

WAKULI

2021: EIN HÖHERER MARKTPREIS - WELCHE AUSWIRKUNGEN HAT DAS?

Unser jährlicher Impact Report für 2021

Inhalt

1 >	ZUSAMMENFASSUNG VON 2020 Ein erster Blick darauf, wie Wakuli die Kaffeewelt verändert	Seite 4
2 >	EINFÜHRUNG Die heutige Kaffeewelt und wo wir in ihr stehen	Seite 6
3 >	IST DER KAFFEEMARKT EINE BÜCHSE DER PANDORA? Einblicke in die Folgen einer beispiellosen Epoche für den weltweiten Kaffeehandel	Seite 8
4 >	EIN HÖHERER PREIS IST EIN ANFANG, ABER... Die Bedeutung der Diversifizierung des Impacts / Ein Beispiel der Diversifizierung des Impacts	Seite 13
5 >	UNSER FOKUS FÜR 2021 Was tun wir dagegen?	Seite 15
6 >	WAKULI IN UGANDA Die Komplexität einer langjährigen Zusammenarbeit	Seite 18
7 >	WAKULI IN HONDURAS Transparenz über Prozentsätze	Seite 21
8 >	WAKULI IN TANZANIA Das hohe Risiko im Aufbau neuer Lieferketten	Seite 24
9 >	SCHLUSSWORT Dankeschön vom Wakuli Team	Seite 28
10 >	WO STEHEN WIR IN ZAHLEN Eine Zusammenfassung unserer Aktivitäten seit dem Impact Report 2020	Seite 39



Unsere Partner in
El Pinal, Honduras

1

Eine kurze Zusammenfassung der Ausgangssituation 2020

Falls du den Impact Report 2020 noch nicht gelesen hast, solltest du einen Blick auf diese Zusammenfassung werfen, da dieser Bericht auf einigen Grundlagen aufbaut. Dieses neue Kapitel in Wakulis Impact Reise fällt mit einer der ungewöhnlichsten Epochen in der Geschichte des Kaffeemarktes zusammen.

DAS PROBLEM MIT KAFFEE

Problem 1

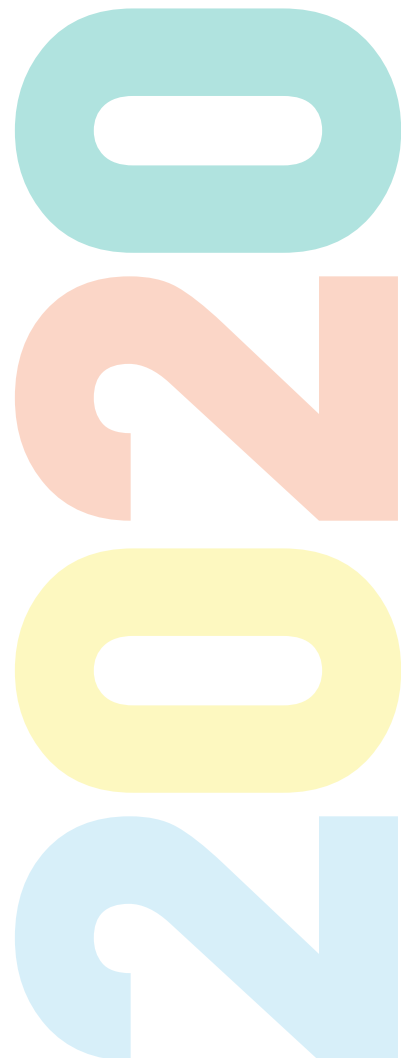
Als eines der am meisten konsumierten Getränke der Welt ist Kaffee inzwischen zu einer 200 Milliarden Dollar schweren Industrie gewachsen. Von diesem ungleich und ungerecht verteilten Reichtum landen nur 10 % in den Kaffeeanbauländern. Der Rest wird dann auf Exporteure, Händler, lokale Transportunternehmen und viele andere verteilt. Für die rund 12,5 Millionen Kleinbauern und 100 Millionen Menschen, die direkt vom Kaffee leben, bleiben nur noch Krümel übrig.

Problem 2

Die Preisgestaltung in der globalen Kaffeeindustrie hängt hauptsächlich vom C-Markt (dem internationalen Kaffeemarkt) ab. Dieser groß angelegte Handelsmarkt berücksichtigt Angebot und Nachfrage bei den Preisen, wird aber auch stark von der Spekulation der Händler beeinflusst. Produktionskosten und Qualität bleiben unberücksichtigt. Abgesehen davon, dass der Preis auf dem C-Markt für die Kleinbauern oft viel zu niedrig ist, um anständigen Kaffee zu produzieren, gibt ihnen dieses System zu wenig Kontrolle und Einblick in die Preisgestaltung auf diesem Markt.

Problem 3

Die anhaltende Preisschwankungen und die unrentablen Preise machen es für die Bauern immer schwieriger, den Kaffeeanbau fortzusetzen. Ihre Lebensbedingungen verschlechtern sich, Investitionen in ihre Betriebe werden schwieriger und die Umweltauswirkungen ihrer Kaffeeplantagen werden immer schlimmer. Diese Abwärtsspirale dreht sich immer weiter, bis die Bauern keine andere Möglichkeit mehr sehen, als ihre Kaffeepflanzen zu vernachlässigen, etwas anderes anzubauen oder ihre Gemeinde zu verlassen und anderswo besser bezahlte Arbeit zu suchen.



WAS WIR VERÄNDERN - THE WAKULI WAY

Unser Endziel ist ein nachhaltiges, existenzsicherndes Einkommen, d. h. eine Situation, in der die gesamte Wertschöpfungskette zumindest einen angemessenen Lebensstandard durch den Anbau von Kaffee auf Farmen erreichen kann, die einen positiven Netto-Umweltbeitrag leisten.

Wir teilen dieses Ziel mit unseren Partnerfarmern und verfolgen dieses Vorhaben in allen Bereichen unseres Unternehmens. Insbesondere in der Beschaffung, dem Handel und der Minimierung der Umweltauswirkungen.

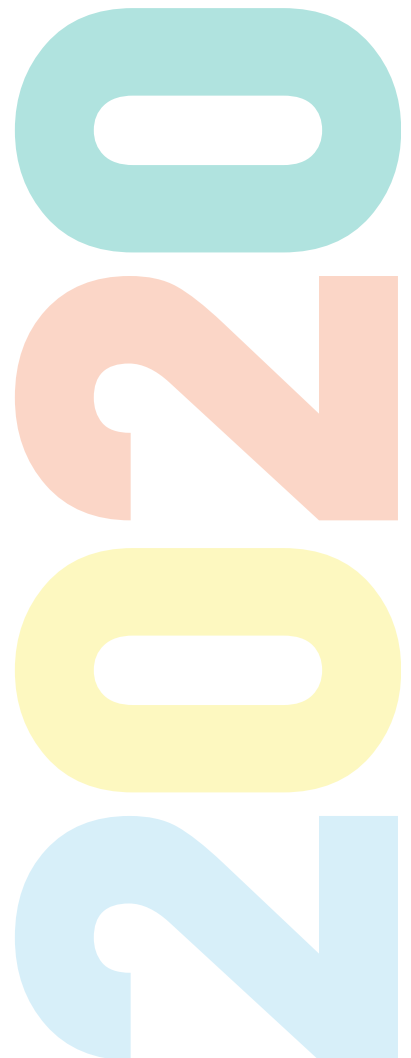
Wir beziehen Kaffees von Produzenten aus der ganzen Welt, die nur begrenzten Zugang zum Markt haben und ständig unterbewertet werden. Durch die Zusammenarbeit mit den Farmern, um die Qualität ihrer Haupternte zu verbessern und sie mit höherwertigen Märkten zu verbinden, können wir einen größeren Einfluss auf das Gesamteinkommen der Farmen haben. Dies gilt für Arabica, aber auch für Robusta, der 40 % der weltweiten Kaffeeproduktion ausmacht, aber fast ausschließlich in geringwertigen Gebieten angebaut wird und somit ein riesiges ungenutztes Potenzial in der gesamten Branche darstellt.

Wir kaufen Kaffee auf der Grundlage einer langfristigen Direkt Handelsbeziehung, die auf Transparenz und Rückverfolgbarkeit beruht. Das bedeutet schlichtweg, dass nur notwendige und wertvolle Zwischenhändler in unsere Lieferkette einbezogen werden.

