

# Kaffee

<b>Schwerpunkt</b>	Pestizideinsatz in der Landwirtschaft am Beispiel Kaffee
<b>Problematik</b>	Vergiftungen von Mensch und Natur
<b>Alternativen</b>	Bio + fair gehandelter Kaffee
<b>Methoden</b>	Kaffeebauer im Schutzanzug.
<b>Material</b>	Plastikbehälter (durchsichtig, billig und sogar zusammenfaltbar sind Trinkwassercontainer, gibt es im Outdoor/Campingladen), mit gefärbtem Wasser und Beschreibung des Pestizides "Baysiston" beklebt ist. "Schutzausrüstung", die ein Schüler/ eine Schülerin anziehen kann, bestehend aus Anzug, Schutzbrille und Handschuhen. Zum Herumreichen Roh- und gerösteten Kaffee. Außerdem Grafiken, Bilder (A3, laminiert)

## Einleitung Kaffee – das beliebteste Getränk der Deutschen

Als einleitende Frage bietet sich natürlich ein „Wer von Euch trinkt denn gerne Kaffee?“ an. (Bei Jugendlichen hängt es zwar vom Alter ab, aber schon bei einer 10. Klasse werden fast die Hälfte der SchülerInnen Kaffee trinken.) Im Durchschnitt trinkt jeder Deutsche **4 Tassen Kaffee am Tag**, das entspricht 160 Liter bzw. 6,7 Kilo pro Jahr. Damit ist Kaffee noch vor Bier das beliebteste Getränk der Deutschen.

Als nächstes können (Umfang je nach Zeit) ein paar grundlegende Informationen über Kaffee vermittelt werden: Ursprung in Afrika, Hauptanbaugebiete sind Lateinamerika, aber auch Afrika und zunehmend Asien.

Der Anbau erfolgt mit viel Arbeitseinsatz und ist bisher wenig mechanisiert – der Hauptteil der Arbeit erfolgt per Hand von Kleinbauern und Arbeitern. [Bilder der verschiedenen Stadien der Kaffeelernte: Kirsche, getrocknete Bohne, geröstete Bohne] [Ebenso getrocknete und geröstete Bohnen zum Riechen herum reichen.]

## Methodenidee: Schutzanzug & Pestizide

Die Menschen, die auf den Kaffeeplantagen arbeiten sind den schädlichen Einflüssen der Pestizide ausgesetzt, die beim konventionellen Anbau von Kaffee verwendet werden. [An dieser Stelle wird ein Freiwilliger gebeten, den Schutzanzug anzuziehen, dies führt meist zu großer Belustigung und dementsprechend ist keine Aufmerksamkeit für weitere Info da. Also abwarten bis die Kleidung komplett ist, dann Beilagenzettel verteilen].

„Wer kann uns denn mal erklären, um was für ein Pestizid es sich handelt und wie damit umzugehen ist?“ Vermutlich wird niemand den Zettel verstehen/lesen, daher ist eine Erläuterung nötig: Der Zettel ist auf Portugisisch und wird in Brasilien vertrieben, ist also original und in der passenden Sprache. Dennoch geht es den Kaffeebauern ähnlich wie den SchülerInnen, die nichts damit anfangen können, denn die meisten der armen Landarbeiter sind Analphabeten.

Das Pestizid Baysiston ist in Brasilien das am meisten eingesetzte und führt immer wieder zu Vergiftungen. 1999 hatten sich 30 Bauern beim Umgang mit dem Baysiston vergiftet (12 davon tödlich). Es kam bei den Betroffenen zu Muskelkrämpfen, Lähmungen, bis hin zur tödlichen Atemlähmung und schweren Verätzungen. Seit über 20 Jahren ist das hoch toxische Gift in Deutschland verboten. Dennoch vertreibt Bayer das Pflanzenschutzmittel immer noch vor allen in Brasilien und bewirbt dies dort massiv. Verharmlosende Werbekampagnen und vollkommen unzureichende Sicherheitshinweise machen Baysiston nach wie vor sehr populär in Brasilien. Viele Bauern halten es für ein Düngemittel!

