

V&R Academic

Christiane Berth / Dorothee Wierling /
Volker Wunderich (Hg.)

Kaffeewelten

Historische Perspektiven auf eine globale Ware
im 20. Jahrhundert

Mit 16 Abbildungen

V&R unipress



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8471-0389-9

ISBN 978-3-8470-0389-2 (E-Book)

Mit freundlicher Unterstützung der Forschungsstelle Zeitgeschichte in Hamburg.

© 2015, V&R unipress in Göttingen / www.vr-unipress.de

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Printed in Germany.

Titelbild: Glasfenster der Hamburger Kaffeebörse, Foto: Monika Sigmund

Druck und Bindung: CPI buchbuecher.de GmbH, Birkach

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhalt

Einleitung	7
Steven Topik Produktbiografien, Warenketten und Kaffeegeschichten	21
Julia Laura Rischbieter Röster: die Geburt eines neuen Wirtschaftszweiges. Globaler Wettbewerb und lokale Konsumentenwünsche im Deutschen Kaiserreich	35
Justus Fenner Arbeiteranwerbung und Wanderarbeit auf den Kaffee-Fincas in Chiapas (Mexiko). Eine Neuinterpretation des Enganchesystems	57
Volker Wunderich Kaffee, nationales Selbstverständnis und zeitgenössische Kunst in der Großen Depression: Costa Rica, 1932–1936	83
Dorothee Wierling Mit Rohkaffee handeln. Hamburger Importeure im 20. Jahrhundert	105
Nicole Petrick-Felber Zwischen Mangel und Gefälligkeit – Die Versorgung mit Kaffee im »Dritten Reich«, 1938–1945	129
Christiane Berth Kaffee als politisches Druckmittel? Der schwierige Wiederaufbau der Handelsnetzwerke zwischen der Bundesrepublik Deutschland und Guatemala in den 1950er-Jahren	153

Bhaswati Bhattacharya Kaffeekonsum in Indien: ein Blick auf die Vermarktung von Kaffee in Indien, 1935–2010	179
Christof Dejung Staatliche Interventionen und multinationale Handelsfirmen. Der globale Kaffeehandel nach 1945	201
Anne Dietrich Kaffee in der DDR – »Ein Politikum ersten Ranges«	225
Ruben Quaas Der Kaffee der Gerechtigkeit. Wertzuschreibungen des fair gehandelten Kaffees zwischen 1973 und 1992	249
Kommentare: Jakob Vogel, Angelika Epple	267
Autorinnen und Autoren	281

Einleitung

Das Bild auf dem Umschlag dieses Buches zeigt das Glasfenster an der Stirnseite des Börsensaals der Hamburger Kaffeeterminbörse, die Mitte der 1950er-Jahre in der Hamburger Speicherstadt neu errichtet wurde – dort, wo sich seit den 1880er-Jahren die Kaffeeimporteure, Makler und Agenten niedergelassen hatten. Der Neubau der Börse verwies auf die Entschlossenheit, mit der der Hamburger Rohkaffeehandel nach den Zerstörungen und Brüchen des Zweiten Weltkriegs einen Neuanfang versuchte. Während der Börsensaal selbst im schlichten und sachlichen Stil der Zeit eingerichtet wurde, strahlte das riesige Fenster das Versprechen von zukünftigem Kaffeegenuss und Wohlstand aus. Es verlieh dem nüchternen Saal außerdem einen Hauch von Sakralität und Exotik. Im Vordergrund sieht man fröhliche Arbeiter und Arbeiterinnen, die die gereteten Kaffeekirschen aufhäufen. Das Rot der Früchte findet sich wieder in der Kleidung und auf den Lippen der Pflückerinnen. Im Hintergrund erstreckt sich ein unendlicher Horizont mit leicht gewellten Furchen, in denen dicht bei dicht die Kaffeebäume stehen. Das Bild bildet einerseits einen Kontrast zur männlich-grauen Welt der Hamburger Händler und repräsentiert damit die romantischen Fantasien über den »Ursprung«. Andererseits verweist es – wenn auch in idealisierender Form – auf den untrennbaren Zusammenhang zwischen den verschiedenen Welten des Kaffees. Insofern illustriert dieses Fenster auf seine eigene Weise das Anliegen des vorliegenden Bandes.

Dieser geht zurück auf eine Konferenz, die im Dezember 2012 an der Forschungsstelle für Zeitgeschichte in Hamburg (FZH) von den Herausgebern organisiert wurde. Seit einigen Jahren gab es an der FZH ein Forschungsprojekt unter dem Titel »Kaffee-Welten«, das aus drei Einzelprojekten bestand, die sich mit verschiedenen Aspekten der historischen Bedeutung des Kaffees für die Seehäfen Hamburg und Bremen befassten. Dabei ging es um den Rohkaffeehandel vor Ort, um die über den Kaffee vermittelten transnationalen Bezie-

hungen zu Lateinamerika und um die Bedeutung des Kaffees als Genussmittel in den beiden deutschen Nachkriegsstaaten.¹

Ausgangspunkt des Projektes und der anschließenden Tagung war Hamburg. Die FZH hat seit ihrer Entstehung ein besonderes Profil entwickelt, indem sie den Lokal- und Regionalbezug aus der landesgeschichtlichen Ecke herausgeholt, methodisch vertieft und für die Erforschung der großen Themen des 20. Jahrhunderts genutzt hat. Beim Kaffee bot es sich an, von der hanseatischen Tradition des Kaffeegeschäftes auszugehen und das Thema auf die Zusammenhänge und Widersprüche seines weltweiten Zusammenhangs auszuweiten. Dieses »glokale« Vorgehen (Stuart Hall) ist besonders für die Entwicklung neuer Perspektiven geeignet, da es die Durchführung von Lokal- und Regionalstudien von vornherein mit den Fragestellungen und dem Erkenntnisinteresse des übergeordneten Zusammenhangs verbindet. So öffnet sich ein Arbeitsfeld, das die unterschiedlichsten Themen entlang der »Warenkette« des Kaffees umfasst, von den Produktionsländern mit ihren Arbeitssystemen über den Handel bis zur Weiterverarbeitung und zum Konsum. Die Verknüpfung dieser Themen ist ein produktives Feld für innovative Thesenbildung und die Entwicklung neuer, globaler Perspektiven.

Während der Arbeit im Feld der historischen Kaffeestudien wurden wir auf eine Reihe von Projekten aufmerksam, die sich ebenfalls mit einzelnen Aspekten der Kaffeegeschichte beschäftigten. Auch diese Untersuchungen ordnen sich in globale Zusammenhänge ein und hatten, bei aller Spezialisierung, den Bezug zu den verschiedenen Gliedern der Warenkette Kaffee immer im Blick. Während ein großer Teil der älteren Literatur den Schwerpunkt auf die Frühe Neuzeit und das frühe 19. Jahrhundert gelegt hatte, also auf die Anfänge der Kaffeepresenz in Europa und Übersee, konzentrierten sich die neueren Arbeiten auf das späte 19. und ganze 20. Jahrhundert. So entstand die Idee, diese Einzelforschungen miteinander ins Gespräch zu bringen. Deshalb luden wir auch Kollegen ein, die keine Kaffeespezialisten waren, dafür aber aus der weiteren Perspektive ihres Feldes konzeptionelle Überlegungen einbringen und zugleich Wege aufzeigen konnten, wie die zum Teil hoch spezialisierte Forschung zu diesem Produkt an die großen Trends und Paradigmen der Geschichtswissenschaft anschlussfähig gemacht werden können.

Die einzelnen Forschungsprojekte unterschieden wir im Tagungsprogramm nach den drei großen Stufen der Kaffee-Warenkette: Produktion, Handel und

¹ Zwei dieser Projekte liegen inzwischen als Monografien vor. Christiane Berth: *Biografien und Netzwerke im Kaffeehandel zwischen Deutschland und Zentralamerika 1920 – 1959*, Hamburg 2014; Monika Sigmund: *Genuss als Politikum. Kaffeekonsum in beiden deutschen Staaten*, München 2014. Das Projekt von Dorothee Wierling befindet sich in der Niederschrift. Die Forschungsprojekte wurden von der Deutschen Forschungsgemeinschaft und der Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur finanziert.

