

Hochschule Düsseldorf  
Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften

Master-Thesis zum Thema

# **Ethischer Konsum, Fairer Handel und der globale Kaffeemarkt:**

Eine Analyse der Möglichkeiten und Grenzen im neoliberalen Kontext

Erstprüferin:

Dr. Talia Vela-Eiden

Zweitprüfer:

Prof. Dr. Fabian Virchow

Vorgelegt von:

**Nadia Marcus**

Matrikelnummer: XXXXXXXXXX

Empowerment Studies  
Sommersemester 2021

Köln, den 6.07.2021

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	I
1 Einleitung	1
2 Der globale Kaffeemarkt	6
2.1 Preisbestimmung	6
2.2 Markt- und Preisvolatilität	8
2.3 Eingebetteter Liberalismus und die Rolle des Staates auf dem globalen Kaffeemarkt	10
2.4 Neoliberalismus und die Auswirkungen auf den globalen Kaffeemarkt	17
2.4.1 Deregulierung des globalen Kaffeemarktes	20
2.4.2 <i>Structural Adjustment Policies</i> in den Produktionsländern	22
2.4.3 Finanzialisierung des globalen Kaffeemarktes	23
2.4.4 Markt- und Machtkonzentration von multi- und transnationalen Unternehmen	25
2.5 Zwischen Krisen, freiwilligen Nachhaltigkeitsstandards und ethischem Konsum	28
3 Fairer Handel	34
3.1 Was bedeutet Fairer Handel?	34
3.2 Ursprünge und Entwicklungen im Rahmen des eingebetteten Liberalismus	35
3.3 Wandel und Umschwünge im Rahmen des Neoliberalismus	37
3.3.1 Einrichtung des Fairtrade-Zertifizierungssystem	39
3.3.2 (Weiter)Entwicklung der Alternativen Handelsorganisationen	41
3.3.3 Spaltung: Wertorientierung versus Marktorientierung	42
4 Fair-Handels-Kaffeemarkt	47
4.1 Marktzugänge für benachteiligte Produzent*innen	48
4.2 Langfristige, partnerschaftliche und transparente Handelsbeziehungen	52
4.3 Faire Preise und Möglichkeit auf Vorfinanzierung	53
4.4 Gleichberechtigung von Frauen	57
4.5 Umweltschutz	59
4.6 Bildungs- und politische Kampagnenarbeit	60
5 Grenzen des Fairen Handels	64
5.1 <i>Fairtrade</i> -System: Bürokratie, Formalisierung, Kosten und Mindestpreise	64
5.2 Wertschöpfungsverlagerung?	66
5.3 Wie sieht es mit der Nachfrage aus?	68
5.4 Paradoxie des Fairen Handels: Im und gegen den Markt	69
5.5 Der Faire Handel und die ethischen Konsument*innen	73
5.6 Und der Staat?	77

6	Fazit	81
7	Literaturverzeichnis	88
	Eidesstattliche Erklärung	96

THESIS AM  
FACHBEREICH SOZIAL- UND  
KULTURWISSENSCHAFTEN  
DER HOCHSCHULE DÜSSELDORF

## Abkürzungsverzeichnis

AHO	Alternative Handelsorganisation
APROLMA	<i>Asociación de Productoras Libres de Marcala</i>
EU	Europäischen Union
FI	<i>Fairtrade International</i>
FLO	<i>Fairtrade Labelling Organizations International</i>
FOB	<i>Freight-On-Board/ Free-On-Board</i> Preis
GEPA	Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt
ICA	<i>International Coffee Agreement</i>
ICO	<i>International Coffee Organization</i>
IWF	Internationaler Währungsfond
MTNU	Multi- und transnationale Unternehmen
SAP	<i>Structural Adjustment Policy</i>
USA	Vereinigte Staaten von Amerika
WFTO	<i>World Fair Trade Organization</i>
WHO	Welthandelsorganisation

THESIS AM  
FACHBEREICH SOZIAL- UND  
KULTURWISSENSCHAFTEN  
DER HOCHSCHULE DÜSSELDORF

# 1 Einleitung

## *Einführung ins Thema*

Täglich werden weltweit drei Milliarden Tassen Kaffee getrunken. Der globale Gesamtexportwert von Kaffee betrug im Jahr 2017/18 rund 20 Milliarden USD; für das selbe Jahr wurde der Umsatz der gesamten Kaffeeindustrie auf etwa 200 Milliarden USD geschätzt<sup>1</sup> (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 6, 8).

Damit gilt Kaffee als einer der weltweit wichtigsten und wertvollsten agrarischen Rohstoffe und Exportgüter (Fridell, 2014, S. 3). Die Stufen entlang der globalen Produktionskette sind dabei von unzähligen wirtschaftlichen Möglichkeiten geprägt (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 9). Unsere tägliche Tasse Kaffee vervollständigt damit den letzten Schritt einer globalen Kette von Aktivitäten, welche die Produzent\*innen mit den Konsument\*innen verbindet: Vom Anbau der Kaffeepflanzen, der Pflege der Sträucher, dem Pflücken, Trocknen und Verarbeiten der Kaffeekirschen, dem Transport und der Weiterverarbeitung der Bohnen bis hin zur Röstung, Verpackung und Aufbereitung des Kaffees (Talbot, 2004, S. 1).

Als tropische Pflanze wird Kaffee in mehr als 80 Ländern im Tropengürtel rund um den Äquator angebaut (BASIC, 2018, S. 10) – es handelt es sich hierbei ausschließlich um Länder des Globalen Südens (Talbot, 2004, S. 1). Für viele dieser Länder stellt Kaffee eine ausgesprochen wichtige Quelle für Export- und Deviseneinnahmen dar (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 21).<sup>2</sup> Mit rund 70% wird der größte Teil der weltweiten Kaffeeproduktion exportiert (ebd., S. 11). Die größten Anbau- und Exportländer sind derzeit Brasilien, Vietnam und Kolumbien (*Kaffee im Welthandel*, 2021, S. 25). Angebaut wird Kaffee weltweit von rund 25 Millionen Kaffeebäuer\*innen – die überwiegende Mehrheit hiervon sind Kleinbäuer\*innen mit weniger als fünf Hektar Anbaufläche (BASIC, 2018, S. 10). Für den Großteil dieser Menschen und ihre Familien gilt der Kaffeeanbau als wesentliche Lebensgrundlage (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 22). Die Kommerzialisierung von Kaffee liegt überwiegend in den Händen von multi- und transnationalen Unternehmen (MTNU) mit Sitz im Globalen Norden. Transport, Verarbeitung, Röstung, Verpackung, Branding und Verkauf generieren jährlich immensen Reichtum für besagte Akteur\*innen (Fridell, 2014, S. 5, 13). Und auch der Konsum der rund drei Milliarden Tassen Kaffee täglich erfolgt maßgeblich im Globalen Norden – die

---

<sup>1</sup> Allein in Deutschland wurden im Jahr 2020 trotz Pandemie rund 2.203,6 Millionen Euro Umsatz mit Kaffee gemacht (*Kaffee im Welthandel*, 2021, S. 33).

<sup>2</sup> Dies gilt insbesondere für Länder mit einer sehr hohen Abhängigkeit. In Äthiopien oder Burundi bspw. machten die Einnahmen aus dem Kaffeeexport in den Jahren 2013 bis 2017 jährlich mehr als 20% bzw. 30% der Deviseneinnahmen aus (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 21).

überwiegende Mehrheit davon in Europa und in den Vereinigten Staaten von Amerika (USA) (BASIC, 2018, S. 10; *Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 6).

Zwischen den Akteur\*innen entlang der Kaffee-Kette herrschen indes erhebliche Unterschiede bezüglich Risiken, Einnahmen, Zugang zu Ressourcen, wie auch hinsichtlich der Vulnerabilität gegenüber Auswirkungen des Klimawandels und Preisschwankungen auf dem globalen Kaffeemarkt (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 6). Diese Unterschiede machen sich bemerkbar in Form extremer Ungleichheiten: „[D]espite billions of dollars in profits made each year, the majority of the world’s coffee families live in relative poverty“, so Gavin Fridell (2014, S. 5), *Associate Professor* und *Canada Research Chair of International Development* an der *Saint Mary's University* in Kanada.

Als einstige Kolonialware hat Kaffee eine lange und dunkle Geschichte. Das zutiefst ungleiche System von Produktion und Vermarktung durch welchen Kaffee einer der wichtigsten und wertvollsten globalen Rohstoffe geworden ist, wirkt sich bis heute stark auf die Kaffeewelt und ihre Akteur\*innen, insbesondere auf diejenigen am Anfang der Produktionskette, aus (Fridell, 2014, S. 23). Die gegenwärtige zunehmende Ungleichheit auf dem globalen Kaffeemarkt und die hohe Markt- und Preisvolatilität, das heißt die Variation und Schwankung der Preise, und hieraus hervorgehende phasenweise extrem niedrige Weltmarktpreise (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 26), sind derweil zu einem großen Teil auf die globalen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge im Laufe der 1970er, 1980er und 1990er Jahre zurückzuführen (BASIC, 2018, S. 10).

Für den Kaffeesektor bedeutete das Ende der 1980er Jahre die Wende einer langen Phase kollektiver staatlicher Regulierungen auf internationaler Ebene hin zu einer Ära eines weitestgehend deregulierten Kaffeemarktes (BASIC, 2018, S. 10). Für gesamte Volkswirtschaften<sup>3</sup>, und insbesondere für die Millionen vom Kaffeeanbau abhängige Bäuer\*innen waren (und sind) die Folgen dieser Umschwünge und der daraus resultierenden Volatilität und Unsicherheit stark schwankender und extrem niedriger Weltmarktpreise verheerend (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 21).

Inmitten dieser Situation und dieser Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt stellt das Konzept des Fairen Handels<sup>4</sup> für viele Kaffeebäuer\*innen insgesamt einen Rettungsanker dar (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 40). Basierend auf bestimmten Grundsätzen und mittels unterschiedlicher Ansätze und Vorgehensweisen sucht der Faire Handel globalen Ungleichheiten entgegenzuwirken und

---

<sup>3</sup> Niedrige Weltmarktpreise können breite makroökonomische Folgen mit sich bringen. Sinkende Exporteinnahmen führen zum einen zu sinkenden öffentlichen Steuer- und Zolleinnahmen, was wiederum einen negativen Einfluss auf den Staatshaushaltsplan haben und zu einem beschränkten staatlichen Handlungsspielraum für öffentliche Ausgaben führen kann. Zum anderen führen die Preiszerfälle zu sinkenden Deviseneinnahmen, was, während die Preise für Importwaren meist recht beständig bleiben, zu sich verschlechternden *Terms of Trade* – Handelsbedingungen – führt (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 21).

<sup>4</sup> Der Begriff „Fairer Handel“ wird im Folgenden der Arbeit als Eigenname genutzt und benennt den Fairen Handel als Ganzes; der Begriff „Fairtrade“ steht für das Fairtrade-System – das Zertifizierungssystem, das unter anderem das Fairtrade-Siegel vergibt.

mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel zu erreichen, um auf diese Weise die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzent\*innen und Arbeiter\*innen am Anfang der jeweiligen Produktions- und Lieferketten insbesondere<sup>5</sup> in Ländern des Globalen Südens zu verbessern („Definition“, o. J.; *Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 11).

Mit Blick auf den globalen Kaffeemarkt sind dabei die Aspekte der Schaffung von Marktzugängen für benachteiligte Produzent\*innen, der Unterhaltung langfristiger, partnerschaftlicher und transparenter Handelsbeziehungen sowie der Zahlung fairer Preise und der Möglichkeit auf Vorfinanzierung besonders relevant. Ebenso stellen die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen und des Umweltschutzes sowie die Bildungs- und politische Kampagnenarbeit durchaus wichtige Themenfelder im Fair-Handels-Kaffeesektor dar (vgl. *Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 18–23).

Bei allen positiven Effekten und Vorteilen, welche das Wirken des Fairen Handels für Kaffeebäuer\*innen mit sich bringt (vgl. z.B. Albrecht et al., 2020; BASIC, 2018; *Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018; Frank, 2020a, 2020b; Nicholls & Opal, 2005), ist der Faire Handel jedoch auch von bedeutenden Schwachstellen geprägt und stößt auf unterschiedlichen Ebenen an seine Grenzen (vgl. z.B. BASIC, 2018; Fridell, 2014; Nickoleit & Nickoleit, 2021; Sylla, 2014; Talbot, 2004).

#### *Forschungsfragen und Aufbau der Arbeit*

In diesem Sinne soll sich die vorliegende Arbeit mit der Situation und den Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt, den historischen politischen und wirtschaftlichen Hintergründen sowie mit dem Fairen Handel als mögliche Alternative beschäftigen und seine Grenzen auf unterschiedlichen Ebenen aufzuzeigen. Die leitenden Fragen sind demnach die Folgenden:

- Welches sind die historischen politischen und wirtschaftlichen Hintergründe der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt?
- Inwiefern bietet das Konzept des Fairen Handels hierzu eine Alternative?
- Inwiefern stößt das Konzept auf unterschiedlichen Ebenen an seine Grenzen?

Zu diesem Zweck wird sich die Arbeit in Kapitel 2 zunächst mit der Beschaffenheit des globalen Kaffeemarktes auseinandersetzen: Wie werden die internationalen Weltmarktpreise bestimmt? Worauf ist die hohe Markt- und Preisvolatilität zurückzuführen? Welche Rollen spielten (und spielen bis heute) dabei die globalen politischen und wirtschaftlichen Hintergründe und Umschwünge im Laufe des 20. Jahrhunderts? Und schließlich: Wie hat sich die Situation seit dem Anfang der 2000er Jahre entwickelt? Kapitel 3 wird sich mit dem Fairen Handel beschäftigen: Was bedeutet Fairer Handel? In

---

<sup>5</sup> Mittlerweile gibt es auch fair gehandelte Produkte aus dem Globalen Norden, darunter bspw. Fair-Handels-Brot, -Milch oder auch -Wein aus Deutschland (Albrecht et al., 2020, S. 22, 23).

welchem Kontext ist das Konzept entstanden und wie hat es sich im Lauf des 20. Jahrhunderts entwickelt und gewandelt? Kapitel 4 behandelt im Anschluss den Fair-Handels-Kaffeemarkt: Wie sucht der Faire Handel auf dem globalen Kaffeemarkt einen Unterschied zu machen? Kapitel 5 wird sich mit wesentlichen Kritikpunkten und Grenzen des Fair-Handels-Konzeptes auf unterschiedlichen Ebenen auseinandersetzen, bevor in Kapitel 6 schließlich die Ergebnisse zusammengefasst und diskutiert werden und ein Ausblick präsentiert wird.

### *Aktuelle Relevanz*

Die aktuelle Corona-Pandemie und globale Krise hat zu einer Verschärfung der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt geführt und erneut dessen hohe Fragilität offengelegt (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 3): „[T]he pandemic has sent an already volatile coffee market on a deeper rollercoaster ride“, so Sarah Butler (2020) in der britischen Zeitung *The Guardian*. Obgleich die langfristigen und umfangreichen Auswirkungen der Pandemie noch nicht absehbar sind, ist bereits jetzt zu erkennen, dass sie die Volatilität auf dem globalen Kaffeemarkt bedeutend verschärft hat – mit verheerenden Auswirkungen für Kaffeebäuer\*innen und ihre Familien weltweit.

Angesichts der Umstände ist der Faire Handel gegenwärtig für Kaffeebäuer\*innen noch wichtiger als in „normalen Zeiten“ (Frank, 2020b, S. 8). In Deutschland ist die Nachfrage nach zertifiziertem *Fairtrade*-Kaffee<sup>6</sup> im Laufe des Jahres 2020 zwar leicht angestiegen (Brück, 2021, S. 10), es stellt sich allerdings insbesondere im gegenwärtigen Kontext einer globalen Krise die Frage, inwiefern der Faire Handel grundsätzlich eine hinreichende Lösung für die gefährdete Situation und die herrschenden Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt weltweit darstellen kann.

### *Methodisches Vorgehen*

Die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegenden Forschungsfragen sollen anhand einer Fachliteratur- und Dokumentenanalyse beantwortet werden. Es handelt sich demnach um eine wissenschaftliche Literaturarbeit.

Grundlage der Fachliteratur bilden dabei zu einem großen Teil zwei Werke des bereits genannten Autors Gavin Fridell. Mit zahlreichen Büchern und Publikationen zu den Themen Kaffee, Fairer Handel und Freier Handel gilt Fridell als Experte in diesem Gebiet. Sein Buch „Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice“, welches im Jahr 2007 publiziert wurde, setzt sich mit dem historischen Kontext und den politisch-wirtschaftlichen Strukturen des Fairen Handels am Beispiel des globalen Kaffeemarktes auseinander. „Coffee“ aus dem Jahr 2014 beschäftigt sich im Wesentlichen mit der Situation und den Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt sowie in diesem Kontext mit

---

<sup>6</sup> Siehe Kapitel 3.3.1.



den strukturellen Hintergründen und der Rolle von Staaten. Damit werden die genannten Standardwerke für die Beantwortung der Forschungsfrage als besonders relevant angesehen.

Daneben stützt sich die Arbeit auch auf das Werk „Grounds for Agreement. The Political Economy of the Coffee Commodity Chain“ (2004) des Soziologen John M. Talbot. Dieses analysiert die Veränderungen in der Kaffee-Kette aus einer historischen Perspektive und setzt sich unter anderem mit dem Fairen Handel als Lösungsvorschlag auseinander.

Für den historischen Kontext der Arbeit werden daneben auch Teile aus dem Buch „Globalization's Contradictions: Geographies of Discipline, Destruction and Transformation“ herangezogen, welches im Jahr 2006 von Dennis Conway und Nik Heynen herausgegeben wurde.

Zum Thema Fairer Handel werden besonders die Werke „Fair Trade. Market-Driven Ethical Consumption“ (2005) von Alex Nicholls und Charlotte Opal, „Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival“ (2007) von Daniel Jaffee, „Fair Trade and the Citizen-Consumer. Shopping for Justice?“ (2012) von Kathryn Wheeler, „Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels“ (2018) von Michael von Hauff und Katja Claus sowie „Fair for Future. Ein gerechter Handel ist möglich“ (2021) von Gerd und Katharina Nickoleit genutzt. Zusätzlich werden auch vereinzelt Teile aus den Bänden „Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization“ (2007), herausgegeben von Laura T. Reynolds, Douglas Murray und John Wilkinson und „Fair Trade and Social Justice. Global Ethnographies“ (2010), herausgegeben von Sarah Lyon und Mark Moberg herangezogen.

Darüber hinaus liegen der Arbeit ebenfalls Strategie- und Konzeptpapiere, offizielle Dokumente sowie Berichte nationaler und internationaler Fair-Handels-Akteur\*innen, darunter bspw. die Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt (GEPA), Fairtrade Deutschland, *Fairtrade International* (FI) und die *World Fair Trade Organization* (WFTO) sowie unterschiedlicher Nichtregierungsorganisationen, darunter bspw. Oxfam, das *Coffee Barometer Collective* und das französische Forschungsinstitut BASIC, zugrunde. Zusätzlich werden vereinzelt wissenschaftliche Artikel, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie unterschiedliche Internetquellen zur Analyse herangezogen.

## 2 Der globale Kaffeemarkt

### 2.1 Preisbestimmung

Vorweg: Den einen internationalen Weltmarktpreis für Kaffee, wie er häufig zitiert wird, gibt es so nicht. In der Regel handelt es sich hierbei um den sogenannten *Composite Indicator Price*, einen von der *International Coffee Organization (ICO)*<sup>7</sup> ermittelten, gewichteten Durchschnittspreis der am häufigsten gehandelten Sorten *Colombian Mild Arabicas*, *Brazilian Natural Arabicas*, *Other Mild Arabicas* und *Robustas* („Kaffeepreise“, o. J.).<sup>8</sup> Dieser Preis wird täglich von der ICO veröffentlicht und kommt damit am nächsten an das heran, was als internationaler Preis für Kaffee bezeichnen wird („Glossary of Terms Used“, o. J.).

Wie für unzählige andere Rohstoffe werden auch die jeweiligen Preise für Kaffee an internationalen Warenbörsen und durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage bestimmt (Wienhold, 2016). Der Preis für *Arabica*-Kaffee wird an der *Intercontinental Exchange*, einer der bedeutendsten Rohstoffbörsen, in New York City, USA definiert. Die wichtigste Börse für *Robusta*-Kaffee ist die *London International Financial Futures Exchange* in London, Großbritannien (Boydell, 2018).

Der durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage bestimmte Preisbildungsprozess an den jeweiligen Börsen wird in der Volkswirtschaftslehre auch als Preis- oder Marktmechanismus bezeichnet („Marktmechanismus“, o. J.). Dieser Prozess der Preisbildung findet seinen Ursprung im 18. Jahrhundert und wurde maßgeblich vom englischen Wirtschaftswissenschaftler Adam Smith geprägt. Smiths Theorie basiert auf der Ideologie einer freien Marktwirtschaft und geht von einer Selbststeuerung und -regulierung der Wirtschaft über Angebot und Nachfrage auf dem Markt aus, dies weitestgehend ohne externes, staatliches Eingreifen. Die unsichtbare Kraft des Marktes als regulierende Kraft, wie er es nannte (Conway & Heynen, 2006a, S. 18; Dostaler, 2007a, S. 22, 23; Liebert & Bauer, 2007, S. 40; „Unsichtbare Hand“, o. J.). In einem Marktmodell, in welchem sich eine Vielzahl von Anbieter\*innen und Nachfrager\*innen untereinander im Wettbewerb befinden, stehen die Faktoren Angebot, Nachfrage und Preis in einem wechselseitigen Verhältnis. Der Preis spielt dabei eine besonders wichtige Rolle: Er gleicht das Angebot und die Nachfrage im Markt aus und erzeugt auf diese Weise Gleichgewichtszustände. Da die angebotenen und nachgefragten Mengen eines Gutes

---

<sup>7</sup> Die ICO wurde im Jahr 1963 unter der Schirmherrschaft der Vereinten Nationen zur Verwaltung der Internationalen Kaffeeabkommen in London gegründet. Definiert wird die ICO als „the main intergovernmental organization for coffee, bringing together exporting and importing Governments to tackle the challenges facing the world coffee sector through international cooperation“ („Mission“, o. J.). Aktuell repräsentieren die Mitgliedsländer 98% der weltweiten Kaffeeproduktion (43 Exportländer) und 67% des Konsums (6 Importländer, die Europäische Union (EU) gilt als ein Land) (ebd.) Siehe auch Kapitel 2.3.

<sup>8</sup> Nach einer Definition der ICO handelt es sich beim *Composite Indicator Price* um „[t]he arithmetical mean of the weighted average of daily prices for selected coffees of the Other Mild Arabicas and Robusta groups, calculated in accordance with procedures established under the Agreement. The weighting reflects the participation of the groups in world trade“ („Glossary of Terms Used“, o. J.).

vom Preis abhängen, wird in der Regel die Nachfrage nach diesem Gut steigen, je niedriger der Preis ist und sinken, je höher er ist. Umgekehrt gilt, dass die angebotene Menge steigt, je höher der Preis ist und sinkt, je niedriger er ist. Der Gleichgewichtspreis – der Preis, der Angebot und Nachfrage ausgleicht – bildet sich damit genau in der Höhe, in welcher die angebotene Menge tatsächlich auch nachgefragt und gekauft wird. Dies wird auch Gleichgewichtsmenge genannt: Es besteht in diesem Moment weder ein Angebotsüberschuss noch ein Nachfrageüberschuss – der Markt ist geräumt.

Die reale Wirtschaft nun befindet sich in laufender Bewegung und ist geprägt von konstanten Veränderungen der angebotenen und nachgefragten Mengen, sodass Diskrepanzen zwischen Angebot und Nachfrage, sogenannte Marktverzerrungen, entstehen. Um Gleichgewichte zwischen Angebot und Nachfrage zu erzeugen ist folglich auch der Preis in konstanter Bewegung. Auf diese Weise werden laufend Gleichgewichte von Preis und Menge eingestellt erreicht („Marktmechanismus“, o. J.).

Zurück zum Preisbildungsprozess an den Rohstoffbörsen: Der Kaffee-Weltmarkt befindet sich dann im Gleichgewichtszustand, wenn das Angebot an Kaffee zum Weltmarktpreis X der Nachfrage entspricht. Ist zu einem gegebenen Zeitpunkt das Angebot an Kaffee höher als die zu diesem Preis nachgefragte Menge, besteht ein Angebotsüberschuss. Um ein erneutes Gleichgewicht zu erreichen, sinkt nun der Preis so lange, bis auch das übrige Angebot zum neuen, niedrigeren Preis nachgefragt wurde. Ist hingegen die Nachfrage höher als die angebotene Menge, besteht ein Nachfrageüberschuss. Um eine Steigerung der angebotenen Menge herbeizuführen, steigt nun der Preise so lange, bis die gegebene Nachfrage mit zusätzlichem Angebot gesättigt wurde und wieder ein Gleichgewicht herrscht.

Diese Veränderungen von Angebot und Nachfrage auf dem Kaffeemarkt und die damit einhergehenden Preisanpassungen an den Rohstoffbörsen erfolgen aus unterschiedlichen Gründen<sup>9</sup> konstant – sowohl verhältnismäßig unerhebliche und ungleichmäßige Veränderungen bspw. binnen Minuten oder im Verlauf eines Tages, als auch bedeutende und sehr starke auf längere Zeit (Tark, 2019). Folge dieser Diskrepanzen zwischen Angebot und Nachfrage und prägend für den globalen Kaffeemarkt sind demzufolge eine extrem hohe Markt- und Preisvolatilität – in anderen Worten, eine ausgesprochen hohe Variation und Schwankung der Preise, intensive Zyklen von Auf- und Abschwüngen und hieraus hervorgehende phasenweise extrem niedrige Weltmarktpreise (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 26). „The rollercoaster of global coffee prices“, wie Fridell (2014, S. 2) es nennt.

Besonders wichtig ist an dieser Stelle auf den folgenden Punkt hinzuweisen: Die Weltmarktpreise gelten zwar als Grundlage für den internationalen Handel mit Kaffee, wichtig ist im Handelskontext jedoch auch der *Freight-On-Board* oder *Free-On-Board* (FOB) Preis. Basierend auf dem Weltmarktpreis ist dies in der Regel der Preis, der für einen zum Transport bereitstehenden Container mit Kaffeesäcken

---

<sup>9</sup> Siehe Kapitel 2.2.

bspw. vom Röst- an das Exportunternehmen gezahlt wird. Der FOB-Preis umfasst damit grundsätzlich sämtliche Kosten und Ausgaben<sup>10</sup>, welche im Produktionsland anfallen und ist folglich nicht der Preis, den die Kaffeebäuer\*innen für ihre Ernten erhalten (Harper, 2020). Welchen Anteil den Farmer\*innen letztlich zugutekommt, hängt davon ab, wie viel der Wertschöpfung entlang der Lieferkette hängen bleibt und kann sich stark nach Land, Region und Kontext unterscheiden. Aufgrund fehlender Informations- und Marktzugänge sind Bäuer\*innen bspw. zur Abnahme, zum Transport und zur Weiterverarbeitung ihres Kaffees oftmals auf lokale Zwischenhändler\*innen angewiesen – ein Teil des FOB-Preises fließt dementsprechend in den Zwischenhandel. Daneben spielen aber auch die jeweiligen nationalen Politiken, bspw. in Bezug auf Exportabgaben und -zölle, welche ebenfalls im FOB-Preis inbegriffen sind und je nach Land und Region sehr unterschiedlich sein können, eine große Rolle hinsichtlich der an die Farmer\*innen gezahlten Preise (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 29; Humbert, 2007, S. 5).<sup>11</sup>

## 2.2 Markt- und Preisvolatilität

Rohstoffmärkte generell sind bekannt für solche Marktverzerrungen und Phasen von Auf- und Abschwüngen der Preise (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 39). Der internationale Kaffeemarkt allerdings ist aufgrund unterschiedlicher Faktoren besonders anfällig für diese Art der Volatilität. Fridell (2007, S. 117) zufolge sei dies in erster Linie auf die spezifische Natur und die mehrjährige Reifezeit der Kaffeepflanze zurückzuführen, welche wiederkehrende „tree crop price cycles“<sup>12</sup>, sich wiederholenden Preiszyklen, wie Talbot (2004, S. 35) es formuliert, zur Folge hat.<sup>13</sup> Dieses Phänomen soll im folgenden Abschnitt kurz erläutert werden.

Gehen wir von Zeiten eines Aufschwungs aus: Aufgrund guter Preise ist das Angebot an Kaffee zu diesem Zeitpunkt tendenziell hoch. Die hieraus generierten gesteigerten Einnahmen erlauben den Farmer\*innen in den Anbau neuer Pflanzen und in die Pflege der aktuell Reifenden zu investieren (Fridell, 2007, S. 117, 118, 2014, S. 11). Sowohl die aktuell Reifenden als auch die neu angepflanzten Sträucher drücken im gegenwärtigen Moment und in den darauffolgenden Jahren kaum eine Veränderung im Angebot auf dem Markt aus und haben demnach auch keine bedeutenden Auswirkungen auf das Markt- und Preisgeschehen. Ausschlaggebend ist allerdings, dass dieses Handeln den Grundstein für zukünftige Angebotsüberschüsse auf dem Markt legt. Die verzögerten Auswirkungen dieses Produktions-Booms zeigen sich erst einige Jahre später – dann, wenn diese

---

<sup>10</sup> Darunter sämtliche lokale Verarbeitungsschritte, Lagerung, Transport und Versicherung sowie Gebühren der Zwischenhändler\*innen und Exportgebühren (Harper, 2020).

<sup>11</sup> In lateinamerikanischen Ländern sollen Kaffeebäuer\*innen durchschnittlich bis zu 87% des Exportpreises erhalten, in Vietnam bis zu 95%, in Uganda allerdings nur 77% und in Äthiopien nur 70% (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 11, 12, 15).

<sup>12</sup> „[A] tree crop (...) is a crop that does not bear any fruit for three to five years after planting“, so Talbot (2004, S. 33).

<sup>13</sup> Der *Arabica*-Strauch reift drei bis fünf Jahren, die *Robusta*-Pflanze rund zwei Jahre (Fridell, 2007, S. 117).

Kaffeebohnen letztlich allesamt auf den Markt gelangt sind, das Angebot die Nachfrage übersteigt und infolgedessen die Preise sinken (Fridell, 2014, S. 11; Talbot, 2004, S. 35). Da Kaffeesträucher von der Anpflanzung bis zur Ernte große Kapitalbindungen und eine hohe Arbeitsintensität erfordern, bleiben den Farmer\*innen in Zeiten von Preis-Abschwüngen oft keine finanziellen Reserven, um bspw. anderweitig zu investieren, und bleiben aus diesem Grund auch in Zeiten von sinkenden Preisen vom Kaffeeanbau und dem dadurch generierten Einkommen abhängig (Fridell, 2007, S. 117, 118, 2014, S. 11). Die Phasen der Überproduktion, der Angebotsüberschüsse und der niedrigen Preise dauern infolgedessen in der Regel über Jahre fort und halten grundsätzlich so lange an, bis bspw. aufgrund fehlender finanzieller Mittel die Pflege vernachlässigt oder der Anbau gänzlich aufgegeben wird, was zu Produktionsrückgängen, Angebotsengpässen und erneuten Preisanstiegen führt. Damit wäre der Ausgangspunkt des Zyklus wieder erreicht (Talbot, 2004, S. 35).

Aufgrund der Preis- und Marktmechanismen und der mehrjährigen Natur der Kaffeepflanze sind der „coffee rollercoaster“ (Fridell, 2014, S. 50) und diese prägenden Zyklen von *Boom* und *Bust* schon seit Jahrhunderten ein zentrales, mal mehr, mal weniger, ausgeprägtes Merkmal der Kaffeewirtschaft.<sup>14</sup> Insbesondere im 19. Jahrhundert aber, mit einer globalen Umschwung von einer diversifizierten Produktion für sowohl lokalen als auch globalen Konsum, hin zu einer monokulturell geprägten Produktion, welche exklusiv für den Export und den internationalen Markt gedacht war<sup>15</sup>, hat sich mit der damit einhergehenden zunehmenden Abhängigkeit vom internationalen Marktgeschehen auch die Vulnerabilität der Kaffeebäuer\*innen stark intensiviert (ebd.).

Im Kontext dieser zunehmenden Vulnerabilität und vor dem Hintergrund der damaligen weitestgehend freien Marktwirtschaft wird den politisch gelenkten Ereignissen auf dem globalen Kaffeemarkt in den späten 1890er und frühen 1900er Jahren eine große Bedeutung zugeschrieben. Ein Produktions-*Boom* in Brasilien und nachfolgende Angebotsüberschüsse auf dem Markt endeten im Jahr 1896 in einem extremen Preissturz an der Rohstoffbörse in New York. Über zehn Jahre persistierten die internationalen Kaffeepreise auf einem desaströs niedrigen Niveau; erst im Jahr 1911 erreichten die Preise langsam wieder den Wert von 1896. Von ausschlaggebender Bedeutung war dabei, dass dies nicht der unsichtbaren Hand und Selbstregulierung des Marktes, sondern eines ersten direkten staatlichen Eingreifens in den internationalen Kaffeemarkt zu verdanken war: Dank unilateraler Maßnahmen in Form einer nationalen Angebotsregulierung<sup>16</sup> hatte die brasilianischen

---

<sup>14</sup> Vermerk: Die New Yorker Börse wurde im Jahr 1792 gegründet (Liebert & Bauer, 2007, S. 40).

<sup>15</sup> Vor dem Hintergrund der industriellen Revolution und einer Verbesserung der Transportinfrastruktur in Lateinamerika und engeren Verbindungen mit europäischen Märkten war insbesondere in Lateinamerika zwischen 1850 und 1913 ein enormer Export-*Boom* zu beobachten: Exporte stiegen in dieser Zeit um rund 1.000% an. Kaffee galt dabei als eines der wichtigsten Produkte (Talbot, 2004, S. 47).

<sup>16</sup> Die Regierung hatte mit rund acht Millionen Säcken Kaffee etwa die Hälfte der brasilianischen Produktion gekauft und zwischengelagert, um sie auf diese Weise vom Markt „ferngehalten“. Großes Problem waren allerdings die sehr hohen Kosten der Aktion, unter anderem für den Kauf, die Lagerung und die Versicherung bis zum Zeitpunkt des Verkaufs (Talbot, 2004, S. 47).

Regierung letztendlich eine Steigerung und Stabilisierung der internationalen Preise erzwingen können (Fridell, 2014, S. 50, 51; Talbot, 2004, S. 47).

Für die brasilianische Regierung und Kaffeefarmer\*innen weltweit war das sogenannte „valorization scheme“ (Fridell, 2014, S. 51) ein klarer Erfolg und bewies auch auf globaler Ebene die Wirksamkeit staatlichen Eingreifens bei der Erzielung höherer Kaffeepreise. Vor dem Hintergrund, dass staatliches Intervenieren ins Marktgeschehen zu diesem Zeitpunkt noch als recht kritisch betrachtet wurde, war die brasilianische Regierung unter mächtigem Druck gezwungen ihre Maßnahmen im Jahr 1912 wieder auslaufen zu lassen.<sup>17</sup> Folge waren erneute Angebotsüberschüsse und drastische Preis-Abschwünge; die positiven Auswirkungen der staatlichen Regulierungen waren demnach nicht von langer Dauer: Ende der 1910er waren die Preise wieder am Boden und die nächste Kaffeekrise stand bevor (ebd.).

### 2.3 Eingebetteter Liberalismus und die Rolle des Staates auf dem globalen Kaffeemarkt

#### *Eingebetteter Liberalismus*

Spätestens die Weltwirtschaftskrise im Jahr 1929 und die darauffolgende Große Depression der 1930er Jahre jedoch zeigten global die deutlichen Grenzen der zu dem Zeitpunkt herrschenden freien Marktwirtschaft. Mit der sich verschärfenden Krise rückte ein neues ökonomisches Modell in den Fokus (Conway & Heynen, 2006a, S. 18) – der sogenannte eingebettete Liberalismus (Fridell, 2014, S. 48).

Die Ursprünge dieses Wirtschaftsmodells gehen auf die Bretton Woods Konferenz im Jahr 1944 zurück, dessen Ziel die Planung und Verhandlung einer globalen Nachkriegswirtschaft war (Moberg & Lyon, 2010, S. 2). Die Beschlüsse waren dabei maßgeblich vom Wirtschaftstheoretiker John Maynard Keynes und dessen Wirtschaftspolitik geprägt (Conway & Heynen, 2006a, S. 18). Im Gegensatz zu den *Laissez-Faire*<sup>18</sup> Anhänger\*innen war Keynes der Überzeugung, dass Angebot und Nachfrage auf den Märkten nicht automatisch Gleichgewichte erzeugen würden. Den Grund für konjunkturelle Einbrüche sah er dabei maßgeblich in einer zu geringen Nachfrage. Bei der Erhöhung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage und beim Erreichen von Vollbeschäftigung sprach Keynes nationalen Regierungen zentrale und aktive Rollen zu. Insbesondere bezüglich der Steuerung der Wirtschaft, bspw. in Form von Steuervergünstigungen zur Belebung der Ökonomie, durch die Erhöhung öffentlicher Ausgaben und die Bereitstellung öffentlicher Wohlfahrtsleistungen und sozialer Sicherheitsnetze empfiehlt der

---

<sup>17</sup> Unter anderem in den USA stieß die Aktion auf heftige Kritik: Die Anschuldigungen basierten größtenteils auf dem Vorwurf, dass Brasilien den Kaffeemarkt auf Kosten der US-amerikanischen Verbraucher\*innen unfair beherrschen würde (Fridell, 2014, S. 51).

<sup>18</sup> Das Prinzip des *Laissez-Faire* ist die „Bezeichnung des wirtschaftlichen Liberalismus für eine extreme Ansicht, der zufolge der Staat nicht in das wirtschaftliche Geschehen eingreifen sollte, um so die ökonomische Entwicklung und den Wohlstand der Bevölkerung am besten zu fördern“ („Laissez-Faire“, o. J.).

Keynesianismus ein Eingreifen der öffentlichen Hand (Conway & Heynen, 2006a, S. 18; Dostaler, 2007b, S. 57; Moberg & Lyon, 2010, S. 2).<sup>19</sup>

Somit war weltweit besonders in der Zeit nach dem zweiten Weltkrieg das Entstehen von interventionistischen Staaten zu beobachten (Fridell, 2014, S. 49). Im Globalen Norden wurde der keynesianische Wohlfahrtsstaat zum dominierenden Modell und brachte staatliche Ausgaben für öffentliche Dienstleistungen, Infrastruktur und Investitionen mit sich, welche allesamt zu einem bedeutenden wirtschaftlichen Wachstum führten. Im Globalen Süden verfolgten laut Fridell (2007, S. 26) in Lateinamerika und in Teilen Afrikas die meisten Länder sogenannte importsubstituierende Industrialisierungen.<sup>20</sup> Mit dem Ziel der Förderung einer lokalen Industrie, basierten diese Maßnahmen auf einem staatlichen Eingreifen in den Markt, bspw. in Form einer Bereitstellung von Infrastruktur, einer Einführung von Preiskontrollen, Schutzzöllen und Kapitalkontrollen sowie einer Verstaatlichungen von Schlüsselindustrien (ebd.). Diese Maßnahmen führten in den meisten Ländern zu einem beispiellosen Wirtschaftswachstum und einem Gesamtfortschritt in den Hauptindikatoren der menschlichen Entwicklung – Lebenserwartung bei Geburt, BIP pro Kopf, Säuglings- und Kindersterblichkeit, Bildung und Alphabetisierung (ebd., S. 36). In Ostasien hingegen verfolgten die meisten Länder, dabei vor allem Südkorea und Taiwan, eher nach außen gerichtete, sogenannte exportorientierte Industrialisierungsmaßnahmen. Dies passierte maßgeblich durch eine staatliche Regulierung von Auslandsinvestitionen und Handel und durch die öffentliche Bereitstellung von Infrastruktur und Finanzierung für die einheimische Industrie (ebd., S. 26). Auch diese Maßnahmen führten zu einem generellen Wirtschaftswachstum und einer verbesserten Verteilung von Wohlstand (ebd., S. 36).

Prägend für die Zeit des eingebetteten Liberalismus war demnach zwar immer noch ein gewisses Maß an liberalisiertem Handel, jedoch in Kombination bspw. mit staatlichen Kontrollen über Kapitalflüsse und Investitionen und einer Reihe staatlicher Marktregulierungen auf internationaler Ebene. Letztere waren unter anderem besonders gebräuchlich für Rohstoffe wie Kaffee, Tee, Zucker oder auch Baumwolle, da diese, wie bereits erwähnt, oftmals besonders stark von volatilen Preisen betroffen waren. Die verschiedenen Maßnahmen waren von ihrer Beschaffenheit recht unterschiedlich; mit dem Ziel Angebot und Nachfrage ins Gleichgewicht zu bringen und stabilere und höhere Weltmarktpreise

---

<sup>19</sup> Der Keynesianismus wird aus diesem Grund auch als nachfrageorientiertes Konzept bezeichnet („Angebotspolitik“, o. J.).

<sup>20</sup> Angesichts der Tatsache, dass die meisten afrikanischen Länder erst ab den späten 1950er und 1960er Jahren ihre Unabhängigkeiten erlangten, ist an dieser Stelle anzumerken, dass es sich bei diesen importsubstituierenden Industrialisierungen, besonders in den afrikanischen Ländern wohlbemerkt um koloniale Direktiven handelte – dies geht aus den Darlegungen von Fridell, auf welche sich hier basiert wird, nicht offenkundig hervor. Es soll vor diesem Hintergrund auch darauf hingewiesen werden, dass wenn im Folgenden von „Staaten“ oder „staatlich“ die Rede ist, es um zentralisierte Macht und ein Gewaltmonopol im weiteren Sinne geht und demnach bspw. auch den imperialen Verwaltungsapparat beinhaltet, der die Macht über die Kolonien innehatte (vgl. Vierecke, Mayerhofer & Kohout, 2010, S. 165, 217).

zu erzielen, basierten derweil grundsätzlich alle auf einer Steuerung und Beschränkung des jeweiligen Angebots auf den internationalen Märkten. Die Erfolge waren dabei recht unterschiedlich (Fridell, 2014, S. 49).<sup>21</sup>

### *Internationale Kaffeeabkommen und staatliche Kaffeeorganisationen*

Auch in der Kaffeeindustrie hatten die Große Depression bzw. die desaströsen Auswirkungen für Kaffeebauer\*innen und gesamte nationale Ökonomien (Fridell, 2014, S. 52) ein globales Umdenken bezüglich staatlichen Eingreifens ins Marktgeschehen ausgelöst und den finalen Anstoß zu Gesprächen über „the possibility of coffee states working together to address price instability through collective action“ (ebd., S. 53) gegeben.

Das erste multinationale Abkommen, das *Inter-American Coffee Agreement*, wurde im Jahr 1940 zwischen lateinamerikanischen Ländern und den USA abgeschlossen, mit dem Ergebnis einer fast Verdopplung der Preise bis Ende 1941.<sup>22</sup> Als nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges die Preise wieder boomten – 1949 lag der *Arabica*-Preis bei 80 US Cent pro Pfund<sup>23</sup>, verglichen mit 6,5 US Cent pro Pfund 10 Jahre davor – wurde das Abkommen im Jahr 1948 beendet. Dieser Erfolg war allerdings nicht von langer Dauer, denn ohne Regulierungen führte dieser Preisaufschwung erneut zu einem Produktions-*Boom* und einem anschließenden Angebotsüberschuss auf dem Markt. Zusätzlich verstärkend für das Überangebot war das Aufkommen einer Reihe neuer Exportländer: Insbesondere afrikanische Länder, darunter Elfenbeinküste, Angola, Kamerun, Burundi, Tansania, Äthiopien, Kenia und Ruanda, davor eher unbedeutende Akteur\*innen auf dem Kaffeemarkt, erlebten in den 1950er Jahren einen großen Aufschwung.<sup>24</sup> Trotz weiterer vereinzelter kurzzeitiger Abkommen zur Exportregulierung, bspw. zwischen lateinamerikanischen und afrikanischen (Kolonial)Staaten, stieg die globale Produktion weiter stetig an. Die Auswirkungen, welche diese steigende Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage auf die Preise hatte, muss an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden (Fridell, 2014, S. 54–57).

Parallel dazu waren in der Nachkriegszeit und im Laufe der 1950er und 1960er Jahre in vielen afrikanischen und asiatischen Ländern sogenannte *state coffee agencies* entstanden, welche grundsätzlich der staatlichen Regulierung des Kaffeesektors und der -exporte dienten und eine effizientere Produktion fördern sollten.<sup>25</sup> In lateinamerikanischen Ländern hatten sich ähnliche

---

<sup>21</sup> Diese „international commodity control schemes“ (Fridell, 2007, S. 27) wurden grundsätzlich von den neu gegründeten Vereinten Nationen verwaltet und waren maßgeblich mit dem Ziel entwickelt worden, mehr Stabilität für die Ökonomien der Länder des Globalen Südens zu erreichen.

<sup>22</sup> Dieses Abkommen war maßgeblich strategischer Natur und eine Reaktion der USA auf die Annäherung des damaligen brasilianischen Präsidenten Getúlio Vargas an Adolf Hitler (Talbot, 2004, S. 49).

<sup>23</sup> 1 Pfund sind etwa 454 Gramm (Albrecht et al., 2020, S. 13).

<sup>24</sup> Dieser Aufschwung war unter anderem auf die zu dem Zeitpunkt hohen Weltmarktpreise zurückzuführen. Bis 1970 machten afrikanische Produktionsländer insgesamt etwa 32% des weltweiten Kaffeexports aus (Fridell, 2014, S. 56).

<sup>25</sup> Der genannte Aufstieg einer Reihe von afrikanischen Produktionsländern war unter anderem unter Leitung solcher *state coffee agencies* erfolgt (Fridell, 2014, S. 56).



Strukturen bereits im Laufe des 19. Jahrhunderts nach den jeweiligen Dekolonisierungen gebildet (Fridell, 2007, S. 137).

Generell nutzten die *state coffee agencies* ihre Regulierungsbefugnisse, um Staatseinnahmen aus dem Kaffeesektor zu erzielen. Und obwohl die Bäuer\*innen hierdurch niedrigere Preise erhielten, barg dies auch gewisse Vorteile: Die Marge zwischen den festgelegten internen Preisen und den Weltmarktpreisen wurde zum Teil für landwirtschaftliche Forschung und Beratung genutzt; die Bäuer\*innen hatten Zugang zu billigeren Krediten und erhielten Subventionen für Dünge- und Pflanzenschutzmittel (Talbot, 2004, S. 108). Die *state coffee agencies* unterschieden sich dabei stark hinsichtlich ihrer Strategien und Erfolge; und obwohl generell viele der Organisationen einen hohen Grad an Korruption und Ineffizienz aufzeigten, so Fridell (2007, S. 137), unterstützten sie doch die Bäuer\*innen mit dringend benötigten landwirtschaftlichen Dienstleistungen, brachten eine gewisse Preisstabilität und boten demnach ein gewisses Maß an Schutz vor der Markt- und Preisvolatilität.

Das Jahr 1962 schließlich stand für einen abermaligen Versuch, ein multinationales Abkommen zur kollektiven Regulierung von Kaffeepreisen zu erschaffen; und in Gesprächen unter der Schirmherrschaft der Vereinten Nationen wurde schließlich der Grundstein für das erste *International Coffee Agreement* (ICA) zwischen den wesentlichen Kaffee produzierenden und konsumierenden Ländern gelegt. Das von der ICO gesteuerte Quotensystem war letzten Endes, mit einer vierjährigen Unterbrechung, von 1963 bis 1989 in Kraft (Fridell, 2014, S. 57, 58, 63).

Die Zustimmung der Konsumländer im Globalen Norden zu einem solchen multinationalen Abkommen hatte auch (oder vor allem) einen geopolitischen Hintergrund. Die kubanische Revolution, die Bedrohung von sich ausbreitenden Aufständen in lateinamerikanischen Ländern und die Dekolonisierungsbewegungen in Afrika führten zu einem plötzlichen großen Interesse an einer Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklungen in den Produktionsländern im Globalen Süden – dies insbesondere nachdem die unkontrollierte Überproduktion, der Angebotsüberschuss und die Kaffeepreise wieder einmal ein gravierendes Niveau erreicht hatten, viele der Kaffeeländer wirtschaftliche und soziale Krisen erlebten und Millionen von Farmer\*innen und Landarbeiter\*innen sich gegen die ungleichen Landbesitzverhältnisse, Löhne und Arbeitsbedingungen auflehnten und Proteste und Rebellionen begannen (Fridell, 2014, S. 57, 58; Talbot, 2004, S. 73).

Unter anderem durch Exportquoten und Angebotsregulierungen, also durch das Fern- und Rückhalten einer bestimmten Menge an Kaffee vom Weltmarkt, suchten die einzelnen ICAs den durch das Überangebot ausgelösten zyklischen Auf- und Abschwüngen und den extrem tiefen Preisniveaus entgegenzuwirken und die globalen Kaffeepreise beständig zu erhöhen und zu einem gewissen Grad zu stabilisieren (Fridell, 2014, S. 49, 50). Die Exportquoten waren dabei an bestimmte Preisniveaus gekoppelt: Erreichte der Weltmarktpreis die festgelegte Untergrenze, wurden die Exportquoten

reduziert, bis die Preise wieder anstiegen. Erreichte der Preis die festgelegte Obergrenze, wurden die Exportmengen erhöht, um die Preise wieder zu senken („ICO und ICA“, o. J.). Die Regeln der ICAs und die jeweiligen Quotenzuteilungen pro Land wurden durch ein bestimmtes Abstimmungssystem festgelegt: Die Export- und Importländergruppen hatte je 1.000 Stimmen zur Verfügung<sup>26</sup>; die Anzahl an Stimmen pro Land basierte dabei auf dessen Gesamtgröße und -exportmenge. Da jede Entscheidung innerhalb der ICO eine Zweidrittelmehrheit verlangte, hatten Brasilien und die USA mit ihrer Größe quasi Vetomacht über sämtliche Entscheidungen (Fridell, 2014, S. 59).

Das erste Abkommen war von 1963 bis 1968 in Kraft. Der Gesamtexport aus den ICO-Mitgliedsländern in die ICO-Mitgliedsländer war in dieser Zeit bspw. auf knapp 47 Millionen Säcken limitiert (Fridell, 2014, S. 58). Diese Regulierung des Angebots führte durchaus zu stabileren Preisen (ebd., S. 66); massive Überproduktion war jedoch immer noch ein großes Problem – Exportbeschränkung war schließlich nicht gleichbedeutend mit Produktionsbeschränkung.<sup>27</sup> Abgesehen von der Verschwendung von Ressourcen und Arbeitskraft, führte dies zu einem weiteren Problem, „the issue of tourist coffees“ (ebd., S. 59): Um die Exportquoten zu umgehen wurden Teile der Überschüsse zu niedrigeren Preisen an Länder außerhalb des ICA verkauft, bspw. an Japan, von wo der Kaffee anschließend in ICA-Mitgliedsländer re-exportiert wurde. Ein weiteres wesentliches Problem war, dass bislang keine Qualitätsmerkmale in die Quotenregelungen miteinbezogen waren: Vor allem kleinere Länder, welche aber oftmals sehr effizient und hochqualitativen Kaffee produzierten, kamen bei den Regelungen schlecht weg, da hierdurch ein möglicher Marktwachstum verhindert wurde (ebd., S. 60).<sup>28</sup>

Das zweite Abkommen bestand zwischen 1968 und 1972. Die Grundprinzipien wurden beibehalten, anhand einiger Anpassungen wurde allerdings versucht die Probleme aus der ersten Phase anzugehen. So wurde bspw. ein Diversifizierungs-Fonds aufgesetzt, welcher die Probleme des Überangebots und der hohen Abhängigkeit vieler Produktionsländer vom Kaffeexport angehen sollte. Der Fonds wurde von den Exportländern finanziert und wurde mit dem übergeordneten Ziel, Kaffee durch andere Exportprodukte zu ersetzen, dazu genutzt, Kredite für Diversifizierungsprojekte bereitzustellen. Es handelte sich demnach um einen Versuch, neben dem Export nun auch das Angebot zu regulieren und in ein Gleichgewicht zu bringen sowie Produktionsländer aus ihren Abhängigkeiten zu lösen. Der Fonds war letztlich nicht lange genug in Kraft, um bedeutende Effekte und Erfolge zeigen zu können (Talbot, 2004, S. 60, 61).

Die folgende Unterbrechung für vier Jahre war zum großen Teil auf die Weltwirtschaftskrise der 1970er Jahre, insbesondere dabei den Zusammenbruch des Bretton Woods Systems des Goldstandards und

---

<sup>26</sup> Demnach: 1.000 Stimmen für die Exportländergruppe und 1.000 Stimmen für die Importländergruppe.

<sup>27</sup> Im Jahr 1966 überstieg bspw. die Produktion die Nachfrage um 87 Millionen Säcke (Fridell, 2014, S. 59).

<sup>28</sup> Erst als Reaktion auf dieses Problem wurde die Unterteilung in die vier Gruppen *Colombian Mild Arabicas*, *Brazilian Natural Arabicas*, *Other Mild Arabicas* und *Robustas* vorgenommen und jeweils unterschiedliche Preisgrenzen festgelegt (Fridell, 2007, S. 141).

fixierter Wechselkurse mit dem USD als Leitwährung zurückzuführen (Talbot, 2004, S. 61). Aufgrund einer inflatorischen Politik in den 1960er Jahren, explodierender Kosten des Vietnam Krieges und der zunehmenden Unfähigkeit der USA USD in Gold umzutauschen, hatte der damalige US-amerikanische Präsident Richard Nixon im Sommer 1971 den USD vom Goldstandard gelöst und damit offiziell eine Devaluation des USD eingeleitet. Da Kaffee international in USD gehandelt wurde, brachte dies einen extremen Rückgang der realen Kaffeepreise und eine drastische Verringerung von Export- und Deviseneinnahmen für Produktionsländer mit sich (Fridell, 2007, S. 142; Sautter, 2012). Um diese teils extremen Verluste auszugleichen hatten die Exportländer eine Anpassung der im ICA festgelegten Preisobergrenze beantragt, welche die USA ablehnten (Talbot, 2004, S. 61). Die steigenden Spannungen und die mangelnde Kompromissbereitschaft führten schlussendlich zu einer Aussetzung der Marktregulierungen für vier Jahre (Fridell, 2014, S. 61).

Ein neues Abkommen im Jahr 1976 schließlich war maßgeblich einem extremen Anstieg der Preise zu verdanken: Zwischen 1975 und 1977 hatte sich der Preis von 63 US Cent pro Pfund auf 2,29 USD fast verdreifacht – zurückzuführen war dies unter anderem auf einen Angebotsrückgang aufgrund extremer Schneefälle in Brasilien und einer Zerstörung kompletter Ernten sowie auf eine Reihe politischer Konflikte und Naturereignisse<sup>29</sup> in den Kaffeeländern. Um die in die Höhe schießenden Preise wieder zu bändigen und zu stabilisieren, fühlte sich die USA gedrängt ein neues Abkommen zu unterzeichnen; und einen erneuten Preissturz erwartend unterstützten auch die Exportländer das Vorhaben (Fridell, 2014, S. 61). Weitere Abkommen folgten jeweils in den Jahren 1980, 1983 und 1987.

Im Laufe der 1987/88 Jahre machten sich allerdings von unterschiedlichen Seiten zunehmende Zweifel bemerkbar. In den Verhandlungen standen sich dabei grundsätzlich zwei Parteien gegenüber. Brasilien, Kolumbien, die meisten afrikanischen Länder und europäischen Importländer sprachen sich generell für ein neues Abkommen aus. Die Opposition kam vor allem von den bereits erwähnten kleineren Ländern, welche sich benachteiligt fühlten und eine große Menge ihres Kaffee abseits des ICA zu niedrigeren Preisen verkaufen mussten (Fridell, 2014, S. 62, 63). Auch die Unterstützung der USA schwand zunehmend: Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion und dem Ende des kalten Krieges sahen die USA keinen strategischen Nutzen mehr in einem solchen multilateralen Abkommen. Angesichts der Opposition zwischen den beiden sich gegenüberstehenden Blöcken konnte keine Zweidrittelmehrheit bezüglich Preise und Quoten gefunden werden. Die Ära der ICAs und des regulierten Kaffeemarktes war damit im Jahr 1989 endgültig vorbei (Fridell, 2007, S. 28).

Die ICAs waren dabei gewiss kein Allheilmittel gewesen und hatten deutliche Schwachstellen aufgezeigt. So schreibt bspw. Fridell (2007, S. 146): „One of the limits of the ICA was its minimal impact

---

<sup>29</sup> Darunter bspw. Überschwemmungen in Kolumbien, ein Erdbeben in Guatemala und der Ausbruch der sogenannten Kaffeerostkrankheit in Nicaragua (Fridell, 2014, S. 61).

on how the wealth retained in the South through higher prices was distributed". So sollen bspw. in Indonesien Mitte der 1980er Jahre eine ineffiziente Regulierung und Korruption innerhalb staatlicher Kaffeorganisationen große Probleme dargestellt haben, sodass Kaffeebauer\*innen in diesem Zeitraum kaum oder nur minimal von den Vorteilen der ICAs haben profitieren können. Eine weitere bedeutende Grenze bestand aus der Unfähigkeit der Abkommen, den strukturellen Ursachen des globalen Überangebots effektiv entgegenzuwirken (Fridell, 2007, S. 147). Dies war auch einer der Gründe weswegen, wie dargelegt, keine vollständige Verhinderung sämtlicher Preisschwankungen hatte erreicht werden können. Grundsätzlich aber hatte das Quotensystem den durchschnittlichen Weltmarktpreis von 32 US Cent pro Pfund im Jahr 1963 stetig erhöhen und ihn zwischen 1976 bis 1989 konstant über dem Niveau von 1 USD halten können. Der Durchschnittspreis für die Zeit zwischen 1963 bis 1989 lag bei 94 US Cent (Fridell, 2014, S. 66). In Kombination mit den staatlichen Mechanismen und Regulierungen auf nationalen Ebenen brachten die ICAs trotz einiger Schwachstellen grundsätzlich deutlich höhere Einnahmen, mehr Stabilität und Sicherheit sowie bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Millionen von Kaffeebauer\*innen und in die Produktionskette involvierte Arbeitskräfte weltweit (ebd., S. 66, 67, 70).

\*

Zusammenfassend lässt sich demnach festhalten, dass der globale Kaffeemarkt aufgrund der Preis- und Marktmechanismen sowie der besonderen Natur der Kaffeepflanze und der damit zusammenhängenden sich wiederholenden Preiszyklen schon seit Jahrhunderten von einer, mal mehr, mal weniger markanten Markt- und Preisvolatilität mit erheblichen Auswirkungen für Kaffeebauer\*innen und gesamte Volkswirtschaften geprägt ist. Beginnend mit dem Interventions der brasilianischen Regierung Anfang der 1900er Jahre und bekräftigt durch den Prozess der schrittweisen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges, hatten Staaten und Regierungen im Laufe des 20. Jahrhunderts und bis zum Ende der 1980er Jahre mithilfe unterschiedlicher uni-, bi- und kollektiver multilateraler Maßnahmen und Regulierungen auf dem globalen Kaffeemarkt sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zusehends bedeutende Rollen zugunsten von Kaffeebauer\*innen eingenommen. Neben einer verminderten Volatilität, stabileren und höheren Preisen sowie dadurch verbesserten Lebens- und Arbeitsbedingungen der Akteur\*innen entlang der Kaffee-Kette – und was vielleicht genauso relevant war – hatten die multilateralen Abkommen die Fähigkeit kollektiven Handelns von Staaten zur erfolgreichen Umsetzung umfangreicher sozialer Ziele und die Vorteile, die sich aus dieser „collective action“ (Fridell, 2014, S. 70) ergeben können, gezeigt.

## 2.4 Neoliberalismus und die Auswirkungen auf den globalen Kaffeemarkt

Gehen wir nochmal ein paar Schritte zurück. Die Nachkriegszeit ist insbesondere im Globalen Norden von Wachstum, Entwicklung und sozialem Fortschritt geprägt gewesen (Conway & Heynen, 2006a, S. 21). Ende der 1960er, Anfang der 1970er allerdings begann sich das Wirtschaftswachstum bedeutend zu verlangsamen. Die westlichen Volkswirtschaften waren zunehmend geprägt von Rezessionen und staatlichen Budgetüberschreitungen, Inflationsraten schossen in die Höhe, Produktion und Angebot überstiegen Konsum und Nachfrage und die internationalen Rohstoffpreise fielen drastisch (ebd., S. 23). Der Zusammenbruch des Bretton Woods Systems, die Auflösung fester Wechselraten und des Goldstandards, sowie, ausgehend von den USA, die schrittweise Abschaffung von Kapitalkontrollen führten zu einem Kollaps der keynesianischen Stabilität (Conway & Heynen, 2006a, S. 23; Fridell, 2007, S. 34, 35). Die Ölpreisschocks in den Jahren 1974/75 und 1978/79 – die extremen Preisanstiege, die steigenden Energiekosten und weitverbreitete Verschuldungen – verschärften die Situation weiter (Conway & Heynen, 2006a, S. 24) und eine lange Welle kapitalistischen Wachstums kam zu einem rezessiven Ende (ebd., S. 23).

Mit dem Ziel eines neuen Wirtschaftsaufschwungs erlebten mit dem Aufkommen von Lösungsansätzen in Form einer angebotsorientierten Politik<sup>30</sup> in den späten 1970er Jahren die Grundsätze des Wirtschaftsliberalismus ein Wiederaufleben (Conway & Heynen, 2006a, S. 19). Insbesondere die Wirtschaftswissenschaftler Friedrich von Hayek und Milton Friedman spielten in diesen Entwicklungen ausschlaggebende Rollen und mit dem Versprechen neuen Wirtschaftswachstums, Schaffung von Wohlstand, steigender Effizienz des öffentlichen und Aufschwung des privaten Sektors, präsentierten Hayek und Friedman ein neues ökonomisches Modell (ebd., S. 24). Beide lehnten sowohl Sozialismus als auch Keynesianismus vehement ab und waren „passionate ‚true believers‘ in the power of market, the unfettered power of the capitalist entrepreneurial spirit, and the individual’s right to economic wealth creation” (ebd.).

„[They] are opposed to what they see as state ‘intervention’ in the economy, which they feel distorts supply and demand, wrecks the market signals they produce, and leads to inefficiency and waste. Consequently, they call for the state to remove itself from the market and let it operate ‘freely’”

so Fridell (2014, S. 15). Ein Hauptmerkmal dieses neuen ökonomischen Modells bestand dementsprechend aus der Deregulierung, also dem Abbau staatlicher Regulierungen und Eingreifens ins Marktgeschehens; sozusagen der Befreiung der Privatwirtschaft von hemmenden staatlichen Regelungen. Die (immer noch durchaus wichtige) Rolle des Staates wurde auf die Schaffung von Rahmenbedingungen für die marktwirtschaftliche Selbstregulierung – auf die Sicherung des

---

<sup>30</sup> Im Gegensatz zur Nachfragepolitik ist die Angebotspolitik auf die Verbesserung der Bedingungen auf der Angebotsseite und demnach auf die Produktion und den privatwirtschaftlichen Bereich gerichtet („Angebotspolitik“, o. J.).

kapitalistischen Wettbewerbs – „beschränkt“. Ein weiterer wesentlicher Aspekt war die Schwächung des Sozialstaates: Nach Jahren der Nachfragepolitik sollten öffentliche Ausgaben, insbesondere für soziale Dienstleistungen und Sicherheitsnetze auf ein Minimum gekürzt werden. Daneben wurde auf Privatisierung, also den Verkauf staatlicher Unternehmen an private Investor\*innen gesetzt. Hintergrund hiervon war die Überzeugung, dass gewinnorientierte Privatunternehmen öffentliche Dienstleistungen schlicht effizienter anbieten könnten. Ein letztes Kernelement schließlich umfasste die Liberalisierung der Wirtschaft: Die Öffnung von Märkten sollte vorangetrieben, Handelsbeschränkungen sollten abgebaut und Bewegungsfreiheit für internationalen Handel und für Investitionen in Form von Kapital, Waren und Dienstleistungen ermöglicht und gefördert werden (Crouch, 2018; Dostaler, 2007c, S. 86, 87; Martinez & Garcia, 1997). Der Kern dieser neuen Ideologie bestand demnach, so Colin Crouch (2018, S. 20, 21), aus der

„Vorstellung, der Markt Sorge vermittelt seiner Mechanismen dafür, dass eine große Zahl von Individuen ihre Bedürfnisse nach eigenen Vorlieben befriedigen können, indem er den Produzenten<sup>31</sup> von Waren und Dienstleistungen Anreize gebe, ihr Angebot an den Bedürfnissen der Konsumenten auszurichten. Staatliche Regulierungen oder Vorschriften seien dafür überflüssig“.

Im Globalen Norden hatten diese neoliberalen Grundsätze unter Führung der USA seit dem Ende der 1970er und im Laufe der 1980er schnell an Bedeutung gewonnen (Lal, 2010, S. 218). Langsam, aber sicher nahmen die Formeln der freien Marktwirtschaft, Privatisierung und Deregulierung Überhand.<sup>32</sup> Mit dem Ziel der Krisenbewältigung und der Unterbindung von Zahlungsunfähigkeiten sind in den wichtigsten Volkswirtschaften des Globalen Nordens insbesondere drei Gruppen von Akteur\*innen in diese Entwicklungen miteingebunden gewesen: Regierungen/ Staaten, Banken und Industrie/ Unternehmen (Conway & Heynen, 2006a, S. 25). Regierungen wandten sich zunehmend angebotsorientierten Politiken zu und suchten auf diese Weise Effizienz in ihren Dienstleistungserbringungen und Staatsausgaben zu erreichen. Öffentliche Sozialleistungen wurden abgebaut und der Verkauf von staatlichen Industrien, die Privatisierung von staatlichen Dienstleistungen sowie die Deregulierung und Liberalisierung der Wirtschaft wurden vorangetrieben. Die staatliche Verantwortlichkeit wurde sozusagen grundlegend neu definiert (ebd., S. 27). Banken für ihren Teil begannen ihre Geschäftsbereiche auf internationale Märkte auszuweiten, sodass das gesamte Finanzwesen von einer zunehmenden Internationalisierung geprägt war (ebd., S. 25, 26). Die Auflösung des Währungssystems der Nachkriegszeit Anfang der 1970er Jahre und die schrittweisen Beseitigungen internationaler Kapitalkontrollen hatten zur Entwicklung eines globalen Kapitalmarktes geführt. Der internationale Handel mit Devisen, Aktien, Anleihen und Finanzderivaten entwickelte sich rasant und brachte eine signifikante Machtkonsolidierung von Finanzkapital und Spekulant\*innen mit

---

<sup>31</sup> Anmerkung: Direkte Zitate werden in dieser Arbeit nicht in gendergerechte Sprache umgeändert.

<sup>32</sup> Während die Grundaspekte grundsätzliche die gleichen waren, unterschieden sich das Ausmaß der Umsetzung, die Form und die Ausprägung recht stark in den verschiedenen Staaten und Regionen (Conway & Heynen, 2006b, S. 7).

sich (Deutschmann, 2015, S. 20; Fridell, 2014, S. 125, 126). Und auch Industrie und Unternehmen begannen über den innerstaatlichen Bereich hinauszuschauen und zunehmend multi- und transnationale Verflechtungen zu formen (Conway & Heynen, 2006a, S. 25). Internationale Märkte erwiesen sich insbesondere mit Blick auf Effizienz in Arbeitskosten als neue Möglichkeiten; globale Produktionssysteme wurden etabliert und Nutznießer\*innen waren die Konsument\*innen im Globalen Norden, welche einer immer größeren Auswahl an Produkten und immer niedrigeren Kosten entgegensehen (ebd., S. 27). Durch Unternehmenszusammenschlüsse und -übernahmen richteten sich zunehmend Markonzentrationen von MTNU ein (BASIC, 2015, S. 12). Und mit der Deregulierung, dem Rückzug des Staates und dem neuen Vertrauen in die freie, sich selbst regulierende Marktwirtschaft, den Liberalisierungs- und Privatisierungsprozessen und dem steigenden internationalen Kapitalverkehr konnten MTNU ihre Kontrolle und Macht zusehends festigen (Talbot, 2004, S. 109). Damit war der Weg für die neoliberal geprägte Phase der Globalisierung geebnet (Conway & Heynen, 2006a, S. 25).<sup>33</sup>

Im Globalen Süden waren die neoliberalen Grundsätze und die Einschränkung der interventionistischen Staaten überwiegend durch direkte politische Mechanismen, die sogenannten *Structural Adjustment Policies* (SAPs), durchgesetzt worden. Zu Beginn noch, um die heimischen Industrialisierungen zu finanzieren, später vorwiegend, um die beispiellosen Preisanstiege im Rahmen der Ölpreisschocks managen zu können, hatten viele Länder des Globalen Südens im Laufe der 1970er ihre ausländischen Kreditaufnahmen stark erhöht. Maßgeblich als Folge einer Hochzinspolitik der reichen Länder im Norden, mit welcher diese die Inflation bekämpfen wollten, stiegen ab dem Ende der 1970er Jahre die internationalen Zinssätze drastisch (Hein & Steiner, 2008). Damit erhöhten sich auch die Zinssätze auf die Kredite der Länder des Globalen Südens; und in dieser Zeit globaler Rezession, extrem hoher Ölpreise und eines scharfen Rückgangs der realen Rohstoffpreise konnten viele Länder ihre Kreditrückzahlungen nicht begleichen (Fridell, 2007, S. 35, 36). Der Internationale Währungsfond (IWF), eine der internationalen Finanzinstitutionen, die im Rahmen von Bretton Woods errichtet worden war, reagierte auf die Verschuldungskrise in Form von „Rettungspaketen“ welche den verschuldeten Ländern zu bestimmten Bedingungen und Konditionalitäten neue Kredite gewährte (Hein & Steiner, 2008). Diese Bedingungen bestanden vornehmlich aus neoliberalen Maßnahmen der Deregulierung und Liberalisierung, wie bspw. der schrittweisen Beseitigung von Kapitalkontrollen, protektionistischen Zöllen und Marktregulierungen, der Verfolgung konsequenter Sparpolitiken sowie der drastischen Reduzierung öffentlicher Ausgaben und bspw. der Aussetzung von Subventionen für einheimische Produzent\*innen. Mit dem Ziel, Export- und Deviseneinnahmen zu maximieren, um ihre

---

<sup>33</sup> ... und war damit direktes Ergebnis aktiver politischer Entscheidungen (Fridell, 2007, S. 34).

Schulden begleichen zu können, wurde ein exportorientiertes Wirtschaften „angepriesen“ (Moberg & Lyon, 2010, S. 3).<sup>34</sup>

Bis Anfang der 1990er waren mehr als 100 hoch verschuldeten Ländern des Globalen Südens solche neoliberalen Maßnahmen auferlegt worden (Fridell, 2007, S. 36).<sup>35</sup> Damit war dieses ökonomische Modell spätestens nach dem Ende des Kalten Krieges praktisch überall in der Weltwirtschaft zum unangefochtenen Paradigma geworden und mit der Gründung der Welthandelsorganisation (WTO) zur Regelung des wachsenden multilateralen Handelssystems im Jahr 1995 hatten die neoliberalen Grundsätze quasi Gesetzeskraft erlangt (Conway & Heynen, 2006a, S. 28; Moberg & Lyon, 2010, S. 3).

Die Folgen dieser politischen und wirtschaftlichen Umschwünge für den globalen Kaffeemarkt waren umfassend und weitreichend. Es werden im Folgenden auf vier ausgewählte wesentliche Aspekte näher eingegangen: Die Deregulierung des globalen Kaffeemarktes, die SAPs in den Produktionsländern, die Finanzialisierung des Kaffeemarktes und die Markt- und Machtkonzentration von multi- und transnationalen Unternehmen.

#### 2.4.1 Deregulierung des globalen Kaffeemarktes

Mit dem Ende des letzten ICA im Juli 1989 stand letztlich auch dem globalen Kaffeemarkt für die Selbstregulierung und freie Marktwirtschaft nichts mehr im Weg (Talbot, 2004, S. 101).<sup>36</sup> Mit der Auflösung der Export- und Quotenregelungen und der Abschaffung der Kaffeepreispolitik waren Kaffeebäuer\*innen weltweit quasi über Nacht den freien Marktmechanismen ausgesetzt worden. Die Folgen waren verheerend (Jaffee, 2007, S. 43). Nahezu unmittelbar folgten ein dramatischer Preissturz und eine intensive Markt- und Preisvolatilität über die folgenden Jahre. Da die ICAs lediglich das Angebot auf dem Markt reguliert hatten, hatte sich die *boomende* Produktion im Laufe der 1980er Jahre ungehindert ausbreiten können. Nach der Abschaffung der Exportquoten entluden produzierende Staaten ihre Lagerbestände auf dem Markt und „long-standing overproduction, now unleashed, led to a swamping of global markets“, so Fridell (2014, S. 63).

Bis zum Jahr 1992 fiel der Weltmarktpreis auf ein (zu dem Zeitpunkt) historisches Tief von 49 US Cent pro Pfund (1988 hatte er noch bei 1,15 USD gelegen). Insbesondere vor dem Hintergrund, dass dies

---

<sup>34</sup> „Export-oriented industrial production as *the* development strategy was not only promoted and subsidized but was ‚forced‘ upon countries as the only capitalist path to take“, so Conway und Heynen (2006a, S. 27, 28).

<sup>35</sup> Die SAPs haben sich als Lösung für die Schuldenkrise als ineffektiv erwiesen. Unter anderem der Abbau öffentlicher Gesundheitsversorgung und Bildung haben darüber hinaus vermehrt zu Armut und Ungleichheit geführt. Profitiert haben maßgeblich die USA und Länder des Globalen Nordens, dies etwa in Form von Kreditrückzahlungen und einem besserem Zugang zu den Märkten des Globalen Südens (Fridell, 2007, S. 36).

<sup>36</sup> Verglichen mit anderen Sektoren hatten die Regulierungen im Kaffeemarkt bis Ende der 1980er recht lange aufrechterhalten werden konnten. Als Hauptgrund hierfür nennt Talbot (2004, S. 74) die Tatsache, dass in den 20 Jahren der ICAs sowohl der notwendige institutionelle Rahmen errichtet worden war, als auch die Produktionsstaaten die nötige Kapazität und Macht aufgebaut hatten, diese Art der „collective action“ bis Ende der 1980er Jahre aufrechtzuerhalten.



nicht der Endpreis war, den die Farmer\*innen erhielten, lag dieser Preis bedeutend unter den Produktionskosten (Jaffee, 2007, S. 43). Die Gesamteinnahmen der Produktionsländer fielen von 9,2 Milliarden USD im Jahr 1988/89 auf 6,7 Milliarden USD im Jahr 1989/90 – gleichbedeutend mit etwa 27% an Einnahmeverlusten, dies, obwohl sich das Exportvolumen in der gleichen Zeit um 13% gesteigert hatte. Es wird geschätzt, dass die Produktionsstaaten in den drei Jahren nach dem Preissturz eine Gesamtsumme von 10 bis 12 Milliarden USD in Exporteinnahmen verloren haben sollen (Talbot, 2004, S. 115, 116). Ab 1994 erholten sich die Preise zwar langsam wieder und erreichten 1997/98 sogar einen kurzen Höhepunkt von 2,50 USD pro Pfund, begannen anschließend aber wieder stetig zu fallen. Ende 2001 dann war mit 41 US Cent pro Pfund der „all-time low in real terms“ (Jaffee, 2007, S. 43) erreicht. Unter Berücksichtigung der Inflation war der reale Preis auf 25% des Preisniveaus von 1960 gefallen; mit diesem Erlös konnten sich die Kaffeebauer\*innen grad noch ein Viertel dessen leisten, was sie sich 40 Jahre zuvor hatten leisten können (ebd.).

Schätzungen zufolge waren zu diesem Zeitpunkt weder *Robusta*- noch *Arabica*-Bäuer\*innen in der Lage ihre Gesamtkosten, geschweige denn die Grundbedürfnisse ihrer Familien zu decken (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 9). Laut Berichten des Welternährungsprogramms hatte die Kaffeekrise bspw. in Honduras im März 2002 zu schweren Hungersnöten von etwa 30.000 Menschen und akuter Mangelernährung von Hunderten von Kindern geführt. In Mittelamerika sollen in der Zeit nach der Krise geschätzt 400.000 Gelegenheitsarbeiter\*innen und 200.000 Festangestellte ihre Arbeit verloren haben. Parallel zu den sinkenden Einnahmen sanken Einschulungsraten, wie auch die medizinische Versorgung (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 10–12). In Kaffee-Gebieten in Kenia war vermehrt Kinderarbeit zu beobachten, in Peru erhöhter Analphabetismus und in Guatemala soziale Unruhen; in einzelnen Gebieten in Mexiko waren auf der Suche nach Arbeit bis zu 70% der Menschen ausgewandert; wegen Unfähigkeit zur Kreditrückzahlungen und Überschuldung mussten in Indien viele Bäuer\*innen ihr Land verkaufen oder wurden vertrieben (Humbert, 2007, S. 4). Und obwohl dies lediglich vereinzelte Beispiele und Momentaufnahmen sind, sind diese Bedingungen und Umstände recht repräsentativ für die generelle Situation von Kaffeebauer\*innen inmitten der konstanten Marktvolatilität, den damit verbundenen Unsicherheiten und regelmäßigen extremen Preis-Abschwüngen.

Frauen, welche in der Kaffeewirtschaft auf unterschiedliche Weise marginalisiert werden, befinden sich angesichts dieser Umstände in besonders gefährdeten Positionen. Je nach Region und Kontext werden bis zu 70% der Arbeit in der Kaffeeproduktion von Frauen geleistet; lediglich 20 bis 30% der weltweiten Kaffeefarmen werden derweil von Frauen betrieben, so ein Bericht der ICO (2019, S. 22). Weitere Aspekte, wie bspw. unbezahlte Arbeitskraft, doppelte Arbeitsbelastung in Bezug auf Landwirtschaft und Haushalt, fehlender Zugang zu Land, Dienstleistungen und Finanzierung sowie die Tatsache, dass Bäuerinnen oftmals niedrigere Preise für ihre Ernten erhalten, schließen Frauen in vielfältiger Weise

systematisch von einer umfassenden Teilhabe aus und versetzen sie darüber hinaus in prekäre Situationen (Wienhold, 2021, S. 256–258)<sup>37</sup>. Zu betonen ist demnach, dass Kaffeebäuerinnen besonders stark von der dargelegten Volatilität und von den Preiskrisen auf dem globalen Kaffeemarkt betroffen sind (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 30).

Die Ursachen für die Kaffeekrise Anfang der 2000er wurden dabei erneut maßgeblich dem strukturellen Überangebot zugeschrieben. Im Laufe der 1990er Jahre war das Angebot pro Jahr um ganze 3% gestiegen, die Nachfrage hingegen nur um 1% (Jaffee, 2007, S. 44). Neben der Abschaffung der Export- und Quotenregelungen und starker Produktionssteigerungen in einigen Ländern<sup>38</sup>, spielten in diesen Entwicklungen auch Aspekte der neoliberalen Kreditpolitik der Weltbank<sup>39</sup> und des IWF ausschlaggebende Rollen. Zum damaligen Zeitpunkt stark verschuldet begann bspw. die vietnamesische Regierung in Kooperation und Ko-Finanzierung der Weltbank, der Asiatischen Entwicklungsbank und der französischen Regierung – und gänzlich im Einklang mit den neoliberalen „Empfehlungen“ des Aufbaus exportorientierter Volkswirtschaften<sup>40</sup> – massiv in den Kaffeeanbau zu investieren und konnte im Zeitraum zwischen 1991 und 2001 eine Produktionssteigerung von ganzen 1.130% verzeichnen. Die Auswirkungen, die diese aktive politische Entscheidung mit sich bringen würde – ein eskalierender Überfluss auf dem Markt und extremer Druck auf die Preise – wurde dabei weitestgehend außer Acht gelassen. „This move was stunningly oblivious to the effect that a big production increase in an already saturated market would have on prices and on the livelihoods of millions of poor coffee farmers around the world“, so auch Jaffee (2007, S. 44).

#### 2.4.2 *Structural Adjustment Policies* in den Produktionsländern

Wie in Kapitel 2.3 dargelegt, hatten die meisten Produktionsstaaten auf nationaler Ebene über lange Zeit eine gewisse Kontrolle und Steuerung über den Anbau, die Verarbeitung und den Export von Kaffee ausgeübt – mit gewissen Vor- und Nachteilen für die Kaffeebäuer\*innen. Inmitten des Preis-*Crashes* und der Kaffeekrise Anfang der 1990er Jahre begannen sich Bäuer\*innen zunehmend gegen das staatliche Intervenieren und die niedrigen Preise aufzulehnen und zu protestieren. Mit der Einführung der SAPs und unter Druck, die nationalen staatlichen Regulierungen einzuschränken,

---

<sup>37</sup> Die im Folgenden der Arbeit angegebenen Seitenzahlen für Wienhold (2021) beziehen sich auf die Kindle-Version des Werkes.

<sup>38</sup> In Indien und Uganda sind bspw. die Kaffeeproduktionen im Zuge der Liberalisierung und der kurzzeitigen Preissteigerungen im Laufe der 1990er Jahre um mehr als 30% gestiegen; in Äthiopien waren es rund 25% und in Guatemala etwa 20% (Talbot, 2004, S. 128).

<sup>39</sup> Wie der IWF wurde auch die Weltbank im Rahmen der Bretton Woods Konferenz im Jahr 1944 gegründet (Liebert & Bauer, 2007, S. 40).

<sup>40</sup> Die Empfehlungen (bzw. die Auferlegung) des Auf- und Ausbaus exportorientierter Wirtschaftssektoren zur Armutsverringern (bzw. zur Deviseneinnahme und Schuldenbegleichung) werden grundsätzlich und generell als äußerst kritisch betrachtet und die Vorteile, die daraus entstehen als, wenn überhaupt, minimal angesehen (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 3; Talbot, 2004, S. 71).

begannen sich die Regierungen der Produktionsländer mehr und mehr aus dem Kaffeesektor zurückzuziehen. Im Zuge dieses Rückzugs wurden viele Exportmonopole aufgelöst, der Handel für private Exportunternehmen geöffnet und Exportzölle reduziert oder abgeschafft (Talbot, 2004, S. 107–109). Befürworter\*innen der Reformen waren überzeugt, dass private Unternehmen eine effizientere Organisation von Produktion, Verarbeitung und Vertrieb bereitstellen könnten, dass die Privatisierung und der Wettbewerb zu mehr Wohlstand führen würden und dass nach der Anpassungs- und Übergangsphase letzten Endes sämtliche Akteur\*innen entlang der Produktionskette von den Maßnahmen profitieren würden (Nuhn, 2004, S. 11).

Und tatsächlich, da der Staat nun keinen Anteil mehr zurückhielt, resultierten diese Maßnahmen (zumindest temporär) in höheren Preisen für die Farmer\*innen. Das Ende der staatlichen Kaffeorganisationen und die Abschaffung ihrer regulierenden Maßnahmen führten allerdings spätestens mit dem eintretenden Erschöpfen der finanziellen staatlichen Reserven vielerorts zu stark reduzierten gar wegfallenden Unterstützungen für die Farmer\*innen. Verstärkt durch die auferlegten konsequenten Sparpolitiken (und die abnehmenden Exporteinnahmen) konnten Staaten bspw. die Subventionierungen, die Möglichkeit auf billigere Kredite und Vermarktungshilfen, die zuvor aus den staatlichen Einnahmen aus dem Kaffeesektor finanziert worden waren, nicht mehr tragen. Mit den neoliberalen Maßnahmen der Deregulierung, Liberalisierung, Privatisierung und der Schwächung des öffentlichen Sektors, und den damit einhergehenden schwindenden Rollen, die Staaten sowohl national als auch international über die vergangenen Jahrzehnte eingenommen hatten, waren Farmer\*innen mehr und mehr der Markt- und Preisvolatilität unmittelbar ausgesetzt. Die anhaltend tiefen Preise Anfang der 1990er und die zweite Kaffeekrise Anfang der 2000er trafen die Farmer\*innen dementsprechend umso härter (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 2; Talbot, 2004, S. 116, 118).

### 2.4.3 Finanzialisierung des globalen Kaffeemarktes

Wegen seiner Volatilität und Unberechenbarkeit ist der Kaffeemarkt schon seit langer Zeit von finanzieller Spekulation geprägt (Fridell, 2014, S. 124): Mit sogenannten Termingeschäften (*Futures*)<sup>41</sup> für *Arabica*-Kaffee wird bereits seit der Gründung der *New York Exchange* im Jahr 1882 gehandelt; der Handel mit Termingeschäften für *Robusta*-Kaffee begann in den 1970ern an der damaligen *London Commodity Exchange* (Talbot, 2004, S. 110).

Bis in die 1980er Jahre war diese Art von Handel größtenteils von Import- und Röstunternehmen, dies überwiegend zur Risikoabfederung und -absicherung vor möglichen Preisschwankungen in der Zukunft genutzt worden (Talbot, 2004, S. 110). Im Zuge der dargelegten Entwicklung des globalen

---

<sup>41</sup> Dies bedeutet, dass Verkäufer\*innen und Käufer\*innen noch vor der Ernte Verträge abschließen, welche Preis, Lieferdatum und Menge festlegen (Deutschmann, 2015, S. 21).

Kapitalmarktes, der extremen Beschleunigung von Kapitalverkehr und der zunehmenden Aktien- und Fondsinvestitionen hat sich dies allerdings geändert (Conway & Heynen, 2006a, S. 26). Denn mit der hiermit einhergehenden sich intensivierenden Finanzialisierung – „that is a significant increase in the trading activity compared to the growth in the physical market“ (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 24) – habe sich das Modell der Termingeschäfte auf den Finanzmärkten wie verselbständigt, so Christoph Deutschmann (2015, S. 21), da „Futures mehrfach wieder verkauft werden können, bevor sie fällig werden.“ Ohne am Rohstoff an sich interessiert zu sein spekulieren Händler\*innen auf steigende (oder fallende) Preise dieser Wertpapiere. Wird darauf spekuliert, dass die Preise in Zukunft steigen werden, steigt die Nachfrage, was zu tatsächlich steigenden Preisen führt. Umgekehrt gilt: Wird darauf spekuliert, dass der Preis in Zukunft sinken wird, stellen die Akteur\*innen ihre Terminkontrakte zum Verkauf, das Angebot steigt und führt zu sinkenden Preisen (Tark, 2019; Wienhold, 2016).

Auch auf dem globalen Kaffeemarkt, insbesondere seit dem Ende des letzten Kaffeeabkommens, war eine zunehmende Finanzialisierung und eine starke Steigerung spekulativer Aktivitäten zu beobachten (Fridell, 2014, S. 124). „By the mid-1990s“, so Talbot (2004, S. 111), „the vast majority of trades made on the coffee futures markets were made for purely speculative purposes, and were not connected to sales of physical coffee“. Im Jahr 1994 bspw. war das Gesamtvolumen der Termingeschäfte an der Börse in New York zehnmal so hoch wie die physisch verkauften und gekauften Mengen an Kaffee (Fridell, 2014, S. 63). Dieser Trend lässt sich bis heute beobachten – und hat sich insbesondere im Rahmen der Finanzkrise im Jahr 2008 intensiviert (ebd., S. 125): In den Jahren 2001 bis 2018 hat sich das Gesamtvolumen von Termingeschäften versechsfacht; die physische Produktion hingegen ist in dieser Zeit signifikant langsamer um nur 70% gestiegen (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 24).

Die Mehrheit der Aktivitäten auf den Terminmärkten liegt demnach gegenwärtig in den Händen von Akteur\*innen außerhalb des physischen Austauschs von Kaffee und umfasst größtenteils reine Finanztransaktionen und dient damit überwiegend der Geldanlage mit dem Ziel der Gewinnschöpfung (Tark, 2019; Wienhold, 2016). Diese bedeutende Zunahme von Finanzspekulationen ist dabei derart problematisch, weil sie die grundlegende Volatilität des Marktes und die Preisschwankungen (vor allem kurzfristig) weiter intensivieren und mit bedeutenden Folgen für Kaffeebauer\*innen einhergehen (Fridell, 2014, S. 126). Daneben verstärken die Spekulationsaktivitäten weiter die Loslösung des Rohkaffees von seinem realen Wert und den effektiven Produktions- und Lebenskosten, da sie trotz ihres „nicht-physischen“ Charakters einen direkten Einfluss auf die Weltmarktpreise haben (Tark, 2019).<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Dies ganz abgesehen von der grundsätzlichen Absurdität, welche dieses Faktum birgt: Spekulationsaktivitäten mit Rohstoffen und Nahrungsmitteln mit dem Ziel der Gewinnmaximierung, während die von diesen Gütern (hinsichtlich

#### 2.4.4 Markt- und Machtkonzentration von multi- und transnationalen Unternehmen

Auch auf dem globalen Kaffeemarkt war im Zuge der eintretenden neoliberal geprägten Phase der Globalisierung, insbesondere seit dem Ende der 1980er, eine bedeutende Konsolidierung und zunehmende Marktkonzentration zugunsten von einigen wenigen multi- und transnationalen Handels- und Röstunternehmen zu beobachten (Talbot, 2004, S. 102). Anfang der 1990er Jahre lenkten acht multi- und transnationale Handelsunternehmen die überwiegende Mehrheit des Kaffeehandels für die Hauptkonsummärkte, während grundsätzlich vier multi- und transnationale Röstunternehmen – Nestlé, Philip Morris, Sara Lee und Procter & Gamble – den Großteil des globalen Kaffeeangebots steuerten und eine gefestigte Kontrolle über die Märkte in den Hauptkonsumländern ausübten (ebd., S. 103).

Im Zuge der SAPs und dank der Privatisierungs- und Liberalisierungsprozesse hatten multi- und transnationale Handelsunternehmen bis in die Mitte der 1990er Jahre in den meisten wichtigsten Produktionsländern Tochterunternehmen etablieren und eine gewisse Marktdominanz aufbauen können (Talbot, 2004, S. 106). Während also die Handlungsfähigkeit der jeweiligen Regierungen in den Produktionsstaaten hinsichtlich der Verwaltung der Kaffeesektoren immer weiter geschwächt wurden, konnten private Unternehmen ihre Macht immer weiter festigen und langsam, aber sicher ihre Kontrolle auf die Segmente der Kaffee-Kette ausweiten, die bislang (zumindest in gewissem Maße) unter Verwaltung der jeweiligen Regierungen gewesen waren (ebd., S. 109). Inmitten der ersten Kaffeekrise hatten sich besagte MTNU bspw. zu den extrem niedrigen Preisen mit großen Mengen an Kaffeebeständen eingedeckt; ihre Machtposition ermöglichte ihnen dabei, die Preise fortwährend auf diesem tiefen Niveau zu halten. Lehnten die Produzent\*innen den Verkauf ihrer Ernte zu den gegebenen Preisen ab, so konnten die Unternehmen problemlos so lange ausharren, bis die Produzent\*innen, welche ja auf die Einnahmen angewiesen waren, letztlich nachgaben und sich den Preisen anpassten (ebd., S. 115).

Zur gleichen Zeit, und mithilfe einer gefestigten Macht und Monopolkontrolle über die Märkte im Globalen Norden, konnten (und können) die großen Röstunternehmen die finalen Verkaufspreise für den verarbeiteten Kaffee in den Konsummärkten inmitten der Krise und in den Folgejahren auf einem recht beständigen hohen Niveau halten und schaffen dadurch eine künstliche Preislücke – und eine extreme Kluft – zwischen den internationalen Rohkaffeepreisen und den Verkaufspreisen des gerösteten Endprodukts. Während bspw. die Rohkaffeepreise nach dem Ende der Quotenregelung im Durchschnitt um über 50% gesunken waren, sank das Durchschnittsniveau der Verkaufspreise in den ICO Konsumländern lediglich um rund 1% (Talbot, 2004, S. 115). Während die Produktionsstaaten in

---

Nahrungsmittel oder Einkommensquelle und Lebensgrundlage) abhängigen, oftmals vulnerablen Akteur\*innen die Folgen der Auf- und Abschwünge tragen müssen.

den drei Jahren nach dem Preiscrash eine Gesamtsumme von 10 bis 12 Milliarden USD in Exporteinnahmen verloren, konnten die multi- und transnationale Röstunternehmen Gewinne in Höhe von 2 bis 3 Milliarden USD pro Jahr einfahren (ebd., S. 116). Weiter seien Produktionsländer bis in die 1980er Jahre in der Lage gewesen, bis zu 30% der gesamten Wertschöpfung zurückzuhalten, so Helmut Nuhn (2004, S. 15), während in diesen Krisenzeiten lediglich 10% des Mehrwertes in den Kaffeestaaten blieb.

Die genannte Konsolidierung und zunehmende Marktkonzentration von MTNU äußert sich demnach in der globalen Produktions- und Wertschöpfungskette in Form eines zunehmend asymmetrischen Machtverhältnisses zugunsten dieser Unternehmen (BASIC, 2018, S. 12). Das oligopolistische Modell der Kaffee-Kette – Millionen von Kleinbäuer\*innen stehen weitaus weniger zahlreich nachgelagerten Akteur\*innen und Abnehmer\*innen entgegen – verstärkt dabei diese gewaltige Ungleichheit (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 21). Fehlende Marktzugänge, mangelnder Zugang zu Information Technologie oder Krediten, fehlender politischer Einfluss, geschwächte Verhandlungspositionen, fehlende Einkommensalternativen und die Abhängigkeit vom globalen Markt und den Konzernen – schlicht die fehlende Macht der Akteur\*innen am Anfang der Kaffee-Kette – verstärken dabei die prekären Situationen, in welchen sich Kaffeebäuer\*innen befinden. Aufgrund dieses ungleichen Abhängigkeitsverhältnisses sind die Bäuer\*innen grundsätzlich Preisnehmer\*innen und damit indirekt gezwungen die Handelsbedingungen der Abnehmer\*innen anzunehmen (BASIC, 2015, S. 24).<sup>43</sup>

Aufgrund der genannten asymmetrischen Machtverhältnisse und der enormen Ungleichheit trafen (und treffen) die Preisabschwünge Bäuer\*innen besonders stark. In den 1970ern und 1980ern sollen diese durchschnittlich circa 20% des finalen Endpreises erhalten haben; bis Mitte der 1990er sei dieser Anteil auf 13% gesunken und soll zum Zeitpunkt der zweiten Kaffeekrise Anfang der 2000er Jahre (für afrikanische Länder) nur noch lediglich zwischen 4,5% und 6,5% betragen haben, so Nuhn (2004, S. 13) weiter. Einem Bericht von Oxfam (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 21, 24) zufolge sollen in Uganda Bäuer\*innen inmitten der zweiten Krise, im Zeitraum zwischen November 2001 und Februar 2002, im Durchschnitt nur rund 2,5% des Verkaufspreises in Großbritannien (4,4% für Deutschland) – ganze 14 US Cent pro Kilogramm Kaffee – erhalten haben. Im Einzelhandel wurde das Kilogramm löslichen Kaffee in Großbritannien umgerechnet zum Preis von 26,40 USD verkauft. Zwischen den Bäuer\*innen in Uganda zum Einzelhandel in Großbritannien liegt demnach eine Preisinflation von rund 7.000% (Fridell, 2014, S. 4).<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Sind Bäuer\*innen bspw. in Kooperativen organisiert ermöglicht dies ihnen eine bessere Verhandlungsposition (BASIC, 2015, S. 24). Siehe auch Kapitel 4.2.1.

<sup>44</sup> Bei der Ankunft beim Exportunternehmen hatte das Kilogramm Rohkaffee mit 26 US Cent bereits fast eine Verdopplung seines Wertes erreicht (inklusive Kosten für Zwischenhändler\*innen, Transport, Trocken- und Schälprozess); der FOB-Preis pro Kilogramm *Robusta*-Kaffee betrug rund 45 US Cent (inklusive Kosten für Sortierung, Auslese, Steuern, Verpackung, Transport zum Hafen und Gewinnmarge für das Exportunternehmen). Inklusive Frachtkosten und Versicherung betrug der Preis 52 US Cent; bevor der Kaffee zum Preis von 1,64 USD pro Kilogramm beim Röstunternehmen ankam (inklusive Kosten

Dieses Beispiel mag sich zwar spezifisch auf den Kaffeesektor in Uganda beziehen, zeigt sich aber recht repräsentativ für die generellen Bedingungen in der konventionellen Liefer- und Wertschöpfungskette: Kaffeebäuer\*innen im Globalen Süden sind Preisnehmer\*innen und aufgrund ihrer Position gezwungen, ihre Kaffeebohnen weit unter ihrem Wert (und teils weit unter den Produktions- und Lebenshaltungskosten) zu verkaufen. Der Mehrwert und damit absoluter Großteil der Wertschöpfung wird im Zuge der Verarbeitung im Globalen Norden geschaffen und die (enormen) Gewinne, ungeachtet von Kaffeekrisen und Markt- und Preisvolatilität, werden von den MTNU eingefahren (Fridell, 2007, S. 127). Damit ermöglicht dieses Ungleichgewicht – die ungleiche Beschaffenheit der globalen Wertschöpfungskette – jährliche Umsätze in Milliardenhöhe und Reichtum für einige wenige Akteur\*innen am Ende der Produktionskette, und bedeutet relative Armut, Unsicherheit und Notlagen für die Mehrheit derjenigen, die am Anfang der Kaffee-Kette stehen (BASIC, 2018, S. 12, 15; *Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 2; Fridell, 2014, S. 14).

\*

Insbesondere mit Rückblick auf die lange Phase staatlicher Regulierungen und die relativ hohen und vor allem vergleichsweise recht stabilen Kaffeepreise im Rahmen des eingebetteten Liberalismus, waren die Auswirkungen der neoliberalen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge im Laufe der 1970er, 1980er und 1990er Jahre auf den globalen Kaffeemarkt umfassend und weitreichend. Zusammenfassend führte die Deregulierung des Kaffeemarktes und die Beendigung der multilateralen Kaffeeabkommen zu historischen Kaffeepreiskrisen, wobei die prekären Situationen der Kaffeebäuer\*innen durch die SAPs und die daraus resultierenden (besonders in sozialen Aspekten) geschwächten Positionen nationaler Regierungen verschärft wurden. Die Finanzialisierung und die steigenden Spekulationsaktivitäten auf dem globalen Kaffeemarkt hatten einen stark verstärkenden Effekt auf die Volatilität des Marktes und verschärften weiter die Loslösung der internationalen Kaffeepreise von den realen Produktions- und Lebenskosten. Die zunehmende Marktkonzentration zugunsten von multi- und transnationalen Röst- und Handelsunternehmen schließlich verstärkte das extrem ungleiche Machtverhältnis der Akteur\*innen entlang der Produktionskette und die höchst asymmetrische Verteilung der Wertschöpfung und führte zu einer sich verschärfenden Ungleichheit.

---

unter anderem für Hafengebühren und Anlieferung und Gewinnmarge für das Importunternehmen) (*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*, 2002, S. 24).

## 2.5 Zwischen Krisen, freiwilligen Nachhaltigkeitsstandards und ethischem Konsum

### *Wie ging es weiter?*

Das im vorigen Kapitel veranschaulichte neoliberale ökonomische Modell und das große Vertrauen in den Markt hatte die 1980er und 1990er Jahre beherrscht und vor allem in den USA zu einem bedeutenden wirtschaftlichen *Boom* geführt (Conway & Heynen, 2006a, S. 28). Als Ende der 1990er die erste umfassende Finanzkrise anstand fing der neoliberale Hype langsam an zu bröckeln: „[W]hat was supposed to be a never-ending neoliberal capitalist ‘boom’ received its first ‘shock therapy’ with the East Asian ‘meltdown’“ (ebd., S. 31). Und auch die globale Autorität der WHO wurde im Jahr 1999 beim jährlichen Treffen in Seattle, USA, zunehmend infrage gestellt und vor allem die Kritik an staatlichen Subventionen von landwirtschaftlichen Gütern, protektionistischen Schutzzöllen und unfairen Handelsregelungen von Ländern des Globalen Nordens – sowohl von Regierungen aus dem Globalen Süden als auch von zivilgesellschaftlichen Akteur\*innen aus der ganzen Welt – wurde zusehends lauter. Einen weiteren Schlag erlitt die WHO im Jahr 2003 in Cancún, Mexiko, als interne Differenzen hinsichtlich der oben genannten Kritikpunkte zu einer Auflösung des jährlichen Treffens führten (ebd., S. 30, 31). Der besagte Gipfel war dabei unter anderem auch von einer großen Aufruhr seitens zivilgesellschaftlicher Akteur\*innen geprägt. Unter den Protestierenden fanden sich vor allem mexikanische Kaffeebäuer\*innen, welche unterstützende Maßnahmen in Bezug auf die anhaltenden extrem niedrigen Weltmarktpreise forderten (Jaffee, 2007, S. xii).

Erst im Jahr 2007 schwächte die Kaffeekrise langsam ab – die Weltmarktpreise begannen sich zu erholen und stiegen wieder bis leicht über 1 USD pro Pfund an. Aufgrund schlechter Ernten in Kolumbien, steigender inländischer Nachfrage in Brasilien und in Teilen Asiens und zunehmenden Spekulationsaktivitäten schnellten die Preise im Jahr 2011 wieder in die Höhe und erreichten sogar einen kurzen *Peak* von rund 2,30 USD, bevor sie, wie erwartet, kurze Zeit später wieder auf knapp 1 USD fielen, um dann im Jahr 2014 wieder leicht anzusteigen. In den Jahren 2015 bis 2017 lag der Jahresdurchschnitt zwar recht beständig zwischen 1,24 USD und 1,27 USD; im Jahr 2018 allerdings wieder bei 1,09 USD und im Jahr 2019 bei 1 USD (mit einem Tiefstand von 94 US Cent) (Fridell, 2014, S. 1, 2, 65; „ICO Composite and Group Indicator Prices“, o. J.). Der monatliche Durchschnittspreis im April 2020 betrug 1,08 USD, im Juni 99 US Cent, im August wieder 1,14 USD, im Oktober 1,05 USD und im Dezember wieder 1,14 USD. Im März 2021 lag der Durchschnittspreis bei 1,20 USD, im Mai 2021 bei 1,34 USD und am 4. Juni 2021 lag der Monatshöchstwert (Stand 25.05.21) bei 1,44 USD – so viel zu den lang- und kurzfristigen Trends und den beständigen Auf- und Abschwüngen der Weltmarktpreise („Daily Coffee Prices“, o. J.).

Eines der fortwährenden Probleme bezüglich der anhaltenden Schwankungen sind dabei die globale Überproduktion und das Überangebot auf dem Markt. Der weltweite Konsum steigt zwar stetig an,



allerdings deutlich langsamer als die Produktion, welche in den letzten zehn Jahren jährlich durchschnittlich um 6 Millionen 60-Kilogramm-Säcke höher war als die globale Nachfrage (Amrouk, 2018, S. 25). Im Kaffeejahr 2020/21 lag die Produktion bei 175,65 Millionen, der Konsum lediglich bei 166,63 Millionen Säcken („Trade Statistics Tables“, o. J.).

Daneben spielen auch die Auswirkungen des Klimawandels bedeutende Rollen auf dem globalen Kaffeemarkt: Da der Kaffeeanbau ganz bestimmte klimatische Bedingungen benötigt führen der allgemeine Temperaturanstieg, zunehmend starke Regenfälle, ausgeprägte Trockenzeiten und die Ausbreitung resistenter Schädlinge und Pflanzenkrankheiten in den Kaffeeanbaugebieten zu schwer vorhersehbaren und unbeständigen Ernten. Dies hat damit erhebliche Einflüsse sowohl auf die Quantität – und damit auf die Volatilität – als auch auf die Qualität der Bohnen – und damit auf die gezahlten Preise und Einnahmen der Bäuer\*innen (BASIC, 2018, S. 17). Daneben führen der Kaffeeanbau und die damit verbundene Entwaldung zu zusätzlicher Umweltbesorgnis (Panhuysen & Pierrot, 2018, S. 13, 14). Expert\*innen schätzen, dass, bei einem Temperaturanstieg um zwei Grad bis Ende des Jahrhunderts, die geeigneten Kaffeeanbauflächen bis 2050 um die Hälfte sinken würden. Für viele Produzent\*innen, welche damit ihre Existenzgrundlagen verlieren würden, hätte dies fatale Folgen (Albrecht et al., 2020, S. 28, 30).

Die Markt- und Preisvolatilität der 1990er und 2000er Jahre – und die damit einhergehenden prekären Lebenssituationen der Kaffeebäuer\*innen – herrschen demnach bis heute. Verglichen mit den Preisniveaus inmitten der beiden Kaffeekrisen und dem Durchschnittspreis für die ICA-Ära scheinen die oben dargestellten Preise auf den ersten Blick recht hoch. Aufgrund des „cost-price squeeze“ (Fridell, 2014, S. 122) jedoch, täuscht dieser Anschein, denn die an die Farmer\*innen gezahlten Preise können schlicht nicht mit den stetig steigenden Kosten mithalten. Obwohl sich die Produktions- und Lebenshaltungskosten stark nach Land, Region und Lage unterscheiden, sei seit Anfang der 2000er Jahre ein deutlicher Anstieg der Kosten in den meisten Produktionsländern zu beobachten, so ein Bericht der ICO (2019, S. 28). Dieser Druck steigender Ausgaben wird dadurch verstärkt, dass die realen, also die inflationsbereinigten Preise für die Bäuer\*innen und demnach ihre realen Einnahmen beständig sinken. Der ICO (2019, S. 29) zufolge seien bspw. in den ICO-Mitgliedsländern alleine im Jahr 2018 die von den Farmer\*innen erhaltenen Preise im Durchschnitt um 14% gefallen. Feldforschungen zufolge erfuhren bei der Kaffeeproduktion bspw. in Kolumbien circa 53% der Farmer\*innen Verluste; in Honduras und Costa Rica waren die Ergebnisse leicht besser, aber auch hier konnten mindestens 25% der Farmer\*innen ihre Produktionskosten nicht decken (basierend auf den Preisen des Jahres 2015/16) (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 30). Laut rezenteren Forschungen in 13 Kaffeeländern sei in den vergangenen zwei Jahren das jährliche Einkommen von Kaffeeproduzent\*innen signifikant gesunken und damit der Anteil an Farmer\*innen in extremer Armut dramatisch gestiegen: Bis zu 44% der Kaffeebäuer\*innen in Kamerun und sogar 50% in Nicaragua sollen von weniger als 1,90

USD am Tag leben müssen (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 17). Dass die Weltmarktpreise in den Jahren zwischen 2015 und 2017 vergleichsweise hoch waren, in den Jahren 2018 und 2019 auf einem recht tiefen Niveau von 1 USD pro Pfund („ICO Composite and Group Indicator Prices“, o. J.) und für den größten Teil des Jahres 2020 bis zu 30% unter dem durchschnittlichen Preisniveau der letzten zehn Jahre lagen (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 16), lässt darauf schließen, dass sich die sozioökonomischen Situationen der Kaffeebäuer\*innen weltweit bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt mit großer Wahrscheinlichkeit nochmals deutlich verschlechtert haben.

Die kritischen Bedingungen und Lebenssituationen der Akteur\*innen am Anfang der Kaffee-Kette werden umso deutlicher, wenn man sich die Position der MTNU und ihre Entwicklung seit Anfang der 1990er anschaut. Zehn Unternehmen – Nestlé, JDE Peet’s, J.M. Smuckers, Starbucks, Strauss, Lavazza, Melitta, UCC, Tchibo, Massimo Zanetti – sind aktuell zusammen für die Röstung von 35% des weltweiten Kaffees verantwortlich und generierten hierdurch im Jahr 2019 zusammen rund 55 Milliarden USD an Umsätzen (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 8, 10). Bei löslichem oder Instant-Kaffee sind es mit Nestlé und Philip Morris sogar nur zwei Unternehmen, welche rund 49% der weltweiten Produktion leiten (Wienhold, 2021, S. 53). Auch der Markt der Handelsunternehmen ist nach wie vor höchst konzentriert: Fünf Unternehmen – Neumann Kaffee Gruppe, LDC, Olam, ED&F Man Volcafe und ECOM – sind aktuell für rund 50% des Handels zuständig (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 13). Letztere handeln in der Regel mit sehr großen Volumen an Kaffee – 10% des globalen Handels läuft bspw. allein über die Neumann Kaffee Gruppe – und unterhalten grundsätzlich sehr enge Beziehungen mit den multi- und transnationalen Röstunternehmen, was weitere Verstärkungen der jeweiligen Machtpositionen zur Folge hat (Panhuysen & Pierrot, 2018, S. 8).

Die Umsätze der Röstereien und des Einzelhandels sind über die letzten 20 Jahren signifikant gestiegen, dies, obwohl die internationalen Preise in dieser Zeit keinen anhaltenden Aufwärtstrend aufgewiesen haben (eher noch das Gegenteil). Im französischen Kaffeemarkt hat sich bspw. der Verkaufswert von geröstetem Bohnenkaffee von 1.260 Millionen Euro im Jahr 1994 auf über 2.437 Millionen Euro im Jahr 2017 fast verdoppelt; über den gleichen Zeitraum ist der Exportwert von 397 Millionen Euro auf lediglich 461 Millionen Euro gestiegen – der Anteil für Produktionsländer an den Einzelhandelspreisen von geröstetem Kaffee ist demnach zwischen 1994 und 2017 von 24% auf 16% gefallen. Solche Entwicklungen lassen sich indes in vielen Ländern beobachten (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 35). Für die Jahre 2015 bis 2020 wurde der weltweite jährliche Umsatz in den Einzelhandelsmärkten auf 200 bis 250 Milliarden USD geschätzt. Der weltweite jährliche Exportwert für die gleiche Zeit lag bei rund 20 Milliarden USD. Lediglich 10% des kumulierten Vermögens weltweit verbleiben demnach aktuell in den Produktionsländern (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 16). Während also die Wertschöpfung am Ende der Produktionskette immer weiter wächst, wird der Anteil, der bei den Akteur\*innen am Anfang der Kette ankommt, immer geringer (BASIC, 2018, S. 15). Die bereits

dargelegte Machtposition zugunsten von MTNU scheint sich demnach weiter verschärft zu haben. Besonders mit Blick auf die Situationen und Bedingungen, mit welchen die Akteur\*innen am Anfang der Kaffee-Kette konfrontiert sind, scheinen die asymmetrische Wertschöpfungskette und generell die Ungleichheit im globalen Kaffeemarkt weiter gefestigt.

### *Diverse Reaktionen, Maßnahmen und Entwicklungen*

Als direkte Reaktion auf die Krise(n) wurden in den Jahren 2001 und 2007 jeweils neue Abkommen innerhalb der ICO verabschiedet – diese allerdings ohne die wesentlichen marktregulierenden Mechanismen, wie sie bis 1989 gegolten hatten. Das Abkommen von 2001 war vollkommen marktfreundlich und umfasste lediglich unterstützende und fördernde Programme und Projekte bspw. für Fortbildungen, Qualitätsverbesserungen, nachhaltigen Anbau, Zugang zu Information, Vermarktung und Transfer von neuer Technologie. Zur Verfügung stand der ICO dafür eine Summe von 45,2 Millionen USD – weniger als 1% der gesamten jährlichen Umsätze der vier größten Kaffeeunternehmen. Das Abkommen von 2007 umfasste ähnliche Maßnahmen, allerdings mit noch weniger finanziellen Ressourcen zur Verfügung (Fridell, 2014, S. 64, 65).

Auf nationalen Ebenen begannen einige Regierungen in den Produktionsländern nach und nach gezielt Abhilfe in Form von unterschiedlichen Krisenbewältigungsmaßnahmen zu schaffen. In Haiti und Kolumbien wurden Fonds zur Unterstützung von Kaffeebäuer\*innen errichtet; in Honduras gab es Initiativen zur Umstrukturierung von Schulden im Kaffeesektor und Stützpreise, welche den Bäuer\*innen gezahlt wurde, solange der Preis unter einem gewissen Niveau lag; in Kenia wurde eine Reihe legislativer Maßnahmen inklusive eines Subventionsprogramms für Farmer\*innen umgesetzt; in anderen Ländern gab es Reduzierungen der Kaffeesteuern (Amrouk, 2018, S. 26, 27; Humbert, 2007, S. 3, 8). Im Globalen Norden waren, insbesondere in den letzten paar Jahren, auf nationalen Ebenen erneute Versuche – und auch einige erfolgreiche Umsetzungen – staatlicher Regulierungen, bspw. in Form von Lieferkettengesetzen zum Schutz der Menschenrechte, zu beobachten (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 28).<sup>45</sup> Das Ende des ICA im Jahr 1989 war demnach gewiss nicht gleichbedeutend mit einem endgültigen Ende staatlichen Intervenierens; sondern markierte eher, wie Fridell (2014, S. 92) es formuliert, „a transformation in relations between coffee states“. Multilaterale Initiativen zur Marktsteuerung und Preisregulierung, sprich kollektives marktregulierendes Handeln von Produktions- und Konsumstaaten zur Verbesserung der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt und der prekären Situation der Kaffeebäuer\*innen, hat es seit 1989 nicht mehr gegeben. „From a

---

<sup>45</sup> Ganz rezent hat bspw. am 11. Juni 2021 der Bundestag das deutsche Lieferkettengesetz, welches Unternehmen bezüglich Menschenrechte und Umweltschutz in den Lieferketten in die Pflicht nimmt, beschlossen („Noch nicht am Ziel, aber endlich am Start“, o. J.).

certain level of collective action during the 1960s-80s, coffee states shifted in the 1990s toward more competitive action”, so Fridell (2014, S. 92) weiter.

Vor dem Hintergrund fehlenden regulierenden Handelns von Staaten haben im Zuge der Krise(n) schließlich freiwillige Nachhaltigkeitsstandards als Regulierungsinstrumente zusehends an Bedeutung gewonnen (Panhuysen & Pierrot, 2018, S. 17). Damit machte der im Rahmen des Neoliberalismus in den Hintergrund tretende Staat sozusagen Platz für freiwillige privatwirtschaftliche und marktbasierende Initiativen (Fridell, 2014, S. 146).<sup>46</sup> Mit dem Ziel der Verbesserung wirtschaftlicher, ökologischer und/oder sozialer Nachhaltigkeitsaspekte in der Kaffee-Produktionskette gewannen verschiedene Verifizierungs- und Zertifizierungssysteme, mit je unterschiedlichen Standards, Maßnahmen und Schwerpunkten zusehends an Popularität. Die gegenwärtige Vielfalt an sogenannten ethischen Label und Siegel ist derweil groß: Von zertifiziert biologischem Anbau, Fairtrade, Rainforest Alliance, dem 4C-Verifizierungssystem, bis hin zu internen Unternehmensrichtlinien, wie sie unter anderem Starbucks oder Nestlé verfolgen, versprechen sie alle unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte entlang der Produktionskette zu verbessern. Ob und welche dieser Maßnahmen die gewünschten Effekte umzusetzen wissen, ist dabei stark umstritten; und vor allem die Bandbreite an Label und Siegel und die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsansprüche stellen die generelle Glaubwürdigkeit in Frage (Panhuysen & Pierrot, 2018, S. 17).<sup>47</sup>

Diese Entwicklung und die steigende Bedeutung von freiwilligen privatwirtschaftlichen und marktbasierenden Initiativen wurde dabei wesentlich von einem zunehmenden sozialen und ökologischen Verantwortungsbewusstsein und einer generell steigenden Nachfrage nach ethischen Standards und Grundsätzen von Konsument\*innen, insbesondere in den USA und Westeuropa, angetrieben und gestärkt (Panhuysen & Pierrot, 2018, S. 19). Die Grundlage sogenannten ethischen Konsums bildet dabei die Besorgnis um die Auswirkungen und langfristigen Folgen, welche das eigene Konsumverhalten auf die Verbraucher\*innen selbst und auf die externe Welt um sie herum hat; folglich können die Entscheidungsbeweggründe ethischer Konsument\*innen unterschiedlicher politischer, ökologischer und/oder sozialer Natur sein (Harrison, Newholm & Shaw, 2005, S. 2; Wheeler, 2012, S. 1). Einhergehend mit dem Aufstieg des Neoliberalismus sei insbesondere seit den 1980er Jahren eine beispiellose Entwicklung solch ethischen Kaufverhaltens zu beobachten – zurückzuführen sei dies dementsprechend hauptsächlich auf Faktoren wie die Globalisierung von Märkten und die Schwächung von nationalen Regierungen, die wachsende Bedeutung multi- und transnationaler Konzerne, eine Verschiebung der Marktmacht hin zu den Verbraucher\*innen sowie

---

<sup>46</sup> Bzw. er übergab diesen seine Verantwortung, je nachdem wie man es betrachtet.

<sup>47</sup> Die Verabschiedung des deutschen Lieferkettengesetzes bspw. war vor allem eine Reaktion darauf, dass Freiwilligkeit von Unternehmen und freiwillige Initiativen schlicht nicht funktioniert haben bzw. nicht erfolgreich genug waren (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 164; „Noch nicht am Ziel, aber endlich am Start“, o. J.).

die zunehmende Bedeutung unterschiedlicher Interessensgruppen und Kampagnenarbeit, so Rob Harrison (2005, S. 55–59).

Die gegenwärtige Vielfalt an Möglichkeiten ethisch zu konsumieren verleiht dabei individuellen Konsument\*innen, so wird es zumindest vermittelt, die Macht, globalen Herausforderungen durch ihren Konsum zu begegnen (Wheeler, 2012, S. 1): „The onus is now on the consumer to be socially responsible through consumption. It is through consuming (...), the subtext reads, that the world can be made a better place“, so Wheeler (2012, S. 6). Damit werden individuelle Konsument\*innen als einflussreiche Akteur\*innen konstruiert, deren individuellen Konsum-Entscheidungen positive Veränderungen in Bezug auf globale Probleme herbeiführen und soziale, politische und ökonomische Systeme beeinflussen und gestalten können (ebd., S. 1, 15). Konsum, und generell der Alltag als Konsument\*innen, wird dadurch zusehends politisiert und mit globaler Politik verflochten. Und angesichts fehlender Kontrolle über globale Produktionsprozesse, werden Konsument\*innen ersucht, ihre Kaufkraft als Ausdruck von Verantwortung zu nutzen und auf diese Weise die Politik selbst in die Hand zu nehmen (ebd., S. 19, 20) – „[to] vote with their dollars“, wie Fridell (2014, S. 6) es formuliert. Dieses aufsteigende Phänomen der Konsument\*innen-Verantwortung wird dabei auch unter den Begriff des *citizen-consumer* gefasst (Wheeler, 2012, S. 2).

\*

Zusammenfassend zeigt die Analyse des politischen und wirtschaftlichen Kontextes und der Entwicklungen im Laufe des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts auf dem globalen Kaffeemarkt sowohl eine deutlich gewandelte Rolle des Staates als auch gewissermaßen eine Verschiebung von Verantwortung: Vom eingebetteten Liberalismus und einem national als auch international präsenten und starken, kollektiv handelnden und marktregulierenden Staat zugunsten der Kaffeebauer\*innen, über die neoliberalen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge, einen in den Hintergrund tretenden und sich aus sozialen Bereichen zurückziehenden Staat und einen deregulierten Kaffeemarkt, in welchem MTNU zusehends an Macht gewinnen, hin zu einem steigenden Fokus auf freiwillige Nachhaltigkeitsstandards, privatwirtschaftliche Initiativen und marktbasierende Ansätze. Mit diesen Umschwüngen hat sich auch die Verantwortung hinsichtlich Veränderungen und Verbesserungen der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt zusehends vom Staat weg, hin zum Markt, zu den Unternehmen und insbesondere zu den Konsument\*innen bewegt, welchen zunehmend wichtige Rollen hinsichtlich einer wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltigen Kaffee-Produktionskette zugeschrieben werden.

### 3 Fairer Handel

Vor dem Hintergrund, dass der Faire Handel als eines der weltweit bekanntesten ethischen Konzepte in Bezug auf Konsumverhalten gilt (Wheeler, 2012, S. 2), wird sich die Arbeit im Folgenden zunächst mit der Bedeutung des Fairen Handels und seinen Ursprüngen und Entwicklungen im Laufe des 20. Jahrhunderts auseinandersetzen, bevor sein Wirken auf dem globalen Kaffeemarkt untersucht wird und einige seiner Grenzen aufgezeigt werden.

#### 3.1 Was bedeutet Fairer Handel?

„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 Produzent\*innen und Arbeiter\*innen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung. Fair-Handels-Organisationen engagieren sich (gemeinsam mit Verbraucher\*innen) für die Unterstützung der Produzent\*innen, die Bewusstseinsbildung sowie die Kampagnenarbeit zur Veränderung der Regeln und der Praxis des konventionellen Welthandels“ (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 11)

so lautet die anerkannteste Definition des Fairen Handels, welche im Jahr 2001 im Rahmen des informellen Arbeitskreises FINE (FLO, IFAT, NEWS, EFTA)<sup>48</sup>, einem Zusammenschluss von vier der wichtigsten internationalen Dach- und Fachorganisationen des Fairen Handels, erarbeitet wurde.

Die Vision, die der Faire Handel verfolgt, ist der internationalen Charta des Fairen Handels (2018, S. 11)<sup>49</sup> zufolge, die „einer Welt, in der sich Handelsstrukturen und -praktiken an Gerechtigkeit, Gleichberechtigung und nachhaltiger Entwicklung orientieren, so dass alle Menschen durch ihre Arbeit einen angemessenen und würdigen Lebensunterhalt aufrechterhalten und ihr Potenzial voll entfalten können“. Dieser Vision liegen dabei die Ideen des gegenseitigen Nutzen und der Solidarität zugrunde; Mensch und Umwelt sollen vor den finanziellen Profit gestellt werden (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 4, 6). Basierend auf diesen Grundsätzen verfolgt der Faire Handel mittels unterschiedlicher Ansätze und Strategien demnach das Ziel, die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzent\*innen und Arbeiter\*innen – primär Kleinbäuer\*innen – am Anfang der jeweiligen Produktions- und Lieferketten zu verbessern und ihre politischen und wirtschaftlichen Positionen zu stärken („Definition“, o. J.).

---

<sup>48</sup> FLO: *Fairtrade Labelling Organizations International*; IFAT: *International Federation for Alternative Trade*; NEWS: *Network of European Worldshops* (aufgelöst im Jahr 2008); EFTA: *The European Fair Trade Association* (Frank, 2020a, S. 7).

<sup>49</sup> Die Verfassung dieser internationalen Charta wurde von *Fairtrade International* (siehe auch Kapitel 3.3.1) und der *World Fair Trade Organization* (siehe auch Kapitel 3.3.2) angestoßen. Das Ziel war die Schaffung eines gemeinsamen Referenzdokumentes für den globalen Fairen Handel (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 4).

Fridell (2007, S. 23) unterscheidet dabei zwischen der Fair-Handels-Bewegung, dem *Fair Trade Movement*, und dem Fair-Handels-Netzwerk, dem *Fair Trade Network*. Ersteres bezieht sich auf eine breite Bewegung und unterschiedliche Initiativen, welche sich, maßgeblich geleitet von Staaten und Regierungen aus dem Globalen Süden und internationalen Nichtregierungsorganisationen, im Laufe des 20. Jahrhunderts dafür eingesetzt haben, das internationale Handelssystem im Interesse ärmerer Staaten umzustrukturieren. Unter Letzterem versteht er ein formales Netzwerk von Organisationen und Unternehmen, welches mittels eines Systems von Fair-Handels-Regeln und -Prinzipien, Produzent\*innen, Bäuer\*innen, Arbeiter\*innen und Handwerker\*innen im Globalen Süden mit Partner\*innen im Globalen Norden verbindet. Das Netzwerk ist damit Teil der Bewegung, aber lediglich eine Initiative von vielen.

Der Großteil der über die letzten Jahrzehnte angestiegenen Literatur zum Fairen Handel, so Fridell (2007, S. 22), konzentrierte sich auf die Periode seit den späten 1980er Jahren und auf das im Rahmen des Netzwerkes entstandene Zertifizierungssystem. Ihm zufolge beschäftigen sich die wenigsten Autor\*innen mit dem historischen Kontext des Fairen Handels. Dabei gehen, wie dargelegt, die Ursprünge sowohl der breiteren Bewegung als auch des Netzwerkes viel weiter zurück und spielen vor allem vor dem Hintergrund der im vorherigen Kapitel untersuchten politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen im Laufe des 20. Jahrhunderts und der sich verändernden Rolle des Staates eine für diese Arbeit wichtige Rolle.

### 3.2 Ursprünge und Entwicklungen im Rahmen des eingebetteten Liberalismus

Die frühen Ursprünge der Fair-Handels-Bewegung liegen in den vielfältigen Versuchen der Regulierung globaler Rohstoffmärkte als Reaktion auf die extremen Zerfälle der Rohstoffpreise in den Folgejahren des Ersten Weltkrieg und der Großen Depression. Insbesondere in den Nachkriegsjahren des Zweiten Weltkrieges, und mit der Einführung der in Kapitel 2.3 dargelegten unterschiedlichen Kontroll- und Regulierungsmechanismen im Rahmen des eingebetteten Liberalismus, gewann die Bewegung zusehends an Schwung und Bedeutung (Fridell, 2007, S. 24, 25). Auch in der Gründung der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung, welche im Jahr 1964 als Reaktion auf die verbreitete Annahme des Scheiterns der meisten Rohstoffabkommen, höhere Einnahmen für die Produzent\*innen im Globalen Süden zu generieren, gegründet worden war, spielte die Fair-Handels-Bewegung eine wichtige Rolle. Überwiegend angetrieben von Ländern des Globalen Südens verfolgte die Konferenz das Ziel eines größeren Transfers von Wohlstand in den Süden, dies insbesondere durch gerechtere Handelsstrukturen unter dem Slogan „Trade not Aid“ (ebd., S. 29, 30). Die übergeordneten Ziele der Bewegung bestanden damit über die Jahre hinweg aus einer radikalen Umstrukturierung des internationalen Handelssystems, gleichberechtigteren Nord-Süd Handelsbedingungen und der

Unterstützung nationaler Entwicklungsmaßnahmen von Ländern des Globalen Südens mithilfe internationaler Marktregulierungen. Die Bemühungen der Bewegung basierten somit wesentlich auf staatlich-gelenkter Entwicklung und aktiver staatlicher Marktintervention und -regulierung auf nationaler und internationaler Ebene (ebd., S. 24, 39).

Stark beeinflusst von der breiteren Bewegung entwickelte sich in der gleichen Zeit das Fair-Handels-Netzwerk. Unter der geteilten Auffassung der Unfähigkeit des herrschenden Wirtschaftssystems, der Mehrheit der Menschen im Globalen Süden einen Nutzen zu verschaffen, suchte das Netzwerk ein paralleles Handelssystem aufzubauen und alternative Märkte für Produzent\*innen aus dem Globalen Süden zu schaffen (Fridell, 2007, S. 39, 40). Diese Bemühungen fanden ihren Ursprung in den 1940er und 1950er Jahren, als Nichtregierungsorganisationen, vor allem in Europa und in den USA, mittels Direktkauf-Projekten, also ohne Zwischenhändler\*innen, begannen Produkte von benachteiligten Produzent\*innen aus dem Globalen Süden zu importieren und zu verkaufen. In Europa spielte in den Anfangsjahren des Netzwerkes besonders Oxfam eine bedeutende Rolle und mit einem Fokus auf der Bekämpfung von Armut im Süden gründete die Organisation im Jahr 1964 ihre erste sogenannte Alternative Handelsorganisation (AHO). Im Laufe der 1970er und 1980er Jahre wurden quer durch Europa und die USA solche AHO etabliert.<sup>50</sup> Ziel war der Aufbau alternativer Handelsnetzwerke zwischen alternativen Produzent\*innen aus dem Globalen Süden und alternativen Unternehmen, Organisationen und Vertriebsstellen im Globalen Norden. Der Fokus lag dabei maßgeblich auf der Schaffung von Arbeitsplätzen im Globalen Süden, der Eröffnung neuer Möglichkeiten für Produzent\*innen sowie der Entwicklung von direkten und transparenten Handelsbeziehungen, welche auf höchstmögliche Preise für die Produzent\*innen abzielten. Angestrebt wurde dabei keine Gewinnmaximierung; das Ziel war lediglich die Betriebskosten decken zu können und die Marge in die Produzent\*innengruppen zu reinvestieren. Der Mensch wurde über den Profit gestellt. AHO waren demnach in ihrem Wesen gesamtheitlich den Grundgedanken des Fairen Handels gewidmet (Fridell, 2007, S. 40–42). Dementsprechend sollte diese Art von Handel in jedem Fall ein Gegenentwurf zum konventionellen Handel und bestehenden Wirtschaftssystem sein (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 19).<sup>51</sup>

Als Teil der Fair-Handels-Bewegung, welche sich für mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel einsetzte, waren indes in diesen Anfangsjahren des Netzwerkes neben dem Verkauf von Produkten auch bereits die politische Kampagnen- und Lobbyarbeit wichtige Arbeitsschwerpunkte (Frank, 2020a, S. 33). Oxfam bspw. war in dieser Zeit bekannt als eine der weltweit wichtigsten Lobbyorganisationen

---

<sup>50</sup> In Deutschland bspw. wurde im Jahr 1973 die Gesellschaft für Handel mit der Dritten Welt gegründet, aus der zwei Jahre später die GEPA entstand (Frank, 2020a, S. 6; Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 26).

<sup>51</sup> Bis Anfang der 1990er Jahre wurde der Faire Handel aus diesem Grund auch oft als Alternativer Handel bezeichnet (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 19).



für einen regulierten internationalen Handel und eine gerechtere Verteilung globalen Wohlstands (Fridell, 2007, S. 42).

Die Informations- und Bildungsarbeit schließlich war ein dritter und wesentlicher Bestandteil der im Netzwerk tätigen Akteur\*innen. Globale Zusammenhänge und Ungerechtigkeiten des Welthandels sollten veranschaulicht und verständlich gemacht werden; mittels Bewusstseinsbildung sollten Menschen sensibilisiert werden, verantwortungsbewusst zu konsumieren und sich für politische und wirtschaftliche Veränderungen einzusetzen (Frank, 2020a, S. 30). Die Devise des ersten Dritte-Welt-Ladens in Deutschland, welcher im Jahr 1973 gegründet wurde, lautete bspw. dementsprechend „Kein Verkauf ohne Information“ (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 24).

Dieser Aspekt des Fairen Handels wird auch unter dem Begriff der *Decommodification*, der De-Kommerzialisierung gefasst, dessen Kern besagt, dass der Faire Handel mittels dieser Komponente eine Herausforderung für den Prozess der Kommerzialisierung von Waren im globalen Kapitalismus darzustellen sucht: „[F]air trade’s (...) greatest potential lies in its abilities to raise awareness among Northern consumers of global inequalities by revealing the conditions under which Southern goods are produced“ (Fridell, 2007, S. 95). Damit gehe der Faire Handel bedeutend über seinen Kern als Gegenwirkung zu globalen Ungleichheiten und Alternative zum konventionellen Handel hinaus – „its ethical values and educational mission represent a significant challenge to the core values of global capitalism and its imperatives of competition, accumulation, and profit maximization“, so Fridell (2007, S. 95).

### 3.3 Wandel und Umschwünge im Rahmen des Neoliberalismus

Die in Kapitel 2.4 veranschaulichten politischen und wirtschaftlichen Umschwünge brachten Ende der 1980er Jahre sowohl in der Fair-Handels-Bewegung als auch im Fair-Handels-Netzwerk bedeutende Veränderungen mit sich. Mit den neoliberalen Reformen, insbesondere dem Abbau der interventionistischen Staaten im Globalen Süden und dem Ende der multilateralen Rohstoffabkommen und der Marktregulierungen, brachen die Säulen, auf die sich die Bewegung über die Jahre gestützt hatte, zusehends zusammen (Fridell, 2007, S. 35). Ihre Ziele und Forderungen waren mit den Grundsätzen des Neoliberalismus und den Entwicklungen auf internationaler Ebene schlicht nicht kompatibel, sodass die Bewegung im Laufe der 1980er und 1990er Jahre einen bedeutenden Rückschlag erlebte.

Das Netzwerk erlebte zur gleichen Zeit ein beispielloses Wachstum, welches maßgeblich einem Strategiewechsel in Form einer Umorientierung in konventionelle Märkte zu verdanken war (Fridell, 2007, S. 39). Einer der Hauptantriebe hierfür war die Kaffeekrise in den frühen 1990er Jahren und die damit zusammenhängende verstärkte Nachfrage der Handelspartner\*innen nach zusätzlichen

Vermarktungsmöglichkeiten und größeren Märkten für Fair-Handels-Kaffee (Frank, 2020a, S. 6).<sup>52</sup> Klar war jedoch, dass eine Handelsausweitung nicht allein über die bisherigen Wege vorangetrieben werden konnte (Quaas, 2015, S. 298) – das parallele Handelssystem und die alternativen Märkte waren schlicht zu klein, um den Produzent\*innen aus dem Süden hinreichenden Zugang in die Konsummärkte im Norden zu bieten. Das Netzwerk und die AHO waren also gedrängt, neue, zusätzliche Kanäle und Vertriebswege für fair gehandelte Produkte zu finden. Als Lösungsansatz sollte besagte Umorientierung in konventionelle Märkte dienen (Fridell, 2007, S. 45).

Diese Umorientierung war jedoch auch von den neoliberalen politischen und wirtschaftlichen Umschwüngen angetrieben worden – dies insbesondere hinsichtlich der in den Hintergrund tretenden Staaten und des Rückgangs sozialer Regulierungen<sup>53</sup> auf nationaler und internationaler Ebene. Im Zuge dieser Umschwünge begann sich das Netzwerk vom Staat als primären Akteur in Entwicklungsfragen abzuwenden. Auf der Suche nach neuen Anhaltspunkten rückten zunehmend der Markt und marktbasierter Ansätze und Initiativen in den Fokus des Netzwerkes.<sup>54</sup> Generell wurde die Thematisierung globaler Ungleichheiten fortan zusehends an den Markt und konventionelle Unternehmen, und nicht wie zuvor, an den Staat adressiert. Der Fokus des Netzwerkes verschob sich mit diesen Entwicklungen mehr und mehr weg vom ursprünglichen staatsfixierten Ansatz und dem Ziel einer radikalen Umstrukturierung des Systems und des Aufbaus eines parallelen Handelssystems und alternativer Märkte, hin zu marktbasierter Ansätze und den Zielen einer Reform des existierenden Systems und einer Umgestaltung der konventionellen Märkte (Fridell, 2007, S. 39, 44, 45, 2014, S. 108; Murray & Reynolds, 2007, S. 7): „Von nun an sollte es nicht mehr darum gehen, (...) einen Systemwechsel in die Wege zu leiten, sondern darum, den bestehenden Handel zu verbessern“, so Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 81).

Mit Max Havelaar, der weltweit ersten Zertifizierungsinitiative und dem ersten unabhängigen Siegel für fair gehandelte Produkte, war im Jahr 1988 in den Niederlanden einer der Grundsteine für den Zugang zu konventionellen Märkten gelegt. Im Austausch für eine Zertifizierungsgebühr bekamen auf diese Weise fortan auch konventionelle Unternehmen die Möglichkeit, zertifizierte, fair gehandelte Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen und so neben den originären AHO ins Fair-Handels-Netzwerk einzusteigen (Fridell, 2007, S. 53, 54). Daneben begannen auch AHO den Vertrieb ihrer Produkte zunehmend auf konventionelle Vertriebswege und reguläre Supermärkte auszuweiten (Frank, 2020a, S. 6). So wurde „[a]us der Alternative *zum* konventionellen Markt (...) die Alternative *im*

---

<sup>52</sup> Um von den Vorteilen profitieren zu können drängten Kaffeebäuer\*innen im Zuge der Kaffeekrise und der zerfallenden Preise Anfang der 1990er Jahre weltweit in Kooperativen. Dies führte dazu, dass das Angebot an fair gehandeltem Kaffee weitaus höher war, als über die alternativen Vertriebswege verkauft werden konnte (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 80).

<sup>53</sup> Soziale Regulierungen stehen hier für die in Kapitel 2.3 veranschaulichten staatlichen „sozialen“ Marktregulierungen, „by which is meant state action conducted in the interests of maximizing welfare for society overall, and in particular with a ‚pro-poor‘ bias“ (Fridell, 2014, S. 48).

<sup>54</sup> Siehe auch Kapitel 2.5.

konventionellen Markt“, so Quaas (2015, S. 283). In Deutschland war es bspw. die GEPA, welche diesbezüglich den ersten Schritt machte – und durchaus mit Erfolg: Zwischen 1989 und 1992 konnte aufgrund dieses Strategiewechsels der Umsatz fast verdoppelt werden (ebd., S. 291, 317).

Mittels dieser Umorientierung in konventionelle Märkte gelang es dem Netzwerk zusätzliche Absatzmöglichkeiten für fair gehandelte Produkte zu schaffen und damit über den begrenzten, alternativen Markt hinauszuwachsen sowie, dank der Einführung des Zertifizierungssystems, gleichzeitig den bestehenden Handel zu verbessern und das existierende System zu reformieren und umzugestalten.

### 3.3.1 Einrichtung des Fairtrade-Zertifizierungssystem

Auf Initiative verschiedener AHO und Nichtregierungsorganisationen waren bis Ende der 1990er Jahre quer durch Europa, die USA und Japan bereits 17 solcher nationaler Zertifizierungsinitiativen entstanden.<sup>55</sup> Im Jahr 1997 vereinten sich diese unter der Dachorganisation der *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO) mit Sitz in Bonn, Deutschland (Fridell, 2007, S. 44, 54; Nicholls & Opal, 2005, S. 128). Heute ist die FLO bekannt unter dem Namen FI und umfasst derzeit 25 nationale *Fairtrade*-Organisationen und drei regionale Produzent\*innen-Netzwerke – *Latin America and the Carribean*, *Africa and the Middle East* und *Asia Pacific* – welche insgesamt mehr als 1,7 Millionen Bäuer\*innen und Arbeiter\*innen repräsentieren (*Innovation and Resilience for a More Sustainable World. Annual Report 2019-2020*, 2020, S. 5).

Hauptziel des *Fairtrade*-Zertifizierungssystems ist dabei, wie bereits angerissen, über den Weg der Zertifizierung einzelne Produkte als fair gehandelt sichtbar zu machen sowie auf diese Weise jeglichem Unternehmen zu ermöglichen, fair gehandelte Produkte zu importieren, zu verarbeiten und zu vertreiben und auf diese Weise in den Fairen Handel einzusteigen (Frank, 2020a, S. 37, 38). Zu diesem Zweck hat FI ein eigenes Regelwerk und eigene *Fairtrade*-Standards<sup>56</sup> entwickelt, welche die Kleinbäuer\*innen-Organisationen und -Kooperativen, Plantagen und Unternehmen entlang der Produktions-, Liefer- und Wertschöpfungsketten einhalten müssen. Die Standards umfassen dabei soziale, ökologische und ökonomische Aspekte. Die sozialen Standards zielen auf die Stärkung von Kleinbäuer\*innen und Arbeiter\*innen ab: Bei Kooperativen wird die Organisation in demokratischen Gemeinschaften, auf Plantagen die Förderung gewerkschaftlicher Organisation vorausgesetzt. Daneben werden geregelte Arbeitsbedingungen sowie ein Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit

---

<sup>55</sup> Der Verein zur Förderung des Fairen Handels in Deutschland bspw., TransFair e.V., wurde im Jahr 1992 in Köln gegründet (Albrecht et al., 2020, S. 7).

<sup>56</sup> Entwickelt und regelmäßig überarbeitet werden die Standards in einem transparenten Prozess, in den alle wichtigen Akteur\*innen des *Fairtrade*-Systems, demnach Vertreter\*innen von FI, der nationalen *Fairtrade*-Organisationen sowie der Produzent\*innen-Netzwerke, eingebunden sind („Fairtrade-Standards“, o. J.).

und ein Diskriminierungsverbot sichergestellt. Die ökologischen Standards fordern umweltschonenden Anbau und den Schutz natürlicher Ressourcen sowie ein Verbot gefährlicher Pestizide und gentechnisch veränderten Saatgutes. Daneben wird auch der Bio-Anbau durch einen zusätzlichen Aufschlag unterstützt. Die ökonomischen Standards schließlich beinhalten die Bezahlung der festgelegten *Fairtrade*-Mindestpreise und *Fairtrade*-Prämien, den Nachweis über Waren- und Geldfluss, transparente Handelsbeziehungen sowie die Möglichkeit auf Vorfinanzierung. Neben diesen Basisstandards gibt es weitere spezifische Standards für einzelne Produkte – die Mindestpreise und Prämien werden bspw. jeweils produktspezifisch definiert. Alle Produkte, welche mit dem *Fairtrade*-Siegel gekennzeichnet sind, sind demnach diesen Standards entsprechend angebaut und gehandelt („*Fairtrade*-Standards“, o. J.). Um die Unabhängigkeit der Kontrolle und Zertifizierung zu gewährleisten wurde im Jahr 2003 eine separate Zertifizierungseinheit und unabhängig geführte Tochtergesellschaft, FLOCERT gegründet (Fridell, 2007, S. 55). In an- und unangekündigten Inspektionen prüfen Auditor\*innen die Umsetzung der Standards bei allen in der Kette beteiligten Akteur\*innen (Frank, 2020a, S. 51).

Darüber hinaus koordiniert und erbringt FI, überwiegend über die Produzent\*innen-Netzwerke im Globalen Süden, Dienstleistungen für die Bäuer\*innen und Arbeiter\*innen und ihre Organisationen. Diese umfassen etwa Beratungen und Schulungen hinsichtlich der Anforderungen der Zertifizierung und der Umsetzung der Standards sowie Unterstützung beim Kontakt mit Händler\*innen („*Fairtrade* International“, o. J.).

Der dritte wesentliche Arbeitsschwerpunkt von FI – und vor allem auch von den jeweiligen nationalen *Fairtrade*-Initiativen und -Organisationen – schließlich besteht aus der Bewusstseinsbildung durch Informations- und Öffentlichkeitsarbeit sowie aus der politischen Advocacy-, Kampagnen- und Lobbyarbeit, um für einen gerechteren Welthandel einzutreten. In Zusammenarbeit mit anderen Akteur\*innen sucht bspw. TransFair e.V. auf nationaler Ebene mittels unterschiedlicher Aktivitäten und Maßnahmen, Bewusstsein zu schaffen und größere Unterstützung für den Fairen Handel zu erreichen („Was wir tun“, o. J.). Im Rahmen seiner politischen Arbeit hat der Verein im Jahr 2017 erstmals seine politischen Forderungen in einem Positionspapier formuliert. Die Kernelemente bestehen dabei aus den Forderungen einer kohärenten und an den Entwicklungszielen ausgerichteten Regierungspolitik, einer Folgeabschätzung von Handelsentscheidungen, der Umsetzung der globalen Nachhaltigkeitsziele im Sinne des Globalen Südens, konkreter Hilfe für Menschen im Globalen Süden bei der Anpassung an den Klimawandel sowie einer gerechteren EU-Handelspolitik im Sinne der globalen Nachhaltigkeitsziele („Politische Forderungen“, o. J.). FI agiert eher auf internationaler und globaler Ebene und setzt sich bspw. zusammen mit anderen Fair-Handels-Akteur\*innen in Debatten mit Entscheidungsträger\*innen öffentlich für einen gerechteren Welthandel ein. Auf Ebene der EU

dient bspw. das *Fairtrade Advocacy Office*<sup>57</sup> als Raum und Instrument, einen Dialog mit Repräsentant\*innen der Europäischen Kommission und des Europaparlaments zu führen und auf diese Weise Einfluss auf die europäischen Politik zu nehmen („Fairtrade International“, o. J.).

### 3.3.2 (Weiter)Entwicklung der Alternativen Handelsorganisationen

Mit der Umorientierung in konventionelle Märkte war das Fair-Handels-Netzwerk, und vor allem auch das Wachstum, zunehmend vom *Fairtrade*-Zertifizierungssystem und -Siegel geprägt. Die ursprünglichen AHO, welche bis in die späten 1980er und Beginn der 1990er Jahre den Kern des Netzwerkes ausgemacht hatten, waren langsam in den Hintergrund gerückt. Dies bedeutete allerdings nicht, dass AHO in ihrer initialen Form – Unternehmen und Organisationen, deren Ethos der Faire Handel war – fortan nicht mehr existierten. Mit dem Ziel einer Markttransformation und Umgestaltung der konventionellen Märkte waren sie in ihren Tätigkeiten nach wie vor aktiv und engagiert (Raynolds & Long, 2007, S. 17).

Im Rahmen verschiedener Zusammenschlüsse hatten sich die AHO über die Jahre vernetzen und ihre Bemühungen konsolidieren können. So war bspw. im Jahr 1989 die *International Federation for Alternative Trade* (IFAT) gegründet worden: Dies war ein Forum für AHO aus dem Globalen Norden und dem Globalen Süden unter anderem zum Informationsaustausch, Austausch von Marketingstrategien und zur gemeinsamen Lobbyarbeit für politische Veränderungen im internationalen Handelssystem. Im Jahr 1990 kam es zur Gründung der *European Fair Trade Association*, einem Zusammenschluss der größten europäischen AHO als Raum für Informationsaustausch, Beratung und Effizienz und ebenfalls gemeinsame Lobbyarbeit. Als Ort des Austauschs und der Kooperation der Weltläden in Europa schließlich wurde im Jahr 1994 das *Network of European Worldshops* gegründet (Fridell, 2007, S. 61).<sup>58</sup>

Im Jahr 2009 wurde aus der IFAT die WFTO. Diese steht für einen globalen Zusammenschluss von aktuell rund 400 Produzent\*innen-Gruppen, -Netzwerken, Vermarktungsorganisationen, Weltläden und Fair-Handels-Unternehmen, -Organisationen und -Importorganisationen aus über 75 Ländern im Globalen Norden und Globalen Süden (Frank, 2020a, S. 48) – eine globale Gemeinschaft von „businesses that exist to put people and planet first (...) campaigners and activists fighting for change

---

<sup>57</sup> Das *Fairtrade Advocacy Office* ist eine gemeinsame Initiative von FI, der WFTO und des europäischen Zweigs der WFTO und stellt eine wichtige Plattform für die politische Arbeit auf EU-Ebene dar: „It has a clear mandate to advocate for EU policies in support of Fair Trade and Trade Justice and to strengthen the FTAO and the Fair Trade networks and their members' capacities to interact with and maintain an ongoing dialogue with the EU Institutions“ („What We Do“, o. J.).

<sup>58</sup> Die politische Arbeit, wie auch weiter oben am Beispiel des Engagements von TransFair e.V. und FI veranschaulicht, stellte demnach nach wie vor ein äußerst wichtiger Schwerpunkt des Netzwerkes dar. Der große Unterschied allerdings lag darin, dass ihr nicht länger die initialen Ziele einer Umstrukturierung des Handelssystems und aktiver staatlicher Marktintervention und -regulierung zugrunde lagen (siehe Kapitel 3.2).

(...) farming and weaving, marching and lobbying, teaching and trading to take [its] vision forward“ („About WFTO“, o. J.).<sup>59</sup>

Die WFTO hat dabei ihr eigenes und vom *Fairtrade*-System divergierendes Zertifizierungssystem etabliert, welches nicht nur ein bestimmtes Produkt oder einen bestimmten Inhaltsstoff, sondern Unternehmen und Organisationen in ihrer Gesamtheit prüft und zertifiziert und Bewertungen der Struktur und des Geschäftsmodells, der Abläufe und der Lieferketten umfasst („Our Fair Trade System“, o. J.). Dementsprechend steht das WFTO-Siegel für Unternehmen und Organisationen, welche sich dem Fairen Handel zu 100% verschrieben haben – oder in anderen Worten, zu einer klaren Hingabe und vollständigen Ausrichtung der gesamten Handelstätigkeit nach den Prinzipien des Fairen Handels verpflichten („About WFTO“, o. J.).

Zu diesem Zweck hat die WFTO den folgenden eigenen Katalog mit zehn grundlegenden, denjenigen von FI ähnlichen, Prinzipien und Grundsätzen erstellt: Chancen für benachteiligte Produzent\*innen, Transparenz und Rechenschaftspflicht, faire Handelspraktiken, faire Bezahlung, keine ausbeuterische Kinderarbeit und keine Zwangsarbeit, Versammlungsfreiheit, Geschlechtergerechtigkeit und keine Diskriminierung, gute Arbeitsbedingungen, Aus- und Weiterbildung, Förderung des Fairen Handels und Schutz der Umwelt („Our Fair Trade System“, o. J.). Sicherergestellt wird die Umsetzung dieser Prinzipien indes durch ein mehrstufiges Verfahren, welches unter anderem Selbstüberprüfung mit umfangreicher Dokumentationspflicht der Mitgliedsunternehmen und -organisationen, als auch weitreichende Kontrollen durch externe Gutachter\*innen einschließt (Frank, 2020a, S. 48).

### 3.3.3 Spaltung: Wertorientierung versus Marktorientierung

Im Laufe der Jahre haben sich demnach, wie dargelegt, im Fair-Handels-Netzwerk zwei unterschiedliche Ansätze etabliert („Die zwei Ansätze des Fairen Handels“, o. J.). In Bezug auf die übergeordneten Ziele, Grundsätze, Standards und Prinzipien teilen der ursprüngliche, unternehmensbezogene Ansatz der AHO und der neuere, produktbezogene Ansatz des Zertifizierungssystems große Gemeinsamkeiten und Übereinstimmungen. Und auch trotz der Verschiebung von einem von AHO dominierten Netzwerk, hin zu einer Überhandnahme des Zertifizierungssystems seit den 1990er Jahre, arbeiten Vertreter\*innen beider Stränge im Rahmen verschiedener Zusammenschlüsse und Foren, bspw. im genannten *Fair Trade Advocacy Office*, nach wie vor eng zusammen (Raynolds & Long, 2007, S. 17).

Insbesondere in Bezug auf die Art und Weise wie und vor allem auch von welchen Akteur\*innen die übergeordneten, gemeinsamen Ziele und Grundsätze verfolgt und umgesetzt werden jedoch, sind

---

<sup>59</sup> Darunter bspw. auch die deutschen Fair-Handels-Unternehmen und -Organisationen GEPA, El Puente und der Weltladen-Dachverband (Albrecht et al., 2020, S. 7).

beide Stränge von bedeutenden Divergenzen geprägt (Raynolds & Long, 2007, S. 17, 18): „The original (...) ATO<sup>60</sup> strand continues to pursue an integrated alternative network approach. In contrast, the newer (...) FLO certified commodity strand involves a more formalized labeling system operating within mainstream markets” (ebd., S. 20).<sup>61</sup> Diese Divergenzen haben über die Jahre gewissermaßen zu einer Spaltung im Fair-Handels-Netzwerk geführt und starke Spannungen hervorgebracht.

Gegenüber stehen sich ein grundlegend wertorientierter Strang mit ethischen, ideologischen und alternativen Akteur\*innen, und einer, der zunehmend marktorientiert ist und welchem überwiegend konventionelle, profitorientierte und nicht-ideologische Akteur\*innen zugrunde liegen (Jaffee, 2007, S. 205, 206; Raynolds & Murray, 2007, S. 223). Der wertorientierte Strang ist dabei von einer „*social, movement, or development orientation*“ (Raynolds & Murray, 2007, S. 223) geprägt und sieht den Fairen Handel als Möglichkeit, den konventionellen Markt auf der Grundlage von sozialer Gerechtigkeit zu transformieren, während der marktorientierte Strang, welchem eine „*commercial, market, or corporate reform orientation*“ (ebd.) zugrunde, den Fairen Handel als eine Möglichkeit sieht, den Markt und insbesondere konventionelle Unternehmen zu regulieren und dabei weitestgehend die Werte des herrschenden Marktes aufrechterhält.

Die gegenwärtigen Spannungen basieren demnach auf den inhärenten Widersprüchen zwischen beiden Strängen und dem Konflikt zwischen den Zielen einer grundlegenden Transformation des Marktes einerseits und eines Marktwachstums und einer Maximierung von Verkaufszahlen andererseits. Diesen grundlegenden Divergenzen und den daraus resultierenden Spannungen soll im Folgenden auf den Grund gegangen werden.

### *Wertorientierung*

Einer der wesentlichen Unterschiede zwischen den beiden Strängen liegt in der Art des Handels und der Vermarktung (Frank, 2020a, S. 8). Im wertorientierten Strang basiert diese auf dem Ansatz einer integrierten Lieferkette – das heißt, dass die Unternehmen und Organisationen ihre Produkte in der Regel direkt und selbst importieren, selbst weiterverarbeiten und selber vermarkten. Stützen tut sich der wertorientierte Strang dabei, wie bereits erwähnt, auf Unternehmen und Organisationen, welche sich dem Fairen Handel zu 100% verschrieben haben und deren Firmenpolitik ganzheitlich auf die Grundsätze des Fairen Handels ausgerichtet ist. Oftmals gehen AHO dabei über die international festgelegten Prinzipien und Standards des Fairen Handels hinaus. Wichtige Vertriebswege sind dabei sowohl Fachgeschäfte des Fairen Handels, wie bspw. die eigenen Läden, Online-Shops, Weltläden oder

---

<sup>60</sup> ATO steht für *Alternative Trade Organisation* und ist der englische Begriff für AHO.

<sup>61</sup> Wichtig zu betonen an dieser Stelle ist allerdings, dass beide Stränge nicht strikt zu trennen sind: Viele AHO bieten zumindest vereinzelt zertifizierte Produkte sowie viele sowohl alternative als auch konventionelle Vertriebswege für ihre Produkte nutzen (Raynolds & Long, 2007, S. 17).

Bio-Läden, als auch konventionelle Supermärkte<sup>62</sup>. Der gesamtheitliche Ansatz der Akteur\*innen im wertorientierten Strang erstreckt sich dementsprechend über die gesamte Produktions- und Lieferkette (ausgenommen ist lediglich der Transportbereich) (ebd., S. 37–39, 41, 48).

Die Ursprünge des Fair-Handels-Netzwerkes und der AHO liegen, wie dargelegt, in direkten und persönlichen partnerschaftlichen Beziehungen zu und mit den Produzent\*innen-Gruppen. An diesem Prinzip hat sich grundsätzlich bis heute nichts geändert (Frank, 2020a, S. 38). Durch die enge Kommunikation und Zusammenarbeit entwickeln sich AHO zu einem wichtigen Bindeglied zwischen den Produzent\*innen und den Verbraucher\*innen (ebd., S. 41). Basierend auf der Botschaft, dass hinter jedem Produkt des Fairen Handels eine Geschichte steckt (ebd., S. 31), suchen AHO durch Informations- und Bildungsarbeit, eine Art Verbindung und Vernetzung zwischen beiden Gruppen zu schaffen. Ganz nach dem genannten Prinzip der *Decommodification* wird auf diese Weise versucht, mit der unpersönlichen Natur der globalen Märkte zu brechen und diese durch Werte und Prinzipien von Gemeinschaft und Solidarität zu ersetzen und Bewusstsein zu schaffen (Moberg & Lyon, 2010, S. 7): „ATOs can successfully promote alternative values and practices of fairness, partnership, and respect, they can ‚shorten the distance‘ between consumption and production in global arenas“ (Raynolds & Long, 2007, S. 18).

Ziel des wertorientierten Strangs ist es, einen möglichst großen Teil der konventionellen Märkte für sich zu gewinnen und die eigenen Marktanteile außerhalb der alternativen Märkte so weit wie möglich auszubauen, um auf diese Weise die eigene ganzheitliche Vision Fairen Handels umzusetzen, zu etablieren und so zu einer Transformation der konventionellen Märkte beizutragen (Fridell, 2007, S. 62).

### *Marktorientierung*

Im marktorientierten Strang derweil liegt dem Handel und der Vermarktung ein System zugrunde, welches, wie bereits ausführlich dargelegt, auf der Zertifizierung und Siegelung einzelner Produkte basiert. Ziel ist dabei, konventionelle Unternehmen in den Fairen Handel miteinzubeziehen und auf diese Weise zusätzliche, reguläre Vertriebswege für fair gehandelte Produkte zu erschließen. Die Produktzertifizierung stellt dabei sicher, dass die einzelnen Produkte entsprechend den definierten Standards produziert und gehandelt werden. Damit deckt das Zertifizierungssystem nur einen Teil der Produktions- und Lieferkette ab und gibt dementsprechend keine Auskunft über die generelle Geschäftstätigkeit der Unternehmen und Organisationen, welche die zertifizierten Produkte verarbeiten und vertreiben. Dank dieser neuen Zugänglichkeit zum Fairen Handel bieten mittlerweile zahllose konventionelle Unternehmen, Supermärkte und Discounter vereinzelte zertifizierte

---

<sup>62</sup> Auch AHO sind, wie dargelegt, seit den 1990er Jahren hinsichtlich des Vertriebs ihrer Produkte vermehrt auf konventionelle Märkte angewiesen (Frank, 2020a, S. 6).



Produktlinien an. Es sind derweil auch diese Akteur\*innen, welche das Zertifizierungssystem am meisten in Anspruch nehmen, da dieses ein recht unkompliziertes Instrument bietet, der Nachfrage der Konsument\*innen nach ethischen Standards nachzukommen und ihr Engagement diesbezüglich nach außen sichtbar zu machen, ohne dabei ihre Unternehmenspolitik ändern zu müssen (Frank, 2020a, S. 37–39, 47).

Konventionelle Unternehmen, Supermärkte und Discounter erhalten ihre Produkte in der Regel von Zwischenhändler\*innen, welche diese zu den internationalen Standards bspw. von Kooperativen oder Plantagen gekauft haben. Im Gegenzug für eine Gebühr an die Zertifizierungsorganisation können die Unternehmen ihre Produkte nach der Weiterverarbeitung schließlich gesiegelt verkaufen (Frank, 2020a, S. 38). Die Kommunikation zwischen den Unternehmen bzw. der Zertifizierungsorganisation und den Produzent\*innen erfolgt in diesem System folglich überwiegend indirekt und basiert auf der Umsetzung der formalisierten Regeln, Standards und Prozeduren. Ähnliches gilt für die Kommunikation mit den Verbraucher\*innen, welche in der Regel auf einen Sticker auf dem Endprodukt reduziert ist (Raynolds & Long, 2007, S. 19). Der Aspekt der Bewusstseinsbildung und des, in der internationalen Charta des Fairen Handels (2018, S. 6) festgeschriebenen, angestrebten Aufbaus einer Verbindung zwischen Verbraucher\*innen und Produzent\*innen ist demnach in diesem System nur schwer zu realisieren.

Ziel des marktorientierten Strangs ist dabei im Wesentlichen eine möglichst große Markterweiterung und möglichst hohe Anzahl an neuen Teilnehmenden im Netzwerk, um auf diese Weise eine Maximierung der Verkaufszahlen fair gehandelter Produkte zu erzielen (Murray & Raynolds, 2007, S. 9). Denn, wie (damals noch) die FLO argumentiert: „[E]xpanding Northern markets offers the possibility of providing Fair Trade benefits to a greatly increased number of marginalized producers and workers around the world“ (ebd., S. 8). Bei dieser Ausweitung des Marktes wird dabei das Einbeziehen äußerst fragwürdiger Akteur\*innen, wie etwa Discounter oder MTNU, in Kauf (ebd., S. 9). FI, dem Fundament des Zertifizierungssystems, und den jeweiligen nationalen *Fairtrade*-Initiativen liegen zwar die Ziele und Grundsätze des Fairen Handels zugrunde und werden sowohl durch Informations- und Bildungs-, als auch durch Advocacy-, Kampagnen- und Lobbyarbeit nach außen getragen; das gleiche gilt jedoch nicht für die überwiegende Mehrheit der Akteur\*innen, welche das Siegel in Anspruch nehmen.

\*

Zusammenfassend waren demnach gegen Ende der 1980er Jahre im Kontext der neoliberalen Umschwünge bedeutende Veränderungen sowohl in der Fair-Handels-Bewegung als auch im - Netzwerk zu beobachten. Mit den in den Hintergrund tretenden Staaten, des Rückgangs sozialer Regulierungen und der Beendigung der multilateralen Abkommen ist die globale Bewegung langsam abgeschwächt. Auch das Netzwerk bewegte sich im Zuge der neoliberalen Umschwünge vom

ursprünglichen staatsfixierten Ansatz, der Umstrukturierung des Systems und des Aufbaus eines parallelen Handelssystems und alternativer Märkte weg. Mittels eines Strategiewechsels und einer Umorientierung in konventionelle Märkte, strebte das Netzwerk fortan danach, anhand marktbasierter Ansätze, das existierende System zu reformieren und die konventionellen Märkte umzugestalten. Inmitten dieser Entwicklungen rückten die ursprünglichen AHO in den Hintergrund, während das neue Zertifizierungssystem zunehmend im Fokus stand und schließlich maßgeblich für das beispiellose Wachstum des Netzwerkes verantwortlich war. Obwohl die AHO und das Zertifizierungssystem grundsätzlich die gleichen Ziele und Grundsätze verfolgen, unterscheiden sich doch die Art und Weise wie, und vor allem auch von welchen Akteur\*innen diese umgesetzt werden, wesentlich. Folge hiervon sind bis heute vorzufindende Spannungen zwischen einem wert- und einem marktorientierten Strang innerhalb des Netzwerkes.

THESIS AM  
FACHBEREICH SOZIAL- UND  
KULTURWISSENSCHAFTEN  
DER HOCHSCHULE DÜSSELDORF

## 4 Fair-Handels-Kaffeemarkt

Mit Blick auf die dargelegte Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt überrascht nicht, dass Kaffee als eines der wichtigsten Produkte des Fairen Handels gilt („Geschichte des Fairen Handels“, o. J.). Besonders vor dem Hintergrund der hohen Volatilität, der niedrigen Preise und der signifikanten Ungleichheiten ist die Relevanz des Konzeptes in der Kaffeindustrie unverkennbar.

In den frühen Jahren des Fair-Handels-Netzwerkes standen überwiegend (Kunst)Handwerksprodukte aus dem Globalen Süden im Fokus der Initiative. Kaffee war im Jahr 1973 das erste Lebensmittel, welches von der niederländischen Organisation *Fairtrade Organisatie* aus Guatemala in die europäischen Märkte eingeführt wurde (von Hauff & Claus, 2018, S. 82). Auch Jahre später war es Kaffee, welches als erstes Produkt mit dem *Fairtrade*-Siegel gekennzeichnet wurde (ebd., S. 85). Bis heute gilt Kaffee als Aushängeschild des Fairen Handels und – im Sinne von Verkaufszahlen – erfolgreichsten Fair-Handels-Produkte („Zahlen und Fakten zum Fairen Handel in Deutschland“, o. J.).

Dem Jahresbericht von FI (2020, S. 20) zufolge verkauften *Fairtrade*-Produzent\*innen im Jahr 2019 weltweit geschätzt 218.162 Tonnen Rohkaffee – damit ist Kaffee das drittmeist verkaufte Produkt nach Bananen und Kakaobohnen. In Deutschland lag Kaffee im Jahr 2019 mit einem Anteil von 32,5% am Gesamtumsatz<sup>63</sup> auf dem ersten Platz der verkauften Fair-Handels-Produkte. Der gesamte Marktanteil von Kaffee aus Fairem Handel lag in Deutschland bei 6,7% – der Bio-Anteil hiervon betrug 76% (Frank, 2020b, S. 8). Der Umsatz mit zertifiziertem *Fairtrade*-Kaffee in Deutschland ist derweil zwischen den Jahren 2011 und 2019 stetig gestiegen und wurde im Jahr 2019 auf rund 533,2 Millionen Euro geschätzt. Im Jahr 2011 waren es noch rund 237,96 Millionen Euro (*Kaffee im Welthandel*, 2021, S. 8, 54).

So viel zu einigen einführenden Zahlen und Daten. Doch wie genau sucht der Faire Handel einen Unterschied auf dem globalen Kaffeemarkt zu machen? Dieser Frage soll entlang der in der internationalen Charta des Fairen Handels (2018) definierten, grundlegenden Prinzipien und gängigsten Ansätze des Fairen Handels auf den Grund gegangen werden.<sup>64</sup> Vor dem Hintergrund der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt sind dabei besonders die Aspekte der Schaffung von Marktzugängen für benachteiligte Produzent\*innen, die Unterhaltung langfristiger, partnerschaftlicher und transparenter Handelsbeziehungen, die Zahlung fairer Preise sowie die Möglichkeit auf Vorfinanzierung wichtig. Darüber hinaus stellen auch die Förderung der

---

<sup>63</sup> Dieser Anteil ist gemessen an allen verkauften Fair-Handels-Produkten, inklusive den Produkten mit dem *Fairtrade*-Produktsiegel und Produkten der anerkannten Fair-Handels-Unternehmen (Frank, 2020b, S. 4–6).

<sup>64</sup> Es wurde an dieser Stelle bewusst die internationale Charta des Fairen Handels als Anhaltspunkt gewählt, da sie als Referenzdokument für den globalen Fairen Handel und gemeinsames Projekt von FI und der WFTO gilt und demnach Akteur\*innen beider Stränge an der Umsetzung beteiligt waren.

Gleichberechtigung von Frauen und des Umweltschutzes sowie die Bildungs- und politische Kampagnenarbeit durchaus bedeutende Themenfelder im Fair-Handels-Kaffeesektor dar (vgl. *Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018; Frank, 2020a).

Hervorzuheben bleibt letztlich, dass der Ansatz des Fairen Handels ein multidimensionaler ist und die genannten Prinzipien und Ansätze zusammenhängende und ineinander übergehende ökonomische, soziale, ökologische und politische Dimensionen beinhalten (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 18).

#### 4.1 Marktzugänge für benachteiligte Produzent\*innen

Wie bereits dargelegt sind Kleinbäuer\*innen, insbesondere solche aus abgelegenen ruralen Gegenden und ohne Transportmöglichkeiten, weitestgehend isoliert von Export- und Marktzugängen. Aufgrund dieser Begebenheiten sind sie auf Zwischenhändler\*innen angewiesen, welche in der Regel direkt in die Dörfer kommen, um ihre Ernten abzukaufen. Diese Abhängigkeit und fehlende Informationen führen dazu, dass sich Kleinbäuer\*innen in einer schwachen Verhandlungsposition wiederfinden und sich den lokalen Zwischenhändler\*innen und ihre Bedingungen – insbesondere ihren Preise – unterwerfen müssen (Nicholls & Opal, 2005, S. 33, 34). Wie dargelegt verschärfen die fehlenden Marktzugänge das höchst asymmetrische Machtverhältnis zugunsten von multi- und transnationalen Unternehmen und die Ungleichheiten entlang der Wertschöpfungskette.

Vor diesem Hintergrund gilt als eines der wichtigsten Prinzipien des Fairen Handels generell, und besonders in Bezug auf den Kaffeehandel, benachteiligten und marginalisierten Kleinbäuer\*innen aus ihren isolierten Positionen herauszuhelfen, ihnen zu einem Marktzugang zu verhelfen und sie beim Markteintritt zu unterstützen, um ihnen auf diese Weise zu ermöglichen, einen größeren Teil der Wertschöpfung zurückzubehalten (von Hauff & Claus, 2018, S. 158; Nicholls & Opal, 2005, S. 82).

Zu diesem Zweck liegt der Fokus des Fairen Handels auf der Partnerschaft und Zusammenarbeit mit Produzent\*innen, welche sich zu demokratischen Organisationen zusammengeschlossen haben (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 6): „Zusammenschlüsse oder Kooperativen von Kleinproduzent\*innen haben beim Fairen Handel immer im Mittelpunkt gestanden, vor allem wegen ihrer Rolle, marginalisierten und benachteiligten Produzent\*innen und Arbeiter\*innen zu einem besseren Marktzugang zu verhelfen“, so die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 19). Hierzu zählen sowohl kleine Organisationen mit sehr wenigen, als auch größere Kooperativen mit mehreren zehntausend Mitgliedern (Frank, 2020a, S. 10). Dieses Prinzip steht indes sowohl bei AHO als auch im *Fairtrade*-Zertifizierungssystem im Mittelpunkt.

Laut Angaben von FI gab es im Jahr 2018 weltweit 604 *Fairtrade*-zertifizierte Kaffee-Kooperativen, denen insgesamt 758.400 Bäuer\*innen<sup>65</sup> angehörten.<sup>66</sup> Das Land mit den meisten Kooperativen war im Jahr 2018 Peru mit 170 (rund 57.000 Bäuer\*innen); vor Kolumbien mit 79 (rund 70.600 Bäuer\*innen), Honduras mit 48 (rund 8.700 Bäuer\*innen) und Mexiko mit 43 (rund 30.800 Bäuer\*innen). In Brasilien, dem Hauptexportland von Rohkaffee, gibt es derzeit nur 30 *Fairtrade* Kaffee-Kooperativen mit rund 12.700 Bäuer\*innen. Interessant zu erwähnen ist daneben noch Äthiopien, wo es im Jahr 2018 nur 7 zertifizierte Kooperativen gab, welche aber insgesamt rund 135.100 Bäuer\*innen umfassten („Key Data: Fairtrade Coffee“, o. J.). Die Gesamtzahl an Bäuer\*innen in zertifizierten Kooperativen ist derzeit zwischen den Jahren 2014 von rund 812.500 auf rund 758.400 im Jahr 2018 gesunken (*Fairtrade-Produkte im Fokus: Kaffee*, 2015, S. 21). Der Bereich der WFTO und der AHO und damit auch die Anzahl an Kooperativen, mit denen diese Unternehmen und Organisationen zusammenarbeiten, ist schwierig zu erfassen und zu quantifizieren und demnach auch zu dokumentieren (Raynolds & Long, 2007, S. 21). Generell arbeiten der internationalen Charta des Fairen Handels (2018, S. 26) zufolge mehr als „4.000 Basisorganisationen mit mehr als 2,5 Millionen Kleinproduzent\*innen und Arbeiter\*innen in über 70 Ländern (...) mit der WFTO oder FI zusammen“ – diese Zahl umfasst indes nicht nur Kaffee, sondern alle Bereiche und Produkte.

Ziel dieser Partnerschaften und der Förderung dieser Art von Zusammenschlüssen von Bäuer\*innen ist dabei, starke Geschäftsstrukturen aufzubauen, sodass die Farmer\*innen auf den internationalen Märkten mithalten und bessere Handelsbedingungen erreichen können (*Die internationale Charta des Fairen Handels*, 2018, S. 6). Darüber hinaus soll die Mitgliedschaft in demokratisch organisierten Vereinigungen Kaffeebäuer\*innen helfen, ihre Verwaltungs- und Verhandlungskapazitäten auszubauen (BASIC, 2018, S. 20). Daneben ermöglichen die Eliminierung der Abhängigkeit von lokalen Zwischenhändler\*innen und das Ausschalten des Zwischenhandels (von Hauff & Claus, 2018, S. 166) höhere Anteile des Endverkaufspreises für Farmer\*innen (Nicholls & Opal, 2005, S. 83). Durch diese möglichst direkten Handelsbeziehungen kann ein größerer Anteil des Erlöses – unter anderem der Teil, der im konventionellen Handel im Zwischenhandel hängen bleibt – in der Kooperative bleiben und dadurch sowohl direkt als auch indirekt zurück an die Bäuer\*innen gehen (von Hauff & Claus, 2018, S. 166).

In diesem Kontext spielt ein weiteres Kernprinzip des Fairen Handels eine wichtige Rolle: die Gewährleistung der Kernarbeitsnormen.

„Jeder Mensch sollte von seiner Arbeit in Würde leben können. Der Faire Handel fördert die Einhaltung von lokalen Regelungen oder internationalen Konventionen hinsichtlich der

---

<sup>65</sup> Es sind dabei lediglich 17% der Mitglieder Frauen („Women’s Access, Equity and Empowerment under the Fairtrade Gender Strategy“, o. J.).

<sup>66</sup> Zwischen den Jahren 2014 und 2018 ist die Zahl der zertifizierten Fairtrade-Kaffee-Kooperativen von 445 auf 604 angestiegen („Key Data: Fairtrade Coffee“, o. J.).

Vereinigungsfreiheit und dem Recht auf gemeinsame Lohnverhandlungen, des Verbots von Diskriminierung und Zwangsarbeit sowie der Gewährleistung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz“

so die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 19). Dieses Prinzip ist besonders wichtig im Kontext von großen Plantagen, aber auch im Rahmen von Kooperativen mit einer hohen Zahl an Mitgliedern sind diese Aspekte durchaus von Bedeutung. In allen Fällen stellt der Faire Handel sicher, dass die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation sowie nationale und lokale Gesetze eingehalten werden (Nicholls & Opal, 2005, S. 40).

Hinsichtlich Kinderarbeit schreibt die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 20): „Der Faire Handel setzt sich dafür ein, dass Familien durch ihre Arbeit ein ausreichendes Einkommen erzielen, das Kindern Bildung und eine ihnen angemessene Entwicklung ermöglicht, und leistet dafür entsprechende Bewusstseinsarbeit“. Daneben stellt er sicher, dass nationale und internationale Standards – die Kinderrechtskonvention der Vereinten Nationen sowie jeweilige nationale und lokale Gesetze zur Beschäftigung von Kindern – eingehalten werden („Our Fair Trade System“, o. J.). Im Kaffeeanbau ist es dabei besonders wichtig (und gleichzeitig eine große Herausforderung) zwischen der in manchen Kontexten recht gängigen Mitarbeit von Kindern im familiären Kontext und ausbeuterischer Kinderarbeit oder minderjährigen Tagelöhnern zu unterscheiden (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 49).

Die Mitgliedschaft in Kooperativen bietet derweil weitere bedeutende Vorteile für Kaffeebauer\*innen – so etwa die Möglichkeit gemeinschaftlicher Anschaffungen, ein verbesserter Zugang zu Krediten und Finanzmitteln, Zugang zu Information sowie die Möglichkeit von Training und Weiterbildung – auf welche im Folgenden näher eingegangen wird.

Das Umgehen von Zwischenhändler\*innen und der damit verbundene Rückbehalt eines größeren Anteils der Wertschöpfung wird durch die Möglichkeit gemeinschaftlicher Anschaffungen im Rahmen von Kooperativen verstärkt. Durch die Bündelung von Ressourcen und die Investition von Einnahmen und Gewinnen sind Kooperativen in der Lage, in die wertschöpfende Verarbeitungs-, Transport- und Vermarktungsphase des Kaffeehandels einzusteigen, die Zwischenhändler\*innen traditionell unter Kontrolle haben (Fridell, 2007, S. 193, 194). Die Übernahme eines möglichst großen Teils der Verarbeitungsschritte innerhalb der Kooperative, welches bestenfalls ermöglicht ohne weitere Zwischenschritte direkt zu exportieren, steigert die Wertschöpfung vor Ort und damit auch die Position der Kooperative und der Farmer\*innen (Nicholls & Opal, 2005, S. 82). Dank der Struktur von Kooperativen und ihrer Eigenschaft, dass die Bäuer\*innen in der Regel Anteile an der Kooperative besitzen – meist proportional zum Anteil an ihrer Ernte, welchen sie an die Kooperative verkaufen – werden die Einnahmen und Gewinne in der Regel demokratisch nach den Wünschen der Mitglieder angelegt (ebd., S. 34).

Auch *Community* Kredit-Fonds mit niedrigen Zinssätzen für Mitglieder oder der Ankauf von Land gehören zu den Vorteilen der Mitgliedschaft in Kooperativen (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 140). Auch kann diese den Zugang zu Krediten für Bäuer\*innen bei externen Institutionen erleichtern. So gilt bspw. eine *Fairtrade*-Zertifizierung von Kaffeekooperativen oftmals als hilfreich, um Zugang zu Finanzierung und Mikrofinanzinstitutionen zu erlangen („Fairtrade-Kaffee“, o. J.). Zudem eröffnet das Gesamtvolumen an Kaffee, das im Rahmen der Kooperative verwaltet und vertrieben wird, eine Teilnahme in den internationalen Finanzmärkten und ermöglicht bspw. das Abschließen von Terminkontrakten.<sup>67</sup> Diese schützen – wie bereits dargelegt – vor Volatilität, geben Sicherheit und Vorhersehbarkeit und erlauben Planungssicherheit für die Bäuer\*innen (Nicholls & Opal, 2005, S. 36).<sup>68</sup>

Als besonders wichtig wird im Fair-Handels-Kaffeemarkt auch die Ermöglichung eines Zugangs zu Information von benachteiligten Kleinbäuer\*innen erachtet (Nicholls & Opal, 2005, S. 82). Fehlender Informationszugang in Bezug auf aktuelle Weltmarktpreise zum Beispiel, zurückzuführen auf abwesende Kommunikationsmittel wie Telefon, Internet oder Radio, verstärkt die Abhängigkeit der Kleinbäuer\*innen von Zwischenhändler\*innen. Kooperativen bieten die Möglichkeit, notwendige Investitionen zu tätigen und Kleinbäuer\*innen auf diese Weise den fehlenden Zugang zu Information zu beschaffen (ebd., S. 34). Wie auch hinsichtlich der Terminkontrakte ist dies besonders wichtig mit Blick darauf, dass trotz Zertifizierung oftmals ein Großteil der Produkte auf dem konventionellen Markt verkauft werden muss: In Zeiten von niedrigen Preisen erlauben entsprechende Informationen den Kooperativen bspw. angemessen zu reagieren und ihr Angebot vom Markt fernzuhalten bis die Preise wieder gestiegen sind (ebd., S. 7).

Ein weiterer bedeutender Vorteil für eine Mitgliedschaft in Kooperativen ist die Möglichkeit auf Fort- und Weiterbildungen (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 141). Dieser Aspekt ist derweil auch eins der grundlegenden Prinzipien des Fairen Handels: Ziel ist es, einen Beitrag zur Qualifizierung der Produzent\*innen und Handelspartner\*innen zu leisten und diese so weit wie möglich zu fördern. Der Fokus dieser Maßnahmen liegt dabei überwiegend auf Informationsarbeit und -bereitstellung, auf Verbesserungen in Anbau- und Verarbeitungsverfahren, auf generellen Verbesserungen im Produktionsprozess sowie auf der Förderung von Kenntnissen und Fähigkeiten, dies maßgeblich hinsichtlich Effizienz, Qualität und Vermarktung der Produkte (von Hauff & Claus, 2018, S. 169). Viele Kaffee-Kooperativen haben interne Expert\*innen eingestellt, welche den Bäuer\*innen zur Beratung und Unterstützung zur Seite stehen (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 140). Daneben sollen die

---

<sup>67</sup> Der Abschluss von Terminkontrakten an den Rohstoffbörsen ist an bestimmte Auflagen gekoppelt. Eine davon ist die Mindestmenge Kaffee von 37,500 Pfund (rund 17.000 Kilogramm). Die meisten Kleinbäuer\*innen jedoch produzieren nicht mal jährlich annähernd so viel (Tark, 2019).

<sup>68</sup> Besonders wichtig ist dies indes für die Anteile der Produktion, die nicht über den Fair-Handels-Markt verkauft werden können (Nicholls & Opal, 2005, S. 7). Siehe auch Kapitel 5.3.

Kooperativen und ihre Mitglieder bei der Verbesserung von Managementfähigkeiten und Produktionskapazitäten, bei der Umsetzung der Standards und beim Zugang zu lokalen, regionalen und internationalen Märkten im Fairen und konventionellen Handel unterstützt werden („Our Fair Trade System“, o. J.). Übergeordnetes Ziel ist dabei, starke Organisationen auf- und ihre Professionalisierung auszubauen (Frank, 2020a, S. 50).

Im Rahmen von FI bieten bspw. Berater\*innen der *Fairtrade*-Produzent\*innen-Netzwerke Trainings und Weiterbildungen für Kooperativen und ihre Mitglieder an („Fairtrade-Kaffee“, o. J.). AHO haben diese Art von Maßnahmen in viele Fällen in den Grundsätzen ihrer Partnerschaften integriert. Die GEPA bspw. definiert als Teil ihres Verständnisses fairer Handelsbeziehungen den Aspekt der Beratung bei der Produktentwicklung und der Exportabwicklung (*Zahlen – Daten – Fakten. Geschäftsjahr 2019*, 2019, S. 2).

#### 4.2 Langfristige, partnerschaftliche und transparente Handelsbeziehungen

Neben dem Fokus auf der Zusammenarbeit mit Kooperativen gibt es im Fairen Handel „ein Bekenntnis zu langfristigen Handelspartnerschaften, die beiden Seiten durch Informationsaustausch und gemeinsame Planung erlaubt, zu kooperieren und daran zu wachsen“, so die internationale Charta (2018, S. 18). Ein weiterer Kernaspekt besteht demnach aus langfristigen, partnerschaftlichen und transparenten Handelsbeziehungen. Käufer\*innen verpflichten sich im Fairen Handel zu Langzeitbeziehungen mit den Kooperativen (Talbot, 2004, S. 206). Dabei soll auf allen Ebenen der Kette eine gute und offene Kommunikation angestrebt werden. Mittels Transparenz sollen alle relevanten Informationen für sämtliche Beteiligten – Produzent\*innen, Handelspartner\*innen und Verbraucher\*innen – bereitgestellt werden („Our Fair Trade System“, o. J.). Besonders mit Blick auf die dargelegten Bedingungen im konventionellen Kaffeehandel birgt diese Art von Handelsbeziehung große Vorteile für die Kaffeebauer\*innen, so unter anderem dass sie sich auf festgelegte Preise und ein stabiles und vorhersehbares Einkommen verlassen können und ihnen eine langfristige Planung und Sicherheit ermöglicht wird (Frank, 2020a, S. 50; Talbot, 2004, S. 206).

Wie bereits dargelegt, streben AHO von ihren Grundsätzen her nach engen, partnerschaftlichen und langfristigen Beziehungen. Die Grundlage sollen dabei Solidarität, Vertrauen und gegenseitiger Respekt bilden – so die Prinzipien der WFTO („Our Fair Trade System“, o. J.). Dieser Grundsatz ermöglicht ein gemeinsames Wachsen: Kommt es zu Angebots- oder Qualitätsproblemen, bleiben AHO den Kooperativen grundsätzlich loyal und versuchen, diese mit den Produzent\*innen zusammen zu überwinden (Nicholls & Opal, 2005, S. 40). Verstärkt wird dieser enge Austausch und die Langfristigkeit der Handelspartnerschaften durch die bereits genannten Investitionen in Form von Beratungen, Schulungen oder schlicht Humankapital (von Hauff & Claus, 2018, S. 161). „Direkte



Handelsbeziehungen und langfristige Partnerschaft – in guten und schwierigen Zeiten“, schreibt bspw. die GEPA (*Zahlen – Daten – Fakten. Geschäftsjahr 2019*, 2019, S. 2). Verglichen mit der hohen Volatilität und der Unsicherheit im konventionellen Handel ermöglichen die Verträge, welche im Rahmen der Zusammenarbeit mit AHO in der Regel für ein ganzes Kaffeejahr, teilweise sogar bis zu drei Jahren, abgeschlossen werden, große finanzielle Sicherheit für die Kaffeebauer\*innen („Musterkalkulation“, o. J.).

Wie bereits dargelegt, sind die Handelsbeziehungen im *Fairtrade*-Zertifizierungssystem etwas anders ausgelegt. FI definiert den Begriff „langfristig“ nicht grundlegend; festgelegt ist lediglich, dass Verträge abgeschlossen werden müssen (Nicholls & Opal, 2005, S. 40): „A ‚price to be fixed‘ contract should be used between the seller and the buyer“ (*Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*, 2011, S. 5). Diese Tatsache und die vorherrschende Distanz zwischen den Produzent\*innen und den konventionellen Unternehmen, welche das Siegel in Anspruch nehmen, erschweren die Umsetzung langfristiger und partnerschaftlicher Beziehungen zwischen den Beteiligten. Die tendenziell eher unpersönlichen Beziehungen erleichtern zudem Trennungen nach dem Auslaufen von Verträgen: Sind konventionelle (Import-)Unternehmen bspw. unzufrieden mit der Qualität der Lieferung, wird oftmals schlicht und einfach zu einer anderen zertifizierten Kooperative gewechselt. Mit der zunehmend breiten Auswahl letzterer wird oftmals kein finanzieller Mehrwert gesehen bspw. in Qualitätsverbesserung oder Kapazitätsaufbau zu investieren (Nicholls & Opal, 2005, S. 40).

Der Transparenz in den Handelsbeziehungen kommt eine besonders wichtige Bedeutung zu: Sie fördert Vertrauen und Glaubwürdigkeit und stellt sicher, dass die Prinzipien des Fairen Handels auch tatsächlich umgesetzt werden. Der Aspekt der Transparenz wird dabei sowohl von Seiten der Fair-Handels-Unternehmen und -Organisationen, als auch von Seiten der Produzent\*innen-Organisationen gefordert. Und auch die Transparenz und Informationsbereitstellung gegenüber den Verbraucher\*innen ist, wie bereits dargelegt, besonders wichtig. Besonders etabliert ist dies indes, wie bereits dargelegt, bei AHO – wichtige Faktoren sind dabei unter anderem die Offenlegung der Preise, die an die Produzent\*innen gezahlt werden, aber auch bspw. Informationen bezüglich der administrativen Kosten und der Gewinnspanne der Unternehmen und Organisationen (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 60–62).

#### 4.3 Faire Preise und Möglichkeit auf Vorfinanzierung

„Jeder Mensch sollte von seiner Arbeit in Würde leben können“, so schreibt die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 19). Zu diesem Ziel arbeitet der Faire Handel darauf hin, „für die Beschäftigten entlang [der] Lieferketten existenzsichernde Löhne zu erreichen sowie für

Kleinbäuer\*innen (...) ein existenzsicherndes Einkommen“. Es geht demnach um weit mehr als nur um ein Einkommen, das zum Überleben reicht – Ziel ist es, die Existenz der Produzent\*innen zu sichern (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 44).

Diesem Ziel liegen zwei Kernaspekte zugrunde: die Zahlung fairer Preise und auf Wunsch, die Möglichkeit auf Vorfinanzierung. Vor dem Hintergrund der Situation und Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt, besonders mit Blick auf die höchst volatilen und niedrigen Weltmarktpreise, sollen diese Aspekte stabile Einkommen für Kaffeebäuer\*innen ermöglichen und fundamentale Sicherheitsnetze darstellen („Fairtrade-Kaffee“, o. J.) und können demnach durchaus als zwei der wichtigsten Prinzipien im Fair-Handels-Kaffeemarkt bezeichnet werden (Talbot, 2004, S. 206).

Für die fairen Preise und die Vorfinanzierung gibt es keine einheitliche Regelung. FI hat seine eigens definierten Mindestpreise, gegebenenfalls Bio-Aufschläge in einer bestimmten Höhe, eine zusätzliche festgelegte Prämie sowie ein bestimmter Prozentsatz an Vorfinanzierung, welcher zu einem nicht festen Zinssatz beantragt werden kann („Fairtrade Minimum Price and Premium Information“, o. J.; *Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*, 2011, S. 6).<sup>69</sup> Daneben vertritt bspw. die WFTO eine eigene Vorstellung von fairer Bezahlung und hat einen eigenen Mindestsatz an Vorfinanzierung festgelegt. Die WFTO sieht in ihren Prinzipien keine zusätzlichen Prämien vor („Our Fair Trade System“, o. J.). Viele AHO nutzen die Standards und Prinzipien von FI und der WFTO als Orientierung (und Mindeststandards), haben aber oftmals darüber hinaus eigene Verfahrensweisen und Preisbildungssysteme etabliert, auf Basis derer sie mit den jeweiligen Partnerorganisationen Handel betreiben (von Hauff & Claus, 2018, S. 122).

Wie bereits erwähnt hat FI für Kaffee und eine ganze Reihe von anderen Produkten, eigene Standards definiert, welche im Rahmen des Fairen Handels umgesetzt werden müssen. Wichtig ist zunächst, dass bei den Mindestpreisen für Kaffee zwischen verschiedenen Sorten – *Arabica*-Kaffee und *Robusta*-Kaffee – und Verarbeitungsgraden – natürlicher und gewaschener Kaffee<sup>70</sup> – unterschieden wird (*Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*, 2011, S. 4). Die jeweiligen Mindestpreise sollen derweil die Kosten einer nachhaltigen Produktion decken und für die Kaffeebäuer\*innen als Sicherheitsnetz gegen die Volatilität auf dem Weltmarkt dienen (Frank, 2020a, S. 50). Daneben ist ein festgelegter Bio-Aufschlag für ökologisch angebauten Kaffee vorgesehen (*Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*, 2011, S. 4). Bei der

---

<sup>69</sup> Die aktuell geltenden Fairtrade-Standards für Kaffee sind seit dem Jahr 2011 in Kraft. Gegenwärtig findet eine Revidierung mit folgendem Ziel statt: „Improve the Fairtrade Standard for coffee, so that it contributes to a greater sustainability of coffee production and trade, fairer trade practices and sustainable livelihoods for coffee producers and their families“ („Coffee Standard Review“, o. J.).

<sup>70</sup> Um nach der Ernte der roten Kaffeekirschen die Kaffeebohnen vom sie umhüllenden Fruchtfleisch zu lösen, gibt es zwei Methoden: Das traditionelle Trockenverfahren, auch *natural* genannt und das Nassverfahren, auch bekannt als gewaschener Kaffee. Beide Prozesse werden im Produktionsland vor dem Export und überwiegend von den Produzent\*innen selbst durchgeführt („Verarbeitung des Kaffees: Sonnengetrocknet oder gewaschen?“, o. J.).

*Fairtrade*-Prämie handelt es sich um eine zusätzlich gezahlte Geldsumme, welche nicht für die Bäuer\*innen direkt, sondern für die Gemeinschaftskasse der Kooperative bestimmt ist und diesen damit auf indirektem Weg zugute kommt (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 52). Die demokratische Organisation der Kooperativen erlaubt derweil eine selbstständige und gemeinschaftliche Entscheidung der Mitglieder über die Nutzung der Prämie („Fairtrade-Kaffee“, o. J.). Je nach Bedarf wird diese in unterschiedliche soziale *Community*-Projekte investiert: Infrastruktur, Straßen, Brücken, Schulen, Kinderkrippen, Gesundheitsstationen oder Stipendien für die Kinder der Mitglieder – um nur ein paar Beispiele zu nennen. Oftmals wird die Prämie auch für die sehr teure Umstellung auf den biologischen Anbau genutzt.<sup>71</sup> Festgelegt ist jedoch, dass ein bestimmter Teil der Prämie – mindestens 5 US Cent pro Pfund Kaffee – verpflichtend in produktivitäts- und qualitätssteigernde Maßnahmen fließen müssen. Darunter fallen bspw. Trainings und Schulungen zu landwirtschaftlicher Praxis, Wiederaufforstungsmaßnahmen, der Kauf von Ausrüstung oder Infrastrukturinvestitionen (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 53). Liegen die jeweiligen Weltmarktpreise über dem *Fairtrade*-Mindestpreis, so wird der Weltmarktpreis, gegebenenfalls zusätzlich eines Qualitätsaufschlags, zusätzlich der *Fairtrade*-Prämie sowie, falls zutreffend, zusätzlich des Bio-Aufschlags gezahlt. Die *Fairtrade*-Preise liegen also stets, auch in *Boom*-Zeiten, über den Weltmarktpreisen. Darüber hinaus sehen die Standards von FI vor, dass Käufer\*innen auf Anfrage der Produzent\*innen bis zu 60% des Vertragswertes als Vorfinanzierung zur Verfügung stellen müssen (*Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*, 2011, S. 6). Diese Kredite, welche in der Regel nach der Ernte zurückgezahlt werden, sollen den Kooperativen ermöglichen, den Bäuer\*innen den Kaffee bereits bei der Lieferung, und bspw. nicht erst nach dem Verkauf an die Importunternehmen, bezahlen zu können. Besonders hinsichtlich des oftmals fehlenden Zugangs zu Krediten und Finanzmitteln von Bäuer\*innen kommt diesem Aspekt eine große Bedeutung zu (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 140). Wichtig bleibt an dieser Stelle noch darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Mindestpreisen um die bereits genannten FOB-Preise handelt. Diese umfassen alle Kosten, welche bis zum Export des Kaffees anfallen, demnach bspw. Verwaltungskosten der Kooperativen, Lagerung, Verpackung, Versicherung und Transportkosten. Die FOB-Preise sind demnach nicht die Preise, die die Bäuer\*innen jeweils für ihren bei der Kooperative abgelieferten Pfund Kaffee erhalten (Fridell, 2007, S. 191).

---

<sup>71</sup> Die Bio-Zertifizierung ist strikt und die Umstellung ein langer Prozess. In der Regel müssen die Kaffeesträucher drei Jahre unter natürlichen Bedingungen wachsen, bevor die Produktion als biologisch zertifiziert werden kann. Die notwendigen Investitionen hinsichtlich Aufwand, Mehrarbeit und Ressourcen gelten als sehr hoch (Fridell, 2007, S. 203).

Specific Product Standard	Product	Quality	Form	Country / Region	Producer Scope	Price level (INCOTERMS)	Currency / Unit	Fairtrade minimum price	Fairtrade premium	
+	Coffee	Coffee	Conventional	Arabica; Natural	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	1.35	0.2
+	Coffee	Coffee	Conventional	Arabica; Washed	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	1.4	0.2
+	Coffee	Coffee	Conventional	Robusta; Natural	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	1.01	0.2
+	Coffee	Coffee	Conventional	Robusta; Washed	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	1.05	0.2
+	Coffee	Coffee	Organic	Arabica; Natural	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	Organic differential: +0.30	0.2
+	Coffee	Coffee	Organic	Arabica; Washed	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	Organic differential: +0.30	0.2
+	Coffee	Coffee	Organic	Robusta; Natural	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	Organic differential: +0.30	0.2
+	Coffee	Coffee	Organic	Robusta; Washed	Worldwide	SPO	FOB	USD/pound	Organic differential: +0.30	0.2

Abbildung 1: Fairtrade-Mindestpreise und Fairtrade-Prämie pro Pfund Kaffee („Fairtrade Minimum Price and Premium Information“, o. J.)

Eine Studie des französischen Forschungsinstituts BASIC über Nachhaltigkeit im Kaffeesektor (2018) zeigt deutlich positive Auswirkungen bezüglich der dargelegten Aspekte in den untersuchten Ländern Peru und Äthiopien. Besonders in Krisenzeiten waren Fairtrade-zertifizierte Kooperativen in der Lage, Schutz für ihre Mitglieder zu bieten: Im Jahr 2017 lagen bspw. die Fairtrade-Preise in Peru um 16% höher als in den konventionellen Lieferketten. Dank des Bio-Aufschlags konnten die untersuchten Kooperativen hohe Gewinne aus der Umstellung auf biologische Erzeugung erwirtschaften – im Jahr 2017 erhielten sie hierfür durchschnittlich 50% mehr als im konventionellen Anbau. Auch bezüglich der Wertschöpfung konnten durchaus Erfolge festgestellt werden: Produzent\*innen konnten im Fairtrade-System rund 16% rückbehalten – das heißt, sie erhielten 16% des Preises für ein 250g-Paket – verglichen mit 11,6% im konventionellen Handel. Zertifizierte Kooperativen konnten beim Export einen größeren Anteil des Gesamtwertes als im konventionellen Handel erreichen: 18,8% gegenüber 12,4% (ebd., S. 22). Auch in Äthiopien konnten Produzent\*innen größere Anteile der Wertschöpfung gewinnen: 20% für ein 250g-Paket gegenüber 17,4% im konventionellen Handel. Für die zertifizierten Kooperativen betrug der höhere Wertanteil 20,3% verglichen mit 13,4% in der konventionellen Lieferkette (ebd., S. 24).

Wie anfangs dargelegt sieht die WFTO eigene Kriterien einer fairen Bezahlung vor. Sie gibt keine Mindestpreise vor, sondern basiert auf folgendem Prinzip:

„A fair payment is one that has been mutually negotiated and agreed by all through on-going dialogue and participation, which provides fair pay to the producers and can also be sustained by the market, taking into account the principle of equal pay for equal work by women and men“ („Our Fair Trade System“, o. J.).

Nach Definition der WFTO umfasst die faire Bezahlung, je nachdem, faire Preise für Produkte sowie faire, lokal existenzsichernde Löhne für Produzent\*innen und Arbeiter\*innen. Für den Kaffeehandel und im Kontext der Zusammenarbeit mit Kooperativen sind besonders die fairen Preise relevant. Diese sollen auf einer transparenten Preiskalkulation beruhen und im Dialog zwischen den Anbieter\*innen und den Käufer\*innen frei ausgehandelt werden. Faire Preise sollen dabei faire Löhne und faire Gewinne umfassen und für gerechte Anteile am Endpreis für alle Akteur\*innen entlang der Lieferkette stehen. Die gezahlten Preise der Mitglieder der WFTO werden demnach individuell an die jeweiligen Kontexte und Bedürfnisse angepasst. Auf Anfrage muss eine Vorfinanzierung von mindestens 50% geleistet werden. Die Erhebung von Zinsen ist nicht erforderlich; falls diese eingefordert werden, sollten sie möglichst günstig sein. Die Zinsen dürfen in keinem Fall höher sein als die Kreditaufnahme bei Dritten. Gegenüber den Standards von FI sieht die WFTO in ihren Prinzipien keine definierten zusätzlichen Prämien vor („Our Fair Trade System“, o. J.).<sup>72</sup>

Wie erwähnt, gehen AHO oftmals über diese international definierten Standards und Prinzipien hinaus. Für das deutsche Fair-Handels-Unternehmen El Puente bspw. stellen die *Fairtrade*-Mindestpreise ein absolutes Minimum dar. Um ein von teuren Krediten unabhängiges Wirtschaften und notwendige Investitionen zu ermöglichen, stellt das Unternehmen auf Anfrage der Partner-Kooperativen zinsfreie Vorfinanzierungen von bis zu 100% zur Verfügung. Darüber hinaus werden, obgleich nicht in den Prinzipien der WFTO vorgesehen, bspw. Aufschläge für biologischen Anbau, besonders hohe Qualität und soziale Projekte gezahlt („Fairer Handel bei El Puente“, o. J.).

#### 4.4 Gleichberechtigung von Frauen

Weltweit werden Frauen immer noch benachteiligt. „Obwohl Frauen oft den größten Teil der Arbeit leisten, haben sie häufig keinen Zugang zu Landbesitz und Krediten, die es ihnen erlauben würden, von wirtschaftlichen Aktivitäten und Möglichkeiten einer sozialen und ökonomischen Entwicklung in voller Höhe zu profitieren“, so schreibt die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 20).

Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt des Fairen Handels ist dementsprechend die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen: Nicht nur respektiert der Faire Handel das „Prinzip der Nicht-

---

<sup>72</sup> Es soll an dieser Stelle daran erinnert werden, dass auch viele AHO Fairtrade-zertifizierte Produkte anbieten und demnach beide Stränge nicht strikt zu trennen sind.

Diskriminierung, sondern [er] setzt[t] sich aktiv für Geschlechtergerechtigkeit ein, indem [er] Frauen in Entscheidungsfindungen einbezieht und weitere Veränderungen in diesem Sinne fördert“, so die Charta (2018, S. 20) weiter. Insbesondere im Kaffeesektor, in welchem, wie dargelegt, Frauen eine wichtige Rolle spielen und zur gleichen Zeit sehr gefährdet sind, kommt diesem Aspekt folglich eine große Bedeutung zu.

Vor diesem Hintergrund hat bspw. FI im Rahmen der *Fairtrade*-Gender-Strategie zwischen 2016 und 2020 aktiv zu diesem Thema im Kaffeesektor gearbeitet: „The Fairtrade Gender Strategy seeks to attain gender equality and women’s empowerment in producer organizations through building women’s and girls’ power and agency [and] aims to deliver a transformative approach to gender mainstreaming in the Fairtrade system“ („Gender Strategy 2016-2020: Transforming Equal Opportunity, Access and Benefits for All“, o. J.). Eine Studie zur Bewertung des Fortschritts und der Ergebnisse der Strategie, welche im Jahr 2019 durchgeführt wurde, zeigt, dass das *Fairtrade*-System grundsätzlich zu einer größeren Geschlechtergerechtigkeit in den untersuchten Kooperativen in Indonesien, Kenia und Guatemala beitragen konnte. Die Fortschritte sind dabei generell am bedeutendsten hinsichtlich einer höheren Teilnahme und Einbeziehung von Frauen, bspw. in Bezug auf Mitgliedschaft und Management von Kooperativen.<sup>73</sup> Nichtsdestotrotz stellen strukturelle und kulturelle Barrieren, bspw. in Bezug auf Landbesitz, Zugang zu Wissen, Dienstleistungen und Kapital sowie Geschlechternormen hinsichtlich Hausarbeit und damit verbundenem Zeitmangel, um bspw. an Treffen teilzunehmen, für eine gleichberechtigte Teilhabe von Frauen nach wie vor große Herausforderungen dar („Women’s Access, Equity and Empowerment under the Fairtrade Gender Strategy“, o. J.).

Die ugandische Kaffeekooperative *Ankole Coffee Producers Co-operative Union* – eine Partnerschaftsorganisation der GEPA – hat in diesem Sinne und mit dem Ziel Frauen zum Thema Gleichberechtigung zu sensibilisieren bspw. Gender-Agent\*innen engagiert. Frauen sollen lernen, ihre Rolle in der Gemeinschaft stärker zu hinterfragen und neu zu definieren. Sie sollen ermutigt werden, ihre Rechte einzufordern und bspw. bei der Entscheidung über die Nutzung der Einnahmen und Gewinne der Kooperative ihre Meinung zu äußern und gegebenenfalls durchzusetzen (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 58–60).

Wie bereits erwähnt sind Frauen in *Fairtrade*-zertifizierten Kaffee-Kooperativen mit 17% deutlich unterrepräsentiert („Women’s Access, Equity and Empowerment under the Fairtrade Gender Strategy“, o. J.). Reine Frauenorganisationen sind demnach im Kaffeesektor äußerst selten. Ein sehr erfolgreiches Beispiel für eine solche Vereinigung ist die Frauenkooperative *Asociación de Productoras Libres de Marcala* (APROLMA) aus Honduras – ebenfalls eine Partnerschaftsorganisation der GEPA. Die

---

<sup>73</sup> Die Mitgliedschaft unterscheidet sich dabei deutlich zwischen den Ländern. So lag bspw. der Frauenanteil in einer der untersuchten Kooperative in Indonesien bei 12% während es 40% in einer der Kooperativen in Kenia waren („Women’s Access, Equity and Empowerment under the Fairtrade Gender Strategy“, o. J.).

Vereinigung wurde auf Initiative einer Reihe von Frauen mit dem Ziel des Eintretens für ihre Rechte im Jahr 2013 gegründet. Neben zahlreichen Weiterbildungsmöglichkeiten bspw. in Form von landwirtschaftlichen Schulungen oder von Fortbildungen in Menschen- und Frauenrechten erhalten die Mitglieder auch Einführungen in das Leiten eigener Betriebe. Um die Wertschöpfung vor Ort zu erhöhen hat APROLMA darüber hinaus gemeinsam mit GEPA ein „Röstprojekt“ gestartet: Nach einer Reihe von Weiterbildungen und dem Erlernen der notwendigen Arbeitsschritte von der Röstung und Qualitätssicherung hin zum Verpacken und Etikettieren, produziert die Kooperative seit 2018 ihren eigenen verkaufsfertigen Kaffee. Dies ermöglicht sowohl zusätzliche lokale Beschäftigungsmöglichkeiten als auch zusätzliche Wertschöpfung und Einkommen für die Kooperative und die Bäuerinnen. Verglichen mit dem Verkauf von Rohkaffee zum Weltmarktpreis im konventionellen Handel erhält APROLMA im Fairen Handel und dank des „Röstprojektes“ etwa dreimal soviel Geld (Frank, 2020a, S. 12, 13).<sup>74</sup>

#### 4.5 Umweltschutz

In Kapitel 2.5 wurden die problematischen Folgen des Klimawandels für die Kaffeebäuer\*innen dargelegt sowie veranschaulicht wurde, wie der Kaffeeanbau weiter zu den Ursachen beitragen. Beiden Aspekten versucht der Faire Handel entgegenzuwirken: „Der Schutz der Umwelt und der langfristige Erhalt der Ressourcen und Biodiversität sind wichtige Säulen des Fairen Handels“, so die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 20), „Kleinbäuer\*innen (...) sind von den Folgen des Klimawandels am stärksten betroffen und es ist wichtig, sie bei der Entwicklung und Finanzierung von Anpassungs- und Vorbeugestrategien zu unterstützen“.

Durch einen möglichst nachhaltigen und umweltschonenden Kaffeeanbau soll die Natur geschützt bzw. die Auswirkungen auf die Umwelt minimiert werden. Daneben unterstützt der Faire Handel die Produzent\*innen bei der Anpassung an den Klimawandel. Die gängige Methode der Anpflanzung von schattenspendenden Bäumen bietet hierfür ein gutes Beispiel: Auf diese Weise können die Kaffeesträucher vor der Sonne geschützt werden, was ihre Qualität verbessert, während die Bäume zur gleichen Zeit als CO<sub>2</sub>-Speicher dienen und die Artenvielfalt erhöhen (Albrecht et al., 2020, S. 30). Darüber hinaus thematisieren Trainings und Schulungen Punkte wie bspw. das Einsparen und Speichern von Wasser, Methoden zum Schutz der Kaffeepflanzen gegen Dürre und Trockenheit sowie Schädlings- oder Krankheitsbekämpfung (ebd., S. 28). Auch Themen wie die Verwendung von Pestiziden und umweltschädigen Düngemitteln werden behandelt (von Hauff & Claus, 2018, S. 172).

---

<sup>74</sup> Für ein 250g-Paket biologischen *Arabica*-Kaffees erhält APROLMA 1,87 Euro – davon 1,16 Euro für den fairen und biologisch angebauten Rohkaffee, 0,22 Euro für die Röstung und 0,49 Euro für die Verpackung; für nicht-biologisch angebauten und konventionell gehandelten *Arabica*-Kaffee und ohne die lokale Weiterverarbeitung würde der Anteil bei 0,68 Euro für ein 250g-Paket liegen („Musterkalkulation zum Röstkaffee von APROLMA“, o. J.).

Generell wird die Umstellung auf ökologischen Anbau gefördert und unterstützt („Our Fair Trade System“, o. J.).<sup>75</sup> Die ökonomischen Dimensionen des Fairen Handels sollen zu einer finanziellen Grundlage verhelfen, welche die Kooperativen und Bäuer\*innen in eine bessere Position bezüglich der negativen Folgen des Klimawandels versetzt, damit sie mit diesen entsprechend umgehen können (Albrecht et al., 2020, S. 28). Kaffee-Bäuer\*innen, welche besonders von den Auswirkungen des Klimawandels, wie bspw. dem Verlust von Ernten betroffen sind, werden in unterschiedlichen Formen von den Kooperativen unterstützt („Fairtrade-Kaffee“, o. J.).

Darüber hinaus engagieren sich viele AHO aktiv gegen den Klimawandel. Diesbezüglich bieten das Unternehmen *Café Chavalo*, mit Sitz in Leipzig, Deutschland und sein fair gehandelter, biologischer Segelkaffee ein ganz besonderes Konzept. Nämlich ist der aus Nicaragua importierte Kaffee nach eigener Angabe klimaneutral: So weit wie möglich ist der Kaffee in jedem Bereich nachhaltig und schont Ressourcen; alle unumgänglichen Emissionen werden über Klimaschutzprojekte und Wiederaufforstungsprogramme kompensiert. Das ganz Besondere an dieser Unternehmung ist dabei der klimaschonende Transport nach Deutschland: Im Jahr 2018 kam nämlich die erste Ladung Kaffee per Frachtsegler und Windkraft nach mehrmonatiger Reise klimaschonend in Deutschland an und setzte damit ein Zeichen für den Umweltschutz und gegen die negativen Umwelt-Auswirkungen – unter anderem die Wasser- und Luftverschmutzung – der üblichen Containerschiffahrten („Café Chavalo: fair, bio und klimaneutral“, o. J.).

#### 4.6 Bildungs- und politische Kampagnenarbeit

Eine weitere wichtige Säule des Fairen Handels bildet die Bildungs- und politische Kampagnenarbeit. Ziel der Bildungsarbeit ist es „Bürgerinnen und Bürger an der Schaffung einer gerechten Welt [zu] beteiligen“ – dies vor dem Hintergrund, dass „Informationen zu den Auswirkungen von Kaufentscheidungen (...) zu einem verantwortungsvollen Konsum bei[tragen]“, so die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 23).

Mittels Informationsmaterialien über die Produkte und über die Produzent\*innen und ihre Organisationen soll, wie bereits ausführlich dargelegt, ein gesteigertes Bewusstsein hinsichtlich der Ziele des Fairen Handels und der Notwendigkeit für mehr Gerechtigkeit im Welthandel bei den Konsument\*innen erreicht werden („Our Fair Trade System“, o. J.). Verbraucher\*innen sollen dazu angeregt werden, sich mit der Herkunft und den sozialen und ökologischen Bedingungen der Herstellung der von ihnen konsumierten Produkte zu beschäftigen (BASIC, 2018, S. 20). Dieses Prinzip verfolgen, wie dargelegt, sowohl FI und nationale Fairtrade-Organisationen wie TransFair e.V. als auch

---

<sup>75</sup> Der Bioanteil an fair gehandeltem Kaffee lag bspw. in Deutschland im Jahr 2019 bei 76% (Frank, 2020b, S. 8).



Weltläden und AHO. Die Bildungsarbeit des Fairen Handels geht jedoch über den Produkt- und Verkaufsbereich hinaus und findet zu unterschiedlichen Themen bspw. auch bei öffentlichen Veranstaltungen, über verschiedene Medienkanäle oder in Schulen statt – dies sowohl durch die Bereitstellung von Materialien und Unterrichtseinheiten als auch durch unterschiedliche Bildungsangebote (Frank, 2020a, S. 30, 31).

Daneben suchen verschiedene Akteur\*innen des Fairen Handels Einfluss auf staatliche Politik zu nehmen und „betreiben [dazu] Kampagnen- und Überzeugungsarbeit auf verschiedenen Ebenen nationaler und internationaler Regierungen“, so die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 23).

Als Beispiel für die politische Arbeit des Fairen Handels soll an dieser Stelle die Debatte der deutschen Kaffeesteuer dienen. Während die meisten europäischen Länder ihre Kaffeesteuer mittlerweile abgeschafft haben, gilt diese in Deutschland nach wie vor als Verbrauchssteuer, womit das Gesamtaufkommen dem allgemeinen Bundeshaushalt zufließt. Aktuell liegt die Höhe der Steuer für Röstkaffee bei 2,19 Euro pro Kilogramm und für löslichen Kaffee bei 4,78 Euro pro Kilogramm; für kaffeehaltige Ware beträgt die Steuer je nach Produkt und Menge zwischen 0,12 und 3,83 Euro pro Kilogramm (Mahler, Beermann & Runkel, 2018, S. 10). Die Gesamteinnahmen aus der Kaffeesteuer betragen im Jahr 2019 rund 1,1 Milliarden Euro (*Jahresstatistik 2019, 2020*, S. 7). Als Verbrauchssteuer ist die Kaffeesteuer ein Teil der Umsatzsteuer und wird mittels eines Aufschlags auf den Endpreis direkt den Konsument\*innen auferlegt – der Verkaufspreis des Kaffees wird sozusagen um den jeweiligen Steuerbetrag erhöht (Mahler et al., 2018, S. 11).

Die Kaffeesteuer gilt dabei sowohl für konventionell als auch für fair gehandelten Kaffee. Auf dieser Grundlage plädieren die Akteur\*innen des Fairen Handels für eine Steuerreform, welche Konsument\*innen anregen und motivieren, und vor allem finanziell dabei unterstützen würde, „die Produktionsbedingungen ihres Kaffees bei der Kaufentscheidung miteinzubeziehen“ (Mahler et al., 2018, S. 8). Wenn auch mit steigender Tendenz, ist der Marktanteil von fair gehandeltem Kaffee nach wie vor sehr gering. Ein großes Problem ist und bleibt dabei, dass immer noch nur ein geringer Teil der Konsument\*innen bereit (bzw. in der Lage) ist, die höheren Kosten für fair gehandelten Kaffee auf sich zu nehmen (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 182). Vor dem Hintergrund, dass der deutsche Staat mit der Kaffeesteuer grundsätzlich über ein Instrument verfügt, Einfluss auf den Verkaufspreis zu nehmen (Mahler et al., 2018, S. 3), wird von deutschen Fair-Handels-Akteur\*innen, darunter TransFair e.V. und der Forum Fairer Handel – der Verband des Fairen Handels in Deutschland – eine Steueranpassung in Form einer Vergünstigung von qualifiziertem, nachhaltig produziertem und fair gehandeltem Kaffee<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Als größere Problematik gilt indes die Festlegung von Anforderungen an den begünstigten Kaffee. Rechtlich und technisch wäre dies hochkompliziert: Wie wird definiert, was genau „fair“ und „nachhaltig“ bedeutet? Wie wird mit anderen Nachhaltigkeitssiegeln wie bspw. Rainforest Alliance umgegangen? (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 184, 185)

gefordert, mit dem Ziel auf diese Weise nachhaltigen Konsum zu unterstützen und zu fördern (ebd., S. 11, 12). Würde diese Vergünstigung direkt an die Verbraucher\*innen weitergegeben, würde also der Endpreis um die Steueranpassung gesenkt, so wäre mit einer erhöhten Nachfrage nach qualifiziertem Kaffee (und sinkender Nachfrage nach nicht-qualifiziertem Kaffee) zu rechnen (ebd., S. 14).

Mittels staatlicher Maßnahmen könnte somit der Konsum von qualifiziertem, nachhaltig produziertem und fairem Kaffee angekurbelt werden. Langfristig zu erwarten wäre zudem vor allem von Seiten von konventionellen Unternehmen eine Verschiebung hin zum Verkauf von Kaffee, welcher steuerlich begünstigt und vermehrt nachgefragt wird (Mahler et al., 2018, S. 15).

„Momentan können wir nicht mehr fairen Kaffee abnehmen, als wir es tun, der Markt ist ausgeschöpft“, so bspw. der Kaffeeröster Albert Darboven (zitiert nach Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 183), „[a]ber wenn die Steuer darauf wegfällt, dann werden ihn auch diejenigen kaufen, die jetzt den konventionellen Kaffee trinken, weil er zwei oder drei Euro günstiger ist. Und dann können mehr Bauern profitieren“.

Nach Angaben des Forum Fairer Handel (2020b, S. 14, 15) finden diese Aktivitäten und Bemühungen unter anderem in Gesprächen und Workshops mit der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit und im Rahmen fachlichen Austauschs zu konkreten Umsetzungsmöglichkeiten und politischer Gespräche auf Bundesebene statt. Einiges habe sich schon getan – erreicht werden konnte das Ziel einer Reform allerdings noch nicht. Entwicklungsminister Müller gab bereits im April 2018 seinen Zuspruch; im Dezember 2019 auch Arbeitsminister Heil. Im Februar 2020 gab es Gespräche zwischen TransFair e.V. und dem Bundesfinanzministerium, und seit September 2020 läuft eine Kampagne der Entwicklungsorganisation ONE „Fairness darf kein Luxus sein“ mit dem Ziel, die Kaffeesteuer für fair gehandelten Kaffee abzuschaffen. Die Petition richtet sich an Finanzminister Scholz („Debatte zur Kaffeesteuer“, o. J.). Es bleibt demnach abzuwarten, wie sich die politische Arbeit des Fairen Handels in Deutschland in Bezug auf diese Debatte weiterentwickelt.

\*

Mit Blick auf die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt bieten die dargelegten grundlegenden Prinzipien und gängigsten Ansätze des Fairen Handels durchaus bedeutende Alternativen. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Faire Handel durch den Fokus auf die Zusammenarbeit mit demokratischen Zusammenschlüssen von Kleinbäuer\*innen und Kooperativen isolierten und benachteiligten Kaffeebäuer\*innen Marktzugänge eröffnen und sie auf diese Weise aus den asymmetrischen Machtverhältnissen im konventionellen Handel „befreien“ kann. Der Zusammenschluss in Kooperativen bietet letzteren weitere bedeutende Vorteile, wie bspw. einen größeren Rückbehalt von Wertschöpfung, ein besserer Zugang zu Krediten und Finanzmitteln, Zugang zu Information sowie die Möglichkeit auf Training und Weiterbildung. Die prägende Unsicherheit auf dem konventionellen Markt wird durch das Prinzip langfristiger, partnerschaftlicher und transparenter

Handelsbeziehungen angegangen: Stabile und vorhersehbare Einkommen sollen den Bäuer\*innen und den Kooperativen langfristige Planung und Sicherheit ermöglichen. Die Zahlung fairer Preise, die Möglichkeit auf Vorfinanzierung und die zusätzlichen Aufschläge können die Kaffeebäuer\*innen vor der Volatilität des Kaffeemarktes schützen: Dank sicherer Mindestpreise sind sie nicht länger den Auf- und Abschwüngen der Weltmarktpreise ausgesetzt, sondern erhalten Preise, welche darauf ausgerichtet sind, ihre Existenz zu sichern. Die Prämien unterstützen darüber hinaus soziale Projekte in den Gemeinschaften und können auf diese Weise nutz- und gewinnbringend für gesamte Regionen sein. Die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen ist in jederlei Hinsicht von großer Bedeutung, um so mehr mit Blick auf die gefährdete Position von Frauen im Kaffeeanbau. Das gleiche gilt für die Förderung des Umweltschutzes, dies besonders vor dem Hintergrund der dargelegten Auswirkungen des Klimawandels auf den Kaffeeanbau und die damit verbundenen Folgen für die Bäuer\*innen. Aber auch mit Blick auf die Tatsache, dass der Kaffeeanbau den Klimawandel weiter antreibt, ist dieser Ansatz ein äußerst wichtiger. Die Bildungs- und politische Kampagnenarbeit ist letztlich aus dem Fairen Handel nicht wegzudenken: Beide bilden äußerst wichtige Grundsätze und suchen auf nationaler und internationaler Ebene politische Veränderungen zugunsten der vom konventionellen Handel benachteiligten Produzent\*innen zu erreichen.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Es bleibt an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass, wie und inwiefern diese Prinzipien und Ansätze letzten Endes umgesetzt werden, immer zu einem gewissen Grad Auslegungssache ist. Da es keine gesetzlichen Standards gibt, können Unternehmen und Organisationen, zumindest außerhalb der Zertifizierungssysteme, ihre Fair-Handels-Richtlinien selbst definieren und diese mittels ganz unterschiedlicher Ansätze und Vorgehensweisen umsetzen.

## 5 Grenzen des Fairen Handels

Bei allen positiven Effekte und Vorteile, welche der Faire Handel für Kaffeebäuer\*innen mit sich bringt, zeigt das Konzept jedoch auch bedeutende Schwachstellen und stößt auf unterschiedlichen Ebenen an seine Grenzen. Vor diesem Hintergrund wird das vorliegende Kapitel das Konzept aus einer kritischen Perspektive betrachten.

### 5.1 *Fairtrade*-System: Bürokratie, Formalisierung, Kosten und Mindestpreise

#### *Bürokratisierung, Formalisierung und Zertifizierungskosten*

Einige Punkte der grundlegenden Kritik am *Fairtrade*-System wurden bereits im Rahmen von Kapitel 3 angerissen. Die Argumente, welche im Folgenden näher veranschaulicht werden, beziehen sich auf die zunehmende Bürokratisierung und Formalisierung des *Fairtrade*-Systems sowie auf die hohen Kosten der *Fairtrade*-Zertifizierung.

Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 112) schließen aus ihren Recherchen, dass das hochentwickelte und ausgefeilte Handelssystem von FI oftmals eine Professionalisierung verlangt, welche für viele, besonders kleinere Kooperativen, nicht umzusetzen ist. Die Tatsache, dass auf die Markt-Nachfrage reagiert werden muss – sei dies bezüglich Menge und Qualität, aber auch hinsichtlich administrativer und logistischer Erwartungen – führt dazu, dass etablierte und gut organisierte Kooperativen im *Fairtrade*-System favorisiert werden (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 140). Es profitieren demnach überwiegend große, leistungsstarke und erfahrene Kooperativen, während kleinere und unerfahrenere Gruppen aus besagten Gründen indirekt vom *Fairtrade*-System ausgeschlossen werden (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 112).<sup>78</sup>

Verstärkt wird dieses Ungleichgewicht auch von der Tatsache, dass die *Fairtrade*-Zertifizierungsgebühren sehr teuer und mit großem Aufwand verbunden sind (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 112). Talbot (2004, S. 208) redet gar von einer Exklusivität der Zertifizierung, da diese aufgrund der besagten Gründe bestimmte Gruppen ausschließt. Vor allem die Kosten der Erstzertifizierung<sup>79</sup> sind dabei besonders hoch und müssen als Investition von den Kooperativen selbst getragen werden. Das gleiche gilt für den langen und kostspieligen Prozess der Umstellung auf biologischen Anbau und für den anschließenden Bio-Zertifizierungsprozess: „Organic certification involves repeated visits to the farms where the coffee is grown, expensive lab tests to test for chemical residues (...). It is much more costly, and the cost must be borne, at least initially, by the grower“ (ebd.). In der Regel gleichen

---

<sup>78</sup> Dies steht indes auch besonders im Kontrast mit dem in Kapitel 3.3.3 dargelegten Grundsatz von AHO, welche in der Regel langfristig in die Entwicklung und Professionalisierung der Kooperativen investieren und diese unterstützen.

<sup>79</sup> Alle weitere Kosten, welche mit der Zertifizierung verbunden sind, bspw. für die Überprüfung der Einhaltung der Standards und Audits, sind in den jeweiligen Mindestpreisen miteinberechnet und werden demnach indirekt von den Unternehmen gezahlt (von Hauff & Claus, 2018, S. 119, 120).

sich die Kosten für die Umstellung und die Zertifizierung zwar im Laufe der Zeit mit dem zusätzlichen Bio-Aufschlag aus, allerdings werden auch hier bereits vor den Generierung der zusätzlichen Einnahmen extrem hohe Erstinvestitionen verlangt. Dies sei indes besonders ironisch, so Talbot (2004, S. 208), da Kleinbäuer\*innen oft grundsätzlich, zumindest zu einem großen Teil, bereits biologisch anbauen, dies bspw. aufgrund fehlender Mittel für chemische Dünge- und Pflanzenschutzmittel.

Es sind folglich besonders kleinere Kooperativen in ihren Anfangsstadien, welche von den besagten Hürden zunehmender Bürokratie und Formalisierung sowie von den hohen Zertifizierungs-Kosten betroffen sind: „The certification process has become quite complicated for producer organizations“, so Renard und Pérez-Grovas (2007, S. 148), „[f]or some organizations, the certification process has become a barrier to entry to the Fair Trade market rather than a guarantee of market access“. „It thus potentially excludes many small growers who cannot afford certification“, so auch Talbot (2004, S. 208). Kritisiert wird demnach grundsätzlich, dass das *Fairtrade*-System gerade die Ärmsten ausschließe und außen vor lasse. Von Hauff und Claus (2018, S. 171) stellen also durchaus berechtigt die Frage „ob die Förderung wirklich den am meisten benachteiligten Produzenten zugute kommt“.

#### *Fairtrade-Mindestpreise*

Eine weitere wesentliche Kritik bezieht sich auf die *Fairtrade*-Mindestpreise für Kaffee. Wie dargelegt sind diese produkt- und nicht länderbezogen definiert und sind damit weltweit gleichermaßen für alle *Fairtrade*-zertifizierten Kooperativen, in unzählig verschiedenen Regionen und Ländern geltend. Die faire Bezahlung ist demnach nicht an die jeweiligen Kontexte angepasst und berücksichtigt nicht die zwischen den Kaffeeländern teils stark divergierenden Produktions- und Lebenshaltungskosten („Der *Fairtrade*-Mindestpreis“, o. J.).

Vor diesem Hintergrund wird grundsätzlich bemängelt, dass die Mindestpreise in vielen Regionen schlicht immer noch nicht existenzsichernd und zu niedrig seien, um die Versprechen des Fairen Handels umzusetzen (Albrecht et al., 2020, S. 13). Forschungen im Süden Mexikos zufolge sollen Bäuer\*innen, welche Mitglieder in *Fairtrade*-zertifizierten Kooperativen sind, zwar generell bessergestellt sein und, verglichen mit dem konventionellen Handel, höhere Einkommen erlangen, allerdings müsse ein Großteil hiervon in die Extra-Arbeit zur Umsetzung der Standards und des Bio-Anbaus investiert werden. Weitere Recherchen, welche in Nicaragua durchgeführt wurden, ergaben, dass *Fairtrade*-Kaffeebäuer\*innen zwar deutlich höhere Einnahmen erhielten und weniger gefährdeten Existenzgrundlagen entgegensahen, die gezahlten Preise jedoch immer noch nicht konsequent die Produktionskosten decken konnten (Fridell, 2014, S. 109). Eine große Schwachstelle der *Fairtrade*-Mindestpreise liegt demnach darin, dass die positiven Auswirkungen für die Bäuer\*innen und damit auch die generelle Wirksamkeit des *Fairtrade*-Systems stark von den jeweiligen Kontexten abhängen (BASIC, 2018, S. 26).

Darüber hinaus stellt Fridell (2014, S. 110) fest, dass die *Fairtrade*-Mindestpreise per definitionem zwar stets über den jeweiligen Weltmarktpreisen liegen, die Preise im historischen Vergleich jedoch nicht sonderlich hoch seien: „From 1976 to 1989, the regular price of conventional coffee beans under the ICA system was close to, and in some years a fair bit higher than, what is considered the ‚fair trade‘ price“. Weiter verstärkt wird dieses Argument dabei durch die über die Jahre weltweit gestiegenen Lebenshaltungs- und Produktionskosten (*Coffee Development Report 2019*, 2019, S. 28).

Der senegalesische Entwicklungsökonom Ndongo Samba Sylla (2014, S. 296)<sup>80</sup> letztlich ist der Ansicht, dass der besagten Kritik an den nicht angepassten *Fairtrade*-Mindestpreisen das Problem einer beständigen ungleichen Machtverteilung zugrunde liegt:

„Producer organisations are for the most part ‚price takers‘. In spite of the guarantee of a minimum price, the FT system does not generally offer producers the possibility to decide for themselves the price that would enable them to lead a decent life and be free from poverty“.

Dieses Argument findet dabei besonders viel Gewicht mit Blick auf die Definition fairer Preise der WFTO, welche wie in Kapitel 4.3 dargelegt, grundsätzlich im Dialog zwischen den Anbieter\*innen und den Käufer\*innen frei ausgehandelt werden und auf transparenten Preiskalkulationen beruhen sollen.

Es bleibt dabei an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass das Problem der Mindestpreise durchaus ein Dilemma darstellt: „[T]o improve the living conditions of producers, the minimum price must be fairly high; yet for FT products to find buyers, it is imperative that their prices remain within ‚reasonable‘ limits“, so Sylla (2014, S. 296). Sind demnach die Mindestpreise zu niedrig angesetzt, sind, wie dargelegt, die Wirkungen für die Bäuer\*innen zu gering; sind sie allerdings zu hoch angesetzt, werden die Produkte im Verkauf zu teuer und niemand kauft sie.

## 5.2 Wertschöpfungsverlagerung?

Hieran anknüpfend besteht eine weitere gewichtige Schwachstelle des Fairen Handels daraus, dass die erläuterten Ungleichheiten in der Wertschöpfungskette auf dem globalen Kaffeemarkt nur unzureichend angegangen werden.

Besonders vor dem Hintergrund, dass auch die *Fairtrade*-Mindestpreise nicht immer ein menschenwürdiges Leben für die Kaffeebäuer\*innen garantieren, ist es umso wichtiger, die lokale Wertschöpfung zu erhöhen (Albrecht et al., 2020, S. 8). Maßnahmen zur Verlagerung der Wertschöpfung sind jedoch weder in den Standards von FI noch in den Prinzipien der WFTO verankert. Wie erwähnt gehen zwar AHO oftmals über die internationalen Standards hinaus und unterstützen

---

<sup>80</sup> Die im Folgenden der Arbeit angegebenen Seitenzahlen für Sylla (2014) beziehen sich auf die E-Book Version des Werkes im E-Reader.

bspw. Partnerschafts-Kooperativen beim Aufbau von Wirtschaftszweigen, welche eine lokale Weiterverarbeitung, wie Röstung und Verpackung, und damit das Rückhalten einer höheren Wertschöpfung im Ursprungsland erlauben. Allerdings engagiert sich diesbezüglich nur ein absolut minimaler Teil der Fair-Handels-Akteur\*innen (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 146).

Auch das französische Forschungsinstitut BASIC (2018, S. 26) kam in ihrer Studie zur Nachhaltigkeit im Kaffeesektor zum Schluss, dass die bestehenden Mechanismen des Fairen Handels nicht ausreichend seien, die bestehenden Machtverhältnisse in der Lieferkette zu regeln und eine gerechtere Verteilung der Wertschöpfung zu garantieren. Wie in Kapitel 4.3 dargelegt, erhalten Bäuer\*innen zwar im Fairen Handel generell größere Anteile der Endpreise von 250g-Paketen geröstetem Kaffee – bspw. 23,7% in Äthiopien und 26,7% in Kolumbien. Die Studie stellt allerdings fest, dass sich dieser Anteil bspw. erheblich bei Kaffee-Kapseln verringert: Hier gehen im Durchschnitt nur rund 10 bis 15% des Endpreises an die Bäuer\*innen (ebd.). In diesem Sinne stellen auch Sjoerd Panhuysen und Joost Pierrot (2018, S. 21) generell das Potenzial von Standards und Zertifizierungssystemen in Frage und bezweifeln, dass mittels dieser strukturelle Veränderungen erreicht werden können: „[Voluntary Sustainability Standards] do little to alter the power dynamics that maintains an unsustainable situation where farmers bear most of the cost while getting the least of the benefit“.

Veranschaulichen lässt sich dies ganz gut an der Tatsache, dass nach wie vor die überwiegende Mehrheit des Kaffees als Rohkaffee aus dem Globalen Süden in den Globalen Norden exportiert wird. „Röstkaffee aus dem Ursprung ist immer noch eine Ausnahme“, so die GEPA (o. J.). Durchaus interessant (und ironisch) ist derweil auch, dass Deutschland als das weltweit größte Exportland von Röstkaffee gilt – obgleich in Deutschland nicht eine einzige Kaffeepflanze wächst: „Ein ganzer Industriezweig lebt davon, dass unverarbeiteter Rohkaffee, der im Herkunftsland lediglich gewaschen, fermentiert und getrocknet wird, hier geröstet, gemischt und verpackt wird“, so Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 146). Wie dargelegt ist es besonders die Veredelung des Rohkaffees, welche, in diesem Fall, deutschen Röstunternehmen hohe Gewinne einbringt. Obgleich ein Teil des importierten Rohkaffees aus Fairem Handel stammen mag, entsteht in diesem Fall nach wie vor der absolut größte Teil der Wertschöpfung in Deutschland. In diesem Zusammenhang äußern Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 146) ebenfalls ihre Zweifel an der Tiefe des Fair-Handels-Konzeptes: „Diese Gewinne den produzierenden Ländern zu überlassen, anstatt sie hier zu generieren, würde einen sehr viel größeren Beitrag zu einem gerechten Handel leisten, als etwas mehr für den Rohstoff zu bezahlen“.

### 5.3 Wie sieht es mit der Nachfrage aus?

Eine weitere bedeutende Grenze des Fairen Handels im Kaffeesektor liegt in der Tatsache, dass mehr fair gehandelter Kaffee verfügbar ist, als auf dem Fair-Handels-Markt abgenommen wird: Die Nachfrage ist also bedeutend niedriger als die angebotene Menge (Fridell, 2007, S. 64).

Aus diesem Grund können Kooperativen trotz einer Zertifizierung oftmals nur einen gewissen Teil ihrer Ernte auf dem Fair-Handels-Markt und zu -Bedingungen verkaufen, während sie den Rest notgedrungen auf dem Weltmarkt und zu den geltenden volatilen internationalen Preisen und ohne zusätzliche Aufschläge vertreiben müssen (Albrecht et al., 2020, S. 13). Auch Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 110) unterstreichen: „[Es] kommt (...) vor, dass ein Unternehmen 50 Sack nach Fairtradekriterien produzierten Kaffee von einer Kooperative kauft, aber nur für 30 Sack davon auch Mindestpreis und Prämie bezahlt, (...) mit der Begründung, es gäbe keine ausreichende Nachfrage nach gesiegeltem Kaffee“. Daten von FI („Key Data: Fairtrade Coffee“, o. J.) zufolge betrug die Gesamtmenge an Kaffee, welche im Jahr 2018 von *Fairtrade*-zertifizierten Kooperativen produziert wurde, rund 745.500 Tonnen. Auf dem Fair-Handels-Markt verkauft wurden dabei lediglich 207.600 Tonnen Kaffee. Dies sind gerade mal knapp 28%.

Die Auswirkungen und Vorteile, welche sich aus dem Fairen Handel für die Kooperativen und ihre Mitglieder ergeben – und damit auch die generelle Wirksamkeit des Fairen Handels – ist demnach stark abhängig von der Nachfrage und vom Anteil der Ernte, welcher über den Fairen Handel verkauft werden kann (von Hauff & Claus, 2018, S. 158). So verstärkt dieses Problem bspw. auch die Kritik an den *Fairtrade*-Mindestpreisen: Die Tatsache, dass die Menge, die letztlich über den Fair-Handels-Markt verkauft wird, im Durchschnitt sehr gering ist, hat zur Folge, dass die Produzent\*innen aus den Mindestpreisen oftmals kaum Nutzen ziehen können (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 108). Besonders gewichtig wird dies auch mit Blick auf den dargelegten großen Aufwand und die hohen Kosten, welche mit der Umsetzung der Standards und des biologischen Anbaus verbunden sind: Letztlich steigen nämlich die Kosten für die gesamte Produktion, auch wenn nur ein gewisser Anteil unter Fair-Handels-Bedingungen verkauft werden kann (von Hauff & Claus, 2018, S. 158).

Die Tatsache, dass die Nachfrage nach fair gehandeltem Kaffee derart niedrig und damit auch der Markt vergleichsweise immer noch sehr klein ist, impliziert, dass die generelle Reichweite des Fairen Handels im Kaffeesektor äußerst limitiert ist (Fridell, 2014, S. 109).<sup>81</sup> Dies macht ebenfalls deutlich, dass die Teilnahme zusätzlicher Kooperativen und Bäuer\*innen am Fairen Handel strikt begrenzt ist (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 115). Seit Anfang der 1990er Jahre ist zwar das Gesamtverkaufsvolumen von Fair-Handels-Kaffee stetig gestiegen, nichtsdestotrotz bleibt die Zahl der nutznießenden

---

<sup>81</sup> Zur Erinnerung: In Deutschland macht der Gesamtanteil von fair gehandeltem Kaffee gerade mal 6,7% des Kaffeemarktes aus (Frank, 2020b, S. 8).



Kaffeebäuer\*innen im Vergleich zur Gesamtzahl absolut gering (Fridell, 2014, S. 110). Nach Daten von FI („Key Data: Fairtrade Coffee“, o. J.) waren im Jahr 2018 weltweit 758.400 Kaffeebäuer\*innen in *Fairtrade*-zertifizierten Kooperativen aktiv. Zwar umfasst diese Zahl nicht die Mitgliedsorganisationen der WFTO und Partnerschafts-Kooperativen anderer AHO, verglichen mit den weltweit rund 25 Millionen Kaffeebäuer\*innen wird jedoch deutlich, dass letztlich tatsächlich lediglich eine absolute Minderheit von den Vorteilen des Fairen Handels auf dem Kaffeemarkt profitiert. Fridell (2014, S. 110) zufolge werde diese Schwachstelle besonders im Vergleich mit den multilateralen Regulierungen im Rahmen der ICAs deutlich: „[U]nlike fair trade, which reaches only a small minority of farmers, ICA-era prices reached all of the world’s coffee farmers“.<sup>82</sup>

#### 5.4 Paradoxie des Fairen Handels: Im und gegen den Markt

Vor allem mit Blick auf strukturelle Veränderungen liegt eine weitere gewichtige Grenze des Fairen Handels in der Tatsache, dass dieser gleichzeitig im Markt und gegen den Markt agiert.

Die gegenwärtige Motivation des Konsums fair gehandelter Produkte basiert zum großen Teil auf einem Widerstand gegen die negativen Auswirkungen der neoliberal geprägten Globalisierung für Produzent\*innen und Arbeiter\*innen im Globalen Süden. Im Streben nach sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Nachhaltigkeit verfolgt der Faire Handel dabei, wie dargelegt, zunehmend marktbasierende Ansätze und Lösungen – dies für genau die Probleme, die überhaupt erst aus den deregulierten Märkten entstanden sind. Damit erweist sich der Markt als Lösung und Problem gleichzeitig; damit agiert der Faire Handel im und gleichzeitig gegen den Markt. Moberg und Lyon (2010, S. 7) sehen diese Tatsache als tiefes Paradox des Fairen Handels.

Besonders kritisiert wird dabei, dass sich der Faire Handel in seiner gegenwärtigen Ausrichtung als äußerst Neoliberalismus-freundlich zeige und sich dementsprechend mehr und mehr von seinen ursprünglichen Zielen wegbewege: „[T]he development path initiated by fair traders in the late 1980s marked a significant departure from the more radical vision of the network formulated from the 1940s to the 1970s“ (Fridell, 2007, S. 22, 23) – „[s]ince its reorientation (...), the network’s voluntarist, non-statist program has been viewed (...) as being fundamentally compatible with neoliberal reforms“, so schreibt Fridell (2007, S. 21). Veranschaulichen lässt sich dies mit einem Blick zurück auf Kapitel 3.3: Inmitten der neoliberalen Umschwünge hat sich das Netzwerk zunehmend von seinem ursprünglichen staatsfixierten Ansatz und dem Ziel einer Umstrukturierung des Systems sowie von der Vision eines parallelen Handelssystems und alternativer Märkte wegbewegt. Fortan strebte das Netzwerk dank einer Umorientierung in konventionellen Märkte und mittels marktbasierender Ansätze nach einer

---

<sup>82</sup> Zumindest jene aus den Mitgliedsländern der ICO.

Reform und Umgestaltung des existierenden Systems. Diese Kompatibilität mit den neoliberalen Grundsätzen – die Abwendung vom Staat und die zunehmende Marktorientierung – waren (und sind bis heute) Schlüssel beim bedeutenden Wachstum des Netzwerkes (ebd., S. 94). So schreibt auch Sylla (2014, S. 431): „[T]here is no doubt (...) that [fair trade] owes its success to its compatibility with neoliberalism“.

Diese Kritik wird dabei auch besonders vor dem Hintergrund den in Kapitel 3.3.3 dargelegten Spannungen zwischen dem wert- und dem marktorientierten Strang des Netzwerkes deutlich. Inmitten des Strategiewechsels hat sich der Fokus des Netzwerkes zusehends auf die marktorientierte Strategie des Zertifizierungssystems und auf konventionelle Unternehmen als Fair-Handels-Akteur\*innen verschoben, während die ursprünglichen wertorientierten AHO und ihre Transformationsziele zunehmend in den Hintergrund gerückt sind. Die hierauf basierende dargelegte Spaltung innerhalb des Netzwerkes untermauert weiter das genannte Paradox des im und gegen den Markt agierenden Fairen Handels, da der marktorientierte Strang überwiegend genau auf den Akteur\*innen basiert, denen der Faire Handel zu Beginn noch entgegenstand und welche, wie dargelegt, zu einem großen Teil für die Situation verantwortlich sind, welche das Fair-Handels-System nach wie vor notwendig macht (Moberg & Lyon, 2010, S. 7). Jaffee (2007, S. 199) beschreibt dies recht zutreffend als „Tanz mit dem Teufel“.

Akteur\*innen des marktorientierten Strangs loben diese Art der Kooperation und feiern sie als Chance, konventionelle Handelsbeziehungen und Märkte regulieren und auf diese Weise umgestalten zu können. Die positiven Effekte für die Produzent\*innen, die mit der zunehmenden Integration von Fair-Handels-Produkten in konventionelle Märkte und die dadurch steigenden Verkaufszahlen einhergehen, müssen an dieser Stelle nicht erneut ausgeführt werden. Akteur\*innen des wertorientierten Strangs derweil sehen inmitten dieser Entwicklungen die Ziele der Markttransformation in Gefahr und argumentieren, dass dies nichts anderes widerspiegeln als die Bemühungen konventioneller Unternehmen, aus *Fairtrade*-Produkten Profit zu schlagen (Raynolds & Murray, 2007, S. 224, 225) und sorgen sich, „that these trends may represent a pattern of corporate ‚clean washing‘ where Fair Trade is essentially ‚put up for sale‘“ (Raynolds & Long, 2007, S. 24). Talbot (2004, S. 209) bezeichnet dies auch als *bluwashing*: Abgeleitet vom Begriff des *greenwashing*, steht ersteres für Kampagnen, Öffentlichkeitsarbeit und Marketingstrategien von Unternehmen zur Darlegung ihres (vermeintlichen) sozialen Engagements. Unternehmen werde auf diese Weise eine positive Außendarstellung ermöglicht, ohne dass sich intern etwas an den Unternehmenspraktiken ändere.

Tatsächlich stellt sich diese Tatsache im Kaffeehandel als besonders problematisch heraus: Die Möglichkeit der Anschaffung und des Angebots einzelner zertifizierter Produkte, bspw. eines fair

gehandelten *Arabica*-Espressos, stellt für konventionelle Unternehmen eine recht unkomplizierte und vor allem auch billige Möglichkeit dar, sich der Nachfrage nach ethischen Standards seitens der Konsument\*innen anzupassen, dadurch ihr öffentliches Bild zu verbessern und gleichzeitig Gewinne auf einem neuen profitbringenden Markt zu ergattern (Renard & Pérez-Grovas, 2007, S. 153). Der Einkauf eines gewissen, oftmals minimalen Anteils an Kaffee zu Fair-Handels-Bedingungen hindert diese nicht daran, ihre gewohnten, zu den herrschenden Problematiken beitragenden, Handelspraktiken weiterzuführen (Albrecht et al., 2020, S. 34).<sup>83</sup> Die Tatsache, dass das *Fairtrade*-Siegel produkt- und nicht unternehmensbezogen Anwendung findet und dementsprechend keine Bewertung des Unternehmens als Ganzes abgibt steht damit auch besonders in Kontrast zu den in Kapitel 3.3.3 dargelegten Ansätzen der WFTO und anderer AHO.

Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 111) zufolge fehle schlicht der Wille von Unternehmen, „wirklich etwas an dem bestehenden Handelssystem zu verändern“. Dementsprechend wird generell vor allem eine nachhaltige Wirksamkeit der Zusammenarbeit mit konventionellen Unternehmen über die Mikroebene hinaus in Frage gestellt und damit zusammenhängend besonders auch FI und die jeweiligen nationalen *Fairtrade*-Initiativen kritisiert, welche „als Partner der Industrie zu wenige kritische Fragen“ stellen würden, so Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 111) weiter. Der Grund hierfür liegt derweil auf der Hand: Sind die Standards und Anforderungen an die Unternehmen zu hoch, besteht das Risiko, dass diese wieder aus dem *Fairtrade*-System aussteigen und interne Nachhaltigkeitsstandards und Richtlinien ausarbeiten, welche in der Regel sehr viel weniger streng und umfassend sind – „Lightsiegel mit weniger hohen Ansprüchen“, wie Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 111) es formulieren.

Die Tatsache, dass der Erfolg des Netzwerkes auf seiner „Marktfreundlichkeit“ und auf dem „Engagement“ konventioneller Unternehmen basiert, begrenzt damit gleichzeitig die Fähigkeit und das Potential, besagte Praktiken herauszufordern, ohne dabei unternehmerische Unterstützung (von der das Überleben des Netzwerkes abhängig ist) zu verlieren (Fridell, 2007, S. 100). So bemängelt Ruben Quaas (2015, S. 380) in diesem Zusammenhang auch eine fehlende Problematisierung im Fairen Handel, da die Gegner\*innen mittlerweile zu den Kooperationspartner\*innen gehören würden. Besonders die Strategie des marktorientierten Strangs und das Ziel einer Maximierung der Verkaufszahlen wird damit mehr und mehr als Selbstzweck, als „end in itself“ (Raynolds & Murray, 2007, S. 225) kritisiert. Dementsprechend fragen sich auch Nickoleit und Nickoleit (2021, S. 127): „Wenn der

---

<sup>83</sup> Der Anteil an zertifiziertem Kaffee (dies inklusive Fairtrade, biologisch, Rainforest Alliance & UTZ und 4C) von Tchibo bspw. beträgt rund 38 von 180 Millionen Tonnen, für Melitta sind es 36 von 195 Millionen Tonnen und für Lavazza lediglich 11 von 267 Millionen Tonnen (Panhuysen & Pierrot, 2020, S. 25).

Auftrag, für bessere Löhne und Arbeitsbedingungen zu sorgen, über das Siegel nun zunehmend von konventionellen Firmen übernommen wird, ist dann das Ziel der Bewegung bereits erreicht?“.

Mit Blick auf den erstarkenden marktorientierten Strang wird darüber hinaus als problematisch erachtet, dass konventionelle Unternehmen dank ihrer Skalenvorteile und Marktmacht auch die Verkaufspreise von *Fairtrade*-Produkten nach unten drücken können. Dies gefährdet kleinere AHO, deren Geschäftsmodelle grundsätzlich sehr teuer<sup>84</sup> sind und welche riskieren aufgrund des Preisdrucks mit der zunehmenden Konkurrenz nicht mithalten zu können:

„[T]he growing involvement of TNCs<sup>85</sup> in the network may pose a significant threat to the viability of existing small-scale fair trade ATOs (...). These ATOs (...) now find themselves in an increasingly competitive environment against giant TNCs with massive financial and marketing resources“ (Fridell, 2007, S. 74).

Dadurch sind nicht nur generell der gesamtheitliche, unternehmensbezogene und wertorientierte Ansatz von AHO, sondern vor allem auch die Informations- und Bildungsarbeit sowie die politische Kampagnen-, Advocacy- und Lobbyarbeit, auf welche AHO besonders viel Wert legen, stark gefährdet und riskieren zunehmend in den Hintergrund zu geraten. Die transformativen Ziele des Fairen Handels sind damit umso mehr bedroht (Raynolds & Murray, 2007, S. 225).

Es bleibt an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass zwar die Liste an Kritikpunkten an der Umorientierung des Netzwerkes in konventionelle Märkte sowie in diesem Sinne am marktorientierten Strang lang sein mag. Leugnen lässt sich allerdings auch nicht, und dies soll an dieser Stelle nochmals betont werden, dass letzten Endes „das Siegel dazu geführt hat, dass die Umsätze fair gehandelter Produkte enorm gestiegen sind und dadurch jedes Jahr mehr Bäuer\*innen von fairen Preisen profitieren“ (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 126). Die Fragen, die sich vor dem Hintergrund dieses Kapitels stellen, sind demnach vor allem struktureller Natur: Können konventionelle Unternehmen Problem und Lösung gleichzeitig sein? Wie muss die Kooperation des Fairen Handels mit konventionellen Unternehmen beschaffen sein, um erfolgreich sein zu können? Und in diesem Zusammenhang vor allem auch: Wie wird Erfolg definiert? Ist das Ziel eine Regulierung oder eine Transformation? Kann in diesem Sinne das starke Wachstum des Fairen Handels mittels der Zertifizierung bereits als Erfolg an sich gewertet werden?

---

<sup>84</sup> AHO importieren in der Regel kleinere Mengen und der Austausch mit den Partner\*innen sowie die Schulungen sind sehr personal- und kostenintensiv; daneben sind auch die Informations- und Bildungs- sowie die politische Arbeit sehr teuer (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 75, 76).

<sup>85</sup> TNC steht für *Transnational Companies* und ist das englische Wort für MTNU.

## 5.5 Der Faire Handel und die ethischen Konsument\*innen

Dieses Kapitel wird sich mit den ethischen Konsument\*innen und ihrer Rolle im Fairen Handel auseinandersetzen.

Wie in Kapitel 2.5 dargelegt, hat das Konstrukt des *citizen-consumer* und die Idee der Konsument\*innen-Verantwortung im Kontext der neoliberalen Umschwünge zunehmend an Bedeutung gewonnen: „Calls for consumers to use their shopping choices to make a difference to social and environmental causes have become increasingly prevalent in contemporary society“, so Wheeler (2012, S. 1). Die wichtige Rolle, Bedeutung und Reichweite von Konsument\*innen und ihre Möglichkeit der Einflussnahme auf Unternehmenstätigkeiten ist auf keinen Fall zu unterschätzen. Anfang der 2000er Jahre hat bspw. Konsument\*innen-Druck und -Aktivismus erreichen können, dass Starbucks nach langem Widersetzen letztlich einwilligte, *Fairtrade*-zertifizierten Kaffee in sein Sortiment mit aufzunehmen. „[T]his was indeed a milestone: the fair-trade movement had successfully mobilized consumer pressure to crack the mainstream of the (...) coffee market“, so Jaffee (2007, S. 199). Und auch generell ist die Rolle, welche Konsument\*innen bei der Konsolidierung ethischer Aspekte im Handel in den vergangenen Jahren gespielt haben, durchaus eine fundamentale: Als Reaktion auf eine zunehmende Nachfrage nach ethischen Standards begannen Unternehmen, wie in Kapitel 2.5 dargelegt, mehr und mehr unterschiedliche Verifizierungs- und Zertifizierungssysteme in ihre Unternehmensstrategien mit aufzunehmen.<sup>86</sup> Und auch die internationale Charta des Fairen Handels (2018, S. 23) schreibt: „Der wachsende Anteil fair gehandelter Produkte im konventionellen Handel verdeutlicht, welche Macht Verbraucher\*innen mit ihren Kaufentscheidungen ausüben“.

Äußerst wichtig ist jedoch auch, sich der bedeutenden Grenzen der Übertragung von Verantwortung auf Konsument\*innen und der (vermeintlichen) Konsument\*innen-Macht in Bezug auf die Bewältigung globaler Herausforderungen bewusst zu sein. Im Kontext des Fair-Handels-Kaffeemarktes werden diese Grenzen besonders deutlich mit Blick auf die Tatsache, dass das Fair-Handels-Konzept in seinem Kern auf dem nötigen Bewusstsein von Konsument\*innen und deren Nachfrage nach fair gehandelten Produkten basiert und sein Wirken sowie seine Reichweite letztlich vollkommen abhängig hiervon sind.

### *Yuppie-Syndrom*

In diesem Sinne bezieht sich ein erster wichtiger Punkt auf das *Yuppie-Syndrom*, wie Talbot (2004, S. 207) es nennt. Dieses beruht darauf, dass es sich bei fair gehandeltem und biologisch angebautem

---

<sup>86</sup> Diese unternehmerischen Umschwünge als Anpassung an die Nachfrage der Konsument\*innen sollen als Demonstration der durchaus möglichen Einflussnahme letzterer dienen – dass die Wirksamkeit dieser Initiativen, vor allem interner Richtlinien und Selbstregulierungsmechanismen, äußerst fragwürdig ist, soll an dieser Stelle erstmal außen vorgelassen werden.

Kaffee um ein Nischen- und Eliteprodukt handelt, dessen Verkauf auf gehobene Märkte abzielt. Die Tatsache, dass fair gehandelte Produkte teurer sind als konventionelle, liegt in der Natur des Fair-Handels-Konzeptes. Für viele Menschen allerdings gilt fair gehandelter Kaffee damit als ein Luxusprodukt und sein Konsum als ein Privileg (ebd.). Damit spricht der Faire Handel überwiegend eine ganz bestimmte Zielgruppe an: wohlhabende und kaufkräftige Konsument\*innen. Das Ziel des Fairen Handels, möglichst viele Konsument\*innen zum Kauf von Fair-Handels-Produkten zu bewegen ist damit absolut eingeschränkt. Und auch sein Potenzial, über den aktuellen Nischenmarkt hinauszuwachsen, ist damit bedeutend beschränkt (von Hauff & Claus, 2018, S. 129). „As long as these products are higher priced, they will not be a realistic option for a large percentage of the population who are living from paycheck to paycheck“, so auch Talbot (2004, S. 207). Der besondere Ansatz und die Zielgruppe, auf welchen das Fortbestehen und der Erfolg des Fairen Handels beruhen, setzen letztere, demnach immanent Grenzen. So schreibt auch Sylla(2014, S. 144): „In fact, the size of the market for Fair Trade products depends to a large extent on consumer willingness to pay“.

Im Kontext des Fair-Handels-Kaffeesektors werden diese Grenzen besonders deutlich mit Blick auf die zu niedrige Nachfrage nach fair gehandeltem Kaffee: Wie in Kapitel 5.3 dargelegt sind die generelle Reichweite und damit auch die positiven Auswirkungen des Fairen Handels aus besagtem Grund deutlich begrenzt. Da sich viele Menschen fair gehandelten und/ oder biologisch angebauten Kaffee schlicht nicht leisten können ist jedoch, wie eben veranschaulicht, eine Steigerung der Nachfrage durch die hohen Preisen und damit die Grundsätze des Konzeptes selbst, stark eingeschränkt.

#### *Abhängigkeit(en)*

In diesem Zusammenhang besteht eine weitere bedeutende Problematik in der Abhängigkeit des Fairen Handels. Dieser Aspekt umfasst einmal die bereits ausgiebig behandelte Abhängigkeit im direkten Sinne: Die positiven Auswirkungen für die Bäuer\*innen sowie der Handlungsspielraum von Kooperativen sind direkt abhängig von den Mengen an Fair-Handels-Produkten, welche im Globalen Norden nachgefragt und konsumiert werden.

Darüber hinaus umfasst dieses Argument aber auch eine Abhängigkeit im breiteren Sinne: Die generelle und grundlegende Abhängigkeit des Fairen Handels und besonders die Abhängigkeit der Lebensbedingungen der Produzent\*innen im Globalen Süden von den Kaufentscheidungen ethischer Konsument\*innen (überwiegend) im Globalen Norden. Kritisch hierbei sei vor allem die Tatsache, so Fridell (2014, S. 112), dass das Fair-Handels-Konsumverhalten, genau wie die konventionelle Konsumkultur, auf der Idee einer „consumer sovereignty“, einer Souveränität der Verbraucher\*innen, basiere. Der Kern dieses Konstruktes ähnelt dabei jenem des *citizen-consumer* und beruht auf der Idee einer Gesellschaft, in welchen Konsument\*innen „ultimately use their ‚consumer power‘ to determine the market patterns that private companies merely respond to“ (ebd., S. 96, 97).

Zwar sucht der Faire Handel – im Gegensatz zum konventionellen Handel – mittels der Informations- und Bewusstseinsarbeit Transparenz zu schaffen, adäquate Information für Verbraucher\*innen bereitzustellen, um auf diese Weise ethische Konsumententscheidungen zu fördern, die Nachfrage nach ethischen Standards zu steigern und auf diese Weise Veränderung im globalen Handel zu bewirken. Allerdings basiert das gesamte Konzept des Fairen Handel – genau wie der konventionelle Handel – auf der Idee, dass es letztlich die Konsument\*innen sind, welche hinsichtlich der Produktion von Gütern das letzte Wort haben (Fridell, 2014, S. 112). Ganz im Sinne der freien Marktwirtschaft und nach dem Prinzip, dass sich der Markt und das Angebot nach dem richten, was nachgefragt wird (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 154). Das Ergebnis hiervon, so Fridell (2014, S. 112) weiter, sei die Reproduktion eines Welthandelssystems, „in which the needs of relatively poor Southern producers remain subservient to the demands of Northern consumers“.

In diesem Zusammenhang bleibt letztlich zu betonen, dass das gesamte Konstrukt des Fairen Handels auf der Freiwilligkeit von Konsument\*innen basiert (Fridell, 2007, S. 169) – letztere bilden das Rückgrat des kompletten Systems (Zajackowski, 2018, S. 53). Problematisch ist dabei besonders, dass Verbraucher\*innen aus Solidarität handeln, aber keineswegs gezwungen sind, dies zu tun (Sylla, 2014, S. 321). Eine Veränderung der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt, und damit auch der Lebenssituation der unzähligen Kaffeebauer\*innen, bleibt somit von den Entscheidungen einer bestimmten, und wie oben dargelegt stark begrenzten, privilegierten Gruppe wohlhabender und bewusster Konsument\*innen abhängig: „[H]uman development for hundreds of thousands of coffee farmers [depends] on an ‘ethical premium’ that consumers (...) may or may not be willing to pay from one day to the next“ (Fridell, 2014, S. 113).

#### *Verantwortung und Macht ethischer Konsument\*innen?*

Wie bereits in Kapitel 2.5 aufgezeigt, steht das Konstrukt des *citizen-consumer* gewissermaßen für eine Übertragung von Verantwortung auf Konsument\*innen und deren Macht – so wird es zumindest vermittelt – globalen Herausforderungen durch ihren Konsum zu begegnen: „Consumers are constructed as powerful actors in the global market society whose individual choices have the capacity to shape social, political and economic systems“ (Wheeler, 2012, S. 1). Mit diesem Gefühl von Verantwortung und Macht, so Moberg und Lyon (2010, S. 8), werde ethisches Konsumverhalten zu einem Teil der Identitätsbildung von Individuen: „For consumers (...) [fair trade’s] appeal (...) lies in its ability to engage a newfound sense of agency and identity through consumption“.

Die Informations- und Bildungskomponente des Fairen Handels sucht genau dies zu erreichen: Konsument\*innen sollen sensibilisiert werden, durch ihren Konsum Verantwortung zu übernehmen, „Politik mit dem Einkaufskorb“ zu betreiben, wie Katrin Frank (2020a, S. 5) es formuliert und auf diese Weise Veränderung zu bewirken. Ziel dieser *Decommodification* ist es, wie bereits in den Kapiteln 3.2

und 3.3.3 dargelegt, mit der anonymen Natur globaler Märkte zu brechen und den kapitalistischen Wettbewerb durch Werte der Gemeinschaft und Solidarität zu ersetzen (Moberg & Lyon, 2010, S. 7) und auf diese Weise eine gewisse Verbundenheit zwischen den Produzent\*innen und den Verbraucher\*innen aufzubauen. Hierdurch soll letzteren ein Gefühl von Macht vermittelt werden, durch ihre aktive Wahl und den Konsum fair gehandelten Kaffees einen direkten Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Bäuer\*innen und ihren Familien in Ländern des Globalen Südens leisten zu können (Wheeler, 2012, S. 2).

Der Ethnologe Arjun Appadurai definiert diesen Aspekt als prägendes Merkmal gegenwärtigen Marketings und beschreibt es als „fetishism of the consumer‘ ... [who] is consistently helped to believe that he or she is an actor, where in fact he or she is at best a chooser“ (zitiert nach Moberg & Lyon, 2010, S. 8). Grundlage dieses Fetischismus sei, wie weiter oben bereits angerissen, ein gewisses Bewusstsein, „an identity – often a ‚political‘ one – that claims to be challenging the status quo“, so Jason Hickel und Arsalan Khan (2012, S. 213) in ihrer Publikation „The Culture of Capitalism and the Crisis of Critique“. Diese Art ethischen Konsums sei für Konsument\*innen ein Weg, die eigene und persönliche Ablehnung des Mainstreams zu signalisieren und gebe den Menschen das Gefühl, ihr einzigartiges und authentisches Selbst und ihre Identität ausdrücken zu können und erzeuge auf diese Weise die Vorstellung von Wahlmöglichkeit und Macht, so Hickel und Khan (2012, S. 214) weiter.

Die Botschaften auf den Verpackungen fair gehandelter Produkte, so etwa die Darstellung der Verwendung der Prämien für lokale Projekte, erwecke, wie bereits weiter oben dargelegt, bei den Konsument\*innen den Eindruck, dass sie selbst durch den Konsum dieser Waren einen direkten Einfluss auf die Lebensbedingungen der Menschen hätten (Moberg & Lyon, 2010, S. 8). Diese vermittelte Macht sei dabei allerdings lediglich eine Illusion – eine Illusion des Innehabens von Macht zu Veränderung, welche letzten Endes allerdings nie eine reale Herausforderung für das herrschende ausbeuterische System darstellen könne: „In a neoliberal age, capitalism supplies (...) a form of resistance, though one that will never supersede the conditions of capitalist production“, so Hickel und Khan (2012, S. 214) weiter.

In diesem Zusammenhang beruht ein weiteres bedeutendes Problem darauf, dass durch diesen Fokus auf die illusionäre Macht von Konsument\*innen, die Aufmerksamkeit in eine falsche Richtung gelenkt wird: weg von den Ausbeutungsverhältnissen des Systems hin zu vermeintlichen Lösungen, die keine sind (Hickel & Khan, 2012, S. 218). So habe dieser Verbraucher\*innen-Aktivismus Hickel und Khan (2012, S. 224) zufolge zudem eine zutiefst entpolitisierende Wirkung, da er zwei der grundlegenden Merkmale des Neoliberalismus voraussetzt: Die Vorstellung, dass der Markt eine eigenständige und autonome Sphäre ist und dass die souveränen Konsument\*innen die Hauptakteur\*innen hinsichtlich Wandel und Veränderung sind. Auf diesen Punkt wird im folgenden Kapitel eingegangen.



Fridell (2014, S. 4) zufolge liegt in den Diskussionen über die Ursachen der Ungleichheit in der Kaffeewirtschaft der überwiegende Schwerpunkt auf der Machtposition von multi- und transnationalen Röst- und Handelsunternehmen und auf den Dynamiken des Kaffeemarktes. Der in Kapitel 2.5 dargelegte zunehmende Fokus auf marktbasierende Projekte und privatwirtschaftliche Initiativen als Instrumente der Beseitigung von Armut und Ungleichheit untermauern dabei deutlich diese Tendenz (ebd., S. 95). Ganz im Sinne des *citizen-consumer* werden dabei die Verantwortung und vermeintliche Macht des Individuums zusehends hervorgehoben: „Trough market action, consumers are seen as being able to influence corporate behavior in a manner beneficial to coffee farmers and workers“, wie Fridell (2014, S. 95) es darstellt. Das Ergebnis dieser Entwicklung sei, so Fridell (2014, S. 4) weiter, „a dominant consensus around the ‚market‘ as the cause of underdevelopment and its potential solution“, während der Staat immer weiter in den Hintergrund rücke.

Ohne Zweifel ist der *Boom* in Verkaufszahlen<sup>87</sup> von fair gehandelten Produkten in den letzten Jahren als ein durchaus positives Zeichen zu deuten. Ohne Zweifel auch hat die steigende Bekanntheit des Fairen Handels in der Gesellschaft generell und die Etablierung auch in konventionellen Märkten bedeutende positive Auswirkungen für Produzent\*innen im Globalen Süden mit sich gebracht. Die dargelegten Hürden auf dem Fair-Handels-Kaffeemarkt jedoch – unter anderem die zu niedrige Nachfrage und nach wie vor sehr niedrigen Marktanteile sowie die damit verbundene stark begrenzte Reichweite des Fairen Handels – zeigen nur einige der deutlichen Grenzen der Abhängigkeit des Fairen Handels von Konsument\*innen. Und auch die weiteren genannten Punkte – unter anderem die teils immer noch zu niedrigen Mindestpreise sowie die weiterhin bestehende große Ungleichheit und fehlende Wertschöpfungsverlagerung – bezeugen gut die stark begrenzte Einflussmöglichkeit von Konsument\*innen. Gleichzeitig bietet dies eine Veranschaulichung der Illusion von Macht, die konsumierenden Individuen vermittelt wird. Letzten Endes hat unser Handeln sehr viel weniger Einfluss, als wir uns erwünschen und einbilden, da das Konstrukt des *citizen-consumer*, wie dargelegt, vor allem auf struktureller Ebene auf bedeutende Grenzen stößt. Dementsprechend schreibt auch Frank (2020a, S. 5): „[D]ie ‚Politik mit dem Einkaufskorb‘ kann strukturelle Probleme nicht lösen“.

## 5.6 Und der Staat?

Vor dem Hintergrund der begrenzten Macht von Konsument\*innen beschäftigt sich das finale Kapitel mit der Rolle des Staates, dem Phänomen der „free trade fantasy“ nach der Politikwissenschaftlerin Jodi Dean (zitiert nach Fridell, 2014, S. 17) und mit der Abwendung des Fairen Handels vom Staat im Rahmen der neoliberalen Umschwünge.

---

<sup>87</sup> Der Umsatz fairer Produkte in Deutschland hat sich bspw. zwischen 2010 und 2019 verfünffacht (Nickoleit & Nickoleit, 2021, S. 131).

Die sogenannte Fantasie freien Handels wird Fridell (2014, S. 17, 18) zufolge besonders in den Debatten um die globale Kaffeeindustrie deutlich, in welchen, wie schon im vorigen Kapitel kurz angerissen, häufig davon ausgegangen wird, dass die gegebene Situation und die Bedingungen alleiniges Ergebnis der Machtposition von MTNU und der freien Marktmechanismen seien. Die Fantasie bestehe dabei darin, dass die Marktmuster, nicht wie angenommen, primär und ausschließlich durch das freie Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage geprägt, sondern nach wie vor stark von staatlichem Handeln beeinflusst seien.

Der Anthropologe Mathieu Hilgers (2012, S. 84) spricht im Kontext des Neoliberalismus von einer Umstrukturierung des Staates: Diese soll dazu geführt haben, dass der Staat – vor allem in Bezug auf seine sozialen Verpflichtungen – zwar nach außen hin abwesend und geschwächt erschienen, jedoch gleichzeitig nach wie vor allgegenwärtig und präsent gewesen sei (Hilgers, 2012, S. 85). So ist der Staat im Zuge des sich etablierenden Neoliberalismus freilich immer weiter in den Hintergrund gerückt, allerdings hat er – entgegen weitverbreiteter Annahmen – nie aufgehört eine wichtige Rolle zu spielen. „It is not just that states intervene in markets, but rather that they set the context in which markets function“, so auch Fridell (2014, S. 91).

Im Kontext der Debatten um die globale Kaffeeindustrie scheint in diesem Sinne vor allem auch in Vergessenheit geraten zu sein, dass die Existenz und die Ausrichtung des Marktes kein natürliches und unvermeidliches Resultat, sondern direktes Ergebnis aktiven Handelns von Staaten ist (Fridell, 2014, S. 4, 5). Ein kurzer Rückblick auf die in den Kapiteln 2.3 und 2.4 dargelegten politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen entlang des 20. Jahrhunderts und Umschwung vom eingebetteten Liberalismus zum Neoliberalismus sowie die in den Kapiteln 2.4.1 bis 2.4.4 dargelegten Folgen, welche dieser Umschwung für den globalen Kaffeemarkt mit sich brachte, sollte diesen Punkt verdeutlichen.

Auch die dargelegte Tatsache, dass Staaten – sowohl auf nationaler Ebene als auch im Rahmen internationaler Institutionen – auch lange nach „Eintreten“ des Neoliberalismus nach wie vor aktiv ins Marktgeschehen eingebunden waren und bspw., wie in Kapitel 2.4.1 dargelegt, Schlüsselrollen in der rasanten Entwicklung des Kaffeesektors in Vietnam und damit auch in der globalen Kaffeekrise Anfang der 2000er Jahre spielten, veranschaulichen den nach wie vor präsenten und starken Staat. Es waren zwar die Marktmechanismen, welche durch das Zusammenspiel von Angebot und die Nachfrage den Weltmarktpreis nach unten drückten und so die Krise auslösten; sowohl die Deregulierung des Kaffeemarktes als auch die staatlich geförderte Expansion sind allerdings aktive politische Entscheidungen gewesen (Fridell, 2014, S. 91).

Die kapitalistische Wirtschaft und der internationale Handel können grundsätzlich überhaupt nicht ohne starke Staaten, welche unter anderem mit Gesetzen und Regulierungen den Ordnungsrahmen festlegen, funktionieren (Fridell, 2014, S. 91). Auch die deutsche Politikökonomin Maja Göpel (2020, S.

141) unterstützt diesen Standpunkt: Die Debatte darum, wer auf dem Markt aktiv werden darf und wie, drehe sich gegenwärtig nur um zwei Akteur\*innen – Produzent\*innen und Konsument\*innen. Der Staat erscheine in diesem Bild, wenn überhaupt, nur als Abnehmer. Dabei seien „Staat und Markt (...) nicht trennbar“, so Göpel (2020, S. 149) weiter.

Entsprechend argumentiert Fridell (2014, S. 148), dass die Ungleichheiten in der Kaffeeindustrie nicht allein durch Marktanpassungen gelöst werden können, sondern effektives staatliches Handeln und Eingreifen benötigen.<sup>88</sup> Auch Talbot (2004, S. 213) teilt diese Ansicht: „A real solution (...) requires structural change“. Und auch Göpel (2020, S. 152) unterstreicht: „Der Markt ist kein regelfreier Raum, sondern erst durch Regeln erschaffen worden. Diese Regeln beeinflussen, welche Freiheiten wir haben und welche nicht, was uns verboten ist und was nicht“. Die Frage, die sich stellt, ist demnach nicht mehr, ob der Staat im Kaffeemarkt intervenieren und regulieren darf und soll oder nicht. Die Frage, die sich stellt ist eher, wie und in welcher Form. Für wen setzt der Staat seine Regeln auf? Und vor allem: Für was und für wen macht der Staat sich stark?

Im Fairen Handel war im Rahmen der neoliberalen Umschwünge, wie dargelegt, eine deutliche Abwendung vom Staat als aktiver und regulierender Akteur zu beobachten. Die problematische entpolitisierende Wirkung von der Hickel und Khan (2012, S. 224) sprechen ist dabei in den Anpassungen des Netzwerkes an den Neoliberalismus seit dem Ende der 1980er Jahre recht deutlich zu erkennen – dies insbesondere in der Abwendung vom staatsfixierten Ansatz, dem Strategiewechsel und der Umorientierung in konventionelle Märkte sowie im neuen Fokus auf marktbasierende Lösungen und auf die Verantwortung von Konsument\*innen.

Seiner eigenen Grenzen und, in diesem Zusammenhang, der Relevanz des Staates ist sich der Faire Handel dabei nach wie vor durchaus bewusst. „Wirkliche Veränderungen können nur über politische Rahmensetzungen erfolgen“, schreibt bspw. Frank (2020b, S. 12) im Bericht des Forum Fairer Handel e.V. Die Forderungen an den Staat haben sich allerdings im Kontext der neoliberalen Umschwünge stark gewandelt: Es geht nicht länger um aktive staatliche Marktintervention und -regulierung, vielmehr wird gefordert, die übergeordneten Ziele und Grundsätze des Fairen Handels in nationalen und internationalen Politiken zu verankern. Darüber hinaus scheinen aktuell, besonders mit Blick auf den an Bedeutung gewinnenden marktorientierten Strang und der erstarkenden konventionellen Unternehmen im Fair-Handels-Netzwerk sowie auf den in den Hintergrund geratenen wertorientierten Strang und der zunehmenden Gefährdung kleinerer AHO, die politische Arbeit des Fairen Handels und das Erreichen struktureller Veränderung immer weiter zu verschwimmen. Mit der zunehmenden Abhängigkeit des Netzwerkes vom konventionellen Markt und konventionellen Unternehmen steht

---

<sup>88</sup> Unter anderem angesichts der Tatsache, dass die USA im Jahr 2018 aus der ICO als geeigneter Rahmen für ein solches kollektives staatliches Handeln bietet, ausgetreten sind jedoch, scheint diese Ziel gegenwärtig in weiter Ferne (Wienhold, 2021, S. 358).

der Faire Handel gegenwärtig mehr denn je vor der Herausforderung, seine politische Vision nicht zu verlieren (Fridell, 2014, S. 119).

\*

Nachdem in Kapitel 4 der Ansatz, die Vorgehensweise und die Wirkungsweise des Fairen Handels auf dem Kaffeemarkt untersucht wurden, wurden in diesem letzten Kapitel wesentliche Kritikpunkte und Grenzen des Fair-Handels-Konzeptes aufgezeigt. Zusammenfassend stechen dabei im *Fairtrade*-System vor allem die zunehmende Bürokratisierung und Formalisierung, die hohen Kosten sowie die Kritik an den *Fairtrade*-Mindestpreisen für Kaffee hervor. Ein weiterer, hieran anknüpfender Kritikpunkt, beruht auf einem mangelnden Fokus hinsichtlich einer Wertschöpfungsverlagerung. Daneben wurden die zu niedrige Nachfrage nach fair gehandeltem Kaffee und die damit verbundenen Problematiken dargelegt. Als weitere bedeutende Grenze wurde die Paradoxie des im und gegen den Markt agierenden Fairen Handels und seine zunehmende Markt- und Neoliberalismus-Freundlichkeit genannt. Mit Blick auf die Konsument\*innen wurden besonders der Konsum fair gehandelter Produkte als Privileg und die Abhängigkeit(en) des Fairen Handels von Verbraucher\*innen-Entscheidungen hervorgehoben sowie die Verantwortung und Macht letzterer in Frage gestellt wurde. Ein letzter Punkt schließlich hat sich mit der Rolle des Staates im neoliberalen Kontext und dem gefährdeten politischen Aspekt des Fairen Handels auseinandergesetzt.

## 6 Fazit

### *Zusammenfassung*

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt, die historischen politischen und wirtschaftlichen Hintergründe, sowie in diesem Kontext, das Konzept des Fairen Handels als Alternative zu analysieren und seine Grenzen auf unterschiedlichen Ebenen aufzuzeigen. Im Folgenden werden die Forschungsergebnisse zusammengefasst und diskutiert.

Wie für unzählige andere Rohstoffe werden die internationalen Preise für den Handel mit Kaffee an Warenbörsen und durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage definiert. Dieser Preisbildungsprozess basiert dabei auf der Idee einer Selbstregulierung der Wirtschaft über Angebot und Nachfrage, dies weitestgehend ohne staatliches Eingreifen. Angebot und Nachfrage auf dem globalen Kaffeemarkt sind dabei aus unterschiedlichen Gründen nicht gleichbleibend, sondern variieren konstant. Dementsprechend sind auch die sich hierauf einstellenden Weltmarktpreise in ständiger Bewegung. Ergebnis hiervon ist eine hohe Markt- und Preisvolatilität mit zum Teil desaströsen Auswirkungen besonders für die Kaffeebauer\*innen.

Die Grenzen der Selbstregulierung und der zu dem Zeitpunkt herrschenden freien Marktwirtschaft, wurden mit der Weltwirtschaftskrise im Jahr 1929 deutlich. Als Lösung sollte ein neues ökonomisches Modell – der sogenannte eingebettete Liberalismus – dienen, welches auf einer aktiven Rolle von Regierungen und Staaten basierte. Dieses Umdenken bezüglich staatlichen Eingreifens ins Marktgeschehen zeigte sich in der Kaffeeindustrie besonders in der Verabschiedung einer Reihe von Kaffeeabkommen auf multilateraler Ebene. Das bedeutendste war dabei das im Jahr 1962 beschlossene *International Coffee Agreement*. Mit dem Ziel einer kollektiven Regulierung der Kaffeepreise war das Abkommen mit kurzzeitiger Unterbrechung bis 1989 in Kraft. Und obwohl die ICAs keine Allheilmittel waren und deutliche Schwachstellen aufzeigten, brachten sie vergleichsweise höhere Einnahmen, mehr Stabilität und Sicherheit sowie bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Millionen von Kaffeebauer\*innen und Arbeiter\*innen entlang der Kaffeekette.

Die aktiven Rollen, welche Staaten im Laufe des 20. Jahrhunderts und bis zum Ende der 1980er Jahre auf dem globalen Kaffeemarkt zugunsten von Kaffeebauer\*innen eingenommen hatten, erlebten einen bedeutenden Wandel im Rahmen der neoliberalen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge in den späten 1970er und im Laufe der 1980er und 1990er Jahre. Die Folgen, welche diese für den globalen Kaffeemarkt mit sich brachten, waren weitreichend. Mit am sichtbarsten waren – und sind bis heute – die Auswirkungen der Deregulierung des Kaffeemarktes und der Beendigung der multilateralen Kaffeeabkommen im Jahr 1989 in Form historischer Kaffeepreiskrisen mit desaströsen Konsequenzen für Bäuer\*innen. Daneben schwächten die Maßnahmen der *Structural*

*Adjustment Policies* generell die Position nationaler Regierungen in den Produktionsländern, was die prekären Situationen, in welchen sich die Kaffeebäuer\*innen befanden, weiter verschärfte. Die aufgezeigte Entwicklung des globalen Kapitalmarktes im Laufe der 1970er Jahre und die daraus hervorgehenden steigenden Spekulationsaktivitäten auf dem globalen Kaffeemarkt wirkten sich verschärfend auf dessen Volatilität aus. Die zunehmende Marktkonzentration zugunsten von einigen wenigen multi- und transnationalen Röst- und Handelsunternehmen schließlich verstärkte das extrem ungleiche Machtverhältnis der Akteur\*innen entlang der Produktions- und Lieferkette und die asymmetrische Verteilung der Wertschöpfung und führte zu einer sich deutlich verschärfenden Ungleichheit.

Die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt und die damit zusammenhängenden Lebensumstände von Kaffeebäuer\*innen bleiben bis heute prekär. Im Laufe der Krisenjahre hat es zwar diesbezüglich vereinzelte staatliche Maßnahmen auf nationaler und internationaler Ebene gegeben, besonders wichtig ist jedoch hervorzuheben, dass es seit 1989 keine multilateralen Initiativen zur Marktsteuerung und Preisregulierung, also kein kollektives marktregulierendes Handeln von Produktions- und Konsumländern zur Verbesserung der Lage auf dem globalen Kaffeemarkt gegeben hat.

Vor diesem Hintergrund und angetrieben von einem wachsenden Verantwortungsbewusstsein von Konsument\*innen gewannen marktbasierende Nachhaltigkeitsstandards und unterschiedliche Verifizierungs- und Zertifizierungssysteme vermehrt an Gewicht. Die generell zunehmende Bedeutung des ethischen Konsums und die vielfältigen Möglichkeiten ethisch zu konsumieren, tragen dabei dazu bei, dass individuellen Konsument\*innen – den sogenannten *citizen-consumers* – ein Gefühl von Macht vermittelt wird, globalen Herausforderungen durch ihren Konsum begegnen zu können. Zugleich werden Verbraucher\*innen herausgefordert, ihre Kaufkraft als Demonstration von Verantwortung zu nutzen. Verstärkt durch den im Rahmen des Neoliberalismus in den Hintergrund tretenden Staat und einem Rückgang sozialer Regulierungen, werden demnach Konsument\*innen zunehmend wichtige Rollen hinsichtlich einer wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltigen Kaffee-Produktionskette zugeschrieben.

Der Faire Handel gilt dabei als eines der weltweit bekanntesten ethischen Konzepte in Bezug auf Konsumverhalten. Mittels verschiedener Ansätze und Strategien will er globalen Ungleichheiten entgegenwirken und verfolgt dabei das Ziel, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzent\*innen und Arbeiter\*innen am Anfang der jeweiligen Produktions- und Lieferketten – insbesondere im Globalen Süden – zu verbessern. Dabei ist zwischen der Fair-Handels-Bewegung und dem -Netzwerk zu unterscheiden. Die frühen Ursprünge der Fair-Handels-Bewegung liegen in den Reaktionen auf die extrem niedrigen internationalen Rohstoffpreise in den Folgejahren des Ersten

Weltkrieges; an Bedeutung gewann sie insbesondere im Kontext der internationalen Regulierungsmechanismen in den Folgejahren des Zweiten Weltkrieges. Die Bewegung verfolgte dabei über die Jahre hinweg die übergeordneten Ziele einer radikalen Umstrukturierung des internationalen Handelssystems und gleichberechtigteren Nord-Süd Handelsbeziehungen und forderte eine staatliche Lenkung und aktive staatliche Marktintervention und -regulierung. In der gleichen Zeit entwickelte sich das Fair-Handels-Netzwerk, welches sich zu Beginn vor allem auf unterschiedliche Nichtregierungsorganisationen und sogenannte Alternative Handelsorganisationen stützte, und über die Visionen der Bewegung hinaus auch das Ziel des Aufbaus eines parallelen Handelssystems und alternativer Märkte für Produzent\*innen und ihre Produkte aus dem Globalen Süden verfolgte.

Gegen Ende der 1980er Jahre brachten die neoliberalen politischen und wirtschaftlichen Umschwünge sowohl in der Bewegung als auch im Netzwerk bedeutende Veränderungen mit sich. Mit den in den Hintergrund tretenden Staaten und dem weitgehenden Ende der multilateralen Abkommen, hat sich die Bewegung langsam abgeschwächt. Das Netzwerk erlebte zur gleichen Zeit ein bedeutendes Wachstum, welches maßgeblich einem Strategiewechsel zu verdanken war. Mit einer Umorientierung in konventionelle Märkte verschob sich der Fokus des Netzwerkes zusehends weg vom ursprünglichen staatsfixierten Ansatz und den Zielen einer Umstrukturierung hin zu marktbasierter Ansätzen und einer Reform der konventionellen Märkte und des existierenden Systems. Mit dieser Entwicklung verschob sich die Verantwortung für Veränderung zunehmend vom Staat zu den Konsument\*innen.

Das zu diesem Zweck neu gegründete *Fairtrade*-Zertifizierungssystem stand fortan im Mittelpunkt des Netzwerkes, und die ursprünglichen, wertorientierten AHO rückten langsam in den Hintergrund. Auf dieser Weise entwickelten sich im Laufe der Jahre zwei verschiedene Ansätze: der ursprüngliche, unternehmensbezogene Ansatz der AHO und der neuere, produktbezogene Ansatz des Zertifizierungssystems. Obwohl beide Stränge grundsätzlich die gleichen Ziele verfolgen, unterscheiden sie sich wesentlich hinsichtlich der Art und Weise wie, und vor allem auch von welchen Akteur\*innen diese umgesetzt werden. Die hieraus resultierenden Divergenzen und Spannungen zwischen dem wert- und dem marktorientierten Strang des Netzwerkes – der Widerspruch zwischen dem Ziel einer Markttransformation und dem einer größtmöglichen Marktausweitung und Maximierung von Verkaufszahlen – prävalieren bis heute.

Mit Blick auf die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt ist die Relevanz des Fairen Handels im Kaffeesektor unverkennbar. Dabei sind insbesondere die Partnerschaften mit demokratischen Organisationen, die Schaffung von Marktzugängen für benachteiligte Produzent\*innen sowie die weiteren Vorteile, die sich hieraus für die Mitglieder ergeben, die Unterhaltung langfristiger, partnerschaftlicher und transparenter Handelsbeziehungen, die Zahlung von Mindestpreisen sowie die Möglichkeit auf Vorfinanzierung, welche allesamt der Unsicherheit und

Volatilität auf dem globalen Kaffeemarkt entgegenwirken, von großer Bedeutung. Darüber hinaus stellen auch die Förderung der Gleichberechtigung von Frauen und des Umweltschutzes sowie die Bildungs- und politische Kampagnenarbeit wichtige Themenfelder im Fair-Handels-Kaffeesektor dar. Besonders vor dem Hintergrund, dass die Prinzipien und Ansätze des Fairen Handels im Kaffeesektor an einigen der wesentlichen Problematiken auf dem globalen Kaffeemarkt ansetzen, kann generalisiert die Aussage getroffen werden, dass der Faire Handel Kaffeeproduzent\*innen in vielerlei Hinsicht eine Alternative und bessere Bedingungen bietet und entsprechend ein Ansatz ist, der – zumindest auf der Mikroebene – durchaus erfolgreich sein kann.

Allerdings weist der Faire Handel ebenfalls bedeutende Schwachstellen auf und stößt auf unterschiedlichen Ebenen an seine Grenzen. Am *Fairtrade*-System bemängelt werden vor allem die zunehmende Bürokratisierung und Formalisierung, die von den Produzent\*innen zu tragenden hohen Kosten der Zertifizierung sowie die Problematik der zu niedrigen und nicht an die jeweiligen Kontexte angepassten *Fairtrade*-Mindestpreise. Ein weiterer bedeutender Kritikpunkt am Fairen Handel beruht auf einem fehlenden Fokus hinsichtlich einer Wertschöpfungsverlagerung und damit zusammenhängende anhaltende Ungleichheiten. Darüber hinaus ist zu bemängeln, dass aufgrund der zu niedrigen Nachfrage nach fair gehandeltem Kaffee die direkte Wirkung und die generelle Reichweite des Fairen Handels deutlich eingeschränkt sind. Die Tatsache, dass der Faire Handel gleichzeitig im und gegen den Markt agiert – und die damit zusammenhängende zunehmende Markt-Freundlichkeit und Abhängigkeit von konventionellen Unternehmen – stellen darüber hinaus die Aussicht auf eine nachhaltige Markttransformation in Frage. Mit Blick auf die Konsument\*innen sind besonders die Aspekte des Konsums fair gehandelter Produkte als Privileg, die Abhängigkeit(en) der Produzent\*innen im Globalen Süden von Verbraucher\*innen im Globalen Norden und die Fragen der Verantwortung und der vermeintlichen Macht von Konsument\*innen sowie mit Blick auf den Staat die gegenwärtig gefährdete politische Vision des Fairen Handels als problematisch anzusehen.

### *Diskussion*

Fairer Handel *boomt*, dies steht außer Frage. Wachsende Verkaufszahlen von Fair-Handels-Produkten werden zurecht als große Erfolge gefeiert. Zweifelsohne ist dieses Wachstum auf ein steigendes Bewusstsein von Verbraucher\*innen, ihre Unterstützung gerechterer Handelsstrukturen und Ablehnung menschenunwürdiger Arbeitsbedingungen zurückzuführen und damit ohne Frage als positiv zu bewerten. Die Vorteile, die sich hieraus für ausgewählte Produzent\*innen und Arbeiter\*innen auf Mikroebene ergeben, sind durchaus bedeutend. Und obgleich das Konzept deutliche Schwachstellen und Mängel aufweist, kann es für eine begrenzte Anzahl an Kaffeebäuer\*innen eine wichtige Alternative zu der gegebenen Situation und den Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt bieten.



Die veranschaulichte Tatsache jedoch, dass der Faire Handel sowohl in seinem direkten Wirken als auch in seiner generellen Reichweite von der Solidarität und der Freiwilligkeit von Konsument\*innen abhängig ist, setzt dem Konzept klare Grenzen. Die Einflussmöglichkeit und durchaus wichtigen Rollen von Verbraucher\*innen bezüglich Veränderungen in konventionellen Unternehmenspraktiken dürfen auf keinen Fall unterschätzt werden. Die Tatsache allerdings, dass der Anteil fair gehandelten Kaffees am Gesamtmarkt nach wie vor extrem gering ist, bezeugt, dass ein gerechterer Welthandel nicht alleine durch eine Politik mit dem Einkaufskorb, Konsument\*innen-Aktivismus und -Solidarität zu erreichen ist.

Was es braucht sind Lösungen, welche über Nischenlösungen wie diejenigen des Fairen Handels, hinausgehen. Was es braucht sind staatliche Verantwortung und strukturelle Veränderungen. Besonders mit Blick auf die Tatsachen, dass sowohl Staaten das Marktgeschehen nach wie vor bedeutend beeinflussen können, als auch die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt, zumindest zum Teil, auf politische Entscheidungen zurückzuführen sind, sind staatliches Handeln, Intervenieren und Regulieren für eine nachhaltige Verbesserung der Umstände für Kaffeebäuer\*innen und Akteur\*innen entlang der Kaffee-Kette unumgänglich. Ausschlaggebend ist dabei, dass diese Maßnahmen nicht kompetitiver und eigenständiger, sondern kollektiver und multilateraler Natur sind.

Und obgleich die politische Arbeit nach wie vor ein wichtiger Schwerpunkt des Fairen Handels darstellt, riskieren strukturelle Veränderungen in den gegenwärtigen Entwicklungen zusehends in den Hintergrund zu geraten. Mit der Tatsache, dass sich der Fokus des Fairen Handels im neoliberalen Kontext vom Staat als verantwortlichem und regulierendem Akteur wegbewegt und auf marktbasierende Ansätze verschoben hat und seitdem überwiegend an die Verantwortung von Konsument\*innen appelliert, rücken auch die benötigten strukturellen Lösungsansätze immer weiter weg. Verstärkt wird diese Tendenz durch den stetig an Bedeutung gewinnenden marktorientierten Strang, den Fokus auf Zertifizierung und Regulierung und die zunehmende Abhängigkeit des Netzwerkes von konventionellen Unternehmen, wodurch die politische Vision und damit auch der Ausblick auf strukturelle Veränderungen zusehends zu verschwimmen drohen. Für die unzähligen Kaffeebäuer\*innen, welche keinen Zugang zum Fair-Handels-Markt haben und nicht von dessen Vorteilen profitieren können, wäre dies fatal.

Die Lösung ist dabei gewiss nicht einfach – sicher ist jedoch, dass sie in jedem Fall globaler Reichweite sein muss und gemeinsame Bemühung staatlicher als auch privatwirtschaftlicher und zivilgesellschaftlicher Akteur\*innen erfordern wird. Vor diesem Hintergrund ist das dem Fairen Handel zugrundeliegende Konzept der Vereinigung von Politik, gewinnorientierter Unternehmen, gemeinnütziger Organisationen, Konsument\*innen und Produzent\*innen zweifelsohne ein richtiger

Ansatz. Mit Blick auf die Notwendigkeit aktiven staatlichen Handelns jedoch, sollte der Faire Handel zumindest zu einem Gleichgewicht zurückfinden und in diesem Sinne seinen Fokus wieder mehr auf staatliche Verantwortung verlagern.

### *Ausblick*

Die vorliegende Arbeit deckt eine weite historische Zeitspanne und wurde aus einem breiten Blickwinkel verfasst. Aus diesem Grund, und angesichts des gegebenen Umfangs der Arbeit, konnten einige Aspekte nur oberflächlich thematisiert werden. In diesem Sinne wäre es interessant, über den Rahmen dieser Arbeit hinaus bestimmte Zeiträume und Aspekte, wie bspw. die veranschaulichten historischen politischen und wirtschaftlichen Hintergründe der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt mit einem Fokus auf den Kolonialismus und die Dekolonisierungen, welche beide nicht grundlegend behandelt werden konnten, näher zu untersuchen.

Mit Blick auf die geäußerte Kritik und auf das Fazit der Notwendigkeit aktiven staatlichen Handelns, wäre darüber hinaus auch besonders interessant, das kürzlich verabschiedete deutsche Lieferkettengesetz und sein potenzielles Wirken auf dem globalen Kaffeemarkt zu untersuchen – dies besonders unter dem Aspekt, dass dieses Gesetz auf einer nationalen und nicht auf einer kollektiven und multilateralen Initiative beruht.

Wichtig anzumerken ist zudem, dass die Arbeit überwiegend auf Literatur aus dem Globalen Norden beruht. Sowohl mit Blick auf den historischen politischen und wirtschaftlichen Hintergrund der Situation und der Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt als auch auf den Fairen Handel generell, sein Wirken auf dem Kaffeemarkt sowie auf Kritikpunkte, Grenzen und damit verbundene Forderungen, wäre es durchaus interessant und wichtig, die Fragestellung der vorliegenden Arbeit aus der Perspektive von Akteur\*innen aus dem Globalen Süden zu analysieren. Vor allem vor dem Hintergrund des Fazits der Arbeit wäre auch ein Blick auf die politische Arbeit interessant: Welches sind die politischen Forderungen von Fair-Handels-Akteur\*innen aus Ländern des Globalen Südens – auf nationaler und internationaler Ebene – und inwiefern konnten diesbezüglich bereits Erfolge für die Kaffeebäuer\*innen und die Akteur\*innen entlang der Kaffee-Kette verzeichnet werden?

Es bleibt letzten Endes zu bemerken, dass die Frage nach dem *Way Forward* zum großen Teil unbeantwortet bleibt. In diesem Sinne und vor dem Hintergrund der geäußerten Kritik am neoliberalen Modell wäre es interessant, sich an diese Arbeit anknüpfend mit der Systemfrage zu befassen. Besonders mit Blick darauf, dass in der Diskussion um die Situation und die Bedingungen auf dem globalen Kaffeemarkt überwiegend die Marktmechanismen als Hauptproblem dargestellt werden, stellt sich die Frage, warum es eigentlich so sein muss, wie es ist? Und in diesem Zusammenhang besonders auch: Sollte man weiter versuchen, die Symptome eines fehlerhaften Systems zu korrigieren und abzuschwächen? Wäre es nicht stattdessen an der Zeit den Fokus auf das System selbst

und auf mögliche Alternativen zu legen (vgl. Göpel, 2020, S. 168)? Es bleibt abzuwarten, ob und inwiefern die gegenwärtige Krise diesbezüglich ein globales Umdenken anstoßen kann. Die Grundsätze und die Ziele des Fairen Handels könnten dabei für einen gesellschaftlichen Wandel und eine neue Wirtschaftsordnung durchaus Anhaltspunkte bieten und richtungsweisend sein.

THESIS AM  
FACHBEREICH SOZIAL- UND  
KULTURWISSENSCHAFTEN  
DER HOCHSCHULE DÜSSELDORF

## 7 Literaturverzeichnis

About WFTO. (o. J.). *World Fair Trade Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://wfto.com/who-we-are>

Albrecht, J., Hahn, M., Hermann, F., Hoffmann, T., Jahn, R. & Lukow, M. (2020). *Es geht auch fair! Erfolge. Herausforderungen*. Berlin: Brot für die Welt. Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.brot-fuer-die-welt.de/fileadmin/mediapool/2\\_Downloads/Fachinformationen/Sonstiges/ImFokusFairerHandel.pdf](https://www.brot-fuer-die-welt.de/fileadmin/mediapool/2_Downloads/Fachinformationen/Sonstiges/ImFokusFairerHandel.pdf)

Amrouk, E. (2018). Depressed International Coffee Prices: Insights Into The Nature of The Price Decline. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM\\_MARKETS\\_MONITORING/Coffee\\_Cocoa/Documents/coffee\\_prices\\_2018.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Coffee_Cocoa/Documents/coffee_prices_2018.pdf)

Angebotspolitik. (o. J.). *bbp: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/18622/angebotspolitik>

BASIC. (2015). *Wer hat die Macht? Machtkonzentration und unlautere Handelspraktiken in landwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten*. Forum Fairer Handel e. V., GEPA – The Fair Trade Company GmbH, MISEREOR e.V., TransFair e.V., Weltladen-Dachverband e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/studie\\_wer\\_hat\\_die\\_macht\\_komplett.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/studie_wer_hat_die_macht_komplett.pdf)

BASIC. (2018). *Kaffee: Eine Erfolgsgeschichte verdeckt die Krise. Studie über Nachhaltigkeit im Kaffeesektor. Zusammenfassung*. Berlin: Forum Fairer Handel e.V., TransFair e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/materialien\\_des\\_ffh/2018\\_kaffee-eine-erfolgsgeschichte-verdeckt-die-krise.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/2018_kaffee-eine-erfolgsgeschichte-verdeckt-die-krise.pdf)

*Bitter! Armut in der Kaffeetasse*. (2002). Oxfam Deutschland. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.oxfam.de/system/files/20021201\\_kaffeekrisestudie\\_3677kb.pdf](https://www.oxfam.de/system/files/20021201_kaffeekrisestudie_3677kb.pdf)

Boydell, H. (24.10.2018). Rethinking the C Price: Should we Change how we Price Coffee? *Perfect Daily Grind*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://perfectdailygrind.com/2018/10/rethinking-the-c-price-should-we-change-how-we-price-coffee/>

Brück, C. (2021). *Fairtrade - eine Agenda für die Zukunft. Jahres- und Wirkungsbericht 2020/2021*. Köln: TransFair e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/transfair\\_jahresbericht\\_2021.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/transfair_jahresbericht_2021.pdf)

Butler, S. (4.9.2020). The Global Coffee Market Has Had a Rollercoaster Year amid Covid Crisis. *The Guardian*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/business/2020/sep/04/the-global-coffee-market-has-had-a-rollercoaster-year-amid-covid-crisis>

Café Chavalo: fair, bio und klimaneutral. (o. J.). *Café Chavalo*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://cafe-chavalo.de/content/17-unsere-klimaziele>

*Coffee Development Report 2019. Growing for Prosperity. Economic Viability as the Catalyst for a Sustainable Coffee Sector*. (2019). London: International Coffee Organization. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjcpqeNu\\_\\_uAhUK7KQKHdi7BBwQFjABegQIARAD&url=https%3A%2F%2Fwww.evidensia.eco%2Fresources%2F1013%2Fdownload%2F&usg=AOvVaw2ZUBhjVvP5EqjUddgTVjWu](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjcpqeNu__uAhUK7KQKHdi7BBwQFjABegQIARAD&url=https%3A%2F%2Fwww.evidensia.eco%2Fresources%2F1013%2Fdownload%2F&usg=AOvVaw2ZUBhjVvP5EqjUddgTVjWu)

Coffee Standard Review. (o. J.). *Fairtrade International*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade.net/standard/coffee-standard-review-2019>

Conway, D. & Heynen, N. (2006a). The Ascendancy of Neoliberalism and Emergence of Contemporary Globalization. In D. Conway & N. Heynen (Hrsg.), *Globalization's Contradictions: Geographies of Discipline, Destruction and Transformation* (S. 17–34). Abingdon: Routledge.

Conway, D. & Heynen, N. (2006b). Globalization's Dimensions. In D. Conway & N. Heynen (Hrsg.), *Globalization's Contradictions: Geographies of Discipline, Destruction and Transformation* (S. 3–16). Abingdon: Routledge.

Crouch, C. (2018). *Ist der Neoliberalismus noch zu retten?* Berlin: Suhrkamp Verlag.

Daily Coffee Prices. (o. J.). *International Coffee Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [http://www.ico.org/coffee\\_prices.asp](http://www.ico.org/coffee_prices.asp)

Debatte zur Kaffeesteuer. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/ueber-transfair-ev/was-wir-tun/advocacy-arbeit-kooperationen/debatte-zur-kaffeesteuer>

Definition. (o. J.). *Forum Fairer Handel*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition/>

Der Fairtrade-Mindestpreis. (o. J.). *GEPA. The Fair Trade Company*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade.de/index.php/sID/72cee2f88b3032f2bd65b2ba4b04e0c4/lan/de>

Deutschmann, C. (2015). Die Finanzialisierung der Welt. In B. Bauer, D. d'Aprile, K. Döbler, N. Kadritzke, S. Lessenich & S. Liebig (Hrsg.), *Atlas der Globalisierung. Weniger wird mehr* (2. Auflage., S. 20–21). Berlin: TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH.

*Die internationale Charta des Fairen Handels*. (2018). TransFair e.V., Forum Fairer Handel e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/andere\\_publikationen/2018\\_FH-Charta\\_Deutsch.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/andere_publikationen/2018_FH-Charta_Deutsch.pdf)

Die zwei Ansätze des Fairen Handels. (o. J.). *Weltladen Dachverband*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.weltladen.de/ueber-weltladen/fairer-handel/die-zwei-ansaeetze-des-fairen-handels/>

Dostaler, G. (2007a). Porträts. In N. Liebert & B. Bauer (Hrsg.), *Die Globalisierungsmacher: Konzerne, Netzwerker, Abgehängte* (S. 22–23). Berlin: TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH.

Dostaler, G. (2007b). Porträts. In N. Liebert & B. Bauer (Hrsg.), *Die Globalisierungsmacher: Konzerne, Netzwerker, Abgehängte* (S. 56–57). Berlin: TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH.

Dostaler, G. (2007c). Porträts. In N. Liebert & B. Bauer (Hrsg.), *Die Globalisierungsmacher: Konzerne, Netzwerker, Abgehängte* (S. 86–87). Berlin: TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH.

Fairer Handel bei El Puente. (o. J.). *El Puente. Die Fair Trade Pioniere*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.el-puente.de/fairer-handel/fairer-handel-bei-el-puente/>

Fairtrade International. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-system/fairtrade-international>

Fairtrade Minimum Price and Premium Information. (o. J.). *Fairtrade International*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade.net/standard/minimum-price-info>

*Fairtrade Standard for Coffee for Small Producer Organizations and Traders*. (2011). Fairtrade International. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://files.fairtrade.net/standards/Coffee\\_SPO\\_EN.pdf](https://files.fairtrade.net/standards/Coffee_SPO_EN.pdf)

Fairtrade-Kaffee. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/produkte/kaffee/hintergrund-fairtrade-kaffee>

*Fairtrade-Produkte im Fokus: Kaffee*. (2015). Fairtrade Deutschland. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/AT/Monitoring\\_Report\\_2016/2015\\_Monitoring\\_Report\\_Factfile\\_Kaffee.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/AT/Monitoring_Report_2016/2015_Monitoring_Report_Factfile_Kaffee.pdf)

Fairtrade-Standards. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-standards>

Frank, K. (2020a). *100% Fair. Der Faire Handel in Deutschland. Grundsätze. Wirkungen. Akteure*. Berlin: Forum Fairer Handel e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/materialien\\_des\\_ffh/2020\\_100\\_Prozent\\_fair\\_web.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/2020_100_Prozent_fair_web.pdf)

Frank, K. (2020b). *Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel*. Berlin: Forum Fairer Handel e.V. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user\\_upload/dateien/publikationen/materialien\\_des\\_ffh/2020\\_Aktuelle-Entwicklungen\\_im\\_FH\\_web.pdf](https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/2020_Aktuelle-Entwicklungen_im_FH_web.pdf)

Fridell, G. (2007). *Fair Trade Coffee. The Prospects and Pitfalls of Market-Driven Social Justice*. Toronto: University of Toronto Press.

Fridell, G. (2014). *Coffee*. Cambridge: Polity Press.

Gender Strategy 2016-2020: Transforming Equal Opportunity, Access and Benefits for All. (o. J.). *Fairtrade International*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade.net/library/gender-strategy-2016-2020>

Geschichte des Fairen Handels. (o. J.). *Forum Fairer Handel*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/geschichte/>

Glossary of Terms Used. (o. J.). *International Coffee Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <http://www.ico.org/glossary.asp>

Göpel, M. (2020). *Unsere Welt neu denken. Eine Einladung* (11. Auflage.). Berlin: Ullstein Buchverlage.

Harper, J. (9.4.2020). Coffee Pricing: Why we Need to Know Farmgate and not just FOB. *Perfect Daily Grind*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://perfectdailygrind.com/2020/04/coffee-pricing-why-we-need-to-know-farmgate-and-not-just-fob/>

Harrison, R. (2005). Pressure Groups, Campaigns and Consumers. In R. Harrison, T. Newholm & D. Shaw (Hrsg.), *The Ethical Consumer* (S. 55–67). London: SAGE Publications.

Harrison, R., Newholm, T. & Shaw, D. (2005). Introduction. In R. Harrison, T. Newholm & D. Shaw (Hrsg.), *The Ethical Consumer* (S. 1–8). London: SAGE Publications.

von Hauff, M. & Claus, K. (2018). *Fair Trade. Ein Konzept nachhaltigen Handels* (3. Auflage.). Konstanz: UVK.

Hein, W. & Steiner, S. (14.11.2008). Wirtschaft und soziale Lage. *bpj: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/izpb/8118/wirtschaft-und-soziale-lage?p=all>

Hickel, J. & Khan, A. (2012). The Culture of Capitalism and the Crisis of Critique, *85*(1), 203–228.

Hilgers, M. (2012). The Historicity of the Neoliberal State, *20*(1), 80–94.

Humbert, F. (2007). *Ist die Kaffeekrise nun vorüber?* Berlin: Oxfam Deutschland. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.oxfam.de/system/files/20070919\\_istdiekaffeekrisenunvorueber\\_5260kb.pdf](https://www.oxfam.de/system/files/20070919_istdiekaffeekrisenunvorueber_5260kb.pdf)

ICO Composite and Group Indicator Prices. (o. J.). *International Coffee Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <http://www.ico.org/historical/1990%20onwards/PDF/3c-indicator->

prices.pdf

ICO und ICA. (o. J.). *Kaffeezentrale*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.kaffeezentrale.de/ico-und-ica>

*Innovation and Resilience for a More Sustainable World. Annual Report 2019-2020*. (2020). Bonn: Fairtrade International. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://files.fairtrade.net/publications/Fairtrade\\_Annual\\_Report\\_2020\\_web.pdf](https://files.fairtrade.net/publications/Fairtrade_Annual_Report_2020_web.pdf)

Jaffee, D. (2007). *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*. Berkeley: University of California Press.

*Jahresstatistik 2019*. (2020). Bonn: Generalzolldirektion. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.zoll.de/SharedDocs/Broschueren/DE/Die-Zollverwaltung/jahresstatistik\\_2019.html](https://www.zoll.de/SharedDocs/Broschueren/DE/Die-Zollverwaltung/jahresstatistik_2019.html)

*Kaffee im Welthandel*. (2021). Statista. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/studie/id/23635/dokument/kaffee-im-welthandel-statista-dossier/>

Kaffeepreise. (o. J.). *Kaffeezentrale*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.kaffeezentrale.de/kaffeepreise>

Key Data: Fairtrade Coffee. (o. J.). *Fairtrade International*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade.net/impact/key-data-fairtrade-coffee>

Laissez-Faire. (o. J.). *bbp: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/19999/laissez-faire>

Lal, D. (2010). Vom Plan zum Markt: Die Debatte über wirtschaftliche Transformation und Entwicklung nach 1945 (1994). In K. Fischer, G. Hödl & W. Sievers (Hrsg.), *Klassiker der Entwicklungstheorie: Von Modernisierung bis Post-Development* (2. Aufl., S. 212–229). Wien: Mandelbaum Verlag.

Liebert, N. & Bauer, B. (2007). Chronik der Globalisierung. In N. Liebert & B. Bauer (Hrsg.), *Die Globalisierungsmacher: Konzerne, Netzwerker, Abgehängte* (S. 40–41). Berlin: TAZ Verlags- und Vertriebs GmbH.

Mahler, A., Beermann, A.-C. & Runkel, R. (2018). *Die Potentiale einer Reform der Kaffeesteuer. Fairer Kaffee, faire Steuer?* Berlin: Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/studie\\_die-potentiale-einer\\_reform-der-kaffeesteuer\\_2018.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/studie_die-potentiale-einer_reform-der-kaffeesteuer_2018.pdf)

Marktmechanismus. (o. J.). *bbp: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20081/marktmechanismus>

Martinez, E. & Garcia, A. (1.1.1997). What is Neoliberalism? *Corpwatch. Holding Corporations*



Accountable. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://corpwatch.org/article/what-neoliberalism>

Mission. (o. J.). *International Coffee Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.ico.org/mission07\\_e.asp?section=About\\_Us](https://www.ico.org/mission07_e.asp?section=About_Us)

Moberg, M. & Lyon, S. (2010). What's Fair? The Paradox of Seeking Justice through Markets. In S. Lyon & M. Moberg (Hrsg.), *Fair Trade and Social Justice. Global Ethnographies* (S. 1–23). New York: New York University Press.

Murray, D. L. & Reynolds, L. T. (2007). Globalization and its Antimonies. Negotiating a Fair Trade Movement. In L.T. Reynolds, D.L. Murray & J. Wilkinson (Hrsg.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization* (S. 3–14). Abingdon: Routledge.

Musterkalkulation. (o. J.). GEPA. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Produktinfo/Musterkalkulation/Musterkalkulation-Kaffee\\_2020-02\\_4c.pdf](https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Produktinfo/Musterkalkulation/Musterkalkulation-Kaffee_2020-02_4c.pdf)

Musterkalkulation zum Röstkaffee von APROLMA. (o. J.). GEPA. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/Produktinfo/Musterkalkulation-Bio-Cafe-APROLMA.pdf](https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/Produktinfo/Musterkalkulation-Bio-Cafe-APROLMA.pdf)

Nicholls, A. & Opal, C. (2005). *Fair Trade. Market-Driven Ethical Consumption*. London: SAGE Publications.

Nickoleit, K. & Nickoleit, G. (2021). *Fair for Future. Ein gerechter Handel ist möglich*. Berlin: Christoph Links Verlag.

Noch nicht am Ziel, aber endlich am Start. (o. J.). *Lieferkettengesetz*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://lieferkettengesetz.de>

Nuhn, H. (2004). Coffee Boom and Coffee Crisis - Open Markets, Global Competition and Consequences for Developing Countries, *135(1)*, 1–30.

Our Fair Trade System. (o. J.). *World Fair Trade Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://wfto.com/our-fair-trade-system>

Panhuysen, S. & Pierrot, J. (2018). *Coffee Barometer 2018*. Coffee Barometer Collective. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://coffeebarometer.org/wp-content/uploads/2021/01/Coffee-barometer-2018v2.pdf>

Panhuysen, S. & Pierrot, J. (2020). *Coffee Barometer 2020*. Coffee Barometer Collective. Zugriff am 16.2.2021. Verfügbar unter: <https://coffeebarometer.org>

Politische Forderungen. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/ueber-transfair-ev/was-wir-tun/politische-forderungen>

Quaas, R. (2015). *Fair Trade. Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees*. Köln: Böhlau Verlag.

Raynolds, L. T. & Long, M. A. (2007). Fair/ Alternative Trade. Historical and Empirical Dimensions. In L.T. Raynolds, D.L. Murray & J. Wilkinson (Hrsg.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization* (S. 15–32). Abingdon: Routledge.

Raynolds, L. T. & Murray, D. L. (2007). Fair Trade. Contemporary Challenges and Future Prospects. In L.T. Raynolds, D.L. Murray & J. Wilkinson (Hrsg.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization* (S. 223–234). Abingdon: Routledge.

Renard, M.-C. & Pérez-Grovas, V. (2007). Fair Trade Coffee in Mexico. In L.T. Raynolds, D.L. Murray & J. Wilkinson (Hrsg.), *Fair Trade. The Challenges of Transforming Globalization* (S. 138–156). Abingdon: Routledge.

Sautter, H. (12.1.2012). Das Bretton-Woods-System. *bpb: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/politik/wirtschaft/finanzmaerkte/54851/bretton-woods-system?p=all>

Sylla, N. S. (2014). *The Fair Trade Scandal. Marketing Poverty to Benefit the Rich*. London: Pluto Press.

Talbot, J. M. (2004). *Grounds for Agreement. The Political Economy of the Coffee Commodity Chain*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Tark, S. (29.1.2019). What Is Coffee Hedging & how Does it Impact Producers? *Perfect Daily Grind*. Zugriff am 16.2.2021. Verfügbar unter: <https://perfectdailygrind.com/2019/01/what-is-coffee-hedging-how-does-it-impact-producers/>

Trade Statistics Tables. (o. J.). *International Coffee Organization*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [http://www.ico.org/trade\\_statistics.asp?section=Statistics](http://www.ico.org/trade_statistics.asp?section=Statistics)

Unsichtbare Hand. (o. J.). *bpb: Bundeszentrale für politische Bildung*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/lexikon-der-wirtschaft/20914/unsichtbare-hand>

Verarbeitung des Kaffees: Sonnengetrocknet oder gewaschen? (o. J.). *Coffee Circle*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.coffeecircle.com/de/e/kaffee-gewaschen-oder-sonnengetrocknet>

Vierecke, A., Mayerhofer, B. & Kohout, F. (2010). *dtv-Atlas Politik*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Was wir tun. (o. J.). *Fairtrade Deutschland*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/ueber-transfair-ev/was-wir-tun>

What We Do. (o. J.). *Fair Trade Advocacy Office*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://fairtrade-advocacy.org/what-we-do/>

Wheeler, K. (2012). *Fair Trade and the Citizen-Consumer. Shopping for Justice?* Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Wienhold, K. (8.6.2016). An Unstable Market: The Economics of Global Coffee Prices. *Perfect Daily Grind*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://perfectdailygrind.com/2016/06/an-unstable-market-the-economics-of-global-coffee-prices/>

Wienhold, K. (2021). *Cheap Coffee. Behind the Curtain of the Global Coffee Trade*. Roast Magazine.

Women's Access, Equity and Empowerment under the Fairtrade Gender Strategy. (o. J.). Fairtrade International. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://files.fairtrade.net/publications/2020-womens-access-equity-and-empowerment-at-a-glance.pdf>

*Zahlen – Daten – Fakten. Geschäftsjahr 2019*. (2019). GEPA. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: [https://www.gepa.de/fileadmin/user\\_upload/Info/GEPA/ZDF\\_D\\_10-2020\\_web.pdf](https://www.gepa.de/fileadmin/user_upload/Info/GEPA/ZDF_D_10-2020_web.pdf)

Zahlen und Fakten zum Fairen Handel in Deutschland. (o. J.). *Forum Fairer Handel*. Zugriff am 2.7.2021. Verfügbar unter: <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/zahlen-fakten/>

Zajackowski, M. (2018). Ethical Aspects of the World Trading System on the Example of Fair Trade, 21(7), 45–58.

## Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich, dass ich meine Master-Thesis zum Thema

**„Ethischer Konsum, Fairer Handel und der globale Kaffeemarkt: Eine Analyse der Möglichkeiten und Grenzen im neoliberalen Kontext“**

selbstständig verfasst und keine anderen Hilfsmittel, als die angegebenen benutzt habe. Alle Stellen, die von Autor\*innen wörtlich oder sinngemäß übernommen sind, habe ich durch Angabe von Quellen als Zitat kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher weder in Teilen noch insgesamt einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Köln, den 6. Juli 2021

Nadia Marcus

THESIS AM  
FACHBEREICH SOZIAL- UND  
KULTURWISSENSCHAFTEN  
DER HOCHSCHULE DÜSSELDORF