Jeder in diesem System versteht die Rolle jedes Akteurs, den ihm zustehenden Anteil am Preis und verpflichtet sich zu einer langfristigen Beziehung und einer gemeinsamen Vision: nachhaltige und unabhängige Kleinbauern-Kaffeefarmen.

Wir nutzen unsere direkten Beziehungen als Antrieb für die **Minimierung der negativen Umweltauswirkungen**, sowohl auf den Farmen als auch in unseren Betrieben. Anstatt zu verlangen, dass die Bauern alle Risiken und Kosten einer klimafreundlicheren Produktion übernehmen, was bei den meisten Kaffeezertifizierungen der Fall ist, besteht unser Ansatz darin, die Hürden zu verstehen und unsere Geschäftsbeziehungen zu nutzen, um diese gemeinsam abzubauen, angefangen bei einem höheren Preis. In unseren Betrieben bemühen wir uns ständig um die Minimierung von Emissionen, zum Beispiel durch kompostierbare Kapseln, weniger umweltschädliche Lieferungen und eine energieeffizientere Röstung.

Diese Arbeitsweise konnte auf 15 Länder ausgedehnt werden, in denen 3613 Landwirte tätig sind und in denen im Jahr 2020 48.116 kg Kaffee gekauft wurden.



2 Einleitung

Die Kaffeewirtschaft im Jahr 2021 war für alle Akteure turbulent – die Röster bekamen zum ersten Mal seit langer Zeit die Schmerzen eines unbeständigen Marktpreises zu spüren, der nicht zu ihren Gunsten ausfiel, während gleichzeitig ein weltweit höherer Kaffeepreis deutlich machte, wie wichtig gleichberechtigte Partnerschaften sind, um den Sektor zukunftssicher zu machen. Für das Funktionieren dieser Partnerschaften sind im Wesentlichen drei Elemente erforderlich:



Preis

Der Preis, der den Landwirten und Bauerngruppen für ihre Erzeugnisse gezahlt wird.



Beziehung

Die Anstrengungen, die unternommen werden, um zu verstehen, was jeder Partner in der Kette braucht, um eine bessere Zukunft für den Kaffee zu schaffen.



Qualität

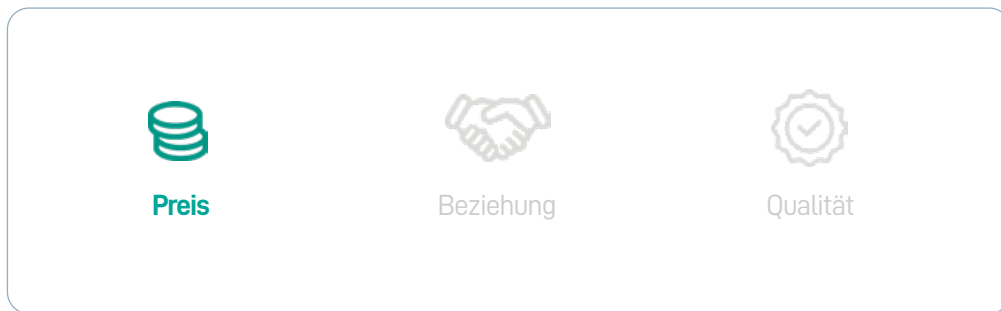
Die Qualität des Kaffees und des ökologischen Zustands der Farmen. (Halte im gesamten Bericht Ausschau nach diesen drei Säulen!)

Halte im gesamten Bericht Ausschau nach diesen drei Säulen!

Elemente sind die Bemühungen nur temporär und können manchmal mehr schaden als nutzen.

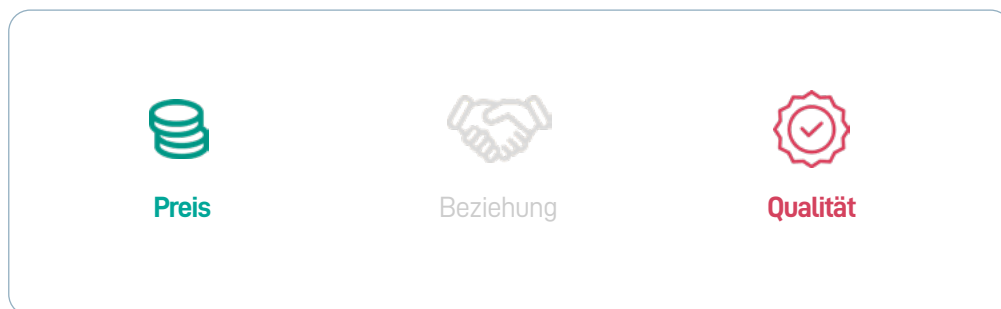
Wenn der Kaffeepreis weltweit hoch ist, sehen wir viele Akteure, die sich nur auf einen hohen Preis konzentrieren, ohne die langfristigen Bedürfnisse des Systems zu berücksichtigen – kommt dieser höhere Preis bei den Bauern an, sind die Kosten für ihre Betriebsmittel gleich geblieben, werden wir uns verpflichten, nächstes Jahr bei ihnen zu kaufen und diesen Preis zu zahlen? Diese Fragen werden viel zu selten gestellt, und in den meisten Fällen lautet die Antwort nein.

Für die großen Kaffeekonzerne, die die Struktur des Rohstoffhandels kontrollieren und davon weitgehend profitieren, ist dieser Mangel an Beziehungen und Qualität nicht nur naiv, sondern sogar hinterhältig. Er dient dazu, die Verbraucher zu manipulieren, damit sie denken, dass Kaffee immer gleich schmecken und gleich sein sollte, und dass er daher auf dem von ihnen kontrollierten Rohstoffmarkt erhalten bleibt.



Der Rohkaffeemarkt verzeichnet temporäre Spitzenpreise, aber ohne die Stabilität einer Wertschöpfungskette oder die Anerkennung von Qualität

In der Spezialitätenwelt liegt der Fokus oft vorrangig auf der Qualität, und obwohl damit auch ein höherer Marktpreis einhergeht, müssen die Landwirte oft höhere Kosten und Risiken auf sich nehmen, um eine höhere Gewinnmarge für einen kleinen Teil ihrer Betriebe erzielen zu können. In einigen Fällen steht die Qualität erst an dritter oder vierter Stelle auf der Prioritätenliste der Kaffeebauern, was sie für das Spezialitätensegment uninteressant macht. Ohne ein Verständnis für diese Problematik und ohne eine verbindliche Beziehung, die großen Auswirkungen haben kann, sind die Bauern zunehmend von Spezialitätenkäufern abhängig, die sich hinter vergleichsweise höheren Exportpreisen (die ohnehin für diese höherwertigen Produkte gezahlt werden sollten) verstecken können.



In der Welt der Spezialitätenkaffees werden oft die hochwertigsten Kaffees gehandelt und höhere Preise gezahlt als auf den Rohstoffmärkten, aber es fehlt ein Gesamtüberblick über das Einkommen der Farmen und eine auf die Erzeuger ausgerichtete Beziehung. Dadurch bleibt er für viele Kaffeebauern unzugänglich.

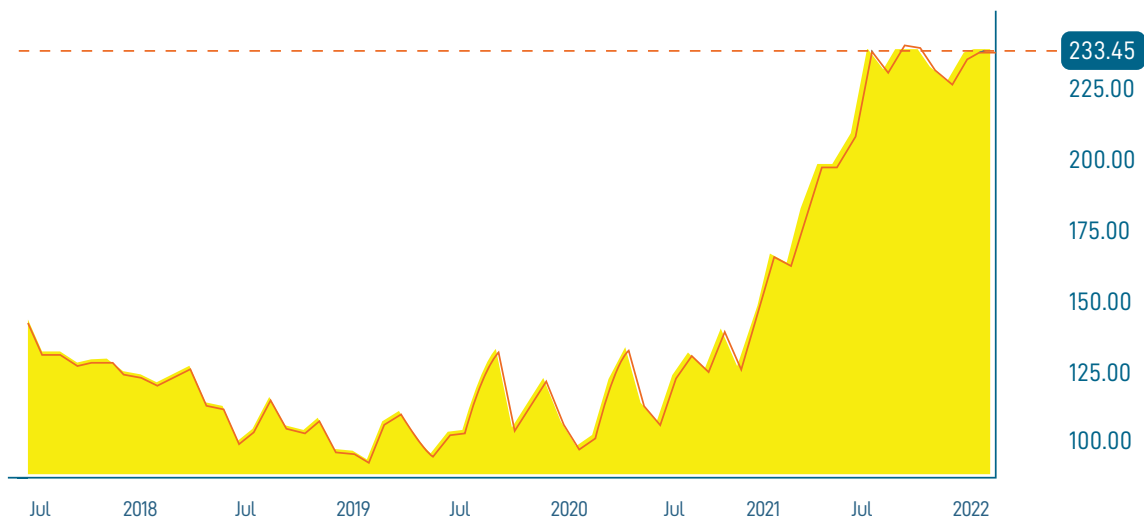
Für uns hat das letzte Jahr die Dringlichkeit, die Komplexität und die Chancen der Kaffeewelt nur noch deutlicher gemacht. Wir hatten das Glück, in unseren 12 Produktionsketten mit Menschen zusammenarbeiten zu können, die mindestens genauso meinungsstark, engagiert und hoffnungsvoll für die nächste Stufe der Kaffeewelt sind. Gleichzeitig haben sich Tausende von Kaffeetrinkern in Europa dazu entschieden, ihr Lieblingsgetränk als Mittel für einen guten Zweck einzusetzen. Dieser Bericht soll dir näher bringen, was das bedeutet hat und worauf wir in unserem nächsten gemeinsamen Jahr aufbauen wollen.