Konsum. Es spricht für die vorgestellten Projekte, dass sie sich fast alle dieser engen Zuteilung entzogen, weil gerade die vielfältigen Bezüge zwischen den drei Bereichen von allen erkannt und reflektiert wurden, oft gerade den Kern ihrer Fragestellung ausmachten. Wir haben dieser Einsicht beim Aufbau des Konferenzbandes Rechnung getragen und eine lose chronologische Struktur gewählt. Zusammen stellen die Beiträge den ersten Versuch dar, ausgehend von einem nationalen Kontext die vielschichtige Geschichte des globalen Produkts und zentralen Konsumguts »Kaffee« zu untersuchen. Dies ist bisher auch für keinen der wichtigen Kaffeehandelsplätze wie London, New York oder Le Havre geschehen. Der deutsche Kontext weist dabei einige Besonderheiten auf: erstens, die Existenz des Hamburger Vereins der am Caffeehandel beteiligten Firmen mit seinem eigenen Werte- und Ehrenkodex, zweitens die starke Ausprägung des deutschen Plantagenbesitzes in Lateinamerika, die ein konfliktreiches Erbe hinterließ, drittens die Folgen zweier verlorener Weltkriege und schließlich, unter den Bedingungen des Kalten Krieges, die unterschiedliche Ausprägung von Konsum und Handelsnetzwerken in beiden deutschen Nachkriegsstaaten, zwischen denen dennoch eine enge Beziehung existierte. Außerdem zeigte der Nationalstaat über den gesamten Zeitraum hinweg eine starke Präsenz im Kaffeegeschäft, allein schon wegen der hohen Kaffeesteuer, einer »Luxussteuer«, die sich nach der Aufhebung der Kaffeeverbote des 18. Jahrhunderts etablieren konnte. Geografisch reichen die vorgestellten Projekte jedoch weit über den deutschen Kontext hinaus, wobei es immer um die wechselseitigen Bezüge zwischen Regionen einerseits und den verschiedenen Stufen der Warenkette andererseits geht.²

Der folgende Band erhebt nicht den Anspruch, einen chronologischen oder thematischen Gesamtüberblick über die Geschichte des Kaffees im 19. und 20. Jahrhundert zu liefern und das gesamte Spektrum des Themas in den Blick zu nehmen. Die aktuellen Forschungen verfolgen aber alle sozial-, wirtschafts- und kulturgeschichtliche Fragen nach der Geschichte der Globalisierung, exemplifiziert durch den Blick auf das globale Produkt Kaffee und die konkreten Akteure in seinem Feld.

Immer schon hat das schwarze Getränk das Interesse und die Fantasie seiner Genießer angeregt, und immer wieder sind über der dampfenden Tasse »Heeßen« (wie die Sachsen sagen) die Bilder von seinem orientalischen Ursprung, von der tropischen Plantage, von stolzen Schiffen auf dem Atlantik und vom

² Einige der Projekte, neben den in Anm. 1 genannten, liegen als Buchpublikationen vor: Julia Laura Rischbieter: *Mikro-Ökonomie der Globalisierung. Kaffee, Kaufleute und Konsumenten im Kaiserreich 1870 – 1914*. Köln u. a. 2011; Christof Dejung: *Die Fäden des globalen Marktes. Eine Sozial- und Kulturgeschichte des Welthandels am Beispiel der Handelsfirma Gebrüder Volkart 1851 – 1999*. Köln u. a. 2013. Die Dissertationen von Ruben Quaas und Nicole Petrick-Felber sind eingereicht und erfolgreich verteidigt worden.

gediegenen Geschäft der Händler und Röster am Hamburger Kai aufgetaucht. In diesen Vorstellungen haben sich historische Fakten, exotische Träume und freihändige Projektionen vermischt, und in den ersten Geschichten des Kaffees, zum Beispiel in Heinrich Eduard Jacobs *Sage und Siegeszug des Kaffees*,³ halten sich entsprechend viele Legenden und Kuriositäten. Das Themenspektrum solcher historischen Sachbücher reicht von der oft idealisierten Rolle der Kaffeehäuser, den legendären Kaffeeverboten des 18. Jahrhunderts, dem teils bizarren Aufstieg der Kaffeersatzprodukte bis hin zur Folklore des »Kaffeersatzlesens«.⁴ Wolfgang Schivelbuschs originelle Essays zur Kulturgeschichte der Genussmittel verwiesen auf den Eigensinn der Konsumenten und die dadurch ausgelöste kulturelle und soziale Dynamik zu einer Zeit, als der Kaffee noch ein Luxusprodukt im engeren Sinne war.⁵ Auf diese Anfänge folgten dann fundierte wissenschaftliche Studien zur Früh- und Konsumgeschichte des Kaffees, unter denen die Arbeiten von Peter Albrecht besonders hervorzuheben sind.⁶

Seit Längerem gibt es auch eine wirtschaftsgeschichtliche Beschäftigung mit dem Kaffeegeschäft, wofür das Kompendium von William H. Ukers als früher Klassiker gilt.⁷ Ukers schreibt aus der Perspektive der Börse und Großröster in New York, gibt allerdings ebenfalls eine große Zahl ungeprüfter Geschichten und Legenden rund um den Kaffee weiter. In dieses Genre ist auch das viel gelesene Buch *Uncommon Grounds* von Mark Pendergrast einzuordnen.⁸ Pendergrast stellt den US-Konsum darin zwar angemessen in den internationalen Kontext und zeigt sich findig beim Aufspüren neuer Trends (z. B. der kalifornischen *specialty revolution*) und weltweiter Zusammenhänge (z. B. Spannungen USA-Brasilien wegen des Kaffeepreises), ohne seine Thesen jedoch immer ausreichend zu belegen.

3 Heinrich Eduard Jacob: *Sage und Siegeszug des Kaffees*, Berlin 1934; überarbeitete Neuauflage 1952; letzte Neuauflage unter dem Titel: *Kaffee. Die Biographie eines weltwirtschaftlichen Stoffes* (mit einer Fortschreibung der Kaffeewelt von den 1950er Jahren bis heute von Jens Soentgen), München 2006.

4 Z. B. Ulla Heise: *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Kulturgeschichte*, Leipzig 1987 und weitere Auflagen.

5 Wolfgang Schivelbusch: *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genussmittel*, Frankfurt/Main 1980 u. weitere Auflagen.

6 S. z. B. Peter Albrecht: *Kaffeetrinken. Dem Bürger zur Ehr' – dem Armen zur Schand*, in: *Das Volk als Objekt obrigkeitlichen Handelns*, Rudolf Vierhaus (Hg.), Tübingen 1992, S. 57–100; zuletzt: *Zeitungen und Journale in Braunschweiger Kaffeehäusern, von den Anfängen bis heute*, in Claire Gantet, Flemming Schock (Hg.): *Zeitschriften, Journalismus und gelehrte Kommunikation im 18. Jahrhundert*, Bremen 2014, S. 113–134. Andere Beispiele sind: Antoinette Schnyder-v.Waldkirch: *Wie Europa den Kaffee entdeckte. Reiseberichte der Barockzeit als Quellen zur Geschichte des Kaffees*, Zürich 1988 und Daniela U. Ball (Hg.): *Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten*, Zürich 1991.

7 William H. Ukers: *All About Coffee*, zuerst New York 1922.

8 Mark Pendergrast: *Uncommon Grounds. The history of coffee and how it transformed our world*, New York 1999 u. weitere Aufl.

Der transatlantische Handel, ausgehend von Hamburg und Bremen, ist lange unter der Überschrift »Deutschland und die Welt« thematisiert worden. Viele dieser Arbeiten behandeln den Kaffeehandel im Kontext der Geschichte deutscher Auswanderer nach Lateinamerika und konzentrieren sich darauf, das spektakuläre Wachstum des Kaffeehandels seit dem Beginn des 19. Jahrhunderts, die Geografie der Überseeverbindungen und die Leistungen seiner Pioniergestalten zu untersuchen. Neben einer nationalistischen Grundtendenz ist es vielen dieser Studien gemeinsam, dass sie die äußerst widersprüchlichen Konsequenzen für die Produktionsländer ausblenden und die Steigerung der Kaffeeausfuhren kritiklos in ein Modernisierungsnarrativ einfügen, das das Wachstum des Welthandels als Fundament des zivilisatorischen »Fortschritts« begreift.⁹ Auch ein großer Teil der Literatur über die soziale Figur des hanseatischen Überseekaufmanns folgt diesem Muster.¹⁰ Rein empirisch, aber wohl-tuend sachlich heben sich davon die Studien zum Kaffeeweltmarkt in der älteren Tradition der Sozial- und Wirtschaftsgeschichte ab.¹¹

Trotz der Eigenschaft des Kaffees als globaler Ware blieb die Geschichtsschreibung zu Handel und Produktion lange auf den nationalstaatlichen Kontext beschränkt. Dies zeigt sich exemplarisch an der umfangreichen Kaffeeliteratur in Lateinamerika, wo der Kaffee entweder als wichtiger Faktor für die gesellschaftliche Modernisierung oder als Synonym für die Abhängigkeit vom Weltmarkt im Sinne der Dependenztheorie galt. Hier stand lange die Diskussion der höchst unterschiedlichen Arbeits- und Produktionssysteme im Vordergrund, die naturgemäß jeweils regional beziehungsweise national geprägt sind. Doch in der zweiten Hälfte der 1980er-Jahre wurden die nationalstaatlich verengten und theoriegebundenen Interpretationen erstmals aufgebrochen. Eine internationale Konferenz in Kolumbien auf Initiative von William Roseberry und Kollegen

9 Hendrik Dane: Die wirtschaftlichen Beziehungen Deutschlands zu Mexiko und Mittelamerika im 19. Jahrhundert (Forschungen zur internationalen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte 1), Köln u. a. 1971; Regina Wagner: Los Alemanes en Guatemala 1828 – 1944, 2. verb. u. Erw. Aufl., Guatemala-Stadt 1996; Hartmut Fröschle (Hg.): Die Deutschen in Lateinamerika. Schicksal und Leistung, Tübingen 1979.

