



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„In/Dependenz mexikanischer KaffeeproduzentInnen
vom Welthandel “

verfasst von / submitted by

Mona Wagner, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the
degree of

Master of Arts, (MA)

Wien, 2023 / Vienna 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 589

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Internationale Entwicklung

Betreut von / Supervisor:

Mag. Dr. Johannes Jäger

Inhalt

1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung.....	2
1.2 Fragestellung und Aufbau der Arbeit	6
1.3 Methoden	7
2. Theoretische Grundlagen der Arbeit	11
2.1 Politische Ökonomie - Ontologie	12
2.2 Dependenztheorie, Weltsystemtheorie und das „Dependency Research Program“	14
2.3 Methodologie des “Dependency Research Programs”	17
2.4 Global-Value-Chain-Ansatz und Global-Production-Network-Ansatz.....	18
2.5 Unterschiedliche Strategien in der Literatur	22
2.5.1 Upgrading	22
2.5.2 Direkter Handel	24
2.5.3 Kooperativen und Import-Kollektive.....	27
2.5.4 Institutionelle Förderprogramme der KaffeeproduzentInnen in Chiapas	30
3. Strukturelle und politische Rahmenbedingungen für KaffeeproduzentInnen Mexikos...	34
3.1 Internationale Produktionsstrukturen	34
3.2 Internationale Arbeitsteilung	35
3.3 Die Warenkette von Kaffee	36
3.4 Ausbeutungs- und Machtverhältnisse zwischen Agroindustrie und Kleinbauern in Mexiko	41
3.5 Neoliberalismus und seine Auswirkungen auf die Kaffeeproduktion in Mexiko	44
3.5.1 Finanzmarkt und Preisgestaltung.....	48
3.5.2 Die Auswirkungen der Finanzialisierung auf Kaffeepreise.....	50
4. Die Case Studies	52
4.1 Die Verkaufspreise im Überblick	54
4.2 Case Study 1: Die Produzentin Maribel Meza und ihre Familie	56
4.3 Case Study 2: Der Produzent & Händler Julio Jiménez Hernandez	62
4.4 Case Study 3 & 4: Die Kooperativen „Maya Vinic“ und „Mahomut“	66
4.5 Case Study 5 & 6: Die Import-Kollektive und zapatistische Kooperativen.....	70
4.5.1 Die Entstehung der zapatistischen Bewegung und ihrer Kaffeekooperativen ..	71
4.5.2 Die Import-Kollektive	77

4.6	Case Study 7 & 8: Die Unterstützungsprogramme „Producción para el Bienestar“ & „Sembrando Vida“	82
5.	Zwischenfazit aus den Case Studies.....	88
5.1	Upgrading & direkter Handel	89
5.2	Kooperativen	92
5.3	Import-Kollektive & zapatistische Kooperativen.....	95
5.4	Institutionelle Unterstützung der KaffeeproduzentInnen in Chiapas	96
6.	Konklusion.....	98
7.	Bibliographie.....	105
7.1	Internetquellen.....	105
7.2	Literatur	107
7.3	Interviews	112
7.4	Anhangverzeichnis.....	113
8.	Anhänge.....	113
8.1	Abstract auf Deutsch	113
8.2	Abstract auf Englisch	114
8.3	Anhang 1: Technische Daten einer Probe Kaffee von Maribel Meza Guzman	116
8.4	Anhang 2: Preiskatalog Maribel Meza Guzman	117
8.5	Anhang 3: Preiskatalog „Maya Vinic“	119
8.6	Anhang 4: Preiskatalog „Mahomut“.....	122
8.7	Anhang 5: Preisliste Kollektiv Café Libertad	128
8.8	Anhang 6: Präsentation „Producción para el Bienestar“ von August 2022	129
8.9	Anhang 7: Gesetzesinitiative zur Förderung des Kaffeeanbaus und der Kaffeeindustrie	137

1. Einleitung

Die Kaffeeproduktion in Chiapas, Mexiko, stellt für viele Kleinbauernfamilien eine wichtige Einkommensquelle dar. Allerdings sind sie oft von den Schwankungen des Weltmarktpreises für Kaffee betroffen und haben Schwierigkeiten, langfristig stabile Preise und Abnahmemengen für ihren Kaffee zu erzielen (vgl. Rojas Herrera & Olguín Pérez 2013; Dragusanu et al. 2014). Alle Güter, Waren und Dienstleistungen werden auf dem Weltmarkt von internationalen Preisen und Wettbewerb beeinflusst und sind an der Börse von Preisschwankungen betroffen. Seit den neoliberalen Liberalisierungsmaßnahmen am Finanzmarkt haben diese Preisschwankungen aber insbesondere für Nahrungsmittel zugenommen (vgl. Staritz & Tröster 2021: 225; Clapp 2014: 807ff.). Kaffee ist ein Nahrungsmittel und eine natürliche Ressource, an der ungleiche Tauschverhältnisse zwischen dem globalen Norden und dem globalen Süden deutlich werden. Diese Verhältnisse sind seit der Entstehung der Strukturen der internationalen Produktion und der internationalen Arbeitsteilung innerhalb der Warenkette von Kaffee verankert (vgl. Tröster 2015; Muñoz-Rodríguez et al. 2019).

Es besteht einiges an Literatur zu den Themen Warenketten und gerechter Handel im Bereich von Tee und Kaffee (vgl. Nessel 2012; Brugger 2017) sowie zu Genossenschaften und ihrer sozialen Organisation (vgl. Olguín Pérez 2017), jedoch besteht zum Thema KaffeeproduzentInnen und spezifischen Ansätzen zur Verbesserung ihrer Möglichkeiten abgesehen vom fairen Handel, wenig Literatur. Spezifisch zu mexikanischen KaffeeproduzentInnen findet sich kaum Literatur. Aufgrund dessen widmet sich diese Arbeit einem bisher wenig literarisch vertretenen Thema und lotet die Möglichkeiten der ProduzentInnen aus. Nicht nur um deren Grenzen aufzuzeigen, sondern auch um ihre emanzipatorischen Fähigkeiten auszubauen und zu stärken, durch die sie sich von existierenden Strukturen lösen können. So können Möglichkeiten der Preissetzung und – Verhandlung erweitert werden, stabilere Mengen an Kaffee verkauft werden und letztendlich die Lebensqualität verbessert werden.

In der Einleitung wird unter Punkt 1.1 die Problemstellung vorgestellt, unter Punkt 1.2 die Fragestellung und der Aufbau der Arbeit, und unter Punkt 1.3 die Methoden dieser Arbeit.

1.1 Problemstellung

In dieser Arbeit sollen bestehende Ansätze wie direkter Handel, Upgrading, staatliche Unterstützungsprogramme, und die Zugehörigkeit zu Kooperativen untersucht werden, um zu analysieren, welche Möglichkeiten für KaffeeproduzentInnen bestehen, um eine gerechtere Entlohnung für ihre Arbeit zu erzielen.

Unter direktem Handel wird in dieser Arbeit Handel verstanden, der möglichst direkt zwischen ProduzentInnen und ihren KäuferInnen stattfindet, sodass kein Zwischenglied dazwischensteht (vgl. Direct coffee). Handel mit Kooperativen oder agroindustriellen Firmen, die den Kaffee weiterverarbeiten, wird hier nicht als direkter Handel verstanden. Inwiefern Import-Kollektive direkten Handel betreiben oder fördern können, wird später noch untersucht (Kapitel 4.5.2).

Upgrading ermöglicht die Verbesserung der Stellung innerhalb der Warenkette und umfasst eine ökonomische und eine soziale Dimension. In dieser Arbeit wird sich mehr der ökonomischen Dimension zugewendet. Gereffi definiert ökonomisches Upgrading als: „a move to higher value activities in production, to improved technology, knowledge and skills, and to increased benefits or profits deriving from participation in GVCs“ (Gereffi & Sturgeon 2005: 161). Mit der Abkürzung GVCs bezieht sich der Autor auf Global Value Chains, auf Deutsch globale Warenketten. In Kapitel 2.4 werden diese näher erläutert. Auf Upgrading wird weitergehend in Kapitel 2.5.1 und 5.1 eingegangen.

Mit einer gerechteren Entlohnung der KaffeeproduzentInnen ist gemeint, dass der Unterschied zu Löhnen anderer in die Warenkette des Kaffeehandels involvierter Akteure nicht so hoch ist, wie momentan. Zurzeit verdienen die ProduzentInnen einen Bruchteil vom finalen Verkaufspreis des Kaffees (vgl. Daviron & Ponte 2005). Welche Strukturen der Produktion, der internationalen Arbeitsteilung und der Preissetzung hierfür sorgen, wird später analysiert. Hierdurch wird auf den Teil der Forschungsfrage eingegangen, der sich auf die Grenzen der KaffeeproduzentInnen bezieht, höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für ihren Kaffee zu erlangen. Es wird weitergehend untersucht, welche Herausforderungen die Einbindung in den regionalen und internationalen Handel mit sich

bringt, sowie welche politökonomischen Umstände die KaffeeproduzentInnen seit den 1950er Jahren beeinflussen.

Der Preis für Kaffee an der Börse liegt momentan bei 3,72 Euro pro Kilogramm Kaffee (Stand 09.05.2023, vgl. Finanzen.net). Dies entspricht 70,05 Pesos pro Kilogramm Kaffee (Stand 04.06.2023, vgl. Währungsrechner). Dieser Preis ist entscheidend, da er als Orientierung für Kaufabkommen zwischen ProduzentInnen und HändlerInnen dient sowie für Verträge zwischen Kooperativen und ihren AbnehmerInnen. Welche Möglichkeiten ProduzentInnen haben, sich von diesem Weltmarktpreis abzuheben, wird in dieser Arbeit ebenfalls untersucht.

Später in dieser Arbeit werden die Verkaufspreise der Interviewten verglichen und es wird herausgearbeitet, welche Möglichkeiten zur Preisverhandlung und Preisverbesserung die ProduzentInnen haben (Kapitel 4.1). Welche Möglichkeiten ProduzentInnen haben, sich von diesem Weltmarktpreis abzuheben, wird in dieser Arbeit analysiert.

Es wird speziell auf die Region Chiapas eingegangen. In Chiapas wird der meiste Kaffee Mexikos produziert: rund 103 Tonnen im Jahr 2021. Mit einer Anbaufläche von 253,458 Hektar im Jahr 2021, wird hier auch am meisten Kaffee angebaut. Es folgen Veracruz und danach Puebla als weitere Staaten mit hoher Kaffeeproduktion in Mexiko (vgl. SIAP, Avance de Siembras y Cosechas, Stand Dezember 2021). Zwischen den Jahren 2020 und 2021 wird deutlich, dass der Ertrag des Kaffees in Chiapas trotz gleicher Anbaufläche zurückgegangen ist. Außerdem ist ersichtlich, dass Veracruz im Jahr 2021 rund 100 Tonnen Ertrag der Kaffeeproduktion erzielte und damit nur etwas weniger Ertrag produzierte als Chiapas, obwohl die Anbaufläche wesentlich kleiner ist. Dieser Umstand kann möglicherweise darauf zurückgeführt werden, dass die Produktivität in Chiapas nicht so hoch ist, wie sie sein könnte und nicht so hoch, wie sie offensichtlich in Veracruz ist (vgl. SIAP, Avance de Siembras y Cosechas, Stand Dezember 2021; Interview 8). Aufgrund der eingeschränkten Produktivität sollen in dieser Arbeit die Möglichkeiten der ProduzentInnen in Chiapas herausgearbeitet werden, um die Grundlage für weitere Auseinandersetzungen zur Erweiterung des Potenzials und den Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen, einen höheren, stabilen Preis sowie stabile Abnahmemengen, zu erlangen.

Chiapas hat neben Veracruz und Oaxaca die besterhaltenen Wälder Mexikos sowie traditionelle Bewirtschaftungsformen, die für eine erhöhte Agrobiodiversität sorgen. In Zusammenhang damit beherbergen die drei Staaten auch den größten Anteil der als indigen definierten Bevölkerung. Die drei Staaten weisen rund 75% der KaffeeproduzentInnen in Mexiko auf sowie 75% der Bewirtschaftungsfläche des Kaffees in Mexiko (vgl. Folch & Planas 2019: 1f.). Die geographische Verortung lässt sich anhand von Grafik 1 ablesen, alle drei Staaten liegen südöstlich von Mexiko-Stadt (vgl. Grafik 1).



Grafik 1: Geografische Verortung der kaffeeproduzierenden Regionen. Quelle: Worldofmaps

Sowohl in Mexiko als auch in Chiapas gibt es hauptsächlich KleinproduzentInnen von Kaffee, die, zum Teil mit Hilfe der Familie, eine Fläche von 0,5 bis 10 Hektar bewirtschaften (vgl. El Economista 2020; ADESUR 2017). Oftmals arbeiten auch die Familien bei der Produktion mit. Neben Kaffee wird meist Milpa für den Eigenverbrauch produziert. Mit Milpa sind Produkte zur Subsistenz gemeint, wie Mais, Bohnen, Früchte je nach Region, Zucchini, Paprika oder auch Tomaten (vgl. CONABIO 2016). Die Bewirtschaftung findet auf kleinen Parzellen in Gebieten mit gemeinschaftlich administriertem Landbesitz statt (ADESUR 2017).

Die weitere Datenlage über KaffeeproduzentInnen aus Chiapas ist nicht ganz klar. Die letzte Publikation des „Instituto del Café de Chiapas“ stammt von 2019 und weist auf mehr als eine Million ProduzentInnen hin (vgl. Instituto del Café de Chiapas 2019). Seit der Auflösung der staatlichen Institution zur Förderung und Verbreitung des Kaffees (INMECAFE) im Jahr 1989 ist unklar, wo die Bücher der zugehörigen Bibliothek sind und es gibt seitdem keine klare Erfassung mehr von Daten oder geographischen Spezifika des Kaffees der einzelnen Staaten Mexikos (vgl. Interview 3). So wurden für die Analyse dieser Arbeit Daten anhand von Interviews und Forschung gesammelt, die die Literatur ein Stück weit ergänzen können.

In der bestehenden Literatur werden Strukturen des agrikulturellen Sektors sowie Reaktionen darauf thematisiert, wie zum Beispiel Konflikte oder die Organisation von ProduzentInnen in Bauernorganisationen (vgl. Rubio 1987, 1996, 2012). Die Organisation von KaffeeproduzentInnen abgesehen von Bauernorganisationen und Kooperativen hat nicht so viel Rückhalt in der Literatur, da sie auf lokaler, regionaler Ebene basiert. In Mexiko gibt es grundsätzlich wenig Gewerkschaften und somit auch kaum Literatur über die gewerkschaftliche Organisation der KaffeeproduzentInnen in Mexiko. Ein weit thematisierter Bereich ist Fairer Handel (vgl. Nichhols & Huybrechts 2017).

Fair Trade soll für bessere Handelsbedingungen sorgen und die Sicherung der Rechte benachteiligter ProduzentInnen garantieren, indem ein Mindestpreis an die ProduzentInnen gezahlt wird, der von lokalen ökonomischen Gegebenheiten bestimmt ist. Der Mindestpreis liegt über den Produktionskosten und bleibt stabil, auch wenn der Weltmarktpreis darunterfällt (vgl. Nichhols & Huybrechts 2017: 2). Damit soll Fairer Handel einen Beitrag leisten zu nachhaltiger Entwicklung und zu mehr Gerechtigkeit innerhalb der internationalen Arbeitsteilung (Die Internationale Charta des Fairen Handels 2018: 11). Ein Aufschlag, auch als Prämie bezeichnet, von ca. 10% kommt zum Vertragspreis typischerweise dazu, der für Community Projekte eingesetzt werden kann und Entwicklung ermöglichen soll. Der Aufschlag für Fairen Handel ist demnach zwar vorhanden und kann Einkommen stabilisieren, ist aber dennoch gering und verändert die Strukturen entlang der Warenkette nicht, die dafür sorgen, dass die Kaffeebauern im Vergleich zum End-Verkaufspreis des Kaffees wenig verdienen (vgl. Daviron & Ponte 2005; Interview 11). Außerdem müssen die Kaffeebauern regelmäßig zertifiziert werden, sodass die zertifizierenden Glieder beim Fair Trade System mitverdienen

und als Zwischenglieder zwischen KonsumentInnen und ProduzentInnen stehen. Die Zertifizierung muss von den KaffeeproduzentInnen auch bezahlt werden, was das System nur für diejenigen zugänglich macht, die solche Kosten stemmen können (vgl. Nessel 2012).

Auch zwei der Kooperativen aus Chiapas, die in dieser Arbeit eingebunden werden, haben das Fair Trade Siegel, dennoch soll das Thema in dieser Arbeit nicht im Fokus stehen, da hierüber schon viel geforscht wurde, und Potenzial darin gesehen wird, die Einkommen der ProduzentInnen anderweitig zu erhöhen (vgl. Interviews 3, 4, 10, 12).

1.2 Fragestellung und Aufbau der Arbeit

Die Forschungsfrage dieser Arbeit lautet:

"Welche Grenzen und Möglichkeiten bestehen für KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Mexiko höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für ihren Kaffee zu erlangen?"

Im nächsten Kapitel (Kapitel 1.3) wird auf die Methoden eingegangen, die als Grundlagen dieser Arbeit herangezogen wurden (Kapitel 1.2). Daraufgehend werden in Kapitel 2 die theoretischen Grundlagen dieser Arbeit vorgestellt. Zunächst wird ein Überblick über die Ontologie der politischen Ökonomie gegeben (Kapitel 2.1). In Kapitel 2.2 geht es um die Dependenztheorie, die Weltsystemtheorie und das „Dependency Research Program“ (vgl. Kvangraeven 2020). Die Methodologie des „Dependency Research Programs“ wird in Kapitel 2.3 erläutert. Kapitel 2.4 widmet sich den Forschungsansätzen zu „Global Value Chains“ und „Global Production Networks“. Hiernach wird in Kapitel 2.5 ein Überblick über bestehende Vorschläge aus der Literatur zu den Möglichkeiten der ProduzentInnen gegeben, höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für Ihren Kaffee zu erlangen. Das Kapitel 2.5 besteht aus 4 Unterkapiteln, die sich den verschiedenen Ansätzen von upgrading (Kapitel 2.5.1), direktem Handel (Kapitel 2.5.2), Kooperativen und Import-Kollektiven (Kapitel 2.5.3) sowie institutioneller Förderprogramme der KaffeeproduzentInnen in Chiapas (Kapitel 2.5.4) widmen.

In Kapitel 3 wird auf die strukturellen und politischen Rahmenbedingungen für KaffeeproduzentInnen Mexikos eingegangen. Kapitel 3.1 widmet sich den

internationalisierten Produktionsstrukturen, die entlang der Warenkette von Kaffee zu finden sind. Im Fokus von Kapitel 3.2 stehen die Strukturen der internationalen Arbeitsteilung, die der Warenkette von Kaffee zugrunde liegen. In Kapitel 3.3 wird die Warenkette von Kaffee genau beschrieben und in dem Rahmen wird auf die Position Mexikos innerhalb der Warenkette von Kaffee eingegangen. Kapitel 3.4 stellt die Entwicklungen dar, die durch neoliberale Politiken seit den 1980er Jahren Mexikos Agrarbereich beeinflussten. Kern des Kapitels 3.5 ist die Analyse der Entwicklungen dar, die der Durchsetzung neoliberaler Politik folgten und welche Auswirkungen die politischen Entwicklungen auf die Kaffeeproduktion in Mexiko seit den 1980er Jahren hatte. In Kapitel 3.5.1 werden die Mechanismen des Finanzmarkts und der Preisgestaltung beschrieben um in Kapitel 3.5.2 die Auswirkungen der Finanzialisierung auf die Kaffeepreise zu durchleuchten.

Nachdem in Kapitel 3 auf die strukturellen Rahmenbedingungen mexikanischer KaffeeproduzentInnen eingegangen wurde, werden in Kapitel 4 die einzelnen Case Studies präsentiert und die Resultate der Inhaltsanalyse der Interviews und des gesammelten Materials unterbreitet. Die Informationen, die aus den Kontakten, Interviews und eigenen Beobachtungen des Feldes zusammengetragen wurden, stellen Ausgangspunkt des 4. Kapitels dar. In Kapitel 4.1 werden die Verkaufspreise der ProduzentInnen, der Kooperativen und der Import-Initiativen verglichen und erstmals als Ergebnisse der Forschung vorgestellt. Daraufgehend werden die Case Studies in Kapitel 4.2 bis Kapitel 4.6 präsentiert. In Kapitel 5 wird auf die verschiedenen Ansätze zurückgekommen, die in Kapitel 2 erwähnt wurden. Es werden darin die Ansätze auf die Schlüsse hin analysiert, die aus den Case Studies gezogen wurden. So wird in Kapitel 5.1 der Ansatz von Upgrading in Verbindung mit direktem Handel thematisiert. Danach folgen die Kooperativen (Kapitel 5.2), die Import-Kollektive und die zapatistischen Kooperativen (Kapitel 5.3), und in Kapitel 5.4 die institutionelle Unterstützung der KaffeeproduzentInnen. In Kapitel 6 schließt sich die Konklusion an.

1.3 Methoden

Bei der Analyse der Forschungsfrage ist zu beachten, dass nicht nur direkter Handel, sondern auch die Organisation der KaffeeproduzentInnen, der Kaffeekooperativen sowie der Unterstützungsprogramme der Regierung von AkteurInnen ausgehen, die nicht unbedingt aus

dem wissenschaftlichen Kontext stammen und/oder über die es wenig wissenschaftliche Literatur gibt. Über direkten Handel von Spezialitätenkaffe wurde beispielsweise im Jahr 2020 die erste systematische Übersichtsarbeit veröffentlicht (vgl. Guimaraes et al. 2020: 36). Über die gewerkschaftliche Organisation von KaffeeproduzentInnen in Mexiko sowie über deren Interessensorganisation generell besteht ebenfalls kaum Literatur, da die Organisation eher auf regionaler, lokaler Ebene stattfindet. Aus diesem Grund werde ich bei der Analyse dieser Arbeit so genannte „white and grey literature“ verwenden. Graue Literatur gilt als “the diverse and heterogeneous body of material available outside, and not subject to, traditional academic peer-review processes” (Adams et al. 2017: 433). Weiße Literatur gilt im Gegensatz dazu als „a coherent body of high-quality, relevant, peer-reviewed articles“ (Lawrence et. al 2014, in Adams et al. 2017: 432). Diese Methode wird verwendet, um bei aufkommenden Themenfeldern ausreichend, detailliertes und praktisches Verständnis komplexer Bereiche zu ermöglichen (vgl. Adams et al. 2017: 36). So wurden als Literaturquellen Unterlagen der mexikanischen Regierung verwendet, die im Internet zugänglich sind, wie zum Beispiel ein Auszug eines Gesetzesvorschlages, Material, das die Interviewten zur Verfügung stellten, Informationen der Speciality Coffee Association sowie Websites, die sich um Kaffee drehen und sich dem Kaffeehandel oder dazugehörigen Themen widmen. Zu den herangezogenen Websites gehören die Website von *Perfectdailygrind* und von *Direct Coffee*.

Ein weiterer methodischer Zugang dieser Arbeit ist die Analyse von Fallbeispielen basierend auf dem „Case Study Approach“, wie er von Robert Yin definiert wurde (Yin 2018: 15): „A case study is an empirical method that

- Investigates a contemporary phenomenon („the case“) in depth and within its real-world context, especially when
- the boundaries between phenomenon and context may not be clearly evident“

Die Case Study soll dazu dienen, die theoretischen Konzepte nachzubilden oder zu erweitern (vgl. Ridder 2020: 98). Dieser qualitative Zugang des Case Study Approaches wird mit inhaltlicher Literaturanalyse kombiniert.

Induktive Theoriebildung bildet zwar oftmals die Grundlage qualitativer Studien, in dieser Arbeit werden jedoch tentative Theorien in Kapitel 2 vorgestellt. Dies sind bereits in der

Literatur bestehende Vorschläge, die zur Forschungsfrage beitragen können. Die aufgezeigten Theorien können dann später, in Kapitel 5, daraufhin untersucht werden, ob sie in Realität Möglichkeiten für die ProduzentInnen darstellen, höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für Ihren Kaffee zu erlangen.

Methodisch wurde in dieser Arbeit die deduktive Kategoriebildung mit der induktiven Kategoriebildung für die Inhaltsanalyse der Interviews nach Mayring kombiniert (vgl. Mayring 2022). Die deduktiven Kategorien wurden aus der Theorie abgeleitet und als Grundlage für die Erstellung der Leitfadeninterviews verwendet. Im Verlauf der Interviewanalyse wurden dann weitere Kategorien als relevant betrachtet. Diese Kategorien wurden induktiv aus dem Material heraus entwickelt und werden in Kapitel 4 bei der Präsentation der Case Studies benannt, um eine möglichst hohe Nachvollziehbarkeit des Forschungs- und Interpretationsprozesses zu gewährleisten.

Obwohl die Analyse von Case Studies der KaffeeproduzentInnen in Chiapas ausgeht, bei denen nicht alle KaffeeproduzentInnen aus Chiapas interviewt wurden, können nach Yin Generalisierungen gemacht werden: „case studies, like experiments, are generalizable to theoretical propositions and not to populations or universes.“ (Yin 2018: 20).

Der Case Study Approach basiert, wie aus der Forschungsfrage schon hervorgeht, auf KaffeeproduzentInnen aus Chiapas: 1. Eine Produzentin aus Tenejapa und 2. ein Produzent & Händler aus Ocosingo in Chiapas. Diese beiden ProduzentInnen und ihre Versuche sowie Möglichkeiten höhere Preise und stabilere Verkaufsmengen zu erreichen, werden als Case Studies analysiert. Darüber hinaus wurde Kontakt zu MitarbeiterInnen der Kooperative „Maya Vinic“ und der Kooperative „Mahomut“ hergestellt (Case Study 3, 4), sowie zu OrganisatorInnen von zwei Kaffeekollektiven aus Hamburg (Case Study 5, 6), die Kaffee aus Chiapas an ihre KundInnen vorrangig in Deutschland und Österreich weiter vertreiben. Mit diesen Personen und mit OrganisatorInnen sowie einem Techniker der von der Regierung ausgehenden Unterstützungsprogrammen (Case Study 7, 8) wurden Interviews geführt, die zur Analyse dieser Arbeit verwendet wurden. Die Interviews wurden mit Hilfe eines Leitfadens geführt. Vorbereitete Fragen wurden gestellt, es konnte aber individuell auf den/die Interviewte eingegangen werden. Die Interviews sind somit als halbstrukturiert einzuordnen.

Das Leitfaden-Interview ist ein halb- bzw. teilstrukturiertes Interview, das mehr Freiheiten bietet als das vollstrukturierte Interview. Ein Interview-Leitfaden ist vorhanden, der als grobes Gerüst fungiert, um eine Vergleichbarkeit der verschiedenen Interviews zu gewährleisten. Es soll jedoch ein gewisser Spielraum erhalten bleiben, der es ermöglicht, sich besser an die Interviewsituation anzupassen, und auf neue, spontan auftretende Fragen vertiefend einzugehen. Vor der Durchführung des Interviews wurde der Leitfaden festgelegt, der unter anderem einen Fragenkatalog mit einer möglichen Reihenfolge beinhaltete, die jedoch nicht präzise eingehalten werden musste. Zudem lagen keine Antwortvorgaben vor. Der Interviewleitfaden zielte darauf ab, ein offenes Interview entstehen zu lassen, sodass die formulierten Fragen sich nicht nur mit Ja oder Nein beantworten ließen, sondern zum Ausführen einluden (vgl. Mey & Mruck 2007: 249).

Diese Methode wurde als passend erachtet, da den Interviewten mehr Redefreiheit eingeräumt wird und das Interview im lockeren Rahmen einer normalen Fachkonversation stattfinden kann.

Für die Analyse der verschiedenen Interviews wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring verwendet (vgl. Mayring 2022). Die qualitative Inhaltsanalyse von Interviews ist eine Methode der empirischen Sozialforschung, die darauf abzielt, Bedeutungen, Themen und Muster in den Antworten der InterviewpartnerInnen zu identifizieren und zu interpretieren. Die Methode wird häufig eingesetzt, um qualitative Daten aus halbstrukturierten Interviews zu analysieren und zu interpretieren, weshalb sie für die Analyse der für diese Arbeit vorliegenden Interviews als geeignet erachtet wurde (vgl. Mayring 2022).

Die Daten werden nach der Erfassung systematisch analysiert und interpretiert. Dazu gehört die Transkription der Interviews, die Kodierung der Daten, die Kategorisierung der kodierten Daten und die Interpretation der Ergebnisse. Bei der Kodierung werden Aussagen der Interviewpartner in einzelne Codes zerlegt, die jeweils für bestimmte Themen oder Konzepte stehen. Im nächsten Schritt werden die kodierten Daten in Kategorien zusammengefasst und analysiert, um wiederkehrende Themen oder Muster zu identifizieren. Schließlich werden die Ergebnisse interpretiert und gleichzeitig in theoretischen Kontext eingeordnet. Mayring betont, dass bei der Inhaltsanalyse mit protokolliertem oder festgehaltenem Material gearbeitet wird. Es handelt sich nach der Definition verschiedener AutorInnen nicht um freie

Interpretation, sondern es wird systematisch vorgegangen. Damit grenzt die Methode sich von hermeneutischen Verfahren ab (vgl. Mayring 2022: 12).

Das Material wird unter einer theoretisch ausgewiesenen Fragestellung analysiert, die Ergebnisse werden vor dem jeweiligen Theoriehintergrund interpretiert und die einzelnen Analyseschritte werden von theoretischen Überlegungen geleitet.

Nachdem das methodische Vorgehen dargelegt wurde, folgt nun die Vorstellung der Theorien, die Grundlage der Analyse dieser Arbeit bilden.

2. Theoretische Grundlagen der Arbeit

Die entwickelten Perspektiven folgender AutorInnen bilden die Ausgangspunkte der Betrachtungen und Analysen dieser Arbeit. Die *Ontologie der politischen Ökonomie* wird von Johannes Jäger und Elisabeth Springler charakterisiert, und neben der Perspektive von Donna Haraway und ihrer Sichtweise auf den kritischen Realismus, in Kapitel 2.1 geschildert.

Die *Dependenztheorie*, die *Weltsystemtheorie* und das darauf aufbauende „*Dependency Research Program*“ werden in Kapitel 2.2 beschrieben um darauf aufbauend in Kapitel 2.2.1 die Methodologie des „Dependency Research Programs“ zu erklären, die für diese Arbeit verwendet wird. Die Autoren Raul Prebisch, André Gunder Frank entwickelten die Dependenztheorie, während Immanuel Wallerstein die Weltsystemtheorie ausarbeitete. Die Entwicklung der Theorien wird von den Autoren Herbert Matis und Karl Bachinger erläutert, die im Folgenden angeführt werden. Die Theorien, mit gemeinsamem Kern, gelten als Grundlage für das „Dependency Research Program“, das von Ingrid Kvangreaven erarbeitet wurde.

Die Forschungsansätze der Ansätze Global Value Chain und Global Production Networks werden in Kapitel 2.3 erläutert. Andri Brugger und die Autoren Henri Wai-chung Yeung & Neil Martin Coe widmeten sich diesen Ansätzen.

Schließlich wird als letzter Teil der theoretischen Erläuterungen die Bestandsaufnahme aus der bisherigen Literatur in Kapitel 2.5 geschildert, die sich um die Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen dreht, stabile Mengen ihres Kaffees zu höheren Preisen zu verkaufen.

Hauptsächlich werden die Quellen von Gary Gereffi & Timothy Sturgeon, the Speciality Coffee Association, Perfectdailygrind, Elisa Guimaraes et al., Manfred Miller und Ana De Ita verwendet um die verschiedenen Ansätze zu behandeln.

2.1 Politische Ökonomie - Ontologie

In diesem Kapitel gehe ich auf die politische Ökonomie und ihre wissenschaftstheoretische Einordnung in Verbindung mit der vorliegenden Forschungsarbeit ein.

Die politische Ökonomie als Zugang wird als konstruktivistisch bezeichnet, da „gesellschaftliches Sein ebenso wie die Sichtweisen darauf als historisch entstanden begriffen werden“ (vgl. Jäger & Springler 2012: 26). Weiterhin wird innerhalb des Paradigmas der politischen Ökonomie der wissenschaftstheoretische Zugang des kritischen Realismus als ontologische Ausgangsbasis verwendet. Begründet durch Karl Popper (1935) wird hier von einer wahrnehmbaren Objektivität ausgegangen sowie von einem stetigen Fortschritt in der Wissenschaft, indem falsifizierte Annahmen und Paradigmen verworfen werden (vgl. Jäger & Springler 2012: 26).

Theorie wurde Anfang des 20. Jahrhunderts noch als gesellschaftlich neutral betrachtet und als andere Theorien beeinflussend, wurde aber nicht als beeinflussend für gesellschaftliche Prozesse angesehen (vgl. Jäger & Springler 2012: 27). In der später von Roy Bashkar begründeten Sichtweise des kritischen Realismus (1975), wird verstärkt von der Eingebundenheit wissenschaftlicher Theorieproduktion in gesellschaftliche Prozesse ausgegangen (vgl. Jäger & Springler 2012: 27). Auch in dieser Arbeit wird Wissenschaft als gesellschaftlich eingebunden betrachtet und es soll emanzipatorisches Potenzial der Ansätze herausgearbeitet werden, die gegenläufig zum neoliberalen Kapitalismus oder zumindest beeinflussend sind. Theoretische Begründungen für ein vom/von der WissenschaftlerIn ausgemachtes Phänomen sind multipel erklärbar und es wird immer selektiv vorgegangen (vgl. Jäger & Springler 2012: 27). Diesem Ansatz entsprechend sind die in dieser Arbeit präsentierten Case Studies eine Auswahl von alternativen Ansätzen aus der Region Chiapas, Mexiko, die für die Analysen, Erklärungen und Schlussfolgerungen dieser Arbeit verwendet werden.

Im kritischen Realismus wird von einer begrenzt möglichen Objektivität ausgegangen. Wie Donna Haraway beschreibt, wird bereits bei der Wahrnehmung und Auswahl der zu beforschenden Phänomene subjektiv und selektiv vorgegangen und der Vorgang der Interpretation beginnt bereits an dieser Stelle. Schon während etwas wahrgenommen wird, wird es eingeordnet, aufbauend auf der eigenen ‚Linse‘, die durch Erfahrungen und Ordnungssysteme im Kopf zustande kommt (vgl. Haraway 2008: 348).

Auch die Fallbeispiele und Interviews, die für diese Arbeit geführt wurden, hingen davon ab, mit wem Kontakte hergestellt werden konnten und wer sich die Zeit für Interviews nahm. Schlussfolgernd kann über einen wissenschaftlichen Zugang die Realität nie genau dargestellt werden, da es nur spezifische Möglichkeiten gibt, die Wirklichkeit zu organisieren und wahrzunehmen. Haraway bezeichnet Wahrnehmungsmöglichkeiten als „a detailed, active, partial way of organizing worlds“ (Haraway 2008: 348). Subjektive Sinngebung und Deutung bei der Analyse des Sozialen sind anleitend (vgl. Jäger & Springler 2012: 26). Objektivität ist gebunden an die subjektive, theoretische und politische Verortung der forschenden Person (vgl. Haraway 2008: 348). Dennoch wird nicht von einem Beurteilungsrelativismus ausgegangen, sodass verschiedene WissenschaftlerInnen trotz subjektivistischem Zugang zu denselben Erkenntnissen kommen können (vgl. Jäger & Springler 2012: 27f.). Es geht im politökonomischen Zugang weniger darum, eine objektive Wahrheit zu erreichen, sondern eher darum, Wissenschaft emanzipatorisch zu machen. Die „Sichtbarmachung, die Hinterfragung bzw. Dekonstruktion von gesellschaftlichen Strukturen“ steht im Fokus (Jäger & Springler 2012: 28). Strukturen werden kritisiert und dekonstruiert. Die soziale Welt sowie die Ökonomie werden als durch individuelles Handeln sowie Strukturen bestimmt angesehen. Strukturen werden nach Jäger und Springler als reproduzierbar, aber auch veränderbar beschrieben. Die Analyse von Ungleichheitsverhältnissen sowie den dahinterstehenden Machtdynamiken und Politikverhältnissen findet statt. Diese werden aus ihrer geschichtlichen Entstehung heraus verstanden. Auch herrschende Produktions- und Konsummuster werden analysiert, die jeweils unterschiedliche Lebensverhältnisse ausmachen. Die arbeitsteilige Gesellschaft wird als Ausgangspunkt für Produktion, technische und menschliche Organisation angenommen. Damit verbundene Machtverhältnisse und deren Konsequenzen für die Verteilung von Wert, Macht und Gestaltungsspielraum sollen gekennzeichnet werden (vgl. Jäger & Springler 2012: 70). Als zentrale Konzepte des politökonomischen Zugangs und als

Ausgangspunkte von Analysen sind der Zwang zur Kapitalakkumulation und dessen Reproduktion zu nennen (vgl. Jäger & Springler 2012: 86f.).

Ausgehend von den geschilderten theoretischen Grundannahmen, dem politökonomischen Zugang sowie seinen zentralen Konzepten, wird in dieser Forschungsarbeit analysiert, welche Auswirkungen die heute dominante, neoliberale Wirtschaftsweise, auf die Strukturen der Kaffeeproduktion und der KaffeeproduzentInnen in Chiapas hat und welche emanzipatorischen Möglichkeiten die KaffeeproduzentInnen haben, um ein besseres und stabileres Lohnverhältnis zu etablieren.

2.2 Dependenztheorie, Weltsystemtheorie und das „Dependency Research Program“

Nachdem die Grundannahmen der Objektivität, die sich an Haraway orientieren, innerhalb dieser Forschungsarbeit dargestellt wurden sowie auf die Einordnung der politischen Ökonomie eingegangen wurde, soll nun die Dependenztheorie bzw. das „Dependency Research Program“ vorgestellt werden, das die makro-ökonomische Grundlage der Analyse dieser Arbeit bildet. In diesem Kapitel werden die Ansätze von Raul Prebisch, André Gunder Frank und Immanuel Wallerstein verglichen, um darzustellen, wie die Dependenztheorie und die Weltsystemtheorie Eingang in das „Dependency Research Program“ fanden.

Die Dependenztheorie, wie Sie in dieser Arbeit verwendet wird, ist nicht eine einzige Theorie, weshalb der Begriff „Dependency Research Program“ von Ingrid Kvangraeven etabliert wurde und auch in dieser Arbeit so verwendet wird (vgl. Kvangraeven 2020). Innerhalb des „Dependency Research Programs“ gibt es diverse TheoretikerInnen und AutorInnen, die verschiedene Standpunkte und Sichtweisen einbringen. Die Dependenztheorien haben ihren Ursprung in Lateinamerika, fanden aber auf allen Kontinenten Eingang in entwicklungspolitische Debatten. Zeitlich einzuordnen sind die Theorien in die 1960er und 1970er Jahre. Verschiedene TheoretikerInnen nahmen sich der Theorien an und entwickelten sie weiter. Die Beschreibung von „Unterentwicklung“ im globalen Süden, die in den Theorien vorkommt, ist ihrer Entstehungszeit geschuldet und kritisch zu betrachten. Um die Theorien aber unverändert darzustellen, wird der Begriff in dieser Arbeit weiter so verwendet.

Einige der bekanntesten sind Andre Gunder Frank, der als populärster Autor im deutschsprachigen Raum gilt, Raul Prebisch, der als Mitgründer der CEPAL Kommission bekannt ist und Immanuel Wallerstein, der aufbauend auf der Dependenztheorie die Weltsystemtheorie hervorbrachte. CEPAL ist die Abkürzung für „Comision Economica Para America Latina“, die UN-Kommission für wirtschaftliche Entwicklung in Lateinamerika (vgl. Matis & Bachinger 2004: 5).

Prebisch, als einer der Hauptvertreter der Dependenztheorie, sah ungünstige Austauschverhältnisse für Entwicklungsländer, die Abhängigkeiten der Länder der Peripherie von den Zentren der wirtschaftlichen Entwicklung ausmachen würde. Die peripheren Länder, die ihre Rolle als Rohstofflieferanten im Weltmarkt einnahmen, stehen Prebisch zufolge den Industrieländern gegenüber, die weiterverarbeitete Produkte auf den Markt brachten. Die ungünstigen Austauschverhältnisse entstehen seiner Meinung nach dadurch, dass Produktivitätsfortschritte den Entwicklungsländern kaum nützten, da sie die niedrigen Preise halten müssten, um konkurrenzfähig zu bleiben und die Nachfrage nicht zu gefährden. So könnten Entwicklungsländer ihre Gewinne grundsätzlich nicht steigern, im Gegensatz zu Industrieländern, die durch steigende Preise kaum Nachfrage verlieren würden und zudem Lohnsteigerungen zur Folge hätten. Weiterhin steige die Nachfrage nach Rohstoffen immer langsamer als die nach Industrieprodukten. In Industrieländern erkannte Prebisch einen Zusammenhang zwischen technischem Fortschritt, Arbeitsqualifikation und wachsendem Lebensstandard, während technischer Fortschritt in Entwicklungsländern zu höherer Arbeitslosigkeit führen würde, da die freigesetzten Arbeitskräfte nicht anderweitig eingebunden werden könnten (vgl. Matis & Bachinger 2004: 5).

Letztendlich führten die strukturellen Gegebenheiten und der technische Fortschritt in Entwicklungsländern also zu einem „Realeinkommenstransfer“ aus Entwicklungsländern in Industrieländer. Zusammenfassend gäbe es also indirekte Abhängigkeit durch ungleiche Positionen in Welthandelsbeziehungen und direkte Abhängigkeit durch Gewinntransfers multinationaler Konzerne von der Peripherie in die Zentren. Diese Gewinne würden dann nicht in den Peripherien investiert und fehlten dann dort für eine adäquate Entwicklung (vgl. ebd.: 5).

Die durch Kolonialismus und Imperialismus geschaffene Abhängigkeit wird als Zustand gesehen, der die Gesellschaften in ökonomischer und gesellschaftlicher Hinsicht prägt. Die Unterentwicklung könne innerhalb des Kapitalismus nicht verschwinden, da sie andernorts Entwicklung bedingt. Bei Andre Gunder Frank heißt es, die „Metropolen“ benötigen die „Satelliten“ (vgl. Gunder Frank 1966: 155). Eine bekannte Definition von Dependenz ist auch die von Dos Santos, der ebendiese als Situation bezeichnet, in der die Ökonomie bestimmter Länder von der Entwicklung und Expansion anderer bedingt wird (vgl. Dos Santos 1970 in Kvangraeven 2020: 78). Akkumulation von Land, Produktionsmitteln und Kapital wurden während der kolonialen Abhängigkeitsphase geschaffen. Finanziell-industrielle Abhängigkeit wurde erzeugt und die Produktion und der Konsum wurden auf die Bedürfnisse transatlantischer Staaten ausgerichtet. Es kam zur Exportausrichtung der Ökonomien Lateinamerikas (vgl. Matis & Bachinger 2004: 13).

Darauf aufbauend wird von Monopolkapitalismus als Erklärungsansatz gesprochen. Paula Baran erklärt die fehlende wirtschaftliche Dynamik der unterentwickelten Welt als Resultat der Einfügung in die kapitalistische Weltökonomie. Durch die Kontrolle der Märkte mittels Fremdkapitals gelangen die peripheren Länder direkt in den Monopolkapitalismus. Während im kompetitiven Kapitalismus Gewinn aus dem Produktionsprozess generiert wird, wird im Monopolkapitalismus der Gewinn durch monopolistische Macht generiert. So kann Gewinn durch den Tauschprozess selbst hervorgebracht werden (vgl. Baran 1957 in Kvangraeven 2020: 84).

Eng in Verbindung mit der Weltsystemtheorie geht es im „Dependency Research Program“ um die historisch etablierten Strukturen, durch die nationale Ökonomien in die globale Ökonomie eingebettet sind (vgl. Kvangraeven 2020: 79).

Nach Imre Lakatos sind Research Programme solche, die verbundene Theorien haben, gemeinsame Hypothesen, die einen harten Kern bilden (vgl. Lakatos 1978 in Kvangraeven 2020: 80). Gemeinsam haben die Theorien der Dependenztheorie sowie auch die Weltsystemtheorie die Hypothese der Abhängigkeit zwischen Zentren und Peripherie. Die Weltsystemtheorie geht dabei über die Dependenztheorie hinaus, da sie das globale System als Totalität begreift. Den Beginn der kapitalistischen Weltwirtschaft sieht Immanuel Wallerstein im 16. Jahrhundert, als integrierte Produktionsprozesse wie Güterketten

geschaffen wurden (vgl. Wallerstein 1988: 170). Bei Wallerstein liegt der Fokus auf der Betrachtung des Kapitalismus aus ganzheitlicher, weltsystemischer Perspektive. Andre Gunder Frank beschreibt in seinem Text aber auch die unterschiedliche Entwicklung von Ländern. Die Länder, die Wallerstein als Zentren bezeichnet, werden von Gunder Frank als „Metropolen“ benannt und die Peripherie bei Wallerstein wird von Frank als „Satelliten“ bezeichnet (Gunder Frank 1966: 153). Auch Andre Gunder Frank nimmt eine historische Analyse vor, seine Dependenztheorie bezieht sich aber vorrangig auf Lateinamerika, wobei Wallerstein sich nicht auf eine bestimmte Region fokussiert. Gunder Frank sieht den Ursprung von Unterentwicklung im kapitalistischen System selbst, wie auch Wallerstein, der Entwicklung eines Landes auf Kosten eines anderen beschrieben hat. Gunder Frank drückt es folgendermaßen aus: „Unterentwicklung wurde und wird von exakt jenem historischen Prozess verursacht, der auch ökonomische Entwicklung verursacht: von der Entwicklung des Kapitalismus selbst.“ (Gunder Frank 1966: 155).

Durch Prebisch wird die Abhängigkeit durch ungleiche Positionen und ungleiche Tauschverhältnisse in Welthandelsbeziehungen betont. So begründet er die Entstehung direkter Abhängigkeit der peripheren Länder durch Gewinntransfers multinationaler Konzerne von der Peripherie in die Zentren (vgl. Matis & Bachinger 2004: 5).

Die Kernhypothese des „Dependency Research Programs“ ist demnach die polarisierende Tendenz des Kapitalismus, verbunden mit Strukturen der Produktion und Grenzen peripherer Entwicklung (vgl. Kvangraeven 2020: 85). Wie die ungleichen Tauschverhältnissen und Abhängigkeit sich für mexikanische KaffeeproduzentInnen manifestieren wird in Kapitel 3 näher erklärt, um anschließend in den Kapiteln 4 & 5 mögliche Auswege und entgegenwirkende Ansätze der ProduzentInnen zu formulieren.

2.3 Methodologie des „Dependency Research Programs“

Zur Methodologie des „Dependency Research Programs“ sind folgende Punkte ausschlaggebend:

- Der globale, historische Zugang

- Die ökonomische Theoretisierung der polarisierenden Tendenzen kapitalistischer Entwicklung
- Die Aufmerksamkeit liegt auf den Strukturen der Produktion
- Sowie auf Einschränkungen der peripheren Ökonomien im globalen System

Kvangraeven weist auf die Interdisziplinarität des research programs hin: „the research programme is about approaching the research question in an open and systemic way, addressing how underdevelopment has been historically and structurally produced, and developing explanations that traverse political, sociological, economic and historical boundaries” (Kvangraeven 2020: 81).

Als Gefahr des methodischen Zugangs beschreibt der Autor, dass die Einsichten teils zirkulär und reduktionistisch sein können. Die Perspektive soll dazu dienen strukturelle Beziehungen, die eng miteinander verbunden sind, in sich und in ihrer Entwicklung wahrzunehmen und zu beschreiben (vgl. Kvangraeven 2020: 82). Das hat auch die vorliegende Arbeit als Ziel, sowie die Theoretisierung von Ungleichheiten entlang der Warenkette von Kaffee. Darüber hinaus sollen aber in dieser Arbeit auch die Möglichkeiten betont werden, durch die KaffeeproduzentInnen ihre Lebens- und Einkommenssituation verbessern können.

Neben den genannten Punkten wird die dialektische Methode angewandt, bei der von Abstraktem auf Konkretes und von Konkretem wieder auf Abstraktes geschlossen wird (vgl. Jäger & Springler 2012: 86f.). Die Theorie dient als Ausgangspunkt des Abstrakten und das Beispiel der KaffeeproduzentInnen in Chiapas mit ihren Möglichkeiten ist das konkrete Beispiel. Durch diese Methode kann nach Kvangraeven einer unpräzisen, zirkulierenden, vereinfachten Argumentation entgegengewirkt werden, die der Literatur der Dependenztheorie zum Teil vorgeworfen wird (vgl. Kvangraeven 2020: 91).

