

Bauern leiden heute unter  
niedrigen Kaffeepreisen

Was tun?





# Das Grundproblem: zu viele Bohnen

Eine andauernde Überproduktion hat im Vergleich zur Nachfrage die Preise für Kaffeebohnen auf ein historisches Tief sinken lassen. 2002/2003 wurden 111 Mio. Sack Kaffee erzeugt, davon jedoch nur etwa 109 Mio. Säcke konsumiert. Das liess den bereits in den letzten Jahren entstandenen Vorrat weiter anwachsen und stürzte so manche Kaffeebauerfamilien ins Elend.

Die Preise für Rohkaffeebohnen sind zyklisch. Die gegenwärtige Phase folgt einer langen Periode, in der die Preise weit über den Erzeugerkosten lagen. In der Hochpreisphase entschloss sich eine bedeutende Anzahl von Bauern – teils auf Anraten von Dritten – ihre Produktion zu erhöhen oder überhaupt erstmals Kaffee anzubauen.

Gleichzeitig konnten viele brasilianische Bauern dank moderner Agrartechnik ihre Produktionskosten senken, während vietnamesische Kaffeebauern stark in ein erweitertes Anbauprogramm investierten. Dadurch stieg der Kaffeeüberschuss auf fast 50% des jährlichen Weltverbrauchs. Es dürfte einige Zeit dauern, diesen Berg wieder abzubauen.

**Kaffeepreis (US-Cent/Pfund)**



Eine Drosselung der Produktion und eine verstärkte Nachfrage sind die kritischen Faktoren, die auf der alleruntersten Ebene die Marktschwankungen positiv beeinflussen können. Was lässt sich unter diesen Umständen tun, um das Einkommen und damit die soziale und wirtschaftliche Lage der Kaffeeplanzerfamilien zu verbessern?

Dieses Dokument beschreibt die von Nestlé als sehr wichtig erachteten Massnahmen zur Hebung des Lebensstandards der Kaffeebauern und erklärt, was Nestlé zum Wohlergehen dieser Kaffeebauern beiträgt.

## Wer bestimmt den Kaffeepreis?

Kaffeepreise werden durch zwei Warenbörsen festgelegt: dem LIFFE in London und dem New Yorker Board of Trade. Termingeschäfte für Rohstoffe sind eine Art Risikomanagement durch Schaffung einer Grundlage, die den Preis eines Produkts für Erzeuger, Exporteure, Spediteure und Verbraucher festlegen kann. Anfangs waren hauptsächlich Firmen aus der Kaffeebranche beteiligt. Da heute auch Fonds auf diesem Sektor sehr präsent sind, laufen Termingeschäfte Gefahr, die Preisschwankungen zu verstärken. Bester Beweis dafür ist, dass das auf dem Kaffeemarkt gehandelte Volumen jenes der Weltproduktion um den Faktor 10 übersteigt.

Von der Internationalen Kaffeeorganisation (ICO) errechneter Durchschnittskaffeepreis aller Mitgliedsländer 1989-2003

# Umstieg auf Spezialitätenkaffees und Nischenmärkte

Eine Strategie zur Erzielung höherer Preise ist für die Kaffeebauern die Ausrichtung auf Nischenmärkte wie Spezialitätenkaffee oder Sorten, die das Etikett „ökologisch“ oder „fairer Handel“ tragen.

Spezialitätenkaffees sind hochwertige Erzeugnisse aus Bohnen, die nur in begrenzter Menge zur Verfügung stehen und für die der Preis je nach Ursprung und Qualität festgelegt wird. Das schlägt sich in höheren Preisen für die Pflanzler nieder, die diese Bohnen produzieren.

Firmen wie das schnell wachsende Nestlé-*Nespresso*-Unternehmen, die solche Produkte verkaufen, bieten den Bauern mehr Chancen, denn Spitzenqualität zahlt sich für sie aus.

