

Prijsknallers, echte prijzen en verbetering van de positie van koffieboeren

Geert Woltjer, 13-5-2022

Het bedrijvennetwerk van duurzame ondernemers in Nederland, MVO Nederland¹ heeft voor bedrijven een brochure "Aan de slag met echte prijzen" uitgebracht². Als echte prijzen worden gehanteerd waarin alle schade veroorzaakt door productie en gebruik van een product in de prijzen wordt meegenomen, worden duurzame producten goedkoper ten opzichte van minder duurzame producten. Idealiter zou dat door overheidsregels moeten gebeuren, maar soms berekenen bedrijven alle echte prijzen voor eigen gebruik of communicatie naar de klanten. De brochure gebruikt koffie en de benadering van het Futureproof Coffee Collective³ hierbij als voorbeeld. Zij schrijven: "Er zijn veel organisaties en keurmerken die elke dag werken aan eerlijkere koffie. Maar de structurele problemen in de sector zijn nog altijd niet opgelost. Grote marktpartijen hebben alleen maar meer macht gekregen. De prijsopbouw van koffie is nog steeds ondoorzichtig. Koffie wordt enkel meer waard, maar boeren profiteren daar niet van mee. En wat te denken van de natuur? Wie draait er op voor de bodemdegradatie, erosie, watervervuiling, ontbossing en het verlies van biodiversiteit? Koffie met een keurmerk is super goed. Maar eigenlijk pas een startpunt."

Koffie kwam ook aan de orde in het tv-programma De Prijsknaller van 25-2-2022. Het startpunt van dit programma is dat koffie voor minder dan 4 euro per kg in de supermarkt te koop is, terwijl de een bedrijf dat aan de horeca levert of een speciaalzaak minimaal rond 17,50 euro vraagt. Is de prijs in de supermarkt zo laag doordat anderen onder de streep de rekening betalen van die goedkope producten? In andere woorden, is de echte prijs van de producten niet veel hoger dan de marktprijs?

Vragend naar de achtergrond lijkt het erop dat koffiebranders in staat zijn om met lage kwaliteit bonen toch nog een redelijke kwaliteit koffie te maken. Daar lijkt me niets op tegen; de consument kan zelf bepalen of hij deze koffie wil drinken. Wat wel dubieus is dat grote koffiebedrijven niet willen aangeven hoe die goedkope koffie geproduceerd wordt. Er wordt gesteld dat dit een pijnlijke vraag is, omdat de lage prijs de kern is van hun business model. De markt geeft aan deze bedrijven weinig opties om hogere prijzen te vragen voor een beter product. De vrijheid van bedrijven in prijsstelling wordt immers uiteindelijk bepaald door wat het gros van de consumenten wil betalen.

De koffie voor de prijsknallers kan volgens Meine van der Graaf van MVO Nederland alleen in megagrote boerderijen in Vietnam of Brazilië zo goedkoop worden geproduceerd. Kleine boeren, die voor veel variatie zorgen, kunnen dan niet overleven. Veel goedkope koffie komt uit Oeganda. Daar wordt de koffie geteeld door 1,7 miljoen kleine boeren die meestal minder dan anderhalve hectare grond hebben. Volgens de studie "Uganda country coffee profile" (Uganda Coffee Development Authority, 2019) hebben koffieboeren gemiddeld zelfs minder dan 0,4 hectare. Dat is veel te weinig om zelfs in ideale omstandigheden van te kunnen overleven.

Het probleem van de koffieboeren in Oeganda is niet specifiek voor deze boeren, maar een probleem van het hele land. In Oeganda is 30% van de bevolking analfabeet en leeft 40% onder de armoedegrens. Niet de koffieproductie is de oorzaak van het probleem, maar de situatie in het land. De situatie van de bevolking is dus de oorzaak van het feit dat de koffieboeren weinig andere keus hebben dan op het aanbod van de koffiehandelaren in te gaan.