Nachdem die Vorgehensweise der Arbeit beschrieben wurde, steht nun die Theorie der Betrachtung von Warenketten im Fokus.

2.4 Global-Value-Chain-Ansatz und Global-Production-Network-Ansatz

In diesem Kapitel werden die Ansätze, die sich mit globalen Warenketten und globalen Produktionsnetzwerken beschäftigen, vorgestellt und darauf eingegangen, wie sie als

Fortsetzung der Weltsystemtheorie die Formen der internationalen Arbeitsteilung erklären. Durch die Betrachtung dieser Theorien über globale ökonomische Strukturen und Entwicklungen soll das bestehende soziale Ungleichgewicht zwischen Zentren und Peripherien später (in Kapitel 3) praktisch verdeutlicht werden. Hauptautoren sind im Folgenden Andri Brugger, der sich mit beiden Ansätzen beschäftigt und die Autoren Henry Wai-chung Yeung & Neil Martin Coe für den Global-Production-Network-Ansatz.

Auf dieser Grundlage wird in Kapitel 3 verdeutlicht, wie die Strukturen der internationalen Produktion und Arbeitsteilung entlang der Warenkette von Kaffee dazu führen, dass die KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Mexiko eingeschränkte Möglichkeiten haben, ihren Kaffee zu höheren Preisen anzubieten.

Im Folgenden wird ein Überblick über die Theorien gegeben, die ökonomische Organisation und Entwicklung in einer globalisierten Welt verständlich machen sollen. Die Abkürzungen GVC für den Global-Value-Chain-Ansatz und GPN für den Global-Production-Network-Ansatz werden im Folgenden verwendet.

Nach dem 2. Weltkrieg sollte die Weltwirtschaft wieder aufgebaut werden. Politisch wurde der Fokus auf Importe, die Verteilung von Gütern sowie auf Exporte gelegt. Mit der Globalisierung, die sich hierdurch verstärkte, wurde aber auch die Erhaltung von Standards wichtig. Fragen nach arbeitsrechtlichen Standards, nach Nachhaltigkeit sowie bezüglich Machtdynamiken auf dem Weltmarkt wurden lauter. Seit den 1980er Jahren werden ökonomische Prozesse verstärkt als geographisch auf verschiedene Orte verteilt angesehen. Das Konzept der Warenkette als Rahmen für Produktionsschritte, verteilt auf verschiedene Orte, setzte sich durch. Theoretisch wurden die Veränderungen der Produktionsorganisation und der Produktionsschritte dann mittels zweier Ansätze analysiert (vgl. Brugger 2017: 18).

Der Global-Value-Chain-Ansatz bezieht sich eher auf die Warenkette selbst, während der Global-Production-Network-Ansatz versucht, auch externe AkteurInnen stärker mit in die Betrachtungen einzubeziehen. Beide Ansätze haben ihre Wurzeln in der Weltsystemtheorie, die in den 1970er Jahren aufkam, um die globale Aufteilung von Arbeit und ökonomischem Status und Handelsbeziehungen zu erklären. Die Ansätze teilen die Konzeptualisierung, dass internationaler Handel von Gütern und Dienstleistungen nicht aus marktbasierter Transaktionen hervorgeht, sondern ein koordinierter Prozess innerhalb multinationaler

Korporationen, entlang von Warenketten oder innerhalb der Produktionsnetzwerke ist, die von multinationalen Firmen geschaffen werden (Coe et al. 2008: 267, Gereffi et al. 2001, Levy 2008: 946, in Brugger 2017: 18).

Im Falle von Kaffee ist die Struktur der Warenkette nicht nur auf die Koordination innerhalb multinationaler Korporationen zurückzuführen, sondern auch auf die seit dem Imperialismus und Kolonialismus geschaffene Struktur von Angebot und Nachfrage zwischen Ländern des globalen Südens und Ländern des globalen Nordens. Ein Großteil des Kaffees wird in Ländern konsumiert, die nicht selbst Kaffee produzieren, sondern importieren. Er wird entweder in bereits gerösteter Form importiert oder vor Ort geröstet, da er hierdurch weniger Aromaverlust beim Transport erleidet (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 18).

Eine globale Warenkette wird vom Autor Pol Antràs wie folgt definiert: "A global value chain or GVC consists of a series of stages involved in producing a product or service that is sold to consumers, with each stage adding value, and with at least two stages being produced in different countries. A firm participates in a GVC if it produces at least one stage in a GVC." (Antràs 2020: 553).

Ein Produkt oder eine Dienstleistung wird in verschiedenen Stufen produziert, bei denen Wert hinzugefügt wird. Der Produktionsprozess in der GVC wird als Kombination von Technologie mit Kapital und Arbeitsaufwand beschrieben, durch den ein Produkt produziert, verarbeitet, vermarktet und verteilt wird (vgl. Brugger 2017: 19).

Der Global-Value-Chain-Ansatz betrachtet diese Produktionsschritte innerhalb von Warenketten. Interaktionen von ProduzentInnen bis KonsumentInnen werden betrachtet. Einer der Kritikpunkte dieses Ansatzes kommt vonseiten des Global-Production-Network Ansatzes, kurz GPN, und besagt, dass Institutionen und AkteurInnen, die in die Wertschöpfungskette eingebettet sind, übersehen werden. Als Reaktion auf diese Kritik wurde der Fokus verstärkt auf Formen der „governance“ gelegt. „Governance“ bezeichnet Strukturen, die von verschiedenen Akteurinnen geschaffen werden. Diese Strukturen entstehen durch Gesetze, Institutionen und Normen, die ökonomische Aktivität und ihren Einfluss kanalisieren und beschränken. Konkreter gesagt, geschieht die Kanalisierung und Beschränkung ökonomischer Aktivität durch Formen der „governance“, wie beispielsweise

„national-level regulation, formal international agreements as well as the coordination of GPN and private codes of conduct regarding labour or environmental standards“ (Levy 2008, in Brugger 2017: 22).

Der zweite Ansatz, der Global-Production-Network-Ansatz, kurz GPN, entstand in den 2000er Jahren. Beide Ansätze sind aber stark miteinander verknüpft. Der GPN-Zugang kann als Erweiterung der GVC-Theorie gesehen werden (Coe 2012: 389 in Brugger 2017: 21). Wie im Namen des Zugangs schon ersichtlich, geht der Ansatz über die Betrachtung der Warenkette hinaus und beschäftigt sich mit Formen und Richtungen der Interaktion innerhalb des Produktions-Netzwerks (Brugger 2017: 22). Daher wird Wert darauf gelegt, die sozialen Prozesse rund um die Produktion von Gütern und Dienstleistungen und um die Reproduktion von Wissen, Kapital und Arbeitskraft zu betrachten. Firmen-Netzwerke supranationaler Art, Regierungsorganisationen, Gewerkschaften und Nichtregierungsorganisationen spielen eine gleichbedeutende Rolle bei der Analyse lokaler Entwicklungsergebnisse (vgl. Yeung & Coe 2015). Institutionen und AkteurInnen, die in die Wertschöpfungskette eingebettet sind, werden genau analysiert und ihnen wird mehr Aufmerksamkeit geschenkt als im GVC-Ansatz. Das gesamte Netzwerk, das um die Produktion einer Ware besteht, wird beleuchtet und als Global Production Network verstanden. Diese globalen Produktionsnetzwerke bilden sich meist um eine globale Leitfirma herum oder um ein bestimmtes Produkt in einem bestimmten Sektor. Leitfirmen können aus EinzelhändlerInnen, HändlerInnen, DienstleistungsanbieterInnen oder ProduzentInnen bestehen. Koordination und Kontrolle sind die Hauptcharakteristiken der Leitfirmen (vgl. Yeung & Coe 2015).

Während der GVC-Zugang einen starken Fokus auf Interaktionen und Führung entlang der Warenkette legt, kombiniert der GPN-Ansatz Einsichten des GVC-Ansatzes mit der Actor-Network Theorie. Diese Theorie betont, dass Einheiten in Netzwerken nur durch ihre Beziehungen zu anderen Einheiten verstanden werden können (Yeung & Coe 2015: 12). Weiterhin wird im GPN-Ansatz betont, dass der Hauptpunkt um ökonomische Entwicklung zu verstehen, die subnationale Region sei. Leitfirmen befinden sich an bestimmten Orten mit eigenen institutionellen Bedingungen, die Entwicklungspraktiken und -prozesse mitbestimmen (Yeung & Coe 2015: 18).

Um zurückzukommen zu dem Begriff der „governance“, der ein Hauptbestandteil der Analyse von Warenketten ist, kann aufgezeigt werden, wie durch Macht der Unternehmen bzw. ihre erwähnte Kapazität Produktionsprozesse zu organisieren, die Verteilung von Profit und Risiken beeinflusst wird. Im Gegensatz zu Betrachtungen und Analysen aus der Makroperspektive, die generelle ökonomische Trends und politische Vorschriften analysieren, werden die Zugänge des GVC- und GPN-Ansatzes verwendet, da sie auf der Mikroebene sektorale und akteursorientierte Betrachtungen der globalen Ökonomie ermöglichen. Dadurch können die Ebenen des Lokalen und Globalen verknüpft analysiert werden (vgl. Brugger 2017: 22).

Die bisher vorgestellten Theorien sollen als Grundlage für die vorliegende Arbeit dienen und sollen später mit den aus den Case Studies gewonnenen Einsichten verbunden werden. Im nächsten Kapitel werden Möglichkeiten thematisiert, die für KaffeeproduzentInnen bestehen, um ihre Einnahmen sowie Verkaufsmengen zu stabilisieren und zu verbessern. Eine aktuelle Bestandsaufnahme vorhandener Literatur wird vorgestellt. Darüber hinaus werden die beforschten Kooperativen aus Chiapas sowie die erforschten Import-Kollektive präsentiert.

2.5 Unterschiedliche Strategien in der Literatur

In diesem Kapitel werden die in der Literatur genannten Vorschläge und Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen aufgezeigt, höhere und stabile Preise für ihren Kaffee zu verlangen sowie stabile Mengen verkaufen zu können. Eine detailreichere Analyse der Möglichkeiten im Rahmen der regionalen, soziodemografischen Spezifika Chiapas und im Rahmen der durchgeführten Feldforschung findet in Kapitel 4 statt.

Oftmals werden die Folgenden als naheliegendste drei Möglichkeiten vonseiten der ProduzentInnen gesehen: Upgrading, downgrading oder Aufgabe der Produktion (vgl. Interview 6, 7). Auf Upgrading wird im nächsten Kapitel eingegangen.

2.5.1 Upgrading

Der Begriff wurde in der Einleitung bereits erklärt als Bewegung hin zu höherwertigen Aktivitäten im Produktionsprozess. Verbesserte Technologie, Wissen oder Fähigkeiten, die zu höheren Profiten innerhalb der Warenkette führen (vgl. Gereffi & Sturgeon 2005: 161).

So erlaubt das so genannte Upgrading die Verbesserung von Produktionstechniken und Produktqualität, und im Folgenden oftmals die Eingliederung der ProduzentInnen in Nischenmärkte. Hierzu gehören der Markt für Spezialitätenkaffe, sowie der für biologisch angebauten oder für fair gehandelten Kaffee. Neben Spezialitätenkaffee kann auch die Verpackung des Kaffees das Produkt aufwerten.

Der Spezialitätenkaffee wird durch eine Punkte-Skala bewertet. Als Orientierung gelten hier mindestens 80 Punkte, damit der Kaffee als Spezialitätenkaffee bezeichnet werden kann (vgl. the Speciality Coffee Association 2021). Während der Spezialitätenkaffee sich von anderen Kaffees, durch eine Punkte-Bewertung von ausgebildeten VerkosterInnen des Coffee Quality Institutes unterscheidet (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 52), bekommen der biologisch angebaute und der fair gehandelte Kaffee Siegel verliehen. In dem Rahmen entsteht verstärkt Wettbewerb in Bezug auf die Verbesserung der Produktionstechniken und Produktqualität. KleinbauerInnen, die keine weiteren finanziellen Möglichkeiten zur Verfügung haben, als sich selbst sowie ihre Kaffeeproduktion zu erhalten, sehen sich von diesen Möglichkeiten ausgeschlossen (vgl. Gereffi et al. 2010: 12327).

Im Bereich des Kaffees können verschiedene Techniken zur Produktverbesserung und damit zur Möglichkeit führen, den Kaffee höherpreisig zu verkaufen. Beispielsweise führen verschiedene Fermentationsmethoden zu unterschiedlichem Geschmack des Kaffees. Auch andere Faktoren - von der Genetik der Pflanze, der Qualität des Bodens bis zur Verarbeitung des Kaffees bis hin zur grünen Kaffeebohne - können entscheidend sein für den Geschmack, der ausgebildet wird (vgl. Interview 4). Eine der aktuelleren Definitionen innerhalb der eher diffusen begrifflichen Abgrenzungen des Spezialitätenkaffees ist die Folgende (Giuliano et al. 2021: 10): „El café de especialidad es un café, o una experiencia alrededor del café, reconocida por sus atributos distintivos, y debido a estos atributos distintivos es que tiene un valor adicional significativo en el mercado.“ Übersetzung: Der Spezialitätenkaffee ist ein Kaffee oder eine Erfahrung rund um den Kaffee, die sich durch besondere Eigenschaften auszeichnet und

aufgrund dieser besonderen Eigenschaften einen erheblichen Mehrwert auf dem Markt erhält.

Nach dieser Definition geht es beim Spezialitätenkaffee nicht nur um die erreichte Punkteanzahl, sondern auch darum, emotionalen Inhalt gemeinsam mit dem Kaffee zu verkaufen. Somit könnten KaffeerösterInnen und Kaffeegeschäfte ihre Marke stärken und stabile Beziehungen, basierend auf Loyalität zu ihren KundInnen herstellen. Die KundInnen wiederum sind durch den emotionalen Inhalt sowie die Marke gewillter den Kaffee zu schätzen und den höheren Verkaufspreis zu zahlen. Im Idealfall erhält nachher auch der/die ProduzentIn einen höheren Preis für den Kaffee, sodass Qualität und nachhaltige Aspekte der Produktion belohnt und gefördert werden: "responsible practices become a natural part of business, entailing both upstream (stability, flexibility, skills Upgrading) and downstream value (storytelling, branding, price rewards)" (Olsen 2012: 69, in Guimaraes et al. 2020: 42).

2.5.2 Direkter Handel

Die Website Perfectdailygrind schlägt folgende Definition für die Begriffe „direkt“ und „Handel“ vor (vgl. Perfectdailygrind 2018):

Direkt: ohne eingreifende Faktoren oder Vermittler

Handel: der Kauf und Verkauf von Waren und Dienstleistungen

Direkter Handel bedeutet aber mehr als diese beiden Definitionen. Er wird mit Qualität, Nachhaltigkeit, gerechteren Preisen für die ProduzentInnen assoziiert und wird oftmals in Verbindung mit Spezialitätenkaffee genannt (vgl. Perfectdailygrind 2018). Eine weitere Definition besagt, dass die Modelle des direkten Handels Produktqualität, Umwelt-, ökonomische und soziale Aspekte sowie regelmäßige Kommunikation zwischen ProduzentInnen und KäuferInnen der grünen Kaffeebohnen und regelmäßige Besuche der Kaffeeplantage beinhalten (vgl. Guimaraes et al. 2020: 35f.).

Weiterhin wird von den AutorInnen Guimaraes et. al in ihrem Artikel über bestehende Forschung zu direktem Handel im Sektor des Spezialitätenkaffees von weiteren Vorteilen gesprochen, die durch direkten Handel zustandekommen können. Beispielsweise wird die

Möglichkeit genannt, gemeinsam an Nachhaltigkeits- und Qualitätsaspekten zu arbeiten, eine Verbesserung der Koordination der Warenkette könne stattfinden und somit eine Reduzierung von Informationsasymmetrien. Elisa Guimaraes et al. beschreiben, es gäbe Firmen, die für Ihre ProduzentInnen Unterstützungsprogramme haben, wie einen verbesserten Zugang zu Krediten, Risiko-Management oder Unterstützung bei der Entwicklung von Infrastruktur (vgl. Guimaraes et al. 2020: 41).

Solche Fälle sind mir aber aus meiner Feldforschung in Chiapas nicht bekannt und auch die Proteste der KaffeeproduzentInnen im Juli 2022 gegen die Nestlé Fabrik in Veracruz sprechen nicht dafür, dass von Großkonzernen, die in Mexiko Kaffee zur Weiterverarbeitung kaufen, Unterstützungsprogramme ausgehen würden, die den KaffeeproduzentInnen mehr Vor- als Nachteile schaffen würden (vgl. Braunholz 2022; Desinformemos 2022).

Langzeit-Beziehungen zwischen ProduzentInnen und KundInnen gibt es in Chiapas, laut Aussagen der Beforschten (vgl. Interview 1, 2). Diese sind die Voraussetzung für direkten Handel, der in engerer Zusammenarbeit und eventuell in Unterstützungsprogrammen münden kann. ProduzentInnen und Kooperativen, die in den Interviews zur Sprache gekommen sind, sind darauf aus, langfristige Beziehungen zu ihren KundInnen aufzubauen und zu pflegen (vgl. Interview 1, 2, 4).

Kaffeekooperativen, denen sich KaffeeproduzentInnen anschließen können, sind an sich bereits ein Zwischenglied zwischen ProduzentInnen und KäuferInnen und machen den Handel mit Kaffee indirekter. Da die Warenkette von Kaffee so gestaltet ist, dass die KonsumentInnen des Kaffees oft an ganz anderen Orten sitzen als die ProduzentInnen, verschwimmt die Verwendung des Begriffes oft und auch Handel, der ZwischenhändlerInnen wie Kooperativen oder Kaffeeröster miteinschließt, wird als direkter Handel bezeichnet. Letztendlich geht es darum, den Handel als mehr oder weniger direkt zu klassifizieren, da ganz direkte Handelsbeziehungen zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen kaum bestehen.

Die Grenzen direkten Handels unterteilen sich nach Elisa Guimaraes et al. in 3 Kategorien (vgl. Guimaraes et al. 2020: 42):

- 1) Implementierung und Überwachung von direktem Handel
- 2) Konzeption und Regulation des direkten Handels
- 3) Zugänglichkeit und transformatives Potenzial

Zum ersten Punkt wird geschrieben, dass die Implementierung und die Überwachung direkten Handels Herausforderungen sind. Direkter Kontakt der ProduzentInnen zu KäuferInnen kann sich schwierig gestalten, besonders wenn RösterInnen und KaffeeproduzentInnen nicht aus dem gleichen Land sind. RösterInnen können aus Ländern des globalen Nordens stammen, während KaffeeproduzentInnen aus dem globalen Süden sind. Somit können Sprache, Kultur und soziale Klasse sehr unterschiedlich sein und zu den Schwierigkeiten, Kontakt herzustellen, beitragen. Diese Hindernisse lösen auch Misstrauen aus, sodass ProduzentInnen lieber mit lokalen Kanälen und Kooperativen zusammenarbeiten (vgl. Guimaraes et al. 2020: 44f.). Die Überwachung direkten Handels gestaltet sich schwierig, da der Begriff direkten Handels auch von Import-Kollektiven oder HändlerInnen beansprucht wird, die an sich aber bereits Zwischenglieder darstellen und den Handel indirekter machen (vgl. Aroma Zapatista, Café Libertad).

Der zweite Punkt „konzeptionell“ bezieht sich auf die schwierige Definition des Konzeptes direkten Handels. Es gibt zu direktem Handel kaum Daten oder Messergebnisse, die aus der Erforschung des Themas hervorgehen würden. Es wird hohes Engagement sowie Kenntnisse über die Zusammenhänge vonseiten der ProduzentInnen und KäuferInnen benötigt, um das Konzept zu verstehen und auch, um Kaffee zu finden, der diesem Konzept entspricht (vgl. Guimaraes et al. 2020: 43). Mit der regulatorischen Herausforderung oder Grenze aus dem zweiten Punkt ist gemeint, dass es sich schwierig gestaltet, den direkten Handel zu regulieren. Denn auch wenn in der Theorie deutlich wird, dass keine ZwischenhändlerInnen zwischen ProduzentInnen und KäuferInnen des Kaffees involviert sein sollen, gestaltet sich dies in der Praxis schwierig. Oftmals sind zumindest RösterInnen oder Kooperativen nach den ProduzentInnen involviert. RösterInnen können direkt vom Produzenten/von der Produzentin angefragt werden oder von ZwischenhändlerInnen den Kaffee kaufen, um ihn zu rösten. RösterInnen, die den Kaffee von ZwischenhändlerInnen kaufen, sind meist aus dem Ausland.

In diesem Fall können Schwierigkeiten entstehen, direkten Kontakt zu den ProduzentInnen herzustellen. Es besteht dann keine andere Möglichkeit für die KaffeerösterInnen, als den Kaffee von ImporteurInnen bzw. ZwischenhändlerInnen zu kaufen (vgl. Perfectdailygrind 2018).

Der dritte Punkt, der die Herausforderungen der Zugänglichkeit des Konzeptes des direkten Handels und das transformative Potenzial des Modells beschreibt, bezieht sich auf die zwangsläufig hohen anfänglichen Investitionen, um direkten Handel betreiben zu können. ProduzentInnen sowie RösterInnen müssen Zeit und Geld für Reisen investieren, um Kontakte knüpfen zu können, die direkten Handel fördern (vgl. Interview 4). Mehr hierzu wird in Kapitel 4.2 beschrieben.

2.5.3 Kooperativen und Import-Kollektive

Genossenschaften und Kooperativen sind Begriffe, die verwendet werden, um einen Zusammenschluss von Mitgliedern zu beschreiben. Es handelt sich um eine Form sozialer Organisation, die im Handelsregister eingetragen wird. Eine Genossenschaft oder Kooperative stellt als "juristische Person einen Sonderwirtschaftsverein" dar, dessen Ziel es ist, die gemeinsamen Interessen seiner Mitglieder zu verfolgen (vgl. Miller 2010: 4). Diese Interessen können von wirtschaftlichen Aktivitäten wie Produktion, Verteilung und Konsum von Gütern bis hin zu Dienstleistungen reichen. In Mexiko, wie auch andernorts, werden solche Sonderwirtschaftsvereine im Handelsregister eingetragen (vgl. Miller 2010; Ley General de Sociedades Cooperativas 2018: 3). In dieser Arbeit wird der Begriff der Kooperative weiterverwendet.

Kooperativen werden auch als "Selbsthilfeeinrichtungen" bezeichnet. Menschen oder Unternehmen schließen sich freiwillig einer Genossenschaft an, da sie gemeinsam bestimmte Ziele besser erreichen können als einzeln. Dabei übertragen die Mitglieder bestimmte Funktionen ganz oder teilweise auf einen gemeinsamen Geschäftsbetrieb, behalten jedoch ihre Selbstständigkeit (vgl. Stappel 2020: 3).

Die grundlegende Idee hinter einer Genossenschaft besteht darin, eine gemeinsame Macht gegen Marktstörungen und für spezifische Probleme zu schaffen (vgl. Denga 2021: 1203). Es herrscht eine demokratische Struktur, bei der jede Stimme unabhängig vom Kapitaleinsatz gleich viel zählt. Wie bereits erwähnt, schließen sich die Mitglieder einer Genossenschaft freiwillig zusammen, um sich gegenseitig wirtschaftlich zu fördern, sei es durch die Erschließung von Absatz- und Beschaffungsmärkten oder durch spezielle Dienstleistungen (vgl. Stappel 2020: 3).

Es gibt verschiedene Arten von Genossenschaften, wie zum Beispiel Einkaufsgenossenschaften, Bau-, Wohnungs- und Siedlungsgenossenschaften, Verwertungs- und Verkaufsgenossenschaften, Kreditgenossenschaften oder Nutzungsgenossenschaften (vgl. Stappel 2020). Das von mir untersuchte Beispiel der Kaffeekooperativen kann auch als Verwertungs- und Verkaufsgenossenschaft, ländliche Genossenschaft oder Agrargenossenschaft bezeichnet werden. Es wird aber im Folgenden weiter der Begriff der Kaffeekooperativen gebraucht.

Insgesamt besteht wenig Literatur zu Kooperativen, speziell in Mexiko fehlt es an Analysen und Forschung zu dem Thema. Auch von der Politik ausgehend, liegt kein Fokus auf den Kooperativen, die jedoch das Potenzial hätten, KaffeeproduzentInnen stärker zu fördern. Wie der Interviewte Fernando Celis betonte, wird von politischer Seite aus nicht mehr mit Kooperativen zusammengearbeitet (vgl. Interview 10). Wie später deutlich wird, werden durch die Unterstützungsprogramme der Regierung eher Individualpersonen gefördert, anstatt gemeinschaftliche Strukturen wie Kooperativen. Aus dem Grund werden im Folgenden die Kooperativen vorgestellt, die für diese Arbeit beforscht wurden.

Während der Feldforschung wurde Kontakt zu zwei in Chiapas vertretenen Kooperativen hergestellt: „Maya Vinic“ und „Mahomut“. Im Falle dieser Kaffeekooperativen werden die ProduzentInnen durch Trainings der technischen AgronomInnen der Kooperative unterstützt.

Die Kooperativen unterstützen die ProduzentInnen hinsichtlich produktiver Themen, Lieferungen, sie stellen Maschinen der Fruchtfleisch-Entfernung, Tanks der Fermentierung, biologische Produkte gegen Plagen oder Pflanzen zur Diversifizierung der Parzellen zur Verfügung (vgl. Interview 1, 2). Weiterhin unterstützen die Kooperativen die ProduzentInnen dahingehend, dass die ProduzentInnen regelmäßig und zu besseren Preisen als bei so

genannten „Coyotes“, ihren Kaffee verkaufen können. „Coyotes“ sind Mittelsleute, die den Kaffee aus den Regionen von ProduzentInnen kaufen, meist zu einem niedrigen Preis und ihn dann weiterverkaufen. Dieses Angebot ist für ProduzentInnen attraktiv, die direktes Geld benötigen, anstatt in dem Prozess der Kooperativen mitzulaufen und an diese zu vertreiben (vgl. Interview 5).

Bei den beforschten Kooperativen gestaltet sich der gesamte Prozess für die ProduzentInnen derart, dass die Kooperativen den Kaffee zu einem Preis kaufen, der etwas über dem Weltmarktpreis liegt, da ein Aufschlag für Fairtrade und einer für biologischen Kaffee hinzukommt. Zu Beginn der Kaffeeernte jeder Saison wird ein Kaufpreis von der Kooperative festgelegt und an die ProduzentInnen ausbezahlt. Am Ende der Periode werden Einnahmen und Gewinne kalkuliert und es wird ein angepasster Preis pro Kilo Kaffee an die ProduzentInnen bezahlt (vgl. Interview 1, 2). Die genauen Preise der Kooperativen und der ProduzentInnen meiner Feldforschung und damit die Möglichkeiten der einzelnen Ansätze einen besseren Preis zu erzielen, werden in Kapitel 4 verglichen.

Neben diesen beiden Kooperativen gibt es auch zwei Import-Initiativen, die als Beispiele für Kollektive angeführt werden, die solidarischen Handel betreiben wollen (vgl. Aroma Zapatista; Café Libertad). Die Kaffeekollektive „Aroma Zapatista“ und „Café Libertad“ sind Importeure, die für verschiedene Kaffeekooperativen aus Chiapas nach Deutschland, in den Hamburger Hafen importieren und die den Kaffee dann weiter vertreiben, unter anderem an das Café Gagarin aus Wien (vgl. Gagarin).

Kooperativen sowie Import-Initiativen sind Zwischenglieder zwischen den ProduzentInnen und den KäuferInnen des Cafés. Obwohl hier Zwischenglieder in der Warenkette vorhanden sind, wird von direktem Handel gesprochen (vgl. Café Libertad - Solidarischer Handel; Aroma Zapatista – Solidarischer Handel).

Von den Kollektiven „Café Libertad“ und „Aroma Zapatista“ wird versucht, die Kooperativen in Chiapas durch Fördergelder und über den Verkauf des Kaffees an KundInnen aus der Europäischen Union zu unterstützen (vgl. Interview 5, 9). Die Fördergelder unterscheiden sich bei den Kooperativen. Während vom Kollektiv „Café Libertad“ im Jahr 2022 100.000 Euro an

die Kooperativen ausbezahlt wurde, mit denen zusammengearbeitet wird, waren es bei „Aroma Zapatista“ nur ca. 800 Euro (vgl. Interview 5, 9).

Beide Import-Kollektive versuchen in gleichberechtigter Absprache mit den Kooperativen die Preise für Kaffee festzulegen. Außerdem besteht bei beiden Kollektiven keine Gewinnorientierung und es wird kostendeckend gearbeitet, sodass die MitarbeiterInnen in Hamburg bezahlt werden können und wirtschaftlich gearbeitet werden kann (vgl. Interview 5, 9). Soweit eine erste Vorstellung der Modelle der Kooperativen und Import-Kollektive. Eine tiefergehende Vorstellung und Analyse erfolgen in Kapitel 4.

2.5.4 Institutionelle Förderprogramme der KaffeeproduzentInnen in Chiapas

In Mexiko gibt es zwei staatliche Unterstützungsprogramme sowie weitere Institutionen, die die KaffeeproduzentInnen Mexikos unterstützen sollen, indem politische Maßnahmen ergriffen werden. Zu den Programmen gehören das „Programa de Bienestar“ und „Sembrando Vida“. Beide Programme wurden 2018 erstmals zur Verfügung gestellt und seitdem können sich ProduzentInnen hierfür bewerben. Im Folgenden werden zuerst die beiden Unterstützungsprogramme vorgestellt, um danach kurz die Organisation vorzustellen, die die Interessen der KaffeeproduzentInnen mexikowweit vertritt. Hiernach werden die Organisation Comité Nacional del Sistema Producto Café (CNSP) und die Organisation Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café (AMECAFE) näher betrachtet.

Während das Programm „Producción para el Bienestar“ ProduzentInnen im finanziellen Bereich sowie im agroökologischen Bereich dabei unterstützt, die Qualität der Produkte sowie die Produktivität zu erhöhen, zielt das Programm „Sembrando Vida“ darauf ab, die ProduzentInnen auch finanziell zu unterstützen, Bäume und Milpa zu pflanzen um Biodiversität zu schaffen und die Regenerierung der Erde zu fördern (vgl. Producción para el Bienestar; Sembrando Vida).

Für beide Programme können sich ProduzentInnen bewerben. Die ProduzentInnen der Case Studies 1 & 2, die in Kapitel 4.2 & 4.3 angeführt werden, waren in Unkenntnis der Möglichkeiten der Programme. Dies kann daran liegen, dass für diese Programme wenig

geworben wird. Die Organisatorin des Programmes „Sembrando Vida“ räumte ein, dass das Programm nahezu ausschließlich über Mund-zu-Mund-Propaganda beworben wird und ProduzentInnen sich Informationen selbst aus dem Internet suchen (vgl. Interview 6).

Die Programme sind außerdem exklusiv, da nicht alle ProduzentInnen teilnehmen können und die Hürde des Bewerbungsprozesses besteht (vgl. Interview 6).

Kriterium, um sich für das Programm bewerben zu können, ist für das Programm „Sembrando Vida“, dass der/die ProduzentIn ein Einkommen unterhalb der Armutsgrenze hat, die von CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) festgelegt wurde. Zudem muss er oder sie in einer im Programm vorgesehenen Gemeinde wohnen. Nach Chiapas fließen 19 Prozent der Programmressourcen und mit 80.000 TeilnehmerInnen befindet sich in Chiapas die höchste Anzahl der BezieherInnen des Förderprogramms (vgl. De Ita 2022: 18). Dennoch bleiben in Chiapas sechs Gemeinden aus dem Programm ausgeschlossen, die hohe Marginalisierung aufweisen. Somit ist das Programm, der Autorin nach, willkürlich verteilt und es fehlt an Breitenwirksamkeit (vgl. De Ita 2022: 19).

Dem Programm „Sembrando Vida“ wird darüber hinaus vorgeworfen, dass es Land, das vorher kollektiv genutzt wurde, zu Parzellen macht, individualisiert und somit von innen heraus die kollektive Organisation schwächt (vgl. De Ita 2022: 17).

Die beiden Programme „Sembrando Vida“ und „Producción para el Bienestar“ unterscheiden sich in dem, was den ProduzentInnen an finanzieller Unterstützung geboten wird. Jährlich erhalten diejenigen, die an „Sembrando Vida“ teilnehmen 6000 mexikanische Pesos pro Monat (vgl. Sembrando Vida 2022), während die TeilnehmerInnen von „Producción para el Bienestar“ zwischen 6200 Pesos und 24000 mexikanischen Pesos jährlich erhalten (Producción para el Bienestar 2023). Damit können beide Programme nur Anreize sein, um die Biodiversität, die Bodengesundheit, Kaffeepflanzen und damit die Kaffeequalität zu fördern. Nach De Ita stärken die Unterstützungsprogramme der Regierung nicht die gemeinschaftliche Organisation auf dem Land, sondern sie stärken neoliberale Strukturen. So werden ProduzentInnen und AkteurInnen vom Land durch die Programme besänftigt, es werden Aufstände vermieden und die AkteurInnen werden in das neoliberale System eingebunden (vgl. De Ita 2022: 27). Diese Kritik wird auch bei anderen Entwicklungsprogrammen geäußert, die wirtschaftliche Entwicklung stärken sollen. Letztendlich werden durch solche Programme

die grundlegenden neoliberalen Logiken und Strukturen nicht verändert, auch wenn ProduzentInnen davon begrenzt profitieren können.

Neben den beiden genannten Programmen gibt es diverse Organisationen der Bauern/Bäuerinnen, die für die Interessen der Vertretenen kämpfen. Die für den Kaffee zuständige, national übergreifende Organisation ist die CNOC, die „Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras“. Sie wurde 1988 gegründet (vgl. La Jornada 2015). Die Organisation versucht Politikberatung zu betreiben sowie KaffeeproduzentInnen zu unterstützen und zu informieren (vgl. Interview 10). Der CNOC entgegenstehende Interessen sind oft die der Agroindustrie, die in den letzten Jahren auch verstärkt politisch relevant geworden sind. Große Unternehmen unter der Führung von Nestlé, dem weltweit führenden Agrar- und Lebensmittelkonzern, üben einen starken Einfluss auf die Regierung und die Festlegung der Kaffeepolitik aus. Nestlé vereint die Unternehmen, die für die Vermarktung und den Verbrauch von Kaffee in Mexiko zuständig sind, wie AMSA, California, Dreyfuss, Olam und andere und ist damit eine der am stärksten repräsentierten Firmen (vgl. La Jornada 2015).

Damit nicht nur die Interessen der Agroindustrie Vertretung finden, wurden zwei weitere Organisationen von der mexikanischen Regierung aus gegründet, die die Kaffeepolitik voranbringen sollen. Auf der einen Seite gibt es das „Comité Nacional del Sistema Producto Café“ (CNSP) und die „Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café“ (AMECAFE). Die Institutionen sollen zwischen den verschiedenen politischen Ebenen der ProduzentInnen, der Industriellen und den unterschiedlichen Ebenen der Regierung vermitteln. Daneben sollen durch die Institutionen Expansionspläne ermöglicht werden, Mittel und Abkommen gefunden werden, um Normen zu definieren (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 189).

Die AutorInnen Muñoz-Rodríguez et al. kommentieren, dass die Institution CNSP die Interessen der ProduzentInnen kaum repräsentieren kann, da KaffeeproduzentInnen in der Organisation nicht vertreten sind. Darüber hinaus wird die Institution als finanziell von der Regierung abhängig bezeichnet, da finanzielle Beiträge der Mitglieder fehlen. Infolgedessen sei die Fähigkeit der Einflussnahme auf die Gestaltung der Kaffeepolitik gering ausgeprägt. Die AutorInnen schlussfolgern (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 192): „En suma, en los hechos el CNSP opera con una simple caja de resonancia de la política cafetalera establecida desde el

Gobierno” Übersetzung: Kurz gesagt, in der Praxis fungiert die CNSP lediglich als Resonanzboden für die von der Regierung festgelegte Politik des Kaffeebereichs.

Die zweite Institution, AMECAFE, wird ebenso als finanziell abhängig von der Regierung bezeichnet. Sie soll die Produktivität der KleinproduzentInnen steigern, die technische Ausbildung verbessern und damit die Qualität des mexikanischen Kaffees (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 192; Amecafe).

Seit der Gründung beider Institutionen im Jahr 1993 besteht bei beiden Institutionen die genannte finanzielle Abhängigkeit (Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 194): “A juzgar la dinámica la evidencia sugiere que el arreglo (de las instituciones) y las políticas mismas que hasta la fecha se han diseñado e implementado, están fuertemente orientadas a garantizar el control político de la compleja y heterogénea red de actores involucrados en el café” Übersetzung: "Die Dynamik lässt darauf schließen, dass das (institutionelle) Arrangement und die bisher konzipierte und umgesetzte Politik stark darauf ausgerichtet sind, die politische Kontrolle über das komplexe und heterogene Netz der am Kaffee beteiligten AkteurInnen zu gewährleisten.

Konkreter werden die Unterstützungsprogramme und die institutionelle Unterstützung ausgehend von der CNOC nochmal in Kapitel 4.7 analysiert. Die beiden Institutionen AMECAFE und CNSP können die Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen grundsätzlich erweitern, jedoch agieren die Institutionen nicht transparent für die Öffentlichkeit, weshalb hier schwer tiefergehende Aussagen getroffen werden können.

In Kapitel 2.5 wurde ein erster Überblick über die bestehenden Möglichkeiten zu Upgrading, direktem Handel, Kooperativen, Import-Kollektiven und institutioneller Unterstützung gegeben. Darauf folgend widmet sich das nächste Kapitel den geschichtlichen Entwicklungen Mexikos entlang der Warenkette von Kaffee in den letzten Jahren. Diese bilden den generellen Kontext, in dem sich Kaffee als Produkt, das hauptsächlich exportiert und außerhalb des Landes Mexiko konsumiert wird, bewegt und eingebettet ist.

3. Strukturelle und politische Rahmenbedingungen für KaffeeproduzentInnen Mexikos

In Kapitel 3.1 werden internationalisierte Produktionsstrukturen abgebildet, wobei in Kapitel 3.2 auf die internationale Arbeitsteilung entlang der Warenkette eingegangen wird. Darauf aufbauend werden in Kapitel 3.3 Aufbau & Struktur der Warenkette von Kaffee näher beschrieben und in Kapitel 3.4 die Auswirkungen neoliberaler Politiken auf die Kaffeeproduktion.

3.1 Internationale Produktionsstrukturen

In den letzten Jahrzehnten haben sich Produktionsprozesse innerhalb von nationalen Ökonomien hin zu einer internationalen Ausrichtung verändert. Durch die Globalisierung wurden Aktivitäten international verstreut, da es zu einer Fragmentierung der Produktionsprozesse kam. Dadurch kam es zum Anstieg des Handels mit Zwischenprodukten, Rohstoffen, Halbfertigprodukten und Produktteilen oder Komponenten. Viele Länder, die hierfür in den Weltmarkt integriert wurden, entwickelten sich zu Sachgüterexporteuren (vgl. OECD 2013, in Stöllinger 2021: 57). Traditionelle Handelsströme, die vor der Neustrukturierung der Produktionsprozesse vorzufinden waren, bezogen sich auf den Handel mit Endgütern, auch Finalgüter genannt. Der Handel, der heute vorrangig in Produktionsnetzwerken stattfindet, ist im Gegensatz dazu Handel von Zwischenprodukten.

Globalisierungsprozesse und die daraus resultierende internationale Arbeitsteilung haben neben manchen Vorteilen viele negative Auswirkungen mit sich gebracht, insbesondere für den globalen Süden. Die Gegebenheiten im globalen Süden, wie das „Überangebot an billigen Arbeitskräften“ und die niedrigen Umweltstandards, dienen als Grundlage für transnationale Unternehmen, Mehrgewinne zu erzielen (vgl. Buckel 2012: 86). Weiters können ökologische Kosten der Produktion wie erhöhte CO₂-Emissionen, lange Transportwege, die den Klimawandel begünstigen und die Ausbeutung von regionalen Ressourcen als negative Auswirkungen dieser Entwicklungen genannt werden. Der Export von Rohstoffen und Arbeitstätigkeiten aus dem globalen Süden werden zudem vom Weltmarkt unterbewertet,

wodurch ungleiche Marktbeziehungen und eine asymmetrische Wohlstandsverteilung verstärkt werden (vgl. Lipke 2010: 32ff.). Die Fragmentierung des Produktionsprozesses sowie die finanzielle Unterbewertung des Rohstoffs und der Produktion findet ebenfalls bei dem Produkt Kaffee statt. Verteilungskonflikte werden begünstigt und eine ungleiche Gewinnverteilung wird strukturell gefestigt, wodurch hohe soziale Kosten für die KaffeeproduzentInnen verursacht werden. Die Liberalisierung des Handels, der Abschluss von Freihandelsabkommen und wenig Mitbestimmungsrechte der KaffeeproduzentInnen führen zu schlechten Lebensbedingungen der ProduzentInnen, zur Aufgabe der Kaffeeproduktion oder sogar zur Auswanderung der ProduzentInnen (vgl. Hernández Sánchez 2019: 12).

Die Tendenz zunehmender ungleicher Wohlstandsverteilung steht in direkter Verbindung mit der internationalen Arbeitsteilung und hat ihre Wurzel im Kolonialismus der letzten fünf Jahrhunderte (vgl. Buckel 2012: 81). Die Etablierung des Neoliberalismus verstärkte diese Phänomene: Durch Freihandelsabkommen, die verstärkte Finanzialisierung von Gütern und die Spekulation mit Preisen an den Börsen werden Einkommen von ProduzentInnen heutzutage von InvestorInnen bestimmt (vgl. Clapp 2014: 798). Der ungleiche Tausch und seine Bedingungen innerhalb der internationalen Arbeitsteilung müssen in Zusammenhang mit diesen Konzepten betrachtet werden. Im folgenden Kapitel wird daher näher auf die internationale Arbeitsteilung eingegangen.

3.2 Internationale Arbeitsteilung

Die internationale Arbeitsteilung gewann immer mehr an Bedeutung. Dies geschah durch den Abbau von Zöllen und die geringeren Kosten grenzüberschreitenden Handels, dem Übergang zu flexiblen Wechselkursen, sowie Fortschritte in der Technologie, welche wiederum die Transport- und Kommunikationskosten reduzierten (vgl. Petersen 2020).

Weiters hat dieser Prozess dazu geführt, dass transnationale Unternehmen an Macht gewonnen haben, und damit verstärkt Druck auf Nationalstaaten ausüben können. Mit dem Einzug des neoliberalen Wirtschaftssystems ab den 1970er Jahren wurde diese Tendenz nochmals verstärkt (vgl. Lipke 2010: 25). Der vorher erwähnte Transfer der

Arbeitsleistung aus den Peripherien an die Zentren kann auch nicht durch Gelder der Entwicklungshilfe ausgeglichen werden (vgl. Lipke 2010: 5ff.).

Transnationale Unternehmen, vorrangig aus den USA, der EU und dem ostasiatischen Raum haben an Macht gewonnen und bestimmen die internationale Produktionsstruktur. Heute werden zwei Drittel des Welthandels von Unternehmen dieser Regionen bestimmt (vgl. Buckel 2012: 83). Einige Staaten des globalen Südens konnten durch die Globalisierung zwar ökonomisch profitieren, für einen Großteil hat sich die Situation jedoch verschlechtert.

Die im vorigen Kapitel angesprochene Fragmentierung des Produktionsprozesses, die zur internationalen Arbeitsteilung führte, zeigt sich anhand globaler Warenketten. Innerhalb dieser wird in jeder Produktionsstufe Wert zum Produkt hinzugefügt. Es besteht eine intensivere Arbeitsteilung als in traditionellen Handelsströmen besteht und damit ein stärkerer Hang zur Spezialisierung (vgl. Antràs 2020: 553).

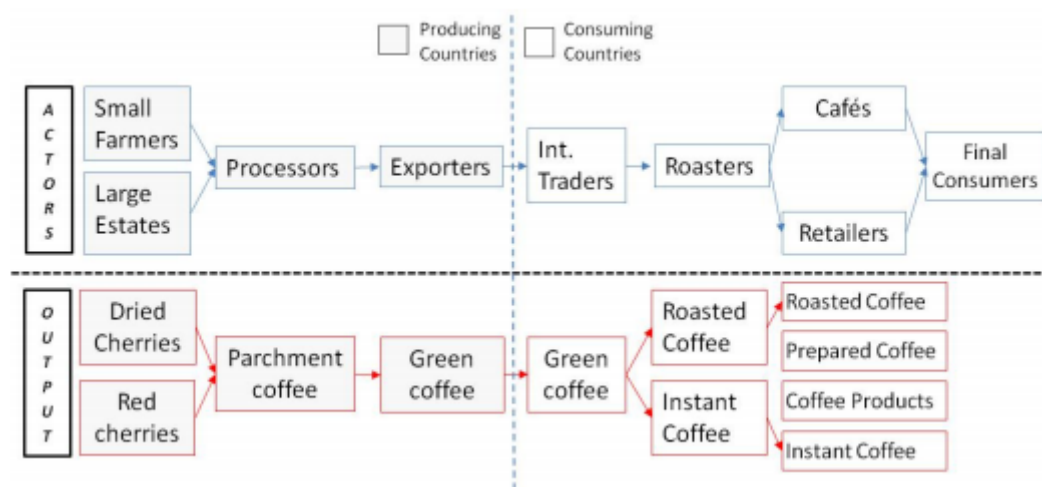
Es gibt zwei Typen der Integration in den Warenketten-Handel. Man spricht von einer vorwärtsgerichteten Integration in eine Warenkette, wenn Güter, wie zum Beispiel Rohstoffe, in einem anderen Land weiterverarbeitet werden. Dabei werden Tätigkeiten im Produktionsprozess werden ausgeführt, die noch vom Endstadium des Produktes entfernt liegen. Länder, die vorwärtsgerichtet in den Weltmarkt- und Warenkettenhandel integriert wurden, sind mit einem „upstream component“ integriert. Auf der anderen Seite spricht man von der rückwärtsgerichteten Integration, wenn importierte Zwischengüter für den Export weiterverarbeitet werden, hier besteht eine Integration durch einen „downstream component“ (vgl. Fischer et al. 2021: 17f.). Mexiko ist demnach mit einem „upstream component“ in der Warenkette integriert. Der Kaffee wird in Mexiko produziert. Die ProduzentInnen verkaufen oft grünen Kaffee oder gerösteten Kaffee. Gerösteter Kaffee kann das Endprodukt sein oder es findet eine Weiterverarbeitung zu löslichem Kaffee oder KaffEEKapseln von agroindustrieller Seite statt.

Wie die Warenkette von Kaffee aufgebaut ist und welche internationale Produktions- und Vermarktungsstruktur besteht, wird im folgenden Kapitel aufgezeigt.

3.3 Die Warenkette von Kaffee

Die globalen Warenketten von Kaffees bestehen aus verschiedenen zentralen Knotenpunkten. Auf der einen Seite befinden sich kleine ProduzentInnen oder Bauern/Bäuerinnen, die Flächen bewirtschaften, und auf der anderen Seite gibt es weiterverarbeitende Industrien und Exporteure. Der Export von rohen, unverarbeiteten Kaffeebohnen wird von internationalen HändlerInnen durchgeführt, bevor er über verschiedene Kanäle weiterverarbeitet, verkauft und verteilt wird. In der folgenden Grafik werden die verschiedenen Akteure entlang der Warenkette dargestellt (vgl. Grafik 2).

Grafik 2: Aufbau der Warenkette von Kaffee



Quelle: Tröster 2015: 9

Der Autor Bernhard Tröster unterscheidet zwischen kaffeeproduzierenden und kaffeekonsumierenden Ländern, wobei die produzierenden Länder im globalen Süden und die konsumierenden Länder im globalen Norden liegen. Tröster zufolge sind die Länder, die rohe Kaffeebohnen exportieren, hauptsächlich Länder mit niedrigem und mittlerem Einkommen. Hingegen werden geröstete Kaffeebohnen überwiegend von Ländern mit hohem Einkommen wie Europa und Nordamerika exportiert (vgl. Tröster 2015: 8). Diese Aussage wurde sowohl für das Jahr 2020 als auch für 2021 bestätigt (vgl. Tabelle 1, 2).

An der Spitze der exportierenden Länder gerösteten/entkoffeinierten Kaffees ist noch die Schweiz hervorzuheben. Die Schweiz scheint die Formel für rentable Geschäfte innerhalb der bestehenden Strukturen erkannt zu haben: „comprar barato a los países productores, agregarle valor y vender caro en los países consumidores que han aceptado con singular

apetito las cápsulas de café creadas y manufacturadas en el país de la cruz roja” (Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 18). Übersetzung: Günstig in den produzierenden Ländern kaufen, Wert hinzufügen und teuer an die Konsumentenländer verkaufen, die mit einzigartigem Appetit die Kaffeekapseln akzeptiert haben, die im Land des roten Kreuzes kreiert und verarbeitet wurden.

