

KAFFEEANBAU

In Mexiko wächst die Wut auf Nestlé



SI LA POBREZA ES
UN HECHO LA
MANIFESTACIÓN
ES UN DERECHO!

Dank Ihnen!

Die Reportagen und Analysen in unserem Magazin und die Recherchen, auf denen diese beruhen, sind nur dank der Unterstützung unserer Mitglieder und Spender*innen möglich.

Sie sind bereits Mitglied?

Herzlichen Dank!
Doppelten Dank, falls Sie eine Mitgliedschaft verschenken.
publiceye.ch/geschenkabo

Sie sind noch nicht Mitglied?

Mit 75 Franken pro Jahr sind Sie dabei und erhalten regelmässig unser Magazin.
publiceye.ch/mitglieder

Oder wollen Sie uns zuerst kennenlernen?

Dann bestellen Sie gratis drei Ausgaben als Schnupperabo.
publiceye.ch/schnuppern

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.

REDAKTION & PRODUKTION
Romeo Regenass (D) und
Ariane Bahri (F)

LAYOUT & INFOGRAFIK
opak.cc

COVER
Damián Sánchez

DRUCK
Stämpfli Kommunikation, Bern
Rebello & PerlenValue, FSC

AUFLAGE
D: 30100 Ex. / F: 10950 Ex.

ISSN
2504-1266

KONTAKT
Public Eye
Dienersstrasse 12
Postfach, 8021 Zürich

Tel. +41 (0)44 2 777 999
kontakt@publiceye.ch
publiceye.ch

Das Public Eye Magazin erscheint sechs Mal pro Jahr in Deutsch und Französisch. Mitgliedschaft inklusive Abonnement 75 Franken pro Jahr.

SPENDENKONTO
IBAN CH69 0900 0000 8000 8885 4



Nestlé und die Macht der Kommunikation

Wollen auch Sie die Welt verbessern? Schön. Sie brauchen dazu nur abzuwarten und Nescafé zu trinken. Dies jedenfalls suggeriert Nestlé auf der Website seiner wichtigsten Kaffeemarke. Und der Konzern verspricht: Ab 2025 wird 100 % seines Kaffees verantwortungsvoll produziert sein.

Wir sind im Februar in die Region Soconusco in Chiapas im Süden Mexikos gereist, zu Bäuerinnen und Bauern, die fast ausschliesslich für Nescafé produzieren. Was wir dank ausgiebiger Recherche – deren Resultate wir in diesem Heft und in einem umfassenden Report präsentieren – schon vorher wussten: Wie ein grosser Teil der Kaffeeproduzent*innen weltweit leben auch sie in Armut. Was wir nicht wissen konnten: Just zu Beginn unserer Recherchen vor Ort starteten sie einen Protest gegen Nestlés ruinöse Preispolitik.

Die Nestlé-PR in Sachen Kaffee ist ein Paradebeispiel für die Macht der Kommunikation. Während die Bäuerinnen und Bauern verzweifelt darum ringen, vom globalen Konzern in ihrer Not angehört zu werden, hat es dieser geschafft, sich im Bereich Kaffee – seinem wichtigsten Geschäftszweig – ein Image der Nachhaltigkeit zu erarbeiten. Die Ansicht ist weitverbreitet: Im Vergleich zu den anderen tut Nestlé wenigstens etwas.

Ja, Nestlé tut etwas. Und spricht darüber. Letzteres nicht zu knapp. Von Ersterem ist auf den Kaffeeplantagen, die wir besucht haben, kaum etwas zu sehen. Seine Grösse, behauptet der Lebensmittelriese in seiner Werbung für Nescafé, möchte er nutzen, um die Welt zum Guten zu verändern. Leider setzt Nestlé in Chiapas und anderswo seine Macht jedoch vor allem dazu ein, den Kaffee so billig wie möglich einzukaufen – mit verheerenden Folgen für die Bäuerinnen und die Arbeiter.

Ein Onlineartikel über angeblich nachhaltige neue Nespresso-Kapseln wurde kürzlich treffend kommentiert: «Erst wenn der Kaffeebauer anständig leben, seine Kinder in die Schule schicken und sich auch mal Ferien leisten kann, erst dann können wir über die Verpackung des Kaffees reden.»

Man möchte anfügen: «... und darüber, dass sich mit Trinken von Nestlé-Kaffee die Welt verbessern lässt.» Denn solange die Kaffeeproduzent*innen in Armut verbleiben, sind die Nachhaltigkeitsversprechen nicht mehr als Greenwashing, das in erster Linie dazu dient, den Gewinn von Nestlé zu steigern – und zwar auf dem Rücken der Bäuerinnen und Bauern.

Carla Hoinkes, Fachverantwortliche Landwirtschaft und Ernährung
Florian Blumer, Rechercheur und Reporter



04 **Wie Nestlé Kaffeebauern in Mexiko in den Ruin treibt**

Der Nescafé Plan verspricht den Kaffeebäuerinnen und -bauern ein höheres Einkommen und ein besseres Leben. Doch unsere Reportage zeigt: In Mexiko ist die Wut auf Nestlé so gross, dass aufgebrachte Produzent*innen auf offener Strasse Säcke voller Kaffee verbrennen.

15 **Die Mär vom nachhaltig angebauten Nescafé**

Im Rahmen des Nescafé Plan verspricht Nestlé seit Jahren, bis 2025 nur noch «verantwortungsvoll» produzierten Kaffee zu verkaufen. Wir haben uns das Nachhaltigkeitsprogramm vorgeknöpft und Produzent*innen in Mexiko und Brasilien aufgesucht und befragt. Fazit: Sie profitieren nicht davon.



24 **Der Onlinemoderierte Shein lässt noch immer für sich schuften**

Zwei Jahre nach unserer Enthüllung der miserablen Arbeitsbedingungen in der Produktion des chinesischen Fast-Fashion-Händlers Shein hat sich wenig geändert: Illegale Arbeitszeiten und Akkordlöhne prägen weiterhin den Alltag der von uns befragten Arbeiter*innen.

30 **Nestlés Doppelmoral sorgt weltweit für Entrüstung**

Unsere Recherche, wonach der Babybrei von Nestlé in Indien oder Nigeria Zuckersatz enthält, in Industrieländern aber nicht, hat ein riesiges Echo ausgelöst. Einige Staaten haben die Einleitung von Untersuchungen angekündigt, andere wollen den Zusatz von Zucker in Babyahrung verbieten.

32 **Wenn der Freihandel auf Kosten von Menschenrechten geht**

Die Schweiz und die EFTA machen vorwärts bei ihren Freihandelsabkommen mit Indien und den Mercosur-Staaten. Auf der Strecke bleiben Menschenrechte und Umwelt. Die EU zeigt, wie es auch anders gehen könnte.

34 **Ein Onlinedossier zur Macht der Konzerne in der Politik**

Multinationale Konzerne nutzen ihre Macht, um in ihrem Interesse Einfluss auf die Politik zu nehmen. Auch das geht oft auf Kosten von Menschenrechten und Umwelt. Public Eye stellt Hintergrundinfos dazu online.



Pulverisierte Hoffnung: Wie Nestlé Kaffeebauern in den Ruin treibt

Nestlé ist die Nummer 1 im globalen Kaffeegeschäft. Auch ethisch will der Schweizer Konzern Branchenführer sein: Ab 2025, so das Versprechen, soll sein Kaffee zu 100 % aus «verantwortungsvoller» Produktion stammen. Insbesondere für seinen Pulverkaffee verfolgt Nestlé jedoch eine rücksichtslose Einkaufspolitik. Den Preis dafür zahlen die Bäuerinnen und Bauern, wie sich bei unserer Recherche in Chiapas, Mexiko, zeigte. Kaum angekommen, fanden wir uns mitten in wütenden Protesten gegen Nestlé wieder.

FLORIAN BLUMER UND CARLA HOINKES UNTER MITARBEIT VON MARIANA MORALES



© Dominián Sánchez

Eduardo Camarena, Kaffeebauer im mexikanischen Bundesstaat Chiapas, war an einem Tiefpunkt in seinem Leben angelangt. Er musste private Schicksalsschläge verkraften, auch auf seiner Farm lief es nicht: Die Pflanzen wollten nicht wachsen, er hatte mit einer Dürre zu kämpfen. Dann kam der Nescafé Plan. «Daran teilzunehmen», sagt Camarena strahlend im Werbevideo von Nestlé, «war die beste Entscheidung meines Lebens.» Die Agronomen von Nestlé hätten ihn gelehrt, sein Geschäft zu managen und die Ernte zu verbessern. Ja, er sei sogar ein besserer Mensch geworden. Und das Wichtigste: «Ich kann nun das Versprechen an meinen verstorbenen Grossvater einlösen und die Familienfarm weiterführen.»

15. Februar 2024 – neun Jahre nach der Produktion des Werbefilms für Nescafé – an der Ruta del Café. Rund 200 Bäuerinnen und Bauern aus der ganzen Region haben sich frühmorgens getroffen, um die Landstrasse ausserhalb von Tapachula, dem Hauptort der Kaffeeregion Soconusco, zu blockieren. Ihre Wut richtet sich gegen den Schweizer Lebensmittelkonzern. «Nestlé – Unternehmen ohne Ethik treibt Chiapas in die Armut» steht auf einem Banner. Auf einem anderen: «Wenn Armut eine Tatsache

ist, ist Demonstrieren ein Recht». Eduardo Camarena, der Bauer aus dem Nescafé-Video, steht vor brennenden Kaffeesäcken mit der Aufschrift «Plan Nescafé» und ruft: «Plan Nescafé – pura mentira!» «Nescafé Plan – blanke Lüge!» Was ist passiert?

Das grosse Versprechen

Wir treffen Eduardo Camarena rund eine Stunde ausserhalb von Tapachula, dort, wo ein staubiges, mit grossen Steinblöcken durchsetztes Strässchen zu seiner Finca «El Capricho» führt – mit 70 Hektar Land eine mittelgrosse Kaffeefarm. Wir steigen in Eduardo Camarenas nicht mehr ganz neuen, aber noch immer geländetauglichen Pick-up. Sogleich beginnt er zu erzählen: «Das grosse Problem in der Region ist, dass wir alle von Arabica auf Robusta umgestellt haben. Vor 14 Jahren sind Agronomen von Nestlé in die Region gekommen. Sie haben erzählt, dass sie uns unterstützen werden, wenn wir Robusta pflanzen, mit Schulungen und ertragreichen Pflanzen. Wir könnten damit unsere Einkünfte verdoppeln.»

Robusta ist die Kaffeeart, die Nestlé vor allem für die Produktion des Nescafé-Pulverkaffees braucht – es ist ein boomender Markt. Die Robusta-Sorten sind in der



1. Im Werbevideo von Nestlé bezeichnet Kaffeebauer Eduardo Camarena die Teilnahme am Nescafé Plan als «besten Entscheid meines Lebens».
2. Die anfängliche Begeisterung ist in Enttäuschung umgeschlagen: Eduardo Camarena mit Arbeitern.
3. Nur auf dem Papier glücklich mit dem Nescafé Plan: Fotos von Elmar Morales und seiner Mutter auf Nescafé-Gläsern.

Regel widerstandsfähiger und pflegeleichter als Arabica-Sorten. Hingegen gelten sie als qualitativ minderwertig und erzielen entsprechend geringere Preise.

«Wir sind Sklaven von Nestlé»

Auf halbem Weg zu Eduardo Camarenas Farm treffen wir auf eine Gruppe von Männern, Kleinbauern mit maximal 2 bis 3 Hektar Land – wie die grosse Mehrheit der Kaffeeproduzent*innen in Soconusco und weltweit. Auch sie haben auf Robusta gesetzt. Sie sind sichtlich aufgebracht, einer von ihnen klagt: «Wir leben vom Kaffee, wir haben Familien zu ernähren! Aber mit dem Preis, den uns Nestlé zahlt, geht es nicht auf. Faktisch sind wir Sklaven von Nestlé.»

Tatsächlich hat die Umstellung auf Robusta sie in eine totale Abhängigkeit vom Lebensmittelriesen gebracht. Sie sind zwar nicht verpflichtet, an Nestlé zu verkaufen. Doch ausser Nestlé gibt es in der Region praktisch keine Käufer für ihren Robusta-Kaffee.

Dabei beschafft Nestlé den Kaffee nicht direkt, sondern über Zwischenhandelsfirmen, die den Produzent*innen in der Erntezeit von Oktober bis März die getrockneten Kaffeekirschen abkaufen. In Tapachula sind dies hauptsächlich Casemex, Egos und Merino. Bauern mit grösseren Farmen wie Eduardo Camarena bringen ihre Ernte selbst ins Lager der Firmen, Kleinbäuerinnen verkaufen sie meist auf dem Hof an einen Mittelsmann, Coyote genannt, der den Transport zu den Zwischenhandelsfirmen organisiert. Dort werden die Bohnen herausgeschält und an Nestlé weiterverkauft. Wie uns ein Vertreter von Egos bestätigt, geht ihr Kaffee zu 100 % an Nestlé.

Nach drei Jahren Nescafé Plan: «Ende der Fiesta»

Nach dem spontanen Stopp bei den Kleinbauern fahren wir weiter zu Eduardo Camarenas Finca. Dort zeigt er uns seine Nescafé-Plan-Unterlagen: die Bedingungen, die er im Rahmen des Nachhaltigkeitsstandards 4C (siehe Box rechts) erfüllen muss, Schulungsdokumente, Diplome. Auf einem Klassenfoto mit der Überschrift «Erste Generation der Nescafé-Schule», ist er mit 54 Mitschüler*innen zu sehen, die aus allen südlichen Bundesstaaten Mexikos stammen. Über drei Jahre hinweg besuchte er Kurse, erhielt Nestlé-Setzlinge, Nescafé-Agronom*innen instruierten ihn auf seiner Farm, ein Nestlé-Manager aus der Schweiz besuchte ihn gar. «Und plötzlich», sagt er mit sarkastischem Unterton, «war die Fiesta zu Ende.»

Er habe viel Geld in den Umbau seines Hofes gesteckt, um die 4C-Auflagen zu Arbeitsbedingungen und Umwelt zu erfüllen. Doch mit den aktuellen Preisen gehe die Rechnung nicht auf: «Auch ohne den teuren Dünger kostet mich die Produktion fast 30 Pesos pro Kilo. Nestlé zahlt aber weniger als das.» Die Nestlé-Kurse liefen unter dem Titel «Gemeinsame Wertschöpf-

fung im Kaffeeunternehmen». Sie zielten darauf ab, die Bäuerinnen und Bauern zu Unternehmer*innen auszubilden, mit dem Versprechen, dass auch sie profitieren würden. Camarena sagt bitter: «Dieses Versprechen haben sie gebrochen.»

Elmar Morales teilt Eduardo Camarenas Erfahrungen. Der Kaffeebauer lebt mit seiner Frau, ihren zwei kleinen Kindern und seinen Eltern auf der Finca der Familie. Auch er glaubte Nestlés Versprechen und wurde 2012 Teil der zweiten Generation der Nescafé-Plan-Bäuerinnen und -Bauern. Auch bei ihm ist nur noch Wut und Frustration übrig. Besonders schmerzt ihn, dass sein Gesicht und das seiner Mutter auf Nes-

café-Etiketten verwendet wurden mit der Behauptung, das Trinken dieses Kaffees ver helfe den Bäuerinnen und Bauern in Chiapas zu einem besseren Leben.

