

COFFEE FOR LIFE

Text: Jürgen Zimmer
Fotos: Lena Grüber

Die Geschichte
vom armen Mädchen Praewa,
das zur reichen Unternehmerin wurde
und den armen Kindern Gutes tut.

Seit September 2014 hat die School for Life in Chiang Mai (Thailand) verstärkt zwei Wege eingeschlagen, um von externen finanziellen Zuwendungen unabhängiger zu werden: Sie folgt einerseits dem Konzept des 2016 gestorbenen Königs Bhumibol Adulyadej – der "sufficiency economy", der Selbstversorgung und damit der Kostenreduktion. Organische Landwirtschaft und artgerechte Tierhaltung gehören deshalb zu den bestimmenden Themen des Alltags auf der Farm. Andererseits ist die Schule auf dem Weg, durch Social Entrepreneurship Mittel zu erwirtschaften. Wie dies gehen kann, zeigt das Beispiel des kleinen Unternehmens „Coffee for Life“. Das ist auch die Geschichte der jungen, erfolgreichen Unternehmerin Praewa, die dabei ist, 18 Kinder der School for Life zu sozial und ökologisch verantwortlichen Kaffee-Unternehmern auszubilden.

RICH DAD, POOR MOM

Es war einmal ein schönes Mädchen, das hieß Bua, lebte in der Nähe von Chiang Rai in einem Dorf, arbeitete auf den Feldern, konnte kaum lesen und schreiben und niemals links und rechts unterscheiden. Eines Tages kam ein junger Offizier mit dem Namen Yongyut daher, verliebte sich in Bua und wollte mit ihr für immer zusammenleben. Es kam aber anders. Denn eines Tages wurde

der Offizier abkommandiert. Das ging so schnell, dass er sich kaum verabschieden konnte. Er wurde an die thailändisch-laotische Grenze versetzt und sollte dort im Geheimen und im Namen des Königs den Handel mit Kindern, Frauen und Drogen bekämpfen.

Er schrieb Bua viele Briefe und schickte sie an seine Mutter mit der Bitte, die Briefe an Bua weiterzugeben. Die Mutter aber, eine reiche Frau, unterschlug die Briefe Jahr um Jahr, weil sie Bua aus der Familie vertreiben wollte. Khun Bua wurde immer trauriger, weil sie glaubte, Yongyut habe sie verlassen.

Inzwischen hatte sie Praewa geboren. Das Mädchen wuchs wie ihre Mutter in bitterer Armut auf. Als es acht Jahre alt war, starb die Mutter, und Praewa sagte, sie sei an gebrochenem Herzen gestorben. Nicht lange danach kam der Vater zurück. Man hatte ihn inzwischen zum General befördert. Als er sah, was geschehen war, war er schockiert und wollte gut machen, was nicht wieder gut zu machen war. Er nahm seine Tochter auf und schickte sie in die beste Schule, ließ sie an der Universität das Fach ‚Marketing‘ studieren und tat alles, um sie in die oberen Kreise Bangkoks einzuführen.

Praewa wurde so schön wie ihre Mutter. Sie wollte vom Vater kein Geld, sondern verdiente sich ihr Studium selbst. Danach fing sie in Bangkok in einem Familienunternehmen





an, das sich auf Schiffsreparaturen spezialisiert hatte. Praewa machte rasch Karriere, hatte zweihundert Angestellte unter sich und verdiente 200.000 Baht im Monat, das waren etwa 5.000 Euro. Aber sie war nicht glücklich. Denn die Familienmitglieder bedienten sich nach Lust und Laune aus den Mitteln der Firma und wirtschafteten sie langsam herunter. Sie war auch unzufrieden mit sich selbst, denn sie verschwendete viel Geld für Kleider im Stil der oberen Zehntausend.

Sie wechselte in Bangkok in eine Firma, die im Bereich der Telekommunikation tätig war. Der Eigner machte Praewa schon bald einen Heiratsantrag, und Praewa, unsicher über den Charakter dieses Ansinnens, erzählte ihrem Vater davon.

Yongyut fragte, worüber der mögliche Bräutigam mit ihr so alles reden würde. Er würde, antwortete Praewa, am liebsten über die Ausweitung seines Geschäftes nach Kambodscha sprechen und von Praewa erhoffen, dass sie ihm dabei zur Hand gehe.

Da meinte der Vater, bei diesem Mann handle es sich nicht um Liebe, sondern um geschäftliche Interessen. Und als dieser Mann mit schon vorgedruckten Hochzeitseinladungen erschien und um die Hand von Praewa anhielt, meinte der Vater, alles würde vom Himmel abhängen. Der Bräutigam, der nun keiner mehr war, denn er hatte die Botschaft sehr wohl verstanden, kehrte wütend um und setzte einen Privatdetektiv auf Praewas Spur, denn er dachte, es stecke ein Konkurrent dahinter. Praewa verließ fluchtartig die Firma und machte sich auf nach Chiang Mai. Sie hatte nicht einmal ihre Sachen mitgenommen, die ließ ihr Vater erst später abholen.

