

Bonn, London, Utrecht, 18. Juni 2024

NEUE STUDIE ZEIGT: WIRTSCHAFTSMODELL DER KAFFEEINDUSTRIE NICHT ZUKUNFTSFÄHIG

- Neue Forschungsergebnisse zeigen, dass der Kaffeesektor insgesamt genug Gewinne erzielt, diese jedoch nicht bei den Kaffeebäuer*innen ankommen.
- Objektive, öffentlich zugängliche, vom Sektor verifizierte Daten machen die Verteilung von Wert, Kosten, Steuern und Nettogewinnmargen entlang der Kaffeewertschöpfungskette transparent.
- Global Coffee Platform (GCP), IDH und Solidaridad fordern die Kaffeeunternehmen auf, sich um eine bessere Verteilung der Wertschöpfung zu bemühen und gemeinsame Handelsgrundsätze festzulegen, um die Einkommen der Kaffeebäuer*innen nachhaltig zu verbessern.

GCP, IDH und Solidaridad haben eine Studie in Auftrag gegeben, die erstmals einen detaillierten und faktenbasierten Einblick in die Wertschöpfungsverteilung entlang der Kaffeelieferkette gibt. Die von der unabhängigen Organisation BASIC durchgeführte Untersuchung nutzt öffentlich zugängliche Daten des deutschen Kaffeemarktes, um objektive quantitative Schätzungen der Verteilung von Wert, Kosten, Steuern und Nettogewinnmargen sowie der Einkommen der Kaffeebäuer*innen entlang der Wertschöpfungskette von Kaffee darzulegen. Diese Ergebnisse wurden durch ausführliche Befragungen und Konsultationen mit unterschiedlichen Akteuren der Branche verifiziert und sind bezeichnend für die Verteilung der Wertschöpfung in anderen Märkten.

Aktuelle Wertverteilung wirtschaftlich nicht tragbar

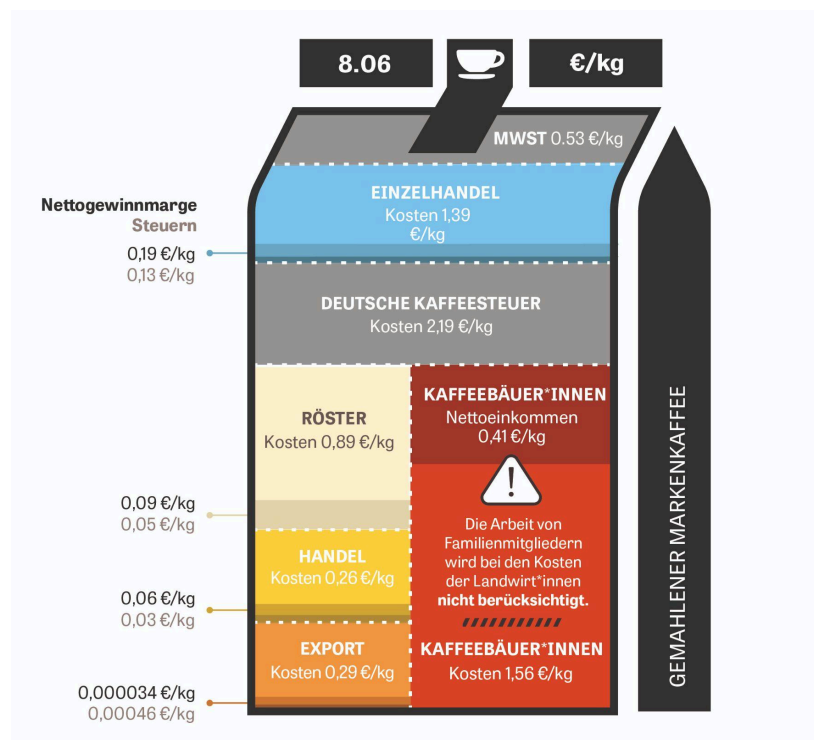


Abbildung 1: Kosten, Gewinnmargen, Steuern und Nettoeinkommen der Kaffeebäuer*innen in Euro pro Kilo gemahlener Markenkaffee.

