmers and to their local institutions only but up to officials who are making policies and programmes. We have been bringing this awareness to motion, to bring issues, challenges and possible mechanism to be acted as real as possible. Because of that you can see the issues I presented to you, being up taken by the government, many farmers, even partner NGO's. This is one of the promotions. Second, to bring buyers from Europe to connect them with individual farmer's institutions to have long term clientele relation. To give one example, Original-Foods, for the last 17 years, they'd been having long term business relationships with standards of organic, socially responsible, environmentally safe production system. When the Kaffa Forest Coffee Farmers Union has brought one company from Germany to buy organic certified garden coffee. And this also brought another issue that expands organic

garden coffee production in marketing with some identified and verified standards in terms of cultivations, species or variety, in terms of practice, in terms of handling labourer's household, women. And in terms of the processing, including waste management and reuse. Like the coffee husk is now converted to bricks, sort of charcoal which replaces wood charcoal, which also avoids the waste which would have been polluted otherwise if it has not been used for charcoal. So, this sort of standards were introduced due to the client relations the demander who want to consume the product wants the production system then the individual farmers want better price and try to meet the requirement of the buyer. So, this sort of development is a business-related showcase for green, sustainable and socially just market chain/linkage in coffee system.

Abs. 25: 00:15:50

I: So, would you say it makes a difference whether consumers buy conventional coffee or certified coffee?

Abs. 26: 00:17:55

E: Yes, because the awareness is broadening, and the national government is also looking into the historic trend of cultivation. It has been declining when you bring to organic certified coffee, these environmental issues, social issues and structural issues become very valuable for sustainability, optimisation and also safe and secure livelihood for the population. Then policy element revisions fulfilling that on the other hand individual producers knew that, if they organise into a group and respond to what is required aboard and there are so many buyers who will have better price, who will have a long term agreement who can be relied for marketing for five, six, ten years, then the farmers start planning, not only for this year's season, but next year I will sell this and gain this amount. So, I should look into my development plan for the next year. This sort of positive things have been coming because of the certified, fairtrade related marketing product than the conventional. In the conventional way of harvest, they take the product, and they sell to whoever is encountered in the first instant there is no memory. And there is no historic relation between buyers and producers will be reminded, when the next harvest

season and the next year comes, and they do. But with this they start and there is a very strong connection and like mindedness in terms of coffee product.

Abs. 27: 00:19:33

I: So, to end the interview, how do you think the coffee sector will develop in the future? In Kaffa, or world wise, what will be like some trends?

Abs. 28: 00:19:45

E: Yes, so I think there are two corners of good news: the consumers, there are more and more, not only in number but in the number of cups of consumption. On the producer side, they know that development, livelihood improvement can come when the farmer is looking for options, different options. Not only looking but understanding the needs of those good price offers Offering institutions because of that readiness from both sides is available the government is playing that role as program-based development activities like in Kaffa where the garden coffee management program is being incorporated into the zonal coffee and tea authority that is responsible for that activity. So, it becomes broadened all aspects. This converts cereal based cultivation into green-tree covered and safely managed systems; eco-regional elements are adding up. And once the consumers clarify selection, identification and digitalization becomes a tool to ensure this then they maintain security of both sides. Digital information taking GIS/GPS into traceability mechanism is also one element. The consumer of the company in Europe or in America has the information from a known location where this coffee grows. So, google or other mechanisms of internet-based information exchange that creates close attachment and there are more and more visits from companies, from Europe or others to the land, to the area wherefrom the product comes. They started connecting, they see development, rules and regulations like EU-certifications schemes all developments are brought as early as possible to the producers or to their institutions, to the industry. So, it gives them to be ready, to comply with and pass all check points. So, I think this is developing and growing. The world together will pay for what is good for the environment, and what is good for the people, the producers and the consumers.

Abs. 29: 00:21:49

I: Okay thank you. That would be it with my questions. Would you like to add anything to your remarks?