Praktisch alle konventionellen Kaffeeplantagen (also nicht ökologisch oder "fair" bewirtschaftete Betriebe) werden intensiv mit Pestiziden und Insektiziden behandelt. Theoretisch dürften die Chemikalien nur eingesetzt werden, wenn die ArbeiterInnen Atemgeräte und Schutzkleidung tragen. Dass dies praktisch nie gemacht wird, liegt vor allem daran, dass die nötige Ausrüstung unerschwinglich ist. Entsprechend viele Landarbeiter (nicht nur auf Kaffeeplantagen!) vergiften sich jährlich an Pestiziden: Nach Schätzungen der WHO (World Health Organisation) sind es jährlich über 2 Millionen Menschen. Kinder sind aufgrund ihres noch nicht ausgereiften Immunsystems besonders gefährdet.

## Methodenidee Kaffeepreis

Es werden 5 Teilnehmende gebeten für ein der am Kaffeeanbau involvierten Gruppen zu stehen: Kaffeebauern, Plantagenbesitzer, Händler, Röster & Verkäufer, Staat/Steuern.

Sie bekommen jeweils einen Becher (am besten durchsichtig) in die Hand. Nun erhält die Gruppe eine Tüte mit Kaffeebohnen. Diese symbolisiert den Preis des Kaffees im Verkauf. Wer davon was bekommt soll nun geschätzt/verhandelt werden und entsprechend auf die Becher aufgeteilt. [Meistens ist die Einschätzung der Teilnehmenden bereits recht gut]. Zur Auflösung kann eine Graphik zur Verteilung des Preises gezeigt werden (Siehe z.B. Wikimedia). Die zeigt, wie wenig die Menschen, die für unseren Kaffeegenuss die harte Arbeit leisten, verdienen. Es lässt sich weiter auf die Arbeitsbedingungen und/oder die schwankenden Preise eingehen

## Alternativen und Erfolge

Was kann ich machen, welche Alternativen bieten sich?

- Achtet auf biologisch angebauten Kaffee, der auch fair gehandelt ist!
- Fragt nach ob es fairen Kaffee gibt, im Supermarkt aber auch im Café. Gerade die schicken Coffee-shops stehen unter Druck, da sie mit ihrem Markenimage Kaffee zu sehr hohen Preisen verkaufen und ein entsprechendes Image pflegen.

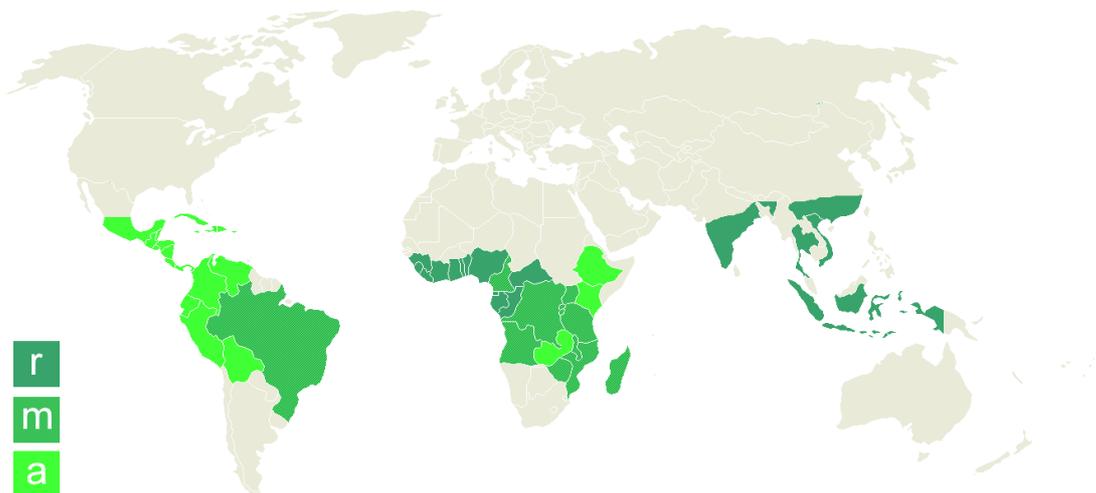
Wichtig ist noch eine kurze Info zu Fair + Bio, dass es nicht dasselbe ist. Abschließend zum Übergang auf den Weltladen verweisen, wohin es dann zur finalen Station geht.