Tabelle 1: Kaffee-Exporte (2020, in Mio. US\$)

Grüner Kaffee *		Gerösteter/entkoffeinierter Kaffee **	
Brasilien	\$ 4.973,73	Schweiz	\$ 2.847,84
Kolumbien	\$ 2.453,94	Italien	\$ 1.644,57
Vietnam	\$ 1.943,55	Deutschland	\$ 1.607,50
Deutschland	\$ 1.020,22	Fankreich	\$ 1.383,53
Indonesien	\$ 809,68	Niederlande	\$ 712,90
Äthiopien	\$ 795,80	USA	\$ 632,45
Guatemala	\$ 651,96	Canada	\$ 384,88
Peru	\$ 639,93	Polen	\$ 339,56
Uganda	\$ 514,19	United Kingd	\$ 300,56
Indien	\$ 461,67	Belgien	\$ 235,88
Nicaragua	\$ 438,20	Spanien	\$ 184,09
Costa Rica	\$ 325,62	Tschechien	\$ 167,84
Mexico	\$ 291,47	Schweden	\$ 135,21

*HS 090111 and HS 090112, **HS 090121 and HS 090122

Quelle: UN Comtrade

Tabelle 2: Kaffee-Exporte (2021, in Mio. US\$)

Grüner Kaffee *		Gerösteter/entkoffeinierter Kaffee **	
Brasilien	\$ 5.804,69	Schweiz	\$ 3.591,91
Kolumbien	\$ 3.106,94	Italien	\$ 2.029,89
Vietnam	\$ 2.120,88	Deutschland	\$ 1.805,73
Äthiopien	\$ 1.186,00	Fankreich	\$ 1.375,14
Honduras	\$ 1.287,77	Niederlande	\$ 815,00
Deutschland	\$ 1.199,10	USA	\$ 659,40
Guatemala	\$ 926,60	Canada	\$ 457,78
Indonesien	\$ 843,25	Polen	\$ 387,24
Peru	\$ 756,81	United Kingd	\$ 296,54
Indien	\$ 623,86	Belgien	\$ 268,43
Nicaragua	\$ 507,90	Spanien	\$ 227,84
Costa Rica	\$ 327,15	Tschechien	\$ 172,63
Mexico	\$ 302,17	Schweden	\$ 156,05

*HS 090111 and HS 090112, **HS 090121 and HS 090122

Quelle: UN Comtrade

Wie anhand der beiden Tabellen sichtbar wird, exportiert Mexiko grünen Kaffee. Der Export, die Röstung und der Verkauf liegen in den meisten Fällen nicht mehr in den Händen der ProduzentInnen und findet großteils in anderen Ländern statt. Damit ist Mexiko, mit Kaffee als „upstream component“, vorwärtsgerichtet in die Warenkette von Kaffee eingebunden, wie bereits vorher erwähnt. So verbleibt der Gewinn, der durch die Weiterverarbeitung und den Export erlangt wird, in den meisten Fällen nicht bei den ProduzentInnen oder in ihren Ländern. Dies ist ein erster Hinweis darauf, dass keine gleichwertige Wertverteilung entlang der Warenkette von Kaffee vorhanden ist, weil ein höherer Mehrwert erst bei der Weiterverarbeitung entsteht. Die Aufgabe der Rohstoffproduktion verbleibt in den Ländern des globalen Südens, während die Mehrwertproduktion in den Ländern des globalen Nordens stattfindet (vgl. Tröster 2015: 8).

Aus diesen Daten wird deutlich, dass historisch etablierte Strukturen der internationalen Arbeitsteilung weiterhin bestehen und dazu beitragen, Ungleichheiten zu reproduzieren. Eine ungleiche Werte- und Machtverteilung resultiert aus den Strukturen der internationalen Produktion und der internationalen Arbeitsteilung. Vergleicht man Tabelle 1 und 2 wird auch klar, dass es auf der rechten Seite, der exportierenden Länder des gerösteten Kaffees, keinerlei bemerkenswerte Veränderungen gab. Daraus ergibt sich, dass diese Länder ihre Position entlang der Warenkette von Kaffee festigen konnten. Dies weist erneut auf die gefestigten Strukturen seit Kolonialismus und Imperialismus hin, die für KaffeeproduzentInnen Grenzen darstellen, ihren Kaffee höherpreisig zu verkaufen. Abgesehen davon sind auf der linken Seite der Tabellen wenig Veränderungen zu bemerken, nur leichte Verschiebungen einiger Länder, wobei Mexiko auf Platz 13 der exportierenden Länder verbleibt (vgl. Tabelle 1, 2).

Analysiert man die Warenkette weiter nach dem Global Value Chain Ansatz, wird unterschieden zwischen Warenketten, die von KäuferInnen gesteuert werden und solchen, die von ProduzentInnen gesteuert werden. Bei den von KäuferInnen gesteuerten Warenketten nehmen ExporteurInnen und HändlerInnen eine intermediäre Rolle ein. Sie kaufen das Produkt von ProduzentInnen und verkaufen es an GroßhändlerInnen, Cafés, oder sie exportieren. Damit geben sie Standards bezüglich Preisen und Qualität an ProduzentInnen

weiter, die von KäuferInnen verlangt werden. Dies ist für exportorientierte Warenketten oftmals charakteristisch (vgl. Gereffi et al. 2010: 12327).

Bei produzentengesteuerten Ketten spielen die LebensmittelherstellerInnen eine wichtige Rolle bei der Organisation von Lieferketten. Obwohl sie zunehmend von großen EinzelhändlerInnen herausgefordert werden, liegt ihre Macht in der Lieferung und Verarbeitung wichtiger Rohstoffe, wie z. B. hochwertige Bohnenkulturen. Dennoch sind HändlerInnen und HerstellerInnen leitende AkteurInnen. Wie auch bei den von KäuferInnen gesteuerten Warenketten fordern HändlerInnen die Standards, die von weiterverarbeitenden Firmen verlangt werden und sind somit entscheidend für die Implementierung und Normierung von Standards bezogen auf Preise sowie Qualität (vgl. Gereffi et al. 2010: 12327).

Es lässt sich daraus schließen, dass die Warenkette von Kaffee exportorientiert und von KäuferInnen gesteuert ist. Obwohl die ProduzentInnen Rohstoffe exportieren und die Warenkette auch als produzentengesteuert bezeichnet werden kann, haben ProduzentInnen wenig Gestaltungsspielraum bei der Preissetzung. Die Zunahme der Macht von weiterverarbeitenden Industrien wird im Rahmen der Marktliberalisierungen beschrieben. So sank der Anteil, den KaffeeproduzentInnen am Produkt verdienen, von 20% in den Jahren 1981-1989 auf 13% in den Jahren 1989-1995 (vgl. Gereffi et al. 2010: 12329).

Auch Gereffi, Beauvais und Lee stellen die weitergehende These auf, dass transnationale Agrar- und Lebensmittelunternehmen Kleinbauern/Kleinbäuerinnen aus Entwicklungsländern in globale „sourcing networks“ einbinden. Somit ist die Entwicklung zu konstatieren, dass Macht in globalisierten Agrar- und Lebensmittelketten sich zugunsten der HändlerInnen verschoben hat, anstatt zugunsten der ProduzentInnen (Gereffi et al. 2010: 12326).

In diesem Kapitel wurden die Strukturen aufgezeigt, in die KaffeeproduzentInnen tendenziell eingebunden sind und die sie in ihren Handlungsmöglichkeiten, Preise zu erhöhen oder eine verbesserte Position entlang der Warenkette einzunehmen, beschränken. Wie anhand der Case Studies deutlich wird, sind nicht alle KaffeeproduzentInnen in die aufgezeigten internationalen Strukturen der Produktion und Arbeitsteilung eingebunden und nur in manchen Fällen besteht ein Bewusstsein über die Strukturen, was zu Gegenbewegungen führen kann (vgl. Case Study 2).

Im folgenden Kapitel werden Machtverhältnisse zwischen Unternehmen und ProduzentInnen genauer dargestellt, die seit den 1970er Jahren festzustellen sind und bis heute vorherrschen.

3.4 Ausbeutungs- und Machtverhältnisse zwischen Agroindustrie und Kleinbauern in Mexiko

Um die Ausbeutungs- und Machtverhältnisse zwischen der Agroindustrie und Kleinbauern/-bäuerinnen in Mexiko tiefergehend zu analysieren, gehe ich auf die Betrachtungen von Armando Bartra ein. Bartra schließt mit seinen Überlegungen an die von Karl Marx an, denn er behandelt die Verbindungen zwischen der marxistischen Doktrin und der lateinamerikanischen Realität (vgl. Starcenbaum 2017: 122).

Der Autor Armando Bartra geht näher auf die Gründe für eine tendenzielle Verarmung von ProduzentInnen des agrikulturellen Sektors Mexikos ein. Er führt aus, dass die Produkte der ProduzentInnen und des Kapitals von gleicher Natur sind, sich aber dadurch unterscheiden, dass sich der Wunsch nach Verwertung des Mehrwerts in Form der Herrschaft über die Produktionspreise ausdrückt (vgl. Bartra 2006: 246). Damit verweist der Autor auf das Bestreben des Kapitals, die Preise der Produktion niedrig zu halten. Der/die ProduzentIn verkauft, um sich erhalten und reproduzieren zu können, während das Kapital verkauft, um Profit zu machen und nur unter dieser Bedingung den Tausch akzeptiert. Der/die ProduzentIn muss seine/ihre Ware in der Regel zu einem Marktpreis abgeben, der unter ihrem Wert und Produktionspreis liegt, weil er/sie im Gegensatz zum Kapital nicht aufhören kann zu verkaufen, weil er/sie sich sonst gar nicht erhalten könnte und keinen Gewinn erzielt (vgl. ebd.). Der/die ProduzentIn kann diesen ökonomischen Rahmen weder ändern noch variabel nutzen. Das Kapital entscheidet über die Preise. Wegen der Konkurrenz zu anderen Unternehmen senkt das Kapital die Preise oder es erzwingt durch Konkurrenz und Wettbewerb die Beibehaltung der niedrigen Preise. ProduzentInnen können ihre Produktionsmittel nicht durch andere, profitablere Investitionen ersetzen, noch kann er/sie verhindern, dass das Kapital, das die Produkte kauft, die bäuerlichen Waren systematisch unter dem Produktionspreis hält (vgl. ebd.). Während des Produktionsprozesses erzeugt der/die ProduzentIn einen Überschuss, der im Moment des Tausches an das Kapital übertragen wird und das Ausbeutungsverhältnis

reproduziert: “El intercambio de no equivalentes y las transferencias que entraña son fenómenos que corresponden al ámbito de la circulación y que se refieren a la distribución de la plusvalía entre diferentes sectores, ramas o capitales individuales” (ebd.: 248). Übersetzung: Der Austausch von Nicht-Äquivalenten und die damit verbundenen Übertragungen sind Phänomene, die der Zirkulationssphäre entsprechen und die sich auf die Verteilung des Mehrwerts zwischen verschiedenen Sektoren, Branchen oder Kapitalen beziehen. Hiermit will der Autor sagen, dass der Schlüssel zur Ausbeutung der ProduzentInnen in der Gesamtheit der Produktion und Zirkulation der Produkte zu finden ist.

Anhand der vorangestellten Überlegungen wird deutlich, dass die ProduzentInnen keinen großen Einfluss auf den mehrteiligen Produktionsprozess oder die Preisgestaltung haben. Der Logik des Kapitalismus zufolge hätten die ProduzentInnen nur dann mehr Einfluss, wenn sie über mehr finanzielle Mittel verfügten. Dann könnten sie an der Börse investieren, um die Preise zu beeinflussen. Näheres dazu wird im kommenden Kapitel erläutert. Aus diesem Grund verarmen viele ProduzentInnen und verlagern ihren Fokus auf Subsistenz. Organisierte ProduzentInnen bildeten offensive Bewegungen gegen die schlechten Bedingungen und für die Rückeroberung des Landes. Blanca Rubio führt an, dass in den sechs Jahren von 1970 bis 1976 Landnahmeaktionen die wichtigste Form der Mobilisierung waren und im Jahr 1976 ihren Höhepunkt erreichten (vgl. Rubio 1987: 23). Die Autoren Bartra und Rubio heben hervor, dass die Industrialisierung Mexikos auf der Ausbeutung der ProduzentInnen beruht. Die Landwirtschaft generell wird als ein untergeordneter Zweig der Industrie bezeichnet. Ein weiteres Schlüsselwort, das Blanca Rubio in diesem Zusammenhang verwendet, ist „el dominio industrial“ / die industrielle Herrschaft, die sich auf die Unterwerfung der landwirtschaftlichen Arbeitskräfte und der Produktion stützt (Rubio 1987: 36). Die Industrie treibt seit der Industrialisierung die Veränderungen voran, die den Bedürfnissen des Produktionssektors entsprechen (vgl. Rubio 1987: 37).

Die importsubstituierende Industrialisierung war ein politisches Modell, das bis in die 1970er Jahre in einigen Ländern Lateinamerikas präsent war. Nach dem zweiten Weltkrieg hatte sich die westliche Auffassung, dass Entwicklung, wie bei den USA als Vorbild, nachzuholen sei und Modernisierung zu verfolgen wäre. Im Rahmen dessen wurde die Strategie der importsubstituierenden Industrialisierung verfolgt, eine Ausrichtung auf autozentrierte

Entwicklung und soziale Reformen der einzelnen Länder fand statt. Dies war die Strategie, mit der die „Comision Economica Para America Latina“ (CEPAL) die UN-Kommission für wirtschaftliche Entwicklung in Lateinamerika vorhatte, Entwicklung und Modernisierung für Lateinamerika nachzuholen (vgl. Matis & Bachinger 2004: 5). Die Vertreter der CEPAL sahen aus einer historischen Perspektive die strukturelle Unterordnung Lateinamerikas seit der Kolonialzeit und stellten die komparative Kostentheorie Ricardos infrage, die besagte, dass jedes Land sich auf die am günstigsten zu produzierenden Güter spezialisieren sollte (vgl. Kaller-Dietrich & Mayer 2005: 5).

In der letzten Phase des Modells der importsubstituierenden Industrialisierung (ISI), das bis in die 1970er Jahre politisch präsent war, waren die niedrigen Gewinne der Unternehmen und des Kapitals in Mexiko für den Niedergang entscheidende Gründe. Diese kamen dadurch zustande, dass die Reallöhne schneller stiegen als die Arbeitsproduktivität. Obwohl das Kapital die ProduzentInnen wie beschrieben ausbeutete, sank der reale Profitanteil der Unternehmen (vgl. Rubio 2012: 81). In dem Maße, wie die Gewinnquote sank, gingen auch die Investitionen in der Region zurück. Die Folge waren eine höhere Arbeitslosigkeit und eine schwere Rezession, von der die Landwirtschaft zwischen 1966 und 1976 betroffen war (vgl. ebd.: 82). Zwischen 1970 und 1982 reichte die Produktion nicht mehr aus, um die Bevölkerung zu ernähren (vgl. Rubio 1996: 117). Das ISI-Modell war an seine Grenzen gestoßen und der wirtschaftliche Schwerpunkt verlagerte sich auf Liberalisierungsmaßnahmen, wie Nahrungsmittelimporte aus anderen Ländern. Strukturanpassungsprogramme sowie die Verschuldung beim Internationalen Währungsfonds und der Weltbank folgten in den 1980er Jahren. Während die Löhne der Arbeiter zwischen 1970 und 1976 um 7,7% stiegen, sanken sie zwischen 1983 und 1988 um -9,60% (vgl. Rubio 2012: 83).

In diesem Kapitel wurde die Ausbeutung agrikultureller ProduzentInnen als Grundlage der Industrialisierung beschrieben, die sich auch während der politischen Phase des ISI-Modells hielt und die letztendlich zur Umstrukturierung der Politik und zur Einführung neoliberaler Wirtschaftsmaßnahmen führte. Die Dominanz neoliberaler Politik hält sich bis heute und beeinflusst die KaffeeproduzentInnen Mexikos und auch aus Chiapas dahingehend, dass es zwar politische Unterstützungsprogramme der Regierung für Klein- und mittelgroße ProduzentInnen gibt, aber die grundsätzlich beschriebenen Strukturen zwischen Kapital und

ProduzentInnen nicht dabei unterstützen, dass sich der Gestaltungsspielraum von KaffeeprduzentInnen hinsichtlich der Preisgestaltung und der Stabilität der Verkaufsmengen ändert. Viele Unternehmen und somit die agrikulturelle Industrie kauft vielen ProduzentInnen ihren Kaffee ab, beeinflusst die Preise an der Börse und fixiert die ungleichen Verdienstmöglichkeiten entlang der Warenkette von Kaffee.

Im nächsten Kapitel wird ausführlich auf die Auswirkungen neoliberaler Wirtschaftsweisen für die KaffeeproduzentInnen in Mexiko ab den 1980er Jahren eingegangen (Kapitel 3.5). Damit wird die Phase nach dem politischen Modell der importsubstituierenden Industrialisierung thematisiert und die Position Mexikos entlang der Warenkette von Kaffee verdeutlicht. In Kapitel 3.5.1 werden Entwicklungen des Finanzmarkts und der Preisgestaltung angeführt. Als letzter Teil des nächsten Kapitels werden in Kapitel 3.5.2 die Auswirkungen der Finanzialisierung auf die Kaffeepreise in Mexiko thematisiert.

3.5 Neoliberalismus und seine Auswirkungen auf die Kaffeeproduktion in Mexiko

Grundsätzliche Betrachtungen der Wirtschaft ab den 1950er Jahren zeigen, dass die Welt spätestens seit den 1990er Jahren zunehmend und fast ausschließlich neoliberal strukturiert wurde und sich Strategien des privatwirtschaftlichen Sektors durchsetzten. Unternehmen schaffen zwar auch "freiwillig" arbeitnehmerfreundlichere oder umweltfreundlichere Standards, jedoch entstehen diese oft erst als Reaktion auf den Druck der Zivilgesellschaft. Solche Standards und Normen basieren auf dem Vertrauen zwischen den AkteurInnen entlang der Warenkette und nicht auf gesetzlichen Vorschriften (vgl. Brugger 2017: 6). Regulierungen, die vorher staatlich etabliert worden waren, wurden im Zuge der Liberalisierung des Marktes ab den 1980er Jahren in vielen Fällen wieder abgeschafft. Diese Entwicklungen bildeten sowohl die Grundlage für die Entstehung von Kaffeekooperativen als auch für Widerstand gegen die Liberalisierungen und die Maßnahmen der Regierung Mexikos. Beispielhaft dafür wird auf die widerständige Gruppe der Zapatistas in Kapitel 4.5 näher eingegangen.

Die ökonomischen Veränderungen, die mit dem Neoliberalismus einhergingen, werden am Beispiel Mexikos mit der Abschaffung oder Auflösung der Institution „Instituto Mexicano del Café“ (INMECAFE) deutlich. Die Institution förderte, seit ihrer Gründung im Jahr 1958, den

Vertrieb und die Verarbeitung des Kaffees und unterstützte kleine und mittelgroße ProduzentInnen dabei, ihre Ernte zu verkaufen. Obwohl anhand meiner Forschungen bei den Fallbeispielen klar wurde, dass die Institution nicht für alle KaffeeproduzentInnen Mexikos eine direkte Rolle spielte und bei einigen ProduzentInnen unbekannt ist (vgl. Interview 4, 10), betonte der Organisator der CNOC, Fernando Celis, dass es durch die Institution doch positive Auswirkungen gab. Dies kam dadurch zustande, dass von den partizipierenden Ländern Preise für den Kaffee festgelegt wurden.

Die ICO war die internationale Organisation der kaffeeproduzierenden Länder, deren Partner und Mitglied die Institution INMECAFE war. Die festgelegten Kaffeepreise stellten eine Orientierung für die KaffeeproduzentInnen Mexikos dar, sodass ProduzentInnen nicht nur von den Angeboten der AbnehmerInnen abhängig waren (vgl. Interview 10). Abkommen zwischen INMECAFE und der ICO (International Coffee Organization) wurden getroffen, um für Preisstabilisierungen und gute Verkaufsbedingungen zu sorgen. In den 1980er Jahren mit der ökonomischen Krise, kam es zum Bruch der Vereinbarungen, die von INMECAFE und ICO getroffen worden waren. Im Jahr 1993 wurde die Institution aufgelöst, was zu einer großen Preisunsicherheit führte. Kurz darauf scheiterte auch das "Internationale Kaffeeabkommen", das faire Preismaßstäbe und eine stabile Abnahmemenge seitens der konsumierenden Länder festlegte, um insgesamt für mehr Stabilität zu sorgen. Bis zum Jahr 2005 herrschte eine wenig profitable Periode für KaffeeproduzentInnen, da die Weltmarktpreise stark schwankten (siehe Grafik 3). Dies führte zu sozialen und wirtschaftlichen Krisen in den Kaffeeanbauregionen Mexikos (vgl. Rojas Herrera & Olguín Pérez 2013: 120).

Grafik 3: Fairtrade- und Marktpreise von Kaffee (1989-2014)



Quelle: Dragusanu et. al 2014: 220

Nach dem Scheitern des Abkommens existierte ein Überangebot an Kaffee, was wiederum zu einem starken Preisverfall führte. Abgesehen von zwei Spitzen in den frühen und mittleren 1990er Jahren blieben die Kaffeepreise auf dem Weltmarkt zwischen 1989 und 2010 jedoch sehr niedrig. Die Grafik zeigt, dass der Fairtrade-Preis zumindest bis zum Jahr 2010 eine Besserstellung für teilnehmende ProduzentInnen sowie eine Stabilisierung des Preises erwirken konnte. Dennoch nehmen an Fair Trade nicht alle ProduzentInnen teil und die grundsätzliche Struktur der internationalen Arbeitsteilung wird dadurch nicht beeinflusst (vgl. Mayer 2003: 211).

Im Jahr 2007 wurde ein neues International Coffee Agreement ausgehandelt, von 42 exportierenden und sieben importierenden Ländern. Die Auswirkungen hiervon werden in der Literatur kaum analysiert und sind es Wert, eingehender untersucht werden, um aktuelle Entwicklungen nachvollziehbar zu machen. Klar ist zumindest, dass es kein Quotensystem mehr gibt, wie zu Zeiten der Institution INMECAFE. Durch dieses Quotensystem wurde zwischen den teilnehmenden Ländern die Menge festgelegt, die jedes Land an Kaffee exportieren durfte. Somit konnten Angebot und Nachfrage kalkuliert und für stabilere Preise als zum aktuellen Zeitpunkt gesorgt werden (vgl. Interview 10).

Deshalb kann das Fazit gezogen werden, dass das im Jahr 2007 ausgehandelte Abkommen gegen vorherrschende Dynamiken der neoliberalen Wirtschaftspolitik und Finanzialisierung kaum etwas ausrichten kann. Nachdem die Institution INMECAFE sich im Jahr 1993 auflöste, suchten ProduzentInnen Autonomie von Regierungsinstitutionen sowie von neuen AkteurInnen, die sich in Folge von Liberalisierungen auf dem Markt etablierten. Dadurch bildeten sich die Kaffeekooperativen. Mit der Zeit verringerte sich die Präsenz dieser Zusammenschlüsse wieder. Aufgrund von Preisschwankungen, technischen und administrativen Defiziten konnten sich nicht alle Kooperativen im Wettbewerb durchsetzen und bestehen bleiben (vgl. Rojas Herrera & Olguín Pérez 2013: 123). Die geschilderten Entwicklungen werden in den Bundesstaaten Veracruz, Oaxaca und Chiapas ähnlich beschrieben (vgl. Rojas Herrera & Olguín Pérez 2013; Nessel 2012).

Der Autorin Hernández Sánchez zufolge gibt es einerseits die ProduzentInnen, die finanzielle Ressourcen besitzen, um die Kosten der Produktion und Vermarktung zu stemmen und sich in gute Handelspositionen zu bringen, und andererseits ProduzentInnen, die abhängig von gewerblichen VermittlerInnen oder ZwischenhändlerInnen sind. Die Ersteren profitierten seit den 1980er Jahren vom freien Handel, da sie neue Märkte mit besseren Preisen erschließen konnten. Die Zweiteren hingegen, sind dem internationalen Wettbewerb ausgesetzt, sodass ihnen die ZwischenhändlerInnen niedrige Preise anbieten, um ebenfalls niedrige Preise anbieten zu können und hohe Gewinne erzielen zu können (vgl. Hernández Sánchez 2019: 12). Die Zweiteren sind KleinproduzentInnen, deren Situation mit Armut und Migration verbunden ist. Der Kaffee wird von Staudé als "oro verde" ("grünes Gold") bezeichnet, da er eines der wichtigsten Exportprodukte Mexikos ist und eine Einkommensquelle für viele kleine Bauern/Bäuerinnen und HändlerInnen darstellt. Gleichzeitig wird er jedoch als "bitterer Kaffee" bezeichnet, da seine Einführung mit gewaltsamen Konflikten und einer Zunahme sozialer Ungleichheiten in den Gemeinden einherging. Der Hauptgrund dafür muss in der Abhängigkeit der KaffeeproduzentInnen vom Weltmarkt mit seinen starken Preisschwankungen gesehen werden (vgl. Staudé 2008: 64; Grafik 2).

Bis hierher wurde deutlich, dass ProduzentInnen stark mit niedrigen Preisen und Preisschwankungen zu kämpfen haben, die sich innerhalb der neoliberalen Wirtschaftsweise und seiner Finanzialisierung durchsetzten. Regulierungen vonseiten des Staates wurden

entsprechend der neoliberalen Lehre eingestellt, davon ausgehend, dass der Markt diese Regulierungen vornimmt. Um dagegen halten zu können und ihre Interessen besser vertreten zu können, bildeten sich Kooperativen und Institutionen wie die CNOC, die die Interessen der ProduzentInnen vertreten. Inwiefern das gelingt, wird in Kapitel 4 analysiert. Davor wird im nächsten Kapitel die Expansion des Finanzmarktes und seiner Instrumente als begleitende Entwicklung neoliberaler Politik genauer erläutert.

3.5.1 Finanzmarkt und Preisgestaltung

In diesem Kapitel soll auf Finanzialisierung als Teil neoliberaler Marktwirtschaft eingegangen werden, da die Finanzialisierung eine der aktuellen Herausforderungen für landwirtschaftliche Produktion und somit auch für KaffeeproduzentInnen darstellt. Die „agrarian question“, die in den Critical Agrarian Studies gestellt wird, fragt danach, ob und wie Kapitalismus die agrikulturelle Produktion und Ernährungssysteme verändert (vgl. Clapp & Isakson 2021: 178). Finanzialisierung spielt in der Landwirtschaft seit den 1980er Jahren eine verstärkte Rolle, weshalb von „finanzialisiertem Kapitalismus“ gesprochen werden kann, und eine zeitgenössische „agrarian question“ diesen unvermeidlich in Analysen einbeziehen muss (vgl. Clapp & Isakson 2021: 178).

Mit dem Begriff Finanzialisierung werden Eigenschaften des gegenwärtigen Kapitalismus beschrieben. Definiert wird Finanzialisierung von Epstein als „die steigende Bedeutung von Finanzmärkten, finanziellen Motiven, Finanzinstitutionen und Finanzeliten in der Kontrolle von Wirtschaft und staatlichen Institutionen im nationalen und internationalen Rahmen“ (Epstein 2005 in Staritz & Tröster 2021: 220).

Für die Entwicklung des Finanzbereichs als dominante Kraft innerhalb der Weltwirtschaft gibt es drei Erklärungsansätze. „Mainstream ÖkonomInnen“ sehen die Angleichung der Interessen von GeschäftsführerInnen mit denen der AktionärInnen von Firmen als Ausgangspunkt.

Post-KeynesianistInnen erklären den zunehmenden Einfluss des Finanzsektors durch geringere staatliche Regulierungen, wodurch exzessive Spekulationen begünstigt werden, die zu instabilen Finanzmärkten führen. Marxistische Wissenschaftler sehen die Finanzialisierung und ökonomische Krisen als zyklische Elemente des Kapitalismus. Die produktive Kapazität der

Firmen, Wettbewerb oder höheres Angebot als Nachfrage drücken die Preise, sodass sinkende Profite für KleinproduzentInnen die Folge sind (vgl. Clapp & Isakson 2021: 178).

Wie anhand der Finanz- und Immobilienkrise 2007 ersichtlich wurde, gibt es aber auch andere Gründe für Krisen, nämlich dass viele Kredite an Menschen vergeben wurden, die diese Kredite nicht zurückzahlen konnten (vgl. Quelle 6). Die Anzahl der AkteurInnen am Finanzmarkt nahm zu und macht Transaktionen und deren Folgen selbst für Finanzmarktspezialisten unüberschaubarer. Die Komplexität des Finanzmarkts ist hoch und nicht für jede/n verständlich oder zugänglich. So scheint es, dass die Produktion von agrikulturellen Gütern, darunter Kaffee, auf einer ganz anderen Ebene stattfindet als Finanzinvestitionen.

Der Abbau staatlicher Services und Regelungen im Zuge der Liberalisierungen führte seit den 1980er Jahren dazu, dass Bauern/Bäuerinnen selbstverantwortlicher mit ökonomischen und umweltbezogenen Risiken umgehen müssen und sich an private AkteurInnen, kommerzielle Mikrofinanz-Institute, Banken und spezialisierte agrikulturelle Investment-Produkte wenden müssen, um am Finanzmarkt teilnehmen zu können (vgl. Clapp & Isakson 2021: 181). Die Normalisierung des Umgangs mit Finanzmitteln und Investitionen wird als „common practice in modern day farming“ bezeichnet (Taylor 2011, Johnson 2013, in Clapp & Isakson 2021: 181).

Ob von dieser Normalisierung nach den zuvor genannten AutorInnen ausgegangen werden kann, ist fraglich. Viele Kleinbauern/Kleinbäuerinnen und ebenso die Zivilgesellschaft müssen große Hindernisse überwinden, um an den komplexen Transaktionen des Finanzmarktes teilnehmen zu können: „In der Realität sind [jedoch] nur wenige größere Akteure mit eigenen Finanzabteilungen in der Lage, sich an diesen komplexen Transaktionen zu beteiligen“ (Staritz & Tröster 2021: 225). Futures, Optionen und Derivate sind die Mechanismen, die Preise und Risikomanagement im internationalen Rohstoffhandel mitbestimmen (vgl. ebd.). Darüber gibt es unterschiedliche Meinungen über den Einfluss auf die Preissetzung. Finanzakteure wie die Weltbank und die OECD präsentierten Argumente, dass keine Kausalität zwischen instabilen Nahrungsmittelpreisen und den Spekulationen der Futures, Optionen und Derivate hergestellt werden könne (Clapp 2014: 807). Nach der Nahrungsmittelkrise im Jahr 2006 wiesen Analysen zivilgesellschaftlicher Organisationen allerdings auf spekulative Finanzaktionen als auslösenden Faktor für die steigenden und instabilen Preise hin. Die zivilgesellschaftlichen

Akteure waren Oxfam, World Development Movement, die Food and Agriculture Organization (FAO) sowie UN-Berichte (vgl. Clapp 2014: 807ff.).

Klar ist jedoch, dass seit 1980 internationale Rohstoffabkommen und nationale Preissetzungsmechanismen aufgelöst wurden. Mit den Preissetzungsmechanismen fielen die Mindestpreise für ProduzentInnen weg und „auch andere Instrumente zur Stabilisierung von Rohstoffpreisen wurden weitgehend abgeschafft und nationale Rohstoffpreise verstärkt an die Entwicklung der globalen Preise gebunden“ (Staritz & Tröster 2021: 225). Auch falls keine direkte Kausalität zwischen spekulativen Finanzaktionen und instabilen Preisen besteht, wurde dennoch gezeigt, dass ProduzentInnen selbstverantwortlicher mit ökonomischen und umweltbezogenen Risiken umgehen müssen und wenig Einfluss auf die Preissetzung haben.

In diesem Kapitel wurde auf die Definition und Entwicklung von Finanzialisierung eingegangen. Im folgenden Kapitel werden die Auswirkungen der Finanzialisierung auf die Kaffeepreise, und damit auf die Lebensrealität von KaffeeproduzentInnen beschrieben.

3.5.2 Die Auswirkungen der Finanzialisierung auf Kaffeepreise

In den Jahren 2007/2008 wird in zweierlei Hinsicht von einer Krise am internationalen Finanzmarkt gesprochen. Einerseits kam die Finanzkrise zum Ausdruck, und andererseits führten diese ökonomischen Unruhen dazu, dass InvestorInnen sich umorientierten in Richtung der Derivate von Gütern, die bis dahin als stabile und rentable Anlagen galten. Diese stabilen Derivate waren solche der Nahrungsmittel und Rohstoffe. Direkt nach den Investitionen stiegen die Preise dieser Güter an, sodass von einer weiteren Krise gesprochen wird (vgl. Clapp 2014: 807; Grafik 4).

Grafik 4: Entwicklung des Kaffeepreises 2007-2022

KAFFEEPREIS CHART IN USD



Quelle: Finanzen.net

Laut Grafik stiegen 2011 und 2022 die Preise von Kaffee wieder stark. Uneinigkeit herrscht bei ÖkonomInnen darüber, ob Derivate von Gütern die Preissetzung beeinflussen. Die Beweise mehren sich jedoch, dass die Finanzialisierung der Rohstoffmärkte eine Auswirkung auf die Preise hat. Für einzelne ProduzentInnen scheint es schwierig, sich gegen die volatilen Preise abzusichern. Es wird von einer hohen Distanz auf verschiedenen Ebenen am Finanzmarkt gesprochen:

Erstens führte die Finanzialisierung zu einer größeren Anzahl von AkteurInnen, die für Warenketten eine Rolle spielen. Zweitens wurden Nahrungsmittel von ihrer physischen Form in abstrahierte Derivate umgewandelt und drittens verwischte die hohe Komplexität der Transaktionen am Finanzmarkt die Verbindungen zwischen den AkteurInnen am Finanzmarkt und den Resultaten im Nahrungsmittelsektor (vgl. Clapp 2014: 797). So gibt es auch am Finanzmarkt eine Dynamik von Zentren und Peripherie: „The activities of financial institutions and investors are often taking place virtually in financial centres concentrated in the world’s wealthiest countries” (vgl. Clapp 2014: 801).

Die InvestorInnen sollen Renditen erhalten, dabei werden, laut Jennifer Clapp, durch einen Preisanstieg Risiken und Kosten auf die KonsumentInnen und ProduzentInnen abgewälzt (vgl. Clapp 2021: 183). Die Preise steigen dabei nicht an der Stelle, an der ProduzentInnen involviert sind, sondern erst, wenn das Kapital die Ware verkauft (vgl. Interview 3, 9 10). Hierdurch kann von einer ungleichen Werte- und Machtverteilung entlang der Warenkette von Kaffee gesprochen werden. Zudem haben die ProduzentInnen eine sehr geringe Kaufkraft, bezieht man den Anstieg der Preise für Düngemittel und Lebensmittel in die Betrachtungen mit ein (vgl. La Jornada 2023).

In diesem Kapitel wurde gezeigt, dass die Zunahme von AkteurInnen am Finanzmarkt sowie die Abschaffung von Mindestpreisen Auswirkungen auf die Preissetzung von Kaffee hat und dass Kosten und Risiken der Produktion von den Produzentinnen und KonsumentInnen zu tragen sind, während die InvestorInnen zu Renditen kommen. Im nächsten Kapitel werden die Case Studies vorgestellt, die einen Einblick in die Mikroebene der Kaffeeproduktion geben sollen.

4. Die Case Studies

Im vorliegenden Kapitel werden bestehende Ansätze analysiert, um die Möglichkeiten der ProduzentInnen zu erweitern die darauf abzielen, dass ein besserer Preis für den Kaffee festgesetzt sowie eine stabile Menge verkauft werden kann. Die Ansätze, die in diesem Kapitel vorgestellt werden, wurden aus den Case Studies und den geführten Interviews herausgearbeitet. In Kapitel 5 folgt dann die vertiefte Analyse der Ansätze und das Ziehen von Schlüssen, in Verbindung mit der Literatur und den Theorien, die zu Anfang der Arbeit vorgestellt wurden: Das „Dependency Research Program“, der Global Value Chain und Global Production Network Ansatz, und die Ansätze aus der Literatur des Upgradings, direkten Handels, Kooperativen und Import-Kollektive sowie die institutionellen Förderprogramme.

Die Herausforderungen für KaffeeproduzentInnen, die ihre Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten bezüglich eines besseren Preises für ihren Kaffee und einer stabilen Abnahmemenge einschränken, sind, wie bereits angesprochen, folgende:

- Die internationalen Produktionsstrukturen
- Die internationale Arbeitsteilung
- Die ungleichen Strukturen entlang der Warenkette von Kaffee
- Machtverhältnisse zwischen Agroindustrie und Kleinbauern/-bäuerinnen
- Die Liberalisierungen im Zuge des Neoliberalismus
- Die Abschaffung der Institution INMECAFE
- Die Preisgestaltung im Rahmen des Finanzmarktes

Diese bereits angesprochenen Herausforderungen werde ich nun im Kontext der geführten Interviews betrachten. In den Interviews geht es primär um inhaltliche Klassifikation, daher wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse als passende ausgewählt. Aus den Interviews wurden Kategorien generiert, somit fand ein induktiver Prozess der Kategorienbildung statt. Die Kategorien Preis, Kooperativen und Diversifizierung des Einkommens wurden genannt. Aus diesem Grund wird bei der Vorstellung und Analyse der Case Studies in den folgenden Kapiteln auf diese Kategorien eingegangen. Diese Themen hängen zusammen. Betrachtet man sie aus Perspektive der ProduzentInnen, die versuchen ihr Einkommen zu verbessern und stabile Mengen zu verkaufen, sind diese Themen entscheidend. Nach den bereits genannten Kategorien wurden die Kategorien Wachstum, KundInnen, INMECAFE, Organisation und Agroindustrie in den Interviews angeführt. Durch die Beschreibung dieser vorgenommenen Kategorisierung soll die Nachvollziehbarkeit des Forschungsprozesses gewährleistet werden.

Im nächsten Kapitel wird näher auf die benannten Kategorien in Zusammenhang mit den Case Studies eingegangen. In Kapitel 3.5 wurden bereits die rezenten Entwicklungen des Finanzmarktes und die Preisgestaltung untersucht. Im folgenden Kapitel wird vorrangig die Perspektive der ProduzentInnen vorrangig dargestellt. Nachdem bis hierher die Perspektive aus der Literatur dominanter war, sollen im nächsten Kapitel die Sichtweisen der Interviewten betont werden. Die Interviewten waren:

Maribel Meza Guzman und Julio Jiménez Hernandez, KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Verantwortliche der Kooperativen „Maya Vinic“ und „Mahomut“ aus Chiapas und weiterhin der beiden Verkaufskollektive „Aroma Zapatista“ und „Café Libertad“ aus Hamburg, sowie die

Expertin Rosa Cantú Cantú und der Organisator der CNOC, Fernando Celis. Weitergehend die Koordinatorinnen der staatlichen Förderprogramme Abigail Flores Pulido und Nayeli Eneyda.

4.1 Die Verkaufspreise im Überblick

Der Preis sollte den Wert einer Ware widerspiegeln. Wie in Kapitel 3.5 beschrieben, bestimmen aber heutzutage andere Mechanismen am Finanzmarkt über die Preise von Rohstoffen. Da am Finanzmarkt große AkteurInnen und Firmen bestimmend sind, haben KleinproduzentInnen keinen Zugang und keine Möglichkeiten die Preise an der Börse mitzubestimmen. Die Preise der Börse werden aber letztendlich von KäuferInnen als Orientierung herangezogen, um Verträge mit ProduzentInnen oder Kooperativen auszuhandeln (vgl. Interview 1, 2, 4). Somit haben KaffeeproduzentInnen in Mexiko grundsätzlich sehr geringe Einnahmen, Schwierigkeiten sich zu erhalten und ihre Produktionskosten zu decken (vgl. Muñoz-Rodríguez et al. 2019; Anhang 6). Auch stabile Mengen zu verkaufen und die KundInnenbeziehungen stabil aufbauen und langfristig halten zu können ist eine Herausforderung (vgl. Interview 4). Welche Möglichkeiten die ProduzentInnen Chiapas, Mexiko haben und welche Ansätze sie kombinieren wird im Folgenden anhand der Case Studies analysiert.

Als Erstes soll ein direkter Vergleich des Verkaufspreises des Kaffees der Interviewten einen Überblick über die unterschiedlichen Einkommensmöglichkeiten dieser Branche geben:

Tabelle 4: Verkaufspreise von Kaffee der Interviewten

Kooperative/ ProduzentIn	Preis grüner Kaffee/kg	Preis geröstet international/kg	Preis geröstet national/kg	Preis ProduzentIn/kg
Maya Vinic	115-130 Pesos	200-220 Pesos	200 Pesos	80-100 Pesos
„Mahomut“	X	96,42 Pesos	170-240 Pesos	85-90 Pesos
Maribel	195-250 Pesos	290-300 Pesos	290-300 Pesos	195-300 Pesos
Otanil Capel	X	X	185-320 Pesos	75-80 Pesos
„Aroma Zapatista“	X	197,70	X	135 Koop/80 Pesos
Café Libertad	X	395,80	X	145 Pesos/80 Pesos

Quellen: Interviews 1,2,4,5,8,9,12, Preiskataloge Anhang 2,3,4,5

Bei dieser Tabelle bezieht sich der „Preis international“ auf den Markt außerhalb Mexikos, der „Preis national“ bezieht sich auf den Preis, der für den Verkauf innerhalb Mexikos verlangt wird.

Anhand dieser Tabelle wird deutlich, dass die ProduzentInnen in den meisten Fällen durchschnittlich 80 Pesos pro Kilo Kaffee verdienen. Herausstechend ist hierbei die Produzentin Maribel Meza, die am meisten verdient und die Spezialitätenkaffee vertreibt. In allen anderen Fällen verdienen die ProduzentInnen ungefähr gleichviel oder gleich wenig, zwischen 80 und 90 Pesos pro Kilo Pergamentkaffee (vgl. Tabelle 4). Genauere Beschreibungen der Vorgehensweisen der Kooperativen und Kollektive sowie genauere Vergleiche der Preise folgen in den kommenden Kapiteln. Vorerst steht allerdings die Case Study 1 im Vordergrund.

4.2 Case Study 1: Die Produzentin Maribel Meza und ihre Familie

Der Kontakt zur Produzentin Maribel Meza Guzman konnte auf der Kaffeemesse hergestellt werden, die zwischen 8. und 10. September 2022 in Mexiko-Stadt stattfand. Der Kontakt zur Produzentin konnte gehalten werden und ein Forschungsaufenthalt bei ihr und ihrer Familie zu Hause stattfinden.

Zunächst wird nun auf die folgenden Kategorien eingegangen: Diversifizierung des Einkommens, Preis und Kooperativen. Auf die Kategorien Wachstum und KundInnen wird daraufhin eingegangen, die weiteren Kategorien werden erst innerhalb der nächsten Kapitel analysiert.

Machen ProduzentInnen einen Gewinn, kann dies darin enden, dass das Geld auch sogleich wieder ausgegeben wird (vgl. Interview 4, 9). Erst durch Weiterbildung oder Netzwerke kam die Produzentin Maribel Meza darauf, dass der Gewinn in den Ausbau der Räumlichkeiten oder Maschinerie angelegt werden kann. Auch Wissen über Preisgestaltung erhielt diese Produzentin von einem Agronomen, der ihr half, die Produktion von „Café de especialidad“, auf Deutsch „Spezialitätenkaffee“, anzugehen (vgl. Interview 4). Auf diese Art und Weise konnte die Produzentin ihr Einkommen diversifizieren und ihre Produktion auf Spezialitätenkaffee umstellen. Im Folgenden Text findet sich eine genauere Beschreibung der Case Study und der Situation der Kaffeeproduzentin Maribel Meza Guzman und ihrer Familie.

Nur ein Teil des produzierten Kaffees kann als „Café de especialidad“ verkauft werden. Den anderen Teil verkauft die Produzentin als traditionellen Kaffee und auch die Kaffeeschalen können für Tee verwendet und verkauft werden. Die Produzentin verkauft grünen Kaffee sowie gerösteten Kaffee, weist damit bereits eine gewisse Breite an Angebot auf und diversifiziert ihr Einkommen. Mit KaffeerösterInnen kann es zu verschiedenen Verträgen kommen. Die Produzentin besitzt bereits eine Maschine, mit der sie den Pergamentkaffee von seiner Pergamenthaut befreien kann und es verbleiben nur die grünen Kaffeebohnen, bereit für den Verkauf oder die Röstung (vgl. Feldbeobachtungen). Es kann bereits selektierter oder unselektierter Kaffee bei der Produzentin bestellt werden. Die Selektion wird von NachbarInnen und ihren Kindern vorgenommen. Unter diesen befinden sich auch Cousinen (vgl. Feldbeobachtungen). Hierdurch werden intra- und interfamiliäre Beziehungen gestärkt.

Die Bedeutung dessen wird besonders an dieser Case Study deutlich (vgl. Feldbeobachtungen). Außerdem wird ersichtlich, dass Kinderarbeit stattfindet. Dieser Umstand soll hier unbeurteilt gelassen werden. Jedenfalls wollen manche Kinder viel arbeiten, da es ihren alleinerziehenden Müttern kaum möglich ist, die subjektiven Bedürfnisse ihrer Kinder zu befriedigen, da die finanziellen Mittel hierfür nicht vorhanden sind (vgl. Interview 4).

Die Produzentin konnte die Produktion von Kaffee ihrer Familie aufwerten und wiederbeleben, als die Familie bereits überlegte, die Produktion bereits aufzugeben. Dies wurde dadurch möglich, da sie in Monterrey, Mexiko abseits des Familienhauses Menschen kennenlernte, die ihr Zugang zu Wissen über Spezialitätenkaffee verschafften. Als später dann die Entscheidung fiel zu ihrer Familie zurückzukehren und sie bei der Kaffeeproduktion zu unterstützen und diese auszubauen anstatt aufzugeben, konnte sie das Netzwerk nutzen und einen bekannten Agronomen zur Familie einladen. Dieser erklärte ihnen dann, wie die Fermentationsmethoden den Kaffee im Geschmack besonderer werden lassen, wie sie den Preis des Kaffees rentabel machen können und beriet sie darin, wie der Landbesitz ausgebaut werden könnte. Der Agronom wurde von der Familie eingeladen und seine Reise wurde von der Familie bezahlt. Seine Arbeit vor Ort wurde jedoch nicht entlohnt, denn er bot ihnen den Dienst kostenlos an, um sie zu unterstützen (vgl. Interview 4). Bis hierhin wird deutlich, dass durch die Umstellung auf Spezialitätenkaffee, eine Strategie des Upgradings dazu führte, dass ein höherer Preis für diesen Kaffee verlangt werden konnte. Durch die Beratung des Agronomen konnte Wissen transferiert werden, sodass die Preisgestaltung effizienter werden und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden konnte.

Dass die Familie kurz davor war, die Kaffeeproduktion aufzugeben, lag an der geringen Rentabilität der Produktion. Damit war die Familie in der gleichen Situation, wie viele andere Familien der agrikulturellen Produktion im Allgemeinen. Wie in Kapitel 3.5 beschrieben, führt die niedrige Rentabilität der Kaffeeproduktion dazu, dass die Familien sich in prekären Situationen befinden, die mit Armut und Migration in Verbindung stehen (vgl. Kapitel 3.5). Durch die Veränderungen hin zur Produktion des Spezialitätenkaffees konnte die Rentabilität wieder hergestellt werden, da der Kaffee zu einem höheren Preis angeboten wird als der traditionelle Kaffee (vgl. Interview 4; Preiskatalog Maribel Meza Guzman). Der Spezialitätenkaffee wird von einem/einer ausgebildeten VerkosterIn verkostet und eingestuft

(siehe Kapitel 2.4.1). Dadurch bekommt er eine gewisse Punktezahl zugeordnet und die Produzentin erhält technische Daten über den Kaffee, die sie auch für Verkaufszwecke an die KundInnen weiterleiten kann (vgl. Anhang 1). Bei diesem Prozess hat die Produzentin großes Glück, da sie auch den Verkoster bisher nicht bezahlen musste (vgl. Interview 4).

