

**Wer zahlt den Preis?**

**World of Coffee 2019 | Berlin, Deutschland**

**6. Juni 2019 14:00-15:30 Uhr Raum Stuttgart/19**

**Hinterer Raum 1.1: 2. Stock. Messe Berlin**

**DIE KRISE**

Am 12. April 2019 erreichte der Kaffeepreis seinen niedrigsten Stand seit 12 Jahren, US$ 90/100 lb für gewaschener Arabica-Kaffee an der New Yorker Börse. In den letzten Tagen lag der Preis zwischen US$ 100 und US$ 110 und damit unter dem Wert des Kaffees in den 80er Jahren des letzten Jahrhunderts. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass diese Preiskrise für Kaffeeproduzenten eher ein dauerhaftes als ein zyklisches Phänomen ist.

Die jüngste Verschärfung der Krise hat bei Millionen von Familien kleiner Kaffeeproduzenten in der Welt zu einer humanitären Katastrophe und einer Notsituation geführt: Aufgabe der Tätigkeit, Migration, Übergang zu illegalen Ernten und Abholzung, Arbeitslosigkeit und Armut. Es geht um ein echtes aktuelles Problem und nicht um ein Problem, das langfristig gelöst werden kann.

Wir sehen die Marktkontrolle durch wenige große Kaffee-Konsortien und Supermärkte, die den Kaffee abwerten, auch wenn er ökologisch und fair zertifiziert ist, und ihn zu Dumpingpreisen verkaufen und unlauteren Wettbewerb mit kleinen und mittleren Unternehmen führen, die seit jeher Kleinproduzenten verpflichtet sind.

Die Produzenten von Qualitätskaffee sind nicht immun gegen dieses Phänomen. Niedrige Marktpreise fördern die Produktion und den Konsum von minderwertigen Kaffees und drücken gleichzeitig die Preise für hochwertige Kaffees. Die Lücke zwischen den Börsenkursen und dem, was Qualitätskaffees wirklich wert sind, ist für viele Unternehmen zu groß geworden. Zu behaupten, dass 100% des Marktes spezialisierter Kaffee ist, ist eine Utopie.

Wir wollen klarstellen, dass es sich nicht um eine Krise handelt, die von kleinen Kaffeeproduzenten verursacht wird. Überproduktion ist unter anderem auf hohe Investitionen von Regierungen, Großproduzenten, transnationalen Konzernen und sogar Kooperationsagenturen in neue Produktionsgebiete zurückzuführen.

Andererseits sind die Preise für die Verbraucher seit diesem Preisverfall nicht wesentlich gesunken; das große Kaffeeunternehmen meldet historische Gewinne; nur die Hersteller tragen die Konsequenzen daraus.

**DIE PRODUKTIONSKOSTEN**

Bei SPP Global haben wir einen Mindestpreis für Bio-Kaffee von US$ 200/100 lb festgelegt, basierend auf einer im Februar 2010 veröffentlichten CLAC/SEM-Studie. Ein zusätzlicher SPP-Incentive von $20/100 lb ergibt ein Minimum von $220 USD/100 lb, das zu zahlen ist. Die kumulierte Inflation für die USA lag in den letzten 10 Jahren bei 1,8% pro Jahr, was bedeutet, dass die US$ 200 von damals etwa US$ 240 zum heutigen Realwert entsprechen, was über dem SPP-Minimum von US$ 220 liegt.

Neben den Auswirkungen der Inflation haben sich die Produktionskosten aus einer Reihe weiterer Gründe deutlich erhöht:

1. Erhöhte Marktanforderungen und Verpflichtungen der Kleinerzeuger in Bezug auf die Kaffeequalität. Die Qualitätsverbesserung betrifft alle Phasen des Produktions- und Verarbeitungsprozesses, in Form von Investitionen in individuelle und kollektive Infrastrukturen, Experimente, Schulungen, Inputs, Kontrollen und Arbeiten.
2. Erhöhung der Kosten für die Zertifizierung der verschiedenen verbindlichen und freiwilligen Normen, Gesundheit, ökologische Produktion, Nachhaltigkeit, Fair Trade, usw. Neue Verordnungen, wie das neue Gesetz über den ökologischen Landbau in der Europäischen Gemeinschaft, drohen unter anderem die Bio-Zertifizierung für Kleinproduzenten immer weniger zugänglich zu machen.
3. Die Klimainstabilität erhöht die Häufigkeit von Krankheiten, Dürren, übermäßiger Luftfeuchtigkeit und erzeugt größere Produktions- und Verarbeitungsrisiken in Bezug auf Investitionen und Produktivität; die Schwankungen sind extrem, mit Verlusten von bis zu 100% der Jahresproduktion.

SPP Global hat kürzlich einen kollaborativen Prozess eingeleitet, um die Kosten einer nachhaltigen, ökologischen Kaffeeproduktion aus einer für Kleinbauernorganisationen spezifischen Perspektive zu betrachten. Auf der einen Seite, einschließlich der Sichtbarkeit von versteckten Kosten, wie Familienarbeit, Subventionen, vererbte Produktionsmittel, finanzielle Ausgaben. Auf der anderen Seite die Integration einer Analyse negativer und positiver wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Auswirkungen oder "Externalitäten" der Produktionsweise kleiner Produzenten im Vergleich zur konventionellen Großproduktion.

