

Eerlijk duurt het langst

Digiles voor het 4^{de}, 5^{de} en 6^{de} jaar secundair onderwijs

Deel 1

Intro / van bes tot kopje

Uitdaging in koffieland



oxfamwereldwinkels.be



België
partner in ontwikkeling



OXFAM
België

Deel 1 – intro / van bes tot kopje



Schaduwteelt

De koffiestruik groeit van nature in bebost gebied, in de **schaduw van grotere bomen**, en dit in het hele gebied tussen de Keerkringen ten noorden en zuiden van de Evenaar, in de zogenaamde 'coffeebelt' of '**koffiegordel**'.



Bonen van schaduwteelt en bonen op grotere hoogte ontwikkelen zich traag. Daarom leveren ze koffie van **beter kwaliteit**. Bovendien is schaduwteelt **milieuvriendelijker** dan teelt in volle zon. Schaduwbomen zorgen voor een natuurlijke omgeving waarin veel verschillende planten en dieren zich thuis voelen. Bovendien zorgt schaduwteelt voor het behoud van een gezonde bodem, wat je van zonovergoten plantages met uitsluitend koffiestruiken niet kan zeggen. Daar loert de droogte al om de hoek, en is biodiversiteit ver te zoeken.



Exploderende vraag

Per dag worden er wereldwijd 2,5 miljard kopjes koffie uitgeschonken. Wij, Europeanen zijn de stevigste koffiedrinkers. Ook de bewoners van de Verenigde Staten, Canada, Brazilië, Japan, en Ethiopië zijn stevige koffiedrinkers. China, Rusland en India zitten in sterk stijgende lijn.

Verwacht wordt dat die trend aanhoudt en dat de wereldwijde **consumptie in 2050 (meer dan) verdubbeld** zal zijn. De vraag is hoe de productie zal kunnen volgen.

Van bes tot kopje

Kwaliteitskoffie produceren is hard werken. Vanaf de oogst – met de hand – tot in de fase waarbij het zogenoemde perkamentvelletje van elk boontje verwijderd wordt, lukt het alleen met voortdurende strenge controle en selectie. Wist je dat er 50 mensen nodig zijn om 100 hectare koffieveld te onderhouden? Dat terwijl een rijstveld van dezelfde grootte vlotjes door 15 mensen kan onderhouden worden.



Oogst en transport

De koffieboeren, mannen én vrouwen, plukken alleen de dieprode koffiebesen van de koffieplanten. Behalve op grote plantages (bijvoorbeeld in Brazilië of Vietnam), gebeurt dat met de hand. Vaak brengen de boeren de koffie daarna te voet naar het verzamelpunt van de coöperatie. Dat is een organisatie die de boeren verenigt en opkomt voor hun belangen.

Ontpulpen

Dezelfde dag nog worden de besen ontpulpt in zogenaamde wasstations. Eerst vindt een kwaliteitscontrole plaats: de besen gaan in bassins met water, de exemplaren die bovendrijven zijn niet goed en gaan er uit. Daarna wordt het vruchtvlees van de koffiebesen machinaal verwijderd.

Fermenteren en wassen

De koffiebonen fermenteren (dat is gisten) één tot anderhalve dag. Zo komen stoffen vrij die de smaak bevorderen. Daarna worden ze gewassen en op grootte gesorteerd.

Drogen

Gedurende enkele weken liggen de bonen te drogen, beschermd tegen regen en te hevige zon. Gespecialiseerde producenten verwijderen voortdurend slechte bonen, met de hand.

Stalen nemen en proeven

Van alle koffie die op een bepaalde dag geoogst werd, worden stalen gebrand en geproefd. Zo kan de verkoper de kwaliteit bewaken en inschatten hoe de koffie uiteindelijk zal smaken.

Ontvellen

De gedroogde koffie vertrekt naar de fabriek om te ontvellen: het harde 'perkamentvelletje' rond elke boon wordt verwijderd. Zo verkrijg je groene koffie. Deze gaat in jute zakken, klaar voor de export. Ondertussen vertrekt alvast een staal bonen naar de koper.



Transport naar consumerende landen

Met de vrachtwagen reist de koffie naar de haven, waar hij per containerschip naar alle koffieconsumerende landen vertrekt. De haven van Antwerpen is een belangrijke bestemming, met de grootste voorraad arabicakoffie ter wereld. Zodra de koffie aankomt, krijgt de koper opnieuw een staal om de kwaliteit te controleren.