Die Studie mit dem Titel "The grounds for sharing. A Study of Value Distribution in the Coffee Industry", die den deutschen Markt besonders in den Blick nimmt, zeigt eindeutig:

- Die Wertschöpfung findet weit entfernt von den Kaffeebauer*innen statt - auf Seiten der Importeure und Einzelhändler.
- Die Familienarbeit wird unterbewertet. Bei Kleinkaffeebauer*innen macht die Familienarbeit den größten Teil der Kosten aus, wird jedoch oft weder bezahlt noch eingerechnet. Damit erscheinen die Gewinnmargen der Kleinbauer*innen vermeintlich höher und verschleiern das Problem.
- Es gibt keine einfachen Lösungen. Neben den wichtigen Bemühungen des Sektors, die Rentabilität der Kaffeebauer*innen zu erhöhen, müssen neue Mechanismen zur Wertschöpfungsverteilung geschaffen und Handelsbedingungen ermöglicht werden, die der Vielfalt und Komplexität des Kaffeesektors gerecht werden.

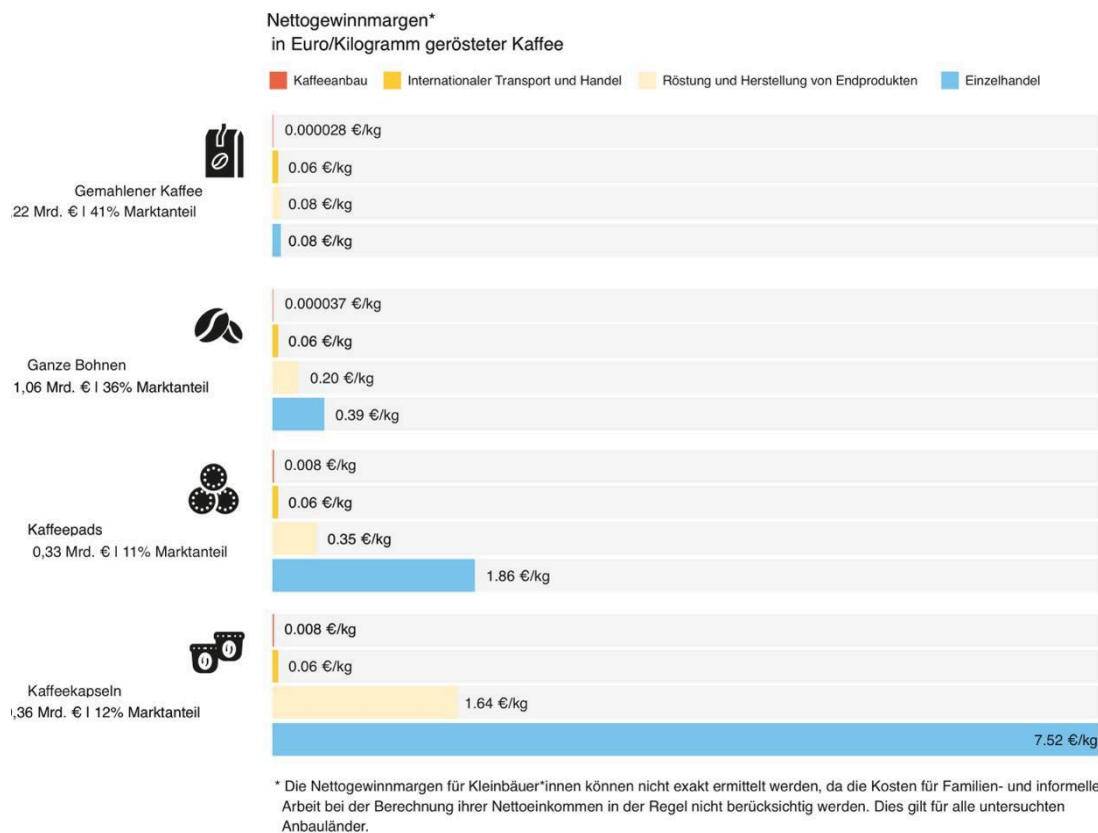


Abbildung 2: Nettogewinnmargen in Euro pro Kilo Röstkaffee.

Kaffeeunternehmen sind nicht nur selbst mit der Komplexität von Geschäftsaktivitäten in einkommensschwachen Ländern konfrontiert, sondern sie tragen mit ihren kollektiv etablierten Geschäftspraktiken auch maßgeblich zur strukturellen Armut der Kaffeebauer*innen bei.