Im Folgenden wird auf die Kategorie der Kooperativen eingegangen und gezeigt, weshalb die Produzentin nicht Teil einer Kooperative ist. Wie auch bei der Case Study 2 klar wird, besteht ein gewisses Misstrauen gegenüber Kooperativen. Die Produzentin Maribel ist der Meinung, dass diese nur einen geringfügig höheren Preis zahlen als man beim Verkauf traditionellen Kaffees einnehmen kann. Ihr ist dabei nicht klar, wie der Preis festgelegt wird. Gleichsam wurde dieser Vorgang in den Interviews mit den Sales Verantwortlichen der Kooperativen nicht klar wiedergegeben und letztendlich entscheidet die Kooperative über den Preis, da sie die Kalkulationen vornimmt (vgl. Interview 1, 2). Die Kooperativen „Mahomut“ und „Maya Vinic“ verkaufen Kaffee, der mit dem Fairtrade Siegel ausgestattet ist. Die Produzentin Maribel ist davon überzeugt, dass diese Varianten weniger Ertrag einbringen als der Spezialitätenkaffee (vgl. Interview 4).

Bis hierhin wurde klar, dass die Produzentin ihren Spezialitätenkaffee zu einem höheren Preis als andere ProduzentInnen anbietet und verkauft. Somit ist sie nicht auf Kooperativen angewiesen und vertraut den Möglichkeiten durch Kooperativen auch nicht. Sie konnte ihr Einkommen dadurch diversifizieren, dass sie verschiedene Kaffeequalitäten anbietet. In dieser Case Study wurde die Möglichkeit des Upgrading des Produktes genutzt, um einen höheren Preis als vorher zu verlangen. Es kann betont werden, dass die Produzentin enorm davon profitierte, dass der Agronom ihr und ihrer Familie kostenlos die Fermentationsmethoden des Spezialitätenkaffees näherbrachte. Es wurden lediglich seine Reisekosten sowie Unterkunft und Verpflegung von der Familie übernommen wurden. Es ist anzunehmen, dass dies nicht vielen KaffeeproduzentInnen aus Chiapas passiert. Daneben bekommt die Produzentin vom Verkoster kostenlose Unterstützung. Diese beiden Unterstützungsmaßnahmen können ihrer sehr sozialen Art und ihren unternehmerischen Fähigkeiten zuzuschreiben sein. Denn diese Charakterzüge scheinen entscheidend dafür zu sein, dass es der Produzentin durch Kontakte und wenig Ausgaben gelang, in den Bereich des Spezialitätenkaffees hineinzufinden. Geld, dass die Produzentin für den Agronomen und den Verkoster einsparte, investierte sie

stattdessen in eine Maschine, die den Kaffee von seiner Pergamenthaut befreit. So kann die Produzentin Pergamentkaffee, grünen Kaffee und gerösteten Kaffee in verschiedenen Qualitäten verkaufen.

Die Wohnsituation der Familie ist eine, wie sie in Chiapas typisch ist und ist als bescheiden zu beschreiben. Es wird anstatt auf Matratzen auf Teppichen geschlafen, so genannten „tapetes“. Maribel berichtete, sie und ihre Familie schliefen früher im einzigen Wohnhaus, das ein kleines Holzhaus ist, in dem sich in der Mitte der Ofen befindet, der zum Kochen und Aufwärmen benutzt wird. Zwei weitere Häuser wurden aus Zement gebaut. Die Mittel dafür wurden aus einem Unterstützungsprogramm für arme Familien von der Regierung zur Verfügung gestellt. In einem der Häuser schläft heute die Familie und der Kaffee wird hier gelagert. In dem anderen werden Gegenstände verstaut und Gäste oder Familienmitglieder schlafen dort. Auch der Boden wurde neu zementiert, auf dem nun der Kaffee unter hygienischeren Bedingungen als vorher getrocknet werden kann (vgl. Interview 4). An ihrer Erzählung wird deutlich, dass die Familie von der Regierung als eine der ärmsten eingestuft wurde.

Maribel ist eine Kaffeeproduzentin, die aktiv daran arbeitet, ihre Position zu verbessern und den Nutzen ihrer Kaffeeproduktion zu maximieren. Sie möchte mehr KundInnen finden, um weiteren Familien Arbeit und Einkommen bieten zu können. Die Kategorien KundInnen und Wachstum werden in diesem Abschnitt verknüpft und die Sichtweise der Produzentin dazu wiedergegeben. Die Produzentin hat die Idee, anderen ProduzentInnen ihre Kaffeebohnen abzukaufen, die mit Hilfe von Fermentierungsmethoden und der Selektion zu Spezialitätenkaffee verarbeitet werden. Diese Wachstumsmöglichkeiten ihrer Produktion sind jedoch Zukunftsprojekte. Vorerst wird ein Raum geschaffen werden, in dem die Kaffeeselektion stattfindet, damit die Selektion nicht weiterhin in der Küche stattfinden muss. So kann die Kaffeeproduktion Stück für Stück wachsen, abhängig von den Möglichkeiten, die die Produzentin durch Einkommen und stabile Verkaufsmengen bekommt (vgl. Interview 4).

Momentan steht Maribel vor der Herausforderung, neue KundInnen zu finden. Sie hat nicht viel Geld zur Verfügung um zu reisen, zu investieren und auf sich aufmerksam zu machen. Daher nutzt sie Social-Media-Plattformen, wie Facebook und Instagram, um Statusnachrichten zu senden und auf ihre Produkte aufmerksam zu machen. Auf diese Weise

konnte sie einen KundInnen über Facebook und einen anderen KundInnen über die Plattform Instagram gewinnen. Dies sind ihre beiden internationalen KundInnen, an die sie verkauft. Einer der beiden KundInnen ist aus Frankreich, während der andere aus den USA stammt. So konnte die Produzentin ohne viel Mehraufwand passende KundInnen für ihr neues Angebot des Spezialitätenkaffees finden und das Wachstum ihrer Kaffeeproduktion fördern (vgl. Interview 4). In der Vergangenheit wurde bereits Geld investiert, um KundInnen zu gewinnen, die dann aber doch keinen Kaffee kauften. Daher sollen effizientere Wege gefunden werden, um neue Kundschaft zu generieren. Ein Nachteil ihres Produktes ist die Verpackung, da diese sehr einfach gehalten ist und meist aus überbleibenden Verpackungssäcken von Konsumgütern der Familie besteht. Dadurch kann es passieren, dass KundInnen sich vom Produkt nicht ausreichend angesprochen fühlen, obwohl die Qualität des Kaffees gut ist. Dies ist ein Feld, in das bei ausreichenden finanziellen Mitteln noch weiter investiert werden kann (vgl. Interview 4). Auch große Unternehmen schrieben die Produzentin an, allerdings kam es vor, dass Kosten einer Mitgliedschaft entstanden wären, um diese konstant zu beliefern. Auch andere Firmen, die exportieren, schrieben die Produzentin an. Jedoch schafften es nicht alle Firmen oder Organisationen, die als Verkaufskanäle gelten, den Kaffee zu einem guten Preis weiterzuverkaufen und der Preis musste daraufhin gesenkt werden. Die KundInnen müssen von der Produzentin danach ausgesucht werden, ob sie wirklich einen Zugewinn für die Produzentin darstellen. Soweit zu den Herausforderungen des Wachstums und zu den Kategorien KundInnen und Wachstum aus der Case Study 1 (vgl. Interview 4). Das Wachstum der Kundschaft hängt direkt mit der Möglichkeit zusammen, eine stabile Menge an Kaffee verkaufen zu können. Momentan sind die Bestellungen, die bei der Produzentin eintreffen ausreichend und lasten sie und ihre Produktion aus, sodass sie eine stabile Menge an Kaffee verkaufen kann (vgl. Interview 4).

Der Preis der Produzentin kann im Vergleich mit den anderen Interviewten als überdurchschnittlich gut gelten, was aus dem Preisvergleich hervorgeht (vgl. Tabelle 4). Die stabile Verkaufsmenge des Kaffees hängt von den beständigen Beziehungen zu den KundInnen ab. Die bisherigen KundInnen hat die Produzentin nun bereits seit ca. einem Jahr. Man kann bei diesen Handelsbeziehungen von direktem Handel sprechen. Der direkte Handel findet mit Firmen statt, die den Kaffee verpacken und über ihre eigene Marke in Frankreich oder in den USA verkaufen (vgl. Interview 4). Es findet kein direkter Handel zwischen der

Produzentin und ihren KonsumentInnen statt, da die Produzentin keine andere Möglichkeit hat, in den auswärtigen Ländern ihren Kaffee zu vermarkten, als durch die Zusammenarbeit mit Firmen mit eigener Marke vor Ort. Sie arbeitet noch am Aufbau eines weiteren KundInnennetzwerks, aber wie bereits erwähnt, ist sie momentan ausgelastet und hat eine stabile Menge, die sie verkaufen kann. Man kann davon ausgehen, dass dies an ihrer Position liegt, die sie von anderen ProduzentInnen differenziert und die sie durch den Spezialitätenkaffee innehat. Daneben sind bereits genannte Faktoren entscheidend, wie ihr extrovertiertes Auftreten, was ihr Beziehungen ermöglicht, von denen sie für die Entwicklung hin zur Produktion des Spezialitätenkaffees profitieren konnte, sowie die Nutzung von Social Media als erfolgreiches Projekt der Produzentin, durch das sie an KundInnen gelangen konnte.

Im Falle der Case Study 1 konnte bereits dieses Jahr eine gute Ernte erreicht werden. 500 Kilogramm des Spezialitätenkaffees konnten nach Frankreich verkauft werden, 500 kg in die USA und um die 350 kg innerhalb Mexikos. Im letzten Jahr fiel die Verkaufsmenge nicht so gut aus. Dies liegt daran, dass die Kaffeepflanze nicht jedes Jahr gleich viel produziert, sondern alle zwei Jahre eine niedrigere Produktion darbietet. Von diesen 350 kg Kaffee wurden 100 kg in Mexiko als gerösteter Kaffee verkauft, während der gesamte restliche Kaffee wurde als grüner Kaffee verkauft wurde (vgl. Interview 4). Damit ist ersichtlich, dass bei Case Study 1 die Exportausrichtung vorhanden ist und somit auch eine gewisse Abhängigkeit von den KundInnen aus dem globalen Norden besteht.

Zusammenfassend fühlt die Produzentin sich gut mit dem Weg, den sie eingeschlagen hat. Sie konnte durch den Ansatz des Spezialitätenkaffees ihr Einkommen steigern. Es handelt sich bei der Weiterverarbeitung des Kaffees zu Spezialitätenkaffee um Upgrading. Es konnte zu einer Diversifizierung des Einkommens kommen und mit den internationalen KundInnen wird direkter Handel betrieben, da es keine ZwischenhändlerInnen gibt. Mit den KonsumentInnen an sich findet jedoch kein direkter Handel statt.

Ihre Art, die KundInnen zu finden, ist nicht unbedingt gängig für KaffeeproduzentInnen aus Chiapas. Bisher hatte sie jedoch großen Erfolg mit ihrer Strategie. Sie ist mit ihren KundInnen bereits seit einem Jahr in geschäftlichem Kontakt und hat eine stabile Auftragsmenge. Bis zu diesem Punkt wurde auf die Kategorien Diversifizierung des Einkommens, Preis, Kooperativen, Wachstum und KundInnen eingegangen. Weitere Kategorien, die mögliche Ansätze für

ProduzentInnen darstellen, um ihre wirtschaftliche Lage zu verbessern, rücken in Kapitel 5 in den Mittelpunkt. Im Folgenden soll ein anderer Ansatz beschrieben werden - der Ansatz von Julio Jiménez Hernandez, der die Case Study 2 darstellt.

4.3 Case Study 2: Der Produzent & Händler Julio Jiménez Hernandez

Der Kontakt zu dem Produzenten und Händler Julio Jiménez Hernandez konnte über seinen Kaffeeröster hergestellt werden. Der Röster führt ein Hostel in San Cristóbal de las Casas, Chiapas, unter dem Namen „Coffee beans“. In einem Gespräch über die Ziele seiner Arbeit vermittelte er den Kontakt von Julio Jiménez für die Forschungsarbeit.

Wie auch im letzten Kapitel wird im Folgenden auf die Kategorien Diversifizierung des Einkommens, Preis und Kooperativen eingegangen. Hiernach auf die Kategorien Wachstum und KundInnen.

Julio Jiménez Hernandez ist Produzent und vertreibt den Kaffee anderer ProduzentInnen aus der Region Selva de la Lacandona, Chiapas. Anfangs wollte er eine eigene Marke gründen. Da seine Tochter Industriedesign studierte, entwickelten sie zunächst den Plan, dass sie die Gestaltung der Marke übernimmt. Die Marke konnte aber schwer wachsen, sodass er sein Modell änderte und nun neben dem eigenen Kaffee, auch Kaffee anderer ProduzentInnen, aus der Region, in der seine Familie anbaut, verkauft. Er empfängt den Kaffee anderer ProduzentInnen, lässt ihn von anderen Röstereien rösten, verpackt ihn und transportiert ihn zu den KundInnen. Sein Verkaufsmodell ist demnach anders strukturiert als das von Maribel Meza Guzman. Manche ProduzentInnen mit denen er zusammenarbeitet, haben ihre eigenen Verpackungsmöglichkeiten, inklusive eigenem Design, andere haben keine eigene Verpackung, sodass Julio sich darum kümmert. Früher hat er den Kaffee noch selbst geröstet. Heute, meint der Händler, habe er nicht mehr die Zeit dafür. Außerdem sei die Röstung von Kaffee ein sehr eigenes Unterfangen, wobei man sich sehr gut auskennen müsse, damit die Qualität des Kaffees nicht beeinträchtigt werde, beziehungsweise alle Möglichkeiten genutzt werden, das Beste aus den Kaffeebohnen zu herauszuholen. Aus diesem Grund habe er die Aufgabe der Kaffeeröstung mittlerweile an einen ausschließlich auf Röstung spezialisierten Kaffeeröster ausgelagert (vgl. Interview 12).

Die Marke, unter dessen Namen Julio Jiménez Hernandez den Kaffee verkauft, heißt „Otanil Capel“. Julio Jiménez ist selbst Produzent von Kaffee und für die anderen ProduzentInnen, deren Kaffee er vertreibt, ist er ein Mittelsmann oder Zwischenhändler. Hauptsächlich ist er aber für den Transport des Kaffees verantwortlich, da die KundInnen des Kaffees oftmals nicht in der Region verankert sind, aus der der Kaffee stammt. Der Transport des Kaffees findet in die Umgebung von San Cristóbal de las Casas statt, welches die Hauptstadt und das urbane Zentrum des Bundesstaates Chiapas ist. In manchen Fällen bitten ihn die ProduzentInnen auch, nur den Kaffee zu verteilen, da sie andere Quellen direkten Handels haben. So läuft nur der Transport über den Händler, nicht aber der Verkauf. Diese Aussage des Interviewten ist ein Hinweis darauf, dass auch einige ProduzentInnen mit denen der Händler zusammenarbeitet, ihr Einkommen diversifizieren konnten, indem sie ihren Kaffee über direkten Handel verkaufen und zusätzlich über den Händler Julio Jiménez. Auch der Händler und Produzent selbst konnte sein Einkommen diversifizieren, indem er seinen eigenen Kaffee und den anderer vertreibt (vgl. Interview 12).

Exportiert wird der Kaffee bisher nicht. Somit verkauft er auch keinen grünen Kaffee, sondern allein den bereits gerösteten Kaffee (vgl. Interview 12). Diesen verkauft er für einen Preis zwischen 185 und 320 mexikanischen Pesos pro Kilo Kaffee. Die hier angegebene Preisspanne ist größer als die, die von den anderen Interviewten angegeben wurde. Dies lässt darauf schließen, dass der schlussendliche Preis von den Verhandlungen abhängt und variieren kann. Somit scheint der Produzent am nationalen Markt nicht die gleiche Preisstabilität zu haben, wie die Produzentin aus Case Study 1, die keine große Preisspanne am nationalen Markt angegeben hat und zu einem Preis zwischen 290 und 300 Pesos pro Kilo verkauft. Im Vergleich zu den Kooperativen scheint der Produzent, aufgrund dieser Angabe, mehr Spielraum beim Preis zu haben, jedoch keine Stabilität eines besseren Preises im Vergleich zu den anderen Befragten (vgl. Tabelle 4).

Den Betrag, den der/die ProduzentIn erhält, liegt bei 75 bis 80 mexikanischen Pesos pro Kilo Kaffee (vgl. Tabelle 4). Da der Händler nur auf dem nationalen Markt verkauft, ist kein „Preis International“ in Tabelle 4 ersichtlich. Bessere Möglichkeiten, ihren Kaffee höherpreisig zu verkaufen, haben die ProduzentInnen, indem sie nur den Transport über Julio Jiménez stattfinden lassen und über ihre Kontakte direkten Handel betreiben (vgl. Interview 12). Beim

Preisvergleich der Tabelle 4 wird ersichtlich, dass die ProduzentInnen des Händlers geringfügig unter dem Preis bezahlt werden, den die Kooperativen zahlen. Mit seinem Verkaufspreis zwischen 185 und 320 Pesos kann der Händler etwas über dem Verkaufspreis der beiden Kooperativen liegen, die in Kapitel 4.4 angeführt werden, abhängig vom letztendlich ausgehandelten Verkaufspreis. In manchen Fällen kann der Händler folglich mehr verdienen als die Kooperativen. Dies ist jedoch davon abhängig, wie viel er von dem höherpreisigen Kaffee tatsächlich verkaufen kann. Der Händler hat zwar den Aufwand, den Kaffee rösten zu lassen und zu verpacken, aber durch diese Form des Upgradings des Kaffees hat er die Möglichkeit, mehr als die ProduzentInnen selbst zu verdienen. Letzten Endes hängt dies von seinen Preisverhandlungen und Beziehungen zu den KundInnen ab. Insgesamt kann Julio Jiménez einen guten Absatz von Kaffee verzeichnen. Er lagert und verkauft jährlich 20 Tonnen Kaffee. Davon sind 80% geröstet und gemahlen, 15% grüner Kaffee und 5% in Pergaminform (vgl. Interview 12). Aus der Analyse der Case Study ergibt sich, dass der Händler und Produzent nicht in die zuvor beschriebenen Strukturen der internationalen Arbeitsteilung und Produktion eingebunden ist (vgl. Kapitel 3.1 & 3.2). Dennoch muss er die Verpackung einkaufen und die KaffeerösterInnen bezahlen, was seine Einnahmen schmälert. Durch die hohe Absatzmenge ist dessen ungeachtet davon auszugehen, dass seine Einnahmen, über denen der ProduzentInnen liegen, wobei er aber auch einen höheren Arbeitsaufwand hat.

Die Beziehungen zwischen ProduzentInnen und dem Produzenten und Händler Julio Jiménez Hernandez ergaben sich, da die ProduzentInnen nicht immer die Möglichkeiten haben, ihren Kaffee selbst zu den KundInnen zu transportieren. Außerdem sprechen die Ideale der ProduzentInnen aus der Region nicht dafür, dass die ProduzentInnen sich an Kooperativen wenden, meint Julio Jiménez. Die Handelsbeziehungen in Chiapas und speziell in der Region Selva Lacandona beruhen eher auf interfamiliären Beziehungen. So betont der Händler, dass der von ihm angebotene Kaffee von seiner oder anderen Familien stammt. Würde er sich mit einer Kooperative zusammentun, würde er sich fühlen, als würde er die anderen Familien im Stich lassen. Dem System der Kooperativen wird in der Selva Lacandona nicht ausreichend vertraut und es wird stattdessen auf interfamiliäre Beziehungen gesetzt (vgl. Interview 12).

Bis zu dieser Stelle wurde auf die Kategorien Diversifizierung des Einkommens, Preis und Kooperativen eingegangen. In Case Study 2 wurde nicht mit den beteiligten ProduzentInnen

gesprochen, sondern die Aussagen stammen von dem Interviewten, der über die ProduzentInnen der Selva Lacandona sprach, mit denen er zusammenarbeitet. Dennoch stütze ich die Analyse auf seine Aussagen, die in den weiteren Kapiteln auch in Verbindung mit den Aussagen der ExpertInnen und der Literatur gebracht werden. Im Weiteren wird auf die Kategorien Wachstum und KundInnen eingegangen.

Der Händler Julio Jiménez ist sich der Dynamik der ungleichen Werteverteilung entlang der Warenkette von Kaffee bewusst, die in Kapitel 3 beschrieben wurde. Er betont, wie auch andere in informellen Gesprächen, dass man in Mexiko den schlechten, löslichen Kaffee trinkt, der als weiterverarbeitetes Produkt von der transnationalen Firma Nestlé verkauft wird. Tatsächlich wird in Mexiko 54% des Kaffees, der konsumiert wird, in Form von löslichem Kaffee konsumiert (vgl. Interview 10; Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 44). Julio Jiménez meint, dass er mit seinem Vertrieb versuche, diesen Dynamiken entgegenzuwirken. Deshalb verkaufe er ausschließlich auf dem nationalen Markt. Jedoch verdient er bisher selbst noch keinen wesentlich besseren Preis als andere und hat keine ausgeprägte Preisstabilität. Um noch besser am Kaffee verdienen zu können und diesen zu einem höheren Preis verkaufen zu können, müsse er auf dem internationalen Markt verkaufen. Dies ist auch seine Vorstellung für die Zukunft, wobei er weiterhin der Dynamik entgegenwirken möchte, dass nur der grüne Kaffee verkauft wird. So würde er den bereits gerösteten Kaffee gut verpackt verkaufen, damit der Kaffee sein Aroma nicht verliere (vgl. Interview 12).

Mit seinem bisherigen Modell unterstützt Julio Jiménez die anderen KaffeeproduzentInnen dahingehend, dass er ihnen ermöglicht, KundInnen zu beliefern, die weiter entfernt sind und die sie eigenständig nicht beliefern könnten. Hierdurch kann verhindert werden, dass die ProduzentInnen abhängig sind von anderen ZwischenhändlerInnen wie den „Coyotes“, die den Kaffee zu günstigeren Preisen kaufen. Der Grund dafür, dass ProduzentInnen dennoch immer wieder den so genannten „Coyotes“ ihren Kaffee verkaufen, ist der, dass sie manchmal auf direkte Einnahmen angewiesen sind. Diese ZwischenhändlerInnen kaufen den Kaffee für 45 oder 50 Pesos, also zu einem wesentlich niedrigeren Preis als ihn die Kooperativen oder der Händler Julio Jimenez Hernandez anbieten. Somit erweitert der Händler und Produzent die Möglichkeiten der ProduzentInnen aus der Region Selva Lacandona, ihren Kaffee zu verkaufen und ihr Einkommen zu diversifizieren.

Ein weiterer Vorteil ist, dass für die ProduzentInnen, die mit Julio zusammenarbeiten stabilere Verkaufsmengen entstehen können, da der Radius des Verkaufskreises erweitert werden kann. Die bereits angesprochene Möglichkeit dieser Form des direkten Handels in Verbindung mit dem Transport durch Julio Jiménez bleibt die beste Möglichkeit für die ProduzentInnen der Region ihren Kaffee zu höheren Preisen zu verkaufen und gleichzeitig eine stabile Verkaufsmenge zu erreichen (vgl. Interview 12).

4.4 Case Study 3 & 4: Die Kooperativen „Maya Vinic“ und „Mahomut“

In diesem Kapitel werden die Kooperativen vorgestellt, die für diese Arbeit interviewt wurden. Es muss eingeräumt werden, dass bei den beiden Kooperativen nicht so viel Datenmaterial zur Analyse gesammelt werden konnte, wie bei Case Study 1 & 2. Dies kann daran liegen, dass der Kontakt einzig zu Verkaufsverantwortlichen der Kooperativen bestand. Diese möchten aufgrund ihrer Rolle möglichst positive Bilder von der Kooperative vermitteln. Das Datenmaterial für dieses Kapitel besteht aus den Interviews mit den Sales-Verantwortlichen Lourdes González und Manuel Gomez. Aus dem Grund, dass weniger Informationen, die als verwertbar eingestuft wurden, zur Verfügung stehen, werden beide Kooperativen in einem Kapitel vorgestellt. Der Kontakt zu beiden Interviewten wurde wie auch bei Case Study 1 auf der Kaffeemesse hergestellt, die im September 2022 in Mexiko-Stadt stattfand.

Begonnen wird mit der Vorstellung der Kooperative „Maya Vinic“. Interviewt wurde die Sales-Verantwortliche der Kooperative Lourdes González, die selbst Teil eines Familienbetriebes in der Kaffeebranche ist. In der Kooperative „Maya Vinic“ ist die Verantwortliche nun seit über fünf Jahren tätig. Die Kooperative gründete sich im Jahr 1999 aus einer Bürgerinitiative heraus und besteht heute aus 590 Mitgliedern aus einer Region in Chiapas, die sich „Altos bosques de Chiapas“ nennt (vgl. Maya Vinic; Interview 1)

Um zuerst auf die Kategorie „Diversifizierung des Einkommens“ einzugehen, setzt die Kooperative auf eine umfassende Produktpalette von Honig, über Kaffee und Schokolade bis hin zu Kakao. Nicht alle ProduzentInnen, die Teil der Kooperative sind, haben all diese Produkte anzubieten. Besonders die ProduzentInnen, welche die verschiedenen Produkte anbieten, können ihr Einkommen hierdurch diversifizieren. Die Kooperative selbst kann ihr Einkommen ebenfalls diversifizieren (vgl. Interview 1). Sie generiert ihr Einkommen über die

KundInnen, mit denen Verträge jährlich neu ausgehandelt werden. Die Verträge orientieren sich dabei am Kaffeepreis der Börse. Dazu kommt noch ein Aufschlag für fairen Handel. Der Kaffee der Kooperative hat die Siegel „Certimex“ und „Fairtrade“ (vgl. Maya Vinic). Die ProduzentInnen reichen am Ende der Erntesaison ihren Kaffee in Form von Pergamentkaffee im Lager der Kooperative ein. Der Pergamentkaffee ist die Kaffeebohne nach der Entfleischung und Fermentierung. Die Kaffeebohne verbleibt mit einem feinen Häutchen drum herum (vgl. Lebensmittellexikon). Im Lager der Kooperative wird der Kaffee von dem Häutchen befreit, geröstet, verpackt und vertrieben. Ein Teil des Gewinns, den die Kooperative im Laufe des Jahres macht, bleibt in der Kooperative. Ein anderer Prozentteil des Gewinns geht, je nach verkauftem Kaffee, proportional an die ProduzentInnen. Dieser Teil soll als Anreiz für die ProduzentInnen dienen, weiterhin mit der Kooperative zusammenzuarbeiten. Die Kooperative stellt für die ProduzentInnen einen stabilen Abnehmer dar, sodass sie nicht jährlich neue KäuferInnen suchen müssen. Mit dem Preis von 80-100 Pesos, den die ProduzentInnen erhalten, bekommen sie jedoch einen sehr durchschnittlichen Preis für ihren Kaffee, werden dafür allerdings unterstützt (vgl. Tabelle 4).

Innerhalb der Kooperative gibt es eine Verwaltungsabteilung, in der Preise festgelegt werden und Verträge mit den KäuferInnen ausgehandelt werden. Mit einem Preis von 115-130 Pesos pro Kilo für den grünen Kaffee liegt die Kooperative „Maya Vinic“ deutlich unter dem Verkaufspreis des grünen Kaffees der Produzentin Maribel Meza. Mit dem Preis von 200-220 Pesos am Internationalen Markt liegt die Kooperative knapp über dem Preis, der vom Kollektiv „Aroma Zapatista“ verlangt wird. Nachdem auf die Kategorien Diversifizierung des Einkommens, Kooperativen und Preis eingegangen wurde, folgen nun die Kategorien KundInnen und Wachstum.

Die momentanen KundInnen der Kooperative „Maya Vinic“ stammen, laut Lourdes González, aus den Vereinigten Staaten, der Schweiz und Japan. Mit drei bis vier internationalen KundInnen betreibt die Kooperative Handel. In die Vereinigten Staaten geht hierbei der größte Teil der Produktion. Daneben hat die Kooperative relativ viele nationale KundInnen wie Hotels, Restaurants, Cafeterias oder PrivatkundInnen. Innerhalb Mexikos handelt die Kooperative mit zwei bis drei KundInnen pro Bundesstaat (vgl. Interview 1).

Bezüglich des Themas Wachstums versucht die Kooperative, einen eigenen Fonds aufzustellen, der den ProduzentInnen Kredit- und Finanzierungsmöglichkeiten bieten soll. Denn durch finanziellen Spielraum kann die Produktion erweitert oder qualitativ verbessert werden. Die Kooperative setzt aufgrund ihrer politischen Ideale nicht auf Hilfe vonseiten der Regierung, sondern allein auf die eigene Organisation (vgl. Interview 1). Zum Thema KundInnen äußerte sich die Interviewte nicht weiter. Daher wird nun mit der Präsentation der Kooperative „Mahomut“ fortgefahren.

Der Interviewte dieser Kooperative war Manuel Gomez, der seit sechs Jahren für den Verkaufsbereich der Kooperative zuständig ist. Zuvor war er als technischer Assistent in direktem Kontakt mit den ProduzentInnen. Die Kooperative gründete sich im Jahr 1983, arbeitet mit ProduzentInnen aus „Alto de Chiapas“ zusammen und hat aktuell ungefähr 900 Mitglieder (vgl. Interview 2). Diese Kooperative bietet allein Kaffee an, dafür jedoch eine breite Palette an verschiedenen Kaffees, unter anderem auch löslichen Kaffee (vgl. Anhang 5). Deshalb sind die Möglichkeiten der Kooperative ihr Einkommen zu diversifizieren nur dahingehend gegeben, dass die ProduzentInnen einen Teil selbst verkaufen können und einen anderen Teil über die Kooperative.

Auch in dieser Kooperative findet der Vertragsabschluss nach Orientierung am Börsenpreis statt. Hinzu kommt dann noch ein Aufschlag für fairen Handel und ein weiterer Aufschlag für KleinproduzentInnen. Für diese beiden Charakteristika erhält der Kaffee der Kooperative die Siegel *Fairtrade* (von der internationalen Organisation sowie von der mexikanischen Zertifizierungsstelle für Fairtrade, „Certimex“), das Siegel für KleinproduzentInnen in Mexiko, *SPP*, und die Zertifizierung für *biologische Produktion* (vom US Department of Agriculture und von SAGARPA, dem mexikanischen Sekretariat für Agrikultur und ländliche Entwicklung) (vgl. Mahomut). Am Preis, den die ProduzentInnen bekommen, zeigen sich diese Aufschläge jedoch nicht, wenn die ProduzentInnen 85-90 Pesos pro Kilo Pergamentkaffee erhalten (vgl. Interview 2; Tabelle 4). Diesen Preis bekommen - bis auf die Produzentin Maribel - alle ProduzentInnen, die befragt wurden. Somit dienen die Siegel einzig den besseren Verkaufsmöglichkeiten des Kaffees dieser Kooperative.

Wie für die Kooperative „Maya Vinic“ beschrieben, funktioniert das System vom Vertragsabschluss bis hin zur abschließenden Verteilung des Gewinnüberschusses auf gleiche

Weise bei der Kooperative „Mahomut“. Dies bedeutet, dass bei Einreichung des Kaffees im Lager der Kooperative nur ein Anteil ausbezahlt wird. Nach Abschluss der Saison berechnet die Kooperative ihre Umsätze und die Gewinnüberschüsse werden anteilig nach eingereichtem Kilo pro Kaffee ausbezahlt. Somit haben die ProduzentInnen nicht gleich den gesamten Anteil ihres Gewinns zur Verfügung. Dies kann bei sehr niedrigem Einkommen der ProduzentInnen ein Problem darstellen. Wenn ProduzentInnen schnell Geld benötigen, sind sie dadurch gezwungen, ihren Kaffee unter Wert an diejenigen zu verkaufen, die gerade nachfragen. Dies können „Coyotes“ oder auch beauftragte Käufer von agroindustriellen Firmen wie Nestlé sein (vgl. Interview 10).

Somit bietet die Kooperative als System Vor- und Nachteile. Neben den genannten Nachteilen, dass der Preis, der an die ProduzentInnen bezahlt wird, ein sehr durchschnittlicher ist, und sie den gesamten Betrag nicht auf einmal erhalten, existieren zahlreiche Vorteile. Hierzu zählt beispielsweise, dass die Kooperativen die ProduzentInnen nicht nur beim Vertrieb und Verkauf unterstützen, sondern auch Maschinen zur Entfleischung der Kaffeekirschen zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus werden Tanks für die Fermentation sowie biologische Schädlingsbekämpfungsmittel werden ausgegeben und, abhängig vom Budget, können auch Bäume und Fruchtpflanzen zur Unterstützung der Biodiversität der Plantagen verteilt werden (vgl. Interview 1, 2). Zudem bieten sie Workshops an, die der Weiterbildung dienen sollen (vgl. Interview 2).

Im Folgenden wird wieder ein Überblick über die Kategorien KundInnen und Wachstum gegeben.

Da die Kooperative auf biologischen Kaffee setzt, um hierdurch ihren Kaffee zu einem höheren Preis zu verkaufen, bietet der nationale Markt für die Kooperative nur sehr eingeschränkte Möglichkeiten, KundInnen zu finden. In Mexiko ist die Nachfrage nach Fairtrade-Produkten nicht hoch, stattdessen wird meist löslicher Kaffee getrunken (vgl. Interview 2, Muñoz-Rodríguez et al. 2019: 44). Zu diesem Thema müsste die Bevölkerung mehr Bildung erhalten, damit die Kooperative auf dem nationalen Markt mehr Nachfrage erhalten könnte (vgl. Interview 2). Eine weitere Möglichkeit zum Wachstum des KundInnenkreises der Kooperative sieht Manuel Gomez darin, die Produzentin Maribel Meza als positives Beispiel, einer Produzentin von Spezialitätenkaffee, miteinzubinden. Durch ihre Hilfe könnte Motivation und Wissen auf andere ProduzentInnen übertragen werden, und möglicherweise könnten auch

andere ProduzentInnen ihren Kaffee durch weitere Fermentationsprozesse zu Spezialitätenkaffee verarbeiten (vgl. Interview 2).

Acht internationale KundInnen werden von der Kooperative „Mahomut“ bedient, wodurch 80% des Kaffees exportiert werden. Die restlichen 20% des Kaffees bleiben für den nationalen Markt, wobei auch diese Kooperative KundInnen, wie Restaurants und Cafés hat. Im Vergleich hierzu vertreibt die Kooperative „Maya Vinic“ 60% am internationalen Markt und 40% am nationalen Markt. Hieran wird deutlich, dass beide Kooperativen vorrangig am internationalen Markt verkaufen.

Eine eingehendere Analyse der Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen, die Mitglied einer Kooperative sind, folgt in Kapitel 5. Als nächstes werden die Case Studies 5 & 6 vorgestellt, die Import-Kollektive sind. Sie sind in Hamburg angesiedelt und vertreiben den Kaffee aus Chiapas hauptsächlich in Deutschland und Österreich.

4.5 Case Study 5 & 6: Die Import-Kollektive und zapatistische Kooperativen

Die Import-Kollektive, die in diesem Kapitel vorgestellt werden, sind Organisationen, die den Kaffee aus Chiapas nach Hamburg, Deutschland, importieren. Zu beiden Kollektiven konnte der Kontakt per E-Mail hergestellt werden und die Interviews daraufhin schriftlich geführt werden. Beide Kollektive haben einen Internetauftritt, in dem sie sich mit ihren Vorstellungen und Werten präsentieren und beide Kollektive arbeiten mit zapatistischen Kooperativen zusammen (vgl. Aroma Zapatista, Café Libertad). Der Import wird ab dem Abfahrtshafen in Mexiko von den Import-Kollektiven übernommen und beide Kollektive vertreiben den Kaffee aus Hamburg weiter in die EU, vorrangig aber nach Deutschland und Österreich (vgl. Interview 5, 9).

Da beide Kollektive mit zapatistischen Kooperativen zusammenarbeiten, folgt nun ein Exkurs zu den Zapatistas und ihrer Ideologie. Die Ideologie der Zapatistas spielt eine wichtige Rolle, da das Lebens- und Wirtschaftsmodell der Zapatistas ein zum Kapitalismus alternativer Ansatz ist, der durch die Import-Kollektive gefördert wird und der den ungleichen Tausch-Beziehungen zwischen globalem Norden und globalem Süden auf breiterer Basis

entgegenwirken soll. Der Ansatz, bessere Preise und stabile Verkaufsmengen für die KaffeeproduzentInnen zu erreichen, wird um die politische Aktivität erweitert. Aus diesem Grund werde ich die Zapatistas, ihre Lebensweise und Ideologie als Teil der Import-Kollektive hier in Folge vorstellen. Die Import-Kollektive, die vorgestellt werden, unterstützen durch bessere Preise die zapatistische Ideologie und Autonomie (vgl. Aroma Zapatista & Café Libertad). Die Effektivität der Projekte soll in Kapitel 4.5.2 kritisch betrachtet werden. Ebenso soll analysiert werden, inwiefern die Projekte die grundsätzlichen Strukturen der internationalen Arbeitsteilung berühren oder nicht.

4.5.1 Die Entstehung der zapatistischen Bewegung und ihrer Kaffeekooperativen

Im Folgenden findet sich ein historischer Exkurs zur Entstehung der zapatistischen Bewegung:

1991 wurde unter der Regierung Carlos Salinas eine Reform erlassen, die die Privatisierung des Landes förderte und es für Fremdinvestitionen öffnete (vgl. Hernández Sánchez 2019: 21). Daneben führte die Liberalisierung des Handels mit der Reduktion der Barrieren für Importe zu einer weiteren Herausforderung für AgrarproduzentInnen in Mexiko. Der Wettbewerb nahm zu, da Produkte mit niedrigen Preisen importiert wurden. Hierdurch kam es zu einem Verfall der Preise von Mais, Kaffee und anderen Produkten. Nur die wohlhabenden Landwirte konnten hiervon profitieren, viele andere wurden vom Land vertrieben und die Arbeitslosigkeit nahm stark zu (vgl. Hernández Sánchez 2019: 22). Laut der Autorin Hernández Sánchez bildeten sich durch diese Auslöser die UnterstützerInnen der zapatistischen Rebellion in Chiapas.

Zusätzlich gab es bis 1915 das „Sistema de ejido“, das bereits nach der mexikanischen Revolution etabliert wurde. Es spiegelte sich im agrarischen Gesetz von 1915 wider, das sich in der Konstitution von 1917 wiederfand. Hierin wurde das kollektive Terrain festgeschrieben, das nicht verkauft oder vererbt werden konnte. Es handelte sich dabei um Wiesen oder Wälder für den kollektiven Gebrauch. Da diese Flächen nicht kultiviert wurden oder nicht in privaten Händen waren, wurden sie von den Liberalen später als ungenutztes Land gesehen, das auf Individuen aufgeteilt werden konnte (vgl. Hogare 2020).

In der agrarischen Reform 1934 wurde das System bereits abgeschafft, beziehungsweise seine Ausrichtung verändert. Das Land wurde aufgeteilt unter denjenigen, die mit dem „Sistema de ejido“ ab 1915 Land verloren hatten. Über die Jahre und spätestens mit der Reform Salinas 1991, die 1992 gesetzlich etabliert war, wurde die Verteilung des Landes eingestellt (vgl. Culcobcs 2019 & Hogare 2020). Ein Landkauf kam für viele aufgrund fehlender Mittel nicht in Frage. Gleichzeitig wurde Land teilweise umverteilt und zu ökologischem Schutzgebiet erklärt (vgl. Gabbert 2004: 365). All diese Entwicklungen bildeten die Grundlage für die Entwicklung und Verstärkung von Armut, Ungleichheit und landloser Bevölkerung ohne eine institutionelle Vertretung. Darauf folgend bildeten die „Unvertretenen“ selbst eine Organisation, die sie vertreten sollte: Die „Ejército Zapatista de Liberación Nacional“ (EZLN) (vgl. Hernández Sánchez 2019: 13).

Die Ausgangssituation der Region war neben den beschriebenen ökonomischen Umständen, dass sich regionale Bauernorganisationen in Chiapas bildeten, die sich dem Aufbau von Kreditgenossenschaften und der politischen Bildung widmeten. Die Anwohner Chiapas' hatten sich dem Verkauf von Rindern, Holz und Kaffee gewidmet. Als zusammen mit dem Kaffeepreis der Preis für Rinder fiel und der Holzschlag in der Selva Lacandona verboten wurde, spitzte sich die Situation zu. Am 1. Januar 1994 kam es zu einem öffentlichen Aufstand. Etwa 5000 AnhängerInnen besetzten mehrere Dörfer und Städte von Chiapas. Sie waren eher schlecht bewaffnet, nur 200 verfügten über automatische Waffen. So gewann die mexikanische Bundesarmee bereits einen Tag später überhand und schlug den Aufstand durch Gewalt nieder. Kurz darauf, am 12. Januar 1994 wurde Waffenstillstand verkündet, der bis heute andauert. Die politische Organisation der Zapatistas besteht darin, dass das wichtigste Entscheidungsorgan die Versammlung der Mitglieder ist. Jede Gemeinde entsendet eine/n Delegierte/n in die Komitees, wovon es vier gibt, für jeweils eine Sprachgruppe. Die VertreterInnen aus den Komitees bilden das höchste Entscheidungsorgan (vgl. Gabbert 2004: 366f.). Ende Februar des Jahres 1994 folgten dann die Besprechungen der Zapatistas mit dem Abgeordneten der Regierung sowie der Vermittlung des Bischofs von San Cristóbal de las Casas. Gefordert wurden demokratische Wahlen, die Verbesserung der materiellen Situation, der kulturellen Rechte und Autonomie (vgl. Gabbert 2004: 368). Der Gesetzesvorschlag der Regierung, der hieraus hervorging, wurde im Juni 1994 von den Zapatistas wegen mangelnder Vertretung ihrer Interessen abgelehnt (vgl. Le Bot 1997: 11).

Nach erneuten Gefechten zwischen der ELZN und dem Militär, kam es im Februar 1996 zum Abkommen von San Andrés: Hierin werden die Anerkennung des Selbstbestimmungsrechtes der indigenen Bevölkerung, indigener Formen der Konfliktregelung, Selbstverwaltung und der kollektiven Verfügung über die Naturressourcen ihrer Territorien festgehalten. Die Aufnahme dessen in die Verfassung scheiterte in den 2000er Jahren, nachdem auch das Interesse der Öffentlichkeit an der EZLN abgenommen hatte. So wurde in der Verfassung weder das Recht auf kollektive Nutzung der Naturressourcen noch die Existenz der Territorien anerkannt (vgl. Gabbert 2004: 373f.).

Infolgedessen bestehen heute „autonome Gemeinden“, die nicht mit den administrativen Grenzen und Verwaltungsorganen der Gemeinden übereinstimmen, sondern parallel dazu agieren. Die Zapatistas „verweigern bis heute die Zahlung von Steuern und Stromgebühren, sie schlichten ihre Streitigkeiten selbst, regeln den Landzugang, stellen eigene GeburtsurkundInnen aus und versuchen, gestützt auf die materielle Hilfe von NGOs, ein eigenes Gesundheits- und Bildungssystem aufzubauen“ (Gabbert 2004: 375).

Anhand der Streitigkeiten der Zapatistas, die als Folge der schwierigen Lebensbedingungen, der Entwicklung des „Sistema de Ejidos“ hin zu Privatisierungen von Land und den Umverteilungen von Land gesehen werden können, wird deutlich, dass die Regionen in denen Zapatistas leben als „frontier“ gelten können. „Frontier“ wird nach Rasmussen und Lund als Territorium definiert, bei denen es um Land, Ressourcen, Autorität und Institutionen geht. Das Konzept soll die sozialen Prozesse hervorheben, die in dem Gebiet stattfinden und bei denen es um die Zerstörung und Neukonsolidierung von Land und Grenzen geht: „A frontier is not a space or a resource itself, but a space or a resource characterized by a set of dynamics of institutional destruction“ (Rasmussen & Lund 2021: 85).

Die zapatistische Bewegung formierte sich als Gegenpol zu den neoliberalen Entwicklungen, die in dieser Arbeit beschrieben wurden. Wie deutlich wurde, geht es der Bewegung nicht nur um bessere Preise und stabile Abnahmemengen von Kaffee, sondern vor allem um eine grundsätzliche politische Positionierung gegenüber Projekten, die neoliberalen Logiken entsprechen. Die Import-Kollektive fördern die Kooperativen und ihre politischen Projekte sowie deren Autonomie. Bisher konnte ein erstes Verständnis dafür entwickelt werden, wer

die Zapatistas sind. Dieses soll im Folgenden weiterentwickelt werden, bevor der Zusammenhang mit den Import-Kollektiven untersucht wird.

Als Zapatistas gelten all jene, die unter der neoliberalen Wirtschaftsweise leiden und sich zu einem Gegenpol solidarisiert haben: *„los que perdieron su empleo y no ven posibilidades de regresar a la nómina, los que abandonaron la escuela, incapaces de continuar sus estudios por razones económicas, en cualquier escalón del embudo educativo; los que perdieron, junto con sus empleos, sus derechos al seguro social; los que ya no pueden emplear sus tarjetas de crédito o cancelaron sus cuentas de cheques, tras perder su fuente de ingreso...”* (Esteve 1995, in Eraso Quintero 2007: 37). Übersetzung: Diejenigen, die ihren Arbeitsplatz verloren haben und keine Aussicht auf eine Rückkehr auf die Lohn- und Gehaltsliste sehen; diejenigen, die die Schule abgebrochen haben, weil sie aus wirtschaftlichen Gründen nicht in der Lage waren, ihr Studium fortzusetzen, egal auf welcher Stufe des Bildungstrichters; diejenigen, die zusammen mit ihrem Arbeitsplatz auch ihre Sozialversicherungsansprüche verloren haben; diejenigen, die ihre Kreditkarten nicht mehr benutzen können oder ihr Girokonto gekündigt haben, weil sie ihre Einkommensquelle verloren haben [...].

Die Zapatistas bieten eine andere Wirtschaftsweise an, in der die Dynamiken der sozialen Beziehungen nicht den ökonomischen Interessen oder privatem Eigentum untergeordnet sind, wie es innerhalb neoliberaler Logiken gängig ist (vgl. Eraso Quintero 2007: 22). So konstituiert sich ihre ökonomische Autonomie aus Ihren Überzeugungen: *„La tierra que trabajamos es nuestra, no es de los bancos, ni de los que venden fertilizantes e insecticidas y promueven los cultivos transgénicos. La tierra no es de quien la ve como una mercancía, la vende y la compra, la destruye y la mata.”* (la palabra, in Eraso Quintero 2007: 23). Übersetzung: Das Land, auf dem wir arbeiten, gehört uns, es gehört nicht den Banken und auch nicht denen, die Düngemittel und Insektizide verkaufen und gentechnisch veränderte Pflanzen fördern. Das Land gehört nicht denen, die es als Ware betrachten, die es verkaufen und kaufen, die es zerstören und töten.

Darauf aufbauend liegt es auch nicht im Interesse der Zapatistas Großprojekte durchzusetzen, die im Sinne der „Entwicklung des Landes“ aus Sicht von UnternehmerInnen und der Regierung sind: *„queremos nuestros territorios libres de megaproyectos de muerte. No queremos el tren Maya que convierta todo el sur sureste de nuestro país en un eslabón del*

capital trasnacional, en las vías y sus alrededores, la extracción, contaminación, destrucción, despojo y privatización en toda la región. No queremos el corredor transístmico que convierta en una fábrica de energía eólica, maquilas y explotación de minerales zonas enteras desde el océano pacífico hasta el Golfo de México, ni queremos el Proyecto Integral Morelos que atenta contra el territorio de comunidades de Tlaxcala, Puebla y Morelos en los pueblos del volcán Popocatepetl y que reprime con la muerte a quienes cuestionan o se oponen, como al compañero Samir Flores Soberanes.” (Enlace Zapatista 2021). Übersetzung: Wir wollen, dass unsere Territorien frei von Megaprojekten des Todes sind. Wir wollen nicht den Maya-Zug, der den gesamten Südosten unseres Landes in eine Verbindung für transnationales Kapital, Extraktion, Verseuchung, Zerstörung, Enteignung und Privatisierung in der gesamten Region verwandeln wird. Wir wollen weder den Korridor, der ganze Gebiete vom Pazifik bis zum Golf von Mexiko in eine Fabrik für Windenergie, Maquilas und Mineralienausbeutung verwandeln wird, noch das Projekt Morelos Integral, das das Territorium der Gemeinden in Tlaxcala, Puebla und Morelos in den Dörfern des Vulkans Popocatepetl angreift und diejenigen, die es in Frage stellen oder sich ihm widersetzen, wie den Genossen Samir Flores Soberanes, mit dem Tod unterdrückt. Im vorhergehenden Zitat sprechen die Zapatistas sich gegen Großprojekte des Kapitals aus, die noch in Planung sind oder bereits realisiert werden. Die Projekte führen in ihren Augen zu Extraktion, Kontaminierung, Zerstörung, Enteignung und Privatisierung. Genannt werden Projekte der Windenergie, Extraktionsprojekte von Mineralien und das Projekt Morelos, das aus einer Gas-Pipeline besteht. Der Tren Maya ist ein Projekt, das bereits angefangen wurde (vgl. Feldbeobachtungen, Stand Juli 2022, in Valladolid, Yucatán). Die Bevölkerung fürchtet sich vor Landenteignung, stärkerer Privatisierung und Umsiedlungen, beziehungsweise vor dem Wegfall ihrer Lebensgrundlage (vgl. Npla 2019). Die vorausgehende Konsultation der Projekte findet oft nur begrenzt statt, die Interessen der AnwohnerInnen werden oft nicht angehört oder einbezogen. Beim Projekt Tren Maya kam es zwar zu vorigen Informationstreffen Im Vorhinein, ein Konsens konnte jedoch nicht erreicht werden, es wurde lediglich über die Ziele des Projekts informiert (vgl. Npla 2019).