Branden en verpakken

Vanuit de havenmagazijnen vertrekt de koffie naar de koffiebranders en -verpakkers.



Distributie en verkoop

De brander levert de koffie aan de verkoper die de distributie of verdeling doet, vaak naar de eigen winkelketen, of koffiehuisen. Daar koopt of drinkt de klant zijn koffie.

Dit is dus de productieketen van koffie. Het wordt meteen duidelijk dat het grootste deel van het werk in het Globale Zuiden gebeurt. Er zijn naar schatting **20 miljoen kleinschalige koffieboeren in de wereld**, mannen en vrouwen die maximum twee hectare koffievelden ter beschikking hebben. Zij zorgen voor zo'n **70 % van de koffie wereldwijd**. Alle koffievelden in de wereld nemen samen een oppervlakte in gelijk aan 3 keer België.



Eerlijk duurt het langst

Digiles voor het 4^{de}, 5^{de} en 6^{de} jaar secundair onderwijs

Deel 2

internationale

bedrijven

Uitdaging in
koffieland



oxfamwereldwinkels.be



België
partner in ontwikkeling



OXFAM
België

Deel 2 – de internationale bedrijven

Met een wereldwijde omzet van 170 miljard € per jaar is koffie **big business**. Tientallen miljoenen mensen leven ervan, honderden miljoenen drinken het elke dag. Maar terwijl de consumptie ervan blijft stijgen, biedt koffie aan de producerende landen minder troost: ze verdienen **slechts 10 %** van de omzet, terwijl het grootste deel van het werk zoals gezegd in het Globale Zuiden gebeurt. Deze onrechtvaardigheid kent meerdere oorzaken. Een ervan is de macht van de internationale koffiebedrijven. Laten we even naar de spelers in de aanvoerketen kijken, zeg maar de koffieketen. Die ziet er ongeveer zo uit:

- Boeren of producenten
- Lokale en internationale koffiehandelaars
- De verwerkers of branders
- Distributie of supermarkten
- Klant of consument

We beginnen bij de **producenten**. Zoals gezegd zorgen zowat **20 miljoen kleinschalige boeren** uit de de koffieproducerende gebieden voor **70 % van het aanbod** wereldwijd.

De **lokale en internationale koffiehandelaars** vormen de tweede schakel in de keten. Zij sturen hun opkopers naar de boeren. Het zijn bedrijven met namen zoals Neumann Kaffee Gruppe, ECOM of OLAM. Ze zijn weinig bekend omdat het eigenlijk **tussenhandelaars** zijn, die niet rechtstreeks bij de klanten leveren. Zoals in zowat elke sector kopen de grote bedrijven vaak de kleinere op, zodat er op de duur enkele giganten zijn, die **steeds meer macht** naar zich toetrekken. Zo'n **overname** zorgt steeds weer voor een concurrent minder, terwijl het verhandelde volume koffie steeds groter wordt. Momenteel is zowat de **helft van de koffiehandel** wereldwijd in handen van **slechts 5 bedrijven**.

