



Text: Johanna Wies



„*Fairer Handel bedeutet, dass ein Produkt ohne Ausbeutung hergestellt wird.*“

Marcelo Crescenti
Leiter Öffentlichkeitsarbeit
Fairtrade Deutschland

Heiß genießen, aber fair

Kaffee ist das Lieblingsgetränk der Deutschen, und auch Tee wird so viel getrunken wie noch nie. Doch die Mehrheit der Erntebauern lebt unterhalb der Armutsgrenze.

Die Lösung dafür ist der Faire Handel – mit einem Mindestpreis und Prämien für nachhaltige Projekte in den Communities vor Ort.

Mehr als 1,2 Millionen Tonnen Kaffee im Wert von rund 3,5 Milliarden Euro importierte Deutschland im Jahr 2021 (Fairtrade, 2022). Doch obwohl die Wertschöpfung bei Röstern und Händlern in Deutschland kontinuierlich steigt, sinken die Einnahmen in den Kaffee-Produktionsländern seit Jahren. Die Gründe sind ein schwankender Weltmarktpreis, klimatisch bedingte Ernteaufschläge und steigende Produktions- und Haushaltskosten – häufig erhalten die Menschen, die in den Anbauländern in der Produktion und Verarbeitung von Rohkaffee beschäftigt sind, Löhne und Einkommen unterhalb eines existenzsichernden Niveaus. Mit dem Kaffeeanbau können sie somit ihren Lebensunterhalt immer schlechter bestreiten. Die Löhne unterhalb der Armutsgrenze sind auch im Tee-Anbau vorherrschend. Um dem entgegenzuwirken, muss langfristig der Anteil der Wertschöpfung in den Produktions-

ländern erhöht werden – dies ermöglicht der Faire Handel.

„Fairer Handel bedeutet, dass ein Produkt ohne Ausbeutung hergestellt wird. Das heißt: die Produzenten am Anfang der Lieferkette erhalten einen fairen Preis und bekommen die Möglichkeit, auch vor Ort mit der Fairtrade-Prämie zu investieren“, erklärt Marcelo Crescenti, Leiter Öffentlichkeitsarbeit bei Fairtrade Deutschland. „Fairtrade basiert auf einem Mindestpreis, das heißt: Liegt der Preis unter dem Mindestpreis, erhalten die Bauern den Mindestpreis, liegt er darüber, bekommen sie den höheren Preis. Dies gibt ihnen zudem Planungssicherheit, denn oft wissen sie nicht, was ihnen die nächste Ernte bringt.“ Eine weitere Nachhaltigkeitskomponente ist die Fairtrade-Prämie für Projekte vor Ort. Wie diese eingesetzt werden soll, können die >





Sortiment Heißgetränke



31,1 PROZENT

Kaffee und **2,9 Prozent Tee** ist der Anteil am Gesamtumsatz des **Fairen Handels**.

Quelle: Forum Fairer Handel, 2022

Produzenten selbst entscheiden. Zusätzliche anerkannte Nachhaltigkeitsiegel sind Rainforest Alliance, Naturland Fair, Gepa fair+plus und Fair for Life.

Es wird zunehmend Faires gekauft

Fair gehandelter Kaffee macht bislang nur etwa sechs Prozent des in Deutschland getrunkenen Kaffees aus. Doch es geht bergauf: 1,9 Milliarden Euro gaben die Verbraucher hierzulande 2021 für fair gehandelte Produkte aus (+7%). Hierbei nimmt mit einem Anteil von 31 Prozent am Gesamtumsatz Kaffee den ersten Platz ein (FFH, 2022). Laut Crescenti seien J.J. Darboven und Tchibo die größten Abnehmer von Fairtrade-Kaffee, zudem bieten Marken wie Seeberger und Fairtrade Original, aber auch insbesondere die Handelseigenmarken zertifizierten Fairtrade-Kaffee an. Kaffeehersteller J.J. Darboven ist Fairtrade-Pionier: „Unser Unternehmen ist glücklich, 2021 insgesamt mit Café Intención 1,5 Mil-

lionen Euro an Fairtrade-Prämie generiert zu haben. Dank der Prämienzahlung kann zum Beispiel die Kooperative Comsa in Honduras Fortbildungen und die Ausbildung von Kindern sowie Jugendlichen sichern“, sagt Marketingleiterin Simone Müggenburg.

„Wir sehen momentan sehr viele Preisaktionen, auch von etablierten Marken. Kaffee ist allgemein aktionsintensiv“, so Marcelo Crescenti. Doch die meisten Kunden greifen bewusst zu Fairtrade-Kaffee, weil sie über dessen Wirkung Bescheid wissen. „Und wir hoffen, dass diese Kunden uns treu bleiben. Allerdings ist eine gewisse Zurückhaltung mancher Kundengruppen nicht von der Hand zu weisen. Aber die betrifft uns derzeit noch nicht in der Breite. Wenn Marken vermehrt ihren Kaffee in Aktion geben, dann wird es einfach schwierig, ihn für einen normalen Preis zu verkaufen. Wir hoffen, das Jahr mit einem Plus abzuschließen.“ □



INFO

Nicht nur fair, sondern auch bio

Rund **58 Prozent** der Fairtrade-Lebensmittel in Deutschland waren im vergangenen Jahr zusätzlich **auch bio-gesiegt** – ganz vorne dabei ist **Tee mit 89 Prozent** (Fairtrade, 2022).

Häufig ist Fairtrade der erste Schritt auf dem Weg zum Bio-Anbau.

Da eine Bio-Zertifizierung während der Umstellung **mit vielen Kosten und Ernteeinbußen verbunden** ist, sichern der Fairtrade-Mindestpreis und die Prämie für Gemeinschaftsprojekte vor Ort die Produzenten ab. So erhalten sie in der Umstellungszeit **stabile Preise für ihre Produkte**.

Darüber hinaus beinhalten die **strengen Standards** der Fairtrade-Unternehmen bereits **zahlreiche Umweltkriterien**.



J.J. DARBOVEN

J.J. Darboven launcht zwei Länderkaffees: Die beiden neuen Ganze-Bohne-Produkte Café Intención Selección Peru (Abb.) und Honduras sind im 375-Gramm-„Grab & Go“-Format erhältlich.



ENGLISH TEA SHOP

Grüner Tee Granatapfel enthält feinste ceylonische Bio-Grüntees, veredelt mit frisch-fruchtigen Noten des Granatapfels und der Rose. Fair gehandelt und nachhaltig gewirtschaftet.



DELICA

Der Honduras Crema Bohnenkaffee punktet mit einer ausgewogenen Komposition und Noten von Milchsokolade. Die handverlesenen Arabica-Bohnen sind zu 100 Prozent nachhaltig angebaut.



LAVAZZA

Das Aluminiumkapsel-Portfolio von Lavazza umfasst zwei Kaffeemischungen und die trommelgeröstete Espresso Maestro Premiumsorten Classico (Abb.), Lungo und Ristretto.