Während hohe Qualität und Kaffeesorten mit einem besonderen Etikett manchem Kaffeeplanzer Gelegenheit zu zusätzlichem Einkommen bringen, kann damit nur ein relativ kleiner Prozentsatz der Konsumenten erreicht werden. Eine Gesamtlösung für den breiten Kaffeemarkt ist der Nischenmarkt nicht.

## Nestlé und der faire Handel

Nestlé weiss, dass der faire Handel ein Problembewusstsein für Kaffee weckt und einzelne Verbraucher sich so mit einer Gruppe von Kaffeeplanzern in den Entwicklungsländern solidarisch zeigen können.

Wenn allerdings die Kaffeebauern auf breiter Basis faire Handelspreise bezahlt bekämen, die über dem Marktpreis liegen, würde das zur Steigerung der Kaffeeerzeugung führen, das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage vergrößern und so auf die Rohkaffeepreise drücken. Weltweit beläuft sich der Anteil der „Fair Trade“-Bewegung auf weniger als 25 000 Tonnen Rohkaffee, der Direktkauf von Nestlé auf 110 000 Tonnen pro Jahr. Dieses System ermöglicht dem Bauern, einen höheren Anteil des von Nestlé gezahlten Preises für sich zu behalten. Es bessert daher sein Einkommen auf (s. Seite 6).



*Nespresso, die Spezialitätenkaffeemarke von Nestlé, zahlt den Pflanzern höhere, der Qualität entsprechende Preise*





## Produktdiversifizierung

**„Ich bin mit Kaffee  
aufgewachsen, und für mich  
ist es wichtig, meinen eigenen  
Betrieb zu haben.“**

**Bongsong Kanakrut baut im thailändischen Sawi auf zwei Hektaren Kaffee und tropische Früchte (Durian und Rambutan) an. „Als vor drei Jahren die Kaffeepreise fielen, habe ich mit der Duriankultur (Käsefrucht) angefangen.**

**Aber die tragen erst nach sechs Jahren Früchte. Jetzt arbeite ich also für Nestlé, um zu mehr Geld zu kommen“, sagt er. In der Erntezeit arbeitet er als Fahrer im Depot; die restliche Zeit des Jahres baut er Kaffee für ein Nestlé-Forschungsprogramm an.**

**„Durch meine Arbeit im Nestlé-Projekt lerne ich neue Anbaumethoden kennen, die ich in meinem eigenen Betrieb umsetzen kann.“**

**Seine Frau kümmert sich um die Plantage, aber er hilft ihr an den Wochenenden. Die beiden Töchter besuchen die örtliche Schule. Er würde sie gern studieren lassen.**

**„Es hängt alles von ihrer Leistung und meiner Betriebsführung ab. Wenn ich Erfolg habe, kann ich ihnen das Studium finanzieren.“**

**Er hofft, dass sie Agrarwissenschaft studieren und dann auf die Plantage zurückkehren, „denn mir gefällt der Kaffeeanbau und ich weiss, dass das ein schöner Beruf ist.**

**„Mit dem Geld, das ich mit der Käsefrucht verdiene, kann ich in Zukunft ein gutes Einkommen erzielen.“**

Bauern, die keine Möglichkeit haben, Spezialitätenkaffee in gewünschter Qualität zu erzeugen, müssen unbedingt ihre Abhängigkeit vom Kaffee verringern und neue Einnahmequellen erschliessen, um gegen die unausweichlichen Schwankungen der Kaffeepreise besser gewappnet zu sein. Solche Einkünfte können sie entweder aus dem Anbau weiterer Feldfrüchte oder aus sonstiger Arbeit erzielen.

Es ist allerdings kein leichtes Unterfangen für die Pflanzler, sich auf andere Erzeugnisse umzustellen. Subventionen für die Landwirtschaft in den Vereinigten Staaten und der Europäischen Union sowie andere Handelsbarrieren behindern den Zugang zu grösseren Märkten. Sie hemmen die Versuche, landwirtschaftliche Produkte gewinnbringend nach Europa und Nordamerika zu verkaufen. Nestlé hat sich wiederholt für die Abschaffung dieser Handelsbeschränkungen eingesetzt.

