



FAIRTRADE



**FAIRTRADE-
Kaffee**



FAIRTRADE-Kaffee

© Fairtrade Max Havelaar / Miguel Tabora

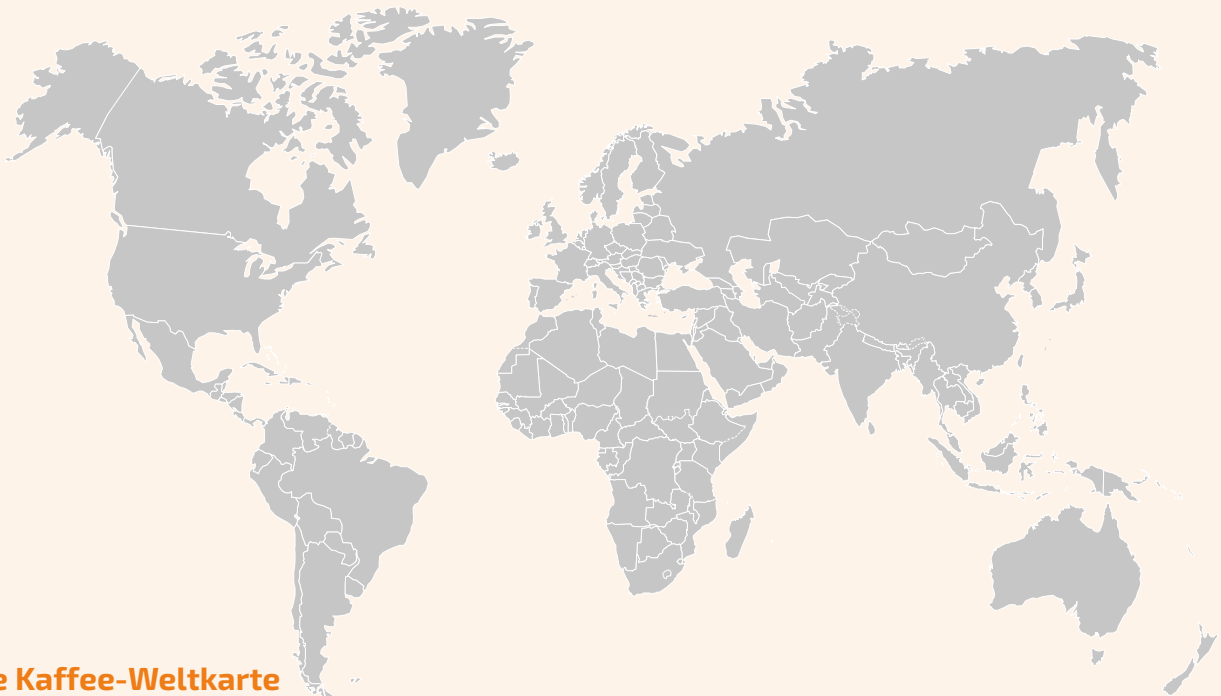
Inhalt

Woher kommt der Kaffee?	3	Rollenspiel: Fernsehdebatte zum Thema Kaffee	13
Die Lieferkette des Kaffees	6	Entdeckungsjagd: FAIRTRADE in deiner Umgebung	15
Risiken und aktuelle Herausforderungen im Kaffeeanbau	7	Werbung wirkt	16
FAIRTRADE macht einen Unterschied	8	FAIRTRADE-Kaffee und gerechtere Preise	18
Meet the Farmer: Josinta Kabugho	11	Hinweise für Lehrkräfte	19
Was ist fairer Handel?	12	Musterlösung zur Aufgabe auf Seite 6	20
		Weiterführende Links	21

Ursprünglich stammt die Kaffeepflanze aus den Hochländern Äthiopiens und des Sudans. Sie wird heute jedoch **in über 50 Ländern der Erde** in ganz bestimmten Regionen angebaut. Es gibt in dieser Pflanzenfamilie über 6.000 Arten, aber nur zwei haben eine wirtschaftliche Bedeutung: **Arabica- und Robusta-Kaffee** (mengenmäßige Verteilung der Weltproduktion ca. 60 Prozent Arabica und 40 Prozent Robusta).

Wachstumsbedingungen

- ✦ wenig direkte Sonneneinstrahlung
- ✦ Temperatur zwischen 18 und 25 Grad
- ✦ kein Frost
- ✦ jährliche Niederschlagsmenge 1.500 bis 2.000 Millimeter
- ✦ wenig Wind
- ✦ Boden tiefgründig, locker und durchlässig (gut „durchlüftet“), neutral bis leicht sauer



Die Kaffee-Weltkarte

- ✦ Markiere in dieser Weltkarte die passenden Anbauregionen dafür! Nicht immer sind alle Kriterien optimal erfüllt.
- ✦ Suche nach Möglichkeiten, wie Bäuer:innen trotzdem perfekte Wachstumsbedingungen schaffen können!
- ✦ Recherchiere, in welchen Ländern am meisten Kaffee angebaut und wo am meisten Kaffee konsumiert wird. Zeichne es ebenfalls in der Weltkarte ein.

Woher kommt der Kaffee?

Der Prozess der Kaffeeherstellung hat sich in den Hunderten von Jahren, in denen die Menschen das aromatische Heißgetränk genießen, kaum verändert. Hier erfährst du, welche Schritte notwendig sind, um das beliebteste Heißgetränk der Welt herzustellen.

Züchtung der Jungpflanzen

Die besten Kaffeeikirchen werden **ausgelesen**, vom Fruchtfleisch **getrennt** und **eingepflanzt**. Nach ca. zehn Wochen sprießen die jungen Kaffeeschösslinge. Sobald sie ca. fünf bis zehn cm hoch sind, werden sie in Töpfe oder Plastiksäcke umgepflanzt. In **Baumschulen** werden sie weiter gepflegt.



© Fairtrade Česko a Slovensko / Stanislav Komínek



© Fairtrade Canada / Juan Nicolás Becerra Manrique

Heranwachsen zum Kaffeestrauch

Nach vier bis fünf Monaten sind die jungen Pflanzen ca. 30 bis 40 cm hoch und werden am Feld eingepflanzt. Dort wachsen sie zu Sträuchern heran. Der Kaffeebaum blüht mit drei Jahren zum ersten Mal. **Im vierten Jahr können die ersten Kaffeeikirchen gepflückt werden.** Jedoch ist frühestens ab dem fünften Jahr mit einem normalen Ertrag zu rechnen. Die Bauernfamilien müssen also in den ersten Jahren erheblich investieren.

Kaffee wächst sehr gut im **Hochland**. Das bedeutet, dass die Felder oft **1.000** oder sogar **1.500 Höhenmeter** über dem Meeresspiegel liegen und teilweise sehr steil sind. Dadurch können kaum Maschinen verwendet werden und die ganze **Arbeit wird** von den Bäuer:innen **von Hand geleistet**.



© Fairtrade / Sean Hawkey



Die Bäuer:innen ernten die Kaffeekirschen von Hand. Für **500 g Kaffeebohnen** muss man **2,5 kg Kaffeekirschen** pflücken. Nach dem Pflücken werden die Kaffeekirschen verlesen. Dabei werden die beschädigten und unreifen Früchte aussortiert.

