

# Pressekonferenz

am 23. November 2011

**„Billigschokolade:  
Gibt es Nachhaltigkeit  
zu Dumpingpreisen?“**



**GREENPEACE**

**SÜDWIND**

**PRO-GE**  
DIE PRODUKTIONSGEWERKSCHAFT

## **Schokolade: Nachhaltigkeit zu Dumpingpreisen kann es nicht geben**

Produktionsgewerkschaft (PRO-GE), Greenpeace, Südwind und der Verein für Konsumenteninformation (VKI) informieren über Nachhaltigkeit am Kakaosektor =

Wien (PRO-GE/Greenpeace/Südwind/VKI) – Nicht nur zu besonderen Anlässen wie Nikolaus oder Weihnachten legen immer mehr KonsumentInnen Wert auf den Kauf nachhaltiger Produkte. Sie bedenken zunehmend den Einfluss von Produktionsverfahren auf Armut und Umwelt und wollen mit dem Kauf zertifizierter Schokolade Nachhaltigkeit fördern. „Doch während es einige Unternehmen ernst meinen und Strategien entwickeln um nachhaltige Produktion auf Dauer sicherzustellen, schreiben sich andere Unternehmen scheinbar Nachhaltigkeit nur auf ihre Fahnen, um ihr Image bei den VerbraucherInnen aufzupolieren“, kommen PRO-GE, Greenpeace, Südwind und VKI, auf einer gemeinsamen Pressekonferenz am 23. November zum Thema Nachhaltigkeit am Kakaosektor, zum Schluss.++++

In der primären Kakaoerzeugung sind weltweit etwa 14 Millionen ArbeiterInnen beschäftigt. Nur fünf multinationale Konzerne beherrschen 60 Prozent des Weltmarktes. Preisdumping ist die Folge des erbitterten Kampfes um Absatzmärkte, bei dem die Umwelt und die schwächsten der Produktionskette – meist Kleinbauern in armen Ländern – allzu oft auf der Strecke bleiben. „Milchschokoladetafeln zu einem Dumpingpreis von €0,25 können nur Ausbeutung von Umwelt und Menschen in den Produktionsstätten bedeuten oder diese Produkte werden unter den Produktionskosten angeboten. Diese ‚Geiz ist geil‘-Mentalität ist unerträglich“, so Gerhard Riess, zuständiger Sekretär der PRO-GE.

„In der Elfenbeinküste, dem weltgrößten Kakaoproduzenten, arbeiten mehrere 100.000 Kinder auf den Plantagen bis zu zwölf Stunden täglich und hantieren mit giftigen Pestiziden ohne Schutzkleidung. Diese sklavenähnliche Kinderarbeit könnte wirksam bekämpft werden, wenn Kakaobauern existenzsichernde Löhne bekämen“, fordert Elfriede Schachner, Südwind-Geschäftsführerin. Greenpeace bemängelt im