**„Eine signifikante Senkung der Zölle auf Agrarprodukte und der vollständige Abbau von Subventionen in der Landwirtschaft und der Schutzzölle der reichen Länder würde den Bauern der Dritten Welt wirkliche Vorteile bringen.“**

**Peter Brabeck-Letmathe,  
Delegierter des Verwaltungsrates Nestlé, The Guardian,  
08.09.2003**

# Direkteinkauf: der Bauer soll vom Mehrwert seiner Kaffeeernte profitieren können

Da Kaffee oft in entlegenen Gebieten angebaut wird, verkauft man die Ernte meist an nicht qualifizierte Zwischenhändler, die die Notlage der Bauern gern ausnutzen.

Auf die Preise können unangemessene Provisionen geschlagen werden. Dazu kommen hohe Transportkosten, so dass den Bauern am Ende nur das absolute Minimum für den Rohkaffee bleibt.

Obwohl Zwischenhändler eine wichtige Rolle beim Transport des Kaffees aus entlegenen Anbaugebieten an die Händler oder die Kaffee Fabriken spielen, hilft eine Verkürzung der Lieferkette den Bauern, mehr vom Wert ihres Produktes zu behalten.

Verschiedene Mechanismen sind entwickelt worden, um die Effizienz der Lieferkette zu erhöhen. So schlossen sich die Pflanzler in Genossenschaften zusammen, um als Exporteure aufzutreten. Besonders die Brasilianer haben gute Beziehungen zu den Röstern aufgebaut.

Auf industrieller Ebene entwickelte Nestlé vor mehr als 20 Jahren ein Direktverkaufssystem. In den Kaffeeerzeugerländern mit Nescafé-Fabriken hat man Ankaufstellen eingerichtet, wo die Bauern ihren Kaffee direkt an Nestlé verkaufen können. So können die kaffeeproduzierenden Länder einen grösseren Anteil des Wertes ihrer Produktion für sich behalten.

## Mehrwert: Direkteinkauf in Thailand

Nestlé ist der weltgrösste Direktverkäufer von Kaffee. 2002 kaufte das Unternehmen um die 110 000 Tonnen direkt von Bauern und Genossenschaften. Das entspricht einem Zuwachs von 10% gegenüber dem Vorjahr.

In Thailand, wo schon seit 1991 Direktverkauf besteht, erwirbt Nestlé jährlich 34 000 Tonnen unmittelbar von den Bauern. Das Unternehmen eröffnete sechs Ankaufstellen in den Kaffeeanbaugebieten im Süden des Landes und erreicht damit 16 000 Bauern.

In diesen Ankaufstellen dürfen die Bauern ihren Kaffee zu transparenten Bedingungen verkaufen. 2002/2003 zahlte Nestlé für Kaffee einen Durchschnittspreis von THB 38.7 (etwa USD 0.97), während der ortsübliche Preis bei THB 17 bis 25 lag.

Die Agronomen, die in der Erntesaison die Ankaufstellen betreuen, erteilen den Bauern das Jahr über kostenlos technische Beratung. Sie beliefern sie auch mit Gratis-Setzlingen, damit sie ihre Plantagen mit ertragreichen Sorten auffrischen können.



Mit der Verteilung von Kaffee-Setzlingen ermöglicht Nestlé den Pflanzern die Aufzucht besserer Kaffeebäume



**„Durch Kompostieren  
und weniger Düngen  
kann ich Geld sparen.“**

„1985 habe ich mit der Aufzucht von Kaffee begonnen. Am Anfang habe ich den Kaffee an örtliche Händler verkauft und musste von den Nachbarn lernen, wie man Kaffee am besten anbaut“, sagt Surachet Silpsorn.