Annette Pensel, Geschäftsführerin der Global Coffee Platform, sagt: "Die derzeitige Verteilung der Wertschöpfung macht die Kaffeeproduktion für die meisten Kaffeebauer*innen und den Planeten

wirtschaftlich unrentabel. Dies lähmt das Bestreben der Kaffeeindustrie, nachhaltig zu werden. Der Kaffeesektor muss sein Wirtschaftsmodell überdenken und gemeinsam handeln, um seine Zukunft zu sichern.“

Die Organisatoren der Studie schlagen Sektorgespräche vor

Die Preise, die Kaffeebäuer*innen für ihren Kaffee erhalten, sind von den Verbraucherpreisen abgekoppelt. Es fehlt an entsprechenden Mechanismen, um die Wertschöpfung besser zu verteilen.

Die Studie soll der Ausgangspunkt für neue Beschaffungspraktiken im Kaffeesektor sein, die eine bessere Wertverteilung ermöglichen. Die drei Organisationen streben eine Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen der Branche an, um in gemeinsamen Gesprächen nachhaltige und faire Beschaffungspraktiken zu diskutieren und sich zu diesen zu verpflichten.

Gemeinsam mit der Branche soll erörtert werden, wie solche Mechanismen aussehen könnten, um der Vielfalt der Kaffeebäuer*innen sowie den unterschiedlichen Herkünften Rechnung zu tragen.

Tessa Meulensteen, Direktorin Agri-Commodities von IDH, sagt: „Es sind zwei wichtige Maßnahmen erforderlich: Erstens muss sich der Sektor zu Beschaffungspraktiken verpflichten, die eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung ermöglichen. Zweitens sind Partnerschaften in der Lieferkette notwendig, die es erlauben, Mechanismen für die Verteilung von Wertschöpfung, die Schaffung und den Transfer von Werten zu entwickeln und umzusetzen. Mit den richtigen Mechanismen können Unternehmen die Sorgfalts- und Meldepflichten leichter einhalten und langfristig eine nachhaltige Versorgung mit Kaffee sicherstellen.“

*Andrea Olivar, Strategiedirektorin von Solidaridad Lateinamerika, sagt: “Die Studie zeigt deutlich, dass das Wirtschaftsmodell kleinerer Familienbetriebe einen der wichtigsten Kostenfaktoren nicht einbezieht: die Familienarbeit. Ohne eine angemessene Bewertung der Familienarbeit ist es nahezu unmöglich, die Bauern und Bäuerinnen für ihren Kaffee gerecht zu entlohnen. Die langfristigen Auswirkungen der Unterbezahlung der Kleinbäuer*innen und Familienbetriebe betreffen letztlich die gesamte Branche. Es bedarf wirtschaftlicher Ansätze, um dieses Problem systematisch und nachhaltig zu lösen.“*

- Ende der Pressemitteilung -

Anmerkungen der Redaktion

Die Studie mit ihren vier Anhängen sowie die in dieser Pressemitteilung verwendeten Grafiken sind [hier](#) abrufbar. Die Studie verwendet Daten aus verschiedenen Erzeugerländern (Kolumbien, Brasilien, Vietnam und Äthiopien) und Deutschland als eines der größten Verbraucherländer.

Über Solidaridad

Seit über 50 Jahren setzt sich das Solidaridad-Netzwerk weltweit für eine nachhaltige, kleinbäuerliche Landwirtschaft ein. Bekannt als Mitbegründer*innen der Max Havelaar Fairtrade Bewegung in den 1980ern, haben wir früh damit begonnen, Kleinbäuer*innen als schwächstes Glied innerhalb unserer Lieferketten dabei zu unterstützen, landwirtschaftliche Produkte wie Kaffee, Kakao oder Baumwolle nachhaltig zu produzieren und auf dem globalen Markt zu vertreiben. Mit mehr als 1.300 Mitarbeitenden weltweit und Projekten in mehr als 40 Ländern gehören wir heute zu den weltweit größten und erfahrensten Entwicklungsorganisationen.

Für weitere Informationen und Interviews mit Melanie Rutten-Sülz, Geschäftsführerin Solidaridad

Deutschland oder Annette Pensel, Geschäftsführerin der Global Coffee Platform, wenden Sie sich bitte an:

Julia Hugenschmidt

Communications and Campaigning Advisor Solidaridad Deutschland

Telefon: 0761 76991673

E-Mail: julia.hugenschmidt@solidaridadnetwork.org

[Hier können Sie Bilder zur freien Veröffentlichung herunterladen.](#)