Ernte

Die Haupternte findet einmal jährlich statt und erstreckt sich über **mehrere Monate**, da Kaffeekirschen nicht gleichzeitig, sondern nach und nach reifen. Geerntet werden **ausschließlich die reifen Kirschen** – denn sie sind entscheidend für eine gute Qualität. Unreife oder überreife Kirschen können den Geschmack hingegen negativ beeinträchtigen.



Aufbereitung der Kaffeekirschen

Die Kaffeekirschen werden **gereinigt**. Danach lässt man sie im Wasser **aufquellen**. Nachdem die beiden Kaffeebohnen jeder Kirsche vom Fruchtfleisch befreit sind, werden sie durch Gärung **veredelt** (fermentiert). Dann werden die Bohnen gewaschen und **mindestens vier Tage** lang unter regelmäßigem Wenden in der Sonne **getrocknet**. Alternativ können die Kaffeebohnen ohne Waschen direkt in der Sonne getrocknet werden.

Verlesen und verpacken

Die **trockenen Bohnen** werden von Hand verlesen. Der sogenannte „grüne Kaffee“ wird **in Säcke zu 60 bis 70 kg** abgepackt, gewogen und dann mit Schiffen z. B. nach Europa **transportiert**.





Mischen und rösten

Im Norden angekommen, muss der grüne Kaffee **nochmals veredelt** werden; er wird gemischt und geröstet. Die Mischung besteht aus Bohnen, die aus verschiedenen Gebieten stammen. Geröstet wird **12 bis 15 Minuten** bei Temperaturen **zwischen 200 und 250 °C**. Durch die Röstung entsteht die **charakteristische braune Farbe**.

Konservierung

Kaffee **altert** schnell und **verliert sein Aroma**, wenn er in Kontakt mit Sauerstoff kommt. Deshalb wird er in **Vakuumverpackungen** konserviert.



Konsum

Von der Verpackung kommt der Kaffee dann über den Handel zu den Konsument:innen. Er kann jetzt **als ganze Bohne oder gemahlen** nach Lust und Laune zubereitet und genossen werden. Aber egal, ob Filterkaffee oder Espresso – fair schmeckt er am besten!



Die Lieferkette des Kaffees

Am Kaffee arbeiten und verdienen im Wesentlichen vier Gruppen:

- ✦ **Bäuer:innen:** Sie kümmern sich das ganze Jahr über um die Kaffeepflanzen (z. B. düngen, Schädlingsbekämpfung, Jungpflanzen heranziehen und ernten über mehrere Monate die Kaffeekirschen, da sie unterschiedlich spät reif werden).
- ✦ **Internationale Handelsunternehmen:** Diese kaufen die Kaffeeernte der Bäuer:innen, transportieren sie weltweit und verkaufen sie weiter an Röstereien.
- ✦ **Röstereien:** Sie verarbeiten (rösten) die Kaffeebohnen, verpacken und vermarkten sie unter ihrem Namen.
- ✦ **Einzelhandel:** Dieser kauft den Kaffee der Röstereien in großen Mengen und verkauft ihn in kleinen Mengen an Konsument:innen weiter. Zum Einzelhandel gehören z. B. Supermärkte.

Die Lieferkette des Kaffees in Zahlen:

Etwa **25 Millionen** Bäuerinnen und Bauern bauen rund **80 Prozent des Kaffees** an. Gleichzeitig sind nur eine Handvoll Unternehmen für die Verarbeitung und den Verkauf von ungefähr der Hälfte der weltweiten

Kaffeeernte verantwortlich. Auf der anderen Seite gibt es ungefähr **eine Milliarde Menschen** auf der Welt, **die täglich Kaffee trinken**. Die meisten davon leben im Globalen Norden.



Quelle: BASIC – Bureau for the Appraisal of Social Impacts

Gruppendiskussion: Wer bekommt wie viel und was ist fair?

Formt Gruppen mit vier bis fünf Personen. Jede Gruppe besteht aus:

- ✦ einer Kaffeebäuerin oder einem -bauern (wählt selbst, ob ihr in einer FAIRTRADE-Kooperative seid)
- ✦ ein:er Vertreter:in eines internationalen Handelsunternehmens
- ✦ ein:er Röster:in
- ✦ ein:er Geschäftsführer:in eines Supermarkts
- ✦ eventuell ein:er Beobachter:in

Ihr wollt alle Geld verdienen. Doch zuerst müsst ihr festlegen, wer wie viel für ein Kilo Kaffee gearbeitet hat. Das legt ihr anhand von Prozent fest. Solltet ihr euch einigen, dass eine Person 25 Prozent der Arbeit geleistet hat, erhält sie auch 25 Prozent des Verkaufspreises.

Diskutiert miteinander in der Gruppe und einigt euch auf eine Verteilung in Prozent (siehe oben)! Zählt beim Argumentieren so viele Arbeitsschritte und so viele Kosten auf wie möglich, damit ihr einen hohen Prozentanteil für euch gewinnen könnt!

Ablauf

Jede:r in der Gruppe übernimmt eine Rolle und notiert in fünf Minuten stichpunktartig die Argumente, die für die Rolle sprechen. Anschließend habt ihr maximal zehn Minuten Zeit zum Diskutieren. Jede Gruppe **muss (!)** eine Einigung finden, da sonst kein Geschäft abgeschlossen werden kann. Präsentiert euer Ergebnis der Klasse und beschließt gemeinsam eine faire Verteilung!

Seht euch abschließend die **Musterlösung auf Seite 20** an, wo die tatsächliche Verteilung auf dem Weltmarkt sichtbar ist.

Risiken und aktuelle Herausforderungen im Kaffeeanbau

Kaffee ist eines der beliebtesten Getränke der Welt, das tagtäglich von mehr als einer Milliarde Menschen konsumiert wird. Etwa 125 Millionen Menschen weltweit leben von Kaffee. Obwohl die Kaffeeindustrie ein Milliardengeschäft ist, erhalten viele Bauernfamilien für ihre harte Arbeit weniger als die Kosten für den Anbau und die Ernte ihrer Bohnen. Diese Situation wird zusätzlich durch den Klimawandel verschärft. Viele von ihnen sind jedoch nicht in der Lage, ihren Lebensunterhalt zuverlässig mit dem von ihnen produzierten Kaffee zu verdienen. FAIRTRADE will das ändern.

Viele Bäuer:innen erwirtschaften nicht genug, um ihre Kosten zu decken.

Die Kaffeeproduzent:innen haben in der Regel nicht die nötigen Reserven, um höhere Kosten oder mangelnde Einkünfte z.B. durch den Klimawandel verursachte Ernteaufschläge abzufedern. Oft gibt es auch keine Möglichkeit, die Kosten zu senken. Viele Kaffeebäuerinnen und -bauern leben in Armut, obwohl sie sehr hart arbeiten.

Kaffee wird zu 80 Prozent von Bauernfamilien produziert, die eigene oder gepachtete Felder bestellen, die sehr klein sind. Sie können sich kaum Personal leisten und verrichten die Arbeit selbst und sehr oft von Hand.

Der Weltmarktpreis für Kaffee schwankt sehr stark.

Die Ernte hängt von Faktoren wie Wetter, Schädlingen und Pflanzenkrankheiten ab. Kaffee ist auch ein beliebtes Spekulationsobjekt an der Börse. Diese Instabilität bedeutet, dass es für die Bäuer:innen schwierig ist, ihr Einkommen abzuschätzen und die für ihren Betrieb und ihre Familien erforderlichen Mittel im Voraus zu planen.