Ende Januar 2024 traf sich Elmar Morales mit Eduardo Camarena und weiteren Kaffeebäuerinnen und -bauern, um den lokalen Medien ihren Unmut kundzutun und einen Protestbrief an Nestlé zu verfassen: Der Preis von 26 Pesos, den sie für den Kaffee erhielten, sei völlig unzureichend. 35 Pesos pro Kilo (1.80 Franken, Stand Februar 2024) seien derzeit das Mindeste, um die effektiven Produktionskosten decken zu können.

Der Preis liegt deutlich unter dem Vorjahrespreis – obwohl der Robusta-Preis an der global massgebenden

Chiapas und Soconusco

Chiapas im Süden Mexikos ist der grösste Kaffeeproduzent und gleichzeitig der ärmste Bundesstaat des lateinamerikanischen Landes. Hier produzieren um die 180 000 Bäuerinnen und Bauern knapp 40 % der nationalen Kaffeemenge. Gemäss Daten der Internationalen Kaffeeorganisation (ICO) war Mexiko in der Erntesaison 2022/2023 mit rund 250 Millionen Kilogramm Rohkaffee der weltweit achtgrösste Kaffeeproduzent.

Die Region Soconusco ist bekannt für qualitativ hochwertigen Arabica-Kaffee, der dank klimatisch optimalen Bedingungen und fruchtbarer Vulkanerde besonders gut gedeiht. In Mexiko werden traditionell Arabica-Sorten unter Schattenbäumen angebaut, was die Abholzung vermindert und die Biodiversität fördert, zudem ist die Produktion oft biologisch. Nestlé fördert in Zusammenarbeit mit der mexikanischen Regierung jedoch den Anbau von Robusta, der im Gegensatz zum Arabica keinen Schatten benötigt. Weltweit stammen fast 70 % des Robusta-Kaffees aus kostengünstiger, zum Teil mechanisierter Intensivproduktion in Vietnam und Brasilien.



Der Nescafé Plan

Die erste Auflage des Nescafé Plan wurde 2010 in Mexiko – heute Nestlés dritt wichtigster Kaffeelieferant – lanciert. Nestlé versprach, innerhalb von zehn Jahren weltweit 350 Millionen Franken in das Programm zu investieren, das durch die ganze Versorgungskette, «vom Produzenten über den Konsumenten bis hin zu uns», Wert schaffe, wie es der damalige CEO Paul Bulcke formulierte. Das Verteilen ertragreicher Robusta-Züchtungen sowie Schulungen in Unternehmertum und Agronomie sollten zu höherer Produktivität führen. 2022, zwölf Jahre nach der Lancierung des Nescafé Plan, verkündete Nestlé, dass allein in Mexiko mehr als 40 Millionen Setzlinge verteilt worden seien und dass der Plan mit neuem Fokus auf klimafreundlicher Landwirtschaft fortgesetzt werde.

Der durch den Nescafé Plan beschaffte Kaffee muss den Nachhaltigkeitsanforderungen des Standards 4C (Common Code for the Coffee Community) genügen. Dieser von Nestlé mitgegründete Branchenstandard hat vergleichsweise tiefe Anforderungen; unter anderem sieht er keine obligatorischen Preisaufschläge für Bäuerinnen und Bauern vor.



Kaffeeernte ist in aller Regel Handarbeit – auch in Chiapas.

Londoner Börse im selben Zeitraum um 50 % auf den höchsten Wert seit 30 Jahren geklettert ist. Nestlé gibt an, sich bei der Preissetzung jeweils an der Entwicklung auf den internationalen Märkten zu orientieren. Tatsächlich wurde ein tiefer Preis in der Vergangenheit oft mit dem tiefen Börsenpreis begründet. Jetzt, wo dieser hoch ist, spielt er aber offenbar keine Rolle.

Der tiefe Preis ist für die Bäuerinnen und Bauern umso problematischer, als sie zurzeit mit stark gestiegenen Produktions- und Lebenshaltungskosten zu kämpfen haben. Wer es sich leisten kann, hält deshalb seinen Kaffee erst einmal zurück. Viele waren jedoch schon zu Beginn der Ernte gezwungen, zu verkaufen, da sie das Geld zur Finanzierung der weiteren Ernte brauchten.

Nestlé erklärt sich für nicht zuständig

Um gut vom Kaffeeanbau leben zu können, wären gemäss Aussagen der Produzent*innen um die 40 bis 50 Pesos pro Kilo nötig. Solche Preise zu verlangen, erscheint jedoch völlig illusorisch. Eine Bäuerin formulierte es so: «Wir bitten doch nicht um die Perlen der Heiligen Jungfrau! Alles, was wir verlangen, ist ein Preis, der uns in Würde leben lässt.» Nestlé erklärte sich jedoch als Reaktion auf den Protestbrief erst einmal für nicht zuständig. Die Produzent*innen sollten sich mit ihrem Anliegen doch an die lokalen Zwischenhandelsfirmen wenden.

So finden sich am Morgen des 5. Februar 25 Kaffeebäuerinnen und -bauern vor den Toren von Casemex ein, um dem Chef der Firma ihr Leid zu klagen. Elmar Morales ergreift das Wort. Mit erregter Stimme sagt er: «An der Nescafé-Schule haben sie uns gelehrt, die Produktion zu verdoppeln. Dann haben sie uns fallengelassen. Sie haben uns Werte gelehrt, Prinzipien, Ethik. Wo ist die ganze Theorie geblieben?» Der Casemex-Chef hört den Bäuerinnen und Bauern etwas bleich, aber geduldig zu. Er bestätigt, was allen Anwesenden längst klar ist: dass er am Preis nichts ändern könne, diesen gebe Nestlé vor. Er werde ihre Klagen aber dem Konzern weiterleiten und Bescheid geben, sobald er Antwort erhalten habe.

Robusta – der Kaffee der Armen

Ein paar Tage darauf sind wir mit dem Kleinbauern Octaviano Morales Salas im Taxi unterwegs nach Villaflores, einem Dorf rund eineinhalb Stunden entfernt von Tapachula. 320 Landbesitzer*innen wohnen im Bezirk, erzählt der 70-Jährige, die wie er zwischen 0,5 und 15 Hektar Land bewirtschaften. Sie alle würden vom Robusta-Kaffee leben, den sie für Nestlé produzieren. «El café de los pobres», «Den Kaffee der Armen» nennt ihn Octaviano Morales Salas.

An diesem Tag findet in Villaflores eine Junta statt – ein alle zwei bis drei Monate abgehaltenes Treffen, zu dem Vertreter*innen der umliegenden Dörfer



Nach der Ernte werden die Kaffeefrüchte in Säcke abgefüllt und für den Transport zum Zwischenhändler bereitgestellt.

zusammenkommen, um Anliegen zu besprechen und Beschlüsse zu fassen. Heute ist auch der tiefe Kaffeepreis traktandiert. Rund 40 Personen treffen nach und nach im Gemeindesaal ein. Octaviano Morales Salas ergreift das Wort und beklagt die Folgen von Nestlés Preispolitik.

«Nestlé füllt sich die Taschen und lässt uns in Armut zurück.» Kleinbauer Octaviano Morales Salas

«Weil es mit dem Kaffee nichts mehr zu verdienen gibt, gehen die Jungen alle in die USA. Allein aus unserer Gemeinde sind 180 ausgewandert. Wer soll noch unsere Böden bestellen? Uns steht das Wasser bis zum Hals. Nestlé füllt sich die Taschen und lässt uns in Armut zurück.»

Nach der Versammlung sagt uns der Kleinbauer, dass es für die meisten Bäuerinnen und Bauern in der Gegend zu teuer sei, bei 4C mitzumachen. Dafür müssten sie Auflagen erfüllen, die hohe Kosten verursachten. Theoretisch zahle Nestlé für 4C-Qualität einen Aufpreis von 1,20 Pesos pro Kilo (6 Rappen). Doch auch dieser minime Aufschlag bleibe meist Theorie – in der Praxis würden die Einkäufer den Preis mittels Qualitätsbeanstandungen wieder drücken, sodass sie oft beim Coyote

noch den besseren Preis bekämen. Deshalb würden es die meisten vorziehen, diesem zu verkaufen. Die Mittelsmänner mit dem sprechenden Namen bezahlten zwar auch keine guten Preise, stellten aber zumindest keine Bedingungen an die Produktion. Viele Kleinbäuerinnen und Kleinbauern sind auch auf sie angewiesen, weil die Coyote ihnen – allerdings zu Wucherzinsen – Kredite vergeben. Denn das Geld aus dem Kaffeeverkauf reicht nicht bis zur nächsten Ernte, und die wenigsten von ihnen haben Möglichkeiten für Zusatzverdienste – so wird in den Monaten Juli und August auch das Essen knapp.

Interessant ist, dass offenbar auch der konventionell produzierte Kaffee über die Coyote letztlich bei Egos, Casemex und Merino landet. Diese müssten eigentlich garantieren, dass der von ihnen gekaufte Kaffee von 4C zertifiziert ist. Sie bilden sogenannte 4C-Einheiten, die direkt Nestlé unterstehen und damit für die Umsetzung des Nachhaltigkeitsstandards auf den Farmen, von denen Nestlé Kaffee bezieht, zuständig sind.

Wir haben die Zwischenhändler sowie die 4C-Zertifizierungsbüros mit diesen Vorwürfen konfrontiert, doch unsere Anfragen blieben trotz mehrmaligem Nachhaken unbeantwortet. Auch Nestlé hat unsere Fragen zu diesem Thema nicht beantwortet.

Die Kaffeeproduzent*innen in Soconusco kämpfen aktuell mit vielen Problemen: Pilz- und Schädlingsplagen reduzieren immer wieder ihre Ernte, dazu spüren sie zu-



© Florian Blumer

Marbella Salas zeigt die «Klone», die sie von Nestlé erhalten hat. Diese sind potenziell ertragreicher, benötigen aber mehr Dünger.

nehmend die Folgen des Klimawandels. Weil es 2023 zu wenig geregnet hat, ist die Ernte um schätzungsweise 10 bis 15% zurückgegangen. Hinzu kommt ein akuter Arbeitskräftemangel für die Kaffee-Ernte und die Plantagenpflege. Die Arbeiter*innen kommen traditionell aus dem nahen Guatemala, wo noch grössere Armut herrscht als in Chiapas. Sie verdienen umgerechnet rund 10 Franken am Tag. Zur Erntezeit, wenn nach geernteten Bohnen abgerechnet wird, ist es in der Regel etwas mehr. So oder so ist es ein Betrag, den die Kaffeebäuerinnen und -bauern kaum aufbringen können und der den Arbeiter*innen doch fast nicht zum Leben reicht. Zurzeit ist der Peso so schwach, dass es sich für die Guatemalte*innen kaum mehr lohnt, zum Arbeiten nach Chiapas zu kommen. Viele ziehen es ohnehin vor, ihr Glück im Norden des Landes oder in den USA zu suchen.

Schuffen im Tropenparadies

Wir fahren mit Marbella Salas und ihrem Mann Luis Figueroa zu ihrer «Ranchito», wie sie ihre 5 Hektar grosse Kaffeefarm nennen. Die Kleinbäuerin zeigt auf eine Reihe von Pflanzen, die alle kaum 1 Meter hoch sind: «Das sind die Klone von Nestlé.» Sie ersetzt immer mehr ihrer traditionellen Pflanzen durch die potenziell ertragreicheren Züchtungen. Viele Kaffeebäuerinnen und -bauern der Region würden jedoch die traditionellen Pflanzen bevorzugen, erklärt sie. Denn die Nestlé-Setzlinge trügen nur wenig Früchte, wenn sie nicht gedüngt werden – den

Dünger könnten sich aber viele nicht leisten. Bei ihnen ginge dies nur, weil ihr Mann in den Sommermonaten zusätzlich auf dem Bau arbeite. Die Klone würden auch schnell eingehen, wenn zu wenig Regen fälle; und man müsse sie alle acht bis zehn Jahre ersetzen, während die traditionellen Pflanzen 50 Jahre alt werden könnten.

Auf dem Strässchen zur Farm treffen wir einen Mann um die 60, gefolgt von einem deutlich jüngeren; beide tragen Macheten. Der ältere Mann ist Kleinbauer und produziert auf 2,5 Hektar Arabica und Robusta für Nestlé. Während er mit seinen Nachbar*innen Marbella Salas und Luis Figueroa plaudert, sprechen wir mit dem jungen Mann, seinem Arbeiter. Wie alle Arbeiter*innen, die wir antreffen, ist er – ganz im Gegensatz zu den Bäuerinnen und Bauern – sehr zurückhaltend. Trotzdem sagt er schnell: «Ich träume davon, noch dieses Jahr in die USA auszuwandern.» Vor fünf Jahren habe er auf einer grösseren Finca gearbeitet, doch da habe er es nur zwei Wochen ausgehalten. «Auf Grossfarmen muss man um 4 Uhr aufstehen», erzählt er, «und zu essen gibt es meist nur Wasser, Bohnen und Tortillas.» Wollte man auf einer Matratze und mit einer Decke schlafen, müsse man die selbst mitbringen.

Das Elend der Arbeiter*innen in Soconusco dokumentierte schon der mexikanisch-US-amerikanische Film «Cosecha de Miseria» vor sieben Jahren. Bei einem Nachbarn von Eduardo Camarena, 4C-Bauer für Nescafé wie er, deckte das Reporterteam menschenunwürdige Zustände in den Unterkünften auf. Auf der Ruta del Café



Keine Matratzen oder Decken: 4C-konformer Schlafraum für Arbeiter*innen auf einer mittelgrossen Farm in Soconusco, Mexiko.

und den Plantagen traf das Filmteam zudem überall Kinder aus Guatemala an, die Kaffee pflückten und bis zu 50 Kilogramm schwere Kaffeesäcke schleppten.

Hat sich die Situation seither verbessert? «Das lässt sich nicht sagen», erklärt Julio García, Berater für die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) in Chiapas und Autor einer Studie zum Thema. Es gebe dazu schlicht keine Zahlen. Szenen wie im Film treffen wir bei unserem Besuch zwar keine an. Der Experte bestätigt aber unsere Vermutung, dass dies schlicht daran liege, dass die Erntearbeiter*innen aus Guatemala in dieser Saison ausgeblieben sind – sie bringen traditionell ihre Kinder mit zur Arbeit. Die Risikofaktoren für Kinderarbeit im Kaffeesektor in Chiapas, so Julio García, seien aber mit Sicherheit nicht kleiner geworden.

Falsche Versprechen

Das grösste Risiko stellt nach wie vor das sehr geringe Einkommen der Bäuerinnen und Bauern dar, bedingt in erster Linie durch die tiefen Kaffeepreise. Das hat zur Folge, dass vor allem bei Kleinbäuerinnen und -bauern in Chiapas, wie weltweit auch, Kinderarbeit innerhalb der Familien weitverbreitet ist. Viele geraten in eine Armutspirale mit verheerenden Folgen, von unzureichender Gesundheitsversorgung über fehlende Bildungschancen bis zu saisonaler Ernährungsunsicherheit.

Vera Espindola ist Entwicklungsökonomin, sie arbeitete als Kaffee-Expertin beim mexikanischen Landwirtschaftsministerium und ist heute in einem Unter-

nehmen für Spezialitätenkaffee tätig. «Die Preise, welche die Kaffeeproduzent*innen erhalten – für Arabica wie für Robusta –, decken vielfach kaum die Produktionskosten», sagt sie. Meist bedeute dies ein Leben in Armut.