Nach Artikel 169 der ILO-Konvention und nach der ILO-Deklaration über die Rechte indigener Völker haben diese Gruppen das Recht auf vorherige Konsultation, um ihre Teilhabe an Entscheidungen zu garantieren, die politische, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Entwicklungen betreffen. Jedoch wird deutlich, dass die neoliberalen Logiken dominierend

sind und in Ländern wie Mexiko AktivistInnen von der Regierung unterdrückt werden und teils mit ihrem Leben für ihre Positionierung und Meinungsäußerung bezahlen (vgl. Npla 2019). Diese Umstände wirken klar auf die Lebensrealitäten der Zapatistas und aller AnwohnerInnen Mexikos ein.

Der Zusammenschluss der Zapatistas dient dazu, ihre Interessen gebündelt gegenüber den neoliberalen Logiken darzustellen, jedoch ist es ein anhaltender Kampf gegen neue Projekte, die immer wieder einschränkend auf die Bevölkerung wirken. Der Tren Maya, der Infrastruktur und Bewegungsmöglichkeiten im Land schaffen soll, soll auch durch Chiapas laufen und kann hier wieder zur Unterminierung der Anwohnenden und Ihrer Rechte führen. Auch die ökonomische Unabhängigkeit der Zapatistas ist eine ständige Herausforderung. Es gibt Bäckereien, SchuhmacherInnen, Gemüsegärten, Tierzucht, mit denen die Subsistenz versucht wird. Daneben gibt es zwei Kooperativen, die ihren Kaffee auf internationaler Ebene exportieren (Mut Vitz, Yachil Xojobal) und künstlerische Kooperativen, wie zum Beispiel „Mujeres por la dignidad, Xiluchon y Niximrosa“ (Sipaz 2005). Es werden, von den Zapatistas, nach wie vor Produkte transnationaler Großunternehmen konsumiert, obwohl die ökonomische Unabhängigkeit den eigentlichen Werten der Zapatistas entspricht. Gar keine Produkte transnationaler Unternehmen zu konsumieren, ist bisher nicht möglich, aufgrund von fehlendem Bewusstsein und Alternativen. Obwohl die Zapatistas eigene Schulen mit PromotorInnen haben, in denen ihre autonome Sichtweise vertreten wird, ist dies bisher nicht ausreichend, um den Konsum der eigenen Bevölkerung auf die Selbstversorgung zu beschränken. Weitere Bildungsarbeit ist hier nötig und es sei nach Sipaz nicht ausreichend, den Konsum gewisser Güter zu verbieten: *„No se trata de prohibir sino de concientizar. Se trata de una cuestión formativa e informativa, pesan mucho los medios y la información. Lo importante es que se genere la pregunta y la reflexión, que se aterrice, lo más fuerte es el actuar, el hacer. No sirve que la JBG prohíba“* (Sipaz 2005). Übersetzung: Es geht nicht um ein Verbot, sondern um eine Sensibilisierung. Es ist eine Frage der Bildung und der Information; die Medien und die Information sind sehr wichtig. Das Wichtigste ist, Fragen zu stellen und zum Nachdenken anzuregen, es auf den Boden der Tatsachen zu bringen, und das Wichtigste ist, zu handeln. Es reicht nicht aus, dass das JBG ein Verbot ausspricht. Mit der JBG ist die „Junta del buen gobierno“ gemeint (vgl. Sipaz 2005).

Darüber hinaus werden weder Geld noch Projekte von der Regierung akzeptiert. Im Jahr 2001 wurde eine konstitutionelle Reform über die Rechte und Kultur der indigenen Bevölkerung akzeptiert. Dennoch wurde hier nicht ihre autonome Regierung anerkannt, wie bereits zuvor erwähnt wurde. Die Zapatistas stehen weiterhin vor den Herausforderungen, einerseits ihre Rechte auf Land, Autonomie und die eigene Gestaltung ihrer Lebensrealitäten beibehalten zu können, andererseits anhand der ständigen Unterdrückung vonseiten der Regierung den allseits präsenten neoliberalen Logiken nicht selbst zum Opfer zu fallen. Der Zusammenschluss zu Kaffeekooperativen und möglichst direkter Handel mit wenig Zwischenhändlern sind Ansätze, die genutzt werden, um generell die Projekte der Zapatistas finanzieren zu können und zu einer gerechteren Wertverteilung entlang der Warenkette von Kaffee zu gelangen (vgl. Sipaz 2005).

Nachdem die Ideologie der zapatistischen Kooperativen hervorgehoben wurde, soll nun herausgearbeitet werden, wie die Import-Kollektive die Kooperativen unterstützen.

4.5.2 Die Import-Kollektive

Zunächst wird nun das Kollektiv Café Libertad vorgestellt, um danach das Kollektiv „Aroma Zapatista“ zu präsentieren.

Das Kollektiv Café Libertad wurde im Jahr 1999 gegründet und versucht seitdem verlässliche Abnahmemengen und -Preise möglichst früh zu vereinbaren. Es geht um den Aufbau langfristiger, vertrauensvoller Handelsbeziehungen. Es wird mitbedacht, welche Risiken für die kaffeeanbauenden Kooperativen auftreten können und wie die Kooperativen dabei unterstützt werden können. Vom Kaffeekollektiv Café Libertad werden Ernteauffälle als Folge von Klimaveränderungen oder Erkrankungen der Kaffeepflanzen als Risiken beachtet, die auftreten können und bei denen die Zapatistas unterstützt werden sollen. Auch Angriffe des Paramilitärs oder die Niederbrennung der Plantagen gelten als mögliche Risiken. Für die Unterstützung der Zapatistas in diesen Bereichen werden Fördergelder durch den Kaffeeverkauf generiert. „So wurden in der Vergangenheit zum Beispiel der Bau von Kliniken, Schulen, Gemeinschaftsgebäuden, die Anschaffung von Maschinen zur Kaffeeverarbeitung oder die Bekämpfung von Kaffeekrankheiten als Folge des Klimawandels gefördert“ (Café

Libertad). Weiterhin beschreibt das Kollektiv Aroma Zapatista, dass die Fördergelder den Aufbau der selbstverwalteten zapatistischen Strukturen unterstützen (vgl. Aroma Zapatista Flyer).

Der Preis, den das Kollektiv Café Libertad pro Kilo Kaffee an die Kooperative zahlt, ist mit 145 Pesos der höchste unter den Kooperativen. Nur die Produzentin Maribel Meza Guzman, verdient mit 195 Pesos – 300 Pesos pro Kilo mehr (vgl. Tabelle 4). Beim Preis ging das Kollektiv mit den steigenden Kosten für die Kooperativen mit: „Noch 2013 hatte unser Einkaufspreis von zapatistischem Kaffee bei 78 MXN/kg gelegen, während wir aktuell bei 135 MXN/kg und mehr sind. Es geht also innerhalb von 10 Jahren in Richtung Verdopplung“ (Interview 5).

So wird auf diese Weise versucht den Handel möglichst solidarisch zu machen und es wurde zu Zeiten der Corona-Pandemie kurzfristig ein Corona-Zuschuss zum Preis hinzugefügt, um die Kooperativen zu unterstützen.

Dennoch ist das Import-Kollektiv als Zwischenglied zu betrachten und die ProduzentInnen bekommen nicht direkt den Preis des Kollektivs bezahlt, sondern erhalten den regional gängigen Preis von ca. 80 Pesos von der zapatistischen Kooperative (vgl. Interview 5).

Eine stabile Abnahmemenge seitens des Import-Kollektiv dadurch gewährleistet, dass sie auf langfristige Kooperation mit den Kooperativen setzen, und sich an der Qualität des Kaffees und an politischen Kriterien orientieren, anstatt neue, günstige Angebote zu suchen. Eine stabile Nachfrage seitens des Kollektivs sei vorhanden, so der Interviewte Kai Nolde. Seitens der Kooperativen würden sich jedoch Rahmenbedingungen ändern können und es passiere, dass die Kooperativen aus irgendeinem Grund nicht liefern könnten. Als Folge des Klimawandels seien beispielsweise verstärkt Erkrankungen der Kaffeepflanzen aufgetreten, wodurch es zu Ernteverlusten gekommen sei. Die Folge dessen sei gewesen, dass mehr Kaffee nachgefragt wurde, als die Kooperativen anbieten konnten, weshalb sich die Suche des Import-Kollektivs doch auf andere Regionen ausgeweitet habe (vgl. Interview 5). Grundsätzlich besteht aber eine stabile Nachfrage seitens des Import-Kollektivs.

Das Kollektiv präsentiert seine Grundsätze solidarischen Handels auf der Website, indem faire Preise, langfristige Zusammenarbeit, Fördermittel, Kommunikation, politische Diskussion und Direktvertrieb beschrieben werden. Mit Direktvertrieb ist hier gemeint, dass der Kaffee auf

der Website direkt bestellt werden kann. Da erwirtschaftete Überschüsse nicht privatisiert werden, verringert sich die Bedeutung des Kollektivs als Zwischenhändler. Dennoch entscheidet das Kollektiv darüber, wie die Fördergelder eingesetzt werden. Beispielsweise wurde für politischen Austausch wurde ein großer Anteil von Fördergeldern verwendet. In dem Rahmen bereisten VertreterInnen der Zapatistas und indigener Gemeinden den europäischen Kontinent. Somit bleibt das Kollektiv als Zwischenglied in der Warenkette sichtbar und von Bedeutung und es findet nur ansatzweise direkter Handel statt. An diesem Punkt wird erneut die unklare Verwendung des Begriffes direkter Handel deutlich. Zudem findet der Verkauf des Kaffees vom Import-Kollektiv Café Libertad neben dem Online-Verkauf an Partner wie Buchläden, Bioläden und Weltläden statt, die einen eigenen Aufschlag verlangen (vgl. Café Libertad)

Es kann geschlussfolgert werden, dass das Import-Kollektiv Café Libertad einen vergleichsweise guten Preis an die Kooperativen zahlt und die Kooperativen unterstützt, indem ihnen durch einen neuen KundInnenkreis in Europa Wachstum ermöglicht wird. Dadurch dass die zapatistischen Kooperativen auch andere Verkaufskanäle auf dem nationalen Markt haben, ermöglicht das Import-Kollektiv zu einem Teil auch die Diversifizierung ihres Einkommens (vgl. Feldbeobachtungen). Weiterhin unterstützt das Kollektiv die lokale, autonome Organisation der Zapatistas, ihre politischen Ideale sowie einen politischen Austausch innerhalb des Netzwerkes. Das Import-Kollektiv ermöglicht den zapatistischen Kooperativen stabile Mengen zu einem besseren Preis als regional gängig zu verkaufen. Dennoch ist die Kooperative als Zwischenglied zu betrachten und die ProduzentInnen bekommen nicht direkt den Preis des Kollektivs bezahlt, sondern sie erhalten den regional gängigen Preis von 80 Pesos von der zapatistischen Kooperative (vgl. Interview 5). Die zapatistischen Kooperativen organisieren sich unabhängig von Strukturen der Regierung und verfolgen ihre eigene Ideologie. Obwohl kein besserer Preis an die ProduzentInnen bezahlt werden kann als der regional gängige von ca. 80 Pesos pro Kilo Kaffee, unterstützen die Import-Kollektive die gemeinschaftliche Organisation sowie die Werte der zapatistischen Kooperativen, indem Fördergelder gezahlt werden. Nachdem das Kollektiv „Café Libertad“ beschrieben wurde, geht es im Weiteren um das Kollektiv „Aroma Zapatista“.

Gegründet wurde das Kollektiv „Aroma Zapatista“ im Jahr 2012. Damals orientierte sich das Kollektiv an dem Preis, den auch Café Libertad an die zapatistischen Kooperativen zahlte. Die Liefermenge wird gemeinsam mit der zapatistischen Kooperative abgesprochen. Die Menge wird vom Kollektiv angefragt, woraufhin die Kooperativen bestätigen, ob sie die Menge liefern können. Der Preis wird vorgeschlagen und das Import-Kollektiv „Aroma Zapatista“ versucht, diesen zu zahlen. Jährlich werden neue Verträge gemacht. Die Kooperativen übernehmen die Kosten bis zum Abfahrtshafen, die restlichen Transportkosten werden vom Import-Kollektiv übernommen. Es wird in der Landeswährung mexikanische Pesos gezahlt. Bei Vertragsabschluss wird eine Vorfinanzierung von 60-70% gezahlt. Nach Erhalt wird der Rest bezahlt (vgl. Interview 9).

Laut der Interviewten orientieren sich die Kooperativen bei dem Preis, der verlangt wird, am Börsenpreis sowie an dem Preis, der in der Region gängig ist und von den „Coyotes“ ausgeht sowie an den realen Kosten der Weiterverarbeitung und des Transports bis in den Hafen. Der Preis, der von dem Kollektiv an die zapatistische Kooperative gezahlt wird, liegt bei 135 mexikanischen Pesos. Der Preis ist demnach geringfügig niedriger als jener, der vom Kollektiv Café Libertad an die Kooperativen entrichtet wird. Die ProduzentInnen an sich bekommen von dem Preis jedoch wiederum nur 80 Pesos pro Kilo ausbezahlt. Somit sind auch in dem Fall das Import-Kollektiv sowie die zapatistische Kooperative als Zwischenglied von Bedeutung. Es kann zwar dafür gesorgt werden, dass Projekte umgesetzt werden, die den ProduzentInnen dienlich sein können. Jedoch verdienen die ProduzentInnen am Ende nicht mehr als 80 Pesos. Der Preis, der von den Kooperativen an die ProduzentInnen aus Chiapas bezahlt wird, ist damit ähnlich bei den verglichenen Kooperativen (vgl. Tabelle 4).

Ein Vorhaben des Import-Kollektivs „Aroma Zapatista“ ist, nie weniger als im Vorjahr an die Kooperativen zu bezahlen. Dies erweist sich allerdings als Herausforderung, wenn das Import-Kollektiv gleichzeitig wirtschaftlich bleiben möchte. Soll der Preis, der an die Kooperative gezahlt wird, ständig steigen, muss die Preiserhöhung gleichfalls an die KundInnen weitergegeben werden, was eine niedrigere Nachfrage verursachen kann (vgl. Interview 9). Den MitarbeiterInnen des Kollektivs in Hamburg wird ein Stundenlohn bezahlt, es handelt sich nicht um freiwillige Arbeit, die geleistet wird. Es werden sogar Reisen vom Import-Kollektiv organisiert, um die Preise gemeinsam mit den zapatistischen Kooperativen zu besprechen,

sodass die Preisgestaltung möglichst transparent stattfindet. Das Import-Kollektiv ist wie das Kollektiv „Café Libertad“ nicht darauf aus, Gewinne zu generieren, sodass Überschüsse immer wieder in das Projekt investiert werden (vgl. Interview 9).

Bis hierhin wurde eingehend auf den Preis eingegangen. Zu stabilen Verkaufsmengen äußerte sich die Interviewte des Kollektivs „Aroma Zapatista“ insofern, dass das Kollektiv abhängig von der wirtschaftlichen Situation und von der Erntemenge der Kooperative Kaffee bestelle. Zusammen mit anderen europäischen Import-Gruppen wird die jeweilige Import-Menge online abgesprochen. Hierbei, erwähnt die Interviewte, „gibt es eher zu wenig Rohkaffee für die vielen mit den Zapatistas solidarischen Kaffeegruppen“ (Interview 9). Die Ideale der zapatistischen Kooperativen schaffen einen eigenen Absatzmarkt. Folglich können die zapatistischen Kooperativen mit einer Abnahme ihres gesamten Rohkaffees rechnen. Die Möglichkeit bei den europäischen Import-Kollektiven den gesamten Rohkaffee der zapatistischen Kooperativen abzukaufen sei seit Jahren vorhanden, so die Interviewte Doro (vgl. Interview 9). Die Abnahmemenge kann daher als langfristig stabil gewährleistet und bewertet werden.

Eine Herausforderung für die Import-Kollektive ist der hohe Einkaufspreis, der manche europäische Gruppen dazu bewogen hat, weniger Kaffee zu kaufen, da sie es sich nicht mehr leisten können. Dies zeigt, dass der Import doch mit hohen Kosten verbunden ist. Zudem stellt die Logistik eine Herausforderung dar: „Manchmal passen Säcke einfach nicht mehr in den Container und es wäre zu teuer, einen weiteren Container zu buchen, der dann nicht ausreichend gefüllt wäre“ (Interview 9). Es wird deutlich, dass das Import-Kollektiv eigene Herausforderungen zu bewältigen hat, die darin bestehen wirtschaftlich zu bleiben. Die vorhandenen Netzwerke können sich gegenseitig unterstützen. So erhielt das Kollektiv „Aroma Zapatista“ anfangs starken Rückhalt aus dem Deutschlandweiten „Ya-Basta“-Netz – „ein Netzwerk von Gruppen und Einzelpersonen, welche die zapatistische Bewegung und Ideen für eine andere, solidarischere Welt unterstützen. Die KundInnen des Kollektivs sind Einzelpersonen und kleinere Geschäfte, wie Infoläden, Buchläden, Foodcorps und kleine Lebensmittelläden. Dies sind größtenteils Personen, die sich selbst solidarisch mit den Zapatistas [...] sehen.“ (Interview 9).

Abschließend ist zu sagen, dass die Basis der Zusammenarbeit der Import- Kollektive mit den zapatistischen Kooperativen darin besteht, dass gemeinsame politische Ideale umgesetzt werden. Der Preis von 80 Pesos pro Kilo Kaffee, den die ProduzentInnen erhalten, wird um den ideellen Wert des Kaffees erhöht, sodass die KaffeeproduzentInnen sich politisch vertreten und unterstützt fühlen. Die Werte, die von den zapatistischen Kooperativen und von den Import-Kollektiven vertreten werden, äußern sich in der Kritik am neoliberalen System, in gleichberechtigtem solidarischem Handel sowie der Unterstützung der lokalen, autonomen Organisation und der politischen Ideale der Zapatistas. Der Kaffee, der von den Import-Kollektiven verkauft wird, enthält diese Werte, sie werden auf der Website für die KundInnen hervorgehoben. Somit verkauft sich der Kaffee auch aufgrund dieser Werte und mit dem Vertrieb wird politische Arbeit geleistet. Bei Case Studies 5 & 6 sind die ideellen Werte der Zusammenarbeit dafür geeignet einen Absatzmarkt zu schaffen. Der globale Norden ist offen für diese Ideale und die Nachfrage nach bewussten Konsumgütern ist vorhanden. Somit erweitern die Import-Kollektive den KundInnenkreis der zapatistischen Kooperativen.

Nicht außer Acht zu lassen ist der Umstand, dass nicht allein die Import-Kollektive ein Zwischenglied zwischen KaffeeproduzentInnen und KonsumentInnen darstellen, sondern ebenso die zapatistischen Kooperativen. Diese sind als Zwischenglieder entlang der Warenkette von Kaffee jedoch weniger maßgeblich, da sie nicht gewinnorientiert arbeiten, sondern die politischen Ideale und Wertvorstellungen voranbringen. Diese stellen einen Wert an sich dar, der den KaffeeproduzentInnen ermöglicht, sich bestärkt zu fühlen. Somit stehen zusätzlich zu den Fördergeldern Ressourcen zur Verfügung, sich gegenüber anderen neoliberalen Projekten politisch zu positionieren.

4.6 Case Study 7 & 8: Die Unterstützungsprogramme „Producción para el Bienestar“ & „Sembrando Vida“

Die Unterstützungsprogramme „Produccion para el Bienestar“ und „Sembrando Vida“, werden von der Regierung Mexikos zur Verfügung gestellt, um KaffeeproduzentInnen eine Reihe von Möglichkeiten zu bieten, die Produktivität und Qualität ihrer Kaffeeproduktion zu verbessern. Der Kontakt zu den Organisatorinnen der Programme konnte über eine Bekannte hergestellt werden, die bei „Greenpeace“ im Bereich Lobbyarbeit tätig ist.

Die Unterstützungsprogramme können im Weiteren zu den Möglichkeiten beitragen, den Kaffee zu einem besseren Preis zu verkaufen und stabile Verkaufsmengen zu erreichen. Im Folgenden werden mögliche Vor- und Nachteile der Programme diskutiert, um ihre Nützlichkeit hinsichtlich der Forschungsfrage dieser Arbeit zu analysieren. Daraufhin wird nochmals auf die Institutionen INMECAFE und CNOC eingegangen und ein Ausblick auf den vorliegenden Gesetzesvorschlag des neuen „Ley de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café“ gegeben.

Während das Programm „Producción para el Bienestar“ ProduzentInnen im finanziellen Bereich sowie im agroökologischen Bereich dabei unterstützt, die Qualität der Produkte sowie die Produktivität zu erhöhen, zielt das Programm „Sembrando Vida“ darauf ab, Bäume und Milpa zu pflanzen, um Biodiversität zu schaffen, womit die Regenerierung der Erde gefördert wird (vgl. Producción para el Bienestar; Sembrando Vida). Beide Programme beinhalten die finanzielle Unterstützung der ProduzentInnen, wie bereits in Kapitel 2.5.4 erwähnt wurde.

Das Programm „Producción para el Bienestar“ bietet außerdem technische Unterstützung und „Escuelas de campo“, in denen ProduzentInnen geschult werden sollen, ihre Produktion und ihre Verkaufsmöglichkeiten zu verbessern. Im Detail geht es in diesen Schulen um den Boden, um die Umwelt und darum, die Pflanzen möglichst ohne Agrochemie zu pflegen. Bis zum Jahr 2024 soll beispielsweise auf das stark umstrittene Mittel Glyphosat gänzlich verzichtet werden. Weiterhin sollen die ProduzentInnen die Möglichkeit bekommen, mehr über die Qualität ihres Kaffees zu erfahren, damit sie ihren Kaffee zu einem angemessenen Preis verkaufen können. Ein weiterer Punkt, der in den Schulen behandelt wird, sind die Herausforderungen, die durch den Klimawandel entstehen und wie diesen begegnet werden kann (vgl. Interview 7). Durch diese Maßnahmen kann und soll die Produktivität erhöht werden, die Organisation von ProduzentInnen untereinander gestärkt werden, die Qualität des Kaffees erhöht werden, und die Diversifizierung der Produktion gefördert werden (vgl. Interview 8, Anhang 6). Teil des Programmes sind Einzelhandelsgeschäfte, über welche die Produkte vertrieben, und die Verkaufsmöglichkeiten erhöht werden (vgl. Interview 7). Erst seit dem Jahr 2020 wurde das Produkt Kaffee in das Unterstützungsprogramm mitaufgenommen. Somit besteht noch keine lange Laufzeit, Verbesserungsmöglichkeiten und eine Evaluierung steht noch aus (vgl. Interview 7).

Grundsätzlich steht das Programm nur den ProduzentInnen zur Verfügung, die sich dafür beworben haben und aufgenommen wurden. Somit ist das Programm exklusiv und, wie bereits in Kapitel 2.5.4 erwähnt, wird es nicht großflächig beworben.

Das Programm „Sembrando Vida“ ist ein weiteres Programm, welches auf finanzielle Unterstützung der ProduzentInnen, auf Milpa und auf die Biodiversität setzt. Das Programm wurde Ende des Jahres 2018 von Andrés Manuel López Obrador ins Leben gerufen (vgl. Sembrando Vida). Gegen das Programm wird kritisch eingewendet, dass es die Individualisierung des eigentlich gemeinschaftlich genutzten Landes fördert, das unter „Ejido“ bekannt ist (vgl. De Ita 2022: 17). Auf den gemeinschaftlich genutzten Flächen, welche die „Ejidos“ für eine bestimmte Zeit an Bauern abtreten, werden Obst- und Holzbäume gepflanzt, die nach Ablauf des Programmes noch in Produktion sind und bestehen bleiben. Dies erschwert die Rückführung der Flächen in den Gemeingebrauch nach Ablauf des Förderprogramms (vgl. ebd.). Zudem werden die Ressourcen des Programmes an einzelne ErzeugerInnen vergeben. Diese nutzen sie in der Regel für den Eigenbedarf, was weder die Gemeinschaftsorganisation stärkt noch die lokale Wirtschaft ankurbelt. In den Regionen, in denen das Programm durchgeführt wird, wurde ein Anstieg des „Luxuskonsums“ festgestellt, wie zum Beispiel Dosenbier, Snacks und Süßigkeiten. Investitionen in Gesundheit, Bildung, Kultur und Lebensmittel konnten nicht festgestellt werden. Somit kommt die Autorin Ana De Ita zu dem Schluss, dass durch das Programm Individualisierung, anstelle von Organisationsstrukturen, gestärkt wird, die nach ihrer Ansicht die eigentliche Stärke landwirtschaftlicher Organisation und Entwicklung sind (vgl. ebd.). Die Zerstörung des Gemeinschaftsgefüges und der organisatorischen Entscheidungsstrukturen ist die Folge. Indigene und bäuerliche Gemeinschaften in Mexiko haben eine lange Tradition der kollektiven Territorialverwaltung. Die Autorin betont, dass dieses Programm die Strukturen, die den Gemeinden ein gewisses Maß an Autonomie ermöglichen, absichtlich untergräbt.

Im Programm ist vorgesehen, eine Organisation parallel zur Gemeindeorganisation zu schaffen, so De Ita. Die Teilnehmerinnen müssen eine bäuerliche Lerngemeinschaft integrieren und sind einem Techniker mit produktivem und einem Techniker mit sozialem Schwerpunkt unterstellt, die für die Weitergabe von Informationen zuständig sind (vgl. ebd.: 20). Die Techniker des Programmes haben weitreichende Entscheidungsbefugnis darüber, wer aufgenommen wird. Zu Beginn müssen die Mitglieder einen Arbeitsplan und einen

Tagesablauf für die Arbeit auf ihren Parzellen festlegen. Letztendlich werden die Zeitpläne dann aber von den TechnikerInnen festgelegt. Darüber hinaus gibt es für jeweils 50.000 Hektar und 20.000 ErzeugerInnen eine/n GebietskoordinatorIn. So stärkt das Programm die vorgegebenen Strukturen, erlaubt im Gegenzug aber nicht, dass sich die Familie des Landwirts/ der Landwirtin der Arbeit des Programmes widmet. Einzig eines ihrer Mitglieder darf für die Aufgaben zuständig sein. Dies bricht mit den Traditionen der Familienarbeit in Mexiko (vgl. ebd.).

Die teilnehmenden LandwirtInnen können überdies aus Zeitgründen nicht an Versammlungen oder Ausschüssen in ihrer eigenen Gemeinde teilnehmen. Und die ursprünglich bestehende Rechenschaftspflicht in den „Ejidos“ gegenüber dem Ejidal oder der Gemeindeversammlung besteht unter dem Programm nicht, selbst wenn sie Mitglieder der Ejidos sind und ihnen das Land vom Ejido zur Verfügung gestellt wurde. Für die ProgrammteilnehmerInnen ist es zudem schwierig, sich an sozialen Widerstandsbewegungen gegen andere Regierungsprojekte zu beteiligen, da sie befürchten, die Vorteile des Programmes zu verlieren. De Ita beobachtet, dass von dem Programm ein ländlicher Raum ohne gemeinschaftliche Organisation und kollektiven Besitz gefördert wird. Auf dem Land gibt es zahllose selbstverwaltete Organisationsprozesse, gemeinschaftliche und regionale Lebenspläne und Ausschüsse, die sich mit den Bedürfnissen der AnwohnerInnen befassen. Das Programm hat jedoch seine eigenen Funktionsweisen, die dagegenwirken (ebd. 2022: 21).

Ein weiteres Problem des Programms ist die Verpflichtung, 600 bis 1000 Bäume pro Hektar zu pflanzen. Deren Schatten kann nämlich wiederum die Milpa verschlechtern. Würden die Mittel der Gemeinschaft zur Verfügung gestellt, könnte man gemeinsam entscheiden, welche Flächen aufgeforstet werden. In manchen Fällen findet sogar Abholzung für die Wiederaufforstung innerhalb des Programmes statt (ebd.: 24). Neben den genannten Kritikpunkten wurde in Kapitel 2.5.4 bereits die willkürliche geographische Verteilung des Programmes beschrieben.

Das "Programa de Bienestar" unterliegt nicht so starker Kritik. Stattdessen fordert die CNOC, die Zahl der Begünstigten zu erhöhen sowie die Teilnahme von KaffeeproduzentInnen am nationalen Förderprogramm für Düngemittel zu ermöglichen. Während der Preis des Kaffees am Markt nicht steigt, sondern im Vergleich zum Vorjahr gesunken ist, steigen nämlich die

Preise von Düngemitteln und Lebensmitteln. So sinkt die Kaufkraft der ProduzentInnen stetig (vgl. La Jornada 2023). Für den Zyklus 2023-2024 wird mit einer weiterhin schwierigen Situation gerechnet, da in mehreren Regionen niedrigere Preise und Dürreeffekte erwartet werden. Es wird davon ausgegangen, dass die Kaffeepreise durch die starke Aufwertung des mexikanischen Pesos gegenüber dem Dollar und die Aussicht auf einen weiteren Preisrückgang aufgrund einer höheren Kaffeeproduktion (in Brasilien beginnt die Ernte, insbesondere der Kaffeesorte „Robusta“ im April) negativ beeinflusst werden (vgl. La Jornada 2023).

Nachdem die Unterstützungsprogramme ausgehend von staatlichen Institutionen besprochen wurden, soll nun auf die CNOC als Organisation eingegangen werden, die heute die Organisation der Interessensvertretung der KaffeeproduzentInnen Mexikos landesweit übernimmt.

Von der ehemals existierenden Institution INMECAFE haben die Interviewten ExpertInnen Fernando Celis und Rosi Cantú ein positives Bild, wie in der Aussage Celis deutlich wird. Die Institution kaufte, wie heutzutage die Kooperativen, den Kaffee der ProduzentInnen (Interview 10): „La institución compró de los productores, les dió una preliquidación, osea un montón“ Übersetzung: Die Institution kaufte von den Erzeugern, gab ihnen eine Vorabzahlung, also eine Menge.

Die Unternehmerin Rosi Cantú, die Tochter des ehemaligen Mitgründers der Institution INMECAFE meint, es müsse eine Organisation geben, welche die gemeinsamen Interessen der kaffeeproduzierenden Länder vertrete, einen guten Preis für den Kaffee erzielen zu können (vgl. Interview 11). Diese Aufgabe übernahm die Institution INMECAFE.

Die Institution versuchte, die Fördermengen der einzelnen Länder festzulegen, und Mindestpreise, in Absprache mit den anderen kaffeeproduzierenden Ländern, zu garantieren. Zu gewissen Zeiten konnte aber auch die Institution nur sehr begrenzt gute Preise anbieten. Dennoch verbleibt Celis so, dass 1975 bis 1986 eine gute Epoche für KaffeeproduzentInnen gewesen sei. Hiernach habe sich die Präsenz transnationaler Unternehmen verstärkt. Auch wenn die Institution nicht für alle KaffeeproduzentInnen präsent war, erklärt Celis, dass es eine Tendenz zur Verbesserung gegeben habe (Interview 10): „Tal vez menor en las regiones más aisladas, pero si.“ Übersetzung: Vielleicht weniger in den abgelegenen Regionen, aber doch.

Neben den Preisen an der Börse, die in Kapitel 3.5 besprochen wurden, ist vor allem die Produktion des größten kaffeeproduzierenden Landes Brasiliens beeinflussend. Wie dessen Ernte ausfällt, beeinflusst auch die Preise an der Börse. In den letzten Jahren lernten die CNOC und ihre Mitglieder einiges über Preissetzungsmechanismen. Die Organisation hat einen Mail-Verteiler, mittels dessen sie über die Preisentwicklungen informiert und so zu Bewusstsein und Bildung in dem Bereich beitragen will (vgl. Interview 10).

Mexiko hat also bereits Förderprogramme für die Kaffeeproduktion, jedoch sind diese nicht ausreichend, um das volle Potenzial auszuschöpfen. Das „Programa para el Bienestar“ scheint beliebter zu sein als das Programm „Sembrando Vida“ und es könnte mit längerer Laufzeit positive Wirkung zeigen. Jedoch bedarf es hierfür möglicherweise einige Jahre. Es gibt nach wie vor Herausforderungen, wie wechselhafte Umweltbedingungen durch den Klimawandel, Plagen, geringen Konsum im Inland. Und auch der Import von grünem Kaffee aus Ländern, die billigen Kaffee „Robusta“ produzieren, findet weiterhin statt. Nestlé ist der Hauptkäufer von Kaffee in Mexiko und hat in den letzten Jahren in zwei große Fabriken investiert. Nestlé hat eine erhöhte Nachfrage nach Kaffee der Sorte Robusta, der in geringerer Quantität in Mexiko angebaut wird und daher aus Brasilien oder Vietnam importiert wird (vgl. Anhang 7: 16). Es besteht eine starke Konkurrenzsituation zwischen den kaffeeproduzierenden Ländern, die Strategien erfordert, den mexikanischen Kaffee nicht unterwertig zu verkaufen. Wie Rosi Cantú im Interview erwähnte, bräuchte es eine Organisation, die die gemeinsamen Interessen der kaffeeproduzierenden Länder koordiniert und vertritt (vgl. Interview 11). Die Unterstützung für KaffeeproduzentInnen durch die hier genannten Programme findet isoliert und fragmentiert statt und hat die Tendenz zu individualisieren und die Kaffeeproduzentinnen und von der lokalen, gemeinschaftlichen Organisation loszulösen. Die CNOC kann die Rolle der ehemaligen Institution INMECAFE nicht übernehmen, versucht jedoch die Interessen der KaffeeproduzentInnen an die Politik heranzutragen und die ProduzentInnen über aktuelle Entwicklungen zu informieren. Beispielsweise gibt der Organisator Fernando Celis häufig Interviews und tritt in Diskussion mit MitarbeiterInnen der öffentlichen Institutionen oder versucht die Initiative des neuen Gesetzes voranzubringen: „La ley de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café“ (vgl. Interview 10; Anhang 7).

Die neue Gesetzesinitiative soll umgesetzt werden, um die Kaffeeproduktion in Mexiko zu stärken. Eine Serie von Strategien einschließlich Forschung, Investitionen und Förderung des

Konsums sind geplant, um die Funktionen der Institutionen neu zu definieren, die für die Umsetzung verantwortlich sind. Besonders der Konsum im Inland soll gestärkt werden. Dieser Gesetzesvorschlag vom 03.03.2022, ist bisher noch nicht in Kraft getreten. Die Verhandlungen finden unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt, weshalb der Status unklar ist und bis zur eventuellen Veröffentlichung bleiben wird. Die Ansätze des Gesetzesvorschlages haben das Ziel, den KaffeeproduzentInnen Unterstützung in den Bereichen Logistik, Wachstum, Investitionen, Export, technische Innovation, Transformation und Vermarktung des Kaffees zu bieten (vgl. Anhang 7). Die Ausführung des Gesetzes entscheidet über Erfolg oder Scheitern des Programmes und darüber, ob Mexiko seinen KaffeeproduzentInnen eine neue Position innerhalb der Warenkette von Kaffee ermöglichen kann. Ein ausreichendes Budget, das zur Umsetzung des Gesetzes zur Verfügung gestellt werden muss, ist notwendig.

Eine institutionelle Unterstützung der KaffeeproduzentInnen in Mexiko und speziell in Chiapas existiert zwar, aber die Produktivität in Chiapas liegt noch unterhalb der anderer Staaten und kann ausgebaut werden. Die vorhandenen Förderprogramme unterstützen die ProduzentInnen zwar bedingt, jedoch ist die Anzahl der geförderten KaffeeproduzentInnen zu gering und die Ziele der Programme sind zu beschränkt und zu spezifisch. Um den KaffeeproduzentInnen aus Chiapas mehr Möglichkeiten zu geben, höhere und stabile Preise für ihren Kaffee zu erlangen, sind die hier beschriebenen Förderprogramme nicht ausreichend, sondern können nur begrenzt Hilfe leisten.

5. Zwischenfazit aus den Case Studies

In diesem Kapitel soll die Effizienz der Ansätze hinsichtlich der Forschungsfrage geprüft werden. Die Forschungsfrage *"Welche Grenzen und Möglichkeiten bestehen für KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Mexiko höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für Ihren Kaffee zu erlangen?"* leitet die folgenden Überlegungen an. Es werden Zwischenfazit aufgestellt.

In den ersten beiden Case Studies wurden die Ansätze Upgrading und direkter Handel kombiniert (Kapitel 4.2 & 4.3). Die Kooperativen und Import-Kollektive sind Ansätze, die in den Kapiteln 4.4 und 4.5 genauer vorgestellt wurden und die miteinander einhergehen

können. Zuletzt wurde auf die institutionelle Unterstützung ausgehend von Regierungsinstitutionen oder der CNOC, der nationalen Interessensvertretung der KaffeeproduzentInnen Mexikos eingegangen. In den kommenden Kapiteln sollen die Ansätze, so wie sie von den Beforschten kombiniert wurden, nochmals analysiert werden: In Kapitel 5.1 Upgrading & direkter Handel, in Kapitel 5.2 Kooperativen, in Kapitel 5.3 die Import-Kollektive und die zapatistischen Kooperativen und in Kapitel 5.4 die Unterstützungsprogramme aus den Case Studies 7 & 8.

5.1 Upgrading & direkter Handel

In den Case Studies 1 & 2 (Kapitel 4.2 & 4.3) wurde beobachtet, dass die Ansätze Upgrading und direkter Handel kombiniert wurden. In Case Study 1 wurde von der Produktion des traditionellen Kaffees auf die Produktion des Spezialitätenkaffees umgestellt. Somit wurde Upgrading betrieben. Eine Diversifizierung des Einkommens wurde möglich, da seit dem Upgrading verschiedene Qualitäten des Kaffees angeboten werden. Mit den internationalen KundInnen wird direkter Handel betrieben. Dies sind keine KonsumentInnen des Kaffees, sondern Abnehmerfirmen in Frankreich und den USA, die den Kaffee im jeweiligen Land weiter an KonsumentInnen vertreiben. Dennoch steht kein weiteres Zwischenglied zwischen der Produzentin und ihren AbnehmerInnen, sodass die Produzentin dem direkten Handel, auch innerhalb der nicht ganz eindeutigen Definition, klar zugeordnet werden kann. Die Produzentin konnte durch das Upgrading die Qualität ihres Kaffees verbessern. Sie kann bessere und gerechtere Preise verlangen, da sie Spezialitätenkaffee produziert. Weiterhin kann die Kategorie Nachhaltigkeit der Kaffeeproduktion in Case Study 1 zugeordnet werden, denn die Produzentin arbeitet an der Verbesserung ihrer Böden und verschiedene Pflanzen wachsen auf ihrer Kaffeeplantage, sodass Biodiversität vorhanden ist. Darüber hinaus besteht direkter Kontakt zu den AbnehmerInnen und es findet regelmäßige Kommunikation zwischen der Produzentin und den KäuferInnen statt. Besuche der internationalen KundInnen auf der Kaffeeplantage wurden bisher noch nicht organisiert (vgl. Interview 4).

Auch wenn die Produzentin ihren Kaffee durch Upgrading und direkten Handel zu besseren Preisen verkaufen kann, und sie momentan stabile Abnahmemengen und KundInnen hat, liegt die Verantwortung, einen stabilen AbnehmerInnenkreis zu finden, ausschließlich bei ihr.

Die Produzentin verkauft fast ausschließlich grünen Kaffee an ihre KundInnen, womit sie Teil der beschriebenen internationalen Arbeitsteilung und der internationalen Produktionsstruktur ist, die vorher in dieser Arbeit beschrieben wurden (vgl. Kapitel 3.1 & 3.2).

Die Autoren Paula Baran und Armando Bartra, die in Kapitel 2.2 und 3.5 angeführt wurden, beschreiben, wie Gewinn generiert wird. Während im kompetitiven Kapitalismus Gewinn aus dem Produktionsprozess abgeschöpft wird, wird der Gewinn im Monopolkapitalismus durch Macht über Monopole erwirtschaftet. So kann Gewinn durch den Tauschprozess selbst entstehen (vgl. Baran in Kapitel 2.2). Baran erklärt, weshalb Gewinn von zentralen Ländern aus den peripheren Ländern abgeschöpft wird. Diese Gewinnabschöpfung ist anhand der Case Study 1 erkennbar. Die seit dem Imperialismus und Kolonialismus geschaffene Struktur von Angebot und Nachfrage zwischen Ländern des globalen Südens und des globalen Nordes wird durch das Beispiel der Case Study 1 widerspiegelt (vgl. Kapitel 2.2 & Tabelle 4). Das Einkommen der Produzentin ist abhängig von Fremdkapital aus dem Ausland. Der Monopolkapitalismus wird an der Warenkette von Kaffee sichtbar, wenn agroindustrielle Unternehmen oder KundInnen aus dem Ausland den Kaffee der mexikanischen ProduzentInnen zu einem niedrigen Preis kaufen können. Darüber hinaus wird in der kapitalistischen Struktur durch die Weiterverarbeitung des grünen Kaffees im Ausland nochmals Mehrwert geschaffen. Die KaffeeproduzentInnen in Case Study 1 sowie in Case Study 3 & 4 exportieren den Großteil ihres Kaffees ins Ausland und der Kaffee wird von den KundInnen dort teurer weiterverkauft.

Bei Case Study 2 wird Upgrading betrieben, indem der Kaffee geröstet, verpackt und verteilt wird. Hier stellt die Verpackung das Upgrading dar, wodurch das Produkt ansprechender wirkt. Sowohl die Verpackung als auch die Röstung wird vom Produzenten & Händler Julio Jiménez übernommen und im Weiteren der logistische Vertrieb. Der Produzent ermöglicht den KaffeeproduzentInnen von denen er Kaffee vertreibt, ihren KundInnenkreis und ihre Verkaufskanäle zu erweitern. Darüber hinaus können die ProduzentInnen direkten Handel über ihn betreiben, wenn er ihren Kaffee zu KundInnen transportiert, mit denen direkte Absprachen getroffen wurden. Diese Art des direkten Handels ist ein zusätzliches Angebot zu dem Verkauf und der Verpackung des Kaffees durch ihn. Wenn die ProduzentInnen eigene Kontakte zu KäuferInnen besitzen, können sie allein den Transport über Julio Jiménez nutzen.

Dies jedoch nur, wenn sie auch ansonsten Kaffee über ihn vertreiben, da Julio Jiménez an dem reinen Transport nichts verdient, sondern dies eine Freundschaftsleistung ist. Mit dieser Möglichkeit des direkten Handels diversifizieren die ProduzentInnen mit Hilfe von Julio Jiménez ihr Einkommen und ihren KundInnenkreis. Inwiefern die ProduzentInnen dadurch stabile Abnahmemengen erreichen, geht aus dem Interview nicht hervor. Da sie aber ihren KundInnenkreis diversifizieren, ist davon auszugehen, dass sich ihre Abnahmemengen stabilisieren. Höhere Verkaufspreise können sie zudem über den direkten Handel mit eigenen Kontakten und der Hilfe des Transports durch Julio Jiménez erreichen (vgl. Kapitel 4.3).

Wenn der Kaffee über Julio Jiménez verkauft wird, kann kaum ein besserer Preis erreicht werden. Mit 75 bis 80 Pesos pro Kilo Kaffee ist der Preis, den die ProduzentInnen erhalten, ein vergleichsweise niedriger bis durchschnittlicher Preis (vgl. Tabelle 4).

Die beiden Ansätze Upgrading & direkter Handel werden von den ProduzentInnen genutzt, um höhere Preise zu erlangen. Es kann aber festgestellt werden, dass die Möglichkeit, diese Strategien zu nutzen, von den Kontakten abhängt. Stabile Preise lassen sich durch stabile KundInnenbeziehungen und Kontakte erreichen und sind bei beiden Case Studies gegeben (vgl. Interview 4, 12). Stabile Abnahmemengen der KundInnen sind zwar nicht garantiert, aber im Falle der Case Study 1 ist die Produzentin mit der vorhandenen Nachfrage ausgelastet. Bei Case Study 2 meinte der Produzent, er könne seine Verdienstmöglichkeiten durch die Erschließung des internationalen Marktes weiter verbessern. Bereits jetzt ermöglicht er den ProduzentInnen der Region Selva Lacandona eine Diversifizierung ihres Einkommens und durch sein Transportangebot ist die Kombination direkten Handels mit Upgrading umsetzbar, was zu stabileren Abnahmemengen führt.

Beim direkten Handel sieht man, dass die Beziehungen unterschiedlich direkt gestaltet sind und die Bezeichnung nicht ganz eindeutig genutzt wird. In den meisten Fällen ist keine ganz direkte Verbindung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen vorhanden, aber es wird trotzdem als direkter Handel bezeichnet. Auch bei den Import-Kollektiven wird von direktem Handel gesprochen, obwohl eine ganz direkte Verbindung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen nicht besteht (vgl. Aroma Zapatista, Café Libertad).

Im Falle der Case Study 2 wird nicht ins Ausland exportiert, womit die Dependenz vom globalen Norden, wie sie grundsätzlich beim Produkt Kaffee festgestellt wurde, nicht

vorhanden ist. Somit wurde eine Case Study präsentiert, die auf die Nachfrage ihrer internationalen KundInnen baut (Case Study 1) und eine, die nur mit KundInnen aus Mexiko selbst Handel betreibt (Case Study 2). Wie ersichtlich wurde, bieten beide Modelle bereits Vorteile für die KaffeeproduzentInnen hinsichtlich stabiler Abnahmemengen. Der bessere Verkaufspreis des Kaffees wird von Case Study 1 erreicht.

Im folgenden Kapitel wird auf Kooperativen als Möglichkeit für KaffeeproduzentInnen eingegangen. Kooperativen sollen, wie in Kapitel 2.5.3 erwähnt, den KaffeeproduzentInnen dazu dienen, sich zu organisieren, technisches Equipment zur Verfügung zu stellen und Verkaufskanäle zu etablieren, damit die ProduzentInnen eine stabile Menge ihres Kaffees verkaufen sowie einen höheren Verkaufspreis erzielen können. Inwiefern das mit den untersuchten Kooperativen „Maya Vinic“ und „Mahomut“ möglich ist, wird im nächsten Kapitel analysiert.

5.2 Kooperativen

Die Informationslage zu Kooperativen ist nicht sehr transparent, weshalb verständlich ist, dass ProduzentInnen zögern, sich Kooperativen anzuschließen. Ist man nicht Teil einer Kooperative, kennt man die Dynamiken nicht und weiß nicht, welche Unterstützungsmöglichkeiten die Kooperative den ProduzentInnen bietet. Weder ist bekannt, welche Preise angeboten werden, noch welche Verpflichtungen mit einer Mitgliedschaft einhergehen. Diese Intransparenz konnte während der eigenen Feldforschung festgestellt werden und wurde auch von der Produzentin Maribel Meza Guzman und Julio Jiménez Hernandez bestätigt (vgl. Interview 4, 12). Jede Kooperative bietet verschiedene Unterstützungsmöglichkeiten, hat unterschiedliche KundInnen und es gibt unterschiedliche Vertrauensbasen, wodurch Informationen nötig sind, bevor sich ProduzentInnen anschließen möchten (vgl. Feldbeobachtungen). Aufgrund der niedrigen Transparenz ist die Produzentin Maribel Meza kein Mitglied einer Kooperative (vgl. Interview 4). Wie bereits in Kapitel 4 erwähnt, findet die Organisation in Kooperativen verstärkt über interfamiliäre Beziehungen statt. Diese bilden neben der Informationslage die Entscheidungsgrundlage für einen Anschluss an eine Kooperative (vgl. Interview 11).