3

Ist der Kaffeemarkt eine Büchse der Pandora?

Eine der wichtigsten Schlagzeilen seit Januar 2021 war der steigende Weltmarktpreis für Kaffee (der C-Preis), der im Jahr 2021 seinen höchsten Stand seit 10 Jahren erreichte und seitdem stetig weiter gestiegen ist. Im Gegensatz zu den häufigeren Preissprüngen auf dem Kaffeemarkt haben wir es hier mit einem über einen längeren Zeitraum konstanten "hohen" Preis zu tun (der C-Preis lag seit 2010 nicht länger als neun Monate über 2,00 USD).

**Der Preis pro Pfund Kaffee -
Überblick über 5 Jahre**



Historische Grafik der weltweiten Kaffeebörse, bezeichnet als C-Preis (USC/lb)

Ein wichtiger Faktor für diesen Anstieg und für das Marktverhalten insgesamt ist die Situation der brasilianischen Kaffeeernte.⁽¹⁾ Im Juli 2021 wurden die brasilianischen Kaffeeplantagen von dem härtesten Frost der vergangenen 40 Jahre heimgesucht, wovon mehr als 30 % der Kaffeeernte betroffen waren. Dadurch geriet die Kaffeeindustrie ins Trudeln, und die Sorge um die Verfügbarkeit von Kaffee löste einen Preisanstieg aus, der sich von Tag zu Tag erheblich veränderte.

Ein wichtiger Faktor für diesen Anstieg und für das Marktverhalten insgesamt ist die Situation der brasilianischen Kaffeeernte.⁽¹⁾ Im Juli 2021 wurden die brasilianischen Kaffeeplantagen von dem härtesten Frost der vergangenen 40 Jahre heimgesucht, wovon mehr als 30 % der Kaffeeernte betroffen waren. Dadurch geriet die Kaffeeindustrie ins Trudeln, und die Sorge um die Verfügbarkeit von Kaffee löste einen Preisanstieg aus, der sich von Tag zu Tag erheblich veränderte.

Wie auf den meisten konventionellen Märkten ist auch hier eine einfache Angebots- und Nachfragedynamik zu erwarten, allerdings wurde dieser Effekt durch die Spekulation der Händler, d. h. die große Zahl von Akteuren, die aus den Schwankungen des Marktes finanziellen Gewinn ziehen wollen, noch zusätzlich verstärkt. Das Ergebnis: Wenn die Preise steigen, gibt es nur begrenzte logische Schlussfolgerungen und daher auch nur begrenzte Maßnahmen von Seiten der Erzeuger, um den Preis auf diesem neuen Niveau zu halten. Zudem ist nicht vorhersehbar, wie sich der Preis morgen, nächste Woche oder bei der nächsten Ernte entwickeln wird.

Ein höherer Marktpreis ist generell eine sehr gute Nachricht für die Bauern. Sobald er jedoch im Rahmen dieser Rohstoffstruktur mit ihrer typischerweise willkürlichen Preisgestaltung und dem Fehlen von Risikoteilung, Stabilität und langfristigen Partnerschaften umgesetzt wird, bringt er einige Herausforderungen mit sich und ist somit das Äquivalent zur Büchse der Pandora für Kaffee.

(1) Brasilien ist für 37 % der weltweiten Arabica-Produktion verantwortlich.



Selektion der Kaffeebohnen nach
Qualität in **Nebbi, Uganda**

HERAUSFORDERUNG 1: QUALITÄT

Qualitätssicherung ist auf einem inflationären Markt besonders schwierig, insbesondere aufgrund folgender Faktoren:



Angst vor Diebstahl

Der Wert des Kaffees an den Bäumen steigt plötzlich erheblich an, und er wird zu einer attraktiven Beute für Diebe. Um dies zu vermeiden, ernten die Bauern ihre Kaffeekirschen oft übereilt, egal ob reif oder nicht, was den Geschmack des Kaffees in der Tasse erheblich beeinflusst.



Fehlende Preismotivation

Zurecht, denn wenn den Bauern auf qualitativ minderwertigen Märkten ein höherer Preis als erwartet für ihren Kaffee geboten wird, erscheint es immer weniger attraktiv, Zeit, Kosten und Mühe in die Produktion von Spezialitätenkaffee zu investieren. Die Volatilität des Marktes verleitet die Landwirte außerdem dazu, schnell zu verkaufen, solange der Preis hoch ist, und weniger Zeit und Aufmerksamkeit für die Qualität aufzubringen.



Höhere Mengennachfrage unabhängig von der Qualität

Es ist in vielerlei Hinsicht erfrischend, ein Jahr mitzuerleben, in dem die Landwirte wählen können, wo sie ihren Kaffee verkaufen. In diesem Szenario werden die lokalen Käufer immer mobiler, da der Wert des Kaffees steigt und die verfügbare Menge sinkt. Neue Käufer treten vorübergehend in den Markt ein, bieten Bargeld an und ziehen weiter auf der Suche nach dem nächsten Kaffeesnäppchen, so dass die Bauern und Bauernverbände nicht einschätzen können, wie hoch die langfristige Nachfrage nach Kaffee in ihrer Region in Bezug auf Menge und Qualität ist.

HERAUSFORDERUNG 2: ARBEITSKAPITAL UND DIE FÄHIGKEIT, ABSATZVOLUMEN ZU ERWERBEN



Um Finanzmittel für den Erwerb von Kaffee von den Bauern zu erhalten, müssen die Bauerngruppen nachweisen, dass sie in der Lage sind, den von ihnen erworbenen und verarbeiteten Kaffee zumindest zu einem Preis zu verkaufen, der ihre Kosten deckt. Verträge mit Kaffeekäufern sind daher ein sehr wichtiger Bestandteil dieses Prozesses und stellen sicher, dass die Bauerngruppe über genügend Kapital verfügt, um ihre Einkäufe in der kommenden Saison tätigen zu können.

Sobald sich jedoch der Wert des Kaffees zwischen dem Zeitpunkt des Vertragsabschlusses mit den Käufern und dem Zeitpunkt des Einkaufs drastisch ändert, stellt dies die Bauerngruppen vor ein großes Problem. Plötzlich übersteigen ihre Kosten (Einkaufspreis des Kaffees bei den Bauern, Verarbeitungskosten, Transport) den bei Vertragsabschluss vereinbarten Verkaufspreis bei weitem. Wenn sie an lokale Händler verkaufen, hängt der Preis, der ihnen angeboten wird, weitgehend vom C-Preis am Tag des Kaufs ab – wer weiß schon, wie dieser im Vergleich zu ihren Vorleistungen ausfallen wird. Größere Unternehmen sind oft in der Lage, dieses Risiko abzufedern, für kleinere lokale Unternehmen kann dies jedoch Gewinnausfälle und sogar ein Minus in der Ernte bedeuten.

Wakulis Auffassung von langfristigen Beziehungen umfasst die Aufteilung dieser Risiken in der gesamten Kette. In der Praxis bedeutet dies, dass man sich vor der Ernte auf einen tragfähigen Preis und eine tragfähige Menge einigt und die Umsetzung während des gesamten Einkaufsprozesses überprüft, um sicherzustellen, dass es für alle Beteiligten wirtschaftlich sinnvoll ist und eventuelle Einbußen geteilt werden, um einen klaren langfristigen Nutzen zu erzielen.