Abs. 30: 00:21:55

E: Yes, I think coffee cultivation has another element. There are other coexisting products: spices, tea and fruits. So, I think this is a broad integrated farming system which contributes positively to the environment, to the local people and consumers somewhere in Europe or in America will better be served. So, this production system should be bilateral or multilateral issue to push forward, to have this support and cooperation in this direction, and let the policy and implementation encourage promote and support or coffee quality, not picking some issue but total or as holistic. The concept based on collaboration and cooperation might bring a huge change in five, ten years.

Abs. 31: 00:22:51

I: Okay. Thank you very much again. Yes, that was it, that was my interview.

Literaturverzeichnis

ATTESLANDER, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, 13. „neubearbeitete und erweiterte Auflage“, Berlin, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co, 2010

BAUM, Holger; OFFENHÄUßER, Dieter: Kaffee: Armut – Macht – Märkte; Ein Produkt und seine Folgen, Unkel/Rhein, Horlemann, 1994

BESTHELP.AT: Lexikon – Armut, [online] <https://www.besthelp.at/lexikon/armut> [27.08.2023]

BOGNER, Alexander; Littig, Beate; Menz, Wolfgang (Hrsg.): Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung, Opladen, Leske + Budrich, 2002

BUNDESINFORMATIONSZENTRUM Landwirtschaft: Agroforstwirtschaft – ökologisch und ökonomisch vielversprechend, [online] <https://www.praxis-agrar.de/pflanze/ackerbau/agroforstwirtschaft#:~:text=Geh%C3%B6lze%20mit%20Ackerkulturen%20oder%20Gr%C3%BCnland,f%C3%BCr%20die%20Tierhaltung%20verwendet%20werden.> [27.08.2023]

BUNDESMINISTERIUM für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (a): Fairer Handel - ein Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung, Stand 21.04.2023, [online] <https://www.bmz.de/de/themen/fairer-handel> [04.08.2023]

BUNDESMINISTERIUM für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (b): Lexikon - Armut, [online] <https://www.bmz.de/de/service/lexikon/armut-14038#:~:text=Als%20absolute%20Armut%20ist%20dabei,jeweiligen%20gesellschaftlichen%20Umfeld%20eines%20Menschen.> [27.08.2023]

CZADUL, Sandra: Der Klimawandel und die paradoxe Welt des Kaffees, in: Environition, 22.02.2019, [online] <https://environition.at/der-klimawandel-und-die-paradoxe-welt-des-kaffees/> [14.08.2023]

DAVIRON, Benoit; PONTE, Stefano: The Coffee Paradox – Global markets, commodity trade and the elusive promise of development, London, Zed Books Ltd in association with the CTA, 2005

DEUTSCHER KAFFEEVERBAND (a): Die Geschichte des Kaffees, [online] <https://www.kaffeeverband.de/de/kaffeewissen/geschichte> [30.06.2023]

DEUTSCHER KAFFEEVERBAND (b): Von der Pflanze zur Bohne, [online] <https://www.kaffeeverband.de/de/kaffeewissen/von-der-pflanze-zur-bohne> [10.07.2023]

DEUTSCHER KAFFEEVERBAND (c): Handel, Kaffeepreis und Logistik, [online] <https://www.kaffeeverband.de/de/kaffeewissen/handel#kaffeewissen-slider-79> [28.07.2023]

DIE KAFFEELSEITE (a): Die Geschichte des Kaffees, [online] <https://www.die-kaffeeseite.de/die-geschichte-des-kaffees.php> [30.06.2023]

DIE KAFFEELSEITE (b): Die größten Kaffeeproduzenten der Welt, [online] <https://www.die-kaffeeseite.de/die-groessten-kaffeeproduzenten-der-welt.php> [24.07.2023]

DOHMEN, Caspar: Das Prinzip Fairtrade – vom Weltladen in den Supermarkt, Berlin, Orange-press, 2017

EDELBAUER, Leopold J.: Kaffee – Alles über ein Genussmittel, das die Welt veränderte, Wien, Pichler Verlag, 2000

EDEN SPRINGS: Die Legende von der Entdeckung des Kaffees [online]
<https://www.edensprings.de/blog/die-legende-von-der-entdeckung-des-kaffees>
[30.06.2023]