In Kapitel 2.5.3 wurde die Kernidee einer Kooperative so dargelegt, dass Kooperativen zur „Schaffung einer gemeinsamen Gegenmacht bei Marktstörungen für ganz konkrete Problemstellungen“ dienen sollen (vgl. Denga 2021: 1203). Im Falle der beforschten Kooperativen können als Problemstellungen die schwierigen Verkaufsmöglichkeiten der KaffeeproduzentInnen zählen. Die Kooperativen kümmern sich darum, KundInnen und damit Absatzmärkte zu finden, womit sie die Menge des Kaffees, der von den ProduzentInnen verkauft werden kann, stabilisieren oder sogar steigern können. Die generell niedrigen Löhne für KaffeeproduzentInnen schaffen einen ungedeckten Bedarf an technischen Möglichkeiten der Kaffeefermentierung, der Qualitätsverbesserung und der Lagerung. Wie in Kapitel 2.5.3 ausgeführt wurde, unterstützen die Kooperativen die ProduzentInnen dabei und verschaffen ihnen Mittel und Möglichkeiten (vgl. Kapitel 2.5.3). Die Mitglieder der Kooperativen „Maya Vinic“ und „Mahomut“ haben sich zusammengeschlossen, um sich durch die Erschließung von Absatzmärkten wirtschaftlich zu unterstützen, aber auch um die Verarbeitungsmöglichkeiten des Kaffees und die Lagermöglichkeiten auszubauen. Zudem werden den ProduzentInnen Schulungen angeboten und können im Weiteren zur Qualitätsverbesserung und zur Verbesserung der Verkaufspreise und – mengen beitragen. Kooperativen können, nach Aussage der Verantwortlichen für den Vertrieb, positive Effekte auf stabile Abnahmemengen und Preise haben (vgl. Interview 2, 3). Grundsätzlich gehen mit den Kooperativen oft Projekte einher, welche die KaffeeproduzentInnen unterstützen und die Kooperativen schaffen mehr Verkaufskanäle für die ProduzentInnen. Während die Kooperative „Maya Vinic“ dabei hilft, das Einkommen zu diversifizieren, unterstützt „Mahomut“ eher in der qualitativen Verbesserung der Kaffeeproduktion.

Aus dem Vorangegangenen kann geschlossen werden, dass Kooperativen die Qualität des Kaffees und der Kaffeeproduktion durch technische Unterstützung und durch Ausbildung der ProduzentInnen verbessern. Ob sich dieser Umstand jedoch im Preis widerspiegelt, den die ProduzentInnen erhalten, ist fraglich. Bezüglich der beiden untersuchten Kooperativen ist das bisher nicht eingetreten, obwohl die Siegel „Fairtrade“ und „Certimex“ im Falle der Kooperative „Maya Vinic“ und das Siegel „Fairtrade“ und das Siegel der KleinproduzentInnen „SPP“ im Falle der Kooperative „Mahomut“ den Kaffee auszeichnet (vgl. Interview 1, 2). Kooperativen bieten demnach vielmehr die Möglichkeit, beständige Verkaufskanäle zu etablieren und damit eine stabile Verkaufsmenge des Kaffees für die ProduzentInnen zu

ermöglichen. Einen besseren Preis im Vergleich zu anderen ProduzentInnen, die in dieser Arbeit untersucht wurden, erhalten sie allerdings nicht. Auf lange Sicht können positive Effekte durch die Schulungen und die Qualitätsverbesserung eintreten. Um diese zu evaluieren, müssten die Verkaufspreise über mehrere Jahre hinweg verglichen und Projekte, die die Kooperativen zur Unterstützung der ProduzentInnen anstoßen, über einen längeren Zeitraum betrachtet werden.

Eine Orientierung am regional gängigen Verkaufspreis für Kaffee ist zwar nicht optimal, jedoch ist ein Vergleich realistisch, da dieser regional gängige Preis die KaffeeproduzentInnen in Mexiko erwartet, wenn sie sich keine anderen Verkaufskanäle suchen. Die regional schnell vorhandenen Möglichkeiten des Verkaufs sind „Coyotes“ oder KäuferInnen, die den Kaffee für agroindustrielle Firmen kaufen. Dieser Umstand lässt sich mit der Theorie von Bartra verknüpfen, der erläutert, weshalb ProduzentInnen die Verlierer im Handel mit agroindustriellen Firmen darstellen, und einen geringen Preis verdienen (vgl. Kapitel 3.4). Die Schlechterstellung der ProduzentInnen und, wie Bartra es bezeichnet, die „Ausbeutung der ProduzentInnen“ (vgl. Bartra 2006: 248) beeinflussen den Preis, der vonseiten der Agroindustrie in den Umlauf kommt. Daneben sind die Preise der „Coyotes“ maßgebend. Angesichts dieser Beobachtungen lässt sich schlussfolgern, dass die Kooperativen einen etwas höheren Preis zahlen als die „Coyotes“ oder die agroindustriellen Firmen und die ProduzentInnen insgesamt nicht viele Auswahlmöglichkeiten haben, welchen Abnehmern sie ihren Kaffee verkaufen möchten. In manchen Fällen bieten die agroindustriellen Firmen sogar bessere Preise als die Kooperativen an. Jedoch ist hierfür keine Preisstabilität vorhanden, die bei den Kooperativen gegeben ist (vgl. Interview 10).

Die intransparenten Informationen über die Kooperativen sprechen gegen eine Mitgliedschaft. Preisstabilität ist bei den Kooperativen stärker gegeben als bei „Coyotes“ oder agroindustriellen Abnehmern. Wenn die Möglichkeit vorhanden ist und die Erfahrungen Bekannter oder der Familie für eine Mitgliedschaft sprechen, können Kooperativen eine bessere Möglichkeit für langfristige Zusammenarbeit darstellen als die „Coyotes“, da sie Preisstabilität bieten.

5.3 Import-Kollektive & zapatistische Kooperativen

Die untersuchten Import-Kollektive arbeiten, wie in Kapitel 4.5 beschrieben, mit den zapatistischen Kooperativen zusammen. Was die zapatistischen Kooperativen im Vergleich zu anderen Kooperativen auszeichnet, sind ihre politischen und wirtschaftlichen Ideale. Sie versuchen ihre eigene Verwaltung in ihren Gebieten zu erhalten. Daher wurde ihr Gebiet in Kapitel 4.5.1 als „frontier“ bezeichnet. In den zapatistischen Gebieten geht es um die Verteidigung von Ressourcen und Autorität gegenüber der Regierung. Die zapatistische Bewegung formierte sich ursprünglich als Gegenpol zu den neoliberalen Entwicklungen, die seit den 1980er Jahren präsent sind und in dieser Arbeit beschrieben wurden. Der Bewegung geht es nicht nur um bessere Preise und stabile Abnahmemengen von Kaffee, sondern auch um eine grundsätzliche politische Positionierung gegenüber Projekten, die neoliberalen Logiken entsprechen und von der Regierung gefördert werden.

In Kapitel 4.5.1 wurde erläutert, dass all jene als Zapatistas gelten, die sich zu einem Gegenpol zur neoliberalen Wirtschaftsweise solidarisiert haben. Damit agieren die Zapatistas ähnlich wie die Kooperativen. Wie bereits vorher festgestellt wurde, bilden sich Kooperativen um eine „Gegenmacht bei Marktstörungen für ganz konkrete Problemstellungen zu schaffen“ (Denga 2021: 1203 & vgl. Kapitel 2.5.3). Es soll eine alternative Wirtschaftsweise geschaffen werden, in der die Dynamiken der sozialen Beziehungen nicht den ökonomischen Interessen oder privatem Eigentum untergeordnet sind (vgl. Kapitel 4.5.1). Die Kaffeekooperativen der Zapatistas und das zapatistische Ideal von solidarischer Ökonomie zielen darauf ab, den KaffeeproduzentInnen gerechte Preise für ihre Produkte anzubieten. Sie sind zwar auf die Nachfrage aus dem globalen Norden angewiesen, haben aber diverse HandelspartnerInnen, die eine stabile Abnahmemenge garantieren. Die Import-Kollektive unterstützen sie dabei. Aus den Aussagen der Interviewten ist zu schließen, dass der Handel zwischen den Import-Kollektiven und den zapatistischen Kooperativen auf Augenhöhe stattfindet. Die seit Imperialismus und Kolonialismus geschaffenen Strukturen der internationalen Produktion und Arbeitsteilung können weder von den zapatistischen Kooperativen noch von den Import-Kollektiven grundsätzlich geändert werden. Dieses Handelsmodell setzt den Strukturen der internationalen Produktion und Arbeitsteilung dadurch etwas entgegen, dass diverse HandelspartnerInnen vorhanden sind, die zapatistischen Ideale unterstützt werden, und

darüber hinaus Bewusstsein über die ungleichen Handelsbeziehungen geschaffen wird, die bereits von Paul Prebisch im Rahmen der Dependenztheorie benannt wurden (vgl. Kapitel 2.2).

Bei dieser Form von Handel mit den Import-Kollektiven erhält die zapatistische Kooperative einen Preis von 135 Pesos von „Aroma Zapatista“ und 145 Pesos von „Café Libertad“. Wie bereits in Kapitel 4.5 ausgeführt wurde, erhalten die einzelnen ProduzentInnen nur 80 Pesos, was in Chiapas ein gängiger Preis pro Kilo Kaffee zu sein scheint (vgl. Tabelle 4). Anhand dessen wird deutlich, dass sich die zapatistischen Kooperativen bei der Bezahlung nicht von anderen Kooperativen unterscheiden. Letztendlich unterliegen auch die Import-Kollektive dem bestehenden Wettbewerb und können den importierten Kaffee nicht zu auffallend höheren Preisen anbieten, da ansonsten die Nachfrage schwindet und die Wirtschaftlichkeit nicht mehr gegeben ist (vgl. Interview 9). Die Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit den Import-Kollektiven, bessere Preise für die ProduzentInnen zu erreichen, sind damit begrenzt.

Durch die Fördergelder werden aber wichtige Unterstützungsbeiträge geleistet, um die selbstverwalteten Strukturen der Zapatistas zu erhalten oder auszubauen (vgl. Kapitel 4.5.2). Die Fördergelder werden, wie in Kapitel 4.5.2 beschrieben, für den Bau von Kliniken, Schulen, Gemeinschaftsgebäuden, für die Anschaffung von Maschinen zur Kaffeeverarbeitung oder für die Bekämpfung von Kaffeekrankheiten verwendet. Damit ist zwar der Preis, den die ProduzentInnen erhalten kein besserer, aber die KaffeeproduzentInnen der zapatistischen Kooperativen profitieren auf andere Art und Weise von der Zusammenarbeit mit den Import-Kollektiven. Zudem können stabile Abnahmemengen und stabile Preise durch das Modell erreicht werden (vgl. Interview 9).

5.4 Institutionelle Unterstützung der KaffeeproduzentInnen in Chiapas

Aus den bereits erwähnten Kritiken von Ana De Ita (vgl. Kapitel 4.6) lässt sich ableiten, dass die Programme "Programa de Bienestar" und "Sembrando Vida" unterschiedliche Auswirkungen auf die Möglichkeiten der KaffeeproduzentInnen haben, einen höheren Preis für ihren Kaffee und eine stabile Verkaufsmenge zu erlangen. Zudem haben sie weitere Konsequenzen, die nicht nur positive Folgen für die Gemeinden haben.

Das "Programa de Bienestar" zielt darauf ab, die Produktivität der Kaffeebauern/-bäuerinnen zu steigern, die Qualität des Kaffees zu verbessern, die Diversifizierung der Produktion zu fördern und den Vertrieb durch vorhandene Geschäfte zu unterstützen. Es wurde festgestellt, dass die Informationen über das Programm nur über Mund-zu-Mund Propaganda weitergegeben werden, und das Programm ein Auswahlverfahren hat und eine Ausweitung des Budgets und der Anzahl der EmpfängerInnen gefordert wird, um breitenwirksam zu sein. Obwohl weitere Schlüsse über die Auswirkungen des Programms auf die ProduzentInnen erst nach einer noch ausstehenden Evaluierung gezogen werden können, wurde festgestellt, dass das Potenzial der Förderprogramme, den Kaffee zu besseren und stabilen Preisen zu verkaufen, nicht ausreichend genutzt wird (vgl. Kapitel 4.6).

Das Programm "Sembrando Vida" hingegen konzentriert sich auf die Förderung von Biodiversität und Baumpflanzungen, was den gemeinschaftlichen Gebrauch des Landes erschwert. Es konnte auch eruiert werden, dass das Programm das Gemeinschaftsgefüge und die organisatorischen Entscheidungsstrukturen der "Ejidos" für die Laufzeit des Programmes ausschaltet. Damit werden diese historisch und kulturell gewachsenen Strukturen abgewertet und nicht als Ressource genutzt. Es wurde argumentiert, dass dieses Programm weder zur ökonomischen Entwicklung der Gemeinden noch zu Investitionen in Gesundheit oder Bildung beiträgt (vgl. Kapitel 4.6). Die Biodiversität kann zur Verbesserung der Böden, zur Resistenzfähigkeit der Kaffeepflanzen und zur Schädlingsbekämpfung beitragen. Plagen nehmen durch den Klimawandel generell zu, und ihre Bekämpfung ist ein Schritt in Richtung langfristiger Schadensminimierung. Dennoch wird das Programm aufgrund der Kritiken insgesamt nicht als entwicklungsfördernd für die Gemeinden angesehen. Ziel des Programmes ist zwar, dass ProduzentInnen ihre Kaffeeproduktion stabil halten, und die Kaffeequalität verbessern können, womit ein stabilerer und besserer Preis für den Kaffee erreicht werden könnte. Hierfür ist jedoch der Ausbau der Biodiversität nicht ausreichend und über die Auswirkungen des Programms gibt es bisher keine Evaluierungen, weshalb Auswirkungen auf die Kaffeequalität und auf einen besseren Preis nicht dem Programm zugeordnet werden können.

Neben den beiden Regierungsprogrammen gibt es des Weiteren die CNOC, eine wichtige Interessenvertretung der KaffeeproduzentInnen Mexikos. Die CNOC spielt eine bedeutende Rolle bei der Vertretung der Interessen der KaffeeproduzentInnen gegenüber der Politik. Dies

ist besonders wichtig, da es auch Interessenvertretungen für die Agroindustrie gibt (vgl. Interview 10). Gleichzeitig wurde darauf hingewiesen, dass politische Reaktionen wie der Entwurf des "Ley de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café" nicht unbedingt auf den Druck der CNOC zurückzuführen sind. Um diesen Gesetzesentwurf tatsächlich umzusetzen, wird scheinbar noch mehr Zeit und zusätzlicher Druck seitens der Zivilgesellschaft und der CNOC benötigt. Die CNOC ist zweifellos eine hilfreiche Organisation, muss jedoch mit anderen politischen AkteurInnen zusammenarbeiten und sich mit diesen auseinandersetzen, um den Gesetzesentwurf erfolgreich durchzusetzen.

Insgesamt kann man sagen, dass das "Programa de Bienestar" potenziell hilfreich ist, um den KaffeeproduzentInnen bessere und stabilere Preise zu ermöglichen. Hingegen scheint das Programm "Sembrando Vida" nur positive Auswirkungen auf den Ausbau der Biodiversität, und eher negative Auswirkungen auf die ökonomischen Möglichkeiten der ProduzentInnen zu haben. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass eine detailliertere Analyse der Bewertungen erforderlich wäre, um endgültige Schlussfolgerungen zu ziehen.

6. Konklusion

In dieser Arbeit wurden durch Betrachtungen des Kaffeeanbaus in Chiapas, Mexiko, auf der Makro- und Mikroebene die globale und die lokale Ebene miteinander verknüpft. Die Betrachtungen auf den diversen Ebenen war nötig, um die Strukturen und Möglichkeiten aufzuzeigen, die Preise und stabile Abnahmemengen der KaffeeproduzentInnen aus Chiapas beeinflussen. Die Betrachtungen auf der Makroebene stellen den Kontext mexikowweit für KaffeeproduzentInnen dar, während die Case Studies aus Chiapas stammen. Die Forschungen dieser Arbeit spiegeln somit teilweise die In/Dependenz mexikanischer KaffeeproduzentInnen wider, wie es der Titel der Arbeit besagt, da die aufgezeigten Ansätze sich auf die Realität in Chiapas beziehen. Dennoch beziehen die Theorien und Ansätze aus der Literatur sich auf den allgemeinen Kontext sowie auf ökonomische und politische Strukturen der globalen Ebene. Um die Forschungen auf Landesebene zu verallgemeinern, müssten weitere Case Studies aus anderen Bundesstaaten betrachtet werden.

Zu den Betrachtungen auf der Makroebene ist wichtig zu sagen, dass die Ökonomie Mexikos hinsichtlich des Produktes Kaffee von der wirtschaftlichen Entwicklung und von der Nachfrage anderer Länder bedingt wird. Die innerhalb des „Dependency Research Programs“ beschriebene Abhängigkeit des globalen Südens von anderen Ländern ist anhand der Warenkette von Kaffee erkennbar. Dies liegt daran, dass die Mehrheit der KonsumentInnen aus dem globalen Norden stammt, während in Mexiko selbst größtenteils löslicher Kaffee konsumiert wird. Die von Dos Santos beschriebenen Monopole an Arbeitskräften, die während der kolonialen Abhängigkeitsphase geschaffen wurden, sind in Mexiko deutlich sichtbar. Beispielsweise in Chiapas produzieren die KaffeeproduzentInnen den Kaffee, der dann hauptsächlich im globalen Norden weiterverarbeitet und konsumiert wird, wodurch der Mehrwert dort entsteht und verbleibt. Insbesondere durch die Ausbreitung agroindustrieller Unternehmen wie Nestlé werden die Monopole an Arbeitskräften erhalten und ausgeweitet. Diese sind für die Produktion des Rohkaffees für die Agroindustrie notwendig. Große agroindustrielle Firmen wie Nestlé kaufen den Kaffee der ProduzentInnen zu sehr niedrigen Preisen. Dies bietet zwar eine Absatzmöglichkeit für die ProduzentInnen, jedoch werden sie nicht angemessen für ihren Kaffee entlohnt. Die Firmen wie Nestlé kaufen den Kaffee von ProduzentInnen aus Chiapas und importieren daneben günstigen, qualitativ weniger guten Kaffee aus Vietnam oder Brasilien. Durch die folgende Vermischung der Kaffeesorten verringert sich die Qualität und der Kaffee kann zu niedrigeren Preisen angeboten werden. Ähnlich wird der Einsatz an Kaffee beim löslichen Kaffee sowie dessen Qualität verringert und kann zu niedrigen Preisen angeboten werden.

In den vorigen Kapiteln dieser Arbeit wurden die Strukturen der internationalen Produktion (Kapitel 3.1), der internationalen Arbeitsteilung (Kapitel 3.2) sowie die Ausbeutungs- und Machtverhältnisse zwischen der Agroindustrie und den Kleinbauern/-innen in Mexiko (Kapitel 3.4) behandelt. All diese Strukturen tragen dazu bei, dass die Preise von transnationalen Unternehmen festgelegt werden können. Darüber hinaus sorgen die Strukturen dafür, dass die Preise von transnationalen Firmen niedrig angesetzt und gehalten werden, sodass die Verhandlungsmöglichkeiten der ProduzentInnen beschränkt sind.

Neben den beschriebenen Strukturen sorgten die Auflösung der Institution INMECAFE und die Liberalisierung am Finanzmarkt dafür, dass die Preise instabiler wurden und nicht mehr von staatlichen AkteurInnen kontrolliert werden konnten, sondern von Investitionen am

Finanzmarkt abhängen. Formale, internationale Vereinbarungen zum Thema Kaffee gibt es für Mexiko seit der Abschaffung von INMECAFE nicht mehr. Auch die Organisation CNOC, die für die Interessensvertretung der KaffeeproduzentInnen landesübergreifend zuständig ist, kann solch eine staatliche Institution nicht ersetzen. Die CNOC ist nicht mächtig genug um der Agroindustrie viel entgegenzusetzen und kann nur weiterhin versuchen, die Politik zu beeinflussen, die Interessen der KaffeeproduzentInnen so gut wie möglich zu vertreten und zu deren Informations- und Bildungsstand beizutragen. Es ist notwendig, diese Organisation zu stärken. In Anbetracht der internationalen Arbeits- und Produktionsstrukturen, der politischen Liberalisierungen und der Ausbeutungs- und Machtverhältnisse zwischen agroindustriellen Firmen und den ProduzentInnen sind die Handlungsmöglichkeiten der KaffeeproduzentInnen in Mexiko stark begrenzt. Zugleich wird eine finanziell-industrielle Abhängigkeit Mexikos von anderen Ländern anhand der Warenkette von Kaffee deutlich. Die KonsumentInnen von Kaffee befinden sich, wie anhand der Tabelle 1 & 2 in Kapitel 3.3 sichtbar wurde, außerhalb von Mexiko. Eine finanzielle Abhängigkeit ist demnach festzustellen und eine industrielle Abhängigkeit wurde durch die Agroindustrie geschaffen, da Mexikos Kaffeekonsum hauptsächlich aus löslichem Kaffee besteht.

Ein besonderer Fokus wurde in dieser Arbeit auf die Analyse der Mikroebene gelegt. Wie anhand der Case Studies deutlich wurde, gibt es KaffeeproduzentInnen, die einzig für den nationalen Markt produzieren. Auch sie sind von den Preisen, die für den internationalen Markt im Umlauf sind, abhängig. Die ProduzentInnen, die an exportierende Händler oder agroindustrielle Firmen verkaufen, nehmen auf direkte Art und Weise am Monopolkapitalismus teil. Die Produzentin Maribel Meza sowie die Kooperativen sind ebenfalls Teil des Monopolkapitalismus, obwohl sie diesen Strukturen ihre eigenen Ansätze entgegenzusetzen. Sobald der Kaffee aber an internationale KundInnen verkauft wird, die diesen wiederum höherpreisig weiterverkaufen, wird durch den Tauschprozess selbst Gewinn generiert, so wie Baran es für den Monopolkapitalismus erklärt (vgl. Baran 1957 in Kvangreaven 2020: 84).

Bei der Betrachtung der Warenkette von Kaffee anhand des GVC-Ansatzes fiel auf, dass der Kaffee meist grün exportiert wird, sodass die KaffeeproduzentInnen nur selten am Mehrwert

beteiligt werden, der bei der Weiterverarbeitung entsteht. Im Falle der Case Study 1 & 2 ist dies aber der Fall und bessere Verkaufspreise werden durch Upgrading möglich.

In Kapitel 2.4 wurde hervorgehoben, dass der GPN-Ansatz globale Produktionsnetzwerke als Kern seiner Analyse sieht. In dieser Arbeit wurde das globale Produktionsnetzwerk von Kaffee analysiert sowie Institutionen und AkteurInnen, die in die Warenkette eingebettet sind. Die Case Studies beruhen auf verschiedenen AkteurInnen wie ProduzentInnen, HändlerInnen, Kooperativen, Interessensorganisationen und Institutionen der Regierung, die Förderprogramme oder Gesetzesinitiativen durchsetzen.

Die Produzentin aus Case Study 1 produziert Spezialitätenkaffee. Sie konnte durch diesen Ansatz ihr Einkommen steigern. Auch eine Diversifizierung ihres Einkommens wurde möglich, da sie verschiedene Qualitäten des Kaffees verkauft und mit den internationalen KundInnen direkten Handel betreibt. Sie konnte bessere, stabile Preise sowie eine stabile Verkaufsmenge erreichen.

Für die ProduzentInnen, die mit dem Händler aus Case Study 2 zusammenarbeiten, können stabilere Verkaufsmengen entstehen, da der Radius ihres Verkaufskreises erweitert werden kann. Die Möglichkeit des direkten Handels in Verbindung mit dem Transport durch Julio Jiménez stellt eine gute Möglichkeit für die ProduzentInnen der Region dar, ihren Kaffee zu besseren Preisen zu verkaufen und gleichzeitig stabile Verkaufsmengen zu erreichen.

Am Beispiel der Kooperativen aus Case Study 3 & 4 wurde ersichtlich, dass der an die ProduzentInnen bezahlte Preis sich kaum von dem Preis unterscheidet, der in Chiapas den Durchschnitt bildet. Dafür erhalten die Mitglieder die Möglichkeit, stabile Verkaufsmengen zu erreichen sowie sich mit den anderen ProduzentInnen auszutauschen und gemeinsam zu organisieren.

Die Case Studies 5 & 6 zeigten, dass die ProduzentInnen, die Mitglied zapatistischer Kooperativen sind, keine besseren Preise erlangen. Durch die Import-Kollektive konnten die ProduzentInnen ihren Verkaufskreis erweitern, ihr Einkommen diversifizieren und es wird, neben der lokalen, autonomen Organisation der Zapatistas und ihren politischen Idealen, ein politischer Austausch innerhalb des Netzwerkes unterstützt. Weiterhin wurde auf die

Fördergelder hingewiesen, die den KaffeeproduzentInnen der zapatistischen Kooperativen zugutekommen, indem die selbstverwaltete Organisationsstruktur der Zapatistas unterstützt wird (vgl. Kapitel 4.5.2).

Um die Ergebnisse der Forschung von Case Study 7 & 8 zusammenzufassen, lässt sich festhalten, dass sowohl das "Programa para el Bienestar" als auch das Programm "Sembrando Vida" in gewissem Maße dazu beitragen können, den KaffeeproduzentInnen bessere und stabilere Preise für ihren Kaffee zu ermöglichen. Die Programme stellen Ansätze dar, welche die Möglichkeiten der ProduzentInnen erweitern sollen. Für fundierte Schlussfolgerungen über die Wirksamkeit der Programme wäre die Analyse der Evaluierungen erforderlich, die jedoch nicht öffentlich zugänglich sind und im Fall des "Programa para el Bienestar" noch nicht vorhanden sind. Neben den Programmen ist die CNOC eine wichtige Organisation, die sich dafür einsetzt, die Interessen der KaffeeproduzentInnen gegenüber der Politik zu vertreten. Ob politische Reaktionen wie der Entwurf des "Ley de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café" auf den Einfluss der CNOC zurückzuführen sind, bleibt unklar. Dennoch kann die CNOC Druck auf die Regierung ausüben, um die Umsetzung des Gesetzes voranzutreiben. Zudem engagiert sich die CNOC für die Bildung und Information der KaffeeproduzentInnen. Es ist von Bedeutung, dass eine solche Interessenvertretung vorhanden ist, insbesondere vor dem Hintergrund, dass es starke Interessensvertretungen der Agroindustrie gibt.

Anhand der Case Studies kann festgehalten werden, dass besonders die Ansätze Upgrading und direkter Handel zu höheren, stabilen Preisen und einer beständigen Abnahmemenge der ProduzentInnen führen. Kooperativen und Import-Kollektive sorgen vorrangig für stabile Abnahmemengen und erfüllen ihren Zweck in der gegenseitigen Unterstützung, sie können aber weniger für höhere Preise sorgen. Dafür besteht in der Kooperative die Sicherheit, einen bestimmten Preis zu erzielen, sich mit anderen auszutauschen und gegebenenfalls Veränderungen gemeinsam anzugehen. Die institutionelle Unterstützung der ProduzentInnen innerhalb und außerhalb von staatlichen Förderprogrammen kann hilfreiche Ansätze schaffen, wenn sie ausgeweitet wird und nicht zu sehr in bewährte Organisationsstrukturen auf dem Land eingreift.

Insgesamt zeigt sich in dieser Arbeit die Komplexität der Herausforderungen, mit denen die KaffeeproduzentInnen in Mexiko konfrontiert sind. Es bedarf weiterer Bemühungen, um eine

gerechte Verteilung des Mehrwerts entlang der Warenkette von Kaffee zu erreichen. Die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren, einschließlich der Regierung, der CNOC und der Zivilgesellschaft, ist entscheidend, um positive Veränderungen für die KaffeeproduzentInnen zu bewirken.

Innerhalb des GPN-Ansatzes wird, wie in Kapitel 2.4 ausgeführt, die „Actor-Network“-Theorie miteinbezogen. Einheiten in Netzwerken können demnach nur durch ihre Beziehungen zu anderen Einheiten verstanden werden. Aus makroökonomischer Perspektive spielen die Leitfirmen für das Produktionsnetzwerk von Kaffee eine übergeordnete Rolle. Dies hängt direkt mit dem Verständnis von „governance“ zusammen, wie es in dieser Arbeit dargelegt wurde: Leitfirmen organisieren die Produktionsprozesse und beeinflussen die Verteilung von Profit und Risiken (vgl. Kapitel 2.4). Besonders durch die Betrachtungen auf der Mikroebene wurde die Bedeutung aller anderen Ansätze offengelegt. Dabei wurde geschlussfolgert, dass der Ansatz von Maribel Meza Guzman aus der Case Study 1 mit der Produktion von Spezialitätenkaffee am ehesten für bessere Preise und stabile Abnahmemengen des Kaffees sorgen kann.

Bei den Betrachtungen zu beachten ist, dass die Lebensrealität der KaffeeproduzentInnen eine andere ist als in den Städten, wie anhand der Feldforschung klar wurde. Das Leben selbst wird entlang von Traditionen, Gewohnheiten und Gegebenheiten auf andere Weise geführt als in der Stadt. Kinder auf dem Land in Chiapas genießen oftmals nicht die gleiche Schulbildung wie Kinder in Städten. Viele Kinder sprechen die regionale Sprache, die in Chiapas Tzeltal oder Tzotzil ist. Diese Umstände sorgen dafür, dass die Zukunftsperspektiven für die BewohnerInnen aus Chiapas nicht besonders aussichtsreich sind. Gut bezahlte Arbeit zu finden ist schwierig und die agrikulturelle Produktion wird seit den 1970er Jahren staatlich nicht mehr auf gleiche Weise unterstützt. Gleichzeitig ist die kulturelle Identität auf dem Land stark und hält gemeinschaftlich geführte Organisationen aufrecht, die auch Ressourcen darstellen (vgl. Feldbeobachtungen). Als Fazit dieser Beobachtungen ist hervorzuheben, dass alle Ansätze wichtig sind, auch wenn sie nur im Kleinen Veränderungen schaffen können. Denn diese Veränderungen auf der Mikroebene sind wichtig für alle BewohnerInnen in Chiapas. Perspektiven, Vorbilder und Motivation können geschaffen werden. Besonders kleine Veränderungen können entscheidend für die Selbstwahrnehmung der KaffeeproduzentInnen

sein. Ob Vorbilder und Unterstützung vorhanden sind, kann nämlich einen Unterschied für diejenigen machen, die wenig Perspektiven auf Arbeit, Bildung oder Einkommen haben. Es kann zur Entscheidung führen, die Kaffeeproduktion aufzugeben, weiterzuführen oder auszubauen (vgl. Kapitel 4.2).

Besonders die Kaffeeproduzentin Maribel Meza, die mit ihrer Schwester und der Hilfe ihrer Mutter, den Cousins und Tanten die Kaffeeproduktion des Spezialitätenkaffees betreibt, tritt aus den verschiedenen Case Studies hervor. Sie erwirtschaften einen im Vergleich besseren Preis, der Stabilität aufweist. Außerdem sind die Produzentin und ihre Schwester schätzenswerte Vorbilder für andere ProduzentInnen und für andere junge Frauen, wie zum Beispiel für die Töchter der Cousins. Dies gilt besonders vor dem Hintergrund einer männerdominierten mexikanischen Gesellschaft sowie vor dem Hintergrund der schwierigen Lebensbedingungen, die dafür sorgen, dass agrikulturelle Produktion oftmals aufgegeben wird.

Über die Betrachtungen dieser Arbeit hinaus, ist es notwendig folgende Maßnahmen zu ergreifen, um den KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Mexiko bessere Preise und stabile Absatzmengen ihres Kaffees zu ermöglichen: Die Ansätze Upgrading und direkter Handel wurden erfolgreich von der Produzentin aus Case Study 1 kombiniert. Sie bieten weiteres Potenzial und sollten daher ausgebaut und gefördert werden. Spezifische Förderprogramme die sich mehr im Einklang mit ursprünglichen Organisationsstrukturen befinden und hürdenloser zugänglich sind, können Abhilfe schaffen. Förderprogramme für direkten Handel, für Upgrading beziehungsweise zur Weiterverarbeitung von Kaffee sowie für Kooperativen und Kollektiven stellen geeignete Ansatzpunkte dar. Jegliche Förderprogramme sollten gut evaluiert werden, um Anpassungen hinsichtlich ihrer Effizienz und Wirksamkeit vornehmen zu können. Die Gesetzesinitiative, die in Kapitel 5.4 erwähnt wurde, stellt einen ersten Schritt in Richtung Ausweitung der Förderung der Kaffeeproduktion und institutioneller Verantwortung dar und muss vorangebracht werden. Überdies ist die Kontrolle der Monopolbildung in Mexiko nötig, um die Macht agroindustrieller Unternehmen wie Nestlé auf den Markt, den Kaffeekonsum und seine Preise zu beschränken.

Für weitere Forschungen wäre es interessant herauszuarbeiten, welche Rolle die Strukturanpassungsprogramme heute noch spielen, die in den 1980er Jahren etabliert wurden. Sie sorgten einerseits für die Entschuldung vieler Länder Lateinamerikas, während gleichzeitig neoliberale Politiken durchgesetzt wurden. Auch interessant wäre festzustellen, welche Bedeutung die Freihandelsabkommen seit dem Jahr 1994 bei der Beschränkung oder der Verbesserung der Verdienstmöglichkeiten der KaffeeproduzentInnen in Mexiko, Chiapas haben (vgl. IHK Düsseldorf).

7. Bibliographie

7.1 Internetquellen

Amecafe O.J.: <https://amecafe.org.mx/fortalecimiento-a-la-calidad-del-cafe-mexicano-y-promocion-comercial-2022/>. Letzter Zugriff am 24.05.2023.

Aroma Zapatista O.J.: <https://www.aroma-zapatista.de/>. Letzter Zugriff am 28.04.2023

Aroma Zapatista Flyer O.J.: <file:///C:/Users/Mona/Downloads/Flyer-Kaffeekollektiv-Aroma-Zapatista.pdf>. Letzter Zugriff am 07.07.2023.

ADESUR. 2017: <http://adesur.centrogeo.org.mx/cms/multimedia/cafe/menuSect-25-591#:~:text=Chiapas%20es%20el%20principal%20productor,para%20evitar%20contaminar%20la%20tierra>. Letzter Zugriff am 23.2.23.

Braunholz, Jan. 2022. Causa de la huida de Nestlé, in La Jornada del campo. 19 de marzo de 2022 Número 174 Suplemento Informativo de La Jornada. Abzurufen unter: <https://www.jornada.com.mx/2022/03/19/delcampo/articulos/causa-huida-nestle.html>. Letzter Zugriff am 12.05.2023.

Café Libertad O.J.: <https://www.cafe-libertad.de/solidarischer-handel-2>. Letzter Zugriff am 28.04.2023.

CONABIO. 2016. <https://www.biodiversidad.gob.mx/diversidad/sistemas-productivos/milpa>. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, Cd. de México. Letzter Zugriff am 23.2.23.

Culcobcs. 2019: <https://www.culcobcs.com/educacion-y-sociedad/el-ejido-mexicano-su-historia-y-aportacion-a-la-economia-nacional-i/>. Artikel vom 15.03.2019. Letzter Zugriff am 29.09.2022.

Desinformemos 2022: <https://desinformemonos.org/cafetaleros-rechazan-planta-de-nestle-en-veracruz/> Last viewed on October 10th 2022. Letzter Zugriff am 12.05.2023.

Die Internationale Charta des Fairen Handels auf Deutsch. 2018: https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_charta_fairer_handel.pdf. Letzter Zugriff am 07.12.2022.

Direct coffee. O.J.: <https://directcoffee.net/echte-nachhaltigkeit/direkter-handel/> Letzter Zugriff am 18.4.2023.

El Economista. 2020: <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Esquema-de-desarrollo-a-proveedores-de-cafe-en-Chiapas-20201215-0125.html>. Letzter Zugriff am 7.3.2023 Letzter Zugriff am 12.05.2023.

Enlace Zapatista. 2021: <https://enlacezapatista.ezln.org.mx/2021/10/12/pronunciamiento-del-cni-cig-a-25-anos-de-resistencia-y-rebeldia/>. Artikel vom 12.10.2021. Letzter Zugriff am 29.09.2022.

Finanzen.net. O.J.: <https://www.finanzen.net/rohstoffe/kaffeepreis>. Letzter Zugriff am 09.05.2023.

Gagarin. O.J.: <https://cafegagarin.at/verkaufseck>. Letzter Zugriff am 12.05.2023.

Hogare. 2020: <https://hogare.mx/blog/que-es-un-ejido-y-los-tipos-de-titulo-de-tierra/>. Artikel vom 28.10.2020. Letzter Zugriff am 29.09.2022.

IHK Düsseldorf. O.J.: <https://www.ihk.de/duesseldorf/aussenwirtschaft/zoll-und-aussenwirtschaftsrecht/internationale-handelspolitik3/news/freihandelsabkommen-zwischen-usa-mexiko-und-kanada-4206440>. Letzter Zugriff am 17.06.2023.

Instituto del Café de Chiapas. 2019. "Datos importantes del café". S/I: INCAFECH. Disponible en: <https://incafech.gob.mx/assets/media/documentos/Datos%20cafe.pdf> Letzter Zugriff am 17.06.2023.

La Jornada 2015: <https://www.jornada.com.mx/2015/08/15/cam-cnoc.html>. Artikel vom 15.08.2015. Letzter Zugriff am 04.05.2023.

La Jornada 2023: <https://www.jornada.com.mx/2023/03/21/politica/010n2pol>. Artikel vom 21.03.2023. Letzter Zugriff am 04.05.2023.

Lebensmittellexikon. O.J.: <https://www.lebensmittellexikon.de/p0001580.php>. Letzter Zugriff am 27.04.2023.

Ley General de Sociedades Cooperativas. Letzte Reform vom 19.01.2018:
https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/143_190118.pdf. Letzter Zugriff am 12.05.2023.

Mahomut O.J.: <http://www.union.majomut.org/nuestra-cafe/calidad-certificada/> Letzter Zugriff am 14.06.2023.

Maya Vinic O.J.: https://www.mayavinic.com/?page_id=1318. Letzter Zugriff am 27.04.2023.

Npla. 2019: <https://www.npla.de/thema/umwelt-wirtschaft/der-maya-zug-und-neokolonialismus/>. Artikel vom 30.12.2019. Letzter Zugriff am 29.09.2022.

Perfectdailygrind. 2018: <https://perfectdailygrind.com/2018/01/what-does-direct-trade-really-mean/>. Letzter Zugriff am 19.05.2023.

Producción para el Bienestar. O.J.: <https://programasparaelbienestar.gob.mx/produccion-para-el-bienestar/#:~:text=%C2%BF%D%C3%B3nde%20son%20los%20registros%3F,%C3%9Altima%20actualizaci%C3%B3n%3A%20febrero%202023>. Letzter Zugriff am 9.3.2023.

SIAP. Avance de Sembras y Cosechas. Resumen Nacional por Estado. 2021:
http://infosiap.siap.gob.mx/Agricola_siap/ResumenProducto.do?producto=5500&invitado=true&ciclo=3. Letzter Zugriff am 5.4.2023.

Sipaz: Informe SIPAZ Vol. X Nº 1 – Marzo de 2005. El camino del Caracol hacia la autonomía.
<https://www.sipaz.org/enfoque-el-camino-del-caracol-hacia-la-autonomia/>. Letzter Zugriff am 29.09.2022.

Sembrando Vida. O.J.: <https://www.gob.mx/bienestar/acciones-y-programas/programa-sembrando-vida>. Letzter Zugriff am 1.3.2023.

UN Comtrade: <https://comtradeplus.un.org/> Letzter Zugriff am 5.4.2023

Währungsrechner O.J.: https://www.waehrungsrechner-euro.com/EUR_MXN. Letzter Zugriff am 04.06.2023.

Worldofmaps O.J.: <https://www.worldofmaps.net/en/north-america/map-mexico/map-mexico-administrative-divisions.htm> Letzter Zugriff am 22.2.23.

7.2 Literatur

Adams, Richard J. / Smart, Palie / Huff, Anne Sigismund. 2017. Shades of Grey: Guidelines for Working with the Grey Literature in Systematic Reviews for Management and Organizational Studies. *International Journal of Management Reviews*, 19, 432–454.

Antràs, Pol. 2020. Conceptual Aspects of Global Value Chains, in *The World Bank Economic Review* 34(3), 2020, 551-574.

Bartra, Armando. 2006. *El capital en su laberinto. De la renta de la tierra a la renta de la vida*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Brugger, Andri. 2017. *Power Relations in the Global production Network for Orthodox Himalayan Tea. Analyzing Fairtrade Tea Production in East Nepal and Darjeeling Through the Power-as-Translation Framework and the Power Cube*. Master Thesis, University of Zurich.

Buckel, Sonja. 2012. *Managing Migration – Eine intersektionale Kapitalismusanalyse am Beispiel der Europäischen Migrationspolitik*. Heidelberg: VS-Verlag.

Clapp, Jennifer. 2014. Financialization, distance and global food politics, in *The Journal of Peasant Studies*. 41:5, 797-814.

Clapp Jennifer/Isakson, Ryan. 2021. Financialization, in: Akram-Lodhi, A. Haroon / Dietz, Kristina / Engels, Bettina / McKay, Ben (eds): *Handbook of critical agrarian studies*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 178-186.

Daviron, Benoit/Ponte, Stefano. 2005. *The coffee paradox: global markets, commodity trade, and the elusive promise of development* (1st ed.; Zed Books in association with the CTA, Ed.). London, UK: Zed Books in association with the CTA.

De Ita, Ana. 2022. Autosuficiencia alimentaria estancada en La Jornada, 02 de julio, México.

Denga, Michael. 2021. Grundzüge der Genossenschaft, in *Jura: juristische Ausbildung*, 2021-09-16, Vol.43 (10), p.1202-1208. De Gruyter Verlag.

Dragusanu, Raluca / Giovannucci, Daniele / Nunn, Nathan. 2014. The Economics of Fair Trade. In: *Journal of Economic Perspectives* 28 (3), 217-236.

Eraso Quintero, Lina. 2007. *El nuevo movimiento social de los Zapatistas y las contradicciones de un café autónomo dentro de la globalización*. Masterarbeit an der historisch-kulturwissenschaftlichen Fakultät, Universität Wien.

Fischer, Karin / Reiner, Christian / Staritz, Cornelia. 2021. *Globale Warenketten und ungleiche Entwicklung: Arbeit, Kapital, Konsum, Natur*. Wien: Mandelbaum Verlag.

Folch, Albert/Planas, Jordi. 2019. Cooperation, Fair Trade, and the Development of Organic Coffee Growing in Chiapas (1980–2015), in *Sustainability* 2019, 11(2), 357.

Gabbert, Wolfgang. 2004. Der Aufstand der Zapatisten in Chiapas, in Bernecker / Braig / Hölz / Zimmermann (Hg.): Mexiko heute. Politik, Wirtschaft, Kultur. Frankfurt am Main: Vervuert Verlag. S. 363-384.

Gerreffi, Gary/Sturgeon, Timothy. 2005. The governance of global value chains, in Review of International Political Economy. 12(1), p. 78-104.

Gereffi, Gary / Beauvais, Janet / Joonkoo, Lee. 2010. Global value chains and agrifood standards: Challenges and possibilities for smallholders in developing countries, in Washington: National Academy of Sciences – PNAS, 2012, Vol.109 (31) p. 12326-12331.

Giuliano, Peter / Von der Lieth, Katie / Fernández-Alduenda, Mario / Apostolopoulos, Yannis / Ionescu, Kim / Rugolo, Jennifer. 2021. The Speciality Coffee Association. Hacia una definición de café de especialidad: Construyendo una comprensión basada en atributos. Un Documento SCA.

Guimaraes, Elisa / Dos Santos, Antonio / Leme, Paulo / Da Silva Azevedo, Angélica. 2020. Direct Trade in The Speciality Coffee Market: Contributions, Limitations and New Lines Of Research, in Review of International Business. Sao Paulo. N.3, p. 34-62. Sep./Dec.

Gunder Frank, Andre. 1966. Die Entwicklung der Unterentwicklung In: Fischer, Karin / Hödl, Gerald / Sievers, Wiebke (Hg.): Klassiker der Entwicklungstheorie. Von Modernisierung bis Post-Development. Wien: Mandelbaum, 148-167.

Haraway, Donna (2008). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. In: Jaggar, Allison (ed.): Just Methods. An Interdisciplinary Feminist Reader. London: Paradigm Publishers, 346-352 [Orig.: Haraway, Donna (1988): Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. In: Feminist Studies Vol. 14 No 3 (Autumn 1988). 575-599]

Hernández Sánchez, Blanca. 2019. La lucha de la cooperativa cafetalera „Maya Vinic“ y su inserción en los mercados de comercio justo como una alternativa de desarrollo. Bachelorarbeit an der Fakultät für Philosophie, UNAM. Abzurufen unter: <http://132.248.9.195/ptd2019/mayo/0788855/0788855.pdf>. Letzter Zugriff am 18.05.2023.

Jäger, Johannes/Springler, Elisabeth. 2012. Grundlegungen, in Ökonomie der Internationalen Entwicklung. Eine kritische Einführung in die Volkswirtschaftslehre. Wien: Mandelbaum Verlag. S. 13-105.

Kaller- Dietrich, Martina/Mayer, David. 2005. Geschichte Lateinamerikas im 19. Und 20. Jahrhundert. Ein historischer Überblick. Institut für Geschichte der Universität Wien. S. 1-5.

Kvangreaven, Ingrid Harvold. 2020. Beyond the Stereotype: Restating the Relevance of the Dependency Research Programme, in Development and Change published by John Wiley & Sons Ltd on behalf of International Institute of Social Studies.

Le Bot, Yvon. 1997. El Sueño Zapatista. Subcomandante Marcos. Barcelona.

Lipke, Jürgen. 2010. Ungleiche Arbeitsteilung und Entwicklung im Weltsystem. Quantifizierung von ungleichem Tausch in monetärer und ökologischer Dimension. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag Berlin.

Matis, Herbert/Bachinger, Karl. 2004. Dependenz- und Weltsystemtheorie. Die Entwicklung der Unterentwicklung. Telematik Skript. WU Wien.

Mayer, Claudia. 2003. Umweltsiegel im Welthandel. Eine institutionenökonomische Analyse am Beispiel der globalen Warenkette von Kaffee, in Bathelt, Harald / Bendix, Jörg / Brückner, Helmut / Miehe, Georg / Paal, Michaela / Opp, Christian / Pletsch, Alfred (Hg.): Marburger geographische Schriften, im Selbstverlag der Marburger geographischen Gesellschaft e.V. Heft 139.

Mayring, Philipp. 2022. Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 13. überarbeitete Auflage. Beltz Verlagsgruppe.

Mey, Günter/Mruck, Katja. 2007. Qualitative Interviews, in Naderer, Gabriele/Balzer, Eva (Hg.): Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden und Anwendungen.

Miller, Manfred. 2010. Perspektiven von Genossenschaften in einem globalisierten Umfeld. Ein strategischer Bezugsrahmen der genossenschaftlichen Internationalisierung. Dissertation an der Universität Kassel. Kassel University Press.

Muñoz-Rodríguez Manrribio / Gómez-Pérez, Dolores / Santoyo-Cortés, Vinicio Horacio / Rosales-Lechuga, Raúl. 2019. Los negocios del café ¿Cómo innovar en el contexto de la paradoja del café, en pro de una red de valor más inclusiva y accesible? México: Universidad Autónoma Chapingo, CIESTAAM.

Nessel, Sebastian. 2012. Fairer Handel als nachhaltige Entwicklungsstrategie. Eine kritische Bestandsaufnahme am Beispiel Mexikos, in Budrich Journals. Peripherie – Politik, Ökonomie, Kultur. Jg. 32, Nr. 128, (3-2012).

Niccholls, Alex/Huybrechts, Benjamin. 2017. Fair Trade and Cooperatives. The Oxford Handbook of Mutual, Co-operative, and Co-Owned Business. Edited by Jonathan Michie, Joseph R. Blasi, and Carlo Borzaga. Print Publication: March 2017.

Olguín Pérez, Alfredo Martin. 2017. Evolución histórica, situación actual y perspectivas de las cooperativas cafetaleras de Huatusco, Veracruz. Tesis en el Instituto del Departamento de Sociología rural, Universidad Autónoma de Chapingo.

Petersen, Thieß. 2020: Optimale internationale Arbeitsteilung, in Analysen. 100. Jahrgang, 2020. Heft 4. S. 291-293. Wirtschaftsdienst. Springer Verlag. Abzurufen unter:

<https://www.wirtschaftsdienst.eu/inhalt/jahr/2020/heft/4/beitrag/optimale-internationalearbeitsteilung.html>. Letzter Zugriff am 07.01.2022.

Rasmussen, Mattias Borg/Lund, Christian. Frontiers: Commodification and territorialization, in Akhram-Lodhi et al (Hg.): Handbook of Critical Agrarian Studies. Edward Elgar Publishing.

Ridder, Hans-Gerd. 2020. Case Study Research. Approaches, Methods, Contribution to Theory. 2 Auflage, Hamburg. Reiner Hampp Verlag.