10 Bei einem Teil dieser Literatur handelt es sich um Auftragsarbeiten, wie z. B. Dirk Baven-damm: Wagnis Westafrika. 150 Jahre C. Woermann. Die Geschichte eines Hamburger Handelshauses 1837 – 1987, Hamburg 1987; Johannes Gerhardt: Albert Ballin, Hamburg 2010. Als Klassiker einer kultur- und sozialgeschichtlichen Darstellung gilt Percy Ernst Schramm: Hamburg, Deutschland und die Welt. Leistung und Grenzen hanseatischen Bürgertums in der Zeit zwischen Napoleon I. und Bismarck. Ein Kapitel deutscher Geschichte, Hamburg, zuerst München 1943, neu aufgelegt Hamburg 1952. Eng an das Selbstverständnis des Hamburger Kaffee-Vereins angelehnt bleibt Ursula Becker: Kaffee-Konzentration. Zur Entwicklung und Organisation des hanseatischen Kaffeehandels, Stuttgart 2002.

11 Z. B. Hans Roth: Die Übererzeugung in der Welthandelsware Kaffee im Zeitraum von 1790 bis 1929, Jena 1929.

brachte 1988 eine große Gruppe von Sozialhistorikern zusammen, die vor allem am vergleichenden Studium der nationalen Erfahrungen interessiert war. Die daraus hervorgegangene Publikation zeigt, dass von hier aus eine weiterführende Diskussion der sozialen und politischen Folgen des Kaffees für Lateinamerika in Gang kommen konnte.¹² Im Aufsatz von Verena Stolcke wurde an dieser Stelle auch erstmals die große Bedeutung der Frauen- und Familienarbeit im Kaffee herausgearbeitet.¹³ Die Einbeziehung der externen Einflüsse (Handel, Transport, Konsum in den Metropolen) kam hier schon in den Blick, wurde aber noch als ein Arbeitsgebiet der Zukunft und Forschungsdesiderat formuliert.

Ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zur globalgeschichtlichen Diskussion des Kaffees ist der 2003 entstandene Sammelband zur *Global Coffee Economy*.¹⁴ Die Autoren erweitern darin nicht nur ihre chronologische und geografische Perspektive, sondern widmen ihre Beiträge auch übergeordneten Themen wie dem Verhältnis von Kaffee und globaler Entwicklung, der Integration des Weltkaffeemarktes und den historischen Voraussetzungen der Warenketten des Kaffees. Auf der Basis der neusten Forschungsergebnisse zu einzelnen Regionen und Sachthemen gelingt es, ein Bild von den immensen Möglichkeiten einer kritischen Produktgeschichte und ihrem globalen Zusammenhang zu zeichnen.

Der vorliegende Band zur neueren Geschichte der »Kaffee-Welten« versucht, einen eigenen Beitrag zur Kaffeegeschichte im 20. Jahrhundert zu leisten. Als eine besondere Aufgabe sahen wir es an, die soziale Realität der Kaffeeerzeugung mit dem Blick des Importhändlers auf den »Ursprung« des Produktes in Übersee zu verknüpfen, ohne sich auf jenen kommerziellen Tunnelblick zu beschränken, der das Interesse schnell auf die verfügbare Menge, die Qualität und den Preis der Ware reduziert. Das Verhältnis der Konsumenten zur Handelsware ist ein eigenes, konstitutives Thema des globalen Produktzusammenhangs. Die Notwendigkeit der Arbeit auf diesem Gebiet wird in den oben angeführten Sammelbänden zwar postuliert, aber der Konsum spielt darin doch eher eine marginale Rolle. Der Sozialanthropologe Sidney Mintz hat in seiner bahnbrechenden Studie über den Zucker erstmals vorgeführt, welche kulturellen, sozialen und politischen Dimensionen sich damit der historischen Forschung eröffnen: »Wenn wir das Verhältnis von Ware und Mensch begreifen, entdecken wir unsere

12 William Roseberry, Lowell Gudmundson, Mario Samper Kutschbach (Hg.): *Coffee, Society, and Power in Latin America* (Johns Hopkins studies in Atlantic history and culture). Baltimore 1995; vgl. bes. Introduction, S. 1–37, 385–410; Steven C. Topik: *Coffee anyone? Recent research on Latin American coffee societies*, in: *Hispanic American Historical Review* 80 (2000), S. 225–265.

13 Verena Stolcke, *The Labors of Coffee in Latin America: The Hidden Charm of Family Labor and Self-Provisioning*, in: Roseberry, Gudmundson, Samper (Anm. 12), S. 65–93.

14 William Gervase Clarence-Smith, Steven Topik (Hg.): *The global coffee economy in Africa, Asia, and Latin America, 1500–1989*, Cambridge 2003.

Geschichte [...] neu.«¹⁵ Das Auffälligste in seiner Arbeit ist die vorwärtstreibende Koexistenz der Sklavenproduktion auf der Zuckerplantage mit der Entwicklung einer modernen Arbeits- und Konsumlogik in der Metropole England.

Wenn wir die »Warenkette« des Kaffees betrachten und seinen Weg über den Atlantik verfolgen, tun sich nicht minder widersprüchliche Wirklichkeiten auf.¹⁶ Das Bild des internationalen Zusammenhangs lässt sich dabei nicht einfach aus verschiedenen Elementen zu einem Ganzen zusammensetzen, sondern wird immer komplexer, je näher man hinschaut. Obwohl die ungleiche Macht- und Profitverteilung entlang des Weges vom Kleinbauern bis zum hanseatischen Importhändler offensichtlich ist, lässt sich der Zusammenhang der verschiedenen »Kaffeewelten« nur teilweise durch die kausale Logik des Kaffeegeschäftes herstellen. Viele Kaffeewelten existieren auch »nebeneinander« (dem Produkt werden beispielsweise je nach Kontext völlig unterschiedliche Bedeutungen zugesprochen) oder sogar »gegeneinander«, z. B. in der erbitterten Konkurrenz unterschiedlicher Produkte, Produktionssysteme und Anbauregionen.¹⁷ Manche Autoren, die den Weg von Produkten verfolgen, sprechen metaphorisch von der »Biografie« von Waren, Pflanzen oder auch Tieren. Diese Sichtweise hat den Vorteil, dynamische und individualisierende Phänomene in den Blick zu nehmen. Am häufigsten wird heute die Verknüpfung über Meere und Grenzen hinweg als »Warenkette« bezeichnet.¹⁸ Dieser Zugang konzentriert sich auf den meist zentralen Bereich der kommerziellen Verwertung. Andere Autoren analysieren die »Netzwerke«, die den Kontext von Produktion, Handel und Konsum über große Entfernungen begleiten und organisieren. Dieser Begriff bringt neben den kommerziellen Interessen auch die Aspekte der Kommunikation, der Verregelung und der sozialen Beziehungsarbeit ins Spiel. Netzwerke werden von Menschen gebildet. Sie stellen ein Kommunikationssystem dar, in das sowohl berufliches Handeln als auch persönliche Schicksale und Lebensentwürfe eingehen.¹⁹ Die Zeiten, zu denen zwischen den »harten« Fakten einer Handelsware

15 Sidney Mintz: Die süße Macht, Frankfurt/Main 1987, S. 250.

16 Zu diesem Thema und weiterführenden Überlegungen s. den Beitrag von Steven Topik in diesem Band.

17 Ein früher Versuch, die widersprüchlichen Kaffee-Welten in Übersee und Deutschland in ihrem Zusammenhang zu erfassen, ist: Volker Wunderlich: Die Kolonialware Kaffee von der Erzeugung in Guatemala bis zum Verbrauch in Deutschland: Aus der transatlantischen Biographie eines »produktiven« Genußmittels, 1860–1895, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (1994), Bd. I, S. 37–60.

18 S. dazu den Beitrag von Steven Topik in diesem Band (mit Literaturangaben); grundlegend jetzt Steven C. Topik, Allen Wells: Warenketten in einer globalen Wirtschaft, in: Emily S. Rosenberg (Hg.): Geschichte der Welt, 1870–1945. Weltmärkte und Weltkriege, München 2012, S. 589–814.

19 Berthold Unfried, Jürgen Mittag, Marcel van der Linden (Hg.): Transnationale Netzwerke im 20. Jahrhundert. Historische Erkundungen zu Ideen und Praktiken, Individuen und Orga-

(also ihrer ökonomischen Bedeutung) und den »weichen« Themen ihrer kulturellen und sozialgeschichtlichen Implikationen streng unterschieden wurde, sind jedenfalls vorbei. Produktstudien im weltweiten Zusammenhang sind heute ein etabliertes Arbeitsgebiet von Historikern, Anthropologen und Soziologen geworden. Die konkrete Untersuchung einer Ware erschließt neue Fragestellungen und Perspektiven auf die sozialen Welten und internationalen Verknüpfungen, in denen sie ihre Bedeutung gewinnt.