## Anmerkung zur Durchführung:

Es bietet es sich auch an, jemanden in das Kaffeegeschäft oder Cafe zu schicken vor dem ihr steht und ihn fragen zu lassen, ob es dort 'bio-fairen Kaffee gibt. Ihr könnt solange mit den anderen besprechen ob es dort wohl welchen gibt. Es ist auch gut in die Gruppe zu fragen ob jemand weiß wo es bio-fairen Kaffee gibt oder auch, ob es ihn in der Schule gibt.

## Kaffee Zahlen & Fakten

- Ca. 25 Millionen Menschen, vorwiegend in armen, ländlichen Regionen, sind im Kaffeeanbau tätig
- Der Großteil davon, ca. 20 Millionen, sind Kleinbauern, sie produzieren ca. ein Drittel des Kaffees.
- Insgesamt wird geschätzt, dass ca. 125 Millionen im Rahmen der ArbeiterInnenfamilien vom Kaffeeanbau abhängig sind.
- Im Durchschnitt trinkt jeder Deutsche 4 Tassen Kaffee am Tag, das entspricht 160 Liter bzw. 6,7 Kilo pro Jahr
- In Kenia sind 30% der Kaffee-ErntearbeiterInnen unter 15 Jahren alt.
- Es gibt zahlreiche Siegel, die allerdings sehr unterschiedliche Standards garantieren.



Kaffeeanbauggebiete der Welt 2006 Robusta/Arabica/beide (Quelle Wikimedia)

## Hintergrund Kaffee

### Grundlegende Info

Die Zahl der Menschen, die vom Kaffeeanbau leben, kann nur geschätzt werden. Zur Erntezeit finden zusätzliche ErntehelferInnen Arbeit, sowohl bei den Kleinbauern wie (natürlich) auf den großen Plantagen. Sie stehen am untersten Ende der „KaffeeKette“.

Für den Anbau von Kaffee sind vor allem tropische und subtropische Höhenlagen geeignet, da die Pflanzen gewisse Temperaturen und Niederschläge braucht. Es dauert ca. 5 Jahre bis ein gepflanzter Kaffeestrauch zum ersten mal eine Ernte trägt. Die Kaffeekirschen werden nicht gleichzeitig reif, weshalb eine mechanische Ernte bislang nicht realisiert werden konnte. So erstreckt sich die Ernte über 2-3 Monate.

Weltweite Verteilung der Kaffeeproduktion: Brasilien ca. 30% Kolumbien, Vietnam, Indonesien und Guatemala zusammen ebenfalls ca. 30%, die anderen mittelamerikanischen Länder zusammen ca. 15%, die afrikanischen Länder ca. 15%. Für viele der Produktionsländer ist Kaffee ein wichtiges Exportgut, von dem ein nicht geringer Teil der Einnahmen abhängen. (Nach Rohöl ist Kaffee das zweitmeistgehandelte Gut der Erde). Der Großteil des Kaffees wird nämlich nach wie vor in den Industrieländern konsumiert.

### Arbeitsbedingungen und Kinderarbeit

Auch wenn uns die Werbung anderes suggeriert: Die Tätigkeit auf einer Kaffeeplantage ist alles andere als romantisch. Weil die Früchte des Kaffeestrauches, in denen sich die „Bohnen“ befinden, ungleichmäßig schnell reif werden, ist eine maschinelle Ernte nicht möglich. Die permanenten LandarbeiterInnen, TagelöhnerInnen und WanderarbeiterInnen verrichten eine schwere und gesundheitsbelastende Arbeit.



In Kenia sind 30% der Kaffee-ErntearbeiterInnen unter 15 Jahren. Weil ihre Eltern auf den Kaffeeplantagen nicht ausreichend verdienen, um die Familie zu ernähren und auch noch Schulgeld für ihre Kinder zu bezahlen, bleibt ihnen kaum eine andere Möglichkeit, als ebenfalls dort zu arbeiten. Und weil sie nicht zur Schule gehen, bekommen sie keine Ausbildung, die sie für eine „höhere“ Arbeit qualifiziert. Das ist zwar schlecht für die Kinder, aber gut für die Plantagenbesitzer, Kaffeehändler und –konzerne: Denn ungelehrte ArbeiterInnen sind natürlich besonders billige Arbeitskräfte. Auch ist bei ihnen die „Gefahr“ relativ gering, dass sie sich gewerkschaftlich organisieren und das einfordern, was jedem Menschen zustehen sollte: (und theoretisch zusteht): Menschenwürdige Arbeitsbedingungen und existenzsichernde Löhne.