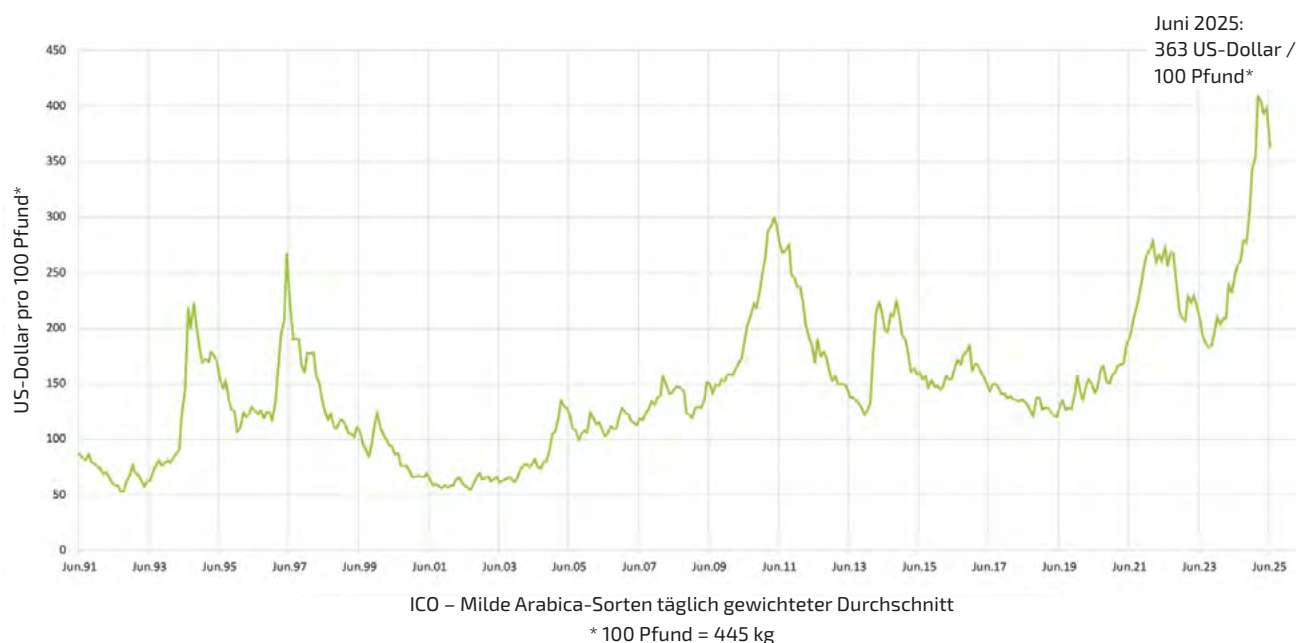
Der Klimawandel ist eine ständig wachsende Bedrohung.

Der Kaffeeanbau wird immer schwieriger, da der Klimawandel extreme und unvorhersehbare Wetterbedingungen, mehr Schädlinge und sich schneller ausbreitende Krankheiten mit sich bringt. Der Kaffeerost ist ein Beispiel dafür. Vor allem die steigenden Temperaturen stellen die Kaffeeproduktion vor große Herausforderungen. Und die Ernte fällt teilweise aus oder ist deutlich weniger.



© Fairtrade / Sean Hawkey

Der Kaffee-Weltmarktpreis



© FAIRTRADE Österreich

FAIRTRADE macht einen Unterschied

FAIRTRADE ist eine gemeinnützige Organisation, die das FAIRTRADE-Siegel für fair gehandelte Produkte vergibt. FAIRTRADE setzt sich seit über 30 Jahren dafür ein, dass Bäuer:innen einen faireren Preis für ihre Arbeit erhalten und unter besseren Bedingungen leben und arbeiten können.

Geleitet wird das FAIRTRADE-System von der Dachorganisation **Fairtrade International** mit Sitz in Bonn.

Weiters gibt es nationale FAIRTRADE-Organisationen, wie zum Beispiel **Fairtrade Österreich**, und **Produzentennetzwerke im Globalen Süden**.

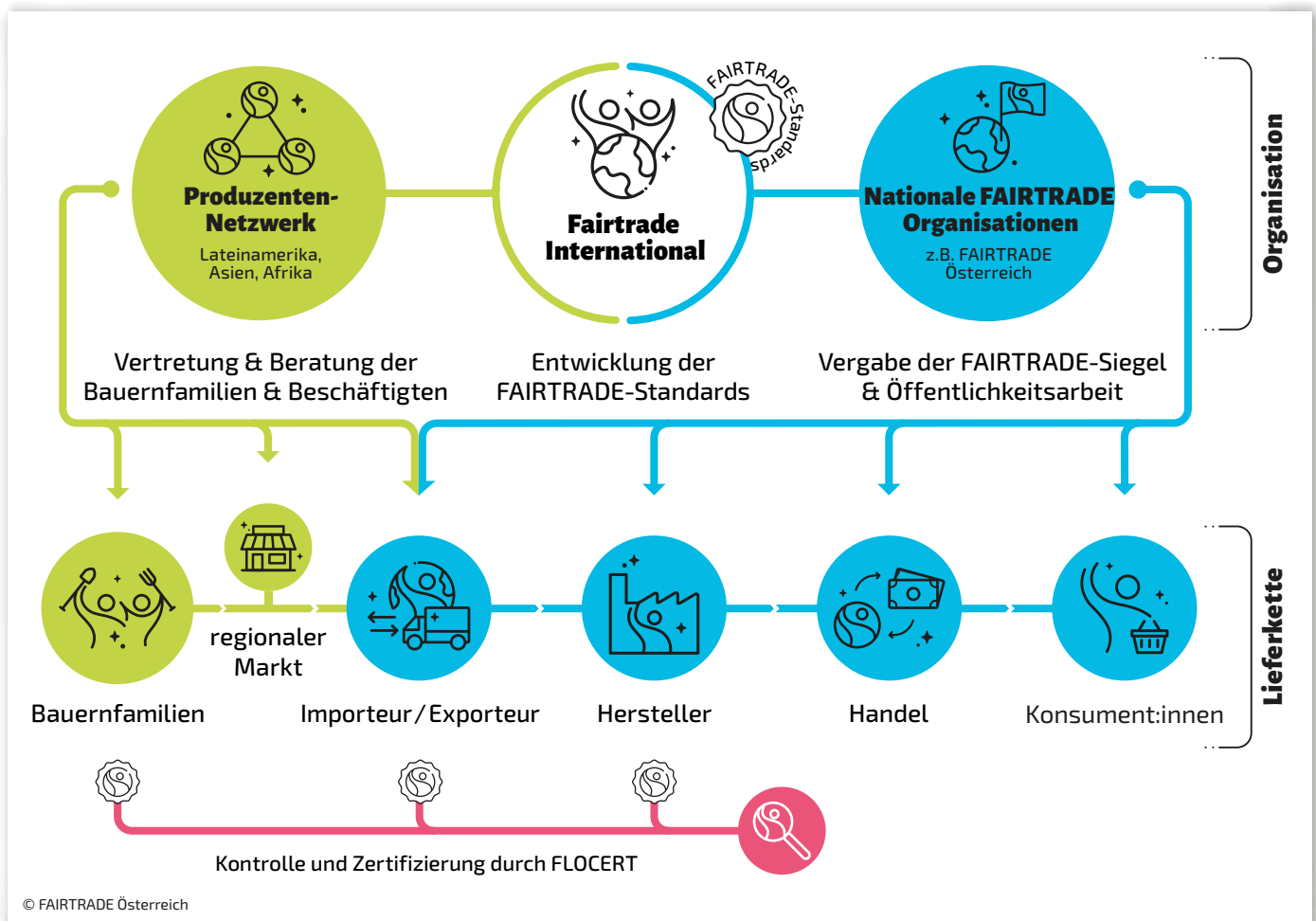
Die nationalen FAIRTRADE-Organisationen haben die Aufgabe, Unternehmen dafür zu gewinnen, Rohstoffe unter Einhaltung der FAIRTRADE-Standards zu kaufen (zum Beispiel Kaffee, Kakao, Bananen und Baumwolle). So gibt es immer mehr Produkte mit dem FAIRTRADE-Siegel zu kaufen.