Seit 1992 hat Nestlé mit der Einführung des Direkteinkaufs im Sawi-Gebiet den Bauern auch technische Unterstützung zuteil werden lassen. Diese kostenlose Beratung konzentriert sich vor allem auf einen besseren Einsatz von Düngemitteln sowie auf eine allgemeine Produktivitätssteigerung und Qualitätsverbesserung.

„Ich ziehe grossen Nutzen aus der kostenlosen Beratung durch Nestlé. Etwas sehr Wichtiges, was ich gelernt habe, betrifft das Schweben meines Kaffees. Es ist eine einfache Technik, mit der ich die minderwertigen Kaffeekirschen gleich nach der Ernte erkenne. Seit ich meine beiden Schwebetanks gebaut habe, gelingt es mir, meinen Kaffee zu einem höheren Preis zu verkaufen, da er von besserer Qualität ist.

Der Nestlé-Experte brachte mir bei, wie man kompostiert und den Kompost mit den Düngern mischt. Das ist eine gute Art, Geld zu sparen. Seitdem ich das tue, habe ich am Ende des Jahres mehr Geld.“

# Den Bauern bei der Qualitätsverbesserung des Kaffees helfen

Es liegt auf der Hand, dass sich Qualitätsverbesserung direkt auf das Einkommen der Bauern niederschlägt. Qualitätskaffee lässt sich teurer verkaufen und macht den Verlust durch die reduzierte Produktionsmenge wieder wett.

Die technische Beratung für Kaffeebauern ist eine wirksame Art, ihnen bei der Verbesserung der Anbaumethoden zu helfen. Beide Seiten können dabei nur gewinnen: Die Bauern profitieren von der kostenlosen Beratung der Nestlé-Landwirtschaftsdienste und werden auf den neuesten Wissensstand gebracht, während die Firma sicherstellen kann, die für ihre Nescafé-Fabriken erforderliche Qualität zu erhalten.

## Nestlé und die ICO-Resolution 407

Die Internationale Kaffeeorganisation (ICO) verabschiedete kürzlich eine Resolution, die zum Ziel hat, minderwertigen Kaffee von der Lieferkette auszuschliessen (ICO-Resolution 407).

Die Nestlé-Qualitätskontrollzentren (Nestlé Quality Control Centres – NQCC) wurden vor über 30 Jahren geschaffen, um sicherzustellen, dass die Qualität von Exportkaffee den Erfordernissen des Nestlé-Markts entspricht, der das Produkt bestellt hat.

Nestlé glaubt, dass das NQCC-Netzwerk in den Erzeugerländern für mehr Qualitätsbewusstsein sorgt, was dem Ziel der ICO-Resolution 407 entspricht.



Die technische Hilfe durch Nestlé trägt zur Qualitätsverbesserung des Kaffees bei





„Wäre der Kaffee, den wir hier erzeugen, nicht von guter Qualität, würde ich von Nestlé nicht erwarten, ihn zu kaufen.“

„Ich heiße Florentino Asís Anastacio. Ich bin für die Qualitätskontrolle im Limonestitla-Werk in Veracruz (Mexiko) zuständig. Wenn die Bauern den Kaffee zum Verkauf herbringen, prüfe ich ihn auf seine Qualität.“

Das Limonestitla-Werk wurde 1997 gebaut, nachdem sich die Pflanzler für die Einrichtung einer zentralen Handelsstelle für ihren Kaffee entschieden hatten.

Sie hofften, durch gemeinsames Auftreten bessere Bedingungen für den Kaffeeverkauf aushandeln zu können. Und sie hatten damit Erfolg. Vorher verkauften sie einzeln an örtliche Zwischenhändler, jetzt verkaufen sie direkt an Nestlé.