Der vorliegende Band konzentriert sich beispielhaft auf Deutschland als Standort für Kaffeeveredelung und Konsum unter den Bedingungen des 20. Jahrhunderts. Andererseits geht es auch darum, mithilfe konkreter Zugriffe auf die Wirklichkeit die bloßen Synthesen und Abstraktionen der Globalgeschichte hinter sich zu lassen. Mit der Thematisierung verschiedener Kaffeewelten war darum auch der Anspruch verbunden, neue Personen und Gruppen hervortreten zu lassen und die Perspektiven ihres Handelns auf der Grundlage historisch-konkreter Situationen zu analysieren. Dabei ist das Spektrum der Kaffee-Akteure, die im Fortgang der Untersuchungen ins Blickfeld geraten, zahlreicher und vielfältiger geworden. In diesem Band treten uns die indigenen Erntearbeiter in Mexiko und die kleinbäuerlichen Produzenten in Costa Rica als Akteure im Feld der Kaffeegeschichte entgegen. Auf der anderen Seite des Atlantiks werden nicht nur die Hamburger Importhändler mit ihren Geschäftspraktiken und ihrem spezifischen Standesbewusstsein untersucht. Wir können den Aufstieg der Röstkonzerne zu mächtigen Akteuren im deutschen Markt nach der Wende zum 20. Jahrhundert erleben. Die Aktivisten des Fair Trade und ihre Unterstützer haben sich die Umgestaltung des weltweiten Kaffeegeschäftes seit den 1980er-Jahren sogar ins Programm geschrieben. Eine andere Gruppe sind die Konsumenten mit ihren Bedürfnissen, ihren Träumen und ihren Enttäuschungen. Ihre Macht hat große politische Bedeutung, was aber unter den Bedingungen des 20. Jahrhunderts nur an der Bruchstelle von Mangelsituationen (z. B. im Dritten Reich und in der DDR) offen zutage tritt.²⁰

Die im folgenden Überblick vorgestellten Einzelstudien zeichnen sich dadurch aus, dass sie in vielfältiger Weise aufeinander bezogen sind. Der einführende Text von **Steven Topik** stellt dabei den weiteren geografischen und längeren zeitlichen Kontext ebenso wie die wissenschaftlichen Zugänge dar, in die die empirischen Studien eingeordnet werden können. Er fragt zunächst nach den Ursachen für das enorm gestiegene Interesse an Produktbiografien und

nisationen (ITH-Tagungsberichte 42), Leipzig 2008; Hartmut Berghoff (Hg.): Unternehmerische Netzwerke. Eine historische Organisationsform mit Zukunft? Stuttgart 2007.

20 Programmatisch zur Bedeutung der Konsumgeschichte für die Geschichte des Kaffees vergl. Volker Wunderlich: Die Globalisierung in der Kaffeetasche. Vom Reiz der Kolonialwaren und der Konsumgeschichte, in: F. Grumbles, A. Weise (Hg.): Unterdrückung und Emanzipation in der Weltgeschichte, Hannover 2014, S. 9–25.

stellt fest, dass gerade die neue Qualität in der Globalisierung des Warenverkehrs die Entfremdung des Konsumenten von den Ursprüngen seiner Nahrung bewusst macht und einen entsprechenden Aufklärungsbedarf nach sich zieht. Er betont, dass der Kaffee in der globalgeschichtlichen Dynamik als »Akteur« zentrale Bedeutung beanspruchen kann. Topik nimmt auch zur aktuellen Diskussion über die globalen Warenketten Stellung. Gerade die Geschichte des Kaffees zeigt seiner Meinung nach, dass der Weltmarkt keine festgefügte Instanz ist und dass die Definition des »Wertes« einer Ware nicht ökonomisch vorgegeben ist, sondern vom jeweiligen sozialen und kulturellen Kontext beeinflusst wird. Die Geschichte des Kaffees folgt darum auch nicht einer reinen Fortschritts- und Wachstumslogik, sondern muss aus dem Zusammenwirken der historischen Kräfte erschlossen und als prinzipiell offen verstanden werden.

Neue Akteure und der Wandel des globalen Kaffeehandels

Julia Laura Rischbieter argumentiert in ihrem Beitrag, die neue Gruppe der Röster habe mit der Einführung des maschinellen Röstens auf Veränderungen am globalen Kaffeemarkt reagiert. Der massenhafte Import brasilianischer Kaffees, die eine geringe Qualität und einen bis dahin ungewohnten Geschmack aufwiesen, stellte die Groß- und Kleinhändler vor Probleme. Die maschinelle Röstung ermöglichte standardisierte Kaffeemischungen und bot so einen Ausweg aus der Krise. Zusätzlich waren die neuen Mischungen durch Markennamen für die Konsumenten klar identifizierbar. Ende des 19. Jahrhunderts entstanden deshalb zahlreiche neue Firmen, die den Konsumenten eine vielfältige »Kaffeewarenwelt« boten.

Auch die Beiträge von **Dorothee Wierling** und **Christof Dejung** beleuchten, wie der Wandel des globalen Kaffeehandels den Auf- und Abstieg zentraler Akteure, der Rohkaffee-Importeure, bewirkte. Dorothee Wierling interpretiert die Gruppe der Hamburger Kaffeehändler samt ihres exklusiven Vereins der am Caffeehandel beteiligten Firmen im Weber'schen Sinne als einen Stand. Dazu gehörte ein strenger Ehren- und Wertekodex, der das für den Kaffeehandel an der Terminbörse notwendige Vertrauen generierte. Weder Weltwirtschaftskrise noch Nationalsozialismus schafften es, dieses soziale Gefüge nachhaltig zu erschüttern. Der Auflösungsprozess setzte erst in den 1950er-Jahren ein, als eine neue Akteursgruppe ihren Aufstieg begann, die Christof Dejung am Beispiel der schweizerischen Firma Volkart genauer charakterisiert: die multinationalen Firmen. Er zeigt, wie die Firma Volkart zunächst in Brasilien in das Kaffeegeschäft einstieg und ihre Netzwerke über die Kooperation mit lokalen Kaffeefirmen nach Zentralamerika ausweitete. Seit 1962 regulierte das Internationale Kaffeaabkommen den Handel durch feste Exportquoten für die Produktions-

länder. Trotzdem gelang es den multinationalen Firmen, Spielräume im Internationalen Kaffeeabkommen auszunutzen, was ihre wachsende ökonomische Bedeutung zeigt. In den 1980er-Jahren sorgte ein beispielloser Konzentrationsprozess dafür, dass sich die Zahl der Akteure im weltweiten Kaffeehandel auf nur noch sieben dominante Firmen reduzierte.

Kaffeeplantagen, Arbeit und Bilderwelten

Im Laufe seiner Geschichte entstanden um das globale Produkt Kaffee vielfältige Deutungen, die häufig mit dem Kaffeeanbau verknüpft waren. **Justus Fenner** hinterfragt in seinem Beitrag das weitverbreitete Bild der gewaltsamen Ausbeutung von Wanderarbeitern auf den großen Plantagen im Süden Mexikos. Gestützt auf neue Quellenfunde in den Archiven chiapanekischer Kaffeeincas interpretiert er das System der Arbeiteranwerbung (*enganche*) neu, wobei er die Handlungsspielräume der Wanderarbeiter und ihre Motivation für die Arbeit auf den Fincas hervorhebt. Damit liefert er eine Erklärung für das lange Fortbestehen dieser Arbeitsform, die in Chiapas bis in die 1980er-Jahre existierte. Gleichzeitig erklärt er, welche politischen Begleitumstände dafür sorgten, dass das vereinfachte Bild eines auf bloßer Gewalt beruhenden Arbeitsmarktes so lange überlebte.

Ganz andere Arbeitsverhältnisse und Bilderwelten existierten dagegen in Costa Rica, wie **Volker Wunderlich** in seinem Aufsatz über die Weltwirtschaftskrise zeigt. Neben einigen großen Plantagen gab es in Costa Rica zahlreiche kleinere und mittelgroße *fincas*, die von Kleinbauern bewirtschaftet wurden. Die Macht der Kaffeeeliten gründete auf dem Besitz der Weiterverarbeitungsanlagen, der sogenannten *beneficios*. Die Weltwirtschaftskrise provozierte einen sozialen Konflikt zwischen Kleinbauern und Beneficio-Besitzern, der schließlich durch staatliche Intervention entschärft werden konnte. Wie Wunderlich zeigt, stilisierten costaricanische Politiker den Kaffee dabei als Allheilmittel und »Rettungsanker«, dessen besondere Qualität dem Land aus der Krise verhelfen könne. In diesem Zuge erreichte die Folklorisierung des Kaffees und der Kleinbauern einen neuen Höhepunkt, was sich auch in den Bilderwelten der zeitgenössischen Kunst niederschlug. Der Kaffee und die Diskurse über nationale Identität sind deshalb in Costa Rica wie in keinem anderen zentral-amerikanischen Land miteinander verschmolzen.