De zwakke positie van de boeren kan tot misbruik leiden. Vaak wordt de koffie al vooraf verkocht. Dat geeft zekerheid, en de mogelijkheid om te investeren voordat de oogst er is. Maar het maakt het ook moeilijk om iets anders te gaan doen, en leidt daarmee tot afhankelijkheid en dwang. Aan de andere

¹ <https://www.mvonederland.nl/>

² <https://www.mvonederland.nl/aan-de-slag-met-echte-prijzen/>

³ <https://www.futureproofcoffeecollective.nl/>

kant wordt daarmee ook voorkomen dat boeren door ontwikkelingen op de wereldmarkt opeens veel minder verdienen dan ze van tevoren denken. Maar daar staat weer tegenover dat de huidige prijsstijging op de koffiemarkt door onder andere misoogsten in Brazilië aan hun neus voorbij gaat. Veel koffieboeren hebben naast hun koffie ook geiten om hun inkomen aan te vullen, en combineren vaak de teelt van koffie met bananen zonder dat dit de koffieproductie negatief beïnvloedt.

Het is zinvol om de koffieproductie in Oeganda in perspectief te plaatsen. Allereerst is Oeganda een relatief kleine koffieproducent in de wereld die slechts iets meer dan 4% van de wereldproductie voor zijn rekening neemt⁴. Ten tweede geeft een onderzoek van True Price (Fobelets, Rusman, & De Groot Ruiz, 2017) aan dat bijvoorbeeld in Vietnam, India en Indonesië ruim meer dan een acceptabel bestaansminimum (living income⁵, zie ook van de Ven et al. (2021)) verdiend wordt door koffieboeren. Daarom vinden ICH en True Price (IDH & True Price, 2016b) dat in Vietnam de externe kosten van koffie vooral liggen op het vlak van milieu: groot watergebruik in een omgeving waar water schaars is, vervuiling door overmatig gebruik van mest, en een relatief hoog energiegebruik bij de productie van kunstmest en het pompen voor de irrigatie. Hoewel de precieze berekeningen niet goed te achterhalen zijn in het rapport, geeft het wel een indicatie van het probleem en geeft het ook aan dat als de koffieboeren zo efficiënt mogelijk zouden produceren veel minder kunstmest en minder water nodig zouden zijn. Als de schade bij productie en handel van koffie verwerkt zou worden in de prijs, zou volgens deze studie de prijs van koffiebonen ongeveer 20% hoger zijn. Als de hogere prijs ook echt betaald zou worden, zou dit een stimulans zijn om de externe kosten te verminderen.

Maar nu terug naar de koffieproductie in Oeganda. In het programma "de Prijsknaller" wordt gesuggereerd dat de bereidheid tot betalen van de consument verklaart waarom de koffieboeren in Oeganda zo weinig verdienen. Economisch gezien ligt dit echter andersom. De armoede in het land waar de boeren wonen bepaalt dat ze weinig alternatieven hebben. Het verkopen van koffie is waarschijnlijk beter dan wat ze anders zouden kunnen doen. Er zijn landen zoals Vietnam en Brazilië waar koffieboeren veel efficiënter produceren en die bepalen de prijs op de wereldmarkt. Ook binnen Oeganda lijken er grotere boeren te zijn die een beter inkomen krijgen. Het probleem van de lage inkomsten van de kleine boeren in Oeganda ligt dus primair aan de aanbodkant, niet aan de vraagkant. De oplossing ligt erin om de welvaart en productiviteit in het hele land te verhogen, en om ervoor te zorgen dat het aantal boeren zover vermindert dat alle boeren voldoende grond hebben om efficiënt te produceren. Er zijn dus structurele veranderingen nodig.

In hoeverre kunnen koffiehandelaren de situatie van de Oegandese koffieboeren verbeteren? Het is helder dat bedrijven die een topsegment van de markt bedienen genoeg marge hebben om boeren extra te betalen, en dan lijkt het ethisch om dit ook te doen. Maar ook voor de Prijsknaller is er misschien meer ruimte dan gedacht. Fair Trade Original betaalt bijvoorbeeld 44 cent per kg extra aan koffieboeren. Dat is zelfs op een prijs van 4 euro per kg maar 10% extra. Het geven van een eerlijk inkomen kan dus meteen, zoals MVO Nederland in de brochure stelt.