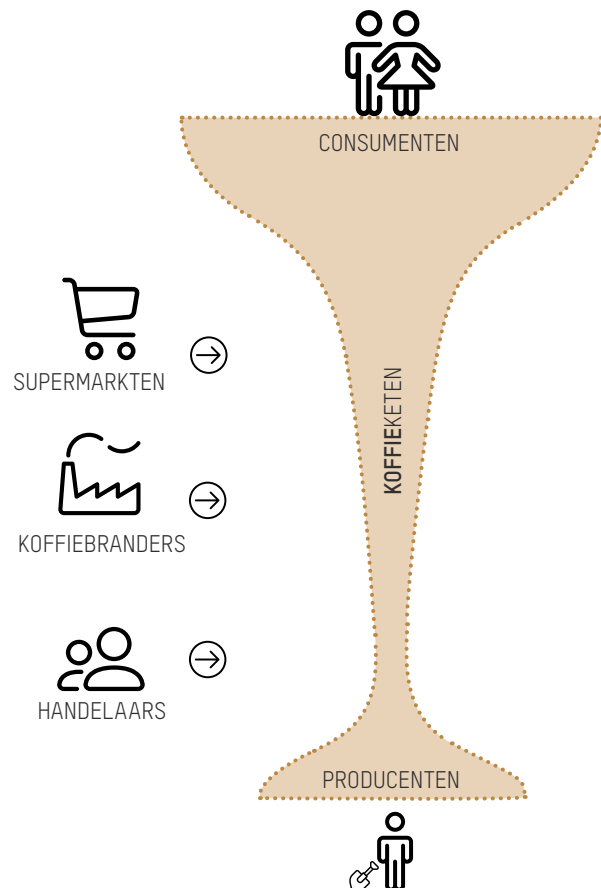
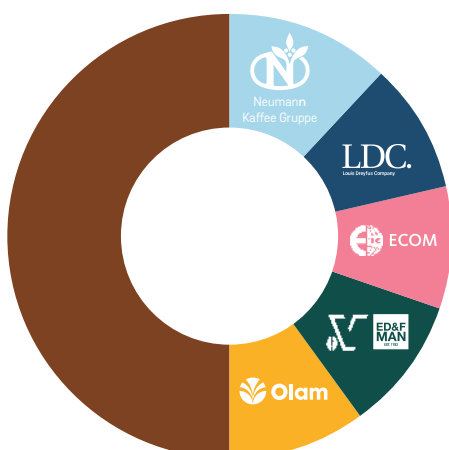
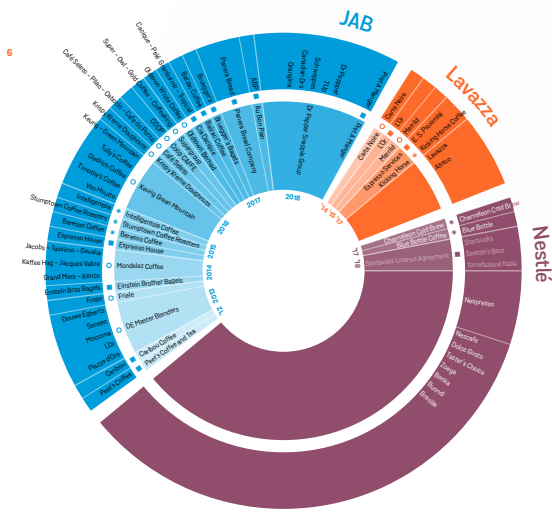


Figure 2. **Top 5 coffee traders**



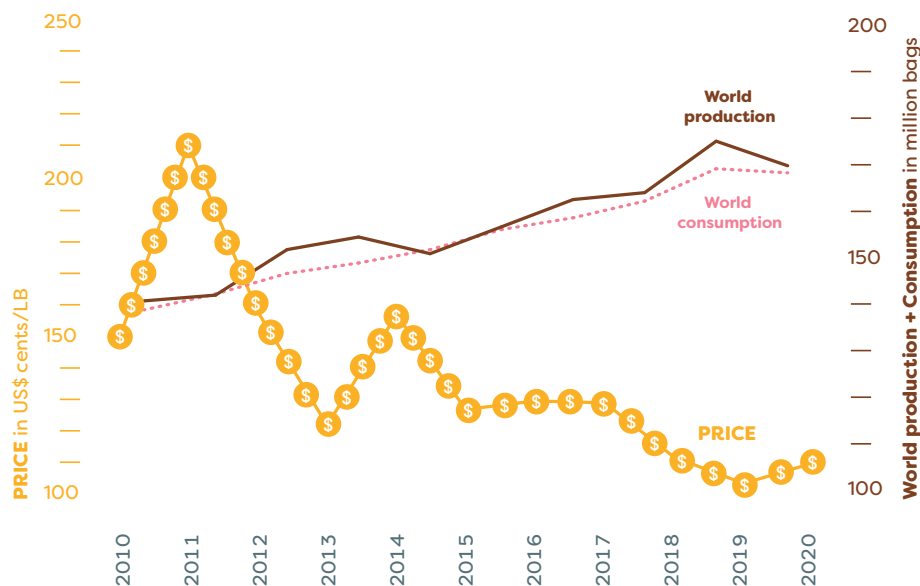


De **verwerkende bedrijven** vormen de derde stap in de keten. Zij branden de koffie. Namen zoals Nestlé, Jacobs Douwe Egberts en Lavazza klinken al wat bekender in de oren.

De vierde stap is uiteraard de verspreiding van de koffie, of **de distributie**. Dat gebeurt via winkels, supermarkten of grote koffiehuizen. Ook hier heb je erg machtige spelers. Denk maar aan onze grote supermarkten, of aan Starbucks. Zo komt de koffie terecht bij jou en bij mij, bij de laatste stap in de keten, de **klant of de consument**.