Wieder anders stellte sich die Situation der Kleinbauern in Guatemala dar, die in den 1970er-Jahren ins Augenmerk der frühen Fair-Trade-Bewegung gerieten, wie **Ruben Quaas** in seinem Artikel nachweist. Kaffee eignete sich in besonderer Weise für ethische Wertzuschreibungen, da sich die Zusammenhänge zum Welthandel und den Lebensbedingungen der Kaffee produzierenden Bauern

einfach herstellen ließen. Deshalb erwies sich die Einführung der ersten Fair-Trade-Kaffees als großer Erfolg für die noch junge Bewegung. Ende der 1970er-Jahre geriet der Aspekt der politischen Solidarität ins Zentrum, der Kaffeetrinken als Akt der Unterstützung für die nicaraguanische Revolution und andere Befreiungsbewegungen etablierte. Die einstmals ausgebeuteten Kleinbauern erschienen nun als politische Subjekte, die Kaffeeplantagen als Orte des antiimperialistischen Kampfes. Auch in der DDR spielte die politische Solidarität eine wichtige Rolle, blieb aber für die SED-Regierung »reine Rhetorik«, wie Anne Dietrich in ihrer Analyse der Handelsbeziehungen zwischen der DDR und Äthiopien schlussfolgert.

Kaffee als »Politikum ersten Ranges« – Konsum, Außenhandel und Geschmacksnerven

Als ein »Politikum ersten Ranges« bezeichneten guatemalteckische Politiker 1955 die Auseinandersetzungen über den großen deutschen Landbesitz in Guatemala, ein Erbe der einst engen deutsch-guatemalteckischen Handelsbeziehungen. Deutsche Einwanderer hatten seit Mitte des 19. Jahrhunderts Kaffeeplantagen in Guatemala erworben, auf denen sie mehr als ein Drittel der guatemalteckischen Kaffeenernten produzierten. Wie **Christiane Berth** in ihrem Beitrag zeigt, provozierte die Enteignung der deutschen Vermögen im Zweiten Weltkrieg einen jahrelangen diplomatischen Konflikt, auf dessen Höhepunkt die Bundesrepublik ein Kaffeeembargo als politisches Druckmittel gegen Guatemala einsetzte. Die gewaschenen zentralamerikanischen Kaffees hatten für die Kaffeemischungen auf dem deutschen Markt eine hohe Bedeutung und wurden von den Konsumenten schmerzlich vermisst, wie damalige Berichte des Bundeswirtschaftsministeriums zeigen. Aufgrund des Devisenmangels zu Beginn der 1950er-Jahre blieb ihre Einfuhr jedoch bis 1955 strikt reglementiert. Auch nach der Liberalisierung schaffte es Guatemala wegen der politischen Auseinandersetzungen nicht, seine einstige Rolle auf dem deutschen Kaffeemarkt wiederzuerlangen.

In einem Brief an das Zentralkomitee der SED bezeichnete ein Mitglied des Politbüros die Frage der Kaffeerversorgung 1977 ebenfalls als »Politikum ersten Ranges« und bezog sich dabei auf die Notwendigkeit, die Konsumversprechen gegenüber der DDR-Bevölkerung auch im Hinblick auf das »Volksgenussmittel« Kaffee zu gewährleisten. Dabei stand die DDR, wie **Anne Dietrich** schreibt, vor der besonderen Schwierigkeit, dass sie wenig Devisen zu bieten hatte und sich so mit Kaffees minderer Qualität begnügen musste. Die Strategie, Kaffee aus Äthiopien, Angola oder den Philippinen gegen DDR-Produkte einzutauschen,

ging nur teilweise auf. Deshalb führte die Regierung 1977 eine neue Kaffeemischung ein, die zu fast 50 Prozent aus Surrogaten bestand. Die Bevölkerung reagierte empört, weshalb die Mischung als Ladenhüter in den Regalen liegen blieb. Wer konnte, deckte den eigenen Konsum immer stärker mit Westkaffees, was noch einmal die ostdeutsche Tendenz verstärkte, Misstrauen in die eigene Produktkultur zu zeigen.

»Echter Bohnenkaffee« und der Konsum von Ersatzkaffees

Die Auseinandersetzungen über Kaffequalität und verfügbare Mengen zogen sich durch weite Teile des 20. Jahrhunderts. Während und unmittelbar nach den beiden Weltkriegen konnten die deutschen Konsumenten nur auf Ersatzkaffees zurückgreifen, wobei der »echte Bohnenkaffee« jeweils schmerzlich vermisst wurde und seine Verfügbarkeit als Symbol für eine Rückkehr zur gesellschaftlicher Normalität und Wohlstand galt, wie **Nicole Petrick-Felber** in ihrem Aufsatz über die Kaffeerversorgung des Deutschen Reiches während des Zweiten Weltkrieges erläutert. Große Teile der Bevölkerung hatten keinen Zugang zu Bohnenkaffee, wobei das Regime nach besonderen Einschnitten oder feierlichen Anlässen jeweils größere Mengen aus seinen Depots freigab, um die Stimmung der Bevölkerung wieder zu heben.

Der Beitrag von **Bhaswati Bhattacharya** wendet sich dem schnell wachsenden Kaffeemarkt in Indien zu, wobei sie sich ausdrücklich von der Dichotomie zwischen Kaffeeproduktionsländern einerseits und Kaffeekonsumländern andererseits löst. Sie zeigt, wie die indische Regierung seit den 1930er-Jahren bewusst auf den einheimischen Konsum des im Lande produzierten Kaffees setzte, um Krisen in der Preisentwicklung auf den Weltmärkten auffangen zu können. Dabei wird deutlich, wie der Kaffee in einem Land seinen Aufstieg nehmen konnte, das ansonsten ganz mit Tee assoziiert ist. Der Kaffeekonsum, anfangs nur ein Phänomen der Südstaaten, konnte durch die gezielte Förderung auch im Norden Fuß fassen, wobei die Kaffeehäuser als Orte der Sozialisation eine wichtige Rolle spielten. Ein interessanter Aspekt der indischen Konsumkultur ist es, dass Kaffeemischungen auch eine positive Konnotation erlangen konnten. Auf dem indischen Kaffeemarkt spielen Mischungen mit Zichorie bis heute eine wichtige Rolle und werden von den Konsumenten stark nachgefragt.

Wir hoffen, dass die in diesem Band versammelten Einzelstudien als Anregungen dienen für weitere Forschung und für konzeptionelle Überlegungen, wie eine solche Produktgeschichte geschrieben werden kann. Die den Band abschließenden Kommentare von **Jakob Vogel** und **Angelika Epple** geben aus der Perspektive der Globalgeschichte beziehungsweise der Wirtschaftsgeschichte wichtige Hinweise, wie die Geschichte des Kaffees durch ihre Einbindung in

größere Fragestellungen weiterentwickelt werden kann. Dabei nimmt Jakob Vogel einen wissensgeschichtlichen Ansatz auf, der zeigt, wie in der Geschichte des Kaffees ebenso wie in anderen Produktgeschichten Fragen von Qualität ins Zentrum geraten. Qualitative Standards verbinden nicht nur alle Akteure entlang der Warenkette miteinander, sondern schaffen auch mit der sozialen Figur des Experten eine eigene Akteursgruppe. Angelika Epple stellt die Beiträge des Bandes in den Kontext aktueller globalgeschichtlicher Diskussionen. Dabei wird deutlich, dass sowohl die Trennung von Wirtschafts- und Kulturgeschichte, als auch die von strukurgeschichtlicher und akteurszentrierter Herangehensweise überwunden werden müssen (und können), um das volle Potenzial einer komplexen Globalgeschichte zu entfalten.

Zum Schluss bleibt uns, den Personen und Institutionen zu danken, welche die Konferenz zur Geschichte des Kaffees und diesen Band ermöglicht haben. Monika Sigmund gab als Mitglied des Gesamtprojekts mit ihrer vergleichenden Arbeit über den Kaffeekonsum²¹ zahlreiche wichtige Anregungen, und wir bedauern sehr, dass sie aus gesundheitlichen Gründen nicht in der Lage war, zur Konferenz selbst und zu diesem Band beizutragen. Ulrich Mücke, Jürgen Zimmerer (beide Universität Hamburg) und Peter Albrecht (Braunschweig) unterstützten uns als umsichtige Chairs, Héctor Pérez Brignoli (Universidad de Costa Rica) und Roman Rossfeld (Universität Zürich) bereicherten die einzelnen Sektionen durch ausführliche und weiterführende Kommentare. Jakob Vogel (Centre d'histoire de Sciences Po, Paris) und Hannes Siegrist (Universität Leipzig) kommentierten die Tagung abschließend mit wichtigen Hinweisen zur Erweiterung der Kaffeegeschichte durch wirtschafts- und konsumgeschichtliche Fragestellungen. Der Fritz-Thyssen-Stiftung sind wir zu großem Dank für ihre großzügige Förderung unserer Konferenz verpflichtet. Der Forschungsstelle für Zeitgeschichte danken wir sehr für die finanzielle und organisatorische Unterstützung bei der Tagung und der Vorbereitung des vorliegenden Bandes sowie für die Übernahme des Druckkostenzuschusses. Das Buchmanuskript wurde umsichtig, zügig und zuverlässig von Isa Jacobi lektoriert, der wir abschließend ebenfalls unseren Dank aussprechen.²²

Christiane Berth, Dorothee Wierling, Volker Wunderich

21 Vgl. Anm. 1.

22 Die Herausgeber haben sich bemüht, sämtliche Inhaber der Bildrechte ausfindig zu machen. Sollte dennoch eine Urheberrechtsverletzung bekannt werden, bitten wir um Mitteilung.