Die Produzentennetzwerke vertreten die Interessen der Rohstoffproduzent:innen. Insgesamt sind das mehr als **1.800 Kooperativen** und landwirtschaftliche Betriebe, hinter denen **rund 1,9 Millionen Bäuer:innen und Beschäftigte** stehen.

Das Besondere an Fairtrade International ist, dass die Produzent:innen dasselbe Stimmrecht bei allen wichtigen Entscheidungen haben wie die nationalen FAIRTRADE-Organisationen.



In diesem Video erfährst du, wofür sich FAIRTRADE einsetzt und wie das funktioniert.

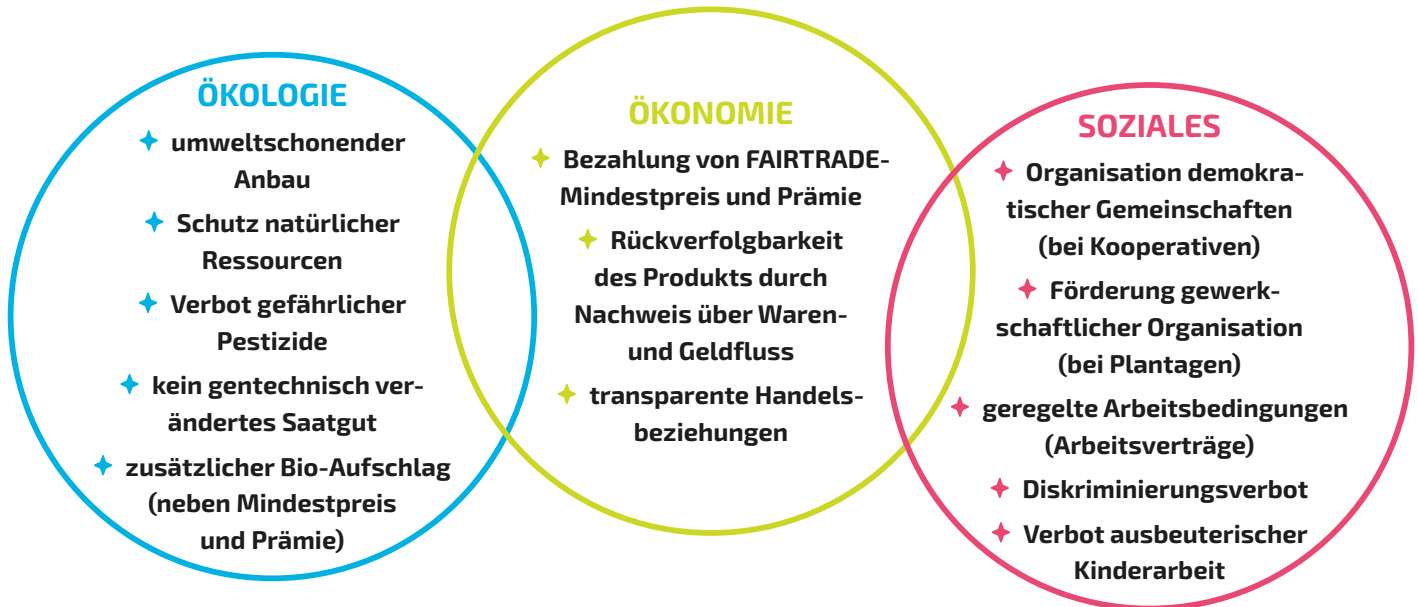


FAIRTRADE macht einen Unterschied

Transparente Standards

FAIRTRADE hat eine **Liste von Kriterien** erarbeitet, um zu bestimmen, wann ein Produkt „fair“ ist: die **FAIRTRADE-Standards**. Diese Kriterien funktionieren wie ein Regelwerk, das alle Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette einhalten müssen. Bei der Entwicklung

der FAIRTRADE-Standards haben die **Bäuer:innen ein 50-prozentiges Stimmrecht**. Die genauen Anforderungen können je nach Produkt und Region variieren, im Allgemeinen umfassen die FAIRTRADE-Standards jedoch folgende **soziale, ökologische und ökonomische Grundsätze**:



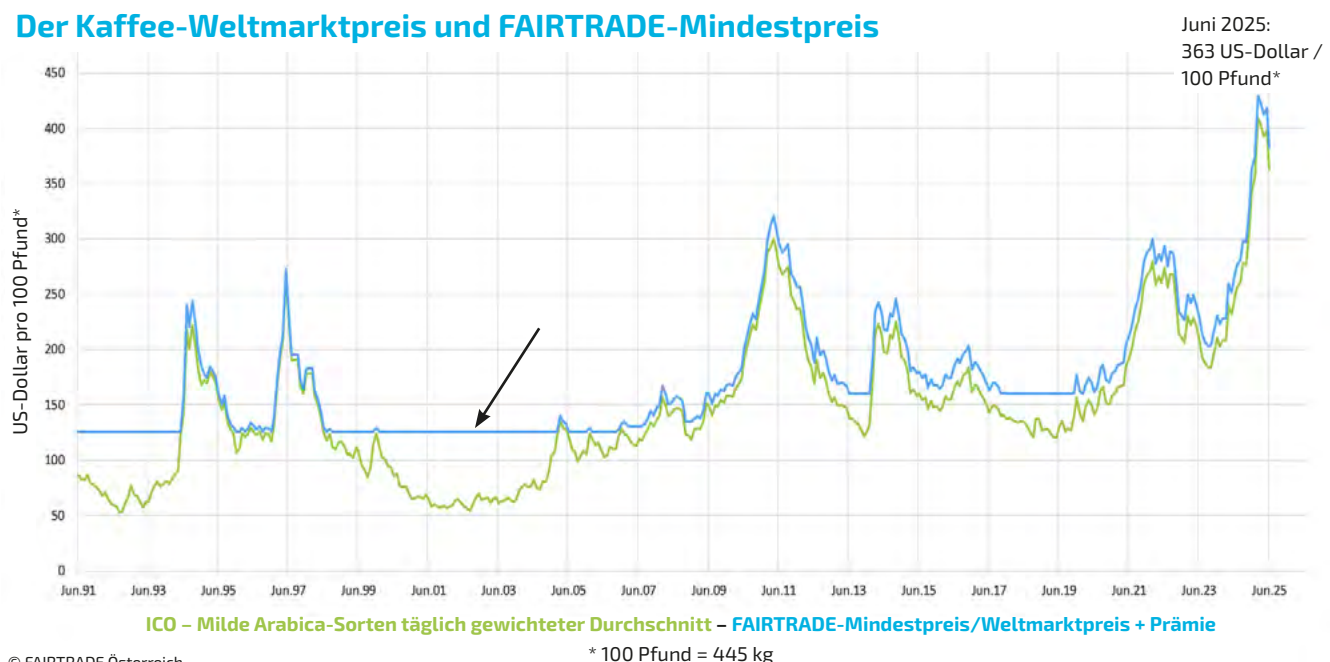
Bäuer:innen erhalten einen stabilen FAIRTRADE-Mindestpreis

