

Klima und Ressourcen

Ist Rohstoffreichtum Fluch oder Segen? Wie lassen sich Bauern in Entwicklungsländern besser auf Naturkatastrophen und ihre Folgen vorbereiten? Und welche Rolle kann eine neue Generation für eine nachhaltige Landwirtschaft spielen? Beispiele aus Afrika, Mittelamerika und Südostasien.

Loredana Sorg, Janina Grabs, Julia Harrer,
Nina Bernarding, Fabian Urech

Überflutet: Ein Ehepaar kämpft mit den Folgen
sintflutartiger Regenfälle in Marcovia, Honduras

Leistungskurs Landwirtschaft

Wie sich die Jugend Tansanias für Nachhaltigkeit gewinnen ließe

Loredana Sorg | Eigentlich ist schulfrei an diesem warmen Dezembermorgen in Mbeya, der fünftgrößten Stadt Tansanias. Nichtsdestotrotz stehen die rund 20 Kinder und Jugendlichen pünktlich um zehn Uhr morgens bereit. Mit Schaufeln, Hacken und Gießkannen bepackt wandern sie den steilen Pfad vom Schulareal der Nzondahaki Secondary School zum Flussufer hinunter. Stolz zeigen sie ihren kleinen, aber gepflegten Gemüsegarten, den sie gemeinsam mit den Studenten Mohamed Hussein und Allen John Mpande angelegt haben. Die beiden Männer stammen nicht aus Mbeya, sondern aus der neun Busstunden östlich liegenden Stadt Morogoro, und sie studieren auch nicht Naturwissenschaften, sondern Business Management.

Dass sie sich für eine ressourcenschonende Nahrungsmittelproduktion in Mbeya einsetzen, hängt mit ihrer Überzeugung zusammen, dass die junge Generation selbst für einen Kurswechsel in der Landwirtschaft sorgen müsse. Bevor sie des Studiums wegen nach Mbeya zogen, hatten sich Allen und Mohamed als Leiter der Morogoro Scouts & Guides engagiert und mithilfe der lokalen Nichtregierungsorganisation „Sustainable Agriculture Tanzania“ (SAT) einen biologischen Gemüsegarten neben ihrem Pfadfinderheim aufgebaut. Die jungen Gärtner gingen so begeistert ans Werk, dass die NGO, die von der Tansanierin Janet Maro geführt und über Spendengelder finanziert wird, bald eine Lagerwoche zum Thema Biolandbau für die Pfadfinder organisierte. Den Leitern Allen und Mohamed ermöglichte SAT einen Ausbilderkurs, so dass diese ihr Wissen effektiv weitergeben können.

Landflucht der Jugend

Die junge Landbevölkerung für eine landwirtschaftliche Ausbildung zu gewinnen, ist nicht nur ein zentrales Anliegen der Organisation SAT, bei der ich während meiner ersten Stage im Rahmen des Mercator-Kollegs gearbeitet habe. Es gehört auch zu den Prioritäten staatlicher und internationaler Institutionen. Vor allem in wirtschaftlich aufstrebenden Staaten wie Tansania verliert der traditionelle Landbau für die Jugend an Attraktivität.

Dass junge Leute ihr Glück lieber in der Stadt suchen wollen, statt für wenig Geld auf dem Feld zu schufteln, ist nicht neu. Doch mittlerweile hat die Landflucht ein Ausmaß erreicht, das die globale Ernährungssicherheit gefährdet. Angesichts einer nach wie vor wachsenden Weltbevölkerung und der Bedrohung durch den Klimawandel sind fähige und innovative Landwirte dringender gefragt denn je. Es geht schon lange nicht mehr nur darum, immer mehr zu

produzieren, sondern eher darum, trotz abnehmender Bodenfruchtbarkeit, starker Resistenzen und größerer Witterungsvariabilität auf nachhaltige Weise Nahrungsmittel und Rohstoffe anzubauen. Die junge Landbevölkerung spielt dabei eine zentrale Rolle, da sie die Möglichkeit – und die Verantwortung – hat, neue Dinge zu lernen, innovative Lösungen zu entwickeln und das Land ihrer Eltern auch künftig gewinnbringend zu bewirtschaften.

Ziel von SAT ist es, junge Leute für die Landwirtschaft zu begeistern und gleichzeitig ressourcenschonende Anbaumethoden bekannt zu machen und weiterzuentwickeln. Die Entscheidung, ob sie auf biologischen Landbau umsteigen, ihre Feldfrüchte wie bisher anbauen oder gleich ihr eigenes Start-up gründen wollen, bleibt allerdings bei ihnen. Im SAT-„Attract Youth to Agriculture Camp“ lernen die Tansanierinnen und Tansanier die Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre und Möglichkeiten kennen, ihre Produkte zu veredeln und zu besseren Preisen zu vermarkten.

Tatsächlich zeigt sich, dass die Vorteile des Biolandbaus – die Selbstständigkeit bei der Feldbearbeitung und die Unabhängigkeit von externen Produktionsmitteln – viele Landwirte zum Umstieg motivieren. Denn so können sie Kosten senken und sind den schwankenden Preisen der zumeist importierten Produktionsmittel weniger stark ausgesetzt. Außerdem sehen viele von ihnen täglich, wie sehr sie von der Natur abhängen und auf funktionierende Ökosysteme angewiesen sind.

Die Bauern erleben täglich, wie sehr sie auf intakte Ökosysteme angewiesen sind

Eine längerfristig verbesserte Bodenfruchtbarkeit ist für sie deshalb das wichtigste Ziel. Diese Sorgfaltspflicht gegenüber der Umwelt ist es, die Mohamed und Allen neben dem Know-how für die Produktion von gesundem Gemüse und Obst mithilfe ihres Projekts „Scouts Promote School Gardening“ an Sekundarschulen in Mbeya vermitteln möchten.

Das Interesse war groß, allerdings mussten die Strukturen erst geschaffen werden. Material und Werkzeuge finanziert SAT; den Boden, den die Jugendlichen während ihrer Freizeit bearbeiten, stellen die Schulen zur Verfügung. Diese Partnerschaft zwischen öffentlichem Sektor und Zivilgesellschaft ist organisch gewachsen – etwas, das oft auch mit langjähriger Planung nicht forciert werden kann. Damit sie keinen Nebenjob annehmen müssen, finanziert SAT das erste Studienjahr für Allen und Mohamed. Nach einem halben Jahr betreuen die beiden bereits drei ökologische Schulgärten.

Wie so oft hängt auch beim Projekt dieser Schulgärten in Mbeya vieles von der Kreativität, der Eigeninitiative und dem Durchhaltevermögen der Beteiligten ab. Ob ein solches System auf nationaler Ebene oder in anderen Ländern ebenso gut funktionieren würde, ist noch nicht zu erkennen. Dennoch hat der Ansatz Potenzial zur Nachahmung und Weiterentwicklung. Jedes Jahr bildet SAT neue Bauerngruppen aus, darunter Youth Groups, deren Mitglieder eigene Gruppen gründen oder ihr Wissen informell weitergeben können.

Neben dem Schulgartenprojekt hat SAT im Herbst 2014 noch eine weitere Initiative in Form von Workshops zur partizipativen Forschungsgestaltung (Workshop for Participatory Research Design) gestartet. Zusammen mit Studenten

und Experten der Sokoine University of Agriculture in Morogoro arbeiten Bauerngruppen an der Weiterentwicklung biologischer Anbaumethoden und testen sie auf den eigenen Feldern. So werden die Studenten mit der Realität der Landwirte konfrontiert und können die Ergebnisse ihrer Arbeit direkt sehen. Die Bauerngruppen wiederum profitieren vom direkten Kontakt zu Forschung und Expertenwissen. Längerfristig sollen so Fachleute für die nachhaltige Landwirtschaft gewonnen werden und dem Biosektor im ganzen Land eine größere Anerkennung verschaffen. Dass von einer starken nächsten Generation alle profitieren, ist offensichtlich. 64 Prozent der Bevölkerung sind jünger als 25 Jahre. Die Zukunft der tansanischen Landwirtschaft liegt schon heute in ihrer Hand. ••

Heute sind fast zwei Drittel der Einwohner Tansanias jünger als 25 Jahre

Loredana Sorg hat im Rahmen ihrer Kolleg-Stagen in Morogoro, Rom und Kiew gearbeitet.

Jagd nach neuen Nischen

Klimafreundliche Kaffeeproduktion in Costa Rica

Janina Grabs | Grün leuchten die Hänge der Kaffeeplantagen der Farm „Las Lajas“. Doch viel nützt es den Kaffeebauern im Hochland Costa Ricas nicht, dass ihre Landschaft so idyllisch ist. Jedes Jahr kämpfen sie von Neuem ums wirtschaftliche Überleben. Auf ihrer Plantage seien Emissionsmessungen durchgeführt worden, sagt Francesca Chacon, die Besitzerin von Las Lajas. Aber die Bereitschaft der Kunden ist noch niedrig, für klimafreundlich hergestellten Kaffee mehr zu bezahlen.

Costa-ricanische Kaffeebauern müssen überdurchschnittlich hohe Preise erzielen, um sich über Wasser zu halten, weil die Kosten für Personal, Dünger und Transport vergleichsweise hoch sind. Gleichzeitig müssen sie auf einem Weltmarkt bestehen, auf dem sie mit etwa 80 Ländern konkurrieren und die Preise innerhalb eines Jahres um das Dreifache schwanken können. Die Suche nach neuen Marktnischen, in denen sich höhere Preise erzielen lassen, ist also überlebensnotwendig, und Costa Rica ist ein Versuchslabor für neue Ansätze. Dazu gehört NAMA Café, das Projekt, für das ich während meiner Stage bei der GIZ Costa Rica gearbeitet habe. NAMA Café verfolgt das Ziel, die Klimabilanz der costa-ricanischen Kaffeeproduktion zu verbessern und Kaffeearten, deren Wachstum weniger Emissionen verursachen, entsprechend zu vermarkten.

Bislang allerdings lassen sich Klimafreundlichkeit und Profitabilität noch nicht recht miteinander vereinbaren. Wer es sich leisten kann, setzt Dünger ein, um Ertrag und Profit zu steigern. Dünger aber ist für nahezu 25 Prozent der Treibhausgasemissionen des costa-ricanischen Agrarsektors verantwortlich. Ein Klimazertifikat, das Ökoerfolge wie CO₂-Reduktionen finanziell ent-

lohnt, könnte Abhilfe schaffen. Nur ist nicht klar, ob sich der Aufwand für Emissionsmessung und Verifizierung auszahlt. Erste Studien haben gezeigt, dass Konsumenten vorsichtiges Interesse für klimafreundliche Produkte zeigen – aber nur, wenn diese nicht wesentlich teurer sind als die der Konkurrenz.

Das beschreibt das zentrale Problem, mit dem ich in meinem Mercator-Jahr immer wieder konfrontiert wurde: Institutionen können Rahmenbedingungen und Anreize schaffen und im besten Fall Vertrauen in die Verlässlichkeit alternativer Anbauweisen herstellen. Nachhaltig aber sind solche Maßnahmen erst dann, wenn sie sich für die Produzenten wirtschaftlich rechnen. Und dafür sind Preise, Abnehmer und später die Endverbraucher die entscheidenden Faktoren. Egal, ob es sich um Rainforest-Alliance-zertifizierte Ananas, UTZ-ausgezeichneten Kakao oder klimaneutral gewachsenen Kaffee handelt – in Costa Rica sind sich viele Landwirte einig: Sie sehen kaum ein echtes Preissignal, das sie zum zertifiziert nachhaltigen Anbau anregen würde. Das kann verschiedene Ursachen haben. Manche Attribute wie Klimaneutralität sind Verbrauchern vielleicht noch weniger bekannt oder wichtig. Bei den bekannteren Nachhaltigkeitssiegeln scheint hingegen der Erfolg geradezu zum Verhängnis geworden zu sein.

Letztlich müssen sich nachhaltige Anbaumethoden für die Produzenten rechnen

Wem nutzen Zertifikate überhaupt?

Die Kaffeebranche ist dafür ein Paradebeispiel. Kaffee war eines der ersten Produkte, das über alternative Lieferketten zu den Konsumenten in Europa gelangte, die Interesse an ethisch produzierten Waren hatten. Solche Produkte waren zwar teurer als andere, ihr Kauf trug aber nachweislich zur Verbesserung der Lebensbedingungen in den Ursprungsländern bei. Die Zertifizierung war also eine viel versprechende Strategie, sich von Weltmarktpreisen und der globalen Konkurrenz abzuheben.

Ursprünglich boten nur Reformhäuser und Dritte-Welt-Läden die zertifizierten Produkte an. Jetzt sind sie auch im Sortiment von Supermärkten und Discountern zu finden. Die große Masse der Konsumenten zu erreichen, war ursprünglich eines der Ziele solcher „ethischer Zertifikate“. Nun ist der Durchschnittskonsument aber eben auch preissensibler als der Käufer, dem vor allem Herkunftsort und Produktionsweise wichtig sind.

Der Erfolg von Ökosiegeln hat immer mehr Kleinbauern dazu animiert, sich in nachhaltige Wertschöpfungsketten einzugliedern. Schätzungen zufolge sind rund 40 Prozent der globalen Kaffeeproduktion mit Zertifikaten versehen. Allerdings tragen nur 15 Prozent der Waren, die an Endkonsumenten verkauft werden, ein Zertifikat. Das bedeutet, dass Kaffeebauern oftmals für ihre gesamte Ernte Zertifizierungsgebühren zahlen und ihre Anbaumethoden dementsprechend umstellen, dann aber nur für einen Bruchteil der Ernte eine Preisprämie erhalten. Und selbst die Höhe dieser Prämie ist oft ungewiss, denn bei den meisten Nachhaltigkeitszertifikaten sind die Preisprämien nicht festgelegt, sondern werden von Vertrag zu Vertrag neu verhandelt. Die globale