Zum Thema Kinderarbeit siehe auch die Station Schokolade/Kakao.

### Weltmarkt und Kaffeepreise

Anfang des neuen Jahrtausends (2001/2002) fiel der Kaffeepreis auf den niedrigsten Stand und hat hunderttausende Kaffeebauern in die Armut gestürzt, oft lohnte es sich für sie nicht mehr, den Kaffee zu ernten, da der Weltmarktpreis unter den Erzeugerpreis fiel.<sup>1</sup>

Die Wechsel auf dem Weltmarkt haben für die Produzenten verständlicherweise unerfreulichere Auswirkungen als auf die VerbraucherInnen: „[Zwischen 1997 bis 2002] sind die Preise um 70 Prozent gesunken [...] Untersuchungen bei Kaffeebauern in Tansania, Süd-Mexiko und Haiti ergaben, dass Familien ihren allgemeinen Konsum eingeschränkt, Kinder aus der Schule genommen und größte Schwierigkeiten hatte, Gesundheitsausgaben zu bestreiten. Familiäre und gemeinschaftliche Strukturen gerieten unter Druck, weil Frauen zu mehr Arbeit außerhalb des eigenen Hofes und Männer zur Arbeitsmigration gezwungen waren.“<sup>2</sup>

Bis 2005 ist der Kaffeepreis wieder gestiegen, was einerseits damit zusammenhängt, dass das Angebot geringer ist - weil viele Bauern aufgeben mussten - und mit einer Dürre in Brasilien. Der Kaffeepreis bleibt aber auch in Zukunft unsicher und wird immer wieder unter den Erzeugerpreis sinken. In diesem harten Wettbewerb versuchen viele Bauern durch den intensiven Einsatz von Chemikalien möglichst alles aus den Pflanzen „herauszuholen“. Gedanken an langfristige Umwelt- und Gesundheitsschäden können sie sich „nicht leisten“. Im Jahr 2009 schwankten die Kaffeepreise stark. Zwischenzeitlich lag der Preis für die Sorte Robusta unter den Produktionskosten, für die Bauern bleibt also eine große Unsicherheit und

Abhängigkeit von den Weltmarktpreisen, was ihr Überleben betrifft.

Gleichzeitig mit den Tiefpreisen auf dem Weltmarkt boomte in den letzten Jahren das Geschäft mit dem Verkauf von Kaffee. Die neue Kaffeekultur mit „Latte macchiato“, Coffeeshops, etc. brachte den Kaffeefirmen und Café-Ketten Rekordgewinne ein!

Mehr zum System der Schwankungen. Beispiele für Preisentwicklung unter:

<http://www.finanzen.net/rohstoffe/kaffeepreis>

## Kaffeehändler und das neue CCCC-Abkommen

Langsam setzt ein Wandel des Einkaufsverhaltens der großen Kaffeehändler ein: Zum einen bedrängt durch fortwährende Proteste von NGOs, zum anderen bemüht um immer bessere Qualität für ihre „Kaffeespezialitäten“, nehmen sie die Anbaubedingungen mehr in den Blick.

Ein Beispiel dafür ist das CCCC - (common code for coffee community). Mit dem Kaffeekodex verpflichtet sich die Kaffeewirtschaft (Kraft Foods, Nestlé, Sara Lee/Douwe Egberts, Tchibo, Neumann-Gruppe), erstmalig soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten. Der Kodex, der mit den wichtigsten Kaffeeröstern und –händlern verhandelt wurde<sup>3</sup>, erreicht aber nicht die sozialen Kriterien fair gehandelten Kaffees oder die ökologischen Aspekte des organischen Kaffees.<sup>4</sup>

