
INHALT

Ein Vorwort

Ein scharlachrotes Goldkorn
von Manlio Argueta
9

Erstes Kapitel: Alltag auf den Kaffeeplantagen I

Ja, bei der Kaffee-Ernte leidet man
16

Lupe, José und María Pía (Manlio Argueta)
20

Raúl, Ramón, Abel und Tomás
21

«Den Mund halten – das machen wir schon lange
nicht mehr.» – Rutilio erzählt
24

Zweites Kapitel: Eine lange Geschichte

Das Land wird für den Kaffeeanbau zugerichtet
38

Die Große Krise und der Aufstand von 1932
54

Zum Beispiel: Juayúa
59

Die Militärdiktaturen kommen und gehen, die Kaffeebarone bleiben
61

Drittes Kapitel: Alltag auf den Kaffeeplantagen II

Die Siguanaba-Sage (Manlio Argueta)
73

Don Lito
79

Das Colonato
81

| | |
|--|-----|
| Pächter | 84 |
| Ein Gespräch mit Conchi und Doña Elsa | 84 |
| Mercedes | 91 |
| Jayaque, im Juli 1991: Kaffee wirkt wahre Wunder | 92 |
| «Ich heiße Zoila Ampáro Mendez. – Und das ist meine Freundin Luisa.» | 95 |
| Juan geht zur Kaffee-Ernte – eine Bildgeschichte | 105 |

Viertes Kapitel: Der Kampf der KaffeepflückerInnen

| | |
|---|-----|
| Dezember 1979: Unregelmäßigkeiten auf der Finca La Gomera | 116 |
| Der Kommißschädel über dem nackten Torso des Herrn Oberst | 117 |
| ANTA-AktivistInnen | 118 |

Fünftes Kapitel: Organisation in den Beneficios

| | |
|------------------------------------|-----|
| SICAFE hat das Wort | 143 |
| SICAFE soll liquidiert werden | 148 |
| Die INCAFE-Beneficios | 150 |
| Waffenstillstand und soziale Frage | 155 |
| Die Kaffeebarone geben keine Ruhe | 158 |

Sechstes Kapitel: Altes Denken

| | |
|-------------------------------------|-----|
| James Hill, Kaffeebaron, 1930 | 161 |
| «Profit ist ja kein dreckiges Wort» | 161 |

**Siebttes Kapitel:
Don Walter Deininger –
ein sozialer Kaffeebaron und seine Stiftung**
171

**Achtes Kapitel:
Warentermingeschäfte und Direktimport**
181

**Neuntes Kapitel:
Neue Wege für die salvadorianische Kaffeewirtschaft?!**

Kaffee-Konzerne für den Frieden?
192

Perspektiven der Kaffeepreise – aus der Sicht eines sogenannten Experten
192

Kaffee-Kooperativen im Agrarreformsektor
200

Ist UCRAPROBEX eine Alternative?
214

SICOMCOOP – das genossenschaftliche Vermarktungssystem
222

Kaffeeanbau in den FMLN-Zonen:
«Wir entwickeln hier ein Alternativmodell.»
223

Ein Nachwort der Kaffee-Kampagne El Salvador
235

Glossar
247

Abkürzungen
250

Benutzte Literatur
253