Der **FAIRTRADE-Mindestpreis** soll verhindern, dass Bäuer:innen zu geringe Preise für den Kaffee erhalten, wenn der Weltmarktpreis gerade niedrig ist. Liegt der Marktpreis über dem FAIRTRADE-Mindestpreis, erhalten Produzent:innen natürlich den höheren Marktpreis. Der FAIRTRADE-Mindestpreis ist also **der niedrigste Preis, den Käufer:innen an Produzent:innen zahlen**

dürfen, wenn der Rohstoff FAIRTRADE zertifiziert wird. Der FAIRTRADE-Mindestpreis bietet Kaffeeproduzent:innen **Stabilität und Planungssicherheit**. Er schützt sie vor plötzlichen Preiseinbrüchen, ermöglicht eine bessere Finanzplanung und Investitionen, die das Einkommen für die Zukunft erhöhen.

Im Zeitraum von 2020 bis 2024 lag der FAIRTRADE-Mindestpreis 33 Prozent der Zeit über dem globalen Marktpreis.

Der Kaffee-Weltmarktpreis und FAIRTRADE-Mindestpreis



FAIRTRADE macht einen Unterschied

FAIRTRADE zahlt Produzent:innen zudem eine Prämie

Die **FAIRTRADE-Prämie** wird **zusätzlich zum Verkaufspreis** gezahlt. Sie wird vor Ort in Gemeinschaftsprojekte investiert. Über die konkrete Verwendung entscheidet die Kooperative eigenständig und demokratisch. Beispiele für den Einsatz der Prämie sind Investitionen in landwirtschaftliche Geräte, der Bau von Brunnen oder Verbesserungen im Bereich der medizinischen Versorgung. Ein Teil der Prämie fließt dabei immer in die Verbesserung der Kaffeeproduktion und der Qualität. Für Kaffee aus **biologischem Anbau** wird **ein zusätzlicher Aufschlag** gezahlt.

Regionale Interessensvertretungen durch Produzentennetzwerke

Produzentennetzwerke sind **regionale Zusammenschlüsse**, denen sich FAIRTRADE-zertifizierte Produzentengruppen anschließen können. Die Produzentennetzwerke **unterstützen Produzent:innen ihrer Region mit Rat und Tat** in Sachen Zertifizierung, Fortbildungen, Finanzierungsmöglichkeiten und maßgeschneiderten Entwicklungsprogrammen. Produzent:innen sind so an allen Entscheidungen beteiligt, die das FAIRTRADE-System betreffen, und können über wichtige Weichenstellungen für ihre eigene Zukunft mitentscheiden.

Umgang mit den Auswirkungen des Klimawandels

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen für Bäuer:innen. FAIRTRADE unterstützt Bauernfamilien hier z. B. mit **Beratung und Trainings** zu klimafreundlicher Landwirtschaft oder der Finanzierung und Umsetzung von Klimaanpassungsmaßnahmen und der Verbesserung der Widerstandsfähigkeit der Betriebe, zum Beispiel durch die Investition von Prämiegeldern in dürre- und krankheitsresistente Kaffeesorten-Setzlinge.

Gemeinsam stärker

FAIRTRADE arbeitet nur mit Kooperativen und nicht mit einzelnen Bauernfamilien zusammen. Denn die Bäuer:innen sind **gemeinsam stärker**, können sich viele Arbeitsschritte teilen und besser mit internationalen Händlern verhandeln. Grund dafür ist, dass die Kooperativen für tausende Bauernfamilien sprechen und größere Mengen umsetzen können. Durch den Zusammenschluss in kleinen Erzeugerorganisationen können die Bauernfamilien bessere Handelsbedingungen gegenüber internationalen Händlern und Käufern aushandeln und mehr Absatzmärkte erreichen.

Unabhängige Kontrollen durch FLOCERT

Standards sind nur dann wirksam, wenn ihre Einhaltung auch überprüft wird. Deshalb verfügt FAIRTRADE über **ein strenges Zertifizierungssystem**. Die Einhaltung der Standards wird durch regelmäßige Audits der unabhängigen Zertifizierungsorganisation FLOCERT überprüft.

Die Audits umfassen neben der physischen Inspektion von Feldern, Fabriken und Büros auch die Überprüfung von Dokumenten und Finanzen sowie vertrauliche Gespräche mit der Belegschaft.



Das FAIRTRADE-Siegel auf einem Produkt mit nur einer Zutat weist darauf hin, dass dieses zu 100 Prozent fair gehandelt ist.

Bei Kaffee wird immer dieses FAIRTRADE-Siegel verwendet.



Meet the Farmer: Josinta Kabugho



Josinta Kabugho ist bereits seit 2007 Geschäftsführerin der Kaffeekooperative *BOCU – Bukonzo Organic Farmers Cooperative Union* in Kasese, Uganda. Kaffee ist in Uganda das wichtigste Exportgut und die Kaffeeproduktion der größte Arbeitgeber im Land. Das 5.000 Meter hohe Rwenzori-Gebirge trennt Uganda und die Demokratische Republik Kongo. *BOCU* wurde 2006 von sechs NGOs ins Leben gerufen, um die organisch biologische Landwirt-

schaft zu fördern. In dieser Region ist der Klimawandel bereits eine große Herausforderung. In den letzten Jahren häufen sich extreme Wetterverhältnisse. Starke Regenfälle und extreme Dürreperioden wechseln sich ab.

Die Kooperative produziert Bio- und FAIRTRADE-zertifizierten Arabica-Kaffee, der regelmäßig ausgezeichnete Ergebnisse bei Expertenverkostungen, sogenannten Cuppings, erzielt. Josinta Kabugho ist eine der wenigen Frauen, die eine Kaffeekooperative leiten und sie legt besonderen Wert auf die Förderung von Frauen. Diese werden so früh wie möglich in die Arbeit miteinbezogen und besetzen wichtige Positionen, auch im Vorstand. Der Kaffee der Kooperative wird z. B. für den EZA-Kaffee „Coffee for Future“ verwendet.



Sieh dir nun das Video „Josinta Kabugho – Interview“ an.

Beantworte dabei die folgenden Fragen. Halte deine Gedanken in Stichworten fest.

Wie unterstützt FAIRTRADE die Bäuer:innen im Globalen Süden?

Vor welchen Herausforderungen steht Josinta Kabugho?

Was können Konsument:innen tun, um FAIRTRADE zu unterstützen? Fallen dir darüber hinaus noch andere Wege ein, wie der Welthandel gerechter gestaltet werden könnte?

FAIRTRADE unterstützt zertifizierte Produzentenorganisationen dabei, die ungleichen Machtverhältnisse, die Frauen am Arbeitsplatz und in der Gesellschaft benachteiligen, aktiv zu bekämpfen, z. B. durch Aus- und Fortbildungsprogramme.



Mehr Infos zum Thema Geschlechtergerechtigkeit findest du in diesem Factsheet.