HERAUSFORDERUNG 3: PROFIT

Obwohl der Kaffeepreis gestiegen ist, hat sich dies nicht unbedingt in einem höheren Gewinn und einem nachhaltigen Nettoeinkommen der Betriebe niedergeschlagen. Höhere Preise bedeuten gleichzeitig einen Anstieg der Preise für landwirtschaftliche Betriebsmittel, wodurch sich die Produktionskosten der Betriebe erhöhten.

Für Bauerngruppen und Betriebe, die während der Haupterntesaison auf Hilfsarbeiter angewiesen sind, führte der pandemiebedingte Arbeitskräftemangel ebenfalls zu einem Kostenanstieg. Diese Umstände ergänzen den wichtigsten Faktor im Raum – die Tatsache, dass die Kaffeepreise in den letzten 40 Jahren immer um den gleichen Punkt fluktuieren, während sich die Welt ringsum mitsamt ihren Lebenshaltungskosten verändert hat.

Die Summe dieser Faktoren verdeutlicht, dass ein höherer Kaffeepreis zwar wichtig ist, dass aber das System, in dem dieser Preis aufgeteilt wird, für den Erfolg des Kaffees von grundlegender Bedeutung ist. Kurz gesagt: Die Zukunft des Kaffees steht und fällt mit den Kooperationsbeziehungen in der gesamten Lieferkette.

(2) Alle unsere bereits existierenden Partnerschaften im Jahr 2021 hatten schon vor der Einkaufssaison eine Vereinbarung über die zu kaufenden Mengen und die zu zahlenden Preise. Für die Beziehungen, die 2021 entstanden sind, gibt es bereits Vereinbarungen für die Einkaufssaison 2022.

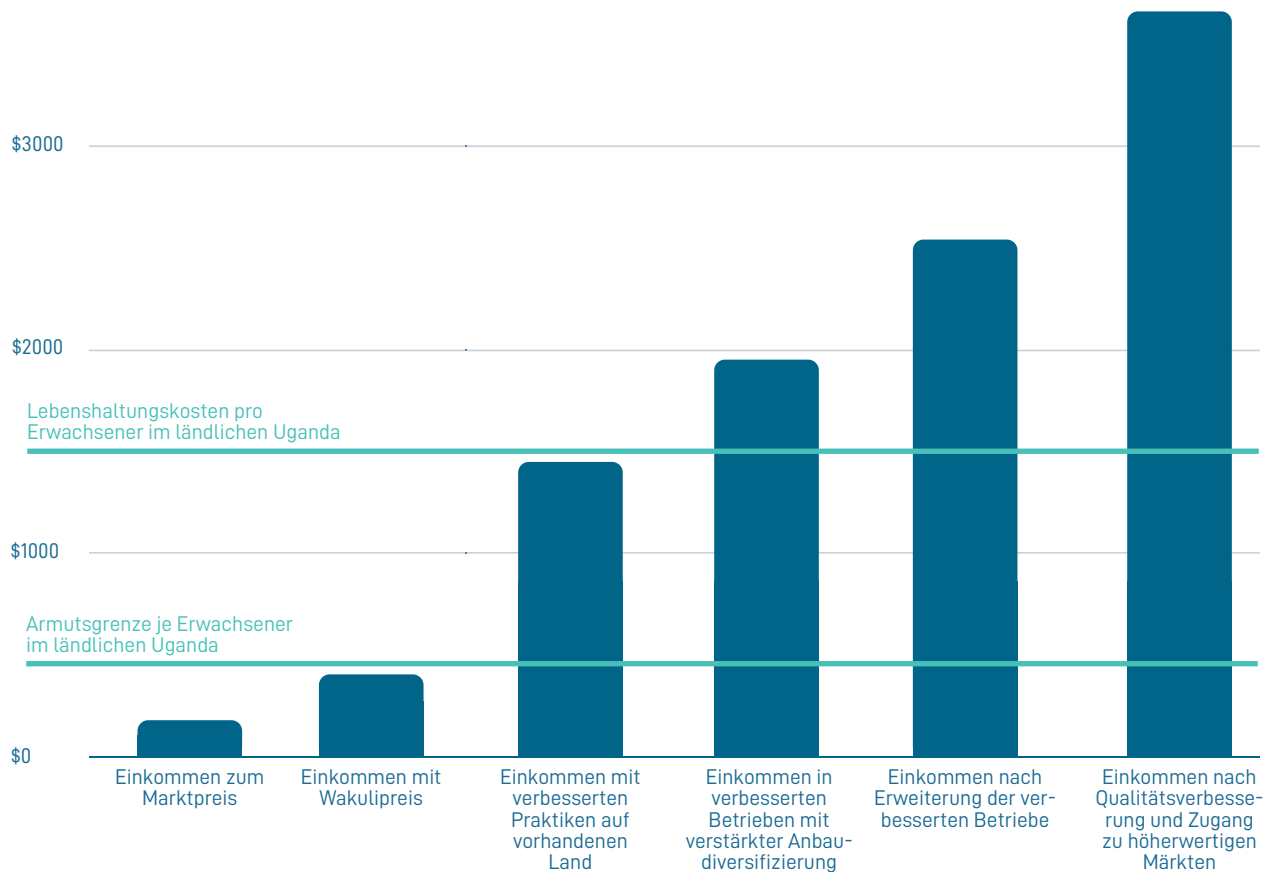


Partner (und ihre Familie) in
Coopervass, Brasilien

4 Ein höherer Preis ist ein Anfang, aber ...

Die folgende Abbildung zeigt verschiedene Einkommensszenarien auf einer durchschnittlichen Arabica-Farm in einer unserer Partnerregionen, dem Bezirk Nebbi in Uganda.

Jährliches Einkommen (USD)



Aktuelle und potenzielle zukünftige Einkommensszenarien auf einer durchschnittlichen Arabica-Farm in Nebbi, Uganda

Selbst bei höheren Marktpreisen und Prämien (Balken 2) sind die Farmer mit ihren bestehenden Betrieben noch weit von einem angemessenen Einkommen entfernt. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, über den Preis hinaus nach weiteren Potenzialen zu suchen.

Auch wenn die Umstände in den einzelnen Herkunftsländern unterschiedlich sind und Uganda eines der extremsten Szenarien für niedrige Einkommen in unserem Portfolio darstellt, ist die Integration weiterer Maßnahmen zur Erzielung eines angemessenen Einkommens zusätzlich zum direkt gezahlten Preis in allen Fällen von entscheidender Bedeutung. So ist es beispielsweise im vorliegenden Fall offensichtlich, dass der Fokus auf die Steigerung der Kaffeemenge, der Kaffequalität und des Absatzmarktes, die Diversifizierung der Einkommensströme und/oder die Senkung der Kosten für die Landwirte allesamt zu einem profitableren Ergebnis beitragen.

Viele dieser Faktoren überschneiden sich natürlich, und ihre jeweilige Priorität und Auswirkung in den einzelnen Gemeinden ist unterschiedlich. Das Herausarbeiten der wichtigsten Faktoren und effektiver Lösungen war ein wichtiger Bestandteil der derzeitigen Phase von Wakuli. Genauso wichtig ist es aber auch, umgehend Schritte einzuleiten, egal wie einfach und unwesentlich sie sich zunächst anfühlen mögen, um greifbare, von den Farmern geleitete Veränderungen herbeizuführen.



Thomas, einer unserer Partner in **Mbinga**, begrüßt uns während unseres Besuchs in **Tansania**

5 Unser Fokus für 2021

Im Jahr 2020 haben wir unseren Ausgangsbasis geschaffen, das heißt wir begannen damit, die Landwirte bei der Erzielung eines nachhaltigen, existenzsichernden Einkommens zu unterstützen, indem wir zumindest sicherstellen, dass wir einen höheren Preis zahlen als die Märkte, die ihren Kaffee derzeit unterbewerten.

Die Beziehung zu unseren Partnern ist in den letzten zwei Jahren deutlich gereift, da unsere Zusammenarbeit über das Versprechen hinausging, im nächsten Jahr wieder zu kommen. Darüber hinaus haben wir gemeinsam daran gearbeitet, die Hindernisse der Pandemie, Versandverzögerungen und Preis-Bedenken zu überwinden und konnten dadurch gegenseitiges Vertrauen aufbauen, um über diese höhere preisliche Ausgangsbasis hinaus zu expandieren.