In Chiang Mai – das war vor neun Jahren – startete sie ganz von vorn. Sie hatte einiges Geld dabei und allerhand Erfahrungen gesammelt.

ZWISCHENBILANZ IN CHIANG MAI

Erstens: Ich komme, reicher Vater hin oder her, aus sehr armen Verhältnissen, die High Society langweilt mich; es ist besser, mit den Armen zusammenzuarbeiten, als den Reichen zu helfen, noch reicher zu werden.

Zweitens: Ich bin lieber meine eigene Unternehmerin als gutbezahlte Marionette in Firmen, deren Macken ich mittragen soll.

Drittens: Ich heirate nicht, denn ich will auch keine Marionette in privaten Verhältnissen sein.

Viertens: „Think big“; wenn ich etwas anfangen, dann nicht auf kleiner Flamme.

Praewa traf durch Zufall die Managerin des großen Einrichtungshauses HomePro und fragte sie, was sie, Praewa,

in Chiang Mai machen könne. Die Antwort kam kurz und knapp: Kaffee. Praewa verstand nichts von Kaffee. Aber sie witterte, dass sich die Thais bald aufmachen würden, guten Kaffee als kleines glücksbringendes Genussmittel zu entdecken. Praewa ging zur landwirtschaftlichen Fakultät der Universität Chiang Mai und erkundigte sich dort nach Kaffee-Experten. Es gab aber keine. Nur ein paar Studenten zeigten Interesse, mit Praewa zusammen zu sondieren, ob sich Kaffee gut verkaufen ließe. Sie baten Praewa um eine Kaffee-Maschine. Praewa kaufte eine. Der Kaffee, den die Maschine zubereitete, schmeckte mal besser und mal schlechter, obwohl er vom gleichen Hersteller kam.

SCHEITERN ALS CHANCE

Praewa und ihre Studenten, die inzwischen den Kaffee aus der Maschine verkauften, gründeten eine Firma. Die ging bald pleite. Praewa lernte: Wenn ich ein Unternehmen anfangen will, will ich mit ganzem Herzen dabei sein, und mich nicht zum Büttel von Studenten machen, die an schnellem Geld interessiert sind. Ich will zuerst viel lernen und viel wissen.

Praewa wurde, die Studenten waren inzwischen verschwunden, zur Forscherin. Sie lernte – jenseits der landwirtschaftlichen Fakultät – alles über Kaffee. Sie lernte, gute Erde zu erzeugen, auf der guter Kaffee wachsen



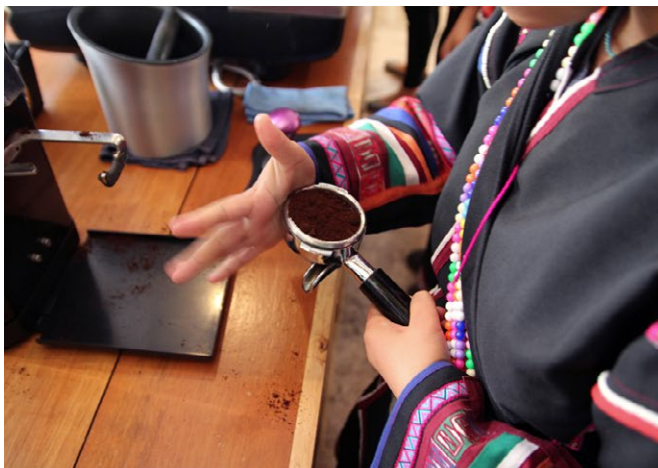
würde. Sie lernte, in welchen Lagen Arabica und Rustica am besten wachsen. Sie lernte, dass Bohne nicht gleich Bohnen ist und Kaffee der Güteklasse AA die höchsten Preise erzielen würde. Sie lernte viel über das bionische Prinzip: dass Bäume Schatten geben, den die Kaffeesträucher lieben, dass essbare Pilze eine Symbiose mit den Wurzeln der Kaffeesträucher bilden und gut gedeihen, und dass es besser ist, Bäume stehen zu lassen, anstatt sie wie in den Teeplantagen abzuholzen.

Eines Tages kaufte Yongyut ein Stück Land und bat seine Tochter, den Boden zu verbessern. Nun lernte Praewa, wie man organischen Dünger herstellen und einsetzen kann. Inzwischen hatte die Regierung im Bestreben, den Opiumanbau zu verhindern, entlang der Nordgrenze 100.000 Rai (1 Rai = 1.600 qm) zur Verfügung gestellt, um dort Kleinbauern alternative Anbaumöglichkeiten zu eröffnen. Praewa überzeugte und unterrichtete die Armen, Kaffee anzubauen. Sie zogen nun Kaffeepflanzen hoch, und als von den Sträuchern nach drei, vier Jahren Kaffeebohnen geerntet werden konnten, wollten die Bergbauern ihren Kaffee nur an Praewa verkaufen, denn sie vertrauten ihr. Sie war ja ihrer Herkunft nach eine von ihnen, und sie hatte ihr Herz nicht an die Welt der Reichen verloren.