„Als erstes prüfe ich den Feuchtigkeitsgehalt. Ist er zu hoch, muss der Kaffee abgelehnt werden und noch einmal den Trocknungsprozess durchlaufen. Dann überprüfe ich mit einer Stichprobe die Konzentration von Mängeln – Steine oder schlechte Bohnen. Ist der Gehalt wieder zu hoch, muss der Kaffee zurückgewiesen und neu sortiert werden. Dann röste und mahle ich etwas von dem Kaffee und bereite eine Geschmacksprobe zu.“

Wie man das macht, habe ich bei Nestlé gelernt. In Mexiko City habe ich zwei Kurse besucht und zwei hier im Staat

Veracruz. Martín Vázquez, der bei Nestlé arbeitet, hilft mir auch. Wenn ich Fragen habe, kann ich immer zu ihm gehen. Ich muss gestehen, dass ich beim ersten Mal etwas verwirrt war bei dieser Arbeit. Das zweite Mal war es etwas leichter. Und das dritte Mal wusste ich genau, was ich tat.

Wie für alle hier in dieser Gemeinde, ist Kaffee für mich sehr wichtig und damit natürlich auch meine Arbeit. Wenn der Kaffee, den wir erzeugen, nicht von guter Qualität wäre, würde ich von Nestlé nicht erwarten, ihn zu kaufen.

Ja, ich trinke Kaffee. Tatsächlich ist das das Erste, was ich morgens tue – eine Tasse Kaffee trinken!“

## Lokale

## Wirtschaftsförderung

Zu oft sind die Entwicklungsländer nur Produzenten landwirtschaftlicher Rohstoffe, die zur Weiterverarbeitung direkt in Industrieländer exportiert werden. Der Mehrwert bleibt also nicht im Besitz dieser sich entwickelnden Volkswirtschaften. Manche Unternehmen entschlossen sich jedoch, ihre Fabriken in die Schwellenländer zu verlegen. Bei Nestlé befinden sich fast die Hälfte ihrer Beschäftigten und Fabriken in Entwicklungsländern. Was speziell *Nescafé* betrifft, so betreibt Nestlé 27 Fabriken, von denen 11 sich in Kaffeeerzeugerländern befinden. Etwa 55% des *Nescafé* wird in Entwicklungsländern produziert.



*Nescafé* wird zu 55% in Entwicklungsländern produziert, so auch in dieser Fabrik in Abidjan (Côte d'Ivoire)





**„Ich habe über eine halbe Million Tassen Kaffee gekostet!“**

Koffi Kouame arbeitet als Kaffee-koster im *Nescafé*-Werk von Abidjan (Côte d’Ivoire). Er ist 42 und vierfacher Familienvater. Er arbeitet von morgens 7 Uhr 45 bis nachmittags 16 Uhr 30 und hat eine 45-minütige Mittags-pause.

„Ich mache Stichproben für Kaffee und Kakao. Aber am liebsten koste ich Kaffee.

Ich koste jeden Tag um die 120 Tassen Kaffee, trinke aber nur zwei: Eine morgens zum Frühstück und eine am Nachmittag.

Ja, meine Arbeit macht mir Spass. Ich bin sehr stolz darauf, dass ich sozusagen für die Qualität des *Nescafé* verant-wortlich bin, den wir hier produzieren. Vermutlich bin ich für diesen Job sehr gut geeignet. Ich habe 15 Jahre Berufserfahrung, das heisst, ich habe über eine halbe Million Tassen Kaffee gekostet.“