Sieh dir auch Carolines Geschichte an!

Sie baut seit über zehn Jahren in Kenia FAIRTRADE-Kaffee an. Im Projekt „Women in Coffee“ setzt sie sich für die Stärkung von Kaffeebäuerinnen ein.

Was ist fairer Handel?

Fairer Handel wurde erstmals in den 1940er-Jahren von gemeinnützigen Organisationen in den USA betrieben. Bis heute besteht etwa die Organisation *Ten Thousand Villages*, die den ersten „Fair Trade“, wie wir ihn heute kennen, betrieb: Import fair gehandelter Produkte (damals Handwerksprodukte aus Puerto Rico) aus dem Globalen Süden in den Norden. Diese Idee wurde seither von verschiedenen Seiten aufgegriffen. So gibt es Organisationen wie **Südwind**, die sich auf Informations- und Bildungsarbeit konzentrieren, die **Weltläden**, die als Fachgeschäfte für fair gehandelte Produkte fungieren, Unternehmen wie die **EZA Fairer Handel GmbH**, die fair gehandelte Produkte unter ihrem Namen vermarkten und Siegelinitiativen wie **FAIRTRADE Österreich**, die keine Produkte verkaufen, sondern Kriterien für fairen

Handel erstellen und Produkte auszeichnen, die diese erfüllen.

Fairer Handel kann also auf verschiedene Weise organisiert sein, sollte aber folgende Definition erfüllen: „Der Faire 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 Globalen Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.“

(forum-fairer-handel.de/fairer-handel/was-ist-fairer-handel)

Worauf achtest du beim Einkauf?

Überlege kurz, welche Kriterien für dich wie wichtig sind, wenn du Produkte einkaufst und nenne mindestens fünf davon – z. B. ansprechendes Design, bekannte Marke, günstiger Preis, biologischer Anbau etc. Vergleiche deine Kriterien nun mit einigen wichtigen **FAIRTRADE-Standards** in der Tabelle hier unten. Welche Überschneidungen oder Unterschiede fallen dir auf?

Ändert dieser Vergleich etwas in deiner Wahrnehmung der Wichtigkeit einzelner Kriterien? Überdenke noch einmal, welche Kriterien für deine Kaufentscheidung wichtig sind, und vergleiche deine persönliche Wertung mit jener deiner Mitschüler:innen. Könnt ihr euch gemeinsam auf fünf wichtige Kriterien einigen?

Kriterium	persönliche Wertung	Gruppenwertung
Mindestpreis, den Bäuer:innen erhalten müssen		
Verbot ausbeuterischer Kinderarbeit		
Vorgaben für Arbeitsschutz (z. B. Sicherheitsschuhe)		
Alle Kriterien sind transparent und öffentlich einsehbar		
Genaue Kontrolle der Kriterien		
Mitbestimmung der Bäuer:innen bei der Erstellung der Kriterien		
Diskriminierungsverbot		

Rollenspiel: Fernsehdebatte zum Thema Kaffee

- ✦ Pro Tag trinken Österreicher:innen über 1,5 Millionen FAIRTRADE-Kaffeetassen pro Tag. Das klingt nach viel? Ist es auch, trotzdem beträgt der Marktanteil an fairem Kaffee in Österreich nur knapp neun Prozent. Das bedeutet, dass 91 Prozent des konsumierten Kaffees nicht FAIRTRADE ist.
- ✦ Es gibt also noch Luft nach oben. Aber: Was ist den Konsument:innen wichtig und wie viel Macht haben einzelne Kaufentscheidungen überhaupt?
- ✦ Formt Gruppen zu je vier bis fünf Personen. Jede Gruppe bereitet die Diskussionspunkte/Argumente/Fragen je einer Figur der Diskussion vor (siehe Rollenkärtchen auf Seite 14):
- ✦ Überlegt gemeinsam, was der Standpunkt der Figur ist, was ihre Kernbotschaften sind und wie sie diese am besten knapp und klar vermitteln kann. Denkt auch daran, was für Argumente oder Fragen die anderen Talkshowgäste vorbringen werden. Wie kann eure Figur diese unterstützen oder kontern? Wählt dann eine Person aus eurer Gruppe, die in die Rolle schlüpft und an der Show im Klassenzimmer teilnimmt.
- ✦ Nach dieser Vorbereitung übernimmt jeweils eine Person aus der Gruppe eine Rolle in der Fernsehshow. Diskutiert so, als wärt ihr Gäste der Fernsehtalkshow „*Mein Kaffee is ned deppert*“. Versucht dabei euren Standpunkt zu erklären, geht aber auch auf andere Diskussionsteilnehmer:innen ein. Euer Ziel ist, mit euren Argumenten nicht nur eure Gegenspieler:innen im Studio zu übertrumpfen, sondern auch das Publikum im „Studio“ und zu Hause für euch zu gewinnen.
- ✦ Die Schüler:innen, die keine Figur der Talkshow spielen, nehmen die Rolle des Publikums im Studio ein. Applaudiert, stellt nach Möglichkeit kritische Zwischenfragen oder kontert manche Wortmeldungen sogar mit Buhrufen.



Tipps zum Debattieren:



Rollenspiel: Fernsehdebatte „Mein Kaffee is ned deppert“

Kopiervorlage Rollenverteilung



Moderator:in

Du willst eine gute und unterhaltsame Show. Stelle deine Gäste kurz vor und achte darauf, dass alle zu Wort kommen – am besten so, dass die Diskussion fürs Publikum spannend bleibt, damit ja niemand umschaltet.



Kaffeebäuer:in

Du bist live aus Brasilien zugeschaltet und erzählst, dass der Kaffeeanbau harte Arbeit ist und der Klimawandel den Bäuer:innen zu schaffen macht. Deine Familie baut seit Generationen Kaffee an, aber du weißt nicht, ob du dir wünschst, dass deine Kinder diese Tradition weiterführen. Dank FAIRTRADE hat sich jedoch vieles für dich und deine Kolleg:innen in der Kooperative verbessert.

Du möchtest, dass die Menschen im Globalen Norden FAIRTRADE-Kaffee kaufen, denn für dich ist es harte Arbeit und nur wenn der faire Kaffee gekauft wird, rentiert sich das.

Mitarbeiter:in einer großen Kaffeemarke

Kaffee ist für dich ein Geschäft, an dem du und dein Unternehmen ordentlich verdienen sollt. FAIRTRADE ist sicher gut und nett, wer sich faire Produkte leisten will, soll sie kaufen. Aber dein Unternehmen bietet nach wie vor keinen fairen Kaffee an. Wichtig ist ja, dass der Preis (und die Gewinnmarge) sowie der Geschmack stimmen.



Konsument:in

Du könntest nicht ohne deinen Kaffee. Du trinkst immer schon viel davon. Wichtig ist dir dabei vor allem der günstige Preis und guter Geschmack. Auf modernen Firlefanz und diese Hipster-Kaffeeliebhaber:innen kannst du gerne verzichten. FAIRTRADE kennst du nicht, aber es wird so viel Kaffee getrunken, da werden die Bäuer:innen weltweit ja sicher ganz gut mit dem Kaffee verdienen, nicht?

