



© HELVETAS / Patrick Rohr

# DIE WELT DES KAFFEES ENTDECKEN

EIN UNTERRICHTSMATERIAL FÜR DIE OBERSTUFE



**HELVETAS**

Handeln für eine bessere Welt

## Idee

Das vorliegende Unterrichtsdossier für die Oberstufe zum Thema Kaffee entstand nach einer Projektreise der Helvetas Schulverantwortlichen Anna van der Ploeg (Deutschschweiz) und Eugénie Deriaz (Romandie) nach Nepal im November 2016. Der Fokus liegt auf der Perspektive und der Arbeit der Kaffeeproduzentinnen und -produzenten in Nepal.

Lehrpersonen können es eigenständig mit der Klasse bearbeiten oder kombiniert mit einem Schulbesuch der Schulverantwortlichen von Helvetas verwenden (Kontakt unten).

## Ziele

Im Sinne des Globalen Lernens und der Bildung für Nachhaltige Entwicklung beschäftigen sich Schülerinnen und Schüler mit anderen Lebensrealitäten. Sie setzen diese oft fremde Lebensrealität in Bezug zu ihrer eigenen.

Mit den Arbeitsblättern wird eine thematische Vertiefung ermöglicht: Diese fördert sowohl das selbständige Arbeiten (Recherche) wie auch kooperatives Lernen.

Die Schülerinnen und Schüler werden angehalten genau hinzuschauen, zu entdecken, Vermutungen zu äussern, die Perspektive zu wechseln und selber aktiv zu werden (Handlungsoptionen).

## Inhalt

Im Dossier enthalten sind:

- eine Seite für die Lehrperson mit
  - Hintergrundinformationen zu Land und Thema
  - Hinweisen auf das Engagement von Helvetas
  - Tipps und Links zur Vertiefung
- kopierbare Arbeitsblätter für Schülerinnen und Schüler
- Tipps für Handlungsoptionen und Aktivitäten im Klassenzimmer und ausserhalb

## Helvetas

HELVETAS wurde 1955 als erste private Schweizer Entwicklungsorganisation gegründet. 2011 entstand aus dem Zusammenschluss mit Intercooperation die Organisation HELVETAS Swiss Intercooperation. Als politisch und konfessionell neutraler Verein wird HELVETAS Swiss Intercooperation von rund 100 000 Gönnerinnen und Gönnern getragen. 1600 Mitarbeitende engagieren sich weltweit in 29 Partnerländern in Afrika, Asien, Lateinamerika und Osteuropa. Aktuelle Informationen zu den Projekten von HELVETAS Swiss Intercooperation erhalten Sie online unter [www.helvetas.ch](http://www.helvetas.ch) oder telefonisch unter 044 368 65 00 bei unserer Geschäftsstelle.

## Helvetas Schularbeit

Angebote für Schulen ab der Oberstufe in drei Sprachregionen:

- Schulbesuche
- Begleitung von Projekttagen/Projektwochen
- Führungen für Schulklassen an Helvetas Ausstellungen
- Unterrichtsmaterial für Lehrpersonen

## Kontakte

### Deutsche Schweiz:

Anna van der Ploeg, Geschäftsstelle Zürich  
Anna.vanderPloeg@helvetas.org; Tel. 044 368 65 29

### Französische Schweiz:

Eugénie Deriaz, Regionalbüro Châtelaine  
Eugénie.Deriaz@helvetas.org; Tel. 021 804 58 11

### Italienische Schweiz:

Isabella Medici, Sekretariat Balerna  
Isabella.Medici@helvetas.org; Tel. 091 820 09 03

## HELVETAS FAIRSHOP

[www.fairshop.helvetas.ch](http://www.fairshop.helvetas.ch)

Tel. 044 368 65 00

<b>Hintergrund</b>	S. 4
<b>Arbeitsblätter</b> Perspektivenwechsel	S. 5
<b>Arbeitsblätter</b> Produktion und Wertschöpfung	S. 8
<b>Handlungsoptionen</b>	S. 10
<b>Lösungen</b>	S. 12

## Hintergrund

Kaffee ist eines der meist getrunkenen Getränke und nach Rohöl der meist gehandelte Rohstoff der Welt. Die immergrüne Kaffeepflanze (*Coffea*) wächst rund um den Erdball und wird in über 70 Ländern angebaut, hauptsächlich in Lateinamerika, Südostasien und Afrika. Es gibt zwei Hauptsorten: Arabica und Robusta, wobei Arabica ca. 60 % der weltweiten Produktion ausmacht. 80 % des Kaffees wird von 25 Millionen Kleinbauernfamilien produziert, die weniger als 10 Hektaren Land besitzen und häufig mit den Einnahmen kaum ihre Produktionskosten decken können. Von Bedeutung ist Kaffee auch für den globalen Arbeitsmarkt. Weltweit sind mehrere Millionen Menschen in den Bereichen Anbau, Verarbeitung, Transport, Verkauf und Marketing beschäftigt. Gehandelt wird Kaffee an den Börsen von London und New York.

In Nepal wurde Kaffee – die Sorte Arabica – bereits in den späten 1930er-Jahren im Gulmi Distrikt eingeführt. Die ideale Anbauhöhe liegt zwischen 800 und 1600 Meter ü. M., und so sind die mittleren Hügelregionen in Nepal sehr geeignete Anbaugelände. Die hochwertige Pflanze diente zuerst dem Schutz gegen Bodenerosion, wurde aber bald zunehmend kommerziell genutzt. Um das Potenzial von Kaffee noch besser zu fördern, wurde 2003 das Coffee Promotion Project gestartet und 2007 durch die Zusammenarbeit des National Tea and Coffee Development Board und der Entwicklungsorganisation Helvetas zum Coffee Promotion Programme (CoPP) entwickelt. Im Fokus des Projekts stehen der Aufbau von Kooperativen (Foto S. 5) und die Förderung des biologischen Anbaus sowie des fairen Handels. Und es werden sowohl internationale als auch nationale Absatzmärkte erschlossen. Ein hochwertiges Nischenprodukt bietet so ein sicheres Einkommen für mehrere Tausend nepalesische Kleinbauernfamilien.