Praewa wohnt am liebsten in den Dörfern, deren Bewohner nun besser und besser vom Kaffee leben.

Nun, im Jahr 2017, ist Praewa 37 Jahre alt geworden. Sie verkauft ungefähr 600 Tonnen Kaffee pro Jahr, davon 400 Tonnen in Thailand und 200 Tonnen nach Japan. Sie sagt, sie sei





reich genug, um sich zur Ruhe zu setzen. Aber sie will es nicht. Es treibt sie weiter um.

Sie traf die Schulleiterin Siriporn. Die erzählte ihr, dass die Kinder und Jugendlichen der School for Life, die Akha, Lisu, Lahu, Hmong, Karen und Thaiyai viel Unternehmensgeist entwickelten, auf dem Arbeitsmarkt aber weniger Chancen hätten als die Jugendlichen der thailändischen Mehrheitsgesellschaft. Deshalb setze die Schule auf eine Förderung des Entrepreneurship. Praewa sagte, genau das sei es, was man tun müsse und bot an, sich daran zu beteiligen.

WIR SIND DAS KAPITAL

Und so kam es, dass Praewa und Siriporn 18 Jugendliche der School for Life auswählten, um sie zu Kaffee-Unternehmern auszubilden. Das junge Kaffee-Team lernt alles, was Praewa zuvor gelernt hat. Praewa hat den jungen Entrepreneuren auf der Farm ein „Coffee House“ eingerichtet, das die Jugendlichen selbst bewirtschaften. Praewa hat 3.000 Kaffee-Setzlinge besorgt, die überall

auf dem Campus der School for Life eingepflanzt wurden; sie liebt es, so zu spenden, dass daraus Mehrwert entsteht.

Und sie hat CP ALL ins Boot geholt, jenes Unternehmen, dem 7.000 „7-Eleven“-Läden unterstehen, kleine Supermärkte, die 24 Stunden geöffnet haben und von mehr als 8 Millionen Kunden täglich besucht werden. CP ALL verfügt über ein eigenes Bildungssystem – von einem am dualen System orientierten College bis zur Hochschule, die einen auf CP-Anforderungen abgestimmten B.A.-Abschluss ermöglicht. CP ALL wird den jungen Kaffee-Unternehmern und anderen Absolventen der School for Life ein Stipendium anbieten, mit dem sie das CP ALL-College und die CP ALL-Hochschule besuchen können, um beispielsweise eine Managerposition im „7-Eleven“-Netzwerk anzustreben.

1997 veröffentlichte Robert T. Kiyosaki seinen Weltbestseller „Rich Dad, Poor Dad“. Kiyosaki erzählt darin, wie er mit zwei Vätern aufgewachsen ist, dem leiblichen, der für Geld arbeitet und sich bescheiden musste, und einem Ziehvater, der es so weit gebracht hatte, das nicht er für Geld, sondern das Geld für ihn arbeitete. Kiyosaki



verband diese Geschichte mit Empfehlungen zum Reichwerden, die ziemlich umstritten sind.

Man könnte die Geschichte von Praewa mit „Rich Dad, Poor Mom“ übertiteln. Der Unterschied zu Kiyosakis Buch besteht darin, dass Praewa nicht doziert, sondern mitmacht. Für die Kinder der School for Life wird sie damit zum unmittelbaren Vorbild, zu einer Person, die auf dem Boden bleibt und zeigt, was der Titel von Günter Faltins Buch ausdrückt: „Wir sind das Kapital“.

Hört die Geschichte hier auf? Nein, denn nun kommen die Kaffeefans in Deutschland ins Spiel: Eines Tages im Jahr 2016 besuchte Bernd Meyer, Kaffeekenner und Unternehmer aus Hamburg und Gründer der Decoroso GmbH, einer Firma, die hochwertigen Kaffee aus Thailand vertreibt, mit seiner thailändischen Frau die School for Life. Das Projekt gefiel ihnen sehr. Es entstand die Idee, unter dem Namen "Coffee for Life" und zugunsten der School for Life thailändischen Spitzenkaffee, gewachsen auf den Farmen Praewas, nach Deutschland zu exportieren.

Praewa wird für jedes von Decoroso gekaufte Kilo grüner Kaffeebohnen 20 Baht (etwa 52 Cent) an die School for Life weiterleiten. Decoroso wird versuchen, möglichst viel gut gerösteten Kaffee zu verkaufen, damit der School for Life möglichst viele Mittel zufließen. Die Ausbildung von Jugendlichen zu Kaffeeunternehmern wird ausgebaut. Demnächst wird ein "Coffee School for Life Camp" in der Nähe von Chiang Khong am Mekhong eröffnet. Dort wartet als Lernort auch eine 'grüne' Fabrik zur Kaffee-Verarbeitung, die die Luft nicht verpestet, den Boden nicht verschmutzt und die Gewässer nicht belastet.

Wann man den "Coffee for Life" kaufen kann? Bald. Wir werden darüber berichten.

Mehr Infos unter:
school-for-life.org
decorosocoffee.com