Durch eine solche Diversifizierung des Impacts können enorme und sehr entscheidende Vorteile erzielt werden. Wir praktizieren eine von den Landwirten bestimmte Preisgestaltung, allerdings sind dieser Grenzen gesetzt. Einerseits zahlen wir einen höheren Preis, jedoch ist dies an sich noch keine Garantie dafür, dass andere Käufer dies auch tun, zumindest nicht von heute auf morgen. Auf der anderen Seite ist es für die meisten Landwirte schwierig, angesichts der begrenzten verfügbaren Ressourcen, die Kosten auf Betriebsebene zuverlässig zu dokumentieren und einen gewinnbringenden Preis vorzuschlagen, geschweige denn einen, der ausreichend zu ihrem gesamten Haushaltseinkommen beiträgt.

Wir müssen daher auch Wege für Landwirte entwickeln, um unabhängig einen höheren Preis durchsetzen zu können – sei es durch Marktbewusstsein, Steigerung des Produktwerts sowie Verbesserung der Marketing- und Betriebsabläufe und so weiter.

Außerdem stellt die zentrale Rolle von Kaffee, im Leben der am stärksten marginalisierten Gemeinschaften, ein wichtiges Instrument dar, um soziale und ökologische Veränderungen herbeizuführen. Etwa 10 Millionen Hektar Land werden weltweit für den Kaffeeanbau genutzt, was bedeutet, dass bei effektiver Nutzung mehr als 3 Millionen Tonnen Kohlenstoff gebunden werden können.

Die Nutzung dieser Möglichkeiten erfordert jedoch viel Vertrauen zwischen allen Akteuren, wie Bauern, Bauernverbandleitern und Wakuli, sowie ein klares Verständnis der Risiken und Herausforderungen, mit denen jede der Kommunen, mit denen wir zusammenarbeiten, konfrontiert wird.

Die Leitfaden auf der nächsten Seite beschreibt den Weg, den wir einschlagen, sobald wir mit einer neuen Region oder Gruppe zusammenarbeiten und gibt ein Verständnis dafür, wie sich unsere Gesamtmission in jeder unserer Partnerschaften niederschlägt.



Bei unserem Besuch im Gonyobendo
Mikrostation in **Nebbi, Uganda**

Legende



Fokus Genereller Impact



Fokus Regenerative Landwirtschaft



Fokus Datenverbesserung

Ziel

Nachhaltige, unabhängige
Kaffeefarmen

Phase 4

Projektdurchführung, um mindestens
ein priorisiertes Risiko anzugehen.Einführung des Projekts mit erster
Bauerngruppe + AusweitungsplanPlan für existenzsicherndes Ein-
kommen unter Verwendung von
Einkaufsleitfaden und Projekt-
fortschritts.

Phase 3

Risiken bewerten, priorisieren
und deren Bewältigung planen.Ökologische Risikobewertung,
priorisierung und Überschnei-
dung mit anderen Risiken.
Umfang festlegen und Planung
des Pilotprojektes.Entscheidung über die Produk-
tionskosten und den Plan zur
Messung des Lebensunterhalts.

Phase 2

Umfang festlegen (welche Bauern-
gruppe und Kaffee).
Zahlung eines gemeinsam vere-
inbarten Preis, der dem aktuellen
Marktpreis überlegen ist.Verbindung der Datenanforderun-
gen mit Möglichkeiten auf dem
Kohlenstoffmarkt.Erstellung von kontinuierlichen
Messungen des landwirtschaftli-
chen Einkommens und eines Plan
um Lücken zu schließen.

Phase 1

Wert vor dem Kauf und Produktaus-
richtung.Produktionspraktiken und -
prioritäten verstehen.Ausgangslage bestehender Daten +
Erhebung der Preisaufschlüsselung.

Start

1

2

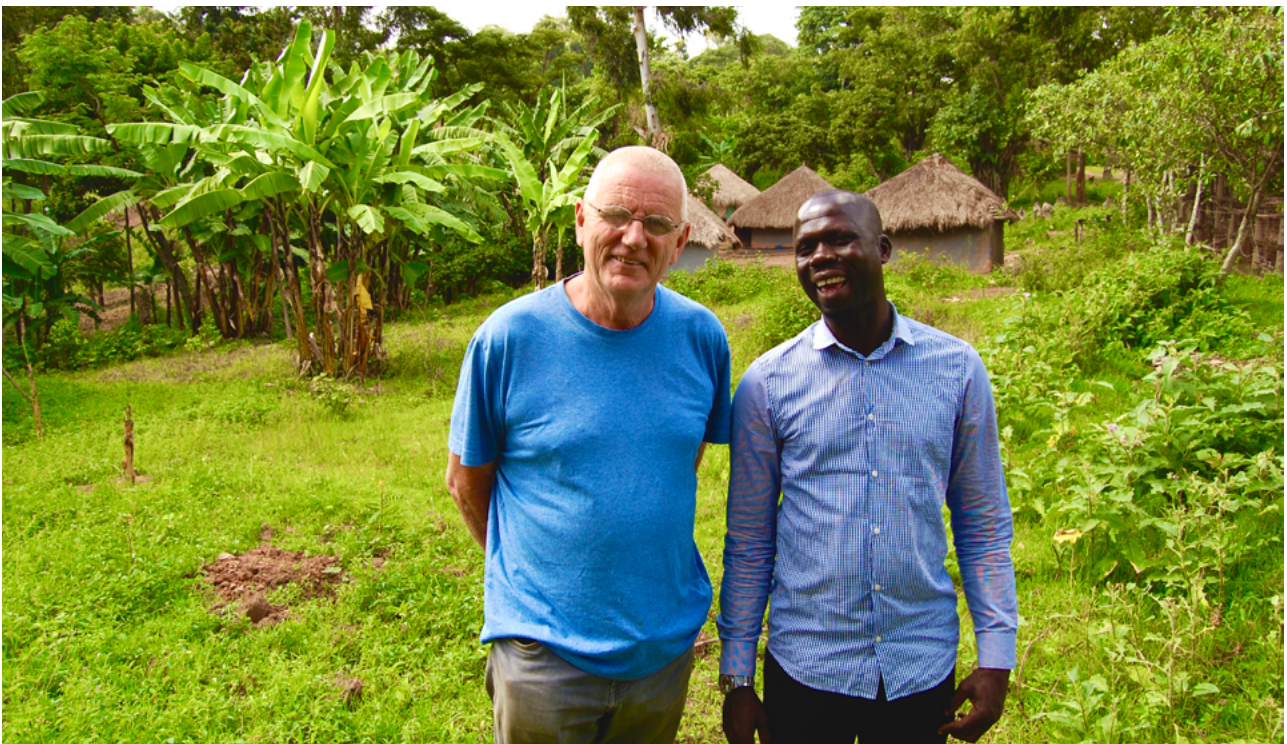
4

3

6 Wakuli in Uganda

Aggrey und Andy von Zombo Coffee Partners (ZCP) haben eine völlig neue Art der Zusammenarbeit mit Bauern im Nordwesten Ugandas eingeführt. Wir arbeiten seit 2019 mit ihnen zusammen, kurz nachdem sie ZCP gegründet hatten, und haben aus erster Hand die Schwierigkeiten gesehen, die mit der Beeinträchtigung eines Kaffeemarktes verbunden sind, und das vor der Haustüre der teilweise größten Kaffeehändler der Welt.

Zombo und Nebbi, die Regionen, auf die sich ZCP konzentriert und dessen Landschaft, von der Robusta-Produktion dominiert wird, gehören zu den wenigen Arabica-Anbaugebieten in Uganda. Der Großteil der Farmen im Land sind kleinbäuerliche Betriebe, allerdings ist die Kaffeeproduktion der ZCP-Partner außergewöhnlich niedrig. Schätzungsweise produzieren die Farmen weniger als 100 kg exportierbaren Kaffee pro Jahr.



Andy Carlton links und Aggrey Chombe rechts. Co-Geschäftsführer von Zombo Coffee Partners, unsere Partner in Uganda.