Quellen: Manfred Putz und Silke Orth: Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neuried: CARE-LINE Verlag GmbH 2007.  
[https://assets.helvetas.org/downloads/coffee\\_database\\_in\\_nepal\\_2014.pdf](https://assets.helvetas.org/downloads/coffee_database_in_nepal_2014.pdf)  
<https://www.maxhavelaar.ch/produkte/produktkategorien/kaffee.html>  
[www.handelsblatt.com/finanzen/maerkte/anlegerakademie/weiche-rohstoffe-koffein-fuers-depot-seite-3/2900292-3.html](http://www.handelsblatt.com/finanzen/maerkte/anlegerakademie/weiche-rohstoffe-koffein-fuers-depot-seite-3/2900292-3.html)

## Karte

<https://www.weltkarte.com/asien/nepal/online-karte-nepal.htm>  
[www.fairunterwegs.org/laenderinfos/nepal](http://www.fairunterwegs.org/laenderinfos/nepal)

## Helvetas in Nepal

Nepal war 1956 das erste Partnerland von Helvetas. Für die Entwicklungszusammenarbeit war der Himalayastaat ein wichtiges Lernfeld. Aus den bescheidenen Anfängen in Milch- und Berglandwirtschaft entwickelte sich ein äusserst vielseitiges Landesprogramm. Das Coffee Promotion Programme (CoPP) ist ein Teil davon.

Nach den schweren Erdbeben im April 2015 begann Helvetas mit dem Wiederaufbau von zerstörten Verarbeitungsanlagen und Bewässerungssystemen für 50 Kaffee-Kooperativen, damit diese ihre wirtschaftliche Grundlage wiederherstellen können. Mehr zur Projektarbeit:

[https://www.helvetas.ch/de/was\\_wir\\_tun/projektlander/nepal.cfm](https://www.helvetas.ch/de/was_wir_tun/projektlander/nepal.cfm)

## Tipps & Links

### Für den Unterricht

- Coffee to go. Andreas Gruber. Film auf DVD Fair – unfair: Welthandel, mit didaktischem Begleitmaterial, 25 Min., Österreich 2009. (zu beziehen bei: [www.filmeeinewelt.ch](http://www.filmeeinewelt.ch))
- Manfred Putz und Silke Orth: Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neuried: CARE-LINE Verlag GmbH 2007.
- Bundesministerium für Umwelt und Naturschutz, Naturschutz und Reaktorsicherheit BMU (Hrsg.): Umweltfreundlich konsumieren, PDF, 2013. (zu beziehen bei [www.education21.ch](http://www.education21.ch))
- Besondere Tipps:
  - einen Schulbesuch/Workshop zum Thema Kaffee buchen bei Helvetas. Mehr Informationen hier: [https://www.helvetas.ch/de/was\\_wir\\_tun/schule/schulbesuch/](https://www.helvetas.ch/de/was_wir_tun/schule/schulbesuch/)
  - die Ausstellung «Wir essen die Welt» besuchen (voraussichtlich bis Oktober 2017). Mehr Informationen hier: <http://wir-essen-die-welt.ch>

### Zum Weiterlesen und für die Recherche

- Studienkreis für Tourismus und Entwicklung (Hrsg.): Nepal verstehen. SympathieMagazine Nr.10, 2012.
- Heinrich Eduard Jacob: Kaffee. Die Biografie eines wirtschaftlichen Stoffes. München: oekom Verlag 2006. (zu beziehen bei: [www.education21.ch](http://www.education21.ch))
- Andreina Thoma und Sedrik Eichkorn: Kleine Kaffeeröstereien im Trend. [www.srf.ch/news/wirtschaft/kleine-kaffeeruestereien-im-trend](http://www.srf.ch/news/wirtschaft/kleine-kaffeeruestereien-im-trend) (19.12.2016)
- Kaffeewissen. [www.schwarzenbach.ch/home/kaffeewissen](http://www.schwarzenbach.ch/home/kaffeewissen) (19.12.2016)
- Die Wertschöpfungskette des Kaffees in der Schweiz. [www.freshcoffee.ch/media/Caf\\_Bistro\\_GzD\\_FreshCoffee.pdf](http://www.freshcoffee.ch/media/Caf_Bistro_GzD_FreshCoffee.pdf) (19.12.2016)
- Kaffeeanbau. <https://www.hensler-kaffee.de/kaffeeanbau> (19.12.2016)
- Fairtrade Kaffee. Kleine Bohne, grosse Wirkung. <https://www.maxhavelaar.ch/produkte/produktkategorien/kaffee.html> (19.12.2016)
- Swiss Fair Trade. [www.swissfairtrade.ch/fairer-handel/was-ist-fairer-handel](http://www.swissfairtrade.ch/fairer-handel/was-ist-fairer-handel) (19.12.2016)
- Peter Carstens: Fairtrade: Fair kommt an. [www.geo.de/natur/nachhaltigkeit/4286-rtkl-fairtrade-fairtrade-fair-kommt](http://www.geo.de/natur/nachhaltigkeit/4286-rtkl-fairtrade-fairtrade-fair-kommt) (19.12.2016)
- All about coffee: 10 steps from seed to cup. Englisch. [www.ncausa.org/About-Coffee/10-Steps-from-Seed-to-Cup](http://www.ncausa.org/About-Coffee/10-Steps-from-Seed-to-Cup) (19.12.2016)



© HELVETAS / Narendra Shrestha

### AUFTRAG 1

Betrachtet das Bild zu zweit. Antwortet auf die Fragen und tauscht eure Antworten später in einem Klassengespräch aus.

- Was erkennt ihr alles auf dem Bild? Äussert euch auch zu den Farben.
- Beschreibt die Frauen genau: Gesichter, Ausdruck, Körperhaltung, Kleidung.
- Welche Stimmung geht von dem Bild aus?
- Stellt Vermutungen an: Was liegt ausgebreitet am Boden? Wozu? Was haben die Frauen damit zu tun?
- Wo könnte das Bild entstanden sein?

### AUFTRAG 2

Lest den folgenden Text in der Klasse und fasst anschliessend das Wichtigste kurz zusammen.