Die verbesserten ökonomischen, sozialen und ökologischen Bedingungen sehen wie folgt aus: Die neue Anbauqualität, der offene Marktzugang für die Kaffeekleinbauern und deren bessere Zusammenarbeit werden gefördert, die ILO-Kernarbeitsnormen und angemessene Einkommen und Lebensbedingungen vor allem für Plantagenarbeitskräfte werden als verpflichtend angesehen, die Anwendung von besonders gefährlichen Pestiziden verboten sowie der Einsatz genmanipulierten Kaffees für die nächsten Jahre unterbunden. Dies sind die Mindeststandards des 4C-Kodex, die in Zukunft weiter aufgebessert werden sollen.

Bislang gibt es allerdings keinen 4C-Kaffee. Um die Implementierung dieser Mindeststandards zu testen, begann 2005 eine Pilotphase. Zur Finanzierung steuern die öffentliche Hand (u.a. BMZ) und die europäische Kaffeewirtschaft Mittel bei. Mit dieser Phase wird die International Coffee Organization, ICO, eine Organisation der Vereinten Nationen, die Schirmherrschaft über das 4C-Projekt übernehmen. Die Implementierung wird die Tauglichkeit des Kodex zeigen müssen.<sup>5</sup>

Derzeit ist der Trend der Firmen zu anderen Labels, etwa der Rainforest Alliance, Bio und sogar Fair Trade. Was aus dem CCCC-Abkommen wird, werden die nächsten Jahre zeigen.

## CCCC / Rainforest versus Fair Trade Siegel

Tchibo hat bereits 2007 „Schattenwaldkaffee“ eingeführt, inzwischen haben viele Kaffees das Siegel der Rainforest Alliance. Was bedeutet das „Rainforest Alliance Certified Coffee“ Siegel? Entgegen der beim konventionellen Anbau inzwischen üblichen Monokulturen (mit den Problemen der Bodenerosion und dem Verunreinigen der Gewässer aufgrund hohen Pestizideinsatzes, etc.) wird hier wieder auf das traditionelle Feldwaldbausystem gesetzt, wobei die Kaffeesträucher unter dem Blätterdach natürlich gewachsener Bäume des Regenwalds angebaut werden. Diese Anbauweise dient gleichzeitig als Lebensraum für wild lebende Tiere. „Die Zertifizierung lenkt und belohnt die kontinuierliche Optimierung der Plantagen, verbindet nachhaltiges Management mit der Erzeugung hochwertigen Kaffees...“. Es bietet also gegenüber dem herkömmlichen Anbau Vorteile für die Umwelt, auf sozialem Gebiet und für die Landwirte, Händler und Röster. Nicht zuletzt soll für die Verbraucher sehr hochwertiger Kaffee entstehen.<sup>6</sup>

Das alles ist also eine Verbesserung gegenüber dem konventionellen Anbau. Er handelt sich um Kaffee, bei dem besonders auf umweltverträgliche Anbauweise geachtet wird. Daneben werden auch soziale Standards beachtet, allerdings reicht es nicht an das Niveau von zertifiziertem Fairem Handel heran, etwa den sicheren Preisen, langfristigeren Verträgen, zusätzlichen sozialen Projekten, etc.

Dazu auch eine Stellungnahme der CI-Romero: „Fair-Trade ist ein alternatives Marketingsystem, um benachteiligten LandwirtInnen eine Preisgarantie für ihre Erzeugnisse zu gewähren. Durch das Zusammenfassen kleiner Landwirtschaftsbetriebe in Genossenschaften wird vielen LandwirtInnen geholfen, die nach Darstellung von Fairtrade ohne diese Unterstützung den schwankenden Marktpreisen ausgeliefert wären. Bei den Rainforest-Kriterien dagegen wird hierauf weniger Wert gelegt. Sie konzentrieren sich vielmehr darauf, wie Landwirtschaftsbetriebe unter Nachhaltigkeitskriterien geführt werden.“<sup>7</sup>

In einer Studie (2008) werden die verschiedenen Zertifikate verglichen.<sup>8</sup> Das Ergebnis ist recht eindeutig:

- Das FairTrade Siegel ist bei sozialen Aspekten führend
- Rapunzel ("Hand in Hand") ist in Umweltraten führend
- Rainforest Alliance hat wenig mit fairem Handel nach "FairTrade" Kriterien zu tun
- CCCC hat keinen mit dem Fairen Handel vergleichbaren Ansatz

Tchibo hat seit 2008 auch fair gehandelten und biologisch angebauten Kaffee im Programm, jedoch jeweils nur eine Sorte. Die Serie "Privat Kaffee" wird mit dem Siegel der Rainforest Alliance versehen – allerdings mit dem "30%-Siegel", es ist also nur anteilig Rainforest Kaffee! Insgesamt sind nur ca. 10% des gesamten Tchibo-Kaffees aus nachhaltigem Anbau.<sup>9</sup>

Allerdings sind mittlerweile alle in den Läden ausgeschenkten Kaffees, die auf Espresso basieren (Espresso, Cappuchino, Latte, etc.) mit diesem fair gehandelten Kaffee gebraut, entsprechend wird groß geworben.<sup>10</sup>

Bei Starbucks gibt es inzwischen durchgängig Fair Trade Kaffee. Damit wird Starbucks zum weltweit größten Fair Trade Abnehmer und bringt allein 2,6 Millionen Euro an Fairhandels-Prämie auf.<sup>11</sup>

McDonalds, ebenso mit seiner Kette McCafé zunehmend präsent, setzt bisher voll auf das Siegel der Rainforest Alliance und damit niedrigeren Standards.

## Was ist ein fairer Preis den wir gerne zahlen?

Deutsche Verbraucher haben sich daran gewöhnt, für einen „coffee to go“ zwei Euro oder mehr zu bezahlen, ein etwas exklusiveres Kaffeegetränk bei Starbucks etc. kostet auch leicht über drei Euro. Das Päckchen Kaffee im Supermarkt soll aber weiterhin schön günstig bleiben und weniger kosten als ein einziger Frappuchino!



## Hintergrundinfo Pestizide

### “Vollendet, veredelt, vergiftet”

Dass die eingesetzten Chemikalien das Auftreten bestimmter Pflanzen und Tiere verhindern, ist zwar beabsichtigt (dass es nicht nötig ist, zeigt allerdings der ökologische Kaffeeanbau!). Doch so selektiv, wie die Pestizidkonzerne es gerne hätten und darstellen, wirken diese Mittel nicht: Oft bleiben keine Pflanzen mehr übrig, die den Boden zwischen den Kaffeesträuchern bedecken und verhindern würden, dass bei Regen die Erde wegschwemmt wird. Weil Kaffee meist an Hängen angebaut wird, ist die Erosion ein besonders großes Problem. Normalerweise würden auch überschirmende Bäume den Boden noch schützen, doch diese wurden ebenfalls in den meisten Fällen abgeholzt, um möglichst kostengünstig zu bewirtschaftende Monokulturen zu schaffen.

Beispiel Baysiston. Seit über 20 Jahren ist das hoch toxische Gift in Deutschland verboten. Dennoch vertreibt Bayer das Pflanzenschutzmittel immer noch vor allem in Brasilien und bewirbt dies dort massiv. 1999 kam es zu einer Vergiftungswelle in Brasilien. 30 Bauern hatten sich beim Umgang mit dem Pestizid Baysiston vergiftet (12 davon tödlich). Es kam bei den Betroffenen zu Muskelkrämpfen, Lähmungen, bis hin zur tödlichen Atemlähmung und schweren Verätzungen. Verharmlosende Werbekampagnen und vollkommen unzureichende Sicherheitshinweise machen Baysiston nach wie vor sehr populär in Brasilien. 1999 gab es in der ARD einen Beitrag über den Bayer Skandal. Dennoch hat sich nicht viel geändert.<sup>12</sup>

Bayer vertreibt Baysiston weiterhin. Auf der entsprechenden Internetseite von Bayer ist die Registrierung in Brasilien, Puerto Rico, Japan und den USA benannt. Zudem: „Bei Anwendung der Produkte beachten Sie bitte die lokalen Anwendungsbestimmungen. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die lokale Landesorganisation von Bayer CropScience“<sup>13</sup>

Zum Thema Pestizide siehe auch Station Baumwolle und Bananen.