Besitzer:in eines bio-fairen Cafés

Deine Eltern sind Landwirte und du weißt, wie viel Arbeit es ist, ein Feld zu bestellen und das ganze Jahr über hart zu arbeiten, um dann die Ernte möglichst hoch zu verkaufen. Du siehst ein Problem darin, dass die Konsument:innen nur auf den Preis schauen. Daher setzt du dich mit Überzeugung für den fairen Handel weltweit ein. Konsument:innen wollen nicht billige, sondern gute Produkte – ohne ausbeuterische Kinderarbeit und Menschenrechtsverletzungen. Dir ist wichtig, dass Menschen für ihre harte Arbeit auch einen faireren Preis bekommen und davon leben können. FAIRTRADE-Produkte sind nicht unbedingt teurer, es gibt sie in jedem Preissegment und Supermarkt. In deinem Café gibt es nur FAIRTRADE-Kaffee.



Entdeckungsjagd: FAIRTRADE in deiner Umgebung

Kaffee war das erste FAIRTRADE-Produkt in Österreich, seitdem hat sich einiges getan: Mittlerweile sind in Österreich **rund 2.600 Produkte mit FAIRTRADE-Siegel** in über 6.000 Verkaufsstellen erhältlich.

Was für FAIRTRADE-Produkte konsumierst du oder würdest du gerne mal probieren? Und kann man in deiner Umgebung FAIRTRADE-Produkte kaufen oder wo kommen sie zum Einsatz?



Geh auf Entdeckungsjagd!

Von den Snacks im Schulautomaten über Reis und Zucker in deinem Lieblingslokal bis hin zu Einkaufstaschen oder Sportbällen: Wo findest du Produkte mit dem FAIRTRADE-Siegel? Mach ein Foto davon und zeige es deinen Mitschüler:innen. Können sie erraten, wo du die FAIRTRADE-Produkte gefunden hast?

Zeichnet dann gemeinsam auf einer Karte (analog oder digital) ein, wo es Produkte aus fairem Handel gibt.



© Fairtrade Deutschland / Sparked

Werbung wirkt

Werbung dient der Bekanntmachung von Produkten. Sie soll Menschen **zum Kauf anregen** und stellt dafür die **positiven Eigenschaften des Produkts** in den **Vordergrund**. **Problematische Bereiche** werden bewusst **ausgeblendet**. So wird z. B. bei Fleischwerbung die Schlachtung oder bei Autowerbung die Klimakrise nicht thematisiert. Oft wird auch eine Geschichte rund um ein Produkt erzählt (auch *Storytelling* genannt), um den Grundnutzen des Produkts mit Zusatznutzen anzureichern.

Denn während der Grundnutzen „nur“ einfache Bedürfnisse wie Hunger, Sicherheit oder Mobilität bedient, kann der Zusatznutzen darüber hinaus komplexere Wünsche wie Image, Emotionen, Selbstbestätigung, Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe und vieles mehr erreichen. Damit können weitere Zielgruppen erschlossen, mehr Bindung fürs Produkt und höhere Verkaufspreise erzielt werden.

Präsentation: Werbung wirkt

Such dir zwei Werbespots von Kaffeemarken auf YouTube heraus und sieh sie dir an! Erstelle eine kurze Präsentation, die folgende Punkte pro Werbespot beinhaltet, und stelle sie der Klasse vor:

Inhalte	Beispiel Meinl	Spot 2	Spot 3
Werbeobjekt (Produktname)	Meinl Kaffee		
Grundnutzen des Produkts	Genuss, Energie		
Zusatznutzen des Produkts	Damals wie heute gut		
Welche Geschichte wird erzählt?	Kund:innen sind Teil einer reichen Traditionsgeschichte		
USP*	Tradition der Wiener Kaffeekultur		
Welcher Teil der Lieferkette/ Kaffeeproduktion wird hier gezeigt?	Kaffeezubereitung im Lokal / zu Hause, Konsum		

*USP: Unique-Selling-Proposition (deutsch: Alleinstellungsmerkmal): Die USP ist ein Versprechen des Unternehmens an Kund:innen, dass ein bestimmtes Merkmal dieses Produkts sich von allen Konkurrenzprodukten abhebt. Das kann z. B. der Geschmack, der Preis oder eine bestimmte Funktion sein.

Dreh deinen eigenen Werbefilm für FAIRTRADE-Kaffee

Jetzt, wo du weißt, wie Kaffee hergestellt wird und welche Standards erfüllt werden müssen, damit er das FAIRTRADE-Siegel erhält, ist deine Kreativität gefragt!

Entwirf und drehe deinen eigenen Werbespot für FAIRTRADE-Kaffee! Er soll Lust darauf machen, dass man den Kaffee trinkt, aber er soll auch zeigen, dass der Kaffee fair produziert und gehandelt wurde.

Arbeitet in Kleingruppen und stellt euch die Ergebnisse gegenseitig vor. Wenn ihr wollt, könnt ihr eure Videos auf Social Media teilen – denkt daran, auch FAIRTRADE Österreich zu taggen.



© Fairtrade Deutschland e.V. / Ilkay Karakurt



FAIRTRADE-Kaffee und fairere Preise

Die Kaffeebäuer:innen in vielen Ländern des Globalen Südens verdienen oft zu wenig, um ihre Produktionskosten zu decken. Der Preis für Kaffee auf dem Weltmarkt schwankt stark. **FAIRTRADE legt daher einen**

stabilen Mindestpreis sowie eine zusätzliche Prämie für Gemeinschaftsprojekte fest.



Fair kalkuliert?

Eine Kaffeekooperative in Peru verkauft ihren Rohkaffee auf dem Weltmarkt. Der aktuelle **Weltmarktpreis beträgt: 2,10 US-Dollar** pro Kilogramm

FAIRTRADE-Mindestpreis:

- ✦ **2,40 US-Dollar** pro Kilogramm
- ✦ eine zusätzliche **FAIRTRADE-Prämie von 0,20 US-Dollar** pro Kilogramm

Die Kooperative verkauft jährlich **50.000 Kilogramm** Kaffee.

Rechne selbst!

1. **Wie viel verdienen die Bäuer:innen pro Kilogramm mehr, wenn sie unter FAIRTRADE-Bedingungen verkaufen?**
(Hinweis: Mindestpreis + Prämie – Weltmarktpreis)
2. **Wie viel mehr verdient die Kooperative insgesamt pro Jahr durch FAIRTRADE?**
3. **Wie viel Prozent mehr Einkommen pro Kilogramm bringt FAIRTRADE?**

(Tipp: prozentuale Veränderung berechnen.)

Deine Gedanken

Reflexion

Warum ist ein stabiler Mindestpreis für die Kaffeebäuer:innen wichtig?
Welche Rolle spielen wir als Konsument:innen?



Im FAIRTRADE-Jahresbericht findest du aktuelle Zahlen sowie die Direkteinnahmen der Produzentenorganisationen pro Jahr.



Kaffee

Hinweise für Lehrkräfte: Zur Verwendung dieses Materials im Unterricht

© CLAC / Julio Cesar Huber

Thematische Einbettung

Der Themenkomplex FAIRTRADE und damit auch das Thema Kaffee sprechen mehrere überfachliche Bildungsanliegen und Unterrichtsprinzipien an: Politische Bildung, Wirtschafts- und Konsument:innenbildung, globales Lernen und Bildung für nachhaltige Entwicklung. Entsprechend viele Möglichkeiten der Einbettung in unterschiedliche Fächer bieten sich an: Geographie und wirtschaftliche Bildung, politische Bildung, Ethik, digitale Grundbildung, Mathematik, Ernährungswissenschaften, Sprachen etc. Sehr leicht können auch fächerübergreifende bzw. fächerverbindende Ansätze gefunden werden.