EICKE, Stephan: Die Enttäuschung: Fairtrade im Wandel der Zeit, in: Coffee Circle, 28.02.2022, [online] <https://www.coffeecircle.com/de/b/fairtrade-enttaeuschung> [26.08.2023]

ESPRESSO INTERNATIONAL: Die Entdeckung der Kaffeebohne [online]
<https://www.espresso-international.de/entdeckung-der-kaffeebohne> [30.06.2023]

FAIRTRADE (a): Fairtrade Kaffee, [online] <https://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/kaffee> [18.07.2023]

FAIRTRADE (b): Die Kafa Forest Coffee Farmers Cooperative Union, [online]
<https://www.fairtrade-deutschland.de/fuer-unternehmen/unsere-service/ausser-haus-markt/kaffee-roest-handwerk/portrait-kaffa-forest-coffee-farmer-union>
[12.08.2023]

FAIRTRADE (c): Fairtrade erhöht Mindestpreis für Kaffee, [online]
<https://www.fairtrade-deutschland.de/service/presse/details/fairtrade-erhoeht-den-mindestpreis-fuer-kaffee-10847> [23.08.2023]

FAIRTRADE (d): Fairtrade International, [online] <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-system/fairtrade-international>
[23.08.2023]

FAIRTRADE (e): Fairtrade - Standards, [online] <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards> [23.08.2023]

FAIRTRADE (f): Fairtrade – Siegel, [online] <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-siegel> [23.08.2023]

FAIRTRADE (g): Wegweiser für interessierte Unternehmen, September 2021, [online] [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/05_fuer_unternehmen/01_aktiv_werden/03_partner_werden/Fairtrade_Wegweiser-fuer-interessierte-Unternehmen.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/05_fuer_unternehmen/01_aktiv_werden/03_partner_werden/Fairtrade_Wegweiser-fuer-interessierte-Unternehmen.pdf) [26.08.2023]

FAIRTRADE AND CLIMATE CHANGE: Systematic review, hotspot analysis and survey, Oktober 2021, Amsterdam and Zollikofen, [online] https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/01_was_ist_fairtrade/04_fokusthemen/Klimawandel/2021_10_Fairtrade-and-climat-change_full_compressed.pdf [24.08.2023]

FINK, Robert: Im Vergleich: Arabica und Robusta, in: Coffee Circle, 29.11.2019, [online] <https://www.coffeecircle.com/de/b/arabica-robusta-unterschied> [13.07.2023]

FLICK, Uwe: Qualitative Sozialforschung – Eine Einführung, 6. Auflage, Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, Juni 2014

GENAU, Lea: Ganz einfach die richtige Interviewform finden, in: Scribbr, 14.08.2020, aktualisiert am 06.12.2021, [online] <https://www.scribbr.de/methodik/interviewformen/> [22.08.2023]

GEO SCHÜTZT DEN REGENWALD e.V.: Rettung für die Kaffeewälder in der Kaffa-Region, Januar 2020, [online] <https://www.geo.de/natur/regenwaldverein/6261-rtkl-aethiopien-rettung-fuer-die-kaffeewaelder-der-kaffa-region> [12.08.2023]

GLANIA, Guido: Das Welthandelsgut Kaffee – Eine wirtschaftsgeographische Studie, Europäische Hochschulschriften, Reihe 5 Volks- und Betriebswirtschaft, Bd. 2130, Frankfurt am Main, Peter Lang, 1997

GLÄSER, Jochen; Laudel, Grit: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrument rekonstruierender Untersuchungen, 4. Auflage, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2010

HAEFELE, Boris: Kaffeepreise zwischen Anbau, Arbeitsbedingungen und Aktienkursen – Die Entstehung und Entwicklung von Kaffeepreisen, in: Roastmarket Magazin, 05.08.2016, [online] <https://www.roastmarket.de/magazin/kaffeepreise-die-entstehung-und-entwicklung/> [27.07.2023]

HAHN, Martina; HERRMANN, Frank: Fair einkaufen – aber wie? Der Ratgeber für Fairen Handel, für Mode, Geld, Reisen, Elektronik und Genuss, 5. Auflage, Frankfurt a. M., Brandes & Apsel Verlag GmbH, 2015