### Mehr Infos zum Thema Kaffee:

Informationen zum Thema Kaffeeproduktion und fairer Kaffee gibt es bei allen Anbietern von fairem Kaffee: [www.gepa.de](http://www.gepa.de) [www.el-puente.de](http://www.el-puente.de) [www.cafe-libertad.de](http://www.cafe-libertad.de)

Die vergleichende Studie zu Rainforest, CCCC, Fair Trade bietet mit Tabellen einen guten Überblick zu den jeweiligen Kriterien. Im Internet unter: [www.forum-fairer-handel.de](http://www.forum-fairer-handel.de) unter Materialien! Hier gibt es auch ein Faltblatt zur Übersicht für die Hosentasche. Das Forum bietet zudem jede Menge weitere Informationen.

- 1 Vgl. Christliche Initiative Romero, CIR (2006): Billiger Kaffee macht arm. Münster. S. 6
- 2 Oxfam (2002): S. 11
- 3 Rund vier Fünftel der Kaffeeindustrie und vier Fünftel der Anbauer haben sich verpflichtet, den Kodex einzuhalten: darunter die "big five" der Anbauländer, Brasilien, Mexiko, Vietnam, Kolumbien und Indonesien. Auch die beiden großen Grünkaffeehändler NKG und die Schweizer Volcafe, die 80 Prozent des Kaffees weiterverkaufen, gehören dazu. Von den mächtigen fünf Kaffeerösterkonzernen sind Nestlé, Sara Lee, Kraft Foods und Tchibo dabei.
- 4 [www.sustainable-coffee.net](http://www.sustainable-coffee.net)
- 5 <http://www.ci-romero.de/de/kaffee/> (Zugriff 15.9.2007)
- 6 <http://www.rainforest-alliance.org/cafe/deutsche.html> (Zugriff: 20.7.2007)
- 7 Christliche Initiative Romero, CIR (2006): Billiger Kaffee macht arm. Münster. S.39 ff.
- 8 Forum Fairer Handel (Hrsg.) (2008): Fair oder nicht fair?
- 9 Siehe dazu Reportagen des WDR:  
[http://www.wdr.de/tv/markt/sendungsbeitraege/2011/0110/03\\_tchibocheck.jsp](http://www.wdr.de/tv/markt/sendungsbeitraege/2011/0110/03_tchibocheck.jsp) (Zugriff 5.7.2011)  
[http://www.wdr.de/tv/markt/sendungsbeitraege/2011/0207/01\\_kaffee.jsp](http://www.wdr.de/tv/markt/sendungsbeitraege/2011/0207/01_kaffee.jsp) (Zugriff 5.7.2011)
- 10 [http://www.alt.transfair.org/news-service/neuigkeiten/archiv/neu-fairtrade-kaffee-von-tchibo.html?tx\\_jppageteaser\\_pi1\[backId\]=333](http://www.alt.transfair.org/news-service/neuigkeiten/archiv/neu-fairtrade-kaffee-von-tchibo.html?tx_jppageteaser_pi1[backId]=333) (Zugriff 22.11.2010)
- 11 <http://csr-news.net/main/2010/03/03/starbucks-setzt-auf-fairtrade-zertifizierten-kaffee-junge-leute-als-nachhaltige-zielgruppe/> (Zugriff 22.11.2010)
- 12 siehe: [http://www.cbgnetwork.org/Ubersicht/Zeitschrift\\_SWB/SWB\\_1999/SWB01\\_99/Kaffee\\_-\\_Brasilien/kaffee\\_-\\_brasilien.html](http://www.cbgnetwork.org/Ubersicht/Zeitschrift_SWB/SWB_1999/SWB01_99/Kaffee_-_Brasilien/kaffee_-_brasilien.html) (Zugriff 15.9.2007) <http://www.globalpolicy.org/reform/2002/bayer.htm> (Zugriff 15.9.2007)  
<http://www.panna.org/campaigns/caia/corpProfilesBayer.dv.html> (Zugriff 15.9.2007)
- 13 <http://www.bayercropscience.com/bcsweb/cropprotection.nsf/id/disulfoton.htm?open&l=DE&ccm=200020> (Zugriff 08.09.2009)