# Der Weg in die Zukunft:

## Die Bestrebungen

## der Industrie, das Los

## der Bauern zu verbessern.

### Die Kaffee-Arbeitsgruppe der SAI

Die Initiative für nachhaltige Landwirtschaft, 2001 gemeinsam von Nestlé, Unilever and Danone gegründet, setzt sich die Förderung von Anbaumethoden zum Ziel, die den Bauern ein menschenwürdiges Leben ermöglichen, dabei die Umwelt schonen und sozial verantwortliche Arbeitspraktiken gewährleisten. Von Anfang an warb Nestlé für diese Plattform bei Firmen der Kaffeebranche, um praktische Diskussionsforen für die Aufstellung gemeinsamer von der Industrie gutgeheissener Nachhaltigkeitsregeln zu ermutigen. Angesichts der Komplexität der Kaffeelieferkette beschlossen die SAI-Mitglieder aus der Kaffeebranche im Jahr 2003, die Kaffee-Arbeitsgruppe zu schaffen, um Nachhaltigkeit in der ganzen Versorgungskette zu gewährleisten. Bis heute sind siebzehn Unternehmen der SAI-Plattform und der jetzt aus acht Mitgliedsfirmen bestehenden Kaffeegruppe beigetreten und haben Strategien für einen nachhaltigen Kaffeeanbau definiert.

### CCCC

Der Verhaltenskodex für die Kaffeegemeinschaft, initiiert vom Deutschen Kaffeeverband (DKV) und der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), ist eine Plattform für die Vertreter verschiedener Interessen, die für den Kaffee Nachhaltigkeitsrichtlinien vom Kaffeebaum bis zum Endprodukt festlegen will. Industrievertreter, Vertreter der Zivilgesellschaft und Pflanzler arbeiten gemeinsam an der

Marschroute für eine nachhaltige Kaffeeproduktion. Über den DKV zählt Nestlé zu den CCCC-Gründern und ist momentan aktives Mitglied im Lenkungsausschuss. Alle Mitgliedsfirmen der SAI-Kaffee-gruppe beteiligen sich aktiv an dieser Initiative.

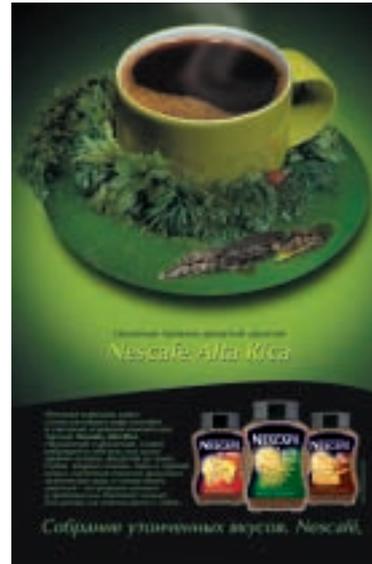
### Konsum steigern, um Vorräte abzubauen

Das Angebot übersteigt die Nachfrage. Das ist das Grundproblem bei den Kaffeepreisen, wie schon auf Seite 3 erwähnt. Die Röster können entscheidend zu einem höheren Kaffeekonsum beitragen. Gemeinsame Anstrengungen und individuelle Marketingkampagnen sind nötig, um den weltweiten Verbrauch anzukurbeln. Um den positiven Einfluss der Werbung zu bewerten, ist es interessant zu beobachten, dass in den letzten zehn Jahren der Verbrauch um 17% stieg.

Angekurbelt von *Nescafé* stieg der Konsum von löslichem Kaffee um 35%. Nestlé allein erhöhte ihren Absatz von löslichem Kaffee um 40%.

Unter der Schirmherrschaft der ICO haben sich vor kurzem die grössten Röster für die Initiative „Positively Coffee“ eingesetzt. Dieses Projekt soll durch positive Imagewerbung den Kaffeekonsum erhöhen.

Im Lauf der letzten zwanzig Jahre haben die Verbraucher viel Negatives über Kaffee- und Koffeinkonsum zu hören bekommen. Neue wissenschaftliche Erkenntnisse aus aller Welt zeichnen jedoch ein anderes Bild. Diese Initiative soll ausgewogene und stetige Informationen über die positiven Aspekte des Kaffeegenusses liefern.