**DIE WAHRHEIT SAGEN**

Für organisierte Kleinproduzenten ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Wahrheit über die Produktionskosten den Marktteilnehmern und schließlich dem Verbraucher mitgeteilt wird.

Transparenz und Ehrlichkeit sind Kernwerte, mit denen man nicht spielen kann. Was als nachhaltig verkauft wird, muss wirklich nachhaltig sein und nicht nur halbwegs. Wir sind sogar der Meinung, dass hochwertiger Kaffee in Tassen nicht wirklich von Qualität ist, wenn er nicht gleichzeitig wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltig ist.

Der Kaffeesektor muss erkennen, dass die aktuellen Preise für kleine Produzenten und die gesamte Kaffeeindustrie schädlich sind. Und wir können nicht von nachhaltigem oder fairem Kaffee gegenüber dem Verbraucher sprechen, wenn wir wissen, dass die gezahlten Preise kein wirklich angemessenes Einkommen für die dem Kaffee gewidmete Kleinproduzenten ermöglichen, wenn diese Einkommen ein Menschenrecht sind.

Man hört häufig, dass die Kaffeepreiskrise nur langfristige Lösungen hat, die vorerst nicht an Erzeugerpreise gezahlt werden können, die die Produktionskosten tatsächlich decken. Als alternative Strategien wird vorgeschlagen, dass die Produzenten effizienter, produktiver und diversifizierter werden, d.h. die Verantwortung für das Problem wieder ausschließlich auf die Seite der Produzenten gestellt wird.

Zu glauben, dass die Steigerung des Ertrags der Kaffeetätigkeit, um die Kosten zu senken, das Allheilmittel zur Lösung der Kaffeepreiskrise ist, würde bedeuten, den tatsächlichen Beitrag der kleinen Produktion in Bezug auf Umweltschutz, Schaffung von Arbeitsplätzen, soziale Integration usw. zu ignorieren. Wir würden auch in eine negative Spirale geraten, die die Situation der Kleinerzeuger nur verschlimmern und die Überproduktion fördern würde.

**ES IST MÖGLICH**

Wir sind gemeinsam mit unseren kommerziellen Verbündeten bei der Schaffung eines Marktes vorangekommen, der die von uns, den Kleinerzeugern, vorgeschlagenen Mindestpreise respektiert, mit Durchschnittswerten über dem für das SPP geltenden Mindestbetrag von 220 US-Dollar. Glücklicherweise gibt es immer mehr Kleinst-, Klein- und Mittelbetriebe, die sich an Kleinproduzenten binden, die diese Preise einhalten und ein jährliches Wachstum von mehr als 40% des Marktwerts von SPP-Kaffee erzielen, sowohl im Segment der Fachgeschäfte als auch in bestimmten Supermärkten.

Darüber hinaus haben sich einige führende Unternehmen im Bereich des hochwertigen nachhaltigen Kaffees entschieden, ihre Mindestpreise mit denen des SPP zu vereinheitlichen, unabhängig von den von ihnen verwendeten Zertifizierungen.

**EIN DRINGLICHER PAKT**

Wir schlagen einen nachhaltigen Kaffee-Sektor-Pakt zur Bekämpfung der Preiskrise für kleine Kaffeeproduzenten vor. Dieser Pakt sollte die folgenden Aspekte umfassen: 1) Verstärkte Käufe und Verkäufe von Produkten nachhaltiger Kleinerzeuger zu wirklich angemessenen Preisen; 2) Freiwillige Regulierungsinitiativen sollten in Bezug auf die Produktionskosten, die sie als Referenz für ihre Preise verwenden, transparent sein und ihre Mindestpreise so bald wie möglich aktualisieren; 3) Studien über die Produktionskosten von Kaffee sollten aus der aktiven Perspektive von Kleinerzeugern gefördert werden, die in ihrer methodischen Gestaltung und Berechnung organisiert sind; 4) Drastische Maßnahmen gegen das Dumping der Kaffeepreise auf den Märkten sollten untersucht und gegebenenfalls gefördert werden; 5) Es sollte eine ausdrückliche Verpflichtung eingegangen werden, mit dem Sektor der organisierten kleinen Kaffeeproduzenten zusammenzuarbeiten und mit ihnen Investitionen außerhalb der Kundenbeziehungen zu tätigen; 6) Es sollte in die Durchführung von Studien investiert werden, um die negativen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen nicht nachhaltiger Produktion und nicht nachhaltiger Preise sichtbar zu machen und die positiven und tiefgreifenden Auswirkungen nachhaltiger Produktion in einem integralen Sinne sichtbar zu machen; 7) Nationale und internationale Gesetze, die die Vermarktung nicht nachhaltiger Produkte verbieten, sollten aktiv beeinflusst werden.◼