Rojas Herrera, Juan José/Olguín Pérez, Alfredo Martín. 2013. Origen, Desarrollo y Perspectivas de las Cooperativas Cafeteleras de Huatusco, Veracruz, in *Revista LiminaR Estudios Sociales y Humanisticos*. Enero-Junio de 2018, Mexico. S. 119-133.

Rubio, Blanca. 1987. Resistencia campesina y explotación rural en México. Ediciones Era, S.A. de C. V. Colección problemas de México.

Rubio, Blanca. 1996. Las Organizaciones independientes en México: Semblanza de las Opciones campesinas ante el proyecto neoliberal, en Carton de Grammont, Hubert (coordinador): Neoliberalismo y organización social en el campo mexicano Mexico: Plaza de Valdes editores. P. 113-163.

Rubio, Blanca. 2012. Explotados y excluidos. Los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal. 4. Edition. Universidad Autónoma de Chapingo. Plaza y Valdes Editores.

Staude, Martin. 2008. *Kaffeeanbau und Kaffeehandel: das Entscheidungsverhalten indigener Bauern und Händler in Oaxaca*. Mexiko. Berlin et al.: Lit-Verlag.

Stappel, Michael. 2020. Genossenschaften in Deutschland, in J. Blome-Drees et al. (Hrsg.): Handbuch Genossenschaftswesen. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020.

Starckenbaum, Marcelo. 2017. El marxismo latinoamericano de Armando Bartra, in *Escrituras Americanas* 2(2), Seite 121-146. Abzurufen unter: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.8932/pr.8932.pdf. Letzter Zugriff am 15.05.2023.

Staritz, Cornelia/Tröster, Bernhard. 2021. Finanzialisierung und globale Warenketten: Preissetzung und Preisrisiken im Baumwollsektor in Subsahara-Afrika, in Fischer, Karin / Reiner, Christian / Staritz, Cornelia (Hg.): Globale Warenketten und ungleiche Entwicklung. Arbeit, Kapital, Konsum, Natur. Wien: Mandelbaum Verlag, S. 220-237.

Stöllinger, Roman. 2021. Globale Wertschöpfungsketten: Quantitative Methoden und empirische Ergebnisse, in Fischer, Karin / Reiner, Christian / Staritz, Cornelia (Hg.): Globale

Warenketten und ungleiche Entwicklung. Arbeit, Kapital, Konsum, Natur. Wien: Mandelbaum Verlag. S. 56-92.

Tröster, Bernhard. 2015. Global commodity chains, financial markets, and local market structures – Price risks in the coffee sector in Ethiopia als Working Paper der Austrian Foundation for Development Research (ÖFSE)

Wallerstein, Immanuel. 1988 Entwicklung: Leitstern oder Illusion? In: Fischer, Karin / Hödl, Gerald / Sievers, Wiebke (Hg.): Klassiker der Entwicklungstheorie. Von Modernisierung bis Post-Development. Wien: Mandelbaum. S. 168-192.

Yeung, Henry Wai-chung/ Coe, Neil Martin. 2015. Global Production Networks: theorizing economic development in an interconnected world (1). Oxford: Oxford University Press.

Yin, Robert K. 2018. Case Study Research and Applications: Design and Methods. SAGE Publications, 6. Edition.

7.3 Interviews

- Interview 1: Lourdes González. Sales Verantwortliche der Kooperative „Maya Vinic“, Chiapas. 10.09.2022
- Interview 2: Manuel Gómez. Sales Verantwortlicher der Kooperative „Mahomut“, Chiapas. 10.09.2022
- Interview 3: James Renteria. Kaffeeverkoster des Kollektivs Catación de Cafés Mexicanos, Mexiko-Stadt. Interview am 8.9.2022
- Interview 4: Maribel Meza Guzman. Kaffeeproduzentin, Tenejapa, Chiapas. Interview am 12.1.2023
- Interview 5: Schriftliches Interview per E-Mail mit Kai Nolde aus dem Café Libertad Kollektiv e.G., Hamburg. Interview am 24.2.2023
- Interview 6: Entrevista con Abigail Flores Pulido, 1.2.2022. Koordinatorin des Programmes „Sembrando Vida“, Mexiko Stadt. Interview am 01.02.2023
- Interview 7: Nayeli Eneyda M.H., Koordinatorin des Programmes „Producción para el Bienestar“, Mexiko Stadt. Interview am 08.02.2023

- Interview 8 : Rafael Torres Cruz, Techniker des Programmes “Sembrando Vida”, Tuxtla Gutierrez, Chiapas. Interview am 01.03.2023
- Interview 9: Doro vom Kaffeekollektiv „Aroma Zapatista“ eG. Schriftliches Interview am 10.03.2022
- Interview 10: Fernando Celis, Organisator der CNOC, Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, Mexiko Stadt. Interview am 15.03.2023
- Interview 11: Rosa Elena Cantú Cantú, Inhaberin der Beratungsfirma Unico Valerica, Mexiko Stadt. Interview am 13.09.2022
- Interview 12: Julio Jiménez Hernandez, Produzent & Händler von Kaffee aus der Region Selva de la Lacandona, Chiapas. Interview am 17.3.2023

7.4 Anhangverzeichnis

8.1 Abstract auf Deutsch

8.2 Abstract auf Englisch

8.3 Anhang 1: Ficha técnica/Technische Daten einer Probe Kaffee von Maribel Meza Guzman

8.4 Anhang 2: Preiskatalog Maribel Meza Guzman

8.5 Anhang 3: Preiskataloge „Maya Vinic“

8.6 Anhang 4: Preiskatalog „Mahomut“

8.7 Anhang 5: Preisliste Kollektiv Café Libertad

8.8 Anhang 6: Präsentation „Producción para el Bienestar“ von August 2022

8.9 Anhang 7: Ley de Fomento a la Cafeticultura e Industria del Café

8. Anhänge

8.1 Abstract auf Deutsch

Die vorliegende Arbeit analysiert die Abhängigkeit und die mögliche Unabhängigkeit der KaffeeproduzentInnen in Chiapas, Mexiko, von den globalen Märkten. Sie zeigt, dass eine Abhängigkeit vorhanden ist und durch die strukturellen Ungleichheiten im globalen Kapitalismus bedingt wird.

Die Analyse verschiedener Ansätze aus Literatur und Feld dient dem Nachgehen der Forschungsfrage, welche Grenzen und Möglichkeiten für KaffeeproduzentInnen aus Chiapas, Mexiko bestehen, höhere und stabile Preise sowie stabile Abnahmemengen für ihren Kaffee zu erlangen. Halbstrukturierte Interviews und ein Feldforschungsaufenthalt bei einer Kaffeeproduzentin fließen in die Forschung ein. Auf dieser Grundlage werden in der Arbeit sechs verschiedene Case Studies analysiert.

Es zeigt sich, dass die Preise für Kaffee von transnationalen Unternehmen bestimmt und niedrig gehalten werden, was die Möglichkeiten der ProduzentInnen einschränkt, höhere Preise zu erzielen. Daneben entsteht Mehrwert hauptsächlich bei der Weiterverarbeitung von Kaffee, welche selten durch die KaffeeproduzentInnen aus Chiapas erfolgt. Andererseits betont die Arbeit die Bedeutung von nationalem Handel, Kooperativen und Import-Kollektiven für die Etablierung stabiler Abnahmemengen sowie die Relevanz von direktem Handel und Upgrading für die Durchsetzung höherer Verkaufspreise. Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen AkteurInnen, einschließlich Regierung und Zivilgesellschaft, ist weiterhin entscheidend, um gerechtere Bedingungen für die KaffeeproduzentInnen zu schaffen und positive Veränderungen auf der Mikroebene zu bewirken. Diese können die Zukunft der Kaffeeproduktion in Chiapas sowie die Lebensperspektiven der Menschen in der Region beeinflussen.

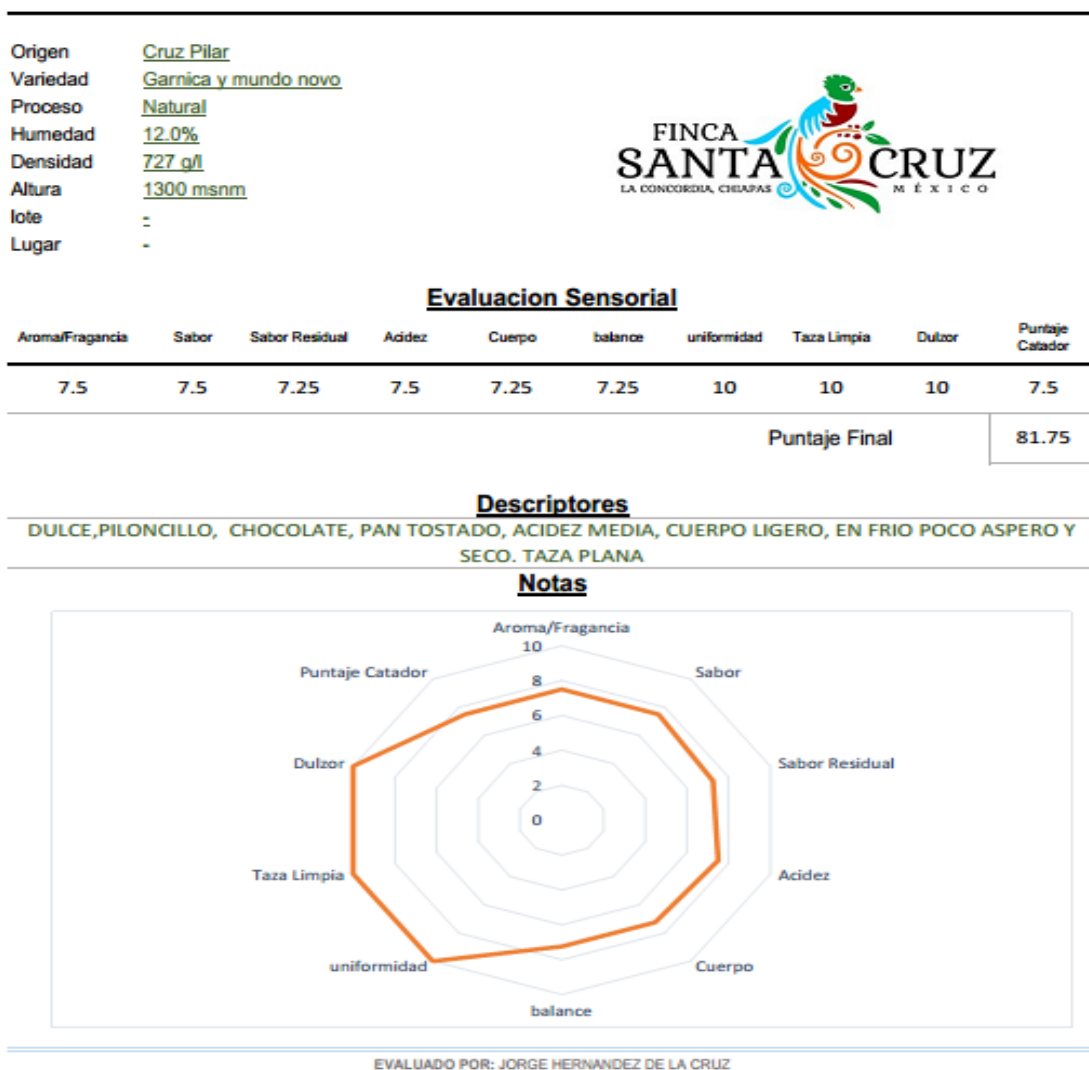
8.2 Abstract auf Englisch

This paper analyzes the dependence and possible independence of coffee producers in Chiapas, Mexico, on global markets. It shows that dependency exists and is conditioned by structural inequalities in global capitalism.

The analysis of different approaches from literature and field serves to pursue the research question, which limits and possibilities exist for coffee producers from Chiapas, Mexico, to obtain higher and stable prices as well as stable sales quantities for their coffee. Semi-structured interviews and a field visit to a coffee producer inform the research. On this basis, six different case studies are analyzed in the paper.

It is evident that coffee prices are determined and kept low by transnational corporations, limiting the ability of producers to obtain higher prices. In addition, added value is generated mainly in the processing of coffee, which is rarely done by the coffee producers from Chiapas. On the other hand, the thesis emphasizes the importance of national trade, cooperatives and import collectives in establishing stable sales volumes, as well as the relevance of direct trade and upgrading in achieving higher selling prices. Collaboration among various actors, including government and civil society, remains crucial to create more equitable conditions for coffee producers and bring about positive changes at the micro level. These can impact the future of coffee production in Chiapas, as well as the livelihood prospects of people in the region.

8.3 Anhang 1: Technische Daten einer Probe Kaffee von Maribel Meza Guzman



8.4 Anhang 2: Preiskatalog Maribel Meza Guzman



NOSOTROS

Cosechamos, sembramos, vendemos y distribuimos nuestro propio producto de manera exclusiva a cafeterías y restaurantes para preparar una rica taza con nuestro delicioso café.



SOMOS PRODUCTORES DE CAFÉ 100% ARÁBIGA

Nuestro objetivo es contrarrestar el efecto migratorio de nuestra comunidad con la venta de Café 100% Arábigo de calidad clasificado bajo normas para generar mayores empleos y mejores sueldos para nuestros productores.

NUESTROS GRANOS

Nuestro café es único por su patricia altura de 1800 msnm donde el clima favorece el desarrollo de la mejor calidad de nuestros granos. Gracias al proceso de cosecha tenemos una selección de arábica velado, tortón y cubana. Entendidos por el productor de nuestro café arábigo, orgánico y libre de pesticidas, plagas, hongos, químicos y humos. Que danían nuestro salud.



PRECIOS DE NUESTRO CAFÉ PARA CONSUMO PERSONAL

 Café Tostado Claro \$300 msnm - 500gr \$800 msnm	 Café Tostado Medio \$300 msnm - 500gr \$800 msnm	 Café Tostado Oscuro \$300 msnm - 500gr \$800 msnm	 Café Tostado Honey \$300 msnm - 500gr \$800 msnm
 Café Tostado Claro \$300 msnm - 250gr \$800 msnm	 Café Tostado Medio \$300 msnm - 250gr \$800 msnm	 Café Tostado Oscuro \$300 msnm - 250gr \$800 msnm	 Café Tostado Honey \$300 msnm - 250gr \$800 msnm

PRECIOS DE NUESTRO CAFÉ MAYOREO (A PARTIR DE 10KG)

 Café Verde Oro Tradicional \$250.00 Kg \$800 msnm	 Café Verde Oro Natural \$250.00 Kg \$800 msnm	 Café Verde Oro Lavado \$250.00 Kg \$800 msnm	 Café Verde Oro Honey \$250.00 Kg \$800 msnm
 Café Tostado Medio \$250.00 Kg \$800 msnm	 Café Tostado Oscuro \$250.00 Kg \$800 msnm	 Café Tostado Honey \$250.00 Kg \$800 msnm	

MICROLOTES Y NANOLOTES CAFÉ DE EDICIÓN LIMITADA


Precio de mayores
\$300.00 Kg
\$800 msnm

PEDIDOS AL
☎ 81 1622 9389 ☎ 81 1583 5001


PAQUETE DE DEGUSTACIÓN
\$400.00
Incluye Café Honey, Honey y Verde de 250g c/u.

8.5 Anhang 3: Preiskatalog „Maya Vinic“



Lista de Precios

Mayoreo



Calidades de Café TyM	Precios
Café Especial 1Kg <i>(bolsa laminada sin diseño)</i>	240,00
Café Especial 500grs	120,00
Café Especial 250grs	65,00
Café Gourmet 1kg <i>(bolsa laminada sin diseño)</i>	190,00
Café Gourmet 500grs	95,00
Café Gourmet 250grs	53,00
Café Tradicional 1kg <i>(bolsa laminada sin diseño)</i>	170,00
Café Tradicional 500grs	85,00
Café Tradicional 250grs	48,00
Café Descafeinado 1kg <i>(bolsa laminada sin diseño)</i>	220,00
Café Descafeinado 500grs	110,00
Café Descafeinado 250grs	60,00

En bolsas con o sin diseño, los precios son los mismos.

NOTA: Al realizar una compra menor a 10 Kg, se aplican precios de menudeo, más costo de envío.

Compra mínima

10kg

Forma de Pago

Contado

Datos Bancarios

Unión de Productores Maya Vinic SC de RL de CV

BBVA BANCOMER

CTA 0453770893

CLABE 012100004537708934

Facturación

Sí

Costo de envío

Si es compra mínima, el envío es gratis, de lo cont

Cómo realizar un pedido:

1. Llena el Formulario de pedido (anexo en excel)
2. Enviar correo electrónico y adjuntar el formulario de pedido y envíalo a: ventas@mayavinic.com.
3. Al recibir el pedido le confirmamos de recibido.
4. Realiza el depósito a nuestra cuenta y da aviso de depósito por email
5. Al recibir el depósito correspondiente, procedemos a preparar su pedido.
7. En condiciones normales, a los 10 días llega el café a su domicilio.



Unión de Productores Maya Vinic SC de RL de CV
César Augusto Sandino #17, Col. América Libre, C.P.29247
SCLS, Chiapas, México



Lista de Precios
Café Oro Verde

Café Oro Verde Kilogramos	
Calidades de Café	Precio Kg
Gourmet Oro Verde	130.00
Tradicional Oro Verde	115.00
Descafeinado Oro Verde	150.00

} No disponible temporalmente

Nota: En compras menores a 68 kg, será más costo de envío.

Compra mínima	Un Saco de 68 kg
Forma de Pago	Contado
Datos Bancarios Café	Union de Productores Maya Vinic SC de RL de CV CTA 0453770893 CLABE 012100004537708934
Facturación	Realizamos factura
Costo de envío	Si es compra mínima, el envío es gratis; de lo contrario se cobra por separado

Cómo realizar un pedido:

1. Realizar su orden pedido en un correo electrónico y enviarlo a: ventas@mayavinic.com
2. Al recibir el pedido le confirmamos de recibido
3. Realiza el depósito a nuestra cuenta y da aviso de depósito por email
4. Al recibir el depósito empezamos a preparar su pedido.
5. En condiciones normales, a los 4 o 5 días llega su pedido a su domicilio.



Unión de Productores Maya Vinic SC de RL de CV
César Augusto Sandino #17, Col. América Libre, C.P.29247
SCLS, Chiapas, México
Tels de Oficina: 967 112 5088 - 967 112 5089
ventas@mayavinic.com
www.mayavinic.com

8.6 Anhang 4: Preiskatalog „Mahomut“



Majomut produce café arábico de altura y estricta altura (900-1700 m.s.n.m.) de las variedades:

- Typica,
- Bourbon,
- Garnica,
- Mondo Novo,

Provenientes de los municipios de Chenalhó, Pantelhó, Oxchuc, Tenejapa y San Juan Cancuc, Zona Altos de **Chiapas**.

Contando con las siguientes certificaciones de Comercio Justo y Orgánico.



CAFÉ TOSTADO



CARACTERÍSTICAS

Color: Achocolatado

Cuerpo: Ligero

Sabor: Dulce

Aroma: Cítrico, dulce y floral

Mayor acidez (agradable)

Ideal para aquellos que buscan un café suave.



CARACTERÍSTICAS

Color: Oscuro

Cuerpo: Medio

Sabor: Tonos acaramelados

Aroma: chocolate negro

Acidez: Media



CARACTERÍSTICAS

Color: Negro brillante

Mayor cuerpo

Sabor: Agridulce, quemado y ahumado

Aroma: A madera

Acidez: Ligero

SOBRE PEDIDO



MOLIDO

Percoladora

Molido ligeramente grueso.
Uso específico en
percoladoras con filtro de
plástico,

Cafetera de filtro

Molienda media para cafetera
eléctrica con filtro de papel,

Espresso/Fino

Para olla y para cafeteras de
expreso
Molienda fino medio

Extra fino/Turco

Este tipo de molido ofrecerá
características como intenso
cuerpo y tonos espesos
achocolatados. Su molienda es
de tipo talco,





Café Soluble LIOFILIZADO,
De calidad media como americana
Manteniendo sus atributos como,
Cuerpo, acidez aroma y sabor
de la materia prima.

EMPAQUE Y PRESENTACIÓN



Liofilizado



Mezcla Majomut



Liofilizado orgánico



Preparación Europea

PRECIOS

Tostado	Precio/kg (en establecimiento)	Precio por 500 g	Precio por 250 g
Prep. Europea Medio	\$250.00	\$125.00	\$65.00
Prep. Europea Viena	\$260.00	\$130.00	\$70.00
Mezcla Majomut Tostado medio	\$195.00	\$100.00	\$55.00
Mezcla Majomut Tostado Viena	\$205.00	\$105	\$60
Prep. Americana Tostado medio	\$180.00	\$90.00	\$50.00
Café Soluble Liofilizado ORGÁNICO	\$110.00 (110 g)		

Nota: Los costos de envío se darán a conocer en la cotización y serán manejados de acuerdo al volumen de compra.

CONTACTO

Unión de Productores Orgánicos Beneficio Majomut, S. de P.R. de R.L.

1ra. Cerrada de la Era No. 1

Barrio la Quinta San Martín. C.P. 29247

San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México.

R.- Manuel Gómez González

Comercialización & Logística

R.- Marcela Ruiz

Auxiliar de Ventas

e-mail: ventas@majomut.org

 Union Majomut

Tel: 01 967 678 31 96 / 967 678 81 06



967 133 94 58

8.7 Anhang 5: Preisliste Kollektiv Café Libertad



Café Libertad Kollektiv eG Kaffee für den täglichen Aufstand

Neue Kaffeeernte und neue Preise / Juni 2022

Wie bereits angekündigt, müssen wir unsere Preise erhöhen. Wir wollen euch diesen Schritt im Folgenden erklären und unsere kritische Perspektive auf die Zusammenhänge darstellen.

Die aktuelle Preiserhöhung hängt vor allem mit der Ankunft der neuen Ernte und deutlich besseren Rohkaffeepreisen für die Kleinbäuerlichen Kooperativen zusammen. Der Kursverlust des Euro in Folge einer anhaltenden europäischen Niedrigzinspolitik hat zudem die Importkosten deutlich nach oben getrieben.

Wir haben den Einkaufspreis für Rohkaffee der zapatistischen Kooperativen von 98 auf zuletzt 145 mexikanische Peso (MXN) pro kg erhöht. In Chiapas gibt es in Folge der Corona-Pandemie, des Klimawandels und zunehmender Angriffe durch paramilitärische Gruppen leider viele Ernteaufschübe, die wir damit für die Betroffenen in den Gemeinden etwas abfedern wollen.

Aufgrund der paramilitärischen Angriffe können Kleinbäuer:innen oft nur noch nachts und teils unter Beschuss auf Feldern arbeiten können. Kaffee wurde gestohlen und Kaffeelager abgebrannt. Zuletzt ist das Militär nach San Cristobal einmarschiert, nachdem schwer bewaffnete Gruppen ein Vertriebsgebäude besetzt hatten. Die korrupte Politik lässt Paras gewähren, um sich Einflusszonen zu sichern und Landraub bei indigenen Gemeinden zu legitimieren. Wir werten den Einmarsch des Militärs daher nicht als Verbesserung der Lage, sondern als weiteren Angriff und Ausdruck einer Strategie der Spannung gegenüber der Autonomie der zapatistischen Gemeinden.

Für den Bio-Rohkaffee der „Frauenkooperative Arolma“ in Honduras bezahlen wir 3,15 USD/lb und für den Bio-Rohkaffee aus Kolumbien zwischen 3,20 und 3,30 USD/lb. Damit liegen wir deutlich über dem Weltmarktpreis von ca. 2,40 USD pro libra.

Die Rohkaffeepreise führen allerdings auch dazu, dass wir unsere höheren Einstandspreise an euch als Verbraucher:innen weitergeben müssen. Im Schnitt um 0,75 Euro pro 250g. Nach wie vor versuchen wir, den Kaffee so günstig wie möglich anzubieten, damit fair und solidarisch gehandelter Kaffee kein Luxusgut wird, sondern für alle erschwinglich bleibt. Um euch wenigstens etwas entgegenkommen zu können, führen wir daher einen neuen Rabatt von 2% für Bestellungen ab 20 kg Röstkaffee ein. Zusammen mit dem Lastschriftskontorabatt von 2%, welcher uns Arbeit in der Buchhaltung erspart, kommt ihr so auf einen Gesamtrabatt von 4%.

Gleichzeitig haben wir unseren Solidaritätsaufschlag von 0,40 Euro pro kg auf 0,50 Euro erhöht. Während überall die Preise durch Inflationskosten steigen, sinken ansonsten faktisch die Fördermittelanteile. Café Libertad Kollektiv ist nah an sozialen Bewegungen und Kaffeekooperativen und die direkte Solidarität ist ein zentraler Punkt unserer Arbeit. Daher halten wir es auch für richtig und konsequent, den Anteil an beworbenen Fördermitteln gleich mitzuerhöhen.

Im letzten Jahr konnten wir ca. 100.000,- Euro an Fördermitteln auszahlen z.B. für die Unterstützung der indigenen, zapatistischen Gemeinden, von Geflüchteten an den EU-Außengrenzen, für Stadtteilprojekte weltweit, gegen Repressionen, für FLINTA-Selbstorganisation, ein queeres Klimaprojekt in Afrika oder Seenotrettung am Mittelmeer. Eine Dokumentation findet ihr auf unserer Internetseite.

Ursächlich für steigende Kaffeepreise sind nach wie vor verschiedene Gründe. Parallel zur wachsenden globalen Nachfrage nehmen auch Spekulationen an den Börsen und Werten auf künftige Kaffeepreise an Fahrt auf. Hier werden teilweise Blasen erzeugt und Gewinne vor allem in Form von sogenanntem „Papierkaffee“

Röstkaffee „Libertad“	
<i>Beispielkalkulation</i>	
Einstand nach Import kg	6,53
Röstverlust	1,04
Rösten	0,27
Mahlen	0,10
Abfüllen	0,40
Etikett + Kleben	0,28
Verpackung	0,37
Kaffeesteuer	2,19
Transporte	0,08
Wert nach Röstung kg	11,26
Betriebs- & Lohnkosten	5,51
Beworbene Fördermittel	0,50
Rücklagenbildung	0,10
Summe pro kg	17,37
Stückpreis 500g	8,69
7,00 %	0,61
Artikelnummer	100
Preis pro Packung 500g	9,30

SUBSECRETARIA DE AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA

Producción para el Bienestar

Estrategia de acompañamiento técnico

4 de agosto



AGRICULTURA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL



Producción
para el **Bienestar**



2022 Flores
Año de **Magón**
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

POLÍTICA AGROALIMENTARIA DE LA CUARTA TRANSFORMACIÓN → AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA

06

Programas Prioritarios



- **Soberanía alimentaria.**
- **Autosuficiencia en:** alimentos, insumos y tecnología.
- Que los que nos alimentan, coman y vivan bien.
- Apoyo **productivo** a pequeños y medianos productores.
- Apoyos directos **sin intermediarios.**
- **Transición a sistemas agroecológicos de producción de alimentos.**
- **Sin transgénicos ni glifosato.**
- **Salud alimentaria** familiar, comunitaria, nacional.
- **Enfoque de derechos humanos**
- Orientación al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030** y los **Acuerdos de París sobre Cambio Climático.**

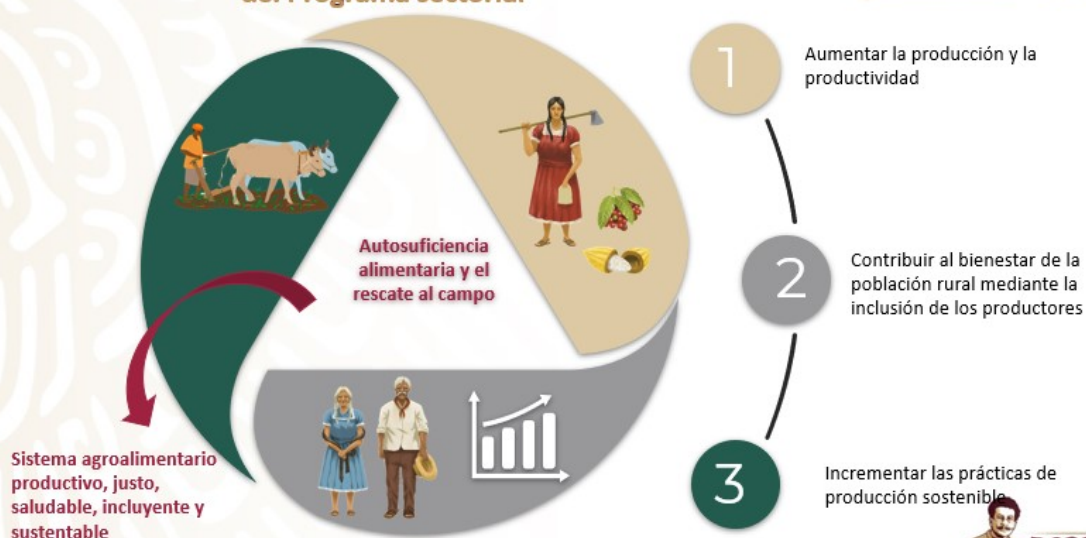


2022 Flores
Año de **Magón**
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

Producción para el Bienestar se alinea a 3 objetivos derivados del Programa sectorial

AGRICULTURA

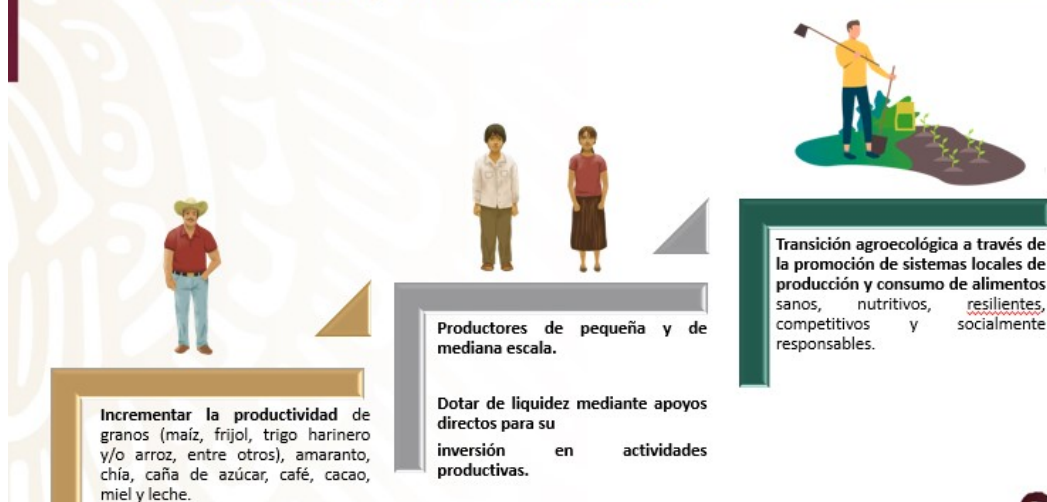
Producción para el Bienestar



Producción para el Bienestar

AGRICULTURA

Producción para el Bienestar



NUEVA POLÍTICA AGROALIMENTARIA 4TA TRANSFORMACIÓN



1. Apoyos de liquidez

- Impulso a la producción de granos, café, caña, chía, amaranto, cacao y miel.
- Adquisición de insumos, maquila y jornales.



2. Acompañamiento técnico

- Impulso a la productividad con prácticas agroecológicas.
- Asociatividad y colaboración institucional.

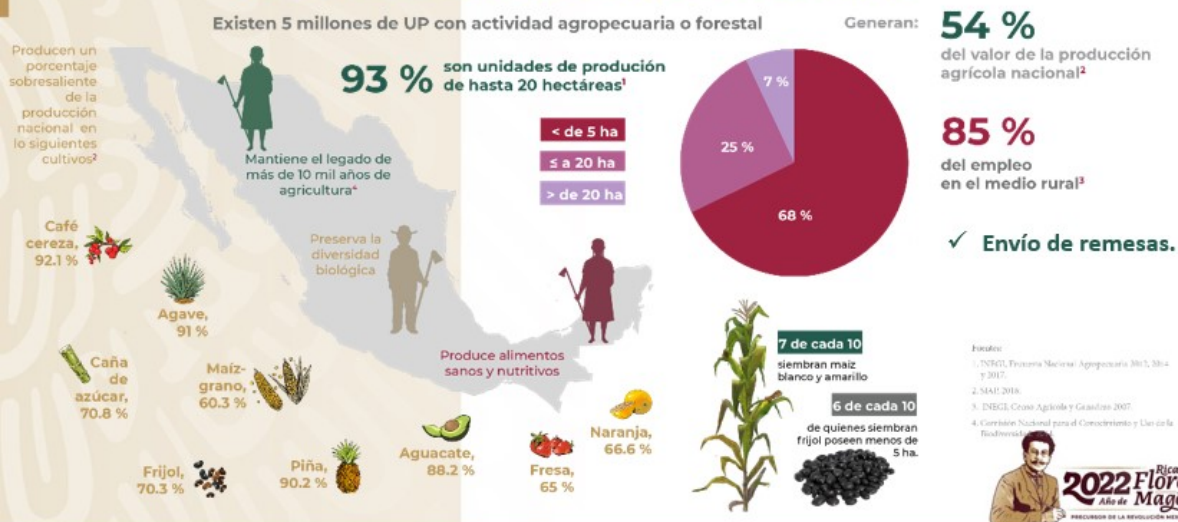


3. Acceso al financiamiento

- Fortalecimiento productivo y agregación de valor.
- Colaboración con FIRA y FND.

Ricardo Flores Magón
2022
ALBA DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

La pequeña unidad de producción (UP) prevalece en el campo mexicano



ESTRATEGIA DE COMPAÑAMIENTO TÉCNICO



Transición Agroecológica

Objetivo: Transitar a sistemas de producción y consumo sanos, nutritivos, competitivos, resilientes y socialmente responsables

Objetivo	Forma de medir
1. Contribuir a la Autosuficiencia Alimentaria	Aumento de rendimiento por hectárea (ton/ha)
2. Mejorar la competitividad	Reducir los costos por tonelada producida (\$/ton)
3. Reducir la contaminación al ambiente.	Reducir el uso de agroquímicos por hectárea (lts, kg ó ton / ha)



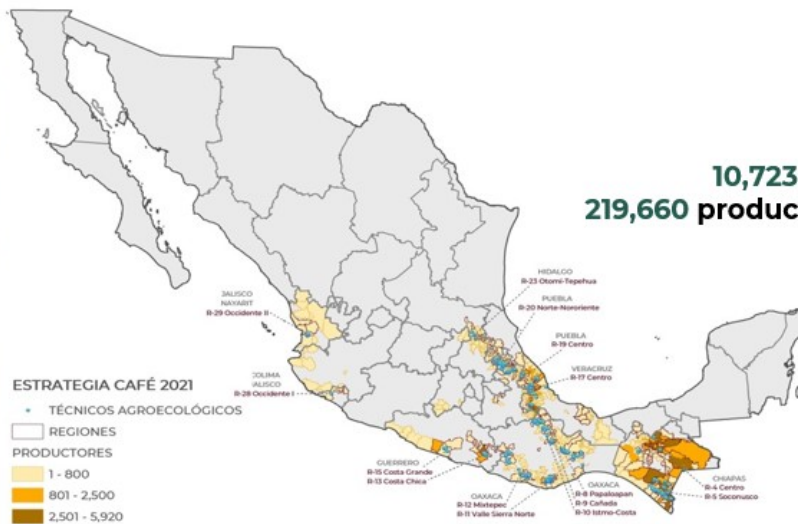
Café



2022 Flores
Año de
Magón
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

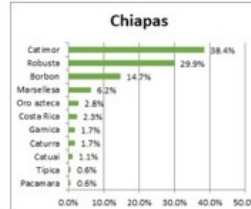
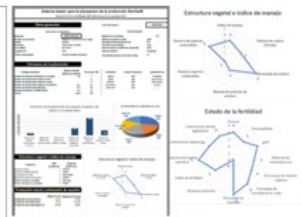
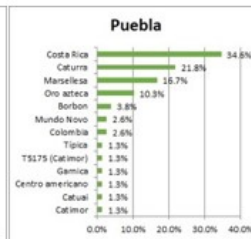
Cobertura

99 TA
390 ECAS
8 Estados
14 regiones de la EAT
10,723 productores atendidos
219,660 productores beneficiarios PpB



2022 Flores
Año de
Magón
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

Estado	2020-2021	2021-2022
CHIAPAS	1349	2989
GUERRERO	701	448
HIDALGO	161	90
NAYARIT	103	127
OAXACA	2296	4018
PUEBLA	1146	1477
SAN LUIS P.	107	130
VERACRUZ	926	1444
Total general	6789	10723



Superficie promedio de 1 hectárea



Acciones



Producción de plantas de calidad Sanitaria-genética-agronómica (Preferentemente con semillas certificadas, Certificación de lotes productores de semillas).



Promoción y producción de cafés diferenciados



Acciones



Esquemas de diversificación productiva

- Los demás productos del cafetal llega a representar hasta el 60% de los ingresos. 12 698



Esquemas "conscientes" de comercialización de café

Oaxaca		Veracruz	
\$ 12,698.00	36.5%	\$ 38,819.00	67%
\$ 2,190.00	6.0%	\$ 840.00	2%
\$ 11,707.00	33.5%	\$ 4,166.00	7%
\$ 8,256.00	24.0%	\$ 13,886.00	24%
\$ 34,851.00		\$ 57,711.00	



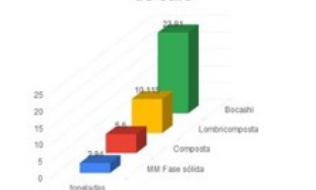
Acciones

Producción de bioinsumos suficientes y de calidad (nutrición y plagas y enfermedades)



AGRICULTURA PRODUCCIÓN

Insumos sólidos producidos en ecas de café



Retos

- Incremento en la productividad y el consumo nacional.
- Integración vertical y generación de valor agregado
- Organización de productores
- Mejora de la calidad física y sensorial (café diferenciados y de especialidad)
- Diversificación productiva
- Coordinación entre estrategias de acompañamiento



AGRICULTURA



Producción
Bienestar



17.00916N 98.67230W
Altitud: 919.8m
Velocidad: 0.0km/h
ECA 2. CAPACITACIÓN
22 sep. 2021 9:31:55 a.m.



2022 Ricardo Flores
Año de Magón
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

Escuelas de Campo



AGRICULTURA



Producción
Bienestar



2022 Ricardo Flores
Año de Magón
PRECURSOR DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

8.9 Anhang 7: Gesetzesinitiative zur Förderung des Kaffeeanbaus und der Kaffeeindustrie

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO QUE EXPIDE LA LEY DE FOMENTO A LA CAFETICULTURA E INDUSTRIA DEL CAFÉ.

Esther Martínez Romano, Diputada Federal por el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo a la LXV Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como por los artículos 77 y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a consideración de esta Soberanía la presente Iniciativa con Proyecto de Decreto que expide la Ley de Fomento a la Cafeticultura e Industria del Café, con base en la siguiente

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En nuestro país se cultiva café desde hace más de doscientos años, su siembra se ha posicionado como un cultivo social, da sustento a pequeños productores agrícolas, quienes han aprovechado las bondades de la siembra del café y encontrado así una forma de hacerse de ingresos adicionales, al combinar la cosecha de café con la producción de otros alimentos para su autoconsumo.

Con lo cual, la cafeticultura tiene una importancia económica relevante en las regiones cafetaleras de nuestro país; desafortunadamente, el abandono que durante décadas han venido padeciendo los cafeticultores mexicanos, ha imposibilitado el buen desarrollo de dicho sector.

Prueba del abandono del sector, son los datos de la Organización para las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), según los cuales, nuestro país pasó, en 1997, de ser el cuarto productor mundial de café al undécimo en 2017.

Si bien, el gobierno del presidente López Obrador desde el inicio de su administración implementó programas sociales para favorecer el desarrollo de los cafeticultores con esquemas de

apoyos directos, como fue el *Programa de Apoyo a Productores de Café*, consistente en la entrega directa de 5 mil pesos para invertir en insumos o plantas; sin embargo, estos pequeños apoyos han resultado ser insuficientes para detonar la cafeticultura mexicana.

En este sentido, es que resulta necesario impulsar el desarrollo sostenido del cultivo y transformación del café, para contribuir a la generación de riqueza y bienestar en las localidades con vocación cafetalera.

Al respecto, es importante señalar que actualmente no son pocos los productores de café que producen con pérdidas, debido a que su costo de producción es superior al precio de venta del café; lo anterior, como consecuencia de la alta volatilidad del precio internacional del grano.

Como cualquier otro cultivo, el café, requiere de condiciones climáticas y geográficas muy particulares a fin de poder garantizar su buena calidad y producción.

En este sentido, la producción de café requiere de regiones frías con temperaturas de entre 13 y 26 grados centígrados para su cultivo; además, altitud de entre mil y mil 300 metros sobre el nivel del mar y un suelo con alto grado de nutrientes y humedad; sobre este último punto, se requiere de tierra con gran absorción de agua y capacidad de drenar con rapidez el exceso de humedad.

Debido a lo anterior, las zonas productoras de café del mundo se ubican en la zona conocida como *cinturón o franja del café*, ubicada entre los trópicos de Cáncer y Capricornio. Por tanto, el café es un cultivo tropical de temperaturas templadas donde se alternan ciclos húmedos y secos; las tres grandes regiones productoras de café son: Latinoamérica, África/Arabia y Asia/Pacífico.

En el caso de México, en 480 municipios de 15 estados del país se produce café; con lo cual, contamos con importantes regiones para el cultivo de tan valioso grano.

En cuanto a la producción nacional de café, por mucho Chiapas es el mayor productor con el 41.3% de la producción nacional, seguido por Veracruz con el 24.4%, Puebla el 15.8%, Oaxaca 8.2%, Guerrero el 4.5% y el 5.9% entre el resto de los estados con zonas cafetaleras.

Por lo que se refiere a las variedades de café que se cultivan en el país, el 96% de la producción nacional corresponde a la variedad *Arábica* y solo el 4% restante pertenece al género *Robusta*.

Al respecto, datos del *Reporte Anual de Producción de Café de México*, publicado en el portal Inforural, señalan que la producción de café de México para la campaña comercial 2021/22 reportarán un estancamiento de la producción del grano debido principalmente, a la falta de mano de obra, sequía y afectación de plagas y las pérdidas ocasionadas por el paso del huracán Grace, que en agosto pasado golpeo la zona cafetalera de Veracruz, Puebla e Hidalgo, dejando sin cosecha a los cafecultores de dichos estados de la República.

De igual manera, en el reporte *México: Café anual 2019* elaborado por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), se advierte que en nuestro país existen más de 515 mil productores de café, de los cuales, 310 mil de ellos tienen menos de una hectárea de cultivo y que el 85% de los cafecultores mexicanos pertenecen a pueblos originarios; datos que refuerzan la visión de que el café es un cultivo social cuyos mayores beneficiarios son algunos de los municipios menos favorecidos del país.

Como ya se mencionó, las autoridades federales han realizado grandes esfuerzos para impulsar la cafecultura nacional

mediante apoyos directos o la introducción de árboles resistentes a la roya; sin embargo, los avances han sido mínimos, debido en gran medida a que los apoyos suelen ser aislados y fragmentarios, dejando de considerar apoyo para actividades que resultan medulares para el buen impulso de la cafecultura.

En este sentido, el sector reclama apoyos y programas integrales, que atiendan el acceso a financiamiento barato y accesible para detonar la actividad en sus regiones; asistencia técnica para el cultivo y un sistema nacional de almacenes de grano de café para garantizar una mejor posición de los productores en la comercialización del grano, entre otras medidas.

En relación al grave problema que representan las plagas para el sector, resulta revelados observar el impacto que ha tenido la plaga de roya en la caída sostenida de la producción nacional de café cereza, registrándose una reducción promedio del 4.7% anual.

Gráfica 1 Caída de la producción nacional de café (miles de toneladas)



Ahora bien, a pesar de la disminución en la producción nacional de café, según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), el consumo de café en nuestro país creció a una tasa promedio anual de 1.8% entre el ciclo 2006/2007 y 2017/2018, alcanzando 2.4 millones de sacos de 60 kilogramos en el ciclo 2017/2018, correspondiendo el 60.6% a café soluble y el 39.4% al café tostado y molido.

Lo anterior, solo deja ver el potencial de crecimiento que tiene la cafecultura en nuestro país y como hemos sido incapaces de detectar y apoyar una actividad económica de carácter social con enormes posibilidades de ser fuente de empleo y bienestar en municipios de alta y muy alta marginación.

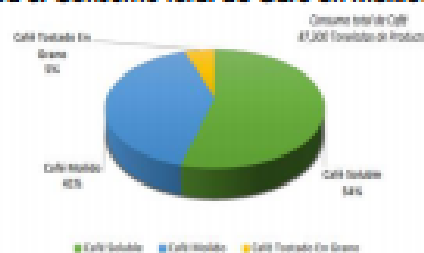
En este mismo orden de ideas, si bien, en comparación con otros países seguimos teniendo un bajo consumo de café, el consumo anual per capital aumento entre 1.3 y 1.5 kilogramos.

Gráfica 2 Consumo de café en México



De acuerdo con los resultados del Análisis del Mercado de Consumo de Café en México 2016 elaborado por Euromonitor International para la Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, A. C. en 2016 el consumo nacional porcentual de las diferentes presentaciones de café, quedando como sigue: tostado en grano 5.3%, café molido 40.5% y soluble con 54.2%; con un consumo total de 87,300 toneladas de café.

Gráfica 3. Consumo total de Café en México 2016



*Fuente: AMECAP

Se observa que el café soluble domina el mercado nacional, esto es debido, principalmente por su accesibilidad, precio bajo y facilidad en su preparación; sin embargo, el café molido continúa aumentando su participación gracias a su precio competitivo y la enorme oferta de variedad.

Por su parte, el café tostado en grano, al tratarse de un producto de nicho, su participación sigue siendo muy baja, entre otras causas por su precio más elevado y una distribución muy limitada, como consecuencia, el crecimiento en su consumo seguirá dependiendo del que se tenga en locales especializados como son las cafeterías.

A pesar del enorme potencial que tiene nuestro país en cafecultura, únicamente contribuimos con el 3% de la producción mundial de café; no obstante, las exportaciones de café verde mexicano llegan a más de 42 países. En el ciclo cafetalero 2016/2017, contribuimos con el 2.1% del volumen mundial de exportaciones del grano y ocupamos el lugar 12 entre los países exportadores de café.

Si bien, durante el ciclo 2016/2017 se exportaron 2.7 millones de sacos de granos de café, no debemos pasar por alto que, en el mismo ciclo, tuvimos que importar 1.6 millones de sacos, cantidad que equivale al 35.1% de la producción nacional.

Tal situación representa una excelente ventana de oportunidad para impulsar nuestro sector cafetalero y disminuir la dependencia en las importaciones del grano. Al respecto, debemos mencionar que el 80.2% del café que importamos corresponde a café verde, 14.7% a soluble y 5.1% al tostado y molido.

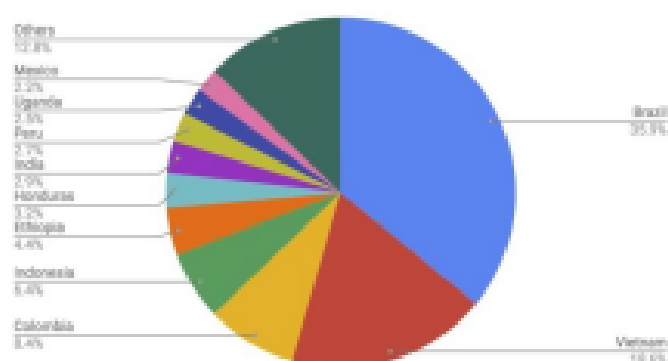
El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) proyectaba un aumento del 12.3% de las exportaciones nacionales durante el ciclo 2017/2018, siendo el destino principal de nuestras exportaciones el mercado norteamericano con el

62.4%, el resto, se exporta a países de la Unión Europea, principalmente Italia que adquiere el 15.2% del café que vendemos en el mercado internacional.

Existen cuatro variedades de café en el mercado mundial de acuerdo con el tipo de grano: suaves colombianos (granos de arábica lavados, producidos principalmente en Colombia), suaves (granos de arábica, producidos en México y Centroamérica), brasileños naturales (granos de arábica sin lavar, provenientes de Brasil y otros países sudamericanos) y robustas (producidos en África, Asia y algunos países sudamericanos).

Cabe señalar que los principales países exportadores de café son, Brasil, Vietnam y Colombia; mientras que el mayor importador es la Unión Europea seguida de Estados Unidos y Japón

Grafica 4 Países exportadores de café



Como ya hemos mencionado, la producción de café en México, es primordial para el sustento de miles de pequeños productores, -casi el 90% de los caficultores nacionales son de pequeña escala (cultivan menos de dos hectáreas) el 65% de los centros de producción se encuentran en municipios con población

mayoritariamente indígena. Además, el 37% de los cafeticultores son mujeres, se trata como se ha venido insistiendo de un cultivo social, que con una buena planeación pública y el apoyo permanente de los gobiernos federal y estatales, podría convertirse en una excelente fuente de empleos para el desarrollo, bienestar y riqueza de los pobladores de algunos de los municipios más necesitados del país.