Produktbiografien, Warenketten und Kaffeegeschichten

In den letzten Jahren ist die Zahl der Produktbiografien stark angestiegen.¹ Sachbuchautoren, Historiker, Köche, Händler und Ärzte haben, unter anderem, über Bananen, Kakao, Sisal, Kohle, Kokain, Kabeljau, Mais, Baumwolle, Farbstoffe, Milch, Orangen, Opium, Kartoffeln, Reis, Gummi, Salz, Silber, Gewürze, Zucker, Tee und Tabak geschrieben. Woher stammt dieses Interesse an Produkt- als Lebensgeschichten?

Dem neuen Trend verdanken wir zu einem guten Teil drei der wichtigsten und folgenreichsten Themen unserer Zeit: der zunehmenden Kommodifizierung, dem Wachstum multinationaler Konzerne und der Globalisierung. Je weiter entfernt der Ursprung unserer Konsumgüter liegt, desto mehr verlieren wir den Bezug zum nahe gelegenen Garten, zum Feld, zum Bauern und zum Bergmann. Wenn die Vorgänge des Anbaus, der Kultivierung, des Transports und der Vermarktung immer komplexer und unüberschaubarer werden, wenn wenige Großkonzerne den Markt weltweit bestimmen, dann entsteht der Wunsch nach Klarheit und Nähe: nach direkter Kommunikation, *slow food* und gesunden Lebensmitteln, lokalen Produkten, natürlicher Herstellung. Wir möchten hinter der anonymen und entfremdeten Beziehung zu den Gütern, die wir konsumieren, eine Vorstellung entwickeln von der natürlichen Umgebung, in der sie entstehen und den Menschen, die sie produzieren. Uns fasziniert die Herkunft, auch die abenteuerliche Geschichte der Dinge, die wir verzehren, die uns kleiden oder die uns erfreuen, und die dadurch Träger sozialer Bedeutung sind; wir sind besorgt um unsere eigene Gesundheit, wenn wir Lebensmittel vom anderen Ende der Welt verzehren, aber auch um die Gesundheit der Produzenten aus den ärmsten Ländern der Welt.

Produktbiografien verdanken ihre Entstehung auch der erhöhten Bedeutung des Konsumenten, durch die Individuen als Käufer und weniger als Produzenten definiert werden. Viele Wissenschaftler gehen davon aus, dass wir auch durch

¹ Bruce Robbins: *Commodity Histories*, in: *Proceedings of the Modern Language Association* (März 2005), S. 454–463.

unsere Konsumakte der Wertschöpfungskette weiteren Wert zufügen und beziehen sich damit kritisch auf die Werttheorie von Karl Marx und David Ricardo, die Arbeit als wichtigste Quelle der Wertschöpfung ansah. Die Werbebranche, Konsumenten und sogar Sozialwissenschaftler gehen davon aus, dass unsere soziale Position oder unser politisches Bewusstsein weniger auf unserem Bezug zu Produktionsmitteln beruht, sondern dass wir sind, was wir kaufen.² Demnach wären unser gesellschaftlicher Status, unser Geschlecht, unsere ethnische Zugehörigkeit und unser soziales Ansehen ausschließlich durch unseren Lebensstil repräsentiert, durch die Dinge die wir besitzen oder konsumieren.³ Bei dieser Annahme handelt es sich um eine Abwandlung des Feuerbach'schen Diktums: »der Mensch ist, was er isst«, indem er sich selbst die Bestandteile seines Körpers zuführt. Die neuere Verwendung dieser Aussage verweist dagegen auf die Bedeutung von Kaufhandlungen und Konsum als Grundlage und Zeichen für individuelle und kollektive Identität. Für viele ergibt sich daraus der Wunsch, mehr über den Ursprung der Waren zu wissen, deren soziale Bedeutung so immens zugenommen hat.

Das neue Interesse an Waren-Geschichten ist auch aus dem Wunsch entstanden, die riesige Maschinerie des Welthandels, der Marktkräfte von Angebot und Nachfrage, globalem Transport und Produktentwicklungen zu verstehen, auf der unsere weltweite, sich ständig verändernde Wirtschaft gründet. Die eher materialistischen Analysen der Warenökonomie und der mit ihnen verbundenen, vielfältigen Institutionen sind aufgrund ihres gewinnbringenden Nutzens von Interesse. Solche Studien untersuchen allgemeinere nationale und internationale Systeme und unterstellen, dass »Wert« gleich Tauschwert ist, also den Preis bezeichnet, für den eine Ware gehandelt werden kann, im Gegensatz zu dem Gebrauchswert des Produkts. Dabei werden Märkte oft als die entscheidenden Vermittler zwischen Preis und Wert gesehen, die fast unabhängig vom individuellen Akteur in idealer Weise funktionieren. Wirtschaftswissenschaftler und Wirtschaftshistoriker unterstellen dabei einen Homo oeconomicus als dominanten Typus, der, fast unabhängig von kulturellen, geschlechtsspezifischen, ethnischen oder nationalen Unterschieden, allein vom Bedürfnis nach materiellem Gewinn und Profitmaximierung angetrieben wird. Aber eine ge-

2 Naomi Klein: *No Logo*, New York 2002; Peter Gibbon, Stefano Ponte: *Trading Down. Africa, Value Chains, and the Global Economy*, Philadelphia 2005.

3 Beispiele für diese Sicht finden sich bei John Brewer, Roy Porter (Hg.): *Consumption and the World of Goods*, London 1992; Lizabeth Cohen: *A Consumer's Republic. The Politics of Mass consumption in Postwar America*, New York 2003; Victoria Grazia: *Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe*, Cambridge (Mass.) 2005; Kristin L. Hoganson: *Consumers' imperium. The Global Production of American Domesticity, 1865 – 1920*, Chapel Hill 2007; Lawrence Glickman (Hg.): *Consumer Society in American History: A Reader*, Ithaca 1999; John Brewer, Frank Trentmann (Hg.): *Consuming cultures, Global Perspectives. Historical Trajectories, Transnational Exchanges*, Oxford 2006.

nauere Betrachtung und sorgfältige Analyse, wie sie auch in diesem Band vorgenommen werden, erweisen Märkte als formbare, instabile Institutionen, die von Akteuren geprägt werden, die in ihrem Handeln ökonomische, soziale, politische und manchmal auch religiöse Ziele zugleich verfolgen.

In den vergangenen 500 Jahren sind viele der begehrtesten Waren zunehmend über die Meere zwischen tropischen und gemäßigten Klimagebieten »gereist«, weil sie in den kalten Regionen der Erde nicht gedeihen können. Revolutionäre Umwälzungen im Bereich von Transport und Kommunikation haben diese verschiedenen Ökosysteme miteinander vernetzt und dadurch einerseits eine zunehmende geografische Spezialisierung, andererseits ein immer dichteres Netz von Austauschbeziehungen über riesige Distanzen hinweg geschaffen. Die Ausbreitung und Intensivierung des internationalen Handels verstehen heißt zugleich, die Dynamik der Globalisierung erklären zu können.

Diese verschiedenen Beweggründe für das Interesse an Waren und ihrer Geschichte haben eines gemeinsam: alle sind anthropozentrisch. Sie nehmen die biblische Offenbarung ernst, dass der existentielle Sinn aller Dinge, tot oder lebendig, darin besteht, menschliche Bedürfnisse zu erfüllen, Menschen zu nutzen oder zu erfreuen. Einige Waren-Geschichten haben diese Voraussetzung allerdings infrage gestellt. Wie Michael Pollan in seinem Buch: *The Botany of Desire. A Plant's-Eye View of the World*⁴ herausgestellt hat, verfügen Pflanzen durchaus über eine eigene Logik, Taktik und Agenda, die sich nicht nur menschlicher Kontrolle entziehen, sondern selbst menschliches Handeln beeinflussen.

Die Beweggründe für das Interesse an und die Beschäftigung mit Waren-Biografien sind, so scheint es, so vielfältig wie die Autoren, die sie verfassen, die Leser, die sie konsumieren und die Waren, die in ihrem Mittelpunkt stehen, selbst. Es gibt keine einzige, monolithische Antwort auf die Frage nach dem wachsenden Interesse am tieferen Verständnis der Dinge, die wir anbauen, verkaufen, kaufen und verbrauchen.