In den letzten zehn Jahren steigerte Nestlé den Absatz von *Nescafé* um 40%



„Mein Ziel ist es, dass die Kaffeeplanzer langfristig einen angemessenen Lebensunterhalt verdienen.“

Der Agronom Patrick Leheup arbeitet für Nestlé. Er verbringt viel Zeit auf Kaffeeplantagen auf der ganzen Welt und steht den Bauern mit Rat und Tat zur Seite. Er ist auch Mitglied der SAI-Kaffee- und CCCC-Lenkungsausschüsse. Für ihn ist es keine Sache der Wohltätigkeit, mit den Kaffeeplanzern an der Nachhaltigkeit zu arbeiten, sondern eine Verantwortung. „Für einen Konzern wie Nestlé ist es überaus wichtig, dass die Kaffeebauern faire Preise erzielen. Sonst haben sie keinen Anreiz, die Kaffeequalität zu erzeugen, die wir für *Nescafé* brauchen.“

Nestlé trägt seit vielen Jahren zum Wohl der Bauern bei 2002 vermehrte das Unternehmen seine Anstrengungen, sowohl auf eigene Initiative als auch gemeinsam mit der Branche. Hier einige Beispiele für Nestlé-Vorstösse:

### Direkteinkauf

Im letzten Jahr hat Nestlé seinen Direkteinkauf von 100 000 Tonnen auf 110 000 erhöht, was 14% des Rohkaffeeinkaufs der Firma entspricht.

### Kaffeegruppe der SAI

Eine industrielle Arbeitsgruppe für die Entwicklung einer nachhaltigen Kaffeekultur wurde von Nestlé ins Leben gerufen. Acht Firmen der Kaffeebranche haben sich dieser Gruppe bereits angeschlossen.

### Verhaltenskodex für die Kaffeegemeinschaft (CCCC)

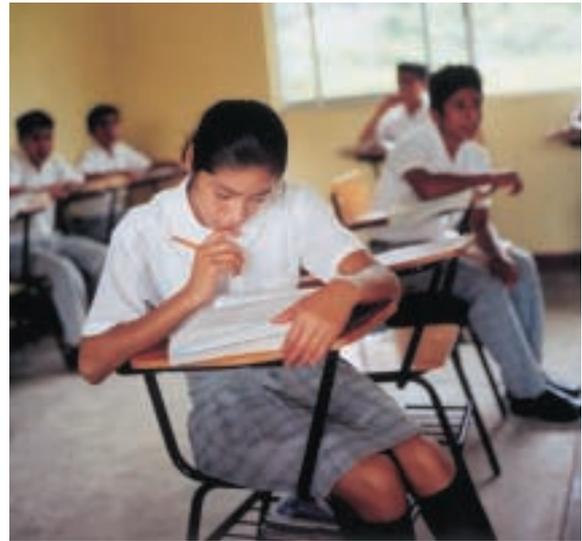
Die GTZ/DKV-Initiative will Richtlinien für den Kaffeesektor aufstellen und umsetzen. Nestlé ist Mitglied des Lenkungsausschusses.

### Thailändischer Kaffeefunk auf UKW

Eine Sendung speziell für Kaffeebauern, die bisher auf zwei Rundfunksendern Südthailands lief, wird seit Juni 2003 einmal wöchentlich auch von der Chumphon meteorological radio station ausgestrahlt. Damit erreicht Nestlé ihre 14 000 Rohstofflieferanten.

### Technische Hilfe in Vietnam

In der vietnamesischen Provinz Dong Nai beschäftigt Nestlé einen Agronomen als technischen Helfer.



### Diversifizierung und Bildung in Mexiko

Nestlé unterstützt das Tezonapa-Projekt in der mexikanischen Provinz Veracruz, das Kaffeepflanzern bei der Qualitätsverbesserung und Ertragssteigerung helfen will. Zu diesem Zweck wurden kostenlose Setzlinge an die Bauern verteilt. Diversifikation ihrer Einnahmequellen gelingt durch Fischzucht und die Produktion tropischer Hölzer. Eine höhere Schule wird ebenfalls von Nestlé finanziell unterstützt (Bau, Ausstattung und Bezahlung der Lehrerschaft).