Om te kunnen concurreren met elkaar gebruiken de grote bedrijven hun macht om de prijzen in hun toeleveringsketens laag te houden, en zo meer winst te maken. Omdat de internationale handelaars met weinig zijn is de kans bijvoorbeeld groot dat er in bepaalde regio's enkel opkopers rondlopen van één welbepaald bedrijf. Zo kan dat bedrijf de boeren haar prijs opleggen, want anders raken die hun bonen niet kwijt. De koffieboeren moeten het met een pover, en vaak extreem laag inkomen stellen.

Figure 4: **Production, consumption, price**



Recent onderzoek in 13 landen geeft aan dat het gemiddelde jaarinkomen van koffieproducenten de laatste jaren dramatisch daalde. Het aantal koffieboeren met een **inkomen onder de extreme armoedegrens steeg** in Kameroen met 44 %, in Nicaragua zelfs met 50 %.

Dit terwijl de productie in dezelfde periode, samen met de vraag naar koffie fel steeg.

Eerlijk duurt het langst

Digiles voor het 4^{de}, 5^{de} en 6^{de} jaar secundair onderwijs

Deel 3 Speculatie

Uitdaging in
koffieland



oxfamwereldwinkels.be

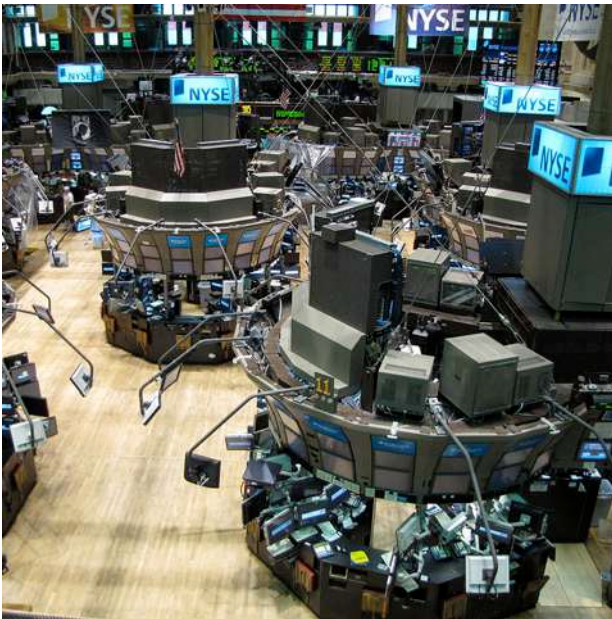


België
partner in ontwikkeling



OXFAM
België

Deel 3 – Speculatie



De handel in koffie omspannt de hele wereld. Logisch dus dat de internationale markt de prijs ervan 'vrij' bepaalt. De **beurskoers** speelt een belangrijke rol: arabicakoffie wordt verhandeld op de *Intercontinental Exchange* in New York, robustakoffie verandert van eigenaar op de gelijknamige beurs in Londen. Tot 1989 zorgde een **internationaal koffie-akkoord** ervoor dat de koffiehandel redelijk evenwichtig verliep. De internationale koffie-organisatie ICO sprak met de in- en uitvoerende landen af hoeveel koffie er verhandeld zou worden. Dit akkoord zorgde ervoor dat vraag en aanbod op elkaar afgestemd werden en de prijzen dus **min of meer stabiel bleven**. Maar toen enkele belangrijke leden van de ICO (o.a. Brazilië en de VS) in 1989 vonden dat het akkoord hen te weinig onderhandelingsruimte (en dus winstkansen) gaf, werden de koffiehandel en de bijhorende **prijsbepaling** volledig vrij gemaakt of **geliberaliseerd**. Gevolg: de jaren nadien zakte de prijs en tot op vandaag blijft de koffieprijs uiterst **instabiel** en **onvoorspelbaar**. Dit systeem is vervelend voor veel spelers op de markt, maar de grootste slachtoffers zijn de koffieproducenten. Zij kunnen zich niet indekken tegen de capriolen van de beurs en slagen er niet in hun povere winstmarges te behouden.