HÜTZ-ADAMS, Friedel; MÜRLEBACH, Mara: Auf ein Tässchen – Die Wertschöpfungskette von Kaffee, SÜDWIND Institut für Ökonomie und Ökumene, Bonn, Januar 2020, [online] 2020-04 FS Auf ein Tässchen. Soziale und ökologische Herausforderungen im Kaffeeanbau.pdf (suedwind-institut.de) [14.08.2023]

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (a): Trade Statistics Tables – Coffee production by exporting countries, Mai 2021

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (b): About Statistics of the ICO, [online] https://www.ico.org/about_statistics.asp [27.07.2023]

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (c): Monthly Coffee Market Report June 2023

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION (d): Historical Data, ICO composite and group indicator prices (annual and monthly averages),

JURA: Die Geschichte des Kaffees in 4 Akten [online]
<https://www.juragastroworld.de/de/kaffeewelt/geschichte-des-kaffees>
[06.07.2023]

KAFFA COFFEE BIOSPHERE RESERVE: Contact, [online] <https://www.kafa-biosphere.com/contact/> [22.08.2023]

KAFFALAND: Der Regenwald, [online] <http://contao.kaffaland.de/der-regenwald.html> [12.08.2023]

KAFFEE KOOPERATIVE: Lebensgrundlage in Bedrohung? Die Auswirkungen des Klimawandels auf Kaffeebauer*innen, 14.10.2021, [online] <https://kaffee-kooperative.de/klimawandel/#:~:text=Experten%20gehen%20davon%20aus%20%20dass%20in%20den%20n%C3%A4chsten,Coffee%20Production%2C%20Columbia%20Center%20on%20Sustainable%20Investment%2C%202019%29.>
[24.08.2023]

KAFFEEZENTRALE (a): Die Geschichte des Kaffees, 18.09.2020 [online]
<https://www.kaffeezentrale.de/magazin/die-geschichte-des-kaffees/> [30.06.2023]

KAFFEEZENTRALE (b): Die Kaffeepflanze Coffea, [online]
<https://www.kaffeezentrale.de/die-kaffeepflanze-coffea> [10.07.2023]

KAFFEEZENTRALE (c): Anbauländer – Vietnam, [online]
<https://www.kaffeezentrale.de/vietnam> [24.07.2023]

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT: Quantitative vs. qualitative Forschung, [online] <https://eo-vmw-jwpa.ku.de/journalistik/methoden/untersuchungsvorbereitung/verifikation-falsifikation/> [22.08.2023]

KUNKEL, Alex: Kaffee Global, in: Röster – Das kritische Kaffee-Portal, [online] <https://worldcoffee.info/kaffee-zweit-wichtigstes-handelsgut-nach-erdoel-korrektur-einer-legende> [18.07.2023]

LACKER, Johannes: Der Unterschied zwischen Arabica- und Robusta-Kaffee, in: Kaffee Rauscher, 18.06.2020, [online] https://kaffee-rauscher.de/unterschied-arabica-kaffee-robusta-kaffee?msclkid=1c5154d6e5401bfbb76a30786b30e941&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=SEA%20%7C%20DSA&utm_term=kaffee%20rauscher&utm_content=DSA%20%7C%20alle%20Webseiten [12.07.2023]

MANFRED-HERMSEN-STIFTUNG für Natur und Umwelt: Biosphärenreservat im Wildkaffeewald Äthiopiens, [online] <https://www.m-h-s.org/de/projekte/afrika/kafa-biosphaerenreservat/> [04.07.2023]

MASKAL FINE COFFEE COMPANY: Wildkaffee in Äthiopien, [online] <https://maskal.de/kaffee/dossier-wildkaffee/> [03.07.2023]

MEYER, Luca: Fair Trade, in: Kaffee.org, [online] <https://kaffee.org/fair-trade> [28.07.2023]

ORIGINAL FOOD (a): Partner, [online] <https://www.originalfood.coffee/partner/> [11.08.2023]

ORIGINAL FOOD (b): Home, [online] <https://www.originalfood.coffee/> [11.08.2023]