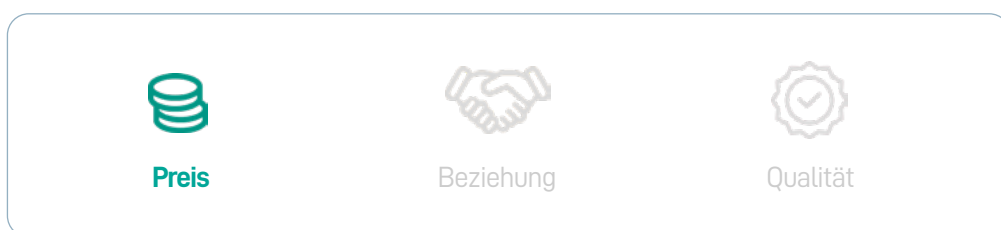
Über den landwirtschaftlichen Betrieb hinaus wirkt sich dies auch deutlich auf die Verarbeitungsebene aus – mit geringen Mengen gehen hohe Stückkosten, höhere Qualitätsrisiken sowie ein Wettbewerb unter lokalen Käufern um das begrenzte Angebot einher.

ZCP ist ein relativ neuer Käufer in diesem Bereich, in dem größere Kaffeefirmen seit Jahren tätig sind. Der lokale Kaffeemarkt ist unglaublich mobil, besonders in einem aufgeblasenen Markt, wo Käufer nicht nur flexibel die niedrigsten Kaffeepreise suchen, sondern auch Mengen finden wollen, die ihren Verträgen gerecht werden. Andy beschrieb uns diese Jagd:

"Im Jahr 2021 zogen Käufer aus Kenia nach Mt. Elgon im Osten Ugandas, wo Kaffee dem kenianischen Kaffee ähnelt, aber billiger ist. Die Käufer von Mt Elgon zogen aus dem gleichen Grund nach Zombo und Nebbi. Unsere Einkäufer vor Ort zogen in eine Art sich nach Westen bewogender "Reise nach Jerusalem" in die DR Kongo. Alle waren begeistert von dem großen Anstieg des C-Preises, und der lokale Preis für Kaffeekirschen stieg infolgedessen um 60 %. Unsere Landwirte haben bei der Ernte 2021 sicherlich kurzfristig profitiert. Ob der Vorteil dauerhaft sein wird, ist weniger sicher. Das hat es noch nie gegeben."

Wie bereits erwähnt, ist dieser Preiswettbewerb in den meisten Fällen eine sehr gute Sache für das kurzfristige Einkommen eines Landwirts. Abgesehen von der direkten finanziellen Belohnung, ist es ein Beweis dafür, dass Käufer tatsächlich einen höheren Preis zahlen können, als sie in der Vergangenheit gezahlt haben, was die Landwirte motiviert in eine Zukunft in Kaffee zu investieren.

Wie Andy sagte, gibt es ohne einen auf Landwirte ausgerichteten Ansatz und **eine Beziehung** nur begrenzten Glauben, dass dies von Dauer sein wird. Während die Präsenz von ZCP als gesunde Konkurrenz für Kaffee in der Region fungiert, gibt es keine Gewissheit darüber, was mit den Preisen passieren wird, wenn sie hier nicht mehr



Die lokalen Käufer in Uganda zahlten dieses Jahr zwar einen höheren Preis als normalerweise, allerdings ohne Verpflichtung, in der Zukunft nochmal einzukaufen oder einen ähnlichen Preis beizubehalten

Wo fangen wir also an? Während unseres Aufenthalts in Uganda im vergangenen Jahr haben wir mit Landwirten und Verarbeitungsleitern darüber gesprochen, wie wir diese Herausforderungen dauerhaft angehen können, und haben gemeinsam einen Plan geschmiedet.

Wir haben zwei Schwerpunkte definiert. Erstens eine **Preisstruktur**, die jeden in der Kette sehr einfach und klar für höherwertigen Kaffee belohnt. Wir haben bereits 2022 begonnen, mit diesem System zu arbeiten.



Zweitens müssen wir die Rentabilität auf landwirtschaftlicher Ebene steigern, indem wir die Arbeits- und Direktkosten senken und gleichzeitig den Ertrag ihrer bestehenden Ernte, das heißt die **Menge und Qualität** des Kaffees pro Baum, erhöhen. Dies kann nicht ohne einen direkten Fokus auf Bodengesundheit und Biodiversität auf landwirtschaftlichen Betrieben erreicht werden. Daher bietet sich uns die Möglichkeit, die Abhängigkeit von externen Inputs in den Betrieben zu verringern, die Erträge zu steigern und uns auf Kleinbauern als Kohlenstoffsenken statt als Kohlenstoffemittenten zu etablieren.

In Zusammenarbeit mit MVO Nederland entwerfen wir derzeit ein Projekt, das von den Landwirten von ZCP geleitet wird, um dies auf über 1000 Farmen in Zombo und Nebbi durchzuführen und die regenerative Landwirtschaft zugänglich, weit verbreitet, rentabel und integrativ zu machen.



Preis



Beziehung



Qualität

Mit einer neuen Preisstruktur, die Qualität direkt belohnt, gehen wir einen weiteren Schritt in unserer Beziehung, um den Gewinn und damit das Einkommen der landwirtschaftlichen Betriebe zu steigern.

7 Wakuli in Honduras

Während der Saison 2021/2022 blieben unsere Preise marginal höher als auf alternativen Märkte in Honduras, da der überhöhte Markt anhielt. Dennoch bestanden die Bauern von El Pinal darauf, Kaffee an CAFESMO und Wakuli zu liefern. Wir haben unsere Partner nach dem Grund gefragt, und Hidardo, Leiter von CAFESMO, hat geantwortet:

“Aus unserer Sicht ist das Wichtigste an der direkten Zusammenarbeit mit Wakuli, dass die Produzenten Verkaufssicherheit und Stabilität haben und wissen, wer ihren Kaffee wirklich kauft.

Abgesehen von der Tatsache, dass Wakuli ein Röster ist, der sich sehr für soziale und ökologische Verantwortung in Verbindung mit dem Impact in der Gemeinde Pinal einsetzt, unterstützt Wakuli auch verschiedene von CAFESMO geförderte Programme, wie unter anderem Workshops, die auf die Förderung und Verbesserung von Specialty Coffee ausgelegt sind und das Wissen der Produzenten weiter ausbaut.“

Mit Blick allein auf unsere Preistransparenzdaten, könnte man denken, dass die Preiserhöhungen für die Landwirte reichen, um die Herausforderungen in El Pinal zu decken. Dieses Jahr zahlte Wakuli 27 % mehr als in unserem ersten Einkaufsjahr und verdoppelte fast die Kaffeemenge. Es ist der höchste Kaffeepreis, der seit Jahren an die Bauern gezahlt wurde, aber El Pinal erlebt immer noch eine Massenmigration aus seiner Gemeinde aufgrund des niedrigen Haushaltseinkommens für die vom Kaffee abhängigen Bauern. Das bedeutet nicht, dass wir uns in die falsche Richtung bewegen, sondern nur, dass wir am Anfang einer sich beschleunigenden Reise stehen.

Wie können wir weiter gehen? Generell sind erfolgreiche Kaffeefarmen, also diejenigen, die sich mit regenerativen Systemen ein menschenwürdiges Einkommen sichern können und sich in einer wirtschaftlichen Aufwärtsspirale befinden, weitgehend davon abhängig, dass am Ende des Jahres noch Kapital vorhanden ist, um effektiv in ihren Grund und Boden investieren zu können.

Obwohl dies eine sehr offensichtliche und logische Ansicht ist, widerspricht sie dennoch den allgemeinen Gedanken der meisten in der Branche und bleibt außerhalb des Fokus. Jeder in der Kette muss seine Ziele über den kurzfristigen Preis hinaus auf die Margen und das Gesamteinkommen der Kaffeefarm ausrichten. Aktuell verfügen die meisten Landwirte nicht über die dafür erforderlichen Daten. Es gibt nur begrenztes Wissen darüber, was die

Kaffeeproduktion kostet, wie sich dies mit der Größe ändert und was daher sowohl von den Landwirten als auch von den Käufern benötigt wird, um diese Situation zumindest aus wirtschaftlicher Sicht zu verbessern.



Kaffee der nach dem "washed processing" trocknet.

Daher muss in El Pinal neben den Bemühungen um Preis- und Qualitätssteigerungen darauf geachtet werden, dass die Landwirte ihre Margen verstehen und kontrollieren können – ein wesentlicher Bestandteil unseres nächsten gemeinsamen Schritts. Wir haben 2021 einige Wochen in El Pinal verbracht, um daran zu arbeiten das bestehende Einkommensszenario für Landwirte und die Hindernisse für eine genaue Buchführung besser zu verstehen. Gemeinsam mit CAFESMO haben wir dann einen Plan entwickelt, wie wir eine vollständige, transparente Struktur und effektive Aufzeichnung von Einnahmen innerhalb der Wertschöpfungskette aufbauen können.