## Nachhaltiger Kaffeeanbau und Entwicklungszusammenarbeit – Chancen und Herausforderungen

Nachhaltig\* angebaute Kaffeebohnen machen bisher nur einen sehr kleinen Teil der weltweiten Kaffee-Ernte aus. Dieser Anteil nimmt aber zu und kann – wie nachfolgend aufgezeigt wird – das Leben der Kaffeebäuerinnen und Kaffeebauern positiv verändern.

Das grosse Geschäft machen nicht die kleinen Produzenten am Anfang der Wertschöpfungskette. Mit den geringen Einnahmen können sie häufig kaum ihren Lebensunterhalt bestreiten oder die Produktionskosten decken. Dass für Kaffee trotzdem ein hoher Preis bezahlt wird, dafür sind vor allem die Zwischenhändler verantwortlich. Die eigentliche Wertsteigerung des Kaffees beginnt mit der Röstung, die häufig nicht im Ursprungsland, sondern im Konsumland stattfindet. Die meisten Kaffeekooperativen sind zu klein, um die teure Infrastruktur für die Röstung anzuschaffen. Zudem ist Kaffee ein Frischprodukt, das bereits geröstet schnell das Aroma verliert. Eine entsprechende Verpackung und Lagerung ist ebenfalls schwierig in den meisten Anbauländern. Durch biologischen Anbau und die Förderung der Biodiversität, faire und transparente Preise, den Aufbau von Kooperativen und verbesserten Zugang zum Weltmarkt wird aber versucht, der schwierigen wirtschaftlichen Lage der Kaffeebauern Rechnung zu tragen. Viele Kaffeehersteller haben begonnen, ihre Abnahmemengen von nachhaltig angebautem und fair gehandeltem Kaffee zu steigern.

Ein Beispiel aus Nepal soll veranschaulichen, wie nachhaltige Kaffeeproduktion und Entwicklungszusammenarbeit funktioniert. Im Weltmarkt des Kaffees hat Nepal einen minimalen Anteil und erscheint jeweils nicht in den Statistiken. Im Folgenden wird aber aufgezeigt, welchen direkten positiven Einfluss das Programm CoPP (Coffee Promotion Programme) im Distrikt Lalitpur auf das Leben der Kaffeeproduzenten hat. In Zusammenarbeit mit dem National Tea and Coffee Development Board unterstützt die Entwicklungsorganisation Helvetas Swiss Intercooperation Nepal im Rahmen dieses Programms die Kaffeebauern und -bäuerinnen im Aufbau von Kooperativen, mit landwirtschaftlicher Beratung und bei der Erschliessung internationaler Absatzmärkte (der Kaffee «Lalitpur» wird in der Schweiz unter anderem im HELVETAS FAIRSHOP verkauft).

Die Kooperative Durlung Jaibik im Distrikt Lalitpur in Nepal, eine von acht Kooperativen im ganzen Distrikt, besteht aus 43 Mitgliedern, mit zunehmend mehr Frauen. Eine davon ist Deepa Ghimire (Interview S. 6–7). Die einzelnen Mitglieder der Kooperative besitzen jeweils etwa 300–500 Kaffeepflanzen auf einem oder zwei Stück Land. Einige Bauern produzieren je nach Grösse ihres Landstücks zwischen 300 Kilo und 1000 Kilo Kaffee pro Jahr. Insgesamt produzieren die Mitglieder der Kooperative ca. 20 000 Kilo Kaffee pro Jahr (das Gewicht in Kilo bezieht sich auf die frischen Kaffeekirschen; für 1 Kilo Rohkaffee – auch grüne Bohnen genannt – benötigt man 5 Kilo Kaffeekirschen).

\*Der grösste Teil von Kaffee wird konventionell angebaut. Das heisst es werden keine Anforderungen an den Schutz der Umwelt oder die Arbeitsbedingungen für die Produzentinnen gestellt und es gibt keine Kriterien für die faire Preisgestaltung und den Handel. Diese Bereiche sind Teil einer nachhaltigen Produktion.

## AUFTRAG 3

Lest das Interview mit der Kaffeebäuerin Deepa Ghimire laut zu zweit und anschliessend individuell die Ergänzungen des Programmleiters Bhola Shrestha. Macht dann individuell Notizen zu den Fragen 1–4 und bespricht diese in der Klasse.

1. Welche Vorteile bringt der Kaffeeanbau Deepa und ihrer Familie?
2. Mit welchen Herausforderungen haben sie zu tun?
3. Welche Rollen spielen Bhola Shrestha und Helvetas?
4. Wichtige Elemente des Projekts sind die Kooperativen, der biologische Anbau, faire Preise und stabile direkte Handelsbeziehungen. Gib dazu konkrete Beispiele aus dem Interview und den Ergänzungen und erkläre diese.



Deepa Ghimire (36) ist verheiratet mit Janak Ghimire (38) und hat zwei Kinder: Tochter Anupa (14), Sohn Anup (10)

### Deepa, bitte stell dich und deine Familie kurz vor.

Ich bin Deepa Ghimire, bin 36 Jahre alt und seit 16 Jahren mit meinem Mann Janak verheiratet. Wir haben zwei Kinder: unsere Tochter Anupa ist 14 und unser Sohn Anup ist 10.

### Wohnen noch mehr Familienmitglieder bei euch?

Ja, mein Schwiegervater Keshab Prasad (62). Er war es, der 1982 mit dem Anbau von Kaffee angefangen hat.

### Und ihr habt dann übernommen?

Ja, vor sieben Jahren sind mein Mann und ich aus dem Elternhaus ausgezogen und haben auf dem geerbten Landstück – eigentlich sind es zwei – mit dem Kaffeeanbau weitergemacht. Zwei Stück Land haben den Vorteil, dass wir abwechselungsweise anpflanzen können, und mal ist die Ernte auf dem einen Stück besser und mal auf dem anderen. Daneben bauen wir auch noch Mais und Hirse zum Essen an. Und Bananenstauden. Diese geben dem Kaffee den nötigen Schatten.

### Warum Schatten?

Wir bauen hier die Sorte Arabica an und die braucht Schatten, sonst geht sie kaputt. Bananen sind gut, denn die können wir auch noch essen.