Mein eigenes Interesse am Studienobjekt Kaffee kann ich aus sehr persönlichen Umständen erklären: Meine Eltern, in Deutschland beziehungsweise Österreich geboren, tranken ständig Kaffee. Schon morgens wachte ich vom Kaffeegeruch auf. Aber ich begann erst, selbst Kaffee zu trinken, als ich zwölf Jahre alt war und meine Mutter mich und meinen Bruder nach Wien zu ihrer Mutter (meiner Großmutter) brachte, wo wir die nächsten sechs Monate in den Hinterzimmern ihres Cafés verbrachten. Obwohl ich immer noch keinen Kaffee trank, wurde ich mit der Welt, die um ihn kreiste, vertraut: wenn die Kunden am Kaffee nippten, eine Semmel dazu aßen, Canasta oder Billard spielten. Die Meisten stammten aus dem Dritten Bezirk in der Nähe des Stadtparks und waren

4 Michael Pollan: *The Botany of Desire: A Plant's-Eye View of the World*, New York 2001.

Stammkunden. Das Café Mozart war ihr Treffpunkt, das, was Howard Schultz, der Entwickler der Starbucks-Kette, später den »dritten« Ort neben Wohnung und Arbeitsplatz nennen würde. Als ich dann studierte, wurde Kaffee eine absolute Notwendigkeit, um morgens aufzuwachen und mich abends wachzuhalten. Er war meine Stimulanz, meine unverzichtbare, legale Droge. Nach meinem Studienabschluss entschied ich mich schließlich für eine Spezialisierung auf die Geschichte Brasiliens – das Land, das seit über 150 Jahre der größte Produzent von Rohkaffee ist. Seine Wirtschaft, Gesellschaft und sein Staatswesen beruhen auf den Einkünften aus dem Export von Kaffee. So war ich, unbewusst, dem Kaffee in seinen vier wichtigsten Erscheinungsformen begegnet: als häusliches Konsumgut, als Kommunikationsmittel, als Droge und als gewinnbringende Ware. Und ich hatte ihn in den drei wichtigsten Kaffeeregionen der Welt genossen: in den Vereinigten Staaten von Amerika, die seit anderthalb Jahrhunderten das führende Importland für Kaffee sind, in Westeuropa, das im 18. und 19. Jahrhundert den Kaffeekolonialismus geprägt hat und heute die größte Import- und Verarbeitungsregion für Kaffee darstellt, und schließlich in Brasilien, aus dem noch immer ein Drittel der Weltkaffeeproduktion stammt und das darüber hinaus als Konsumentenland an zweiter Stelle steht. Offensichtlich war ich dafür bestimmt, über Kaffee zu forschen und zu schreiben.

Dabei stellt sich heraus, dass Kaffee die interessanteste Lebensgeschichte unter den Kolonialprodukten aufweist. Seine Reiseroute vom äthiopischen Hochland nach Jemen und in den Mittleren Osten hin zu seiner globalen Dominanz steht in enger Verbindung mit anderen Phänomenen, die unsere Welt verändert haben. Kaffee ist das perfekte Produkt, um die vielfältigen Aspekte der Globalisierung über einen Zeitraum von 500 Jahren zu verstehen, eben weil es eine so zentrale internationale Rolle bei der Schaffung der Weltwirtschaft eingenommen hat. Jahrzehntlang war Kaffee – wertmäßig – das zweitwichtigste internationale Handelsgut; bis heute ist es das wichtigste agrarische Exportgut des globalen Südens. Da es nur in den Tropen angebaut werden kann und überwiegend in den Ländern der gemäßigten Klimazone konsumiert wird, verbindet Kaffee zwei komplementäre, wenn auch zutiefst verschiedene Welten miteinander. Deshalb hat auch die Konferenz, auf der der vorliegende Band beruht, beschlossen, Kaffee in unterschiedlichen historischen Phasen, an unterschiedlichen Orten der Welt und in unterschiedlichen Kontexten zu untersuchen.

Kaffee ist auch ein besonders produktiver Untersuchungsgegenstand für die Frage nach der Sozialgeschichte von Objekten, weil er in so vielen unterschiedlichen Formen vorkommt.⁵ Um diese angemessen wahrzunehmen, bedarf

5 Arjun Appadurai (Hg.): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge 1986.

es allerdings einiger Anstrengung und Expertise. Wenn ich die Studierenden meines Kurses »Weltgeschichte des Kaffees«⁶ nach ihrer Definition von Kaffee frage, bekomme ich ein Dutzend unterschiedlicher Antworten. Für die meisten ist die Antwort ganz einfach: Kaffee ist ein heißes, koffeinhaltiges Getränk. Vielen fehlt die Neugier über die Wege, die der Kaffee genommen hat, bevor er durch ihre Kehle fließt.

Selbst Akteure der Kaffeewirtschaft haben gelegentlich eine eindimensionale Vorstellung von dem Produkt, das sie verkaufen. Vor einigen Jahren verbrachte ich eine aufschlussreiche Woche in Heredia, Costa Rica, bei einer Konferenz, die Pflanzer, Arbeiter, Vertreter von Kooperativen, Exporteure, Cafébetreiber und einige Wissenschaftler versammelte. Wir waren zusammengekommen, um einen Weg aus der Kaffeekrise zu finden, die die Branche zu Beginn des 21. Jahrhunderts erschütterte. Wie kann man, angesichts der extrem niedrigen Kaffeepreise auf dem Weltmarkt, dennoch gewinnbringend vorgehen? Es bestand Einigkeit darüber, dass die Pflanzer die Qualität ihrer Ernten verbessern müssten und dafür auf den Weltkaffeemärkten in Hamburg, New York und London belohnt werden würden. Man ging davon aus, dass die ausländischen Kaffeekonsumenten sich der Herkunft des Kaffees, den sie tranken, bewusst wären und dass dies dem hart arbeitenden, fleißigen, Qualitätskaffee produzierenden Kaffeebauern zu Gute kommen würde. Auf dem Rückflug nach Los Angeles musste ich in Chicagos O'Hare-Flughafen umsteigen. Da kam ich an einem Stand von Dunkin' Donuts vorbei, deren Kaffee zu den beliebtesten in den USA zählt. Also fragte ich den Barista: »Wo kommt der Kaffee her?« Er schaute mich erstaunt an: »Häh?« »Wo kommt Euer Kaffee her?« Schließlich glaubte er, meine Frage verstanden zu haben, und antwortete indigniert: »Natürlich von Dunkin' Donuts!« Für den Angestellten der US-amerikanischen Kette kam der Kaffee, mit dem er seinen Lebensunterhalt verdiente, einfach von seiner Firma. Im Herbst 2012 machte ich in Hong Kong die gleiche Erfahrung. In einer der wenigen Cafés, der Toast Box in Kowloon, fragte ich den Barista, der sein Handwerk offensichtlich verstand, nach dem Ursprung seines Kaffees. »Singapur«, antwortete er ohne Zögern, weil sich dort die Zentrale der Firma befindet, der die Toast-Box-Kette gehört. Er reagierte erstaunt, als ich ihm sagte, dass in Singapur kein Kaffee angebaut wird. Die Welt des Kaffees besteht aus so vielen Spezialgebieten und Orten, dass die verschiedenen Akteure, vor allem bevor Spezialitätenhändler und Fairtrade-Aktivistinnen den Ursprung ihrer Kaffeebohnen in den Mittelpunkt stellten, keine Vorstellung von den größeren Zusammenhängen hatten. Für sie ist Kaffee nur das Produkt, mit dem sie ihr Geld verdienen.

In Wirklichkeit, das zeigt auch der vorliegende Band, umfasst die Welt des

6 Gehalten an der University of California, Irvine.

Kaffees eine große Zahl sehr unterschiedlicher Akteure, und Kaffee spielt dabei nicht nur die Rolle einer Ware. Kaffee ist eine Pflanze (ein Baum oder Strauch), eine Frucht, ein Samen, ein Getränk, eine Droge, Nahrungsmittel, Genussmittel – und eine Ware. Kaffee eröffnet uns das Verständnis der Natur ebenso wie der Landwirtschaft, er lässt uns Arbeits- und Geschlechterbeziehungen besser verstehen, ebenso wie ethnische und andere kollektive Identitäten, und nicht zuletzt den Lauf der Weltgeschichte. Philosophen, Dichter und Revolutionäre ebenso wie ganz normale Menschen haben den Kaffee mit den dynamischsten Transformationen des letzten Jahrtausends verknüpft: der Geburt des Kapitalismus, der Modernisierung, der wissenschaftlichen Revolution und zugleich dem Kolonialismus, der Sklaverei, sozialen Revolutionen und Kriegen – eine eindrucksvolle Liste, wenn man bedenkt, dass Bananen normalerweise nur mit Diktaturen oder Babynahrung, Schokolade mit Süßigkeiten und vielleicht Ausbeutung afrikanischer Arbeiter, Zucker mit kolonialer Sklaverei (und erst seit einem Jahrhundert mit einem Industrieprodukt und Additiv der Nahrungsmittelindustrie) verbunden wird, während Tee mit fernöstlicher Küche, Kolonialismus und bürgerlicher Behaglichkeit in Zusammenhang gebracht wird.