### Schulkinder in der Region Tezonapa in Mexiko

### **Kaffee und Nachhaltigkeit auf den Philippinen**

Nestlé Philippines verpflichtete sich, CARE Philippines technisch beim AWESOME-Projekt im Mount-Malindang-Range-Naturschutzpark zu unterstützen. Dieses Projekt konzentriert sich sehr stark auf Zwischenfruchtbau und Diversifizierung.

### **Pilotprojekt auf den Philippinen**

Ein nachhaltiges Anbausystem mit Schwerpunkt Kaffee dient als Vorführmodell und Pilotprojekt auf einer in Privatbesitz befindlichen Plantage in der Provinz Sultan Kudarat. Diversifizierung ist eines der vorrangigen Ziele dieses Programms, u.a. werden dort Erdnüsse, Gemüse, Wurzelgemüse, Ananas und Hochlandbananen angepflanzt.

### **Nachhaltigkeit von Plantagen in Indonesien**

Seit dem Jahr 2000 führt Nestlé einen Feldzug zur Verbesserung der Nachhaltigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe und zur Bodenoptimierung. Ganz besonderer Wert wurde auf Diversifizierung gelegt.

### **Côte d'Ivoire**

Zwei Ankaufstellen in den gefährlichsten Gegenden im kürzlichen bewaffneten Konflikt waren nicht mehr zugänglich. Es galt, innert kürzester Frist eine neue Stelle einzurichten. Es gelang, das Kaufvolumen auf 30 000 Tonnen zu steigern (ein Zuwachs um 10% gegenüber 2002).

### **Hilfe für Äthopiens Kaffeesektor**

Nestlé engagiert sich für das landwirtschaftliche Forschungszentrum in Jimma, indem sie die Suche nach neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen im Kaffeesektor aktiv unterstützt. Nestlé wird auch das Ausbildungszentrum für Kaffeetechnologie in Goma unterstützen.

### **Plädoyer für einen Wechsel**

Auf Bitte der Generalversammlung der Vereinten Nationen und unter Federführung der UNCTAD unterzeichneten 15 Persönlichkeiten der „Eminent Persons Group“, darunter auch der Delegierte des Verwaltungsrates des Nestlé-Konzerns, Peter Brabeck-Letmathe, einen Aufruf für einen freieren Handel zwischen Entwicklungs- und Industrieländern.

### **„Positively Coffee“ Projekt**

Nestlé ist ein entschiedener Verfechter dieser ICO-Initiative, die durch positive Imagewerbung in der Öffentlichkeit den Kaffeekonsum erhöhen soll.

### **FAO Schimmelpilz-Prävention**

Nestlé unterstützt dieses Projekt zur Verbesserung der Kaffeequalität.

### **Der ISO-Kaffeeausschuss**

Nestlé beteiligt sich aktiv an einem Normierungsprojekt zur Qualitätsprüfung von Kaffee.

### **Redaktion:**

Nestlé AG, Public Affairs

### **Konzept und Design**

Nestec Ltd, Marketing Communications, Corporate Identity and Design und Esterson Associates, London, Grossbritannien

### **Fotos**

Markus Bühler/Lookat Photos, Zürich, Schweiz;  
Harmen Hoogland/Nestec Ltd, Marketing Communications, Corporate Identity and Design;  
Marc Latzel/Lookat Fotos, Zürich, Schweiz

### **Übersetzung**

Originaltext auf Englisch. Koordination der deutschen, französischen und italienischen Übersetzung: FTC Farmer Teuber Communication S.A., Lausanne

### **Druck**

Presses Centrales Lausanne S.A., Lausanne, Schweiz

### **Papier**

Munken Lynx, chlorfrei (TCF)

### **Titelbild**

Reinigen der Kaffeebohnen vor Nestlés Ankaufstelle in Gagnoa (Côte d'Ivoire)

© November 2003, Nestlé AG, Public Affairs

Nestlé AG  
Avenue Nestlé 55  
1800 Vevey  
Schweiz

[www.nestle.com](http://www.nestle.com)



**Nestlé**

Good Food, Good Life