### Und wie viele Kaffeepflanzen habt ihr?

500 Stück.

### Und das reicht?

Ja, wir ernten etwa 300 Kilo Kaffeekirschen pro Jahr und verdienen damit 40 000 NPR allein mit dem Kaffee. (Anmerkung:

NPR = Nepalesische Rupien, das Durchschnittseinkommen beträgt in Nepal etwa 70 000 NPR pro Jahr)

### Und was macht ihr damit?

Zuerst haben wir ein neues Haus gebaut – es ist noch nicht ganz fertig, aber das schaffen wir noch. Das alte Haus wurde beim Erbeben letztes Jahr stark beschädigt und kann nicht bewohnt werden. Dann können wir uns nun mehr Reis zum Essen und verschiedene Dinge für den Haushalt kaufen. Vorher, als wir nur Hirse und Mais anpflanzten, reichte es kaum, um Essen und zusätzliche Dinge zu kaufen. (Anmerkung: Das neue Haus sieht man auf dem Foto unten hinter dem Plakat, das alte rechts daneben.)

### Könnt ihr euch sonst noch etwas leisten, das vorher nicht möglich war?

Ja, wir können mehr in die Schulbildung unserer Kinder investieren. Das ist wichtig!

### Was möchten denn die Kinder einmal machen? Haben sie schon Ideen für einen Beruf?

Ja, Anupa möchte nach der Schule hier in Thuladurlung – das ist in zwei Jahren – nach Kathmandu, um Krankenschwester zu werden. Anup möchte einmal Ingenieur werden. Vielleicht wird er sogar nach Amerika oder Australien gehen, um zu studieren. Wir wissen natürlich nicht, ob wir uns das dann leisten können, aber träumen kann man ja ...

### Mit 16 würde Anupa alleine in Kathmandu sein? Das ist einige Autostunden von hier entfernt.

Ja, wir würden sie nicht mehr so oft sehen. Wir haben ja kein Auto und müssten zu Fuss gehen und mit einem Bus fahren. Aber Anupa könnte in Kathmandu bei Verwandten oder im Internat der Krankenschwesternschule wohnen.

### Nochmals zurück zum Kaffee: Was genau macht ihr selber und wer macht was in der Familie?

Wir ziehen den Kaffee mit Saatgut an, das wir von Helvetas bekommen haben. Die Jungpflänzchen pflanzen wir ins Feld neben Schattenpflanzen (zum Beispiel Bananen). Wir pflegen die Pflanzen bis zur Ernte. Dabei helfen mein Mann und ich einander. In der Hochsaison ab Ende November brauchen wir noch zusätzlich Leute, die mitarbeiten. Das ist nicht immer einfach.

### Warum?

Weil es nur ein saisonaler Job ist und weil viele junge Männer, die hier in Nepal keine Arbeit finden, auf Jobsuche nach Indien oder in die Golfstaaten abwandern und uns dann hier fehlen. Wir können unsere Produktion auch deshalb nicht gross steigern.



Von links: Anup, Janak, Deepa und Anupa

**Und wie läuft die Zusammenarbeit mit Helvetas?**

Helvetas hat uns zu Beginn das Saatgut zur Verfügung gestellt und berät uns mit Landwirtschaftsexperten, zum Beispiel bei der Bekämpfung von Schädlingen oder dem Kaffeeros (Pilzkrankheit). Wir bauen biologisch an – haben es ursprünglich auch nie anders gemacht – und da muss man die Schädlinge gut in Schach halten. Zudem hilft uns Helvetas beim Aufbau von Kooperativen. In unserer Familie bin ich das Mitglied der Kooperative. Wir sind etwa zwölf Frauen und es werden immer mehr. Das hängt häufig von den Männern ab, also ob ein Mann will, dass seine Frau statt ihm Mitglied ist (lacht).

**Trinkt ihr eigentlich selber Kaffee? In Nepal ist doch Tee üblich.**

Janak mag Kaffee nicht, aber ich schon. Ich lasse dann manchmal einige Kaffeebohnen von der Kooperative rösten und mahlen und mache mir Kaffee. (Anmerkung: Deepa bereitet uns anschliessend einen köstlichen Lalitpur-Kaffee zu, indem sie auf einem Gasherd Wasser und Milch mit dem gemahlene Kaffee aufkocht und ihn dann durch ein Sieb abgiesst.)

**Zum Schluss noch: Seid ihr zufrieden mit eurem Leben?**

Ja, wir sind zufrieden, denn es ist gut so.

*Ihr Schwiegervater Keshab kommt dazu und ergänzt:* Was man verbessern könnte, wäre die Wasserversorgung. Man könnte mehr Leitungen von den Wasserquellen in den Bergen zu uns bauen. In der Trockenzeit haben wir zu wenig Wasser für den Anbau des Kaffees.

**Danke für diese Idee und für das nette und ausführliche Gespräch!**

Anmerkung: Das Interview wurde am 16. November 2016 durchgeführt von Anna van der Ploeg, zuständig für Schul- und Sensibilisierungsarbeit bei Helvetas Swiss Intercooperation. Interviewsprachen: Englisch und Nepali. Zuständig für die Übersetzung: Bhola Kumar Shrestha



Bhola Kumar Shrestha, Leiter des Coffee Promotion Programme (CoPP), Lalitpur, Kathmandu, Nepal.

Im Anschluss an das Interview fand ein Gespräch statt mit dem Leiter des Programms, Bhola Kumar Shrestha. Er hat Folgendes ergänzt und präzisiert:

**Zur Funktion der Kooperative und zu den Kaffeepreisen:**

Wir wollen die Kooperativen stärken, damit sie sich gegenüber den grossen Kaffeeproduzenten im Privatsektor behaupten können. Als Kooperative sind sie auch stärker gegenüber Zwischenhändlern oder können sie sogar teilweise umgehen. Und die Kleinbauern und -bäuerinnen lernen gemeinsam, demokratisch Entscheide zu treffen, zum Beispiel wie sie die

Fairtrade-Prämie einsetzen wollen. Die Kassiererin ist meistens eine Frau und der Anteil Frauen in Entscheidungsgremien sollte 33 % sein. Die Kooperative Durlung Jaibik ist noch nicht so weit, aber auf dem Weg dazu. Das sind kulturelle Veränderungen, die brauchen Zeit. Die Frauenquote ist eine der Bedingungen, die die Fairtrade-Organisation GEPA in Deutschland stellt. Sie kauft den Kaffee direkt von uns und garantiert stabile und langfristige Handelsbeziehungen. Aktuell (2016) zahlen sie 8 US-Dollar pro Kilo Rohkaffee. Er ist bio-zertifiziert im Anbau, und wird auch noch für den Fairtrade zertifiziert. Für den Kaffeebauern heisst das konkret: Anstatt 75 NPR pro Kilo erhält jeder 97 NPR pro Kilo als Minimumpreis plus 3 NPR pro Kilo als Fairtrade-Prämie. Diese geht an die Kooperative, die gemeinsam entscheidet, wofür sie die Prämie einsetzen will, damit alle davon profitieren.