In den 500 Jahren, in denen *Coffea arabica* seinen Ursprung im afrikanischen Hochland von Äthiopien verlassen hat und sich über den Mittleren Osten, den Indischen Ozean, Europa, Amerika und schließlich Asien ausbreitete, erwies sich der Beitrag des Kaffees zur Globalisierung und zur Modernisierung als durchaus unterschiedlich und manchmal widersprüchlich. Die Geschichte des Kaffees weist eine enorme Bandbreite von Bedeutungen, Nutzungen, Widerständen und Symbolen auf. Nicht jeder Akteur in der Kaffeewelt verhält sich in derselben Weise zu diesem Produkt, wie manche Propheten der Globalisierung uns glauben machen wollen. Auch die Kaffeewelt ist kein monolithischer Block.⁷

Teilweise beruht diese scheinbare Unübersichtlichkeit auf den verschiedenen Zugängen, Methoden, politischen Zielen, geografischen Perspektiven und historischen Epochen, welche die verschiedenen Forscher zu ihrem Fokus machten. Kaufleute, Röster, Caféhausbetreiber, Schriftsteller, Politiker, Historiker, Ökonomen, Anthropologen und Politikwissenschaftler haben den Kaffee durch ihre jeweiligen Linsen für ihre jeweiligen Zwecke betrachtet. Das gesamte Spektrum der Kaffeeliteratur erinnert an die sechs blinden Inder aus John Godfrey Saxe's Gedicht: »Die Blinden und der Elefant«, die alle den Elefanten ganz unterschiedlich beschreiben, je nachdem ob sie den Rüssel, den Stoßzahn oder ein Bein ertasten. »Sechs Blinde fern in Industan, nun stritten lang und laut/ob dem,

7 Thomas L. Friedman: *The World is Flat. A Brief History of the Twenty-First Century*, New York 2005; Nayan Chanda: *Bound Together. How Traders, Preachers, Adventurers, and Warriors Shaped Globalization*, New Haven 2007.

was jeder nur für sich als Elefant geschaut – /doch hatten, wiewohl teils im Recht, sie alle nur auf Sand gebaut.«⁸

Die Geschichte passt gut, nicht weil Kaffeespezialisten tatsächlich aus Blindheit zu Fehlurteilen kommen, sondern weil sie allzu oft aneinander vorbeireden oder die größeren Kontexte und Beweggründe dessen, was sie erforschen, außer Acht lassen. Es fördert aber die Erkenntnis, wenn man sich klar macht, dass ein Fuß, ein Stoßzahn oder der Rüssel nur Teil eines Elefanten sind; denn die einzelnen Teile gewinnen ihre eigentliche Bedeutung und Funktion nur im Rahmen ihres Zusammenwirkens. Und dazu brauchen wir, so mein Argument, die Perspektive auf die ganze, die weltgeschichtliche Dimension der gesamten Warenkette des Kaffees. Wir müssen den Zoom ausfahren und auf einen bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit auf einen bestimmten Aspekt richten, wir müssen den Zoom aber auch wieder zurückfahren und die größere Welt und die weiteren Kontexte der Kaffeegeschichte betrachten. Kaffee war eine Pflanze, eine Droge, ein Sakrament, eine Ware, ein Mittel gegen Armut und Unterentwicklung ebenso wie ein Katalysator für einen neuen sozialen Raum, das Café. Deshalb ist er zu Recht unter Verwendung verschiedener methodischer Instrumente betrachtet worden, mit Ansätzen der Kultur-, Sozial-, Wirtschafts- und Geistesgeschichte ebenso wie mit ökologischen, geografischen, demografischen Fragestellungen und unter Gesichtspunkten von Vermarktung und Profit.

Dabei hat das Produkt Kaffee bei mehreren zentralen historiografischen Debatten eine Rolle gespielt – Imperialismus, Nationalstaatsbildung, Entwicklung, Aufklärung, Sozialrevolutionen und Entstehung einer Weltwirtschaft –, weil bei deren Interpretationen Kaffee einen wichtigen Aspekt darstellte. Er war keineswegs ein unschuldiger Beobachter, kein bloßes Requisite auf der historischen Bühne, wie die Figur des Zelig bei Woody Allen oder des Forrest Gump in den gleichnamigen Spielfilmen. In beiden Fällen wurden die jeweiligen Protagonisten lediglich in historische Szenen eingefügt, an denen sie tatsächlich beteiligt gewesen waren. Die Filme verschaffen ihnen eine Präsenz ohne eigentliche Rolle. Kaffee dagegen war sehr viel mehr als ein zufälliges Requisite. Er hat die Dynamik der Weltgeschichte mit angetrieben, als Stimulanz für Industriearbeiter und Bildungsbürger, als koloniales und nekoloniales Produkt des globalen Südens, als Symbol nationaler Identität (man denke an den *irish coffee*, italienischen *cappuccino*, Wiener *kleinen Braunen*, brasilianischen *cafezinho* oder kolumbianischen *tinto*) und er spielt heute eine zentrale Rolle in der

8 Übersetzung ins Deutsche von Kurt Bangert: www.kurtbangert.de. Im Original: »And so these men of Hindustan dispute loud and long//each in his own opinion exceeding stiff and strong// though each was partly in the right – and all were in the wrong.« Das Gedicht beruht auf einer Geschichte, die sowohl im Jainismus, Sufismus, Buddhismus und Hinduismus als Gleichnis benutzt wird. Ihre genaue Herkunft ist unbekannt.

Auseinandersetzung zwischen einigen der großen Firmen wie Nestlé und Neumann,⁹ die Freihandel und Profite gegen NGO's behaupten, die ihrerseits bäuerliche Genossenschaften und Fairtrade unterstützen.

Die oft gegensätzlichen Bewertungen durch Studien über die sozialen, medizinischen und historischen Eigenschaften von *Coffea arabica*, und seine Bedeutung für Umwelt und Entwicklung ähneln gelegentlich Janus, dem römischen Gott der Tore und Türen, der auch für Anfang und Ende zuständig war, da er nach vorn und zurück schaute. Seine Statue war an der Grenze zwischen der Stadt Rom und ihrem Umland errichtet worden und repräsentierte somit zugleich den Übergang zwischen Zivilisation und Barbarei, zwischen Stadt und Land; und weil sein Abbild auch an einem Tor zum Forum Romanum stand, durch das die römischen Legionäre in den Krieg zogen und aus ihm zurückkehrten, verwies es auch auf den Dualismus von Krieg und Frieden.

Diese vielfältigen Gegensätzlichkeiten lassen Janus auch als ein passendes Bild für den Kaffee erscheinen und für die zahlreichen Debatten, die sich an seinen Gegensätzen und Widersprüchen entzündeten. Das Zentrum des Kaffeekonsums, die westeuropäischen Kaffeehäuser, bilden dabei den dialektischen Gegensatz zu den Kaffeeplantagen Lateinamerikas. In den Londoner, Hamburger und Pariser Cafés, in denen Kaufleute, Intellektuelle und Studenten ihren Kaffee tranken, repräsentierte das Getränk Modernität, Exotik und Internationalität. Das Koffein machte nüchtern und ermöglichte so den rationalen Diskurs. Heinrich Eduard Jacob nannte Kaffee deshalb den »Anti-Bacchus« und Wolfgang Schivelbusch sprach vom »großen Ernüchterer«. Das Kaffeehaus war die Gegenwelt zur lauten und wilden Kneipe.¹⁰ Brian Cowan hat das Kaffeehaus als Ort des »virtuosen« Intellektuellen der Aufklärung charakterisiert. Einige Cafés waren zugleich Museen, Theater und Zirkusarenen.¹¹ Das europäische Kaffeehaus gilt als *penny university*, wo Politik, Wissenschaft und Welthandel diskutiert wurden. Hier entstanden die ersten Zeitungen und die ersten Börsen. Das Café stellte den wichtigsten Ort bürgerlicher Öffentlichkeit dar, woraus in England und Frankreich politische Parteien und Fraktionen entstanden. Die Cafés im Pariser Quartier Latin waren Katalysatoren der Französischen Revolution und ihrer Forderung nach Bürgerrechten und dem Ende des Feudalismus. Kaffee spielte auch eine bedeutende Rolle am Beginn der Konsumgesellschaft und, wie Werner Sombart betonte, für die Ausbreitung des Kapitalismus. Nicht

9 Neumann-Kaffee-Gruppe (NKG), Hamburg.

10 Wolfgang Schivelbusch: *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft: eine Geschichte der Genußmittel*, München 1980; Heinrich Eduard Jacob: *Sage und Siegeszug des Kaffees: die Biographie eines weltwirtschaftlichen Stoffes*, Hamburg 1934; Ulla Heise: *Kaffee und Kaffeehaus. Eine Kulturgeschichte*, Leipzig, Hildesheim 1987.

11 Brian Cowan: *The Social Life of Coffee. The Emergence of the British Coffeehouse*, New Haven 2005.