Gute Gründe, um FAIRTRADE in der Schule zum Thema zu machen:

✦ Aktualitätsbezug und Lebensweltorientierung:

Das FAIRTRADE-Siegel ist im Alltag der Schüler:innen präsent, sie sehen es z. B. häufig beim Einkaufen. Daran lässt sich im Unterricht gut anknüpfen.

✦ Interessengebundenheit von Argumenten, Kontroversen:

Es ist die Aufgabe von politischer Bildung, gesellschaftliche Kontroversen aufzuzeigen und zu bearbeiten. Auch wenn die Sinnhaftigkeit von FAIRTRADE-Produkten heutzutage kaum in Zweifel gezogen wird, gibt es doch unterschiedliche Standpunkte zum Thema. Schüler:innen sollen erkennen, dass politische Haltungen interessengebunden sind und die Interessen unterschiedlicher Lobbys auch benennen können.

✦ Individuelle versus kollektive Verantwortung:

Das Thema FAIRTRADE eignet sich gut, um persönliche Handlungsspielräume herauszuarbeiten. Andererseits lässt sich auch die systemische Ebene gut in den Blick nehmen, indem die Gestaltbarkeit wirtschaftlicher Rahmenbedingungen in den Mittelpunkt gestellt wird.



Grundsatzerlass politische Bildung

- ✦ Vermittelt ein Verständnis für existenzielle sowie globale Zusammenhänge und Probleme der Menschheit.
- ✦ Qualitätsvolle und gut zugängliche politische Bildung orientiert sich an aktuellen politischen Fragestellungen.

Bildungsanliegen globales Lernen und „Global Citizenship Education“

- ✦ Befähigt durch Wissensvermittlung und Kompetenzentwicklung zum aktiven Umgang mit globalen Herausforderungen: Individuelle und soziale Kompetenzen werden dabei durch Reflexionsvermögen sowie politische Urteils- und Handlungskompetenz erweitert.

Umweltbildung für nachhaltige Entwicklung

- ✦ Entwickelt Perspektiven, Kompetenzen und Haltungen zur Gestaltung einer zukunftsfähigen Gesellschaft unter Bedachtnahme auf Ressourcenschonung und Förderung von Verteilungsgerechtigkeit.

Konsument:innenbildung

- ✦ Schüler:innen sollen als Konsument:innen selbstbestimmte, auf dem eigenen Wertekanon beruhende und ihren wirtschaftlichen Verhältnissen angepasste Entscheidungen treffen und Handlungen setzen können.

Musterlösung zur Aufgabe auf Seite 6:

Gruppendiskussion: Wer bekommt wie viel und was ist fair?

Arbeitsschritte der vier Gruppen inklusive prozentuelle Verteilung der Wertschöpfung gemessen am Nettoverkaufspreis in Prozent.

Bäuerin/Bauer

Ø 12 Prozent

Kauf der Jungpflanzen, Aufzucht und Pflege der Pflanzen, Bodenbewirtschaftung, Bewässerung, Schädlingsbekämpfung, Dünger, Kapital + Zinsen für eigenes Feld, Ernte (Personal), Trocknung, Verpackung in Säcke, Anpassung an Klimawandel, Gefahr bei Feldarbeit (Messer, Schlangen), Wetterrisiko, Know-how für Anbau, Verhandlung mit Vertreter:in eines internationalen Handelsunternehmens, Qualitätsbestimmung, Erfüllung der EU-Vorgaben für den Export von Kaffee (Stichwort EU-Verordnung zu Entwaldung)

Vertreter:in eines internationalen Handelsunternehmens

Ø 8 Prozent

Verhandlung mit Bäuer:innen, Qualitätsbestimmung, Transport, Lagerung, Zollformalitäten, Versicherung für Transport, Verhandlung mit Röstfirmen

Röster:in

Ø 45 Prozent

Verhandlung mit Vertreter:in eines internationalen Handelsunternehmens, Transport, Lagerung, Kapital + Zinsen für Räumlichkeiten und Maschinen, Personalkosten, Know-how für Röstung, Verpackung, Marketing, Verhandlung mit Vertreter:innen des Einzelhandels

Vertreter:in des Einzelhandels

Ø 35 Prozent

Verhandlung mit Röstfirmen, Marketing, Transport, Lagerung, Kapital + Zinsen für Verkaufsflächen, Verkaufspersonal



Weiterführende Links

Hintergrundwissen zu Kaffee

FAIRTRADE-Dossier: Kaffee

Dossier zu den wichtigsten Eckdaten des Kaffees.

fairtrade.net/at-de/produkte/fairtrade-produkte/kaffee.html

FAIRTRADE: Kaffeezeitung 2024

Wurde mein Kaffee unter fairen Bedingungen – auch unter Einhaltung der Menschenrechte und der Umweltauflagen – produziert?

fairtrade.net/at-de/materialien/publikationen/fairtrade-zeitungen.html

FAIRTRADE Riskmap: Coffee

Onlinekarte zu den wichtigsten Risiken und Problemen in der Kaffeeproduktion. Auf Englisch.

riskmap.fairtrade.net/commodities/coffee

Workshop von Südwind zum Thema Kaffee

Der Südwind-Workshop behandelt am Beispiel Kaffee die Handelskette, historische Aspekte und vor allem aktuelle Herausforderungen, denen sich der faire Handel stellen muss. Zielgruppe: Jugendliche ab 15 Jahren.

suedwind.at/workshop/fairer-handel/

Baobab und Südwind

Im Bibliothekskatalog von Baobab und Südwind gibt es Bildungsmaterialien, Kinderliteratur und Filme zum Thema Kaffee.

bibliotheken.baobab.at/Mediensuche/Einfache-Suche

Woher kommt der Kaffee?

Bildungsmaterial für Kinder ab sechs Jahre.

fairtrade.net/at-de/materialien/bildungsmaterial.html

Videos

Mit offenen Karten

ARTE-Dokumentation mit geopolitischem Fokus auf Kaffee und Kaffeehandel.



Das ist Fairtrade

Kurzes Video, das den fairen Handel am Beispiel Kaffee erklärt.



Doku zu FAIRTRADE und den SDGs

Die Weltgemeinschaft hat sich im Jahr 2015 auf 17 globale Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals – SDGs) geeinigt, um die Welt gerechter und nachhaltiger zu gestalten.



Dokuserie: FARMERS

Caroline Rono baut mit ihrem Mann seit zehn Jahren in Kenia FAIRTRADE-Kaffee an. Im Projekt „Women in Coffee“ setzt sie sich für die Stärkung von Kaffeebäuerinnen ein: Frauen erhalten erstmals Zugang zu eigenen Pflanzen, Schulungen und Einkommen – ein wichtiger Schritt für mehr Geschlechtergerechtigkeit im Kaffeeanbau.





© Fairtrade Česko a Slovensko / Stanislav Kománek

Impressum: FAIRTRADE Österreich | Ölzeltgasse 3, Stiege 1, Top 9A; 1030 Wien, Österreich
Tel.: +43 1 533 09 56 26, Fax: +43 1 533 09 56 26-11 | E-Mail: office@fairtrade.at | www.fairtrade.at
ZVR: 881545394 | Gestaltung: Christian Fischer, Graphic Design & Book Art, www.greengraphics.at
Stand August 2025