Het is echter de vraag in hoeverre dat het probleem van de koffieboeren in Oeganda meteen oplost. Walkuli, een bedrijf dat in het programma De Prijsknaller als voorbeeld wordt genoemd, geeft net zoals sommige andere koffiehandelaren, boeren hogere prijzen om hen de mogelijkheid te geven om te investeren in hun bedrijf, voordelen van innovaties mee te geven, en meer voor het ecosysteem te doen.⁶ Ze maken transparant welke boeren hun koffie leveren, en koffiebranders en boeren hebben direct contact met elkaar. Ze besparen op tussenhandel, maar zitten zelf ook aan de bovenkant van de markt. Er gaat dus een groter percentage van de hogere koffieprijs die ze vragen naar hen zelf dan naar de boeren. Per definitie is dit dus een niche markt. Maar ze proberen wel actief om de situatie van de boeren in Oeganda te verbeteren en werken samen met Fairtrade Original en The Coffee Quest om te

⁴ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_coffee_production and <https://www.visualcapitalist.com/worlds-top-coffee-producing-countries>

⁵ Living Income vs. Living Wage - Global Living Wage Coalition: <https://www.globallivingwage.org/about/living-income/>

⁶ <https://www.wakuli.com/about>

onderzoeken hoe koffieboeren een leefbaar inkomen kunnen krijgen en de schade aan bodemwater, biodiversiteit en klimaat kunnen verminderen.⁷

Er zijn studies die laten zien hoe gecompliceerd de uitdaging is om tot duurzame, rendabele koffieproductie in een land zoals Oeganda te komen. Y. Waarts and Kiewisch (2021) en Y. R. Waarts et al. (2019) laten voor een vergelijkbaar product, cacao, zien dat de productie voor de meeste boeren de minst slechte optie is. Het uitbetalen van hogere prijzen aan boeren en het helpen bij investeringen in efficiëntere productiemethoden is volgens hen geen oplossing voor het fundamentele armoedeprobleem.⁸ Koffieboeren hebben geen alternatief om elders een beter inkomen te verdienen omdat een groot deel van de bevolking onder het bestaansminimum leeft. En koffieboeren hebben te weinig land per boer hebben om voldoende inkomen te kunnen genereren. Grotere koffieboeren kunnen dit wel. Als alle kleine boeren wat productiever zouden worden, zou het totale aanbod van koffie alleen maar groter worden en zou de druk op de prijzen nog groter worden. De uitdaging is dus om andere middelen van bestaan op te bouwen en degenen die koffie blijven verbouwen voldoende grond, kennis en investeringsruimte te geven. Dit is zeker geen eenvoudige opgave, en het uitbetalen van hogere prijzen is maar een beperkte en tijdelijke oplossing die voor andere boeren het probleem alleen vergroot.

Wat zijn nu de gevolgen voor het berekenen van echte prijzen? In dezelfde reeks als de studie naar koffie in Vietnam is er ook een studie naar cacao in de Ivoorkust gemaakt (IDH & True Price, 2016a; True Price, 2018). Daar zijn de sociale kosten overheersend, en met name het inkomensgat tussen het verdiende inkomen en het leefbare inkomen. Terecht wordt aangegeven dat deze armoede ook leidt tot andere sociale problemen zoals kinderarbeid en gedwongen arbeid. Het verschil tussen het verdiende inkomen en het leefbare inkomen wordt berekend als onderdeel van de echte prijs. Dat zou je dus ook voor de koffieboeren in Oeganda uit De Prijsknaller kunnen doen.

De vraag is of dat in economische zin terecht is. Immers, het lijkt erop dat de productie van koffie of cacao het beste alternatief is ten opzichte van andere mogelijkheden. Als dat het geval is, worden de problemen niet door de productie van koffie of cacao veroorzaakt, maar zou het zonder die productie nog slechter zijn. Het is dus een structureel probleem. Er is dus geen sprake van verborgen kosten in de economische betekenis van het woord.