Um dies zu erreichen, sind wir in hohem Maße auf eine **starke Beziehung** angewiesen. Loyalität kann teuer werden, und in vielen Kaffee-Wertschöpfungsketten sind die Bauern die einzigen, die Opfer bringen, um die Beziehungen am Leben zu erhalten, obwohl die gesamte Kette an ihre Bedeutung glaubt. Während die Landwirte unserer Partnerschaft treu bleiben, ist die Liquidität eine Herausforderung, und manchmal müssen sie ihren Kaffee woanders verkaufen, um unmittelbare und steigende Ausgaben zu decken.

Daher läuft die Zusammenarbeit an unserer langfristigen Vision manchmal hauptsächlich darauf hinaus, die Beziehung ein weiteres Jahr am Leben zu erhalten und die dafür erforderlichen Kompromisse zu teilen, beispielsweise

indem wir sicherstellen, dass wir auch bei steigenden Preisen ein Premiumprodukt auf dem Markt darstellen.

Wir sind der Meinung, dass Qualität ein wichtiger Weg ist, um diese Preisschwankungen auszugleichen und engagierte Märkte zu sichern. Die Landwirte von El Pinal sind besonders enthusiastisch Innovationen zu nutzen, um ihrem Kaffee einen Namen zu machen. In diesem Jahr unterstützte Wakuli CAFESMO bei einem Workshop, um den Landwirten dabei zu helfen, die Fermentationstechniken für ihren Kaffee zu perfektionieren und so die **Ausdruckskraft und Qualität ihrer Bohnen** zu steigern. Der Schwerpunkt lag dabei auf möglichst einfachen Verbesserungen, um ein besseres Produkt mit weniger Arbeitsschritten zu erhalten.

Mit solchen Workshops und der Energie der El Pinal-Bauern hoffen wir, unsere Einkäufe in der Gemeinde in den kommenden Jahren zu diversifizieren. Auf diese Weise können wir die Preise für qualitativ hochwertigere Grundstücke differenzieren und für diese Investitionen in Qualität in größerem Umfang anregen.



Preis



Beziehung



Qualität

Indem wir uns während Preisschwankungen an den Markt anpassen und in längerfristige Maßnahmen zur Verbesserung der Produktqualität investieren, z. B. in eine verbesserte Kaffeeverarbeitung, können wir unsere Beziehung zu stabileren und profitableren Einnahmen durch Kaffee aufbauen.



El Pinal Kaffeebauern
beim Fußball spielen

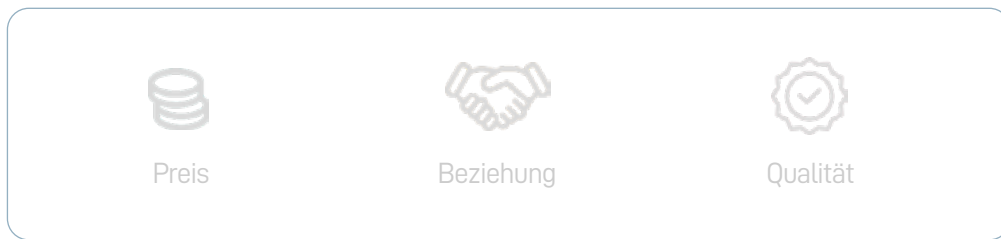
8 Wakuli in Tanzania

Im Allgemeinen liegt Tansania eher am Rande des Specialty Coffee Radars, wobei die südlichen Regionen des Landes auf den Märkten für hochwertige Kaffees mehr oder weniger unbemerkt bleiben. Die Landwirte in dieser Region verfügen über ein unglaubliches Potenzial, ihre Bohnen weisen ein unverwechselbares und einzigartiges Geschmacksprofil auf, aber einige Verarbeitungsbarrieren verhindern, dass sie zu einem Spezialitätenkaffee werden. Seit 2016, als Wakuli noch lediglich eine Idee war, haben wir gemeinsam mit unseren Freunden in der abgelegenen Region Mbinga herausgefunden, welche Hürden zwischen den Bauern und dem vollen Potenzial ihrer Ernte stehen.

Ein erster wichtiger Punkt waren die staatlichen Beschränkungen der meisten direkten Export- und Handelsbeziehungen. Landwirte dürfen nicht direkt exportieren - eine Regelung, die als Schutz der Landwirte getarnt ist, aber in Wirklichkeit als institutionelles Instrument zur Kontrolle und zur Erhöhung der Steuern auf Ausfuhren genutzt wird.

Bei einem System mit begrenztem internationalem Zugang für Kleinbauern besteht eine große Abhängigkeit von der nationalen Kaffeeauktion - einem Marktplatz mit extrem niedrigen und schwankenden Preisen, der den Rohstoffmarkt beliefert, die Qualität nicht anerkennt und jede Möglichkeit für direkte Beziehungen blockiert. Es ist wichtig, dies im Zusammenhang mit den Bauern zu betrachten, die bereits physische und kulturelle Barrieren zwischen ihnen und den Endabnehmern haben. Die meisten von ihnen haben selbst noch nie Kaffee probiert, weshalb die Idee eines höherwertigen Produkts vor allem von außen kommt. Da die Versteigerung die Kaffeeproduktion kontrolliert, erhalten die Bauern, wenn überhaupt, nur minimale Informationen über die Qualität ihrer Erzeugnisse, über deren Wert auf dem Markt oder darüber, wo und wie Verbesserungen vorgenommen werden können. Wenn Verbesserungen vorgenommen werden, gibt es ohne Preiskontrolle keine Garantie dafür, dass diese Bemühungen tatsächlich entlohnt werden oder dass diese Belohnung die vorherige Investition wert ist.

Abgesehen davon, dass es keine offensichtliche Motivation gibt, in Qualität zu investieren, gibt es auch kein Kapital, um dies zu tun, wodurch die Kaffeeproduktion unter der Kontrolle der Auktion bleibt und ein Teufelskreis der Entfremdung zwischen Bauern und Endverbrauchern entsteht. Wir haben dann gemeinsam überlegt, wie wir die Risiken dieser Investitionen teilen können.



Im Rahmen des lokalen Kaffeeauktionssystems gibt es keine Preis- oder Qualitätskontrolle für die Bauern, und es existieren erhebliche Hindernisse für den Aufbau direkter, langfristiger Beziehungen.

Die Möglichkeiten, hier einen gleichberechtigteren Kaffeesektor zu schaffen, sind eindeutig vorhanden, aber nur wenige sind in der Lage oder bereit, die entsprechenden Risiken einzugehen. Wir haben uns 2019 mit Adolph Kumburu und Thomas Ngapomba von CBC Ltd. dazu entschlossen, den Sprung zu wagen und gemeinsam einen Weg für den Direkthandel zu schaffen, der auch für andere Spezialitätenkäufer leicht zugänglich ist, die auf diesen Anfängen aufbauen und den Impact langfristig auf mehr Bauern ausweiten können. So entwickeln wir uns allmählich zu einem offenen, transparenten und rentablen Sektor, der von den Landwirten getragen wird.

CBC begann damit, die logistischen und bürokratischen Hürden in Angriff zu nehmen, während wir mit zwei Bauerngruppen die produzierte Qualität überprüften. Die Ernte 2020 erbrachte einen großartigen Kaffee, der jedoch mit zu vielen Qualitätsmängeln behaftet war, um exportiert werden zu können. Wir erstellten einen Leitfaden, um dies von nun an zu vermeiden und eine gleichbleibend hohe Qualität zu gewährleisten. Gemeinsam haben wir dann entschieden, wie wir die Risiken dieser Investitionen teilen können, und uns an die Arbeit gemacht.

Schließlich stellten wir Darlehen zur Verfügung, um den Kauf von Kaffeekirschen vorzufinanzieren und die Verarbeitungsanlage grundlegend zu modernisieren. Dadurch war es möglich, den Bauern einen Teil ihres Einkommens bei Lieferung der Kirschen "bar auf die Hand" auszuzahlen, sodass sie nicht mehr bis zum Ende der Ernte auf den Großteil ihres Einkommens warten mussten. Dies erleichterte nicht nur die Finanzplanung, sondern trug auch dazu bei, Vertrauen in diese neue Arbeitsweise zu schaffen und die von der Bauerngruppe eingegangenen Risiken zu entlohnen.