Während die Kaffeekonzerne in den letzten Jahren immer höhere Profite erwirtschafteten, ist der Anteil der Wertschöpfung, der an die Produzent*innen geht, sogar weiter gesunken.

Hauptgrund für die tiefen Preise sind aus Sicht von Espindola die «fundamentalen Informations- und Machtasymmetrien zwischen Käufern und Bauern». Dieses Ungleichgewicht habe sich in den letzten 15 Jahren noch verschärft. Dies kontrastiert mit der Tatsache, dass die Kaffeekonzerne in diesem Zeitraum unzählige auf Freiwilligkeit basierende Nachhaltigkeitsprogramme und Brancheninitiativen lanciert haben, welche die Lebensbedingungen der Produzent*innen hätten verbessern sollen.

Schätzungen zufolge leben rund 5,5 Millionen Kaffeebäuerinnen und -bauern – das heisst knapp die Hälfte – weltweit in Armut, und die grosse Mehrheit der Kaffeeproduzent*innen ist weit davon entfernt, ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen. Dies, obwohl das



«Nestlé – Unternehmen ohne Ethik treibt Chiapas in die Armut»: Transparent demonstrierender Kaffeeproduzent*innen im Februar 2024 in Tapachula, Mexiko.

Recht auf eine Entlohnung, welche die wichtigsten Grundbedürfnisse deckt, ein im UNO-Sozialpakt verankertes Menschenrecht darstellt. Während die Kaffeekonzerne in den letzten Jahren immer höhere Profite erwirtschafteten, ist der Anteil der Wertschöpfung, der an Produzent*innen geht, sogar weiter gesunken. Die Arbeiter*innen kommen in dieser Rechnung meist gar nicht erst vor.

Ric Rhinehart, Kaffee-Experte und ehemaliger Chef der Specialty Coffee Association, des globalen Dachverbands für Spezialitätenkaffee, ist nicht überrascht, dass diese Nachhaltigkeitsbemühungen nicht gefruchtet haben: «Die Versprechen sind komplett irreführend, denn die Konzerne folgen ihrer eigenen Nachhaltigkeitslogik – und die ist darauf ausgerichtet, maximalen Mehrwert aus den Bauern herauszupressen.»

Die Verhandlungen mit Nestlé – «ein Hohn»

«Precio justo, precio justo!», «Faire Preise, faire Preise!», hallt es aus der Gruppe von rund 200 Menschen, die sich am frühen Morgen des 15. Februar auf der Ruta del Café versammelt haben. Nachdem sie vergeblich auf eine Reaktion von Nestlé gewartet haben, verleihen sie ihrer

Forderung mit einer Strassenblockade Nachdruck. Den ganzen Vormittag über versperren sie die Strasse am Stadtrand von Tapachula, dort, wo sich die Zwischenhandelsfirmen befinden. Vor den Kameras der lokalen Medien verbrennen sie Nescafé-Plan-Kaffeetaschen und Nestlé-Robusta-Setzlinge.

Der Druck wirkt: Ein lokaler Regierungsvertreter trifft ein und verspricht den Protestierenden ein Gespräch mit Nestlé in Tuxtla Gutierrez, der Hauptstadt von Chiapas. Beim Treffen zehn Tage später erfahren die aus Tapachula angereisten Kaffeeproduzent*innen jedoch, dass niemand aus der Nestlé-Einkaufsabteilung erschienen ist und die Anwesenden keine Befugnis hätten, über den Preis zu reden. In drei Tagen würden sie aber eine Antwort auf ihre Preisforderung erhalten. Diese kommt dann auch pünktlich. Sie lautet: Nein.

«Una burla de Nestlé» sei das Ganze gewesen, sagt Kaffeebauer Julio Castillo, der am Treffen dabei war, «ein Hohn». Die ganze Erntesaison, von Oktober bis Februar, haben sie für einen fairen Preis gekämpft. Wie schon letztes Jahr wurde er zwar schrittweise erhöht – aber nicht auf den geforderten Mindestpreis.

Um die Inflation bereinigt liegt der Preis sogar tiefer als letztes Jahr. Doch die Bäuerinnen und Bauern sind nun gezwungen zu verkaufen: Langsam, aber sicher verdirbt der Kaffee und sie drohen alles zu verlieren. Dazu müssen viele auch dringend Schulden begleichen.

Eduardo Camarena befürchtet, dass Nestlé seine aggressive Billigeinkaufspolitik noch verschärfen wird. Zudem drohe die nächste Ernte wegen der aktuellen Trockenheit noch schlechter auszufallen.

Den Bäuerinnen und Bauern ist erst einmal die Luft ausgegangen. Julio Castillo erklärt: «Wir sind Kaffeebauern, wir wollen und können unsere Zeit nicht damit verbringen, uns mit Nestlé zu streiten.» Sie würden ja nur verlangen, dass der Nescafé Plan zu dem wird, was er eigentlich sein sollte: ein Programm, in dem Kaffeeproduzent*innen und das Unternehmen zusammenarbeiten, zum Nutzen aller.

Die Monate bis zur nächsten Ernte wollen sie nun nutzen, sagt Castillo, um sich besser zu organisieren, damit sich das diesjährige Trauerspiel um den Preis möglichst nicht wiederholt. Doch Eduardo Camarena sagt, er sei wenig optimistisch. Er befürchtet, dass Nestlé seine aggressive Billigeinkaufspolitik noch verschärfen wird. Zudem drohe die nächste Ernte wegen der aktuellen Trockenheit noch schlechter auszufallen. Aufgeben ist für ihn, wie für die meisten Kaffeeproduzent*innen von Soconusco, dennoch keine Option. «Ich liebe den Kaffee», so seine Begründung kurz und knapp. Zudem könnten sich die meisten hier eine Umstellung auf ein anderes Produkt gar nicht leisten.

Wie war das nochmal im Werbefilm von Nescafé? Eduardo Camarena verspricht seinem Grossvater, den Hof weiterzuführen. Damit dies nicht nur im Film, sondern auch im richtigen Leben möglich wird, bräuchte er aber weder Kurse in Farmmanagement noch hochgezüchtete Setzlinge, sondern eigentlich nur eines: dass ihm der Lebensmittelriese aus der Schweiz für seinen Kaffee einen Preis zahlt, der zum Leben reicht. ■



Online ist die Reportage
mit Videos ergänzt:
publiceye.ch/kaffee-reportage



Hauptsitz von Nestlé in Vevey VD.

Die Antwort von Nestlé

In seiner Vorabstellungnahme zu vorliegender Recherche schreibt uns Nestlé, dass der Konzern der «festen Überzeugung» sei, dass «die Kaffeebauern ein ausreichendes Einkommen erzielen sollten, das einen angemessenen Lebensstandard für sie und ihre Familie gewährleistet». Dafür gebe es in dem von Angebot und Nachfrage abhängigen Markt jedoch «keine einfache Lösung». Der Konzern habe keine Mindestpreisgarantie, biete aber «die wettbewerbsfähigsten Preise auf einem offenen Markt» sowie «je nach Herkunft und geforderter Qualität» einen «Aufschlag für Kaffee aus verantwortungsvollen Quellen».

Nestlé geht in seiner Antwort mit keinem Wort auf unsere Fragen zur spezifischen Situation in Soconusco und zu den Protesten der Kaffeebäuerinnen und -bauern ein. Auch die Frage, weshalb Nestlé nicht auf deren Preisforderungen eingegangen ist, bleibt unbeantwortet. Stattdessen lässt uns der Konzern wissen, dass in Chiapas mehr als 7000 Kaffeeproduzent*innen am Nescafé Plan teilnähmen, der «die Kaffeeanbaugemeinschaften dabei unterstützt, ihre Produktivität zu steigern, die Inputkosten zu senken und ihre Lebensbedingungen zu verbessern». Nestlé setze sich in Mexiko «stark für eine verantwortungsvolle und nachhaltige Beschaffung von Kaffee» ein und schätze die positiven Auswirkungen dieses Engagements «auf die Wirtschaft und die Entwicklung der mexikanischen Kaffeeanbaugemeinden».

Nestlé und der mexikanische Staat sind mehr als gute Partner

Der Konzern pflegt eine enge Beziehung zur Regierung Mexikos – gemäss dem Präsidenten zum Wohle der Kaffeebäuerinnen und -bauern des Landes. Diese protestieren derweil immer lauter gegen den Lebensmittelriesen aus der Schweiz, und das nicht nur in Chiapas.

FLORIAN BLUMER

Als Nestlé im Juli 2022 in Veracruz, Südmexiko, eine neue Nescafé-Fabrik einweihte, gab sich auch Staatspräsident Andrés Manuel López Obrador (Amló) die Ehre. In seiner Eröffnungsrede lobte er die enge Zusammenarbeit von Staat und Unternehmen, erwähnte die gemeinsamen Investitionen in die Fabrik und sicherte dem Konzern auch künftig die Unterstützung des Landes zu. «Mit dieser Fabrik und mit allen Nestlé-Fabriken, die es seit Jahren im Land gibt», so der Staatspräsident, «unterstützen wir rund 100 000 Produzenten.»

Die Angesprochenen zeigten sich weniger euphorisch. Zu Tausenden protestierten sie gegen die Eröffnung der grössten Kaffeeabrik Lateinamerikas mit einer Verarbeitungskapazität von 40 000 Tonnen Rohkaffee.



Social-Media-Post des Staatspräsidenten Andrés Manuel López Obrador zu einem hochrangigen Besuch von Nestlé, darunter CEO Mark Schneider, im Präsidentenpalast im September 2023.

Die Fabrik soll Mexiko zwar zu Nestlés wichtigstem Land in der Herstellung von Kaffee machen. Dass sie, die Bäuerinnen und Bauern, davon profitieren werden, davon sind sie jedoch nicht so überzeugt. Denn eine zunehmende Marktmacht von Nestlé bedeutet für sie vor allem eines: Der Druck, Billigkaffee anzubauen, der ihnen kaum ein Auskommen ermöglicht, steigt weiter. Die Proteste in Veracruz halten deshalb bis heute an – in Chiapas haben sie gerade erst begonnen, wie unsere Reportage zeigt.

Im engsten Machtzirkel

Der Weltkonzern aus Vevey ist seit rund 90 Jahren in Mexiko präsent und unterhält enge Beziehungen zum Staat. So lieferte Alfonso Romo Garza, der Leiter des Präsidialamts von Amló von 2018 bis 2020, über seine Firma Agromod Nestlé die Robusta-Pflanzen, die der Konzern zu Millionen an Bäuerinnen und Bauern verteilte. Romo Garza war zugegen, als Amló 2018 – nur wenige Tage nach seiner Wahl zum Präsidenten Mexikos – die künftige Eröffnung der Nescafé-Fabrik in Veracruz bekanntgab. Die mexikanische Zeitung «Pie de Página», welche die Verstrickungen aufdeckte, kommentierte dazu: «Obwohl Romo als Beamter fungierte, hätte er genauso gut Vertreter von Nestlé sein können.»

Die Bäuerinnen und Bauern, die für faire Preise und um ihre Existenz kämpfen, haben keinen solch privilegierten Zugang zu den Entscheidungstragenden. Immerhin haben sie es in den Wahlkampf für die Senator*innenwahl in Chiapas 2024 geschafft: Der Kandidat der Grünen, Luis Armando Melgar, hat sich auf die Seite der gegen Nestlé protestierenden Bäuerinnen und Bauern aus der Region Soconusco gestellt und lässt in einem Wahlkampfvideo Eduardo Camarena (siehe Reportage) und weitere Protestierende zu Wort kommen und für ihn auftreten. Dies hat ihnen und ihrem Anliegen lokal zwar etwas Aufmerksamkeit gebracht, an der Regierungspolitik ändern wird dies nichts. Diese dürfte weiter konzernfreundlich bleiben. Im Oktober wird die soeben gewählte neue Präsidentin Claudia Sheinbaum ihr Amt aufnehmen. Sie ist eine enge Vertraute und Parteikollegin des abgetretenen Staatschefs und hat versprochen, dessen Politik weiterzuführen. ■



Der Nescafé Plan oder «Nachhaltigkeit» zum Billigtarif

Nestlé verspricht mit dem Nescafé Plan, Leben und Einkommen von Hunderttausenden Menschen im Kaffeeanbau zu verbessern. Die Realität sieht anders aus. So wird der Robusta-Kaffee – der wichtigste Rohstoff für Nescafé – im brasilianischen Espírito Santo in intensiv bewirtschafteten, zum Teil mechanisierten Monokulturen besonders kostengünstig angebaut. Den Preis dafür bezahlen die Arbeiter*innen auf den Plantagen.

CARLA HOINKES UND FLORIAN BLUMER

Während Millionen Kaffeebäuerinnen und -bauern weltweit in bitterer Armut leben und unzählige Arbeiter*innen zu unwürdigen Bedingungen auf Kaffeeplantagen schufteten, werden mit dem Verkauf von Kaffee jedes Jahr mehrere Hundert Milliarden US-Dollar umgesetzt. Der globale Markt wächst kontinuierlich, und bis 2050 könnte sich die Nachfrage verdoppeln; insbesondere Detailhändler und Kaffeeröster erzielen anhaltend hohe Gewinne.

Das profitable Röstgeschäft ist weltweit in den Händen von immer weniger multinationalen Getränke- und Lebensmittelkonzernen. Unangefochtene Welt Nummer 1 ist der Westschweizer Konzern Nestlé, vor

dem US-amerikanischen Konzern Starbucks und dem niederländischen Konglomerat JDE Peet's.

Nestlé röstet mindestens jede zehnte geerntete Kaffeebohne auf der Welt und erzielt mit dem Wachstumsgeschäft Kaffee, seiner grössten Produktparte, ein Viertel des Konzernumsatzes: 22,4 Milliarden Franken im Jahr 2021. Der Export seiner Nespresso-Kapseln, die ausschliesslich im Inland hergestellt werden, trägt dazu bei, dass die Schweiz gemessen am Handelswert zur Exportweltmeisterin von geröstetem Kaffee wurde (siehe Box nächste Seite). Die wichtigste Kaffeemarke des Konzerns aber ist Nescafé: Deren Fabriken, die hauptsächlich löslichen Pulverkaffee, aber unter der Marke Dolce Gusto

MARKTANTEILE KAFFEEVERKÄUFE IM DETAILHANDEL

Im globalen Detailhandel wurden 2022 gemäss exklusiven Daten der Marktanalysefirma Euromonitor weltweit 99,48 Milliarden US-Dollar umgesetzt.* Ein Viertel der Verkäufe lief über Nestlé.



	Marktanteil in %	Hauptsitz
Nestlé	25,1	Schweiz
JDE Peet's	10,2	Niederlande
Lavazza	2,7	Italien
The J.M. Smucker Co.	2,5	USA
Strauss / São Miguel	1,9	Niederlande
Tchibo	1,6	Deutschland
Kapal Api	1,4	Indonesien
Kraft Heinz	1,4	USA
Keurig Dr Pepper	1,3	USA
Melitta	1,0	Deutschland

MARKTANTEILE INSTANTKAFFEE IM DETAILHANDEL

Der Markt für löslichen Kaffee macht 32,1% der Verkäufe im globalen Detailhandel aus und betrug 31,89 Milliarden US-Dollar im Jahr 2022. Der Anteil von Nestlé lag hier sogar bei 36,6%.



	Marktanteil in %	Hauptsitz
Nestlé	36,6	Schweiz
JDE Peet's	9,2	Niederlande
Dong Suh Foods Co.	2,7	Südkorea
Java Prima Abadi	1,5	Indonesien
Mayora Indah	1,4	Indonesien
Kapal Api	1,3	Indonesien
Strauss Gruppe	1,2	Israel
Ajinomoto Co.	1,2	Japan
Food Empire Holdings	1,0	Singapur
Unilever	0,8	Grossbritannien

Quelle: Euromonitor

* Der gemessen am Umsatz zweitgrösste Kaffeeröster Starbucks erscheint in dieser Statistik nicht, da er seinen Kaffee ausschliesslich in seinen Cafés verkauft. Nestlé hat dem Konzern 2018 die Verkaufsrechte für die Vermarktung von Starbucks-Produkten im Einzelhandel abgekauft.

Schweizer Kaffee – what else?

Röstkonzerne wie Nestlé kaufen ihren Kaffee in der Regel nicht direkt von Produzent*innen oder Bauernkooperativen, sondern bei lokalen Zwischenhändlern oder internationalen Händlern, also wiederum bei Grosskonzernen, die den Ex- und Import und häufig auch die Primärverarbeitung, zum Teil sogar den Anbau in den Produktionsländern kontrollieren.

Der weltgrösste Kaffeehändler, die Neumann Kaffee Gruppe mit Sitz in Hamburg, steuert in Zug einen Grossteil seines Handelsgeschäfts. Die fünf nächstgrössten Konzerne – Ecom, OFI, Sucafina, LDC und Volcafe – haben entweder ihren Sitz oder ihr operatives Zentrum in der Schweiz. Das gilt auch für viele kleinere Kaffeehändler. Unseren Schätzungen zufolge – offizielle Zahlen gibt es nicht – wird über die Hälfte des globalen Rohkaffeevolumens über die Schweiz gehandelt. Dies macht die Alpenrepublik zum grössten Kaffeehandelsplatz der Welt.

Obwohl der Kaffee dabei in den meisten Fällen physisch nicht in die Schweiz gelangt, ist das Land heute – gemessen am Handelswert – nach Brasilien auch die zweitgrösste Kaffeexporteurin. Und mit einem Exportwert von fast 3,3 Milliarden Franken im Jahr 2022 ist das Land sogar Exportweltmeister von geröstetem Kaffee. Dieser Wert ist beinahe 1,5-mal so hoch wie die Werte für die Exporte der grössten Konkurrenten Italien und Deutschland. Die Ausfuhrmenge ist seit 2002 fast um den Faktor 19 auf 109,4 Millionen Kilogramm explodiert, und der Wert pro Kilogramm hat sich verdoppelt. Massgeblichen Anteil an diesem beispiellosen Aufschwung hat Nespresso, dessen weltweiter Umsatz seit 2002 um das 18-Fache gestiegen ist und dessen Fabriken in der Schweiz unseren Schätzungen zufolge mehrheitlich für den Export jährlich etwa 7 Millionen Kapseln produzieren.



Auf einer mexikanischen Farm werden die Kaffeekirschen zum Trocknen auf dem Boden ausgelegt und regelmässig gewendet.

auch kostengünstigen Kapselkaffee herstellen, verschlingen weltweit mindestens 80 % der von Nestlé beschafften Kaffeemenge – mehr als 800 000 Tonnen jährlich. Vor allem dank der weltgrössten Kaffeemarke lässt Nestlé, insbesondere beim Verkauf von Pulverkaffee, die Konkurrenz weit hinter sich (siehe Grafik Seite 16).

Nescafé trinken und die Welt verbessern?

Auf der Nescafé-Website verspricht der Schweizer Konzern: «Mithilfe unserer Grösse möchten wir die Welt zum Guten verändern.» Dies hauptsächlich mit seinem Vorzeige-Nachhaltigkeitsprogramm, dem Nescafé Plan, der 2010 lanciert wurde, um weltweit die Wertschöpfung «vom Produzenten über den Konsumenten bis hin zu uns» zu verbessern, wie es der damalige CEO Paul Bulcke formuliert hatte. 2022 verkündete Nestlé, dass im Rahmen des Nescafé Plan Investitionen von über 350 Millionen Franken getätigt, 270 Millionen Kaffeeseetzlinge verteilt und 900 000 Schulungen durchgeführt worden seien. Damit sei das Leben und das Einkommen unzähliger Bäuerinnen und Bauern vor allem in Brasilien, Vietnam, Mexiko, Indonesien, Honduras, Côte d'Ivoire und Kolumbien verbessert worden. Gleichzeitig kündigte der Konzern an, den Nescafé Plan mit neuem Fokus auf klimafreundlicher Landwirtschaft bis 2030

fortzusetzen. Mit jeder getrunkenen Tasse Nescafé könnten die Konsument*innen «die Welt ein kleines bisschen besser» machen, heisst es in der Werbung. Für betroffene Kaffeebäuerinnen und -bauern sieht die Realität jedoch anders aus, wie wir in der Reportage aus der Kaffeeregion Soconusco im mexikanischen Bundesstaat Chiapas aufzeigen (siehe Seite 4). Dort sind heute viele vom Programm bitter enttäuscht und protestieren gegen die desaströse Einkaufspolitik von Nestlé, die sie in Armut hält und den Jungen die Zukunftsperspektive raubt.

Die Kaffeebäuerinnen und -bauern müssen mit billigem Robusta-Kaffee konkurrieren, den Nestlé in grossen Mengen aus Vietnam und vor allem Brasilien zur Herstellung von Nescafé importiert. Dank Bewässerung, viel Dünger und schattenlosen Intensivmonokulturen wird der Massenkaffee dort besonders kostengünstig produziert. Fast 70 % des weltweiten Robusta-Kaffees stammen heute aus diesen beiden Ländern, ein Fünftel der Gesamtmenge allein aus dem brasilianischen Bundesstaat Espírito Santo, wo das im Gegensatz zu den meisten anderen Kaffeeanbaugebieten flache Land eine Teilmechanisierung der Ernte erlaubt.

Auch Nestlé beschafft in Espírito Santo grosse Mengen des Kaffees, der in Brasilien Conilon genannt wird. Zwei Journalistinnen des brasilianischen

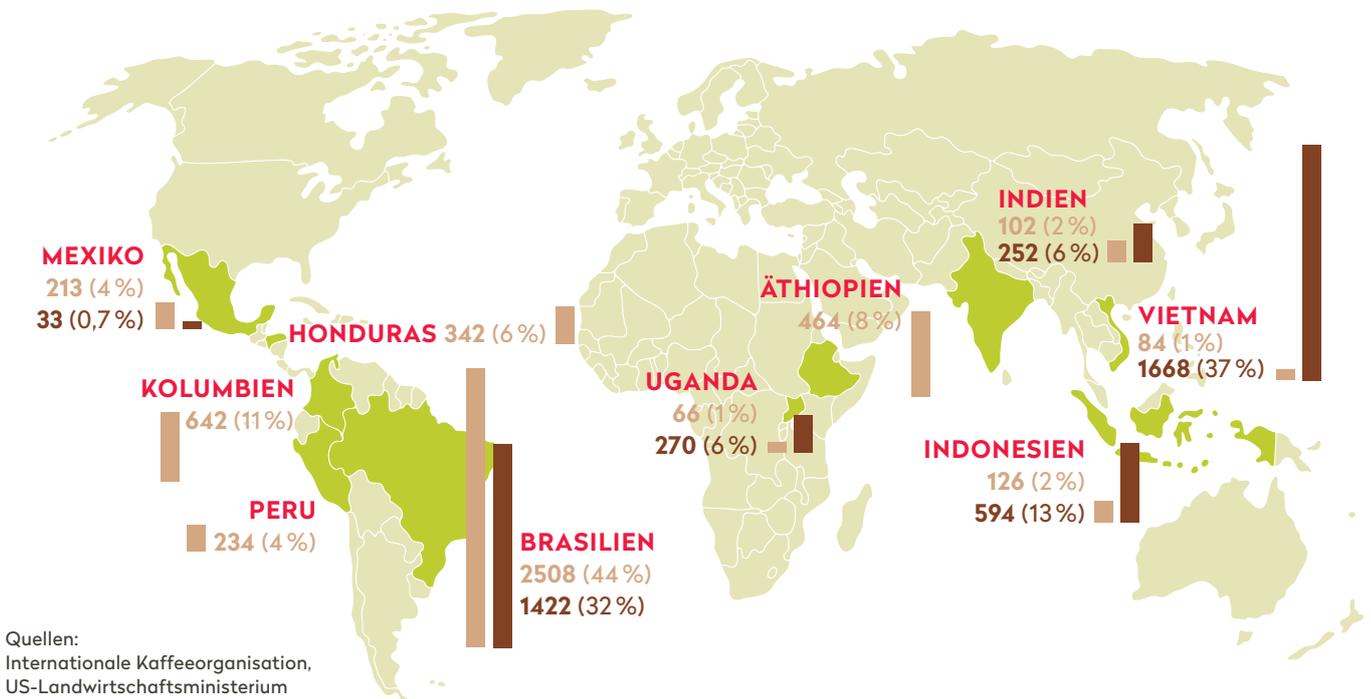


DIE TOP 10 DER ROHKAFFEEPRODUZENTEN

Erntesaison 2022/2023, in Millionen Kilogramm,
in Klammern Anteil an der globalen Produktion

Globale Produktion
10 092

Arabica 5640 (56%)
Robusta 4452 (44%)



Reporterkollektivs Repórter Brasil sind für uns während der Erntesaison 2023 in die Region gereist, um herauszufinden, unter welchen Bedingungen der laut Nestlé's Angaben ebenfalls «verantwortungsvoll» produzierte Kaffee dort angebaut wird.

Der Preis der Mechanisierung

Im Mai 2022 verlor die damals 41-jährige Kaffeebäuerin Rogéria Silveira ihren linken Unterarm. Die Plane der Kaffee-Erntemaschine auf ihrer Farm in Espírito Santo war verrutscht; um sie wieder zurechtzurücken, musste sie ihren Arm in das Gerät stecken. Doch ihre Hand verhakte sich, in Panik liess sie die Steuerung los und dann «drehte sich der Zylinder und riss mir den Arm ab», sagt Rogéria Silveira. Im Juni desselben Jahres verunfallte auch der 24-jährige Landarbeiter Pablo Henrique Souza Fabem. Er musste mit seinen Kollegen die Plane mit einem Seil verstärken, weil die darauf liegenden Kaffeezweige vom Regen des Vortags zu schwer waren. «Es ging alles sehr

schnell», erzählt Claudio Rizzo, Inhaber der Farm Santa Luzia in Nova Venécia, wo sich der Unfall ereignete. «Seil und Plane wickelten sich um sein Bein, und er wurde in die Maschine hineingezogen.» Rizzo sagt, er habe sich beeilt, die Maschine auszuschalten, was mangels Notfallknopf aber nicht sofort klappte. «Pablos Bein wurde abgetrennt, und er erlitt schwere innere Verletzungen», so der Kaffeebauer. Am nächsten Tag verstarb der Arbeiter im Krankenhaus.

In der Erntesaison 2022 kam es in Espírito Santo nach Angaben der Behörden zu insgesamt sieben Amputationen und zwei Todesfällen. Von Januar bis Juli 2023 wurden in der Region wiederum 16 Unfälle registriert. Die umgebauten und ursprünglich für die Bohnenernte entwickelten Maschinen wiegen etwa 4 Tonnen und verfügen über bis zu 100 Meter lange Planen, auf welche Arbeiter*innen die Zweige der Kaffeepflanzen werfen. Das Gerät zieht die Plane ein, zerstückelt die Zweige und separiert den Kaffee. Obwohl diese Geräte schon über zehn Jahre eingesetzt werden, wurden die Behörden erst kürzlich durch vermehrte Unfallmeldungen auf das Problem aufmerksam. «Die Maschine hat oft Mühe, die Kaffeezweige einzuziehen, der Arbeiter muss dann nachhelfen», erklärt Staatsanwältin Fernanda Barreto Naves in São Mateus. Unfälle betreffen daher meist die oberen Gliedmassen. «Viele dieser Maschinen verfügen nicht einmal über eine Notfallschaltung», so die Staatsanwältin. →

← Auf langen Plastikplanen zieht eine Maschine die abgeernteten Zweige der Kaffeepflanzen ein, zerstückelt sie und separiert die Kaffeebohnen. Doch Arbeiter*innen müssen oft nachhelfen und riskieren dabei, dass ihr Arm in die Walze gerät.

Die Erntemaschinen, über die vor allem die grösseren Farmen verfügen, und die chemieintensive Produktion ermöglichen erhebliche Kosteneinsparungen, sodass die Bäuerinnen und Bauern insgesamt etwas besser dastehen als diejenigen im mexikanischen Chiapas. Doch auch ihr Einkommen ist bescheiden. Eine aktuelle Analyse der Global Coffee Platform deutet darauf hin, dass besonders kleinere Produzent*innen mit weniger als 50 Hektar Land nicht genug verdienen, um einen würdigen Lebensstandard zu halten. Aufgrund der geringen Anzahl untersuchter Robusta-Betriebe lassen sich die Ergebnisse nicht verallgemeinern. Aber sie deuten darauf hin, dass Conilon-Bäuerinnen und -Bauern in Brasilien deutlich weniger verdienen als Arabica-Produzent*innen.

Aus den Gesprächen vor Ort wird klar, dass für die Arbeiter*innen nur ein Bruchteil der Wertschöpfung abfällt.

Daran vermag offenbar auch der Nescafé Plan nichts zu ändern, wie mehrere Teilnehmende des Programms bestä-

tigen. Im Gegenteil: Weil Nestlé respektive seine Zwischenhändler – darunter sind lokale Zwischenhändler und internationale Handelskonzerne wie Volcafe aus Winterthur – häufig tiefere Preise bezahlten, würden sie meist andere Abnehmer bevorzugen, so die Bäuerinnen und Bauern, die im Gegensatz zu den Produzent*innen in Chiapas zwischen mehreren Robusta-Abnehmern auswählen können.

Wer kann, sucht eine andere Arbeit

Idalino Agrizzi schätzt, dass er seit der Mechanisierung seiner Farm etwa dreimal weniger Erntehelfer*innen benötigt. Dennoch klagt er wie sämtliche befragten Nescafé-Plan-Bäuerinnen und -Bauern in der Region über einen akuten Arbeitskräftemangel. Erntearbeiter João Santos erklärt denn auch, dass er und seine Kolleg*innen wenn immer möglich eine andere Arbeit suchten. Die Löhne seien tief und die Kaffee-Ernte sehr anstrengend. Ausserdem gebe es keinerlei Lohnsicherheit, weil – wie weltweit üblich – nach der gepflückten Menge Kaffeekirschen und bei der teilmechanisierten Ernte nach geschnittenen Kaffeesträuchern gezahlt werde. Diese variere stark, je nach Wetter, der Produktivität der jeweiligen Pflanzen und der körperlichen Belastbarkeit der Arbeiter*innen. Hinzu kommen intransparente Lohnabzüge für die meist sehr rudimentären Unterkünfte und die häufig einseitige, ungesunde Verpflegung.

DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE BEIM KAFFEE ☉

1 ANBAU & ERNTE



KAFFEEPFLANZE/
KAFFEEKIRSCHEN

2 PRIMÄR- VERARBEITUNG



- REINIGEN UND SORTIEREN DER KAFFEEKIRSCHEN
- TROCKEN- ODER NASSAUFBEREITUNG
- SCHÄLEN DER KAFFEEBOHNEN

3 LAGERUNG, EXPORT & IMPORT



- ROHKAFFEE
- LAGERUNG
 - HANDEL NATIONAL
 - HANDEL INTERNATIONAL

KAFFEEPLANTAGE

INTERNATIONALE HÄNDLER

LOKALE HÄNDLER

KAFFEE-EINKÄUFER

KLEINBÄUERIN, KLEINBAUER

KOOPERATIVEN

ERNTEARBEITER*IN

Systematische Erhebungen zum Verdienst der Erntearbeiter*innen in Espírito Santo fehlen. Erhebungen aus Minas Gerais, wo ein Grossteil des brasilianischen Kaffees produziert wird, zeigen aber, dass die Durchschnittslöhne bei Weitem nicht existenzsichernd sind. Aus den Gesprächen vor Ort wird klar, dass für die Arbeiter*innen nur ein Bruchteil der Wertschöpfung abfällt: Sie erhalten umgerechnet etwa 10 Franken für vier Säcke (240 Kilogramm) Kaffeekirschen, die dann zu einem 60-Kilo-Sack Rohkaffee verarbeitet werden. Der Zwischenhändler bezahlt den Kaffeebäuerinnen und -bauern dafür ungefähr 120 Franken und verkauft den Sack nach der Aufbereitung der Kaffeebohnen für etwa 170 Franken an Nestlé weiter, der daraus schätzungsweise 25 Kilogramm Pulverkaffee herstellen kann. Der Verkaufspreis dieser Menge an fertigem Nescafé im Einzelhandel beläuft sich je nach Produkt geschätzt auf etwa 700 bis 1000 Franken in Brasilien oder 1700 bis 2000 Franken in der Schweiz.

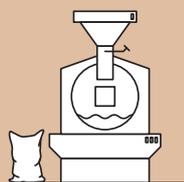
Der Arbeiter João Santos erklärt, dass die Ernte von Hand anstrengender sei, die mechanisierte aber gefährlicher; wegen der Sichel, mit denen er und seine Kolleg*innen die Kaffeeweige abschneiden, sowie der Erntemaschinen, die eine Gefahr seien für alle, die sie bedienen oder die sich in der Nähe der Plane aufhielten. Zwar haben sich die Kaffeeproduzent*innen und die Ma-

schinenhersteller im Herbst 2022 freiwillig zu minimalen Sicherheitsstandards inklusive einer Vorrichtung, um die Maschine im Notfall zu stoppen, verpflichtet. Doch gemäss den lokalen Behörden werden diese kaum umgesetzt. Auch auf Agrizzis Nescafé-Plan-Farm wurde im Juli 2023 der Einsatz nicht sicherheitskonformer Maschinen festgestellt. Produzent Fernando Catelan, der Nestlé ebenfalls mit Robusta beliefert, ist einer der wenigen, welche die alten Maschinen durch regelkonforme ersetzt haben. Danach seien die Unfälle um 90 % zurückgegangen, sagt der Produzent. Die mangelhaften Maschinen bleiben jedoch meist im Umlauf. Auch Fernando Catelan hat seine verkauft – an einen anderen Bauern in der Gegend.

Sklavereiähnliche Arbeitsbedingungen

Die Region ist nicht nur geprägt durch tiefe Löhne und ein hohes Unfallrisiko, es kam auch wiederholt zu Verstössen gegen das Arbeitsrecht. 2022 und 2023 wurden mindestens zwei Farmbesitzer, die Teil des Nescafé Plan sind, von den Behörden gebüsst, etwa weil sie den Arbeiter*innen keine Toiletten zur Verfügung gestellt, nicht die nötige Schutzausrüstung bereitgestellt oder ihnen bei anstrengenden Tätigkeiten keine Ruhepausen genehmigt hatten. In den beiden Jahren wurden zudem 30 Kaffeearbeiter*innen in Espírito Santo aus sklaverei-

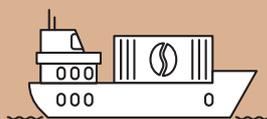
4 RÖSTEN & VERPACKEN



RÖSTKAFFEE

- RÖSTEN = BOHNENKAFFEE
- RÖSTEN & MAHLEN = MAHLKAFFEE
- RÖSTEN, MAHLEN & EXTRAKTION = INSTANTKAFFEE

5 VERTRIEB



- NATIONAL
- INTERNATIONAL

6 ZUBEREITUNG & KONSUM



KAFFEEKONSUM



90 % der Wertschöpfung erfolgt in den Konsumländern.

10 % der Wertschöpfung erfolgt in den Produktionsländern

GETRÄNKE- UND LEBENSMITTELKONZERNE

DETAILHÄNDLER

SPEZIALITÄTENRÖSTEREIEN

GASTRONOMIE, HOTELLERIE



Unterkunft auf einer Nescafé-Plan-Farm in Vila Valério im brasilianischen Espírito Santo: Auf engstem Raum sind in den Schlafräumen jeweils sechs bis acht Arbeiter*innen untergebracht, die häufig von weit her anreisen für die mehrmonatige Kaffee-Ernte.

ähnlichen Arbeitsbedingungen befreit. In ganz Brasilien waren es im selben Zeitraum mehrere Hundert, und Expert*innen gehen von einer hohen Dunkelziffer aus. Betroffene erhalten kein Trinkwasser, wohnen in übelsten Unterkünften, zum Teil ohne Toiletten, arbeiten ohne Vertrag oder werden unregelmässig bezahlt. Einigen wird zudem der Pass abgenommen, sodass sie auf den Farmen festsitzen.

Solche Zustände wurden wiederholt auch auf zertifizierten Farmen festgestellt, die Kaffeehändler aus der Schweiz belieferten, im Jahr 2019 auch auf einer mit dem Nespresso-AAA-Nachhaltigkeitssiegel ausgezeichneten Farm. Ob Nestlé 2022 und 2023 in Espírito Santo bei betroffenen Produzent*innen Kaffee eingekauft hat, lässt sich nicht eruieren.

Nachhaltigkeit zum Billigtarif

Als «Nachweis», dass der unter dem Nescafé Plan beschaffte Kaffee «nachhaltig» ist, verwendet der Konzern in erster Linie die Zertifizierung durch 4C. Dieser Branchenstandard wurde in den Nullerjahren von dem von Röst- und Handelskonzernen gegründeten Deutschen Kaffeeverband und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung lanciert und von Nestlé miterarbeitet. Die Anforderungen des Codes gehen kaum über gesetzliche Vorschriften hinaus, und Studien zeigen, dass seine Durchsetzung im Vergleich zu anderen Zertifizierungen schwach ist. Die Gründer zeigten sich damals überzeugt, dass gerade ein solch niederschwelliges Angebot – für Röstkonzerne wie Nestlé ist die 4C-Zertifizierung vergleichsweise kostengünstig – es ermöglichen werde, ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit in den Massenmarkt zu bringen. 4C sah sich damals selbst als «Einsteigerstandard», der Unternehmen dazu bewegen werde, später auf stärkere Zertifizierungen zu wechseln.

Im Fall von Nestlé sollte sich diese Voraussage jedoch nicht bewahrheiten: Der Konzern stützt sein Versprechen, bis 2025 zu 100 % «verantwortungsvoll» beschafften Kaffee zu verwenden, bis heute in allererster Linie auf 4C. Allein 2022 kaufte Nestlé 629 000 Tonnen an 4C-Rohkaffee.

Auch der Kaffee, den Nestlé im mexikanischen Chiapas und in Espírito Santo unter dem Nescafé Plan beschafft, ist 4C-zertifiziert und damit angeblich «nachhaltig». Vor Ort zeigte sich jedoch ein anderes Bild: Bäuerinnen und Arbeiter profitierten kaum oder gar nicht von der Zertifizierung, deren Umsetzung scheinbar auch wenig kontrolliert wird.

So bestätigten die Bäuerinnen und Bauern in Espírito Santo, dass es zwar Audits gebe, diese aber vergleichsweise «entspannt» seien. Auch sogenannte «unangekündigte» Audits würden mindestens 24 Stunden im Voraus annonciert – eine absurde Praxis, die schon lange



Bewässerung, viel Dünger und schattenlose Intensivmonokultur: kostengünstige Produktion von Robusta-Kaffee auf einer der Nescafé-Plan-Farmen in Brasilien.

kritisiert wird. Punkto Arbeitsbedingungen und Entlohnung von Arbeitskräften sind die Anforderungen von 4C schwach, wie Expert*innen vor Ort bestätigen. Und generell erschwert bis verunmöglicht die fehlende Transparenz unabhängige Kontrollen, gibt die Organisation 4C doch die Namen der zertifizierten Farmen nicht bekannt.

Insbesondere aber macht der freiwillige und jeweils vor Ort ausgehandelte 4C-Preisaufschlag weder für die zertifizierten Bäuerinnen und Bauern in Mexiko noch in Brasilien einen Unterschied. In Espírito Santo erhalten sie gerade mal 1 Rappen pro Kilogramm Kaffee. Die für die Zertifizierung notwendigen Massnahmen sind aber mit Kosten verbunden, und der Preis für den Kaffee ist schlicht zu tief, als dass sie ihr Einkommen damit verbessern könnten, wie sie bestätigen.

Studien zeigen, dass freiwillige Zertifizierungen generell bestenfalls marginale positive Auswirkungen auf das Einkommen von Kaffeebäuerinnen und -bauern haben. Hinzu kommt, dass anforderungsarme Standards wie 4C die Wirksamkeit von Zertifizierungen grundsätzlich untergraben: Das Streben der Röstkonzerne nach möglichst

100 % «verantwortungsvollem» Kaffee zum Billigtarif hat damit nicht Nachhaltigkeit im Massenmarkt, sondern einen Unterbietungswettbewerb bei den Zertifizierungen ausgelöst, der zu schädlichen Qualitätseinbussen führt. Nestlé und 4C sind das Paradebeispiel für diesen fatalen Mechanismus. Der Schweizer Konzern verspricht Nachhaltigkeit im Kaffeeanbau, priorisiert aber in der Praxis den Einkauf des Rohstoffs zu möglichst billigsten Preisen.

Für Produzent*innen bedeutet dies anhaltend tiefe Einkommen, die wiederum tiefe Löhne für Arbeiter*innen und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen auf den Plantagen zur Folge haben. Und in Chiapas müssen Kleinbäuerinnen und -bauern zusehen, wie ihre Kinder auswandern, weil sie im Kaffeeanbau, der ihre Familien einst mit Stolz erfüllte, keine Zukunft mehr sehen. ■



Ausführlicher Report mit weiteren Grafiken:

publiceye.ch/kaffee-report



Gespräche mit Arbeiter*innen widerlegen Verbesserungsversprechen von Shein

Zwei Jahre nach unserer Pionierrecherche in Sheins südchinesischen Produktionsbetrieben zeigt eine Nachrecherche, was die Nachhaltigkeitsrhetorik des Onlinemoderiesen wert ist. Illegale Arbeitszeiten und Akkordlöhne prägen weiter den Alltag der befragten Arbeiter*innen. Entsprechend zweifelhaft wirkt ein von Shein beauftragtes Fabrikaudit. Misstrauen weckt der unter Druck geratene Wegwerfmodekonzern zudem durch seine undurchsichtigen Finanzen und seinen von der Bildfläche verschwundenen Gründer.

OLIVER CLASSEN UND DAVID HACHFELD

«Ich arbeite täglich von 8.00 bis 22.30 Uhr und habe einen Tag im Monat frei. Mehr freie Tage kann ich mir nicht leisten, die Kosten dafür sind zu hoch.» Das berichtet ein Mann, der seit über 20 Jahren an Nähmaschinen sitzt und zum Zeitpunkt der Befragung im Akkord die besonders gut sichtbaren Umschlagnähte für Shein-Produkte anfertigte. Unsere Recherchepartner trafen ihn und zwölf weitere Textilarbeiter*innen, die für Zulieferer des chinesischen Ultra-Fast-Fashion-Konzerns tätig waren, im Spätsommer 2023. Und zwar in Produktionsstätten, die westlich von Nancun Village, aber immer noch in der südchinesischen Metropole Guangzhou liegen. In Nancun selbst, wo auch die Shein-Zentrale liegt und zwei Jahre

zuvor die Interviews für unseren Report «Schuften für Shein» stattgefunden haben, war die Atmosphäre zu riskant für eine aussagekräftige Nachbefragung. Ein Grund: Viele internationale Leit- und Fachmedien hatten unsere Recherche aufgenommen und weiter vertieft, wodurch die dunklen Schatten von Sheins digitaler Glitzerwelt weltweit sichtbar wurden und der schnell expandierende Konzern unter starken Rechtfertigungsdruck kam.

75-Stunden-Woche weiterhin die Norm

An den sechs dieses Mal besuchten Produktionsorten fanden sich wieder mehrheitlich kleine Werkstätten mit 40 bis 80 Beschäftigten, es gab aber auch zwei grössere

Fabriken mit bis zu 200 Angestellten. Hier wie dort berichten die Befragten über durchschnittliche Tagesarbeitszeiten – abzüglich der Pause für Mittag- und Abendessen – von zwölf Stunden, und zwar zumindest an sechs, meist aber sogar sieben Tagen die Woche. Bei einem Betrieb wurde eine verbindliche Nachtschließung festgestellt – allerdings auch erst um 23 Uhr. Das horrende Pensum des eingangs zitierten Arbeiters scheint also weiterhin die Norm zu sein, sprich: Die von uns vor zwei Jahren aufgedeckten 75-Stunden-Wochen sind bei Shein offenbar immer noch gängig. In seiner ausführlichen Reaktion auf diesen Befund und unsere Fragen schreibt der Konzern, lange Arbeitszeiten seien ein bekanntes, langfristiges Problem. Gemäss seinem Verhaltenskodex für Zuliefererbetriebe dürfte wöchentlich nicht mehr als 60 Stunden (inkl. Überstunden) gearbeitet werden. Ausserdem müssten die Angestellten mindestens einen Tag pro Woche freihaben.

Gehalt weit unter dem Existenzlohn

Auch bei den Löhnen gab es laut den Befragten kaum Veränderungen. Sie erzählen von ähnlichen Verdiensten wie jenen, die schon in den Interviews im Jahr 2021 genannt wurden. Je nach Fabrik, Jahreszeit und Expertise (und nur inkl. der exzessiven Überstunden!) schwanken die Löhne einfacher Arbeiter*innen zwischen 6000 und 10 000 Yuan pro Monat (das sind 765 bis 1240 Franken), wobei es starke saisonale Schwankungen gibt und das Salär nach wie vor von der gefertigten Stückzahl abhängt.

Ende 30 gilt noch als jung für die Produktionsarbeit bei diesen Shein-Zulieferern. Denn für die kleinen Stückzahlen und ständig wechselnden Schnittmuster braucht es einige Berufserfahrung. Spezialist*innen wie der oben erwähnte für Deckstiche kommen deshalb auch mal auf über 10 000 Yuan monatlich. Andere Näher*innen berichten von Löhnen zwischen 6000 und 8000 Yuan, Beschäftigte in der Qualitätsprüfung von um die 7000 Yuan.

Die Löhne im Kontext

- Ein Monatslohn von 6000 Yuan scheint auf den ersten Blick für Chinas Textilindustrie nicht wenig. Wenn man dafür jedoch 75 statt der regulären 40 Stunden pro Woche arbeiten muss, so beträgt der Basislohn nach Abzug der Überstundenvergütung (zu 150 % des Normallohns, 200 % an eigentlich freien Tagen) nur mehr rund 2400 Yuan.
- Ein existenzsichernder Lohn in China, der die Grundbedürfnisse einer Familie abdeckt, liegt nach Berechnungen der Organisation Asia Floor Wage Alliance aktuell bei 6512 Yuan (rund 830 Franken). Der gesetzliche Mindestlohn in Guangzhou beträgt mit 2300 Yuan nur einen Bruchteil dieses Referenzwerts. In anderen Provinzen wie Hubei,

Hunan und Jiangxi, wohin den Befragten zufolge die Fabriken einzelne Produktionsschritte auslagern, ist der Mindestlohn noch geringer.

Obskurer Audit und durchsichtige Ausweichmanöver

Nach unserer Mitte November 2021 publizierten Pionierrecherche versicherte der kurz darauf neu angestellte Nachhaltigkeitschef von Shein nachfragenden Medien, dass sein Unternehmen die erschreckenden Befunde ernst nehme. Ausführlich reagierte der Konzern erst auf die ein Jahr später ausgestrahlte TV-Reportage «Inside the Shein Machine» des britischen TV-Senders Channel 4. Und erwähnte dabei einen Audit, der zeige, dass in «seinem» Guangzhou alles ganz anders und viel besser sei. Das weckte unsere Neugier und gab den Anstoss zur vorliegenden Nachfolgebefragung. Konkret heisst es im Anfang 2022 in Auftrag gegebenen «Supplier Factory Wage Investigation Audit», dass die Löhne der südchinesischen Shein-Lieferanten überdurchschnittlich seien. So steht es in der knappen Onlinezusammenfassung des Berichts. Um nachvollziehen zu können, wie dieses Ergebnis zustande gekommen ist, baten wir zuerst Shein und dann die drei Prüforganismen SGS, TÜV Rheinland und Intertek, welche die Erhebung zusammen durchgeführt haben, um Einsicht in den vollständigen Report – ohne Erfolg.

Die Webkurzfassung hinterlässt eher den Eindruck einer reaktiven PR-Botschaft denn einer professionellen Analyse. Dies liegt nicht nur am Mangel an Details, sondern vor allem am Fehlen zweier Kernelemente, ohne die ein Lohnaudit schlicht keinen Sinn ergibt. Erstens wird

Profil der Nachrecherche

Untersuchungszeitraum

Spätsommer 2023.

Befragte

13 Beschäftigte (7 Frauen, 6 Männer)
im Alter von 23 bis 60 Jahren.

Standorte der 6 Betriebe

Chen Bian Garment Industrial Park, Yuangang Industrial Park, Li Village, Zhi Village und Tangxi Industrial Park. Alle liegen im Stadtbezirk Panyu von Guangzhou in der Provinz Guangdong, China.

Im Gegensatz zu einigen anderen Modefirmen legt Shein seine Lieferanten nicht offen. Die Produktion für Shein wurde durch die Antworten der Befragten sowie durch sichtbare Shein-Produkte in der Fertigung festgestellt.

an keiner Stelle auf die Arbeitsstunden eingegangen. Auf unsere Nachfrage bestätigt Shein, dass die angegebenen Löhne die ausgezahlten Gesamtsummen darstellen. Eine Evaluation der erzielten Einkommen ohne Berücksichtigung der dafür geleisteten Stunden ist jedoch ungefähr so sinnvoll wie die Geschwindigkeitsmessung mit Stoppuhr bei einem Wettlauf, die keinen Bezug zur Streckenlänge nimmt. Dabei waren und sind es ja gerade die überlangen und auch nach chinesischem Gesetz illegalen Arbeitszeiten, die in der Kritik stehen. Dieses Hauptthema komplett auszublenden und stattdessen auf angeblich überdurchschnittliche Lohnhöhen zu verweisen, ist ein durchsichtiges Ausweichmanöver.

Der zweite Mangel ist das Fehlen respektive Verschweigen der niedrigsten Löhne. Dabei wären sie – und nicht etwa der Lohndurchschnitt – der relevanteste Indikator für mögliche Rechtsverletzungen und Armutsrisiken. Dass diese Daten erhoben wurden, legt die erste, inzwischen aber gelöschte Fassung von Sheins Onlinezusammenfassung nahe: In dieser wurden konkrete Löhne nämlich noch genannt, allerdings nur die jeweils höchsten, nicht die niedrigsten.

Eine spätere Lohnuntersuchung, von der ebenfalls nur eine Zusammenfassung veröffentlicht wurde, zeigt unter anderem, dass die Überstundenvergütung im Schnitt 37% und damit einen enormen Anteil an den ausgezahlten Löhnen ausmacht.

Gelöschte Zitate von Auditfirmen

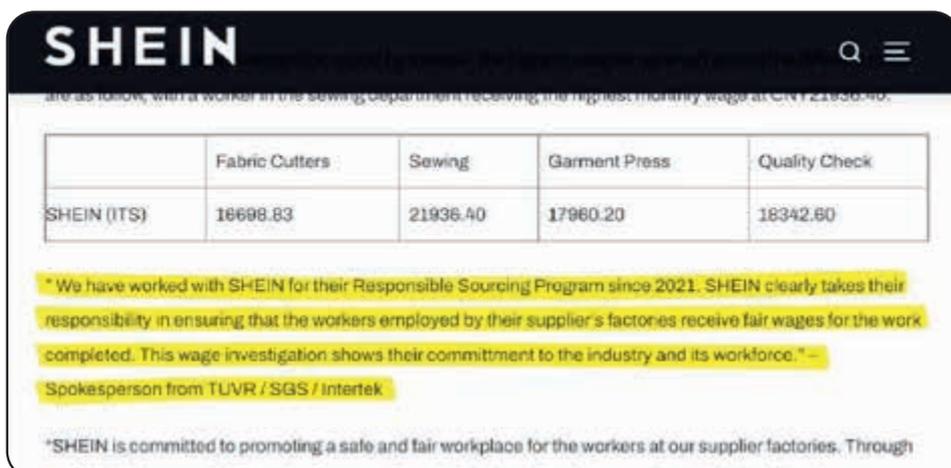
Vielleicht haben die drei Auditfirmen deshalb auch ihr gemeinsames Loblied auf ihren Auftraggeber von besagter Website zurückgezogen. Dort hiess es: «Shein übernimmt klar die Verantwortung dafür, dass die in den Fabriken seiner Zulieferer beschäftigten Arbeiter einen angemessenen Lohn für die geleistete Arbeit erhalten.» Von diesem Zitat existiert seit Anfang 2023 nur noch ein Screenshot. Warum es verschwunden ist, wollte uns Shein nicht erklären. Der TÜV Rheinland hält derweil fest, dass er «eine solche Erklärung weder je abgegeben noch genehmigt» hat. Wie SGS und Intertek setzt auch

dieses Unternehmen jährlich Tausende solcher Befragungen für alle möglichen Auftraggeber um und gehört zu den führenden Anbietern in dieser umstrittenen Branche. Umstritten, weil Sozialaudits intransparent sind, reale Probleme in Arbeitsstätten häufig unzureichend aufspüren und speziell von Textilunternehmen gerne als Feigenblatt benutzt werden.

Nachhaltigkeitsberichte von der Website entfernt

Entfernt wurden auf der Shein-Website inzwischen auch die zwei bisherigen Nachhaltigkeitsberichte. Der erste wirkte wie eine eilige Reaktion auf den 75-Stunden-Skandal, der zweite Mitte 2023 war dann schon etwas ausführlicher, aber ohne Anerkennung des massiven Überstundenproblems – geschweige denn mit Angaben zu konkreten Massnahmen für dessen Behebung. Als Grund für die Löschung gibt Shein ein «Redesign» der entsprechenden Sektion ihrer Website an.

Doch zurück nach Guangzhou. Laut einigen Befragten haben die Überwachungskameras in und um die Zulieferbetriebe deutlich zugenommen. Sie glauben, dass die Bilder in Echtzeit an Shein weitergeleitet werden und dass dies der Durchsetzung seiner Vorschriften dient. Eine davon ist das Verbot von Kinderarbeit. Zum Zeitpunkt unserer Interviews waren gerade Sommerferien, und man sah in den Werkstätten auch Kleinkinder und Jugendliche. Speziell in den kleinen, unregulierten Betrieben wurde am Arbeitsplatz immer wieder auch Babysitting gemacht. Jugendliche, nach Schätzungen der Rechercheur*innen 14- oder 15-jährig, verrichteten einfache Arbeiten wie etwa Verpacken oder sassen unter Anleitung ihrer Eltern selbst an den Nähmaschinen, vermutlich, um deren Handwerk zu lernen. Ob sie dafür Lohn erhielten, konnte nicht in Erfahrung gebracht werden. Shein betont im erwähnten Antwortschreiben seine «absolute Nulltoleranz» gegenüber Kinderarbeit und verspricht, im laufenden Jahr weitere 25 Kindertagesstätten zu finanzieren. 2023 habe man bereits zehn solche Einrichtungen ermöglicht. Ferner bestreitet Shein, Zugang zu den Aufnahmen der Überwachungskameras zu haben.



Dieses angebliche Zitat wurde inzwischen von der Shein-Seite gelöscht (Screenshot der Shein-Website).

Shein forced to remove Rolling Stones clothes range after deal terminated over fast-fashion labour scandal

The fast-fashion retailer is no longer allowed to use the band's name and logo, after their record company accused them of poor working conditions in factories



Il lato oscuro del marchio "made in China" che fa impazzire le adolescenti

L'Org Public Eye ha condotto una inchiesta approfondita su Shein, un marchio mondiale che sta sbaragliando marchi come H&M e Zara (Tribune)

Das steckt hinter der Billigmode von Fashion-Gigant Shein

In China nähern Arbeiterinnen zwölf Stunden am Tag – für spottbillige und oft zweifelhafte Ware. Kunden werden mit extremen Marketingtricks angelockt.

Economie Publié le 17 novembre 2021 à 13:14

Public Eye révèle la face cachée du géant chinois de la mode Shein



Shein suppliers' workers doing 75-hour week, finds probe

By Lara Jasso, Business reporter, BBC News



Workers for some suppliers of the Chinese fashion giant Shein are doing excessive overtime, a non-governmental organisation has suggested.

Internationale Leit- und Fachmedien hatten 2021 unsere Recherche aufgenommen und weiter vertieft, wodurch der schnell expandierende chinesische Konzern unter starken Rechtfertigungsdruck kam.

Das offizielle Rauchverbot wird nach Beobachtung während der Recherche ebenfalls nicht durchgesetzt. Arbeiter*innen mit brennenden Zigaretten waren in Treppenhäusern und selbst in den Eingängen zu Stofflagern anzutreffen. Dass die meisten Produkte und Stoffabfälle einfach auf dem Boden gestapelt wurden, erhöhte die Brandgefahr. Bei den sporadischen Fabrikinspektionen werden laut den Befragten nur die Arbeitsausstattung und die Fluchtwege überprüft, nicht aber die Respektierung des Rauchverbots.

Unbezahlte Nacharbeit bei Qualitätsmängeln

Weit gefürchteter als diese Inspektionen sind unter den Näher*innen die offenbar rigiden Qualitätskontrollen, was bei einem Billigmodehersteller wie Shein eher überrascht. Wenn dem Unternehmen die Qualität nicht ausreicht, kann es teuer werden: So berichtet ein Vorgesetzter in der Endabnahme, dass sein Betrieb für jede mangelhafte Charge mit der Streichung eines Auftrags «bestraft» werde. Und fehlbare Näher*innen, die aufgrund der kleinen Aufträge problemlos identifiziert werden können, haben den Befragten zufolge unbezahlte Nacharbeit zu leisten. «Wer den Fehler macht, ist dafür verantwortlich. Man muss die eigene Arbeitszeit aufwenden, um das Problem zu beheben», erklärt ein

etwa 50-jähriger Vorarbeiter. Eine Person gibt an, dass nachlässige Kontrolleur*innen sogar eine Geldstrafe zwischen 300 und 1000 Yuan leisten müssten, je nach Zustand der bemängelten Charge. Diese Praxis dürfte den Druck, unter dem die nach Stückzahl entlohnte Belegschaft sowieso schon steht, noch beträchtlich erhöhen.

Sheins Lieferantenmodell in Guangzhou scheint auf kleinere Betriebe ausgelegt zu sein, die traditionell eher für den chinesischen Markt produzieren. Um diese Firmen wirbt der Konzern auf Messen und einer speziellen Website unter anderem mit dem Hinweis, dass Exporterfahrungen nicht nötig sind. Während die Qualitätserwartung bei Billigmode im Heimmarkt mit dem Preis korreliert, möchte Shein für den internationalen Markt offenbar höhere Standards durchsetzen – wohl um den Ruf seiner Produkte als Ramschware abzuschütteln. Aber wer sorgfältige Arbeit erwartet, müsste dafür auch Zeit einplanen und entsprechend höhere Preise an Lieferanten zahlen. Hoch sind nicht nur die Anforderungen, die Shein an die Näher*innen stellt, sondern auch an weitere Dienstleister: Fotograf*innen etwa müssen in einem Acht-Stunden-Shooting vier- bis fünfmal pro Woche jeweils 70 bis 80 Styles ablichten können, Musterdesigner*innen mehr als 20 exklusive Entwürfe pro Monat liefern und Bildbearbeiter*innen täglich 90 Fotos

186676403906
138221510366
鸿盛专机店



Guangzhou nach Sonnenuntergang: Ein typischer Arbeitstag endet um 22.30 Uhr.

nachkolorieren. Wer sich also gefragt hat, wie es möglich ist, dass Shein so viele neue Produkte lanciert: mit Akkordarbeit auf allen Ebenen.

Verschollener Gründer und rätselhafte Umsätze

Intransparent bleibt Shein auch bezüglich seiner Struktur, seiner Gewinne und seiner Eigentümer*innen. Marktpräsenz in über 150 Ländern, 11.000 Angestellte in 19 Büros, Kooperationen mit 4.600 Designer*innen und mehr als 5.000 Lieferanten: Das sind die spärlichen Unternehmenszahlen, die Shein auf seiner Website veröffentlicht. Für einen Weltkonzern, der sich angeblich auf den Börsengang vorbereitet und diesen Januar laut Bloomberg 45 Milliarden US-Dollar wert gewesen sein soll, sind das äusserst dürftige Fakten.

Deshalb haben wir auch unsere Analyse der komplexen Konzernarchitektur von 2021 aktualisiert. Wie sich damals schon abzeichnete, ist Roadget Business in Singapur inzwischen zur globalen Geschäftszentrale avanciert. Diese wird laut Handelsregisterdaten aber immer noch von Beauty of Fashion Investment gehalten. Undurchsichtig bleibt jedoch, wem diese auf den

Britischen Jungferninseln registrierte Firma gehört. Gemäss US-Lobbyregister ist Shein-Gründer Xu Yangtian mit 37% beteiligt, doch ob an Beauty of Fashion oder einer anderen Offshore-Gesellschaft, ist ebenfalls unklar.

Und dann die Überraschung: Xu, der in vielen Medienberichten immer noch als CEO firmiert, ist bereits im März 2023 aus dem Vorstand von Roadget ausgeschieden. Das zeigen Dokumente aus dem Singapurischen Handelsregister. Öffentlich begründet hat Shein diesen Rückzug einer strategischen Schlüsselfigur aber nie. Anstelle des legendären Shein-Patrons leiten nun Leonard Lin Zhiming und Co-Gründerin Gu Xiaoqing die wichtigsten Tochtergesellschaften. Und davon gibt es ständig neue. Eine ist die im Oktober 2021 gegründete Fashion Choice, über die auch die Schweizer Verkäufe laufen.

Ähnlich nebulös sind die Umsatzzahlen der verschachtelten Konzerngruppe. Uns vorliegende Geschäftsberichte von Tochtergesellschaften zeigen, dass Shein im Jahr 2022 in den drei Hauptmärkten EU, USA und Grossbritannien zusammen 13,8 Milliarden US-Dollar umsetzte. Das ist deutlich weniger als die globale Umsatzschätzung der «Financial Times» für jenes Jahr

(22,7 Milliarden US-Dollar), die sich auf eine vertrauliche Investorenpräsentation stützt. Setzt Shein auf dem restlichen Weltmarkt wirklich so viel um? Oder haben die in Umlauf gebrachten hohen Zahlen allenfalls mit dem geplanten Börsengang zu tun? Berichten von Ende Februar zufolge könnte dieser, anders als geplant, nicht an der Wall Street, sondern in London stattfinden.

Überfälliger Geschäftsbericht

Gerne hätten wir den jüngsten Geschäftsbericht der Konzernmuttergesellschaft Roadget analysiert, denn aus diesem müssten auch die globalen Umsätze hervorgehen. Das Unternehmen hätte letzten Sommer seine Hauptversammlung durchführen und die Geschäftszahlen 2022 beim Register hinterlegen müssen. Im Juni 2023 beantragte die Firma noch eine zweimonatige Fristverlängerung. Begründung: «Die Revision benötigt mehr Zeit.» Doch auch ein halbes Jahr später liegen keine Dokumente im Register.

Davon unbeeindruckt pumpen Investoren Milliarden in den Expansionskurs von Shein, verrät uns eine chinesische Unternehmensdatenbank. Ihr zufolge steckten die Risikokapitalgeber Sequoia Capital, Tiger Global Management, General Atlantic, DST Global und Coatue Management sowie der abu-dhabische Staatsfonds Mubadala seit 2022 rund 3,5 Milliarden US-Dollar in den Konzern. Und die Citibank, Barclays und BNP Paribas haben Roadget jüngst Kredite in unbekannter Höhe eingeräumt. Damit dürften sie zu den wenigen zählen, die Sheins tatsächliche Zahlen und Struktur kennen.

Laut dem Geschäftsbericht von Roadget zum Jahr 2021 liefen Sheins Geschäfte in jenem Jahr glänzend. Trotz einer im Branchenvergleich schmalen Handelsmarge von 15 % wies die Gruppe einen Vorsteuergewinn von 220 Millionen US-Dollar aus. Und da Singapur dem chinesischen Onlinemoderiesen die Hauptsitzansiedelung mit einem fünfjährigen Steuererlass vergoldete, lag die effektive Steuerquote bei lediglich 10,6 %.

Politik ist alarmiert, aber handelt (noch) nicht

Der unveränderte Überstundenexzess wie auch die anderen Ergebnisse unserer Nachrecherchen zeigen, dass Shein ohne externen Druck nicht mehr soziale Verantwortung übernehmen wird. Würde ein Börsengang den Wegwerfmodekonzern zu mehr Nachhaltigkeit zwingen? Wohl kaum. Die jüngsten Milliardeninvestitionen zeigen, dass es nach wie vor genug Geldgeber gibt, die das Geschäftsmodell von Shein als Profitance und das Greenwashing nicht als Anlagerisiko betrachten.

Den wirksamsten Hebel zur Behebung der aufgezeigten Missstände haben aber Parlamente und Regierungen. Bei unserer Pionierrecherche 2021 war Shein noch ein recht neues Phänomen. Drei Jahre später aber kann die Politik die Probleme, die der Konzern verursacht,



Hauptsitz von Shein in Guangzhou.

nicht mehr ignorieren – auch weil Temu inzwischen in die Onlinefusstapfen von Shein getreten ist, mit einer noch grösseren Palette an Billigstwaren.

Tatsächlich zeigen diverse Vorstösse in Frankreich, der EU, den USA wie auch der Schweiz: Die Gesetzgeber*innen sind alarmiert. Doch haben sie auch den Mut, die Fast-Fashion-Konzerne endlich effektiv in die Schranken zu weisen? Und das nicht bloss mit einer schwachen «Lex Shein», um der unter Druck geratenen Modebranche die Billigkonkurrenz aus China vom Hals zu halten. Sondern ganz grundsätzlich. Denn was es braucht, ist eine Modeindustrie, in der niemand mehr im Zwölf-Stunden-Akkord Kleider nähen muss, die erst rund um die Welt geflogen werden und dann kaum getragen im Müll landen. ■



Recherche mit der ausführlichen Antwort von Shein:
publiceye.ch/shein-2024

Nestlé's Doppelmoral sorgt weltweit für Entrüstung

Seit Jahrzehnten sieht sich der Konzern mit dem Vogelnest und den zwei Küken im Logo als Vorreiter einer verantwortungsbewussten Ernährung von Kindern. Etwa mit dem Programm «Nestlé for Healthier Kids»: Grosszügig verteilt der Lebensmittelriese hier Tipps an die Erwachsenen, die bestimmen, was auf den Tisch kommt und was Millionen von Kindern essen. Doch von Indien über Bangladesch und Senegal bis nach Brasilien – in Sachen Zucker entpuppt sich Nestlé aktuell nicht nur als heuchlerisch, sondern auch als neokolonialistisch.

GÉRALDINE VIRET

Die Neuigkeit, die Public Eye Mitte April zusammen mit dem International Baby Food Action Network (Ibfan) veröffentlicht hat, sorgte weltweit für Schlagzeilen: Für Nestlé sind nicht alle Babys gleich. Dabei sieht Nestlé «in guter Nahrung die Kraft zu einem besseren Leben für alle ... heute und für zukünftige Generationen». Doch besonders in einkommensärmeren Ländern müssen sich die zukünftigen Generationen bereits heute Sorgen um ihre Gesundheit machen, wenn der Konzern aus Vevey weiterhin ungestraft gegen die elementarsten erzieherischen (und ethischen) Grundsätze verstösst.

Grundsatz Nummer 1: «Iss nicht zu viel Süsses!»

In seinem Programm «Nestlé for Healthier Kids» (Nestlé für gesündere Kinder) rühmt sich das Unternehmen, «gesundes Essverhalten bei Kindern zu fördern». Doch wie unsere Recherche «Nestlé macht Babys und Kleinkinder in einkommensärmeren Ländern zuckersüchtig» zeigt, ist dieses nicht ganz uneigennützig Engagement geografisch variabel: In seinen Hauptmärkten in Afrika, Asien und Lateinamerika bindet Nestlé die Kund*innen bereits in der Wiege an sich und stopft sie diskret mit Zucker voll, was im krassen Widerspruch zu den Richtlinien der Weltgesundheitsorganisation steht.

In Indien zum Beispiel schaufeln Eltern ihren Babys ab sechs Monaten fast 3 Gramm Zuckerzusatz pro Portion in den Mund, wenn sie ihre Süssen mit Cerelac füttern, einem von Nestlé als gesund beworbenen Getreidebrei. Noch mehr zugesetzten Zucker pro Portion gibt es mit etwa 6 Gramm in Senegal und mit 7,3 Gramm auf den Philippinen. In der Schweiz und den meisten europäischen Märkten werden vergleichbare Produkte hingegen stolz mit der Aufschrift «Ohne Zuckerzusatz» versehen.

Die Enthüllungen wurden auch von zahlreichen Medien in den betroffenen Ländern aufgegriffen und haben eine Welle der Empörung ausgelöst. Stellvertretend für viele andere Sneha Mordani, Fernsehmoderatorin des

Nachrichtenmagazins «India Today»: «Zählt die Gesundheit eines Kindes in einem weniger entwickelten Land etwa nicht?» Ihre Frage ist zentral, zumal Indien zu den Ländern gehört, die am stärksten von der Adipositasepidemie betroffen sind, die heute weltweit mehr als eine Milliarde Menschen betrifft. Dies geht aus einer Studie hervor, die im März von der britischen medizinischen Fachzeitschrift «The Lancet» veröffentlicht wurde. 2022 litten etwa 70 Millionen Erwachsene in Indien an Fettleibigkeit, und die Zahl der betroffenen Kinder und Jugendlichen (zwischen 5 und 19 Jahren) ist auf 12,5 Millionen explodiert. Zu den Hauptursachen gehört das wachsende Angebot an (ultra)verarbeiteten Produkten, also das Kerngeschäft von Nestlé und Co., für welche die Länder mit tiefen und mittleren Einkommen die neuen Wachstumsmärkte darstellen.

Die Nestlé-Zentrale in Vevey zögerte nicht, den Zuckerzusatz kleinzureden und hanebüchene Entschuldigungen anzuführen.

«Eines ist klar», warnt Palki Sharma, eine andere indische Journalistin, die ihre Regierung in einem Video, das von der Nachrichtenseite «Firstpost» veröffentlicht wurde, zur Rede gestellt hat: «Ihr könnt nicht darauf vertrauen, dass multinationale Konzerne uns beschützen!»

Die Aktien von Nestlé India erlebten nach der Veröffentlichung unserer Recherche einen dramatischen Absturz. Gleichzeitig schwand das Vertrauen der Konsument*innen, die ihrem Ärger in den sozialen Netzwerken in Indien und anderswo freien Lauf liessen. In Senegal häuften sich die Aufrufe zum Rückzug vom Markt und zum Boykott von Nestlé-Produkten.



Angesichts des öffentlichen Unmuts kündigten die Behörden in Indien, Bangladesch und Nigeria die Einleitung von Untersuchungen an. Auf den Philippinen drückte ein Sprecher des Gesundheitsministeriums seine Unterstützung für die Verabschiedung eines Gesetzentwurfs aus, der den Zusatz von Zucker in Babynahrung verbietet und derzeit im Senat diskutiert wird.

Grundsatz Nummer 2: «Erzähl keine Märchen!»

Rund 6300 Kilometer von Neu-Delhi entfernt, im berühmten «War Room» von Nestlé in Vevey, dürften auf den Bildschirmen der Social-Media-Fachleute, die auf das Krisenmanagement im Internet spezialisiert sind, dem sogenannten «Digital Acceleration Team», sämtliche Warnlampen aufgeleuchtet haben.

Die Nestlé-Zentrale in Vevey zögerte nicht, den Zuckerzusatz kleinzureden und hanebüchene Entschuldigungen anzuführen, um die nicht zu rechtfertigende Doppelmoral durch eine argumentative Pirouette vergessen zu machen: «Unterschiede bei den Rezepturen in einzelnen Ländern hängen von verschiedenen Faktoren ab, darunter Vorschriften, Verbrauchertrends und auch die Verfügbarkeit lokaler Zutaten, was zu Angeboten mit weniger oder ohne Zuckerzusatz führen kann. Der Nährwert unserer Produkte für Säuglinge und Kleinkinder wird dadurch nicht beeinträchtigt.»

Kein Grund zur Panik also! Selbst wenn in der Schweiz und in allen Ländern mit hohem Einkommen Zuckermangel herrscht, werden Ihre geschätzten Nachkommen alles haben, was sie benötigen.

Angesichts solcher Argumente drängt sich eine äusserst unangenehme Frage auf: Hängt das Vorhanden-

sein oder Fehlen von Fäkalien in den Flaschen von Perrier und anderen Mineralwassermarken des Konzerns auch von Verbrauchertrends und der lokalen Verfügbarkeit dieser Zutat ab?

Das hatte ich mir doch gedacht.

Grundsatz Nummer 3: «Übernimm Verantwortung!»

Das ist das Grundprinzip, das man seinen Kindern eintrichtert, sobald sie eine gewisse Vernunft entwickeln. Nestlé selbst rühmt sich damit, auf Taten statt schöne Worte zu setzen, indem der Konzern in Sachen Menschenrechte oder Umwelt proaktiv handelt. Doch jetzt, in flagranti ertappt, scheint das Mantra der gut bezahlten Kommunikationsspezialist*innen in Vevey aus einem in die Jahre gekommenen Lehrbuch für gesellschaftliche Unternehmensverantwortung zu stammen: Stets halten wir die lokalen Gesetze und internationalen Standards ein. Angesichts des erheblichen Lobbyings, das der Konzern betreibt, damit diese schwach bleiben oder ihre Umsetzung begrenzte Wirkung zeigt, ist dieser Verweis allerdings noch zynischer als er eh schon ist.

Und was ist mit der ethisch und gesundheitspolitisch inakzeptablen Doppelmoral, die sich auch nicht durch eine selektive und marginale Reduktion des Zuckerzusatzes entschuldigen lässt? Vielleicht motiviert Nestlé ein Onlinekommentar zu einem Artikel der «Washington Post» zu unseren Enthüllungen dazu, endlich Verantwortung zu übernehmen: «Eine meiner frühesten Kindheits-erinnerungen ist, wie meine Mutter mir sagt, dass wir keine Nestlé-Produkte kaufen, weil dieses Unternehmen Müttern und Babys in Afrika Schaden zugefügt hat. Ich bin jetzt 50 Jahre alt. Es hat sich nichts verändert.» ■

Standpunkt Angela Mattli



Public Eye

Angela Mattli ist Mitglied der Geschäftsleitung von Public Eye und leitet den Fachbereich Rohstoffe, Handel und Finanzen.

Freihandelsabkommen auf Kosten von Menschenrechten und Umwelt

Mit Indien und Mercosur hat die Europäische Freihandelsassoziation (EFTA) die Möglichkeit, die beiden wichtigsten Freihandelsabkommen (FHA) der letzten Jahrzehnte noch dieses Jahr unter Dach und Fach zu bringen. Zugleich beabsichtigen China und die Schweiz, ihr exklusives FHA zu modernisieren und die Zölle weiter zu senken. Diese handelspolitische Morgenröte verdankt sich weniger dem viel gerühmten Handelsgeschick der Schweizer Verhandler*innen als der Tatsache, dass die EFTA und die Schweiz die verbindlichen Menschenrechts- und Umweltstandards der EU unterbieten.

Mit medialem Paukenschlag verkündet Bundesrat Guy Parmelin an einem regnerischen Sonntag Mitte März pünktlich zum Morgenkaffee: «We have a deal!» Nach einem 16-jährigen Verhandlungsmarathon ist das FHA zwischen der EFTA und Indien nun unter Dach und Fach. Das hat viele Beobachter*innen überrascht. Denn lange war unklar, ob die EFTA mit Indien eine Einigung im Patentschutz finden würde. Mit Auflagen wie Datenexklusivität und Patentschutzverlängerungen hatte sich die EFTA jahrzehntelang für die Interessen der Pharmakonzerne starkgemacht. Dies hätte die Herstellung und den Vertrieb von Generika stark verzögert und verteuert – mit massiven Konsequenzen für das Menschenrecht auf Gesundheit. Schliesslich gilt Indiens Generikaindustrie nicht umsonst als «Apotheke der Armen».

Champagnerstimmung kommt bei mir an diesem Sonntag trotzdem nicht auf. Denn das Abkommen enthält weitere problematische Aspekte, die über die üblichen WTO-Standards hinausgehen und darauf abzielen, Schutzklauseln für die öffentliche Gesundheit, an denen Schweizer Pharmakonzerne schon mehrmals gescheitert sind, systematisch abzuschwächen. Um das Abkommen umzusetzen, hat Indien denn auch rasch die nationale Gesetzgebung angepasst und die rechtliche Möglichkeit aufgeweicht, unverdiente oder missbräuchliche Patente anzufechten. Anand Grover, ehemaliger UN-Gesandter für das Recht auf Gesundheit, befürchtet dadurch eine massive Verteuierung der Medikamente.

Zudem hat die EFTA im Gegensatz zur EU (die übrigens, wie Grossbritannien, weiter auf den Abschluss des Abkommens wartet) vorgängig keine menschenrechtliche

Wirkungsanalyse erstellt. Damit untergräbt der Bundesrat seine in der aussenwirtschaftlichen Strategie formulierte Absicht, «Einschätzungen im Vorfeld wichtiger Wirtschaftsabkommen (Ex-ante-Analysen) durchzuführen».

Zahnloses Nachhaltigkeitskapitel als Dealmaker?

Im FHA findet sich zwar ein Nachhaltigkeitskapitel, das dem EFTA-Standard entspricht. Ein Grund zur Freude ist aber auch das nicht. Denn ausgerechnet die darin definierten Bestimmungen sind explizit von der im Abkommen vorgesehenen Schiedsgerichtsbarkeit ausgenommen. Und damit rechtlich nicht durchsetzbar. Im Fall von Verstössen setzt die Schweiz ausschliesslich auf Konsultationen. Hier hat die EU deutlich nachgebessert: Seit 2022 verfolgt sie in ihren Handelsabkommen bei gewissen Nachhaltigkeitsthemen wie Klimawandel und Arbeitsrechte einen sanktionsbasierten Ansatz.

Für Stirnrunzeln sorgt in Politik und Öffentlichkeit auch die Verpflichtung der EFTA-Staaten, in den nächsten 15 Jahren 100 Milliarden US-Dollar in Indien zu investieren und 1 Million Arbeitsplätze zu schaffen – dies jedoch ohne jegliche Auflagen in Bezug auf Nachhaltigkeit. Dies ist hochproblematisch. Somit wird im Abkommen ein Blankoscheck für Investitionen erteilt, ohne diese an Bedingungen zu koppeln. Ob diese Verpflichtungen von der Privatwirtschaft eingehalten werden, bleibt offen. Die EFTA-Staaten sind ja bekanntlich nicht planwirtschaftlich organisiert.

Bleibt die Frage: Ist das FHA mit Indien ein Erfolg des viel gerühmten Schweizer Verhandlungsgeschicks? Oder konnte die EFTA im Rennen um dieses FHA die EU



Bundesrat Guy Parmelin und Christoph Mäder, Präsident des Wirtschaftsdachverbands Economiesuisse, informieren am Montag, 11. März 2024, an einer Medienkonferenz in Bern über das Freihandelsabkommen der EFTA mit Indien.

dank ihren unverbindlichen Nachhaltigkeitskapiteln überrunden? Alles Zufall? Mitnichten.

EFTA bei Mercosur in der Poleposition

Das Unterbieten von Menschenrechts- und Umweltstandards scheint auch im wiederbelebten Mercosur-Abkommen Schule zu machen. Lange Zeit schon fast tot geglaubt, nehmen die Verhandlungen zwischen der EFTA und den Mercosur-Staaten Argentinien, Brasilien, Paraguay, Uruguay und Venezuela wieder an Fahrt auf. So verkündete Wirtschaftsminister Parmelin am WEF, dass dieses wichtige FHA noch Ende dieses Jahres zum Abschluss kommen könnte. Auch hier hat die EFTA die EU von der Poleposition verdrängt. Ob es am unverbindlichen Nachhaltigkeitskapitel liegt? Ein Schelm, der Böses denkt.

Der grosse Preis heisst China

Und die Schweiz gibt weiter Gas. Diesmal jedoch allein und nicht im Seitenwagen der EFTA. Der grosse Preis heisst China. Ziel ist eine Modernisierung des FHA mit dem asiatischen Riesen, das dieses Jahr seinen zehnten Geburtstag feiert. Konkret wollen China und die Schweiz das Abkommen auf die Bereiche Finanzen, digitale Wirtschaft und grüne Entwicklung ausweiten und die Zölle weiter senken. Die Schweiz verfügt als einziges kontinentaleuropäisches Land über ein Abkommen mit dem

Reich der Mitte. Und oh Wunder: Im Gegensatz zu den FHA mit Indien und dem Mercosur werden die Menschenrechte hier mit keinem Wort erwähnt. Diametral anders verhält sich die EU mit ihrer sogenannten De-Risking-Strategie. Deren Ziel ist es, dass Europa gegenüber China seine wirtschaftliche Sicherheit gewährleisten kann. Diesen März hat das EU-Parlament zudem ein Importverbot von Produkten aus Zwangsarbeit verabschiedet. Im Frühling 2021 hatte es aufgrund der Menschenrechtssituation der Uigur*innen in Xinjiang bereits thematische Sanktionen gegenüber China erlassen.

Ob sich die Schweiz mit ihrem prinzipienlosen Opportunismus handelspolitisch ins Abseits manövriert, wird sich zeigen. Denn was gerne vergessen geht, ist ihre Abhängigkeit von der EU als ihrer wichtigsten Handelspartnerin. ■



Den Blog «Standpunkte» können Sie auf unserer Website abonnieren: publiceye.ch/blog



Wenn Konzerne Politik machen

Multinationale Konzerne nutzen ihre ökonomische Macht, um in ihrem Interesse Einfluss auf die Politik zu nehmen. Das geht oft auf Kosten von Menschenrechten und Umwelt.

FLORIAN BLUMER

Je stärker sich die Macht der Konzerne konzentriert, desto grösser wird die Gefahr, dass diese ihre ökonomische Potenz nützen, um unter Umgehung von demokratischen Prozessen politische Entscheide und Rahmenbedingungen zu ihrem Vorteil zu gestalten. Dies gilt für die Schweiz im Besonderen, wo die Konzerndichte besonders gross, die Transparenz gering und die Regulierung schwach ist.

Das Phänomen nennt sich Corporate Capture (Vereinnahmung durch Unternehmen), und es kommt in legalen wie illegalen, offenen wie verdeckten als auch direkten und indirekten Formen vor. Betroffen sind alle politischen Ebenen sowie alle politischen Gewalten: Legislative, Exekutive inklusive Verwaltung, Judikative und die Medien als vierte Gewalt.

Oft geschieht die Einflussnahme unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Die Intransparenz hat dabei eine verstärkende Wirkung: Je weniger die politische Einflussnahme von der Gesellschaft solche wahrgenommen und problematisiert wird, desto ungehemmter kann sie sich ausbreiten.

Die Strategien der politischen Einflussnahme

Um in ihrem Sinn Einfluss auf politische Entscheidungen zu nehmen, bedienen sich Konzerne einer Vielzahl unterschiedlicher Strategien, die oft ineinandergreifen:

1. Direktes Lobbying durch Unternehmen
2. Indirektes Lobbying durch Businessverbände
3. Indirektes Lobbying über Partnerschaften von Staat und Wirtschaft
4. Revolving Door – der Wechsel von staatlichen Stellen in die Privatwirtschaft
5. Reverse Revolving Door – der Wechsel von der Privatwirtschaft zu staatlichen Stellen

6. Zahlungen von Unternehmen an Politiker*innen, Parteien oder Kampagnen
7. Beeinflussung von Hochschulen und Wissenschaft, etwa durch bezahlte Studien und Lehrstühle
8. Beeinflussung der öffentlichen Berichterstattung
9. Beeinflussung des Rechtssystems, etwa durch Lobbying bei Justizbehörden
10. Astroturfing – vermeintlich gemeinnützige Organisationen führen im Namen von Konzernen Kampagnen

Diese Aufstellung orientiert sich an den Ergebnissen des UNO-Berichts vom Oktober 2022 zum Thema. Einen detaillierten Überblick inklusive Beispielen und Beiträgen von Public Eye zum Thema finden Sie über den QR-Code oder den Link am Ende dieses Artikels.

Eine Gefahr für Gemeinwohl und Demokratie

Die wachsende politische Einflussnahme von Unternehmen bedroht Gemeinwohl und Demokratie auf mehreren Ebenen:

- Kurzfristig setzen sich die Interessen von Unternehmen oder Branchen gegenüber jenen der Allgemeinheit durch.
- Mittelfristig zementiert und verschärft Corporate Capture asymmetrische Machtverhältnisse zwischen gesellschaftlichen Gruppen.
- Langfristig kann Corporate Capture die Legitimation von demokratischen Strukturen und Systemen sowie das Vertrauen in öffentliche Institutionen und politische Entscheidungsträger*innen untergraben.



Mehr Hintergrundinfos
zu Corporate Capture:

publiceye.ch/corporate-capture



Public Eye gewinnt einen Suisse Podcast Award

Nun ist es offiziell: Unser Podcast «Wir müssen reden. Public Eye spricht Klartext» gehört zu den besten Podcasts der Schweiz! Ende März wurden wir mit dem Suisse Podcast Award in der Kategorie «Unternehmen» prämiert. Die namhafte Jury, bestückt mit elf Profis aus der Medien- und Kommunikationsbranche, lobte die Qualität und Professionalität unseres Podcasts. Sie unterstrich die Wichtigkeit der Thematiken und Probleme, die Public Eye angeht. Und war generell beeindruckt, wie Public Eye – trotz Einschüchterungsversuchen – mächtigen Konzernen die Stirn bietet, der Politik auf die Finger schaut und sich von der Schweiz aus für globale Gerechtigkeit einsetzt.

Seit 2022 publizieren wir zwei rund 20-minütige Episoden pro Monat. Podcasts sind das ideale Format, um Recherchen und Analysen von Public Eye auch fürs Ohr aufzubereiten und einen Blick hinter die Kulissen zu bieten. Am Mikrophon sind neben eigenen Expert*innen auch Gäste mit unterschiedlichem Hintergrund, welche die Fragen unseres Moderators Nico Meier mit Herzblut beantworten.

Im Herbst feiern wir gleich das nächste Jubiläum: Ende Oktober erscheint nämlich bereits die 50. Episode unseres Podcasts! ■



Abonnieren Sie unseren Podcast auf Spotify, Apple Podcast oder Youtube:
publiceye.ch/podcast

Nationalrat lehnt Steuerschlupfloch für Rohstoffhändler definitiv ab – die Tonnage Tax ist vom Tisch

Nach dem Ständerat lehnte Ende Mai auch der Nationalrat mit einer überwiegenden Mehrheit die Einführung der Tonnage Tax ab. Von dieser lange als seefest geltenden Steuererleichterung für Schifffahrtsgesellschaften hätten vor allem die skandalträchtigen Rohstoffhändler profitiert. Mit insgesamt 2200 Tankern, Massengutfrachtern und Containerschiffen sind sie die eigentlichen Schifffahrtsgesellschaften hierzulande.

Wäre es nach dem Bundesrat gegangen, hätte der hiesige Reedereistandort in den Genuss von massiven Steuererleichterungen kommen sollen. Mittels Tonnage Tax hätten Schifffahrtsunternehmen nicht, wie sonst üblich, aufgrund ihres Gewinns oder Verlusts, sondern anhand der Ladekapazität ihrer Schiffe besteuert werden sollen. Dies hätte dem Schweizer Fiskus wohl massive Mindereinnahmen beschert. Die OECD schätzte 2019, dass den Mitgliedsländern, die eine solche Steuer kennen, aufgrund dieser Subvention durchschnittlich 1 Milliarde Euro pro Jahr verloren geht.

Im Dezember 2022 hatte der Nationalrat der bundesrätlichen Vorlage noch zugestimmt und sogar die Kreuzfahrtbranche miteingeschlossen. Die ständerätliche Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK-S) zeigte sich während mehrerer Sitzungen jedoch weniger überzeugt. Dies vor allem, weil es dem Bundesrat nicht gelang, die finanziellen Folgen der Tonnage Tax zu beziffern. Diese Kritik hatten auch Public Eye und Alliance Sud, der Dachverband der Schweizer Entwicklungsorganisationen, in die parlamentarischen Kommissionen getragen.

Auch offizielle Zahlen zum Schifffahrtsstandort konnte der Bundesrat nie liefern und begnügte sich stattdessen mit den veralteten Zahlen der Branchenvereinigung, die von 900 Schiffen ausging. Erst die Recherche von Public Eye im Januar 2024 lieferte umfassende Zahlen zur Flottengrösse von Schweizer Reedereien sowie Rohstoffhändlern. Mit 3600 Schiffen kamen diese gar viermal höher zu liegen als die Branchenzahlen. Und mehr Schiffe bedeuten auch mehr Möglichkeiten zur Gewinnverschiebung.

Dies schien schliesslich auch der ständerätlichen WAK zu heiss. Sie beantragte ihrem Rat im Februar 2024 nach über einjährigem Hin und Her, nicht auf die Vorlage einzutreten. Der Ständerat folgte im März dieser Empfehlung und kritisierte wie bereits die WAK, «die finanziellen Auswirkungen des Vorhabens seien unklar». Dem politischen Tauziehen war ein jahrelanges und massives Lobbying des Sektors vorausgegangen. Wichtige Teile der nun gescheiterten Gesetzesvorlage sollen praktisch eins zu eins aus der Feder der Branche stammen.

Nach diesen Enthüllungen beantragte auch die nationalrätliche WAK im April 2024 ihrem Rat, nicht auf die Vorlage einzutreten. Nach dem Nein im Nationalrat ist dieses verfassungswidrige sowie finanzpolitisch heikle Geschäft endlich vom Tisch. ■

ALLES ZUM MILLIARDENGESCHÄFT KAFFEE UND ZUM FLAUEN NESCAFÉ PLAN



Nestlé verspricht seit Jahren, nur noch verantwortungsvoll angebauten Kaffee verkaufen zu wollen. Doch die Realität sieht anders aus! Mit den Kaffeepreisen, die der Schweizer Konzern bezahlt, kommen viele Bauernfamilien schlicht nicht mehr über die Runden. Gleichzeitig erzielt Nestlé Jahr für Jahr Milliarden Gewinne mit dem Kaffeegeschäft.

Bestellen Sie jetzt gratis das Poster im Format A3 mit allen wichtigen Fakten zum Thema: publiceye.ch/kaffee-poster



Wo Konzerne lieber im Verborgenen agieren und die Politik dies zulässt, da schaut Public Eye genau hin: Mit Recherchen, Lobbyarbeit, Kampagnen und politischen Vorstössen setzen wir uns dafür ein, dass Schweizer Unternehmen und die offizielle Schweiz ihre Verantwortung zur weltweiten Achtung der Menschenrechte wahrnehmen.

Public Eye, Dinerstrasse 12, Postfach, 8021 Zürich
Tel. +41 (0)44 2 777 999, kontakt@publiceye.ch
Spendenkonto: IBAN CH69 0900 0000 8000 8885 4



publiceye.ch



[publiceye_ch](https://www.facebook.com/publiceye.ch) [@PublicEye](https://www.instagram.com/publiceye_ch) [@publiceye_ch](https://www.linkedin.com/company/publiceye-ch) [@publiceye.ch](https://www.youtube.com/channel/UC...) [@publiceye_ch](https://www.tiktok.com/@publiceye_ch) [@publiceye.ch](https://www.pinterest.com/publiceye_ch)