**Zur landwirtschaftlichen Beratung durch Helvetas (lokale Experten wie Bhola Shrestha selber):**

Wir beraten die Kleinbauernfamilien auch im landwirtschaftlichen Bereich: Ich komme zum Beispiel regelmässig vorbei und erinnere sie daran, dass sie die vom Kaffeeros befallenen Kaffeepflanzen behandeln müssen – mit biologischen Methoden natürlich. Zudem forschen wir nach resistenten Kaffeepflanzen. Biologisch und nachhaltig anbauen heisst auch, nicht nur Kaffee, sondern eine Mischkultur mit Bananestauden anzupflanzen. Bananen bieten den wichtigen Schatten für die sensible Arabica-Kaffeepflanze und bereichern den Speisezettel der Leute. Und Unkraut wird nicht ganz entfernt, sondern dient dazu, den Boden feucht zu halten.

**Zum Kaffeekonsum in Nepal sowie Import und Export von Kaffee:**

Vor allem bei jungen Leuten zwischen 25 und 30 nimmt der Kaffeekonsum zu. Da sich leider aber die meisten unseren qualitativ hochwertigen und deshalb teuren Bio-Kaffee nicht leisten können, trinken sie den billigeren, importierten Nescafé. Das ist eigentlich absurd, aber eine Realität. Einige können sich die sogenannte Qualität B leisten – das sind die Bohnen aus unserer Produktion, die für Nepal bestimmt sind. Die Qualität A wird exportiert und bringt dafür unserer Wirtschaft etwas.

**AUFTRAG 4**

Überlegt: Was bewegt und/oder erstaunt euch persönlich besonders? Fasst die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und tauscht euch darüber in der Klasse aus.

Für mehr Informationen oder zusätzliche Recherche findest du hier einige Links (Stand 19.12.2016):

- Kaffeeros: <https://de.wikipedia.org/wiki/Kaffeeros>
- Fair Trade Schweiz: [www.swissfairtrade.ch/fairer-handel/was-ist-fairer-handel/](http://www.swissfairtrade.ch/fairer-handel/was-ist-fairer-handel/)
- GEPA: <https://www.youtube.com/watch?v=IRT9nfceqls>
- Max Havelaar: <https://www.maxhavelaar.ch/was-ist-fairtrade.html> und <https://www.youtube.com/watch?v=qBhqteDqdHw>
- Fairer Kaffee: [www.nachhaltigleben.ch/11-vorbilder/66-fair-trade-produkte-kaffee](http://www.nachhaltigleben.ch/11-vorbilder/66-fair-trade-produkte-kaffee)
- Kaffeepreis: <https://www.bruehl-stiftung.de/2012/05/27/wie-sich-der-preis-ihres-kaffees-zusammensetzt/>

## Kaffee: Von rot bis grün bis braun

Die Wertschöpfungskette vom Rohprodukt, das heisst von der Kaffeekirsche und der grünen Bohne bis zum fertigen Röstkaffee, ist in verschiedene Arbeitsschritte aufgeteilt und es sind viele Leute daran beteiligt: von den Kaffeeproduzentinnen und -produzenten bis zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Kaffeebäuerinnen und -bauern pflanzen, pflücken und verarbeiten Kaffee in aufwendiger Handarbeit auf Kleinfarmen in Südamerika, Afrika und Südostasien. In Nepal zum Beispiel gibt es im Distrikt Lalitpur acht Kooperativen, deren Mitglieder in den Hügeln südlich von Kathmandu auf 800 bis 1600 Meter ü. M. einen hochwertigen biologischen Kaffee anpflanzen. Eine kleine Menge konsumieren und verkaufen sie in Nepal, aber den Hauptanteil bereiten sie für den Export vor.

Nachfolgend wird zuerst gezeigt, welche Arbeitsschritte im Anbaugebiet stattfinden (Auftrag 6), danach werden die weiteren Prozesse in der Wertschöpfungskette erklärt, die in der Regel in den Konsumländern ablaufen (Auftrag 7).

### AUFTRAG 5

- Sucht nach einer Definition für den Begriff «Wertschöpfungskette».
- Schaut euch dann zu zweit die Fotos unten (in A4-Format im Anhang) aus Nepal an, ordnet ihnen die folgenden sieben Arbeitsschritte zu und erstellt eine sinnvolle Reihenfolge (Fotos und Arbeitsschritte entsprechend mit 1–7 nummerieren).
- Lest unten den Hinweis. Um welche Variante der Aufbereitung handelt es sich hier in Lalitpur in Nepal?



- Sonnetrocknung (wird zu Pergamentkaffee)**  
  **Ernte der reifen Kaffeekirschen**  
  **maschinelles Sortieren**  
 **Handlese (Qualitätskontrolle)**  
  **Entfernung des Pergamenthäutchens (wird zu grünem Kaffee)**  
  **Waschen der Kaffeekirschen**  
  **Entfernung der roten Fruchtschale**

### Hinweis

Es gibt zwei Arten, den Kern (= Kaffeebohne) vom Fruchtfleisch der Kaffeekirsche zu trennen. Die gewählte Methode hat Einfluss auf die Qualität und damit auf den Preis des fertigen Produkts. Welche Methode gewählt wird, ist von der Kaffeesorste (Arabica oder Robusta), der Tradition und den Möglichkeiten des Anbaugebietes anhängig.