Iets wat die onvoorspelbaarheid van de koffieprijs nog erger maakt, is de **speculatie** op de beurs. Een Oxfam-onderzoek analyseerde de contracten die in de laatste tien jaar afgesloten werden op de beurs van New York. Vier op de tien bleken **niet** bedoeld om effectief koffie te kopen of te verkopen. De sterk schommelende koersen maken de koffiebeurs interessant voor speculanten, zoals grote pensioenfondsen. Ze kopen koffie en verkopen die snel als de prijs gestegen is. Sommigen zijn in staat om een aanzienlijk deel van het volume koffie op de markt te kopen en het tijdelijk niet aan te bieden. Zodoende is er snel minder koffie voor eenzelfde aantal kopers, en stijgt de prijs per kilo koffie. Als de speculant zijn immense hoeveelheid koffie vervolgens doorverkoopt maakt hij massaal veel winst.



Zonder dat ze werkelijk koffie in de aanbieding hebben of gaan opkopen, maken ze **winst op basis van de koersverschillen**. Allerlei geruchten en verwachtingen versterken de speculatieve bewegingen en maken de koersschommelingen nog groter. Door deze praktijken raakt de beurskoers losgekoppeld van het werkelijke spel van vraag en aanbod en wordt het steeds meer 'koffiedik kijken' om die koers te voorspellen. Dat maakt het voor kleinschalige koffieboeren, zelfs als ze zich goed organiseren in coöperaties, erg moeilijk om over hun prijs te onderhandelen, laat staan een lange-termijn investeringsplan in functie van de kwaliteitsverbetering te bekostigen. Zich indekken tegen verliezen bij sterk dalende beurskoersen, is zo goed als onmogelijk. Ook dit is één van de oorzaken van de zogenaamde koffieparadox.

De koffieparadox is een term die je wel vaker hoort in koffieland. Hij wijst op het fenomeen waarbij consumenten in bepaalde periodes hoge prijzen betalen, terwijl de prijzen die de producenten krijgen net erg laag zijn. Sinds 2019 zitten we in zo'n periode: hoewel de consument nooit zo veel betaalde voor zijn koffie, ligt de beurskoers voor arabicakoffie historisch laag (de laagste koers in 13 jaar!) en zelfs 2,5 keer lager dan in 2011 (minder dan 1 dollar per pond of zo'n 2 euro per kilogram).

Eerlijk duurt het langst

Digiles voor het 4^{de}, 5^{de} en 6^{de} jaar secundair onderwijs

Deel 4 het klimaat- probleem

Uitdaging in
koffieland



oxfamwereldwinkels.be



België
partner in ontwikkeling



OXFAM
België

Deel 4 – het klimaatprobleem

Naast de financiële uitdaging krijgen de koffieboeren ook ecologische problemen te verwerken als gevolg van de **uitputting van de grond** en daarbovenop ook nog eens de **klimaatverandering**.

Het is aangetoond dat die de **impact van koffieplagen en -ziekten vergroot**, en dat boeren steeds meer onvoorspelbare regenval, droogte en orkanen moeten trotseren. Dat heeft natuurlijk gevolgen voor de productie van koffie wereldwijd.



En dan belanden we bij het probleem van de toenemende boskap. Terwijl koffie tot voor kort een relatief kleine rol speelde bij de wereldwijde ontbossing (zeker in vergelijking met grondstoffen als palmolie en soja), toont onderzoek aan dat de klimaatverandering de **productie in nieuwe gebieden** de komende jaren wellicht noodzakelijk zal maken en de **boskap zal aanjagen**.

Uitbreiding van de teelt in deze nieuwe gebieden – vaak op grotere hoogte – **bedreigt** enkele van de laatste **oerbossen** op onze planeet en meteen ook kwetsbare ecosystemen met een rijke **biodiversiteit**. Uit een recente Peruviaanse volkstelling bleek dat 25 % van de ontbossing in Peru te maken heeft met het verlaten van oude en het innemen van nieuwe landbouwgronden voor de productie van koffie. In verschillende koffieproducerende landen is een groot deel van mogelijk geschikte landbouwgronden in 2050 momenteel bebost en vaak onbeschermd.