Son muchos los problemas que han impedido la consolidación del sector cafetalero en el país, uno de los principales inconvenientes son las plagas que afectan a los cafetos y afectan gravemente la producción de los mismos, el barrenador de la baya del café (CBB, *Hypothenemus hampei*) es un insecto que se desarrolla dentro de la fruta, afectando la producción disminuyendo la calidad, el sabor, olor, color y textura del grano.

Otra de las plagas que afecta la producción de café es la roya, es causada por el hongo *Hemileia vastatrix*, que se desarrolla en las hojas y puede causar defoliación e impide el desarrollo óptimo del fruto, llegando en casos extremos, a destruir el cafeto entero.

A pesar de que los productores sufren importantes pérdidas por causa de las plagas, las autoridades hacen muy poco por capacitar a los productores en el control de plagas, ya sea mediante el uso de plaguicidas o por medios naturales.

En este orden de ideas, como consecuencia de la falta de apoyos al sector, datos del *Escenario mensual de productos agroalimentarios*, publicado el 13 de septiembre de 2021, por el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, al mes de mayo 2021, la superficie sembrada de café era de 711 mil 708 hectáreas, mil 303 más que en 2020, repartidas de la siguiente manera: Chiapas con 253 mil 458 has., Veracruz 145 mil 211 has. y Oaxaca 134 mil 113 has., en conjunto integran 74.8% del área cultivada de café (532 mil 781 has).

A pesar de registrarse un aumento en la superficie cultivada de café, la producción solo alcanza las 944 mil 413 toneladas (ton), lo que representó una caída de 13 mil 950 ton. menos (-1.5%), respecto al mismo ciclo del año anterior (958 mil 363 ton), los estados que presentaron mayores disminuciones en su producción fueron; Puebla (17 mil 215 ton), Veracruz (4 mil 192 ton) e Hidalgo (2 mil 375 ton), esta disminución se asocia con las afectaciones dejadas por el huracán Grace (agosto 2021) por su paso en los estados de Veracruz, Puebla e Hidalgo.

Producción cereza 2021		Comercio exterior grano verde Estimación 2021		Semáforo
Estimada	Mayo	Importaciones	Exportaciones	
953,683 toneladas	944,413 toneladas	28,971 toneladas	84,561 toneladas	

Mientras que los estados que tuvieron un incremento en su producción fueron; Chiapas con un aumento de 6 mil 336 ton, seguido de Nayarit que registro 1,414 ton. más, de las producidas en el ciclo anterior.

Chiapas reportó una producción total de 384 mil 937 ton, lo que equivale al 40.8% de la producción nacional; Veracruz 229 mil 998 ton. (24.4%) y Puebla 146 mil 164 ton. (15.5%).

Superficie y producción de café-cereza por entidad federativa
2020 y 2021
Avances a mayo

Entidad federativa	Superficie sembrada (ha)				Variable	Part %	Superficie cosechada (ha)				Variable	Part %	Producción (ton)				Variable	Part %
	2020		2021				2020		2021				2020		2021			
	2020	2021	2020	2021			2020	2021	2020	2021			2020	2021	2020	2021		
Total	715,488	711,788	1,883	0.3	100.0	686,084	683,185	4,127	1.0	100.0	958,363	944,413	-13,950	-1.5	100.0			
Chiapas	251,318	251,458	140	0.1	35.4	251,058	255,254	1,618	0.7	37.2	378,604	384,937	6,336	1.7	40.8			
Veracruz	144,582	143,133	-1,449	-1.0	20.2	138,544	136,544	-2,000	-1.4	29.7	239,189	229,998	-9,192	-3.9	24.4			
Puebla	69,602	70,074	472	0.7	9.8	64,254	65,548	1,294	2.0	18.1	160,378	146,164	-14,215	-8.9	15.5			
Oaxaca	134,647	134,113	-534	-0.4	18.9	111,396	113,696	1,400	1.3	20.5	85,171	85,063	-108	-0.1	9.1			
Guerrero	41,556	41,548	-8	-0.0	5.8	40,034	40,489	455	1.1	6.1	38,021	38,561	540	1.4	4.1			
Hidalgo	13,070	13,070	0	0.0	1.8	13,170	13,811	641	1.1	1.9	15,443	15,000	-4,443	-29.4	1.6			
Nayarit	16,000	16,467	467	2.9	2.3	15,888	16,811	923	5.8	13.5	15,100	16,414	1,314	8.7	1.6			
San Luis Potosí	16,149	16,149	0	0.0	2.3	16,132	16,149	17	0.1	2.3	8,864	9,063	199	2.2	0.9			
Jalisco	1,489	1,489	0	0.0	0.2	1,489	1,489	0	0.0	0.2	4,736	4,776	40	0.8	0.5			
Oaxaca	1,794	1,794	0	0.0	0.2	1,794	1,794	0	0.0	0.2	3,225	3,344	119	3.7	0.4			
México	938	938	0	0.0	0.1	938	938	0	0.0	0.1	421	421	0	0.0	0.0			
Tlaxcala	258	258	0	0.0	0.0	258	258	0	0.0	0.0	421	421	0	0.0	0.0			
Quintana Roo	258	258	0	0.0	0.0	258	258	0	0.0	0.0	421	421	0	0.0	0.0			
Morelia	27	27	0	0.0	0.0	27	27	0	0.0	0.0	421	421	0	0.0	0.0			

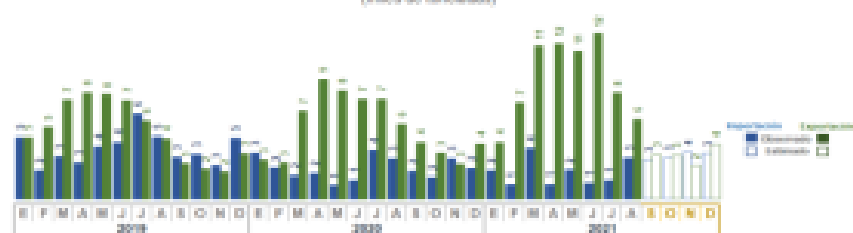
Nota: Las entidades federativas están ordenadas de mayor a menor por la producción obtenida en 2021, la cual corresponde a datos preliminares.
La suma de los particulares puede no coincidir con el total por redondeos de cifras.

Fuente: SIAP.

Si bien, en los dos últimos años, se ha observado una recuperación en las exportaciones de café verde; en este mismo sentido, hasta agosto de 2021, el volumen de importaciones disminuyó considerablemente, registrando la mayor caída en los últimos cinco años: 15 mil 988 toneladas; mientras que nuestras exportaciones alcanzaron nuevos máximos de 71 mil 400 toneladas en el mismo periodo.

Las exportaciones de café mexicano durante el último ciclo, tuvieron como destino los Estados Unidos con mil 679 ton, Bélgica mil 171 ton y España 797 ton. En 2021 se observó una tendencia alcista en el precio internacional del café a causa de condiciones climáticas adversas y las fuertes alzas en los costos del transporte marítimo. Ambas situaciones han impactado en el precio récord del grano en los mercados de contado y futuros.

Evolución mensual de las importaciones y exportaciones mexicanas de café verde
2019-2021
(miles de toneladas)



Nota: Los datos de agosto 2021 son preliminares y los estimados corresponden a promedios simples de los registrados en el mes de referencia para el lapso 2019-2020. Los volúmenes censurados no consideran los retornos.
Fuente: SIAP con datos de la Administración General de Aduanas.

Sobre el particular, Las principales zonas productoras de café EN México son: Chiapas el principal productor con 178 mil pequeños productores; Veracruz que cuenta con 10 regiones productoras de café (Huayacocotla y Papantla en el norte; Atzacan, Misantla, Coatepec, Huatusco, Córdoba y Zongolica en el centro; y Tezonapa y Los Tuxtlas en el sur).

En Puebla, destacan la sierra norte y nororiental del estado, donde se han puesto en práctica, con excelentes resultados,

tecnologías de producción innovadoras, aumentando la producción del café en niveles superiores al promedio nacional, además de permitir la obtención de un producto de altísima calidad para ser incluido como café orgánico y/o boutique.

Tabla 1. Pronóstico por estado campaña (MY) 2021/22

Estado	Superficie Cosechada (Ha)	Producción (Sacos 60/kg)	Rendimiento (Sacos / Ha)
Chiapas	237,050	1,422,300	6.0
Veracruz	125,000	862,500	6.9
Puebla	65,000	611,000	9.4
Oaxaca	111,300	322,770	2.9
Guerrero	43,050	154,980	3.6
Hidalgo	23,000	117,300	5.1
Nayarit	10,310	32,992	3.2
San Luis Potosí	16,130	32,260	2.0
Jalisco	3,450	17,595	5.1
Colima	2,700	11,880	4.4
México	530	2,332	4.4
Tabasco	350	1,505	4.3
Querétaro	199	318	1.6
Morelos	26	138	5.3
TOTAL	638,095	3,589,870	5.6

Otro de los graves problemas que enfrenta el sector cafetalero son las sequías que en los últimos años se han intensificado; la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) previó sequías en el 80 por ciento del país (el nivel más alto desde 2011), lluvias

retrasadas y temperaturas cada vez más altas debido al fenómeno climático de La Niña, mismo que viene presentándose desde 2020, afectando la producción agrícola del país entero.



Dicha situación de sequía prolongada ha persistido, como se muestra en la nota periodística del *El Herald de México*, publicada el pasado 28 de febrero y titulado *En pleno invierno, más de medio país está en sequía*.

En el reportaje periodístico se alerta que, al menos 56.31% del territorio nacional presenta algún nivel de sequía, afectando a mil 196 municipios, de acuerdo con el monitor de la propia Conagua.

Para medir la sequía, la Conagua se basa en cinco niveles: anormalmente seco (D0) –cuando esta condición comienza a presentarse–, moderada (D1), severa (D2), extrema (D3) y excepcional (D4).

El monitoreo, con datos hasta el 15 de febrero, ubicó a 972 municipios en el nivel D0, mientras que 224 están en los rangos D1, D2 y D3; del D4 aún no se ha registrado ningún caso.

En tanto, en el boletín informativo de almacenamiento en presas de uso agrícola más reciente, del 17 de febrero, se informó que 108 se encuentran a 50 por ciento de su capacidad; 23 entre 20 y menos de 50 por ciento, así como siete que tienen niveles por debajo de 20 por ciento.

Clave	Organismo de Cuenca	Porcentaje de área (%) al 15 de febrero de 2022					
		Sin afectación	D0	D1	D2	D3	D4
I	Península de Baja California	28.2	31.6	27.3	12.9	0.0	0.0
II	Noroeste	37.1	56.4	5.2	1.3	0.0	0.0
III	Pacífico Norte	23.9	75.7	0.4	0.0	0.0	0.0
IV	Balsas	58.4	41.1	0.5	0.0	0.0	0.0
V	Pacífico Sur	34.3	61.9	3.8	0.0	0.0	0.0
VI	Rio Bravo	37.9	32.9	19.4	8.3	1.5	0.0
VII	Cuencas Centrales del Norte	30.3	55.2	14.5	0.0	0.0	0.0
VIII	Lerma - Santiago - Pacífico	19.5	67.1	13.6	0.0	0.0	0.0
IX	Golfo Norte	53.3	44.1	2.6	0.0	0.0	0.0
X	Golfo Centro	74.6	19.8	5.6	0.0	0.0	0.0
XI	Frontera Sur	75.8	23.7	0.5	0.0	0.0	0.0
XII	Península de Yucatán	95.3	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0
XIII	Aguas del Valle de México	62.0	30.7	7.3	0.0	0.0	0.0

El fenómeno de *La Niña*, no solo ha representado un desafío para la cafecultura, en general ha generado pérdidas a todo el sector agropecuario.

Uno más de los problemas que afectan a la cafecultura, es el de los altos precios de los combustibles, mismo que se agravó con el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, como consecuencia de lo anterior, los precios del gas, petróleo y sus derivados sufrieron un alza sensible. Incluso ya el gobierno federal tuvo que aplicar un estímulo récord al IEPS de la gasolina magna, para frenar la alza en dicho combustible.

Aunado a todo lo anterior, persisten la falta de mayores apoyos federales para la adquisición de plaguicidas y fertilizantes que permitan incrementar la producción y calidad del café mexicano y ni que decir de la ausencia de programas para la capacitación y certificación de los productores. Todo lo anterior, ha impedido que la producción de café se consolide como un

cultivo social que genere bienestar social y económico en las localidades con potencial para desarrollar la cafeticultura.

En otro orden de ideas, debemos tener en cuenta que la industrialización del café, en nuestro país, la acapara Nestlé; en 2013, inauguró la ampliación de su planta en Toluca, Estado de México, convirtiéndola en la planta de café soluble más grande del mundo, misma que tuvo un costo de mil 600 millones de pesos.

La misma empresa ha anunciado la próxima inauguración de su nueva fábrica procesadora de café en Veracruz, misma que tendrá la capacidad de procesar hasta 20 mil toneladas de café verde al año, la compañía señala que con su planta se llevará la calidad y frescura del café mexicano al mundo.

Como consecuencia de lo anterior, Nestlé es el principal comprador de la producción de café en nuestro país; adquiere 29% de la producción nacional, tanto de la variedad arábica como robusta, proveniente de los principales estados productores: Chiapas, Veracruz, Puebla, Oaxaca y Guerrero.

La empresa publicita que desde 2010 beneficia a alrededor de 80 mil cafeticultores con capacitación en prácticas agrícolas sustentables, asistencia técnica y financiamiento, a través de Plan Nescafé, que es el programa global de abastecimiento responsable de dicha compañía.

Adicionalmente, Nestlé anunció una inversión por 15 millones de dólares en su fábrica de Chiapas, para aumentar la capacidad de tostado de café en 6 mil toneladas adicionales por año, pasando de 28 mil a 34 mil toneladas anuales.

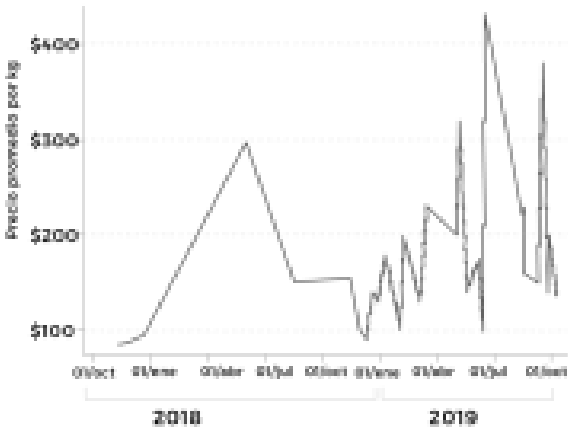
Por desgracia, el sector cafetero mexicano enfrenta importantes desafíos nacionales y globales que impiden su crecimiento y consolidación, uno de estos es la volatilidad de los precios mundiales del café, no es raro que el costo de producción a menudo sea más alto que el precio internacional del grano, de

ahí la necesidad de buscar fomentar la creación de almacenes de depósito que permitan negociar mejores precios a los productores; lo cual, solo es posible con el apoyo de los gobiernos federal y estatales para la construcción y administración de los locales.

Tabla 2. Precio del café grano mexicano enero 2022 (MX/Kg)

Periodo	Lugar	Min	Max
Enero 2022	Morelos, MX	\$200.00	\$260.00
Enero 2022	Jalisco, MX	\$200.00	\$200.00
Enero 2022	Veracruz, MX	\$200.00	\$200.00
Enero 2022	Ciudad de México, MX	\$200.00	\$200.00
Enero 2022	Guerrero, MX	\$125.00	\$125.00

Grafica 5 Histórico de precios promedio por kilogramo del Café Grano



Por otro lado, si bien se prevé que las exportaciones de café soluble de las campañas de comercialización 2021/22 se recuperen como resultado de las inversiones hechas por Nestlé, desafortunadamente, debido a que no se prevé un aumento significativo en la producción nacional de café, el aumento de la demanda del grano por la puesta en marcha de las nuevas plantas de la trasnacional, deberá ser cubierto con grano de importación. El pronóstico de importación para las campañas de comercialización 2021/22 es de 2,3 millones de 60 kg / sacos, debido al aumento de la demanda de Robusta que no se puede satisfacer exclusivamente con la producción nacional.

Para cubrir la demanda de Robusta, la industria del café en México hace uso del Programa de Promoción Sectorial del Café, dicho programa brinda beneficios a las empresas que fabrican productos relacionados con el café en México, permitiendo a las empresas importar insumos con el código arancelario 9802.0022, sin arancel, sin embargo, tramposamente, los importadores, clasifican juntos todos los tipos de café (en grano, tostado y soluble) enmascarando el tipo real de café importado y contraviniendo lo que establece el programa de importación de cupos para café.

El poder económico y de mercado que tienen estas grandes trasnacionales les permite tener el control del mercado del café. Sobre el particular, habría que recordar que el gobierno mexicano a través del extinto Imecafé, aplicaba políticas para estabilizar la oferta y demanda del café, agrupando a los pequeños productores en Unidades Económicas de Producción y Comercialización (UEPC); las unidades recibían los anticipos a cuenta de cosecha, junto con otros apoyos y pagaban con el grano producido, lo que contribuyó al crecimiento y recuperación del sector, pues de alguna manera el Imecafé servía de contrapeso al poder económico de las grandes empresas.

Por lo anterior, resulta urgente el agrupar y organizar a todos los cafecultores del país, para hacer frente a las grandes trasnacionales que controlan el precio del mercado internacional del café, de lo contrario será imposible que los pequeños y medianos productores puedan hacer frente al poder económico de las grandes empresas.

Con la finalidad de crear un andamiaje jurídico que contribuya de forma efectiva al desarrollo y consolidación de la cafecultura nacional la presente iniciativa propone expedir la Ley de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café para crear una Comisión Intersecretarial encargada de fomentar la cafecultura y su industria, dicho órgano tendrá a su cargo funciones consultivas y de coordinación de la administración pública federal para el tema de la cafecultura.

En este sentido, la Comisión tendrá como objeto coordinar, orientar, promover, proponer, apoyar y direccionar políticas públicas para el fomento de la cafecultura y la industria del café.

Por otra parte, se propone que la Comisión sea presidida por el titular de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y participen como integrantes representantes de las siguientes secretarías: Bienestar, Desarrollo Agrario Territorial y Urbano, Economía, Hacienda y Crédito Público, Medio Ambiente y Recursos Naturales, Relaciones Exteriores, Turismo y Cultura.

En este mismo sentido, dentro de la Ley se establecen una serie de estrategias a cargo de las autoridades federales para el fomento de la cafecultura y su industria:

- Proteger y salvaguardar las regiones consideradas aptas para el cultivo del café.

- Fomentar y apoyar logística y financieramente, la creación de almacenes para el acopio y depósito de grano de café, con la finalidad de garantizar mejores precios de venta a los productores.
- Estimular el crecimiento económico del Sector, generando las condiciones favorables para garantizar la inversión y el acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo y consolidación de la cafecultura y la industria del café.
- Fomentar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas y normas mexicanas aplicables al Sector, a fin de garantizar información clara y precisa al consumidor, sobre el origen, calidad, clasificación y propiedades del café mexicano.
- Fortalecer la competitividad del café mexicano, a través del apoyo a proyectos de emprendimiento para aumentar la producción y calidad del café mexicano; asimismo, para el desarrollo de productos con mayor valor agregado como el café orgánico.
- Promover el consumo del café mexicano en el mercado nacional e internacional, a través de campañas y/o actividades de promoción dentro y fuera del país.
- Fomentar el uso y conocimiento de distintivos relacionados con la calidad del café mexicano, para seguridad y garantía del consumidor.
- Desarrollar y crear políticas públicas para favorecer el desarrollo y la competitividad de los procesos de cultivo, transformación, distribución y comercialización del café mexicano.
- Fomentar la exportación del café mexicano a los grandes centros de consumo internacional.

- Promover y reconocer la producción del café como una fuente de desarrollo para el desarrollo social y bienestar de comunidades indígenas.

Con estrategias como la de garantizar la estabilidad del precio del café, a través de la creación de almacenes de depósito, para almacenar el grano cuando el precio se encuentre en niveles bajos, para comercializarlo una vez que se recupere el precio del grano, se contribuye de manera efectiva al crecimiento y consolidación del sector.

Igualmente, se busca promover entre los productores la elaboración de café orgánico, por su alto valor agregado, hoy solo el 3.2% de la superficie cultivada de café, corresponde a grano orgánico.

Es importante señalar que nuestro país produce café orgánico de alto valor, principalmente para exportación a Estados Unidos; por desgracia al tratarse de una variedad que por su propia naturaleza debe de cumplir altísimos estándares de calidad y cuidado, (estar libre de uso de plaguicidas) sufre el embate de plagas como la roya, afectándose gravemente su producción.

Según datos de SADER, entre el siete y el ocho por ciento de los productores cultivan café orgánico, hoy nuestro país es uno de los principales exportadores de café orgánico a nivel internacional; anualmente exportamos 28 mil toneladas. La producción y comercialización del café orgánico, al ser un producto de altísimo valor agregado y sobretodo amigable con el ambiente, no solo trae beneficios ambientales y económicos, también traerá desarrollo y bienestar en las localidades donde se produce.

Asimismo, la Comisión tendrá a su cargo el coordinar la creación y diseño de políticas, estrategias y programas para impulsar el crecimiento y desarrollo de la cafecultura nacional; además,

será la encargada de organizar crear y actualizar el registro nacional de cafeticultores, con la finalidad de prestar servicios de capacitación, asistencia técnica, servir de padrón de beneficiarios de productores.

Uno más de los ejes estratégicos se relaciona con la promoción dentro y fuera del país, del consumo del café mexicano; así como el acceso a financiamiento para la ejecución de proyectos de investigación, innovación técnica en el cultivo, su transformación y la comercialización del café.

Para cumplir con su objeto, se plantea que la Comisión tenga las siguientes funciones:

- Proponer en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo, las políticas generales para definir las estrategias de fomento a la cafecultura y su industria.
- Fomentar la investigación, tecnificación y desarrollo de los procesos de producción y transformación del grano para la producción de café en sus distintas variedades.
- Establecer la obligatoriedad de la adopción y uso de certificaciones y/o mecanismos de evaluación a fin de cumplir con las normas oficiales mexicanas, para identificar la calidad y variedad del café mexicano que se comercializa dentro y fuera del país.
- Establecer las bases para la creación, el funcionamiento y regulación del Registro, mismo que servirá como padrón para la entrega de apoyos de los programas que implementen los tres órdenes de gobierno en beneficio de los cafeticultores mexicanos.
- Ser instancia de consulta y colaboración para la realización de estudios, planes, programas, proyectos y políticas públicas que se desarrollen en la materia.

- Impulsar políticas públicas y hacendarias en beneficio del Sector.
- Apoyar la comercialización del café mexicano en el mercado nacional e internacional, a través de campañas publicitarias dentro y fuera del país.
- Impulsar los proyectos de emprendimiento cooperativo que tenga como fin darle mayor valor agregado al café mexicano.
- Apoyar y dar asesoría técnica, a las regiones cafetaleras con población mayoritariamente indígena.
- Publicar un informe anual sobre el desempeño de sus funciones y los avances en la materia.

Al respecto, se plantea que la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural en coordinación con la Comisión, se encargue de:

- Promover, evaluar, delinear y ejecutar políticas públicas para fomentar el desarrollo de la cafeticultura y la industria del café.
- Crear, operar y actualizar el Registro de cafecultores.
- Construir y administrar los almacenes para el acopio y almacenamiento del grano de café.
- Prestar servicios de asesoría y capacitación a los cafecultores, para posibilitar la certificación de la producción nacional del grano.

- Promover programas específicos para impulsar la cafeticultura de las comunidades indígenas.
- Implementar acciones para fomentar la creación de cooperativas de cafeticultores.
- Realizar campañas de protección fitosanitaria.
- Impulsar la integración de la cadena productiva.
- La integración de los cafeticultores y agentes relacionados con la producción de café y su industria.

En tanto, se faculta a la Secretaría de Economía a:

- Realizar campañas nacionales e internacionales de promoción del café mexicano.
- Proporcionar capacitación a los cafeticultores para obtener los certificados necesarios para la exportación de su grano o café a los mercados internacionales.
- Incentivar en conjunto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la incorporación de los productores mexicanos, al padrón nacional de exportadores.
- Vigilar el ingreso al país de café de importación, para que cumpla con los cupos autorizados para cada una de las variantes.
- Fomentar la elaboración y exportación de café orgánico.
- Publicitar las denominaciones de origen de café con las que ya cuenta nuestro país y promover la obtención de nuevas denominaciones de origen en las zonas cafetaleras que carecen del mismo.

- Apoyar y asesorar a los exportadores de grano de café y café mexicano en la promoción e incursión de sus productos en el mercado internacional.
- Facilitar el acceso a los programas federales a los integrantes de toda la cadena productiva del Sector.
- Dar seguimiento en cada fase de la cadena de producción del sector a fin de garantizar la calidad del producto.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público se encargará de actualizar la incorporación al padrón de exportadores a los cafecultores y establecer en coordinación con la Secretaría de Economía, incentivos fiscales para favorecer el desarrollo y consolidación del Sector.

Para la Secretaría de Educación Pública y las Instituciones de educación Media y Superior, se propone se ocupen de:

- Promover e impulsar en la educación media y superior las áreas encaminadas a la cafecultura y las demás áreas relacionadas con el Sector;
- Fomentar el desarrollo científico y tecnológico relacionado con la cafecultura y la industria del café, y
- Impulsar el estudio del control natural de plagas y fertilizantes orgánicos, para uso en la cafecultura.

A la Secretaría de Turismo se le delegan las siguientes funciones para apoyo de la cafecultura nacional:

- Promoción del ecoturismo y turismo cultural en las diversas zonas cafetaleras de nuestro país.

- Apoyar los proyectos de emprendimiento para combinar actividades de ecoturismo y turismo cultural en las regiones con vocación cafetalera.
- Impulsar al café mexicano como producto representativo de nuestro país.
- Promover la cultura del café junto con las festividades relacionadas con su cultivo, en las distintas zonas cafetaleras del país.
- Fomentar en las zonas cafetaleras la alta repostería relacionada con el consumo del café.

Por otra parte, se faculta a la Secretaría de Relaciones Exteriores, para promocionar el consumo del café mexicano en el extranjero, a través de sus representaciones, embajadas y consulados.

Por último, a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de la Comisión Nacional del Agua y las entidades federativas, por medio de sus Comisiones Estatales u Organismos Operadores de Agua, garantizar, en el ámbito de sus respectivas competencias y en términos de las disposiciones aplicables, el abastecimiento y acceso al agua en las regiones productoras de café.

Por lo anteriormente expuesto, someto a la consideración de esta honorable asamblea la siguiente iniciativa con proyecto de

DECRETO QUE EXPIDE LA LEY DE FOMENTO A LA CAFETICULTURA E INDUSTRIA DEL CAFÉ

Artículo Único. Se expide la Ley de Fomento a la Cafeticultura e Industria del Café, en los siguientes términos:

LEY DE FOMENTO A LA CAFETICULTURA E INDUSTRIA DEL CAFÉ

Capítulo I Disposiciones Generales

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general y tiene por objeto impulsar, fomentar, promover y difundir las actividades relacionadas al sector de la cafeticultura, en concordancia con la Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad de la Economía Nacional, la Ley sobre elaboración y venta de Café Tostado y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, y demás ordenamientos legales aplicables, para impulsar el desarrollo y competitividad de la cafeticultura mexicana. Además de establecer las bases para la promoción del café mexicano.

Artículo 2. Son sujetos de esta Ley todos los actores involucrados, desde los procesos de plantación, siembra, cultivo, cosecha, procesamiento, empaquetado y comercialización del café, así como los productores, las organizaciones, asociaciones, comités, consejos de carácter nacional, estatal, regional, distrital y municipal, los entes públicos encargados del Sector en las entidades federativas y, en general, toda persona física o moral que, de manera individual o colectiva, realice actividades relacionadas dentro de la cadena productiva del café en territorio mexicano.

Artículo 3. Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- I. Almacén: Local para el acopio, almacenamiento y conservación del grano de café.
- II. Almacenamiento: Acumular, acopiar y guardar de forma ordenada en un almacén el café

- III. **Café:** Bebida que se obtiene a partir de los granos tostados y molidos de los frutos del cafeto; altamente estimulante por su contenido de cafeína.
- IV. **Café importado:** Todo aquel grano de café o café cosechado o elaborado fuera del territorio nacional, que ingresa legalmente a nuestro país para su transformación o venta en diversas presentaciones.
- V. **Café mexicano:** Es el café producido con el 100 por ciento de granos de café de origen mexicano, transformado y envasado en territorio nacional.
- VI. **Café orgánico:** Grano de café cultivado sin agentes químicos como fertilizantes y pesticidas, en su producción.
- VII. **Café sustentable:** Se concibe como un proceso de producción, industrialización, comercialización y consumo de café ambientalmente sano, socialmente justo y económicamente solidario, que garantiza la producción, la conservación de los recursos naturales y un desarrollo humano equilibrado.
- VIII. **Café de Origen:** Que proviene de un solo productor, cultivo, localidad o región del país, ligado a unas características y atributos específicos.
- IX. **Cafetal:** Plantaciones de cafetos.
- X. **Cafeto:** Planta que produce el grano de café.
- XI. **Cafetería:** Establecimiento abierto al público en el cual se expide la bebida al momento para un consumo inmediato.

- XII. Cafeticultor: productores que cultivan los cafetos para usar sus granos en la producción de café.
- XIII. Cafeticultura: Cultivo sistemático de los cafetos para usar sus granos en la producción de café.
- XIV. Comisión: La Comisión Intersecretarial de Fomento a la Cafeticultura e Industria del Café
- XV. Grano: semillas que se encuentran dentro de las cerezas de café
- XVI. Instantáneo: Café granulado, pulverizado y otras formas solubles:
- XVII. Ley: La Ley de Fomento a la Cafeticultura e Industria del Café
- XVIII. Molido: un formato de café, el cual puede ser grueso, medio y fino.
- XIX. Productor: Persona dedicada al cultivo, producción, elaboración y transformación del grano de café.
- XX. Registro: El Registro Nacional de Productores de Café.
- XXI. Secretaría: La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural.
- XXII. Sector: A los cafeticultores y demás agentes económicos y sociales relacionados con el cultivo y transformación del café.
- XXIII. SEGALMEX: Seguridad Alimentaria Mexicana.
- XXIV. SENASICA: Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agropecuaria y Alimentaria;

XXV. Variedad: La especie de café a la que corresponde el grano de café

Artículo 4. Las autoridades en el ámbito de sus respectivas competencias fomentarán y promoverán la producción y promoción del café mexicano, para el desarrollo y participación del Sector en el mercado nacional e internacional.

Artículo 5. Las autoridades deberán observar las siguientes estrategias para cumplir con el objeto de la Ley:

- I. Proteger y salvaguardar las regiones consideradas aptas para el cultivo del café;
- II. Fomentar y apoyar logística y financieramente, la creación de almacenes para el acopio y depósito del grano de café, con la finalidad de garantizar mejores precios de venta a los productores;
- III. Estimular el crecimiento económico del Sector, generando las condiciones favorables a fin de garantizar la inversión y el acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo y consolidación de la cafeticultura y la industria del café;
- IV. Fomentar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas y normas mexicanas aplicables al Sector, a fin de garantizar información clara y precisa al consumidor, sobre el origen, calidad, clasificación y propiedades del café mexicano;
- V. Fortalecer la competitividad del café mexicano, a través del apoyo a proyectos de emprendimiento que contribuyan a aumentar la producción y calidad del café mexicano; asimismo, para fomentar el desarrollo de productos con mayor valor agregado como el café orgánico;

- VI. Promover el consumo del café mexicano en el mercado nacional e internacional, a través de campañas y/o actividades de promoción dentro y fuera del país;
- VII. Fomentar el uso y conocimiento de distintivos relacionados con la calidad del café mexicano, para la mayor seguridad del consumidor;
- VIII. Desarrollar y crear políticas públicas que favorezcan el desarrollo y la competitividad de los procesos de cultivo, transformación, distribución y comercialización del café mexicano;
- IX. Fomentar la exportación del café mexicano a los grandes centros de consumo internacional, y
- X. Promover y reconocer la producción del café como una fuente de desarrollo para el desarrollo social y bienestar de comunidades indígenas.

Artículo 6. Son sujetos de esta Ley toda persona física o moral, constituida conforme a la legislación vigente, que, individualmente o de forma colectiva realice actividades relacionadas con la cafecultura, su transformación y comercialización, así como las organizaciones, asociaciones, comités y consejos vinculados a dichas actividades, de conformidad con las disposiciones de la normatividad aplicable.

Artículo 7. Para el impulso del Sector, las autoridades de los tres órdenes de gobierno, deberá procurar:

- I. La regularización de la tenencia de la tierra en las zonas o localidades con vocación para el cultivo de café, a fin de posibilitar el acceso a los cafecultores a programas y financiamiento público y/o privado;

- II. El acceso a estímulos o apoyos mediante programas a favor de los productores de café, a través de entrega de plaguicidas y el desarrollo de fertilizantes y métodos de control de plagas orgánicos, para el cuidado del ambiente, y
- III. La construcción y administración de almacenes para el acopio y depósito de grano de café, con la finalidad de garantizar mejores precios de venta a los productores.

Artículo 8. El Ejecutivo Federal, a través de sus dependencias y entidades, podrá suscribir convenios de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas, y de los Municipios para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley.

Capítulo II

De la Integración de la Comisión

Artículo 9. Se crea la Comisión Intersecretarial de Fomento a la Cafecultura e Industria del Café, como órgano de consulta y coordinación de la Administración Pública Federal, de conformidad con lo establecido en esta Ley y demás disposiciones aplicables.

Artículo 10. La Comisión estará integrada por:

- I. Un presidente, que será el titular de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. En su ausencia será suplido por quien éste designe;
- II. Un secretario ejecutivo que designe el presidente del Comité;
- III. Un representante de la Secretaría de Bienestar que designe su titular;

- IV. Un representante de la Secretaría de Desarrollo Agrario Territorial y Urbano que designe su titular;
- V. Un representante de la Secretaría de Economía que designe su titular;
- VI. Un representante de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que designe su titular;
- VII. Un representante de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales que designe su titular;
- VIII. Un representante de la Secretaría de Relaciones Exteriores que designe su titular;
- IX. Un representante de la Secretaría de Turismo que designe su titular, y.
- X. Un representante de la Secretaría de Cultura que designe su titular
- XI. Un representante de las Secretarías de Desarrollo Agropecuario de los gobiernos de las entidades federativas, con vocación cafetalera.

Los servidores públicos que integran la Comisión deberán tener un nivel mínimo de Director General, asimismo, podrán designar a sus suplentes quienes deberán tener un nivel mínimo de Director de Área.

La participación de los integrantes de la Comisión, será de carácter honorífico, por lo que no recibirán percepción alguna.

Artículo 11. La Comisión tiene como objeto coordinar, orientar, promover, proponer, apoyar y direccionar políticas públicas para el fomento de la cafeticultura y la industria del café.

Artículo 12. Corresponde la Presidencia de la Comisión a la Secretaría quien a través de sus representantes fungirá como coordinador de los trabajos y operación de la Comisión.

Artículo 13. La Comisión para el cumplimiento de su objeto, tendrá las siguientes funciones:

- I. Proponer en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo, las políticas generales y estrategias a implementar para el fomento de la cafeticultura e industria del café;
- II. Fomentar la investigación, tecnificación y desarrollo de los procesos de producción y transformación del grano de café en sus distintas variedades;
- III. Establecer la obligatoriedad de la adopción y uso de certificaciones y/o mecanismos de evaluación para cumplir con las normas oficiales mexicanas; asimismo, impulsar el uso y promoción de distintivos para la identificación de la calidad y variedad del café mexicano;
- IV. Establecer las bases para la creación, el funcionamiento y regulación del Registro, mismo que servirá como padrón para la entrega de apoyos de los programas que implementen los tres órdenes de gobierno en beneficio de los cafeticultores mexicanos;
- V. Ser instancia de consulta y colaboración para la realización de estudios, planes, programas, proyectos y políticas públicas que se desarrollen en la materia;

- VI. Impulsar políticas públicas y hacendarias en beneficio del Sector;
- VII. Apoyar la comercialización del café mexicano en el mercado nacional e internacional, a través de campañas publicitarias dentro y fuera del país.;
- VIII. Impulsar los proyectos de emprendimiento cooperativo que tenga como fin darle mayor valor agregado al café mexicano;
- IX. Apoyar y dar asesoría técnica, a las regiones cafetaleras con población mayoritariamente indígena;
- X. Publicar un informe anual sobre el desempeño de sus funciones y los avances en la materia, y
- XI. Las demás que establezcan las disposiciones legales aplicables.

Artículo 14. La Comisión celebrará sesiones ordinarias por lo menos dos veces al año y las extraordinarias que convoque su Presidente y Secretario Ejecutivo o por acuerdo de la mayoría de sus miembros.

Artículo 15. La Comisión sesionará con la mitad más uno de sus miembros. Las resoluciones y acuerdos se tomarán por mayoría simple de votos. El Presidente tendrá voto calificado, en los casos de empate.

Capítulo II **De los Órganos de la Comisión**

Artículo 16. El Presidente, a través del Secretario Ejecutivo, tendrá las siguientes facultades:

- I. Formular y presentar a la Comisión el Programa Anual de Trabajo y los programas de acción;
- II. Formular opiniones y proponer a la Comisión las vías para la solución de conflictos relacionados con la cafeticultura y la industria del café;
- III. Proponer los asuntos a tratar en las sesiones de la Comisión;
- IV. Formular y presentar a la Comisión el calendario de sesiones de la Comisión, tomando en consideración la opinión de los cafeticultores y demás integrantes del Sector;
- V. Representar a la Comisión en foros, y actividades nacionales e internacionales vinculados con el Sector;
- VI. Convocar a las reuniones ordinarias de la Comisión, y
- VII. Las demás que le sean conferidas en éste y otros ordenamientos.

Artículo 17. La Secretaría, nombrará a un Secretario Ejecutivo quien estará a cargo de inscribir los acuerdos y levantar las minutas correspondientes a cada sesión, además de las funciones que le sean encomendadas por la propia Comisión o el Presidente.

Artículo 18. La Comisión será incluyente y representativa de las opiniones e intereses de los Institutos Estatales del Café, productores, consejos, asociaciones civiles, académicos y demás organizaciones que tengan por objeto o se encuentren relacionados con la cafeticultura e industria del café.

Toda organización reconocida y acreditada por la Secretaría, podrá nombrar un representante ante la Comisión Intersecretarial.

Asimismo, las entidades federativas que así lo requieran podrán crear comisiones estatales relacionadas con la cafeticultura e industria del café, a través de sus Secretarías de Desarrollo Agropecuario para fortalecer los trabajos de la Comisión de conformidad con las disposiciones del Reglamento.

Artículo 19. Los funcionarios públicos de los tres órdenes de gobierno; los integrantes del Congreso de la Unión; así como los miembros o representantes de las diferentes organizaciones, podrán ser invitados con voz, pero sin voto a las sesiones de la Comisión con objeto de impulsar, difundir y promover el café mexicano.

Capítulo III

De la Coordinación entre la Comisión y las Secretarías de la Administración Pública Federal

Artículo 20. La Secretaría en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Promover, evaluar, delinear y ejecutar políticas públicas para fomentar el desarrollo de la cafeticultura y la industria del café, con la participación de los representantes de los Institutos o comités estatales del café y de todos los que integran o se encuentran relacionados con el Sector;
- II. Crear, operar y actualizar el Registro, mismo que deberá contener los datos completos del padrón de cafeticultores; el cual será parte del Sistema Nacional de Información para el Desarrollo Rural Sustentable;
- III. Construir y administrar los almacenes para el acopio y almacenamiento del grano de café, a fin de garantizar a los productores el mejor precio de venta;

- IV. Prestar servicios de asesoría y capacitación a los cafecultores, para cumplir con los más estrictos estándares de calidad y posibilitar la certificación de la producción nacional del grano, para la obtención de mejores precios de venta;
- V. Promover programas específicos para impulsar la cafecultura en las comunidades indígenas;
- VI. Implementar acciones para fomentar la creación de cooperativas entre integrantes del Sector, para la mayor competitividad del Sector, en los mercados internacionales;
- VII. Realizar campañas de protección fitosanitaria y demás acciones en materia de sanidad vegetal en el marco de su competencia;
- VIII. Impulsar la integración de la cadena productiva, y
- IX. La integración de los cafecultores y demás agentes relacionados con la producción de café y su industria.

Artículo 21. La Secretaría de Economía en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Realizar campañas de promoción del café mexicano dentro y fuera del país;
- II. Proporcionar capacitación a los cafecultores en el trámite de las certificaciones necesarias para la exportación del café mexicano;
- III. Incentivar en conjunto con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la incorporación de los productores mexicanos, al padrón nacional de exportadores, conforme a los lineamientos legales vigentes;

- IV. Vigilar que se cumpla con las modalidades de cupos autorizados para la importación de café en cada una de sus variedades y modalidades;
- V. Fomentar la elaboración y exportación del café orgánico;
- VI. Promocionar las denominaciones de origen de café con las que ya cuenta nuestro país; asimismo, promover, acompañar y apoyar las gestiones para tramitar la declaratoria de denominación de origen de las variedades de café mexicano que así lo requieran;
- VII. Apoyar y asesorar a los exportadores de grano de café y café mexicano en la promoción e incursión de sus productos en el mercado internacional;
- VIII. Facilitar el acceso a los programas federales a los integrantes de toda la cadena productiva del Sector, y
- IX. Promover la mejora continua en la producción, transformación e industrialización del café, para optimizar la calidad del mismo.

Artículo 22. La Secretaría de Hacienda y Crédito Público en coordinación con la Comisión apoyará al Sector a:

- I. Actualizar la incorporación al padrón de exportadores de los cafecultores o cualquier otro integrante del Sector que así lo requiera, y
- II. Establecer en coordinación con la Secretaría de Economía, incentivos fiscales para favorecer el desarrollo y la consolidación del Sector.

Artículo 23. La Secretaría de Educación Pública junto con las Instituciones de educación media y superior, apoyara al Sector a:

- I. Promover e impulsar en la educación media y superior las áreas encaminadas a la cafeticultura y las demás áreas reaccionadas con el Sector;
- II. Promover el desarrollo científico y tecnológico relacionado con la cafeticultura y la industria del café, y
- III. Impulsar el estudio del control natural de plagas y fertilizantes orgánicos, para uso en la cafeticultura.

Artículo 24. La Secretaría de Turismo en coordinación con la Comisión apoyara al Sector a:

- I. Promocionar actividades de ecoturismo y turismo cultural en las diversas localidades con vocación cafetalera en el país;
- II. Apoyar los proyectos de emprendimiento de ecoturismo y turismo cultural en las regiones con vocación a la cafetícola;
- III. Impulsar al café mexicano como producto representativo de nuestro país;
- IV. Promover la cultura del café junto con las festividades relacionadas con su cultivo, en las distintas zonas cafetaleras del país, y
- V. Fomentar en las zonas cafetaleras, la alta repostería relacionada con el consumo del café.

Artículo 25. La Secretaría de Relaciones Exteriores, en coordinación con la Comisión, apoyará al Sector promocionando el consumo del café mexicano, a través de todas sus representaciones, embajadas y consulados.

Artículo 26. La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a través de la Comisión Nacional del Agua y las entidades federativas, por medio de sus Comisiones Estatales u Organismos Operadores de Agua, proporcionarán en el ámbito de sus respectivas competencias y en términos de las disposiciones aplicables, el abastecimiento y acceso al agua en las regiones productoras de café.

Artículo 27. El Ejecutivo Federal y las entidades federativas, a través de sus dependencias y entidades, en el ámbito de sus respectivas competencias, podrán celebrar convenios de colaboración entre los sectores público, social, académico y privado para impulsar la investigación científica y tecnológica, así como la capacitación en materia de cafecultura y las demás ramas derivadas del Sector.

Capítulo IV De la Difusión y Promoción

Artículo 28. Corresponde a la Comisión la promoción y difusión del café mexicano, para la cual podrá:

- I. Elaborar todo tipo de materiales promocionales para la promoción del consumo del café mexicano;
- II. Acompañar al Sector en la promoción del café mexicano en los mercados internacionales, y
- III. Las demás que establezcan las disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 29. La Comisión tendrá acceso a espacios y tiempos oficiales para la promoción del café mexicano, en los términos de las leyes respectivas.

Artículo 30. Los criterios orientadores que se deberán seguir en las campañas financiadas con fondos públicos serán los siguientes:

- I. Recomendar el consumo moderado y sano del café;
- II. Fomentar el desarrollo sostenible del cultivo del grano de café, favoreciendo el respeto del medio ambiente, y
- III. Destacar los aspectos históricos y tradicionales del café mexicano, las peculiaridades de cada una de las regiones cafetaleras del país y las variedades de café mexicano que cuentan con denominación de origen.

Artículo 31. La Comisión apoyará a los organismos de cafeticultores y empresarios del Sector, que realicen campañas nacionales e internacionales para la promoción del café mexicano.

Transitorios

Primero. La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. El Ejecutivo Federal expedirá dentro de los 180 días siguientes a la entrada en vigor de la presente Ley, el Reglamento. Asimismo, establecerá las adecuaciones de carácter orgánico, estructural y funcional para su debido cumplimiento.

Tercero. Las erogaciones que se generen con motivo de la entrada en vigor de la presente Ley, se cubrirán con cargo al presupuesto aprobado a las dependencias y entidades involucradas de la Administración Pública Federal, para el ejercicio fiscal que corresponda a la entrada en vigor de esta Ley y los subsiguientes que correspondan.

Dip. Esther Martínez Romano



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 3 de marzo de 2022.

Referencias

<https://www.inforural.com.mx/reporte-anual-de-produccion-de-cafe-de-mexico/>

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/256426/B_sico-Caf_.pdf

<https://smalltcom.com/precio-productos-agricolas/precio-cafe>

<https://heraldodemexico.com.mx/nacional/2022/2/28/en-pleno-invierno-mas-de-medio-pais-esta-en-sequia-382617.html>

<http://www.cedrsa.gob.mx/files/b/13/94Caf%C3%A9%20Producci%C3%B3n%20y%20Consumo.pdf>

<http://www.celp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/celp/celp0542001.pdf>

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/data/file/667940/Escenario_cafe_ago21.pdf

<https://smn.conagua.gob.mx/tools/DATA/Climatolog%C3%ADa/Sequ%C3%ADa/Monitor%20de%20sequ%C3%ADa%20en%20M%C3%A9xico/Seguimiento%20de%20Sequ%C3%ADa/MSM20220215.pdf>

<https://smalltcom.com/precio-productos-agricolas/precio-cafe#:~:text=M%C3%A1s%20informac%C3%B3n%20sobre%20el%20Caf%C3%A9%20Grano&text=El%20precio%20de%20este%20producto,la%20calidad%20y%20el%20empaquetado>

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, LXV Legislatura

Junta de Coordinación Política

Diputados: Rubén Ignacio Moreira Valdez, presidente, PRI; Moisés Ignacio Mier Velasco, Monrovia; Jorge Romero Herrera, PAN; Carlos Alberto Pozzillo Salas, PVEM; Alberto Anaya Gutiérrez, PT; Jorge Álvarez Márquez, Movimiento Ciudadano; Luis Ángel Nariel Espinosa Chénaro, PRD.

Mesa Directiva

Diputados: Sergio Carlos Gutiérrez Luna, presidente; vicepresidentes, Karla Yurith Almaraz Burgos, Monrovia; Santiago Cruz Miranda, PAN; Marcela Guerra Castillo, PRI; secretarios, Brenda Espinosa López, Monrovia; Karen Michel González Márquez, PAN; Fuensanta Guadalupe Guerrero Esquivel, PRI; Asesores María Eugenia Rodríguez, PVEM; Luis Enrique Martínez Ventura, PT; Jessica María Guadalupe Orjiga de la Cruz, Movimiento Ciudadano; María Macarena Chávez Flores, PRD.

Secretaría General

Secretaría de Servicios Parlamentarios

Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados

Directores: Juan Luis Concheiro Bórquez, Edilberto Celedonio Ferrat Saldivar, Ricardo Águla Sánchez, Antonio Mariscal Piquero.

Apoio Documental: Dirección General de Proceso Legislativo. Domicilio: Avenida Congreso de la Unión, número 66, edificio E, cuarto nivel, Palacio Legislativo de San Lázaro, colonia El Pinar, CP 15000. Teléfono: 5696 0000, extensi6n 54696. Dirección electrónica: <http://gaceta.diputados.gob.mx/>