Quellen: Manfred Putz und Silke Orth: Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neuried: CARE-LINE Verlag GmbH 2007. Und: [www.schwarzenbach.ch/home/kaffeewissen](http://www.schwarzenbach.ch/home/kaffeewissen)

**1. Trockene Aufbereitung** (ungewaschener Kaffee): Die kostengünstigere Methode kommt vor allem bei der Sorte Robusta zur Anwendung. Die geernteten Kaffeekirschen werden in der Sonne auf Steinböden oder Matten ausgebreitet und in regelmässigen Abständen durchgeharkt, um eine vorzeitige Gärung zu verhindern. Nach etwa vier Wochen Trockenzeit wird die Schale brüchig und kann vom Kern getrennt werden.

**2. Nasse Aufbereitung** (gewaschener Kaffee): Das wesentlich schonendere Verfahren ist aufwendiger und damit teurer. Es wird vor allem bei der Sorte Arabica angewandt. Die Kaffeekirschen werden gewaschen und vom Fruchtfleisch getrennt und die Bohnen erst anschliessend sonnetrocknet.



Ist der Lalitpur-Kaffee (Qualität B) für den Konsum in Nepal bestimmt, so wird er auch hier im Verarbeitungszentrum in Chapagaun im Distrikt Lalitpur geröstet und verpackt. Die Fotos unten und rechts veranschaulichen dies:



Der abgepackte Kaffee, links gemahlen, rechts die Bohnen, wie er in Nepal verkauft wird.



Die Röstung dauert 15–20 Minuten. Der Röstgrad muss regelmässig kontrolliert werden.

### AUFTRAG 6

Der Kaffee (grüne Bohnen) für den Export wird in Jutesäcke à 60 Kilo verpackt. Findet heraus, welche Prozesse in der Wertschöpfungskette der Kaffeeproduktion anschliessend folgen. Sie finden häufig nicht mehr im Produktionsland, sondern in den Konsumländern statt. Dort trägt dann die Herstellung und Vermarktung des Endprodukts (Röstkaffee) entscheidend zur Wertsteigerung bei.

Wählt für Auftrag 6 in der Klasse eine der beiden Varianten:

**Variante A:** Gemeinsames Ansehen des Films «Coffee to go» in der Klasse. Die DVD mit Begleitmaterial kann hier gekauft oder gemietet werden: [www.filmeeinewelt.ch](http://www.filmeeinewelt.ch) → Suche mit Titel «Coffee to go»

**Variante B:** Selbständiger Rechercheauftrag im Internet. Suche mit geeigneten Stichworten.

### Hinweis

Der Lalitpur-Kaffee (Qualität A) aus Nepal wird von der Fairtrade-Organisation GEPA in Deutschland importiert und auch verkauft. Von dort gelangt ein Teil in die Schweiz, wo er anschliessend in den Fairtrade-Geschäften von Claro und dem HELVETAS FAIRSHOP verkauft wird. Mehr dazu: <http://fairshop.helvetas.ch/helvetas-nepal-kafee-nepal-lalitpur> und <https://www.claro.ch/de/article/show/1770> (Stand 3.1.2017)

### AUFTRAG 7

Herstellung eines Posters:

- Arbeitet zu zweit und stellt die ganze Wertschöpfungskette (vom Pflücken der Kaffeekirsche bis zum Konsum einer Tasse Kaffee) mit den dazugehörigen Begriffen/Beschreibungen grafisch dar: Was geschieht nacheinander, wo und durch wen?
- Informiert euch im Internet über die übliche Zusammensetzung des Verkaufspreises von Kaffee und stellt ihn auch in einer Grafik dar. Wo gibt es einen grossen Preisanstieg und warum?
- Findet heraus, welchen Einfluss faire Preise für Kaffeebauern auf den Kaffeepreis haben und was dies für die Konsumentinnen und Konsumenten bedeutet. Was stellt ihr fest?
- Stellt eure Poster in der Klasse vor und diskutiert über eure Erkenntnisse.

Nützliche Links für Auftrag 7 b) + c) (Stand 3.1.2017):

- <https://www.bruehl-stiftung.de/2012/05/27/wie-sich-der-preis-ihres-kafees-zusammensetzt/>
- [https://www.procafe.ch/handel\\_konsum\\_nachhaltigkeit/](https://www.procafe.ch/handel_konsum_nachhaltigkeit/)

## Was hat das mit mir zu tun?

In den Teilen «Perspektivenwechsel» und «Produktion und Wertschöpfung» dieses Dossiers haben die Schülerinnen und Schüler (nachfolgend SuS) die Welt des Kaffees und vor allem die Seite der Kaffeeproduzentinnen und -produzenten in den Anbauländern – mit Fokus auf ein Projektbeispiel aus Nepal – näher kennengelernt. Nun geht es darum, einen Bezug zur Welt der Jugendlichen herzustellen und ihnen Handlungsoptionen aufzuzeigen.

Wählen Sie aus den folgenden Vorschlägen oder lassen Sie die Jugendlichen selber Ideen entwickeln!

## Aktivitäten für das Klassenzimmer

### Akteure in der Welt des Kaffees: ein Streitgespräch

Ziel des Streitgesprächs: Die SuS befassen sich mit den Interessen der verschiedenen Akteure in der Kaffeeproduktion und -vermarktung, sie reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten und loten die Möglichkeiten und Grenzen des eigenen Handelns aus.

- Schauen Sie den Film «Coffee to go» in der Klasse an. Die DVD mit Begleitmaterial kann gekauft oder gemietet werden. Link: [www.filmeeinenwelt.ch](http://www.filmeeinenwelt.ch) → Suche mit dem Titel «Coffee to go». Unter Impuls 5 auf Seite 8 des Begleitmaterials finden Sie weitere Anregungen. Das Begleitmaterial finden Sie hier: [www.filmeeinenwelt.ch/deutsch/files/40190.pdf](http://www.filmeeinenwelt.ch/deutsch/files/40190.pdf)
- Vorbereitung des Streitgesprächs: Die Klasse wird in Gruppen eingeteilt, jeder Gruppe wird eine Rolle aus dem Film zugeteilt. Mögliche Rollen: Produzent/-innen, Mitglieder einer Kooperative, Händler/-innen, Vertreter/-innen des Fairen Handels, Verkaufsstellen, Konsument/-innen. Die Gruppen bereiten sich anhand des Films und mit eigenen Ideen auf ihre Rolle vor.
- Nun wird im Plenum das Streitgespräch durchgeführt. Für die Diskussion im Plenum wird vorgängig eine Gesprächsleitung bestimmt.

### Was bedeutet Wertschöpfung? Vom Apfelstrudel und der Nespresso-Kapsel

Die SuS erkennen anhand eines einfachen Beispiels aus der Küche, was mit Wertschöpfung gemeint ist. Sie backen einen Apfelstrudel und informieren sich ergänzend (optional) über den Erfolg der Nespresso-Kapsel.

- Schauen Sie den Film «Coffee to go» in der Klasse an. Die DVD mit Begleitmaterial kann gekauft oder gemietet werden. Link: [www.filmeeinenwelt.ch](http://www.filmeeinenwelt.ch) → Suche mit dem Titel «Coffee to go»
- Folgen Sie den Anweisungen von Impuls 4 auf Seite 6 des Begleitmaterials von «Coffee to go». Das Begleitmaterial finden Sie hier: [www.filmeeinenwelt.ch/deutsch/files/40190.pdf](http://www.filmeeinenwelt.ch/deutsch/files/40190.pdf)

### Kaffee in Zahlen: Wo der Kaffee wächst und wo er konsumiert wird

Die SuS vergleichen Kaffeeanbauländer und Konsumländer. Sie finden heraus, wo wie viel produziert, exportiert, importiert und konsumiert wird und diskutieren die Erkenntnisse. Die SuS suchen im Internet eine leere Weltkarte, zum Beispiel hier: <https://www.weltkarte.com/typo3temp/images/world-map-blank.png> und drucken sie aus (eine Karte zu zweit). Nun recherchieren sie im Internet nach den acht Top-Kaffeeanbaugebieten (nach Exportvolumen pro Jahr) und den acht Top-Konsumländern (Tonnen pro Jahr), notieren die Export- und Konsummengen und färben die Länder auf der Weltkarte ein: die Kaffeeanbauländer rot, die Konsumländer blau.

Folgende Links können dabei nützlich sein (Stand 4.1.2017):

- [www.coffeecircle.com/blog/10-groesste-kafee-anbaue-biete/](http://www.coffeecircle.com/blog/10-groesste-kafee-anbaue-biete/)
- <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/157683/umfrage/laender-nach-kafee-exporten-im-maerz-2010/>
- [https://www.brandeins.de/fileadmin/redaktion/wissen/kaffee\\_in\\_zahlen/Kaffeereport2016.pdf](https://www.brandeins.de/fileadmin/redaktion/wissen/kaffee_in_zahlen/Kaffeereport2016.pdf)
- [www.watson.ch](http://www.watson.ch) → Suche mit dem Titel «Gönnen Sie sich ein paar informative Zutaten zum Kaffee»

In Kleingruppen vergleichen die SuS ihre eingefärbten Weltkarten und ihre Zahlen, tauschen sich darüber aus und halten die wichtigsten Erkenntnisse fest. Ergänzung: Wo steht die Schweiz im Vergleich?

### Kaffeequiz

Die SuS testen ihr Kaffeewissen.

Wählen Sie zwischen den folgenden Varianten (Stand 4.1.17):

- a) Ein Online-Quiz finden Sie hier: [www.srf.ch/news/wirtschaft/quiz-sind-sie-ein-kafee-kenner](http://www.srf.ch/news/wirtschaft/quiz-sind-sie-ein-kafee-kenner)
- b) Ein Print-Kreuzworträtsel finden Sie im folgenden Unterrichtsmaterial: Manfred Putz und Silke Orth: Auf Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees. Neured: CARE-LINE Verlag GmbH 2007, S. 42. → Internetsuche mit dem Titel «Globaleducation + Entdeckungsreise in die Welt des Kaffees»
- c) Optional: Die SuS erarbeiten ihr eigenes Quiz.

### Maturaarbeit (Kantonsschulen) oder Vertiefungs-/Abschlussarbeit (Berufsfachschulen)

Die SuS befassen sich selbständig und vertieft mit einem ausgewählten Thema aus der Welt des Kaffees (oder eines anderen Produkts) im Zusammenhang mit dem Welthandel und nachhaltiger Produktion.

Links zu den Leitfäden für Maturaarbeiten und Vertiefungsarbeiten (eine Zusammenarbeit von Helvetas, Amnesty International und Greenpeace) finden die SuS hier: [https://www.helvetas.ch/de/was\\_wir\\_tun/schule/projektarbeiten/](https://www.helvetas.ch/de/was_wir_tun/schule/projektarbeiten/) und <http://learning-for-the-planet.org/>

**Beispiel 1:** eine Maturaarbeit aus der Kantonsschule Ausserchwyz in Pfäffikon im Fach Bildnerisches Gestalten. Thema: Kaffee und Kakao, 2015. Das Bild unten war ausgestellt im Schaufenster des TeeCafé Schwarzenbach in Zürich.



**Beispiel 2:** eine Maturarbeit aus der Kantonsschule Im Lee in Winterthur von Salome Morf. Thema: Bananen und Kaffee – mit gutem Gewissen geniessbar? Die Entwicklung des fairen Handels in der Schweiz, 2016/2017.

### Aktivitäten ausserhalb des Klassenzimmers

#### Selber aktiv werden mit Helvetas

Mehr Informationen dazu hier: [https://www.helvetas.ch/de/aktiv\\_werden/mitmachaktionen/fairtrade\\_aktion/](https://www.helvetas.ch/de/aktiv_werden/mitmachaktionen/fairtrade_aktion/)

#### Besuch einer Kaffee-Rösterei

Tipp: Jeden Dienstag- und Donnerstagmorgen wird bei der Kolonialwarenhandlung Schwarzenbach an der Münster-gasse 17 in Zürich Kaffee frisch geröstet (3 bis 4 Stunden). Man kann kurz vorbeikommen, zuschauen und Fragen stellen. Es ist keine Anmeldung erforderlich, aber ein vorgängiger Anruf ist zu empfehlen (Tel. +41 44 261 13 15).

Oder: Eine Kaffeerösterei in der eigenen Region suchen und besuchen: <http://kaffeemacher.ch/schweizer-roestereien/>

#### Besuch von Läden und Gastrobetrieben

Gruppenweise in verschiedenen Läden (Grossverteiler, Billig-anbieter, Detailhandel, Weltläden wie etwa Claro, HELVETAS FAIRSHOP, Weltladen Bern) und Gastrobetrieben (Cafés, Restaurants, Restaurantketten) das Angebot erkunden und Verkaufskonzepte sowie Preise vergleichen. Wenn möglich mit dem Filialleiter oder der Betriebsverantwortlichen ins Gespräch kommen und vorbereitete Fragen rund um das Thema Kaffee stellen.

#### Coffee to go oder ... wie magst du den Kaffee?

Magst du Kaffee? Wenn ja: Espresso, Cappuccino, Latte Macchiato oder Filterkaffee? Erkundige dich nach den verschiedenen Arten der Zubereitung von Kaffee und suche Rezepte im Internet oder in Kochbüchern. Probiere das eine oder andere aus! Oder: Du hast bereits eigene Rezepte? Dann tausche und probiere sie mit Freunden oder Klassenkamerad/-innen aus.

Diskutiert zusammen über eure persönlichen Vorlieben und Trends, die ihr in eurem Umfeld und in der Schweiz beobachtet: «Coffee to go» bei Starbucks oder einer anderen Café-Kette, Kaffee aus der Tasse in einem gemütlichen Café, selber Kaffee zubereiten ...?

## Lösungen

### Auftrag 1-4

Individuelle Lösungen

### Auftrag 5

a) Individuelle Lösungen. Mögliche Erklärung: Eine Kette besteht aus einzelnen Gliedern. Ein Produkt entsteht von Anfang bis Ende in einzelnen Schritten. Diese einzelnen Schritte hängen wie Kettenglieder zusammen. Jeder Schritt erhöht den Wert des entstehenden Produkts. Oft sind von der Rohstoffgewinnung bis zum Verkauf an den Konsumenten mehrere Personen und Unternehmen an der Herstellung eines Produkts entlang der Kette beteiligt.

Beispiel: Bäume werden im Wald gefällt, die Stämme werden zu Brettern gesägt, aus den Brettern entstehen Möbel, die Möbel gehen an einen Händler (zum Beispiel IKEA) und gelangen am Schluss zum Konsumenten. (nach: srf myschool)

### b) Beschreibungen der Arbeitsschritte



1



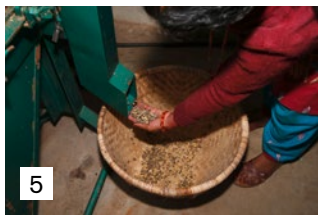
2



3



4



5



6



7

**1. Ernte:** Lalitpur-Kaffee wird von Hand geerntet, damit nur die reifen Kaffeekirschen herausgelesen werden können. Dies ist eine sehr aufwendige Arbeit, die meistens bei der qualitativ hochwertigen Sorte Arabica angewendet wird.

**2. Waschen der Kaffeekirschen:** Bei diesem Vorgang schwimmen die unreifen oder schlechten Kaffeekirschen oben auf und werden aussortiert. Dies wird mehrmals gemacht.

**3. Entfernung der roten Fruchtschale:** Dieser Vorgang geschieht maschinell, wobei die kleine Maschine von Hand

angetrieben wird. Nach der Entfernung der Fruchtschale erkennt man, dass die Kaffeekirsche aus zwei Bohnen besteht. In einem geschlossenen Fermentationstank werden die Bohnen anschliessend während ca. 24–36 Stunden fermentiert, wobei sich die Reste der Fruchtschale aufzulösen beginnen. Die Bohnen sind nun noch von einer Pergamenthaut und einem Silberhäutchen umhüllt.

**4. Sonnentrocknung:** Die Kaffeebohnen werden an der Sonne auf Rosten ausgebreitet und getrocknet. Bei der in Lalitpur angewendeten nassen Aufbereitung dauert dies nur ein paar Tage. Die Pergamenthaut ist nun brüchig.

**5. Entfernung der Pergamenthaut:** Eine Schälmaschine entfernt die Pergamenthaut und möglichst viel des Silberhäutchens (die Reste werden als biologischer Dünger verwendet). Der Kaffee wird nun «grüner Kaffee» genannt. Manchmal werden die Bohnen noch poliert, um Reste des Silberhäutchens zu entfernen. Dies hat jedoch keinen Einfluss auf die Qualität des Kaffees.

**6. Maschinelles Sortieren:** Beim maschinellen Sortieren mit einer Art Sieb werden die Kaffeebohnen nach Grösse sortiert. Der Lalitpur-Kaffee wird hier in Qualität A (für Export) und Qualität B (für Nepal) eingeteilt.

**7. Handlese:** Für die weitere Qualitätskontrolle werden die Bohnen (Qualität A) nochmals aussortiert. Dieser Vorgang geschieht von Hand. Beschädigte oder zu kleine Bohnen werden entfernt.

### c) richtig: nasse Verarbeitung

### Auftrag 6

Eine mögliche Lösung: Abfüllen in Säcke und Export durch den Exporteur\* – Import durch Kaffeegrosshändler\* und Lieferung in die Rösterei – Röstung in der Kaffeerösterei – Verkauf im Detailhandel oder Angebot im Café – Kauf und Konsum durch die Konsumenten.

Preisbestimmung: an der Börse in London und New York.

\*Im fairen Handel: häufig Direktimport durch eine Fairtrade-Organisation.

### Auftrag 7

Individuelle Lösungen

## Herausgeber

HELVETAS Swiss Intercooperation

Weinbergstrasse 22a, 8001 Zürich

Telefon: 044 368 65 00

E-Mail: info@helvetas.org

Texte und Zusammenstellung: Anna van der Ploeg

Grafik und Layout: Susanna Zoppi

Zürich 2017



















**HELVETAS**

Handeln für eine bessere Welt

HELVETAS Swiss Intercooperation

Weinbergstrasse 22a, Postfach, CH-8021 Zürich  
Telefon +41 (0)44 368 65 00, Fax +41 (0)44 368 65 80  
info@helvetas.org, www.helvetas.ch