PENDERGRAST, Mark: Kaffee – Wie eine Bohne die Welt veränderte, übersetzt aus dem Amerikanischen von Stephan-Alexander Ditze, 3. Auflage, Bremen, Edition Temmen, 2006

PENDERGRAST, Mark: Coffee second only to oil? Is coffee really the second largest commodity? Mark Pendergrast investigates and finds some startling results, in: The Free Library, 01.04.2009, [online] <https://www.thefreelibrary.com/Coffee+second+only+to+oil%3F+Is+coffee+really+the+second+largest...-a0198849799> [18.07.2023]

QUAAS, Ruben: Fair Trade – Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees, Köln: Böhlau Verlag, 2015

ROSSKAMP, Robert; SAUERBIER, Rolf: Kaffee-Irrtümer, Bremen, Edition Temmen, 2018

SPRINGER GABLER: Wirtschaftslexikon, Definition: Was ist „Wertschöpfungskette“, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/wertschoepfungskette-50465> [21.07.2023]

STATISTA (a): Kaffee-Weltweit, [online] <https://de.statista.com/outlook/cmo/heissgetraenke/kaffee/weltweit> [27.07.2023]

STATISTA (b): Kaffee: Konsum und Anbau – Statistiken und Daten, 26.06.2023, [online] <https://de.statista.com/themen/171/kaffee/> [28.07.2023]

STEWART, Paul: Brewing Prosperity – Coffee, in: TechnoServe – Business Solutions to Poverty, [online] <https://www.technoserve.org/our-work/agriculture/coffee/#:~:text=Coffee%20is%20more%20than%20just,living%20below%20the%20poverty%20line.> [14.08.2023]

STIFTUNG WARENTEST (a): Nachhaltigkeitssiegel – Fairtrade: Der Marktführer, 20.05.2016, [online] <https://www.test.de/Nachhaltigkeitssiegel-Koennen-Verbraucher-Fairtrade-Utz-Co-vertrauen-5007466-5007476/> [23.08.2023]

STIFTUNG WARENTEST (b): Nachhaltigkeitssiegel – Naturland Fair: Stark im Umweltschutz, 20.05.2016, [online] <https://www.test.de/Nachhaltigkeitssiegel-Koennen-Verbraucher-Fairtrade-Utz-Co-vertrauen-5007466-5007477/> [23.08.2023]

TCHIBO (a); Liedtke, Arnd: Kaffeereport 2023, Hamburg, brand eins, Statista, 2023, [online] <https://bkpublish-frontend.blaetterkatalog.de/frontend/getcatalog.do?catalogId=482016> [24.08.2023]

TCHIBO (b): Nachhaltigkeitsbericht 2021 – nach den Standards der Global Reporting Initiative (GRI), Hamburg, 2022

TCHIBO (c): Transparenz ist kein Selbstzweck, [online] <https://www.tchibonachhaltigkeit.de/de/verantwortung-uebernehmen/lieferkettentransparenz> [25.07.2023]

THIELKING, Hedda: Kaffee: Erzeugung, in: Bundeszentrum für Ernährung, 09.10.2019, [online] <https://www.bzfe.de/lebensmittel/vom-acker-bis-zum-teller/kaffee/kaffee-erzeugung/> [12.07.2023]

UNESCO: Kafa Biosphere Reserve, Ethiopia, [online] <https://en.unesco.org/biosphere/africa/kafa> [04.07.2023]

WELTEXPORTE, Das Fachmagazin: Die weltweit größten Exportländer von Kaffee, 16.11.2021, [online] <https://www.weltexporte.de/kaffee-exporte/> [26.07.2023]

WILDERMUTH, Volkart: Äthiopien – Gesundheit für alle, in: Deutschlandfunk, 07.10.2018, [online] <https://www.deutschlandfunk.de/aethiopien-gesundheit-fuer-alle-100.html> [16.08.2023]

Erklärung

„Ich versichere, dass ich diese Bachelorarbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten oder Konzepte sind unter Angabe der Quelle gekennzeichnet. Mir ist bekannt, dass meine Abschlussarbeit von Seiten der Hochschule mit einer Plagiatssoftware überprüft werden kann.“

Datum, Unterschrift