Bovendien draagt de **groeïende** wereldwijde **vraag** naar koffie bij aan de verhoogde dreiging dat bos wordt omgezet in koffievelden. Om in 2050 aan de vraag te kunnen voldoen zal de koffieproductie moeten verdubbelen of zelfs verdrievoudigen. Als we met de huidige landbouwgronden niet aan de vraag kunnen voldoen zal er 10 tot 20 miljoen **hectare extra** nodig zijn. Omdat bossen koolstof opnemen, zal dit dus verminderd gebeuren. Geschat wordt dat het verlies van tropisch bos kan resulteren in ongeveer 1,65 tot 3,3 gigaton **extra koolstof** in de lucht, wat een **verwoestende impact** zou hebben, niet enkel op de ecosystemen en de biodiversiteit, maar ook op de gemeenschappen, en de koffiesector in het algemeen.

Eerlijk duurt het langst

Digiles voor het 4^{de}, 5^{de} en 6^{de} jaar secundair onderwijs

Deel 5 de uitdaging

Uitdaging in koffieland



oxfamwereldwinkels.be



België
partner in ontwikkeling



OXFAM
België

Deel 5 – de uitdaging

De uitdaging is dus om **meer klimaatvriendelijke koffie te telen op eenzelfde oppervlakte**. Dat vergt opleiding en investeringen, middelen die arme boeren niet hebben.

Wat kunnen we hieraan doen?

Diverse **fairtradeorganisaties** wereldwijd gaan handelsrelaties aan met koffieproducenten, en ondersteunen hen om deze uitdagingen aan te gaan. Een **vaste minimumprijs** hoger dan de vluchtige marktprijs plus een **fairtradepremie**, eventueel aangevuld met een bio- én een kwaliteitspremie maakt een groot verschil.

De wereldmarktprijs van koffie wordt bepaald op de beurzen van New York en Londen, en schommelt voortdurend. Als de prijs zakt onder de minimumprijs die fairtradeorganisaties afgesproken hebben, ontvangt de fairtradeboer die minimumprijs. Bovenop ontvangen de boeren een fairtradepremie die ze kunnen inzetten om voorzieningen te bekostigen voor de lokale boerengemeenschap, zoals waterkraantjes, schoolgebouwen, e.d.m. Als de wereldmarktprijs opnieuw boven de minimumprijs zou uitkomen, zal de fairtradeprijs de marktprijs volgen, en ontvangt de boer de marktprijs plus de fairtradepremie, eventueel aangevuld met een bio en/of een kwaliteitspremie.



Ook opleiding in de **agro-ecologische landbouw**, ondersteuning in functie van de versterking van de **coöperaties** en van de infrastructuur zoals wasstations zijn van grote meerwaarde voor de boeren en de lokale gemeenschappen. Maar, slechts een minderheid van de koffieproducenten kan handelen aan fairtradevoorwaarden. Om alle koffieproducenten te geven waar ze recht op hebben is meer nodig.

Hoe zit het bijvoorbeeld met de **verantwoordelijkheid van de koffiebedrijven**? Zij pakken graag uit met hun initiatieven rond duurzaamheid maar vaak gaat het om **greenwashing**: veel mooie praatjes en weinig resultaat. We weten dat maar 10 % van de wereldwijde omzet naar de koffieproducerende landen gaat, dat is op zich al ronduit oneerlijk. Maar daarbovenop wordt er slechts een schandelijke 1,7 % geïnvesteerd in de verduurzaming van de koffiesector.

Dat is niet enkel een zaak van mensenrechten of ecologisch verantwoord zakendoen. **Duurzaamheid betekent immers letterlijk blijven duren**, zodat de koffiehandel blijft bestaan. Inderdaad, eerlijk duurt het langst. Dit is in het belang van de planeet, en dus ook van alle schakels in de keten, van de boeren tot de koffiedrinkers, en dus ook van de bedrijven.

\$350
Miljoen / jaar
Coffee Sustainability

\$20
Biljoen / jaar
Green coffee
exports value

\$200
Biljoen / jaar
Global coffee category
value



Een duurzame koffiehandel vereist bewuste producenten, handelaars en consumenten. Dat gaat niet enkel over het drinken van fairtradekoffie om de producent te steunen, maar over het opkomen voor een duurzaam **wettelijk kader** dat koffiebedrijven verplicht om werk te maken van een echt **economisch, ecologische en sociaal rechtvaardige en dus duurzame koffiesector**.



En dus moeten we dit verhaal zichtbaar maken, ieder op zijn manier. Deelnemen aan een **scholenactie** naar aanleiding van de Week van de Fair Trade in oktober, of het **opstarten van een Wereldwinkel op School** zijn twee prettige manieren voor leerlingen om te pleiten voor rechtvaardigheid en solidariteit wereldwijd.





OXFAM
België