Im Mai 2022 ging die erste Lieferung von Mbinga-Kaffee an die Wakuli-Kunden – eine hervorragende Tasse Kaffee, typisch für Tansania und eine durchschlagende Verbesserung gegenüber der Bewertung von 2020. Auch wenn es noch ein weiter Weg ist, um das Beste aus der Kaffeequalität hier herauszuholen, brachte dieser erste Export den höchsten Preis, den diese Bauern je für ihren Kaffee erhalten haben (38 % über

dem lokalen Preis für die höchste Kaffeequalität). Zudem wurde eine neue, unabhängige Lieferkette geschaffen, die mit dem ersten Export den Weg für einen besseren Zugang zu Finanzmitteln und Möglichkeiten zur Ausweitung der Produktion geebnet hat.



Unsere Kaffeepartner aus Mbinga, Tansania

Schon heute arbeiten wir gemeinsam an unserem Exportplan für das Jahr 2023, indem wir die wichtigsten Bereiche für Ko-Investitionen festlegen, auf Qualität setzen und die Stabilität dieser transformativen Wertschöpfungskette weiter vorantreiben.



Preis



Beziehung



Qualität

Die Nutzung von Qualität und Beziehungen im Hinblick auf einen ersten Direktexport und die Erzielung eines höheren Preises für die Bauern als auf dem lokalen Markt ist ein guter Anfang für eine bessere Zukunft des Kaffees in Mbinga.



Cupping Session während unseres Besuchs in Tansania, Okt. 21

9 Schlusswort

So viel zum Impact Report 2021. Vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast, dich über unsere Mission, Strategie und Zukunft zu informieren. Jedes Jahr werfen wir einen kritischen Blick auf die Veränderungen in der Welt des Kaffees, von der Bohne bis hin zu deiner Tasse zu Hause. Wir sind noch nicht am Ziel - das ist manchmal schwierig, aber wir sind zuversichtlich, dass wir etwas bewirken werden.

Es mag wie ein Klischee klingen, aber wir können es nicht ohne dich schaffen - die Verbindung zwischen den Kaffeetrinkern und den Innovatoren im Ursprung. Die Tatsache, dass du diesen Bericht liest, zeigt, dass du in gewisser Weise bereits einen Wandel in unserer Kaffeewelt herbeiführst, also danke dir.

Wir lieben es, dass du ein Teil von Wakuli bist und dich dafür einsetzt, die Welt des Kaffees für alle Beteiligten gerechter und besser zu machen. Unsere Nachrichtenseiten sind immer offen, wenn du noch mehr erfahren möchtest. Also bitte melde dich bei uns und lass uns gemeinsam die Kaffeewelt aufwecken.

That's the Wakuli way, enjoy.



Workshop mit Bauern von **ZCP, Uganda**,
zum besseren Verständnis von
Herausforderungen und möglichen Lösungen.

10 Wo stehen wir in Zahlen



Kg erworbener Kaffee

2020

55,512

>>

2021

150,990



Ø Erzeugerpreis* pro kg

\$3,72

>>

\$4,38



Kaffeebauern

3,613

>>

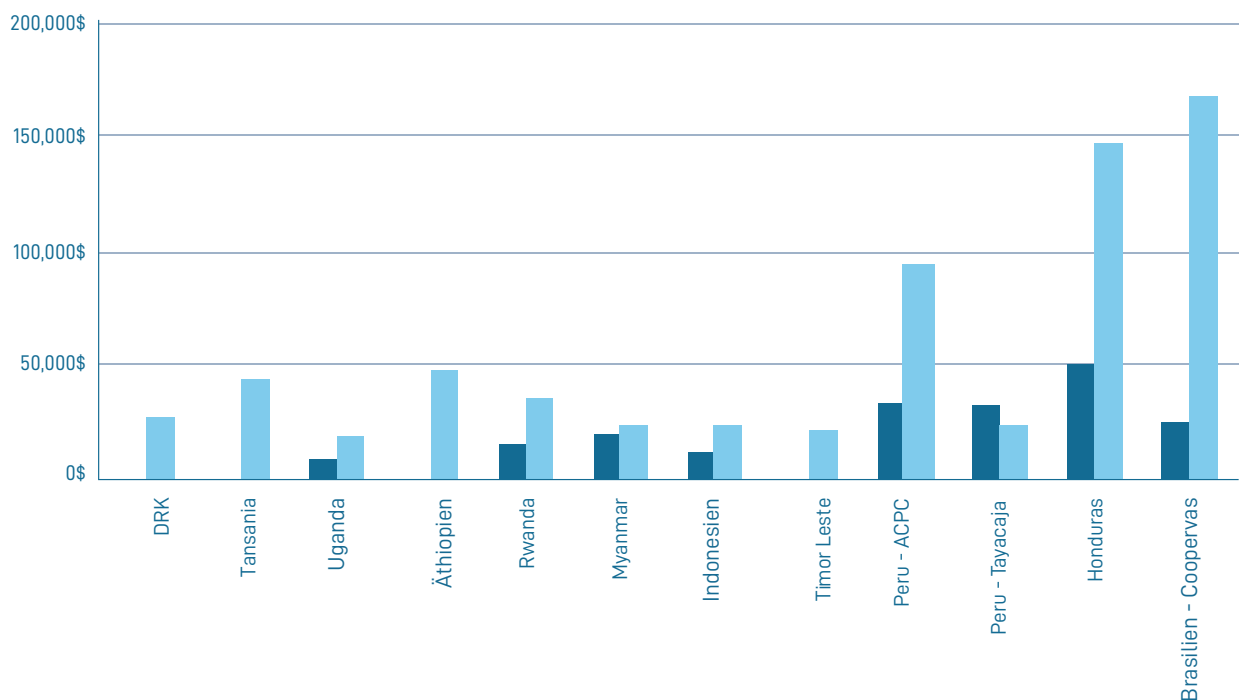
9,774



16 Partner aus 15 Regionen

Gesamter Erzeugerpreis* (USD) pro Partner

2020/21
2021/22



Herkunfts- land	Partnername	Partner seit	2020/21 Volumen (kg)	2021/22 Volumen (kg)	Erzeugerpreis 2020 (USD/kg)	Erzeugerpreis* 2021 (USD/kg)	Aktueller FOB- Preis**	Anzahl an Bauern 2021
DRK	Rebuild Womens Hope	2021		8,640		3,04	5,84	1,499
Tansania	Cafe Business Consult (CBC)	2020		9,600		4,47	5,29	9
Uganda	Zombo Coffee Partners (ZCP)	2020	2,580	4,800	3,10	3,79	5,73	250
Äthiopien	Kata Muduga Union	2021		10,200		4,69	6,17	53
Rwanda	Baho coffee	2020	3,600	6,600	4,34	5,23	7,25	856
Myanmar	Indigo Mountain	2020	3,600	4,860	5,56	4,54	6,61	51
Indonesien	ASNIKOM	2019	2,880	6,000	3,93	3,93	5,44	24
Timor Leste	Raw Material Timor Leste	2021		7,020		2,99	5,00	6,900
Peru-ACPC	ACPC	2019	9,108	18,975	3,75	4,96	6,42	25
Peru- Tayacaja	Tayacaja Community	2019	9,798	6,900	3,28	5,07	6,53	13
Honduras	Cafesmo	2021	16,146	28,635	3,17	5,14	6,83	27
Brasilien - Coopervass	Coopervass	2020	7,800	38,760	3,22	4,34	5,40	67
Brasilien - Capricornio	Capricornio	2019	19,200		3,02		3,25	20
Kolumbien	Azhar Colombia	2021	5,175			4,51	6,57	2
Indien	SICC	2020	3,600		3,79		4,17	1
Guatemala	ASIAST	2021	4,140			4,67	6,25	30

 = eingestellte Partnerschaft

* Erzeugerpreis = Preis, den der Landwirt für seinen Kaffee (ungeschält oder Kirschen) erhält. Die angegebenen Preise spiegeln den Preis wider, der pro Kilo Rohkaffee gezahlt wurde

** FOB (Free-on-board) Preis = Dies entspricht dem Preis, der bei der Lieferung im Ursprungshafen gezahlt wird. Er spiegelt alle Landkosten und Risiken wider, die mit dem Kaffee bis zum Lieferort verbunden sind.