Het is natuurlijk wel zo dat koffiehandelaren of koffieconsumenten zich verantwoordelijk kunnen voelen om de situatie van de koffieboeren waar ze de koffie inkopen te verbeteren. Voor zover de markt daar ruimte toe biedt, kunnen ze daarin investeren, en zeker als met relatief kleine extra bedragen grote effecten kunnen worden bereikt, is dat wenselijk. In een studie van True Price voor Tony's Chocolonely (True Price, 2018) wordt aangegeven dat dit bedrijf meer betaalt en meer let op kinderarbeid en dwangarbeid dan andere bedrijven, iets wat natuurlijk heel betaalbaar is voor een bedrijf dat een niche product aanbiedt. Maar zoals we hiervoor gezien hebben, vraagt verbetering van de situatie van koffieboeren structurele veranderingen en is het betalen van hogere prijzen daarbij maar in beperkte mate effectief, ook al kan het helpen om misschien wat ruimte te geven voor investeringen in verbetering van productiviteit door de boeren. Als een koffiehandelaar concludeert dat koffie in Vietnam een lagere echte prijs heeft dan in Oeganda en daarom de koffie voortaan uit Vietnam haalt, zijn de koffieboeren in Oeganda uiteindelijk slechter af.

Conclusie

De suggestie in De Prijsknaller dat de lage prijs die consumenten voor koffie betalen de problemen in Oeganda veroorzaakt en dat de koffieboeren uiteindelijk de rekening betalen is suggestief en incorrect. Als alternatief kan de koffie uit Vietnam worden gehaald, zonder die sociale problemen, en wordt het probleem in Oeganda niet opgelost. Het probleem ligt immers niet direct bij de koffieproductie, maar bij de hele economische en sociale structuur van Oeganda. Het siert handelaren en consumenten die koffie uit dit soort landen halen, als ze helpen om die structurele problemen op te lossen, en het kan als een

⁷ <https://www.futureproofcoffeecollective.nl/futureproof-coffee-collective-start-samenwerking-voor-toekomstbestendige-koffie-in-oeganda/>

⁸ Zie ook <https://www.wur.nl/en/Research-Results/Research-Institutes/Economic-Research/show-wecr/How-to-support-the-poorest-farmers-in-commodity-value-chains.htm>

morele verantwoordelijkheid worden gezien. Ook de suggestie in de brochure van MVO dat een te lage beloning makkelijk op te lossen is, is niet terecht, omdat het uitbetalen van een hogere prijs maar een beperkte bijdrage kan leveren aan de oplossing van het probleem.

Literatuur

- Fobelets, V., Rusman, A., & De Groot Ruiz, A. (2017). *Assessing Coffee Farmer Household Income: study by True Price, commissioned by Fairtrade International*. Retrieved from https://files.fairtrade.net/publications/2017_AssessingCoffeeFarmerHouseholdIncome.pdf
- IDH, & True Price. (2016a). *The True Price of Cocoa from Ivory Coast*. Retrieved from <https://trueprice.org/wp-content/uploads/2016/03/TP-Cocoa.pdf>
- IDH, & True Price. (2016b). *The True Price of Coffee from Vietnam*. Retrieved from <https://trueprice.org/wp-content/uploads/2016/04/TP-Coffee.pdf>
- True Price. (2018). *The True Cost of Cocoa. Tony's Chocolonely 2018 progress report*. 1-42. Retrieved from <https://trueprice.org/wp-content/uploads/2018/11/The-True-Price-of-Cocoa.-Progress-Tonys-Chocolonely-2018.pdf%0A>
- Uganda Coffee Development Authority. (2019). *Uganda Country Coffee Profile*. Retrieved from <https://ugandacoffee.go.ug/uganda-country-coffee-profile>
- van de Ven, G. W. J., de Valença, A., Marinus, W., de Jager, I., Descheemaeker, K. K. E., Hekman, W., . . . Giller, K. E. (2021). Living income benchmarking of rural households in low-income countries. *Food Security*, 13(3), 729-749. doi:10.1007/s12571-020-01099-8
- Waarts, Y., & Kiewisch, M. (2021). *Balancing the living income challenge : towards a multi-actor approach to achieving a living income for cocoa farmers* [1 online resource (PDF, 75 pages) : illustrations]. Retrieved from <https://edepot.wur.nl/557364>
- Waarts, Y. R., Janssen, V., Ingram, V. J., Slingerland, M. A., Rijn, F. C. v., Beekman, G., . . . Vugt, S. M. v. (2019). *A living income for smallholder commodity farmers and protected forests and biodiversity: how can the private and public sectors contribute? : White Paper on sustainable commodity production*. Retrieved from <https://edepot.wur.nl/507120>