

Positionspapier des Fair Trade Forum Österreich zum
Common Code for the Coffee Community (4C) (in der Version von 9.9.2004)

Das Fair Trade Forum Österreich begrüßt grundsätzlich Initiativen zu mehr Nachhaltigkeit in der Kaffeeproduktion, wenn diese (neben ökologischen Maßnahmen) **auf eine Verbesserung der sozialen Lage der KleinproduzentInnen von Kaffee sowie der auf Plantagen und in der Kaffeeverarbeitung in Lohn Beschäftigten** abzielt. Das Fair Trade Forum begrüßt insbesondere Programme, die auf den **Millennium Entwicklungszielen** der UNO aufbauen.

Das 4C-Programm nimmt in der Präambel (Seite 1, Absatz 1) auf beides direkt Bezug. **Die in der Präambel formulierte Grundintention findet daher die volle Unterstützung des Fair Trade Forums.**

Das 4C-Programm enthält in der bisher vorliegenden Form Elemente, die aus Sicht des Fair Trade Forums **positiv** zu bewerten sind:

A. Inhaltlich:

1. In der konkreten Ausformulierung des Programms findet sich ein **Kriterien-Katalog im Bereich der „Sozialen Dimension“**, der bei Erfüllung des Programms einen erheblichen sozialen Fortschritt für die Lohnbeschäftigten auf Plantagen und in der Kaffeeverarbeitung bedeuten würde (Seite 14 und 15, Kriterien, Soziale Dimension). Dieser Fortschritt wäre ohne Zweifel wünschenswert.
2. Das 4C-Programm sieht **unabhängige Verifizierungseinrichtungen** vor (Seite 7, Absatz 3).¹

B. Formal:

3. Das 4C-Programm verfügt über einen **Zeitplan bis 2007** vor, der eine klare Gliederung enthält, was bis zum jeweiligen Zeitpunkt formal realisiert sein soll (Eigenes Papier „Tentative Roadmap“).

In seiner Gesamtheit jedoch lehnt das Fair Trade Forum das in der Version vom September 2004 vorliegende Programm strikt ab, und zwar aus folgenden Gründen:

1. Das Programm **blendet** in seiner konkreten Ausformulierung sozialer Kriterien **die mit Abstand größte Gruppe, nämlich jene der KleinproduzentInnen** von Kaffee (circa 80 % der Betroffenen) **völlig aus**. Diese Gruppe leidet unter der für die ProduzentInnen desolaten Preissituation am stärksten. **4C sieht bisher keine Maßnahmen vor, die eine Verbesserung der sozialen Situation der größten betroffenen Gruppe erwarten lassen. Insbesondere fehlt eine Vereinbarung zu einem garantierten Mindestpreis, der den KleinproduzentInnen von Kaffee eine menschenwürdige Existenz ermöglicht.**

Von den auf Seite 14 und 15 des vorliegenden Papiers formulierten Kriterien streifen nur die Kriterien 4 (Schulbildung für Kinder) und 7a (Kooperativen und Gewerkschaften arbeiten an der Verbesserung der Lebenssituation und unterstützen Basisbildung für ihre Mitglieder) diese Zielgruppe am Rande. Es bleibt jedoch vollkommen unklar, wie diese Maßnahmen für KleinproduzentInnen verwirklicht

¹ Einschränkung ist allerdings darauf hinzuweisen, dass Multinationale Unternehmen bisher unabhängige Kontrollen zurückgewiesen haben, wenn sie selbst relevante Verpflichtungen eingehen sollten. Möglicherweise liegt die Ursache für die Zustimmung darin, dass relevante Verpflichtungen im 4C-Programm bei den ProduzentInnen angesiedelt sind, nicht jedoch bei der kaffeeverarbeitenden Industrie.

werden können, sowohl organisatorisch als auch mit welchen finanziellen Ressourcen. 4C sieht jedenfalls keine finanziellen Ressourcen vor.

2. Das Programm **lastet nahezu alle Kosten und Anstrengungen** zur Umsetzung der Nachhaltigkeits-Programme **den ProduzentInnen im Süden auf**. 4C sieht keine vertraglich garantierte Abdeckung von erhöhten Produktionskosten vor. Es ist nicht absehbar, dass die im Programm angestrebten sozialen Verbesserungen für ArbeiterInnen in der Produktion von grünem Kaffee tatsächlich erreicht werden, wenn es keine Anreize für die PlantagenbesitzerInnen gibt und keine zusätzlichen finanziellen Mittel bereitgestellt werden.
3. Der **Beitrag der Kaffee-Industrie beschränkt sich auf die Absichtserklärung**, Kaffee von 4C-PartnerInnen zu kaufen und die unpräzise Bereitschaft, bei besserer Qualität über höhere Preise verhandlungswillig zu sein.
Kaffee zu kaufen ist das ureigenste Geschäft der Kaffee-Industrie, ohne das sie nicht existieren kann. Eine Absichtserklärung, ohne verbindliche Aufzahlung bei 4C-PartnerInnen zu kaufen - die bei Umsetzung des Programms qualitativ noch bessere Ware als bisher liefern – entspricht nicht den Intentionen von Partnerschaft, wie sie Millennium Development Goal Nummer 8 postuliert. Der im Kapitel „Economic Dimension“ (Seite 19, Kriterium 4) unter „Commerce“ formulierte Verhandlungsprozess (...and quality is rewarded by a freely negotiated margin as agreed by the direct business partners) hat in Anbetracht der Marktmacht der beteiligten Kaffeeunternehmen in einem chronisch Überschüsse produzierenden Markt **keinen substanziellen Wert für die ProduzentInnen im Süden**
4. **Die wahren Probleme in der Kaffeewirtschaft werden im 4C-Programm nicht in Angriff genommen. Die Situationsanalyse** (Seite 2, „The Initiative“, Absatz 2) erwähnt zwar den vermehrten Einsatz von Agrochemie, der zu besseren Flächenerträgen führte, **verzichtet aber darauf, einige weitere wichtigste Faktoren zu benennen**, die den Preisverfall und die Verarmung der KaffeeproduzentInnen wesentlich mit verursacht haben.
 - An erster Stelle ist die **Aufkündigung des Internationalen Kaffeeabkommens** (International Coffee Agreement, ICA) ² im Jahr 1989 zu nennen. Dies führte zu einem **für die ProduzentInnen katastrophalen Preissturz**, der die Einkommen von Millionen Kaffeebauernfamilien unter das Existenzminimum drückte. Dagegen **profitierten die Industrieländer** (geringere Importkosten), **die kaffeeverarbeitende Industrie** (geringere Rohstoffkosten) je nach Weltmarktpreis im Ausmaß von 5 – 12 Mrd. Dollar jährlich³. Die KonsumentInnen profitierten durch ein weitgehend stabiles Preisniveau.
Die Übernahme des Preisbandes und seiner Marktmechanismen, die ein Kernstück des ICA darstellten, in das 4C-Programm würde ohne Zweifel einen wesentlichen Teil der Kritik entschärfen.

² Das ICA wurde bis 1989 von den Anbauländern und den Nachfrägeländern getragen und hatte das Ziel, den Kaffeepreis in einem Preisband zu halten, das sowohl für die Anbauländer als auch für die Nachfrägeländer von Nutzen war. Der untere Interventionspreis von 121 c/lb (für Arabica-Kaffee) sollte den ProduzentInnen kostendeckende Preise sichern. Der obere Interventionspreis von 165 c/lb sollte die Nachfrägeländer vor massiven Preisanstiegen schützen. Dieses Modell hat mit einigen Einschränkungen (insbesondere Umgehungen im Sekundärmarkt im damaligen Ostblock) gut funktioniert. Der untere Interventionspreis wurde übrigens 1989 von den Fair Trade Siegelinitiativen als garantierter Mindestpreis übernommen und wird seit damals weltweit eingehalten.

³ Zum Vergleich: Die weltweit für Entwicklungszusammenarbeit aufgebrauchten Mittel betragen insgesamt nur rund 50 Mrd. Dollar jährlich. Durch Handelshemmnisse und unfaire Handelsbedingungen verlieren die so genannten „Entwicklungsländer“ laut Berechnungen der UNCTAD pro Jahr 700 Milliarden Dollar.

- An zweiter Stelle ist die **chronische Überproduktion** bei Kaffee zu nennen, die aus der **Abhängigkeit vieler KleinbäuerInnen vom Kaffee kommt**. Relevante Faktoren sind fehlende Diversifizierungsmöglichkeiten auf Grund der Beschaffenheit ihrer Produktionsflächen (Hochland und steile Hänge) und/oder fehlendes KnowHow für alternative Produktion bei Bauernfamilien, die seit Generationen Kaffee kultivieren.
- An dritter Stelle steht – ebenfalls als Ursache für die chronische Überproduktion - der **Zwang hochverschuldeter Entwicklungsländer**, den Kaffeeanbau zu erhalten oder auszubauen, weil sie die Exporterlöse aus dem Kaffee benötigen, um **mit Devisen ihre Kredite und die Zinsen auf die Kredite zu Gunsten der Industrieländern zu bedienen** (bei sinkenden Kaffeepreisen mit der Tendenz, die Produktions-Menge zu erhöhen, um den Preisverfall zu kompensieren)
- An vierter Stelle steht die Förderung von Programmen zum Ausbau der Kaffeeanbauflächen durch internationale Finanzierungsinstitutionen, wie das **von der Weltbank geförderte Programm zum Kaffee-Anbau in Vietnam**, mit dem Vietnam von einem der vielen kleinen in kürzester Zeit zum zweitgrößten Kaffeeanbauland der Welt wurde. Das preisdrückende Marktgleichgewicht durch die Kaffeeüberproduktion - das im Interesse der Industriestaaten und der kaffeeverarbeitenden Industrie liegt – wurde dadurch auf längere Zeit festgeschrieben (Kaffeesträucher tragen ca. 40 Jahre lang Kaffee).

4 C sieht bisher keine Maßnahmen vor, die Überproduktion von Kaffee zu reduzieren. Notwendig zur Preisstabilisierung wäre ein (sozial verträglicher) Abbau von Flächen, auf denen Kaffee kultiviert wird.

Aus Sicht des Fair Trade Forums ist ein Papier, das schon in der Analyse der Ursachen wesentlich **entwicklungspolitische relevanten Faktoren ausblendet**, wenig geeignet, jene Maßnahmen abzuleiten, die zur erwünschten Verbesserung der sozialen Situation entsprechend den Zielsetzungen der Millennium Development Goals führt. Dieser Mangel dokumentiert sich im vorliegenden 4C-Papier deutlich.

5. Das 4C-Programm hat in der vorliegenden Form **nur für die kaffeeverarbeitende Industrie konkreten Nutzen: nämlich als hochkarätiges PR-Instrument**. Während bisher die beteiligten Konzerne (mit Ausnahme der Hamburger Coffee Company) dafür kritisiert wurden, das von der Zivilgesellschaft entwickelte und mit zunehmendem Erfolg umgesetzte Modell des Fairen Handels zu boykottieren oder sogar mit unlauteren Mitteln zu unterlaufen (Jacobs in den 90er-Jahren mit dem Produkt „Condor“), können sie nun in der PR auf die Kooperation mit der GTZ, mit der Zivilgesellschaft und mit ProduzentInnenverbänden verweisen. **Dies fast zum Null-Tarif, dafür aus Mitteln der deutschen Entwicklungszusammenarbeit gefördert. Die Teilnahme am Fairen Handel würde dagegen einen substanziellen Beitrag der kaffeeverarbeitenden Industrie zur Verbesserung der Lebensumstände der sozial schwachen KaffeeproduzentInnen bedeuten**. Das 4C-Programm fügt den Bemühungen des Fairen Handels um bessere Sozialstandards durch die Absenkung der Verpflichtungen der Konzerne auf nahezu Null massiven Schaden zu.
6. Eine **Reihe von Stakeholdern**, die am Prozess beteiligt waren, **äußern sich inzwischen sehr kritisch** bzw. distanzieren sich vom aktuell vorliegenden Verhandlungsergebnis. Greenpeace Deutschland ist ausgestiegen. Von FIAN Deutschland, der Frente Solidario und von der Plattform der im 4C-Prozess beteiligten Zivilgesellschaft liegen kritische Stellungnahmen vor, die diesem Positionspapier angeschlossen sind.

Zusammenfassung

Das Fair Trade Forum Österreich ist der Auffassung, dass das 4C-Programm in seiner vorliegenden Form aus **entwicklungspolitischen Überlegungen abzulehnen** ist.

- **Es biete nahezu überhaupt keine Lösungsansätze für mehr als 80 % der Betroffenen, nämlich die Kaffee produzierenden KleinbäuerInnen**
- **Es lastet nahezu alle Kosten und Anstrengungen für Verbesserungen den ProduzentInnen im Süden an.**
- **Es beschränkt den Beitrag der Kaffee-Industrie auf Absichtserklärungen.**
- **Es ignoriert die meisten wesentlichen Ursachen der katastrophalen Situation der KaffeeproduzentInnen und entwickelt daher nicht die geeigneten Lösungen**
- **Es gibt der kaffeverarbeitenden Industrie ohne nennenswerte Gegenleistungen ein mit Geld nicht aufzuwiegendes PR-Instrument in die Hand.**
- **Es untergräbt die Position der Fair Trade Organisationen und die erfolgreiche Weiterentwicklung einer Vermarktungsform, die tatsächlich den Zielsetzungen der Millennium Development Goals entspricht.**

Wir hoffen, dass im 4C-Programm noch eine totale Überarbeitung erfolgen wird, die den aufgelisteten Kritikpunkten Rechnung trägt.

Der Faire Handel hat für die aufgelisteten Kritikpunkte befriedigende Lösungen und zeigt seit 30 Jahren, dass diese nachhaltig umsetzbar sind. Wir empfehlen den 4C-Stakeholdern, diese Lösungen zu übernehmen und durch das soziale Programm von 4C im Bereich der Lohnbeschäftigten auf Plantagen zu ergänzen.

FAIR TRADE FORUM ÖSTERREICH

Mitglieder des Fair Trade Forum Österreich sind

AGEZ, ARGE Weltläden, Clean Clothes Kampagne, CONA, EZA 3.Welt GmbH, Eine Welt Handel AG, FAIRTRADE, FIAN, Li Cok, SOL (Projekt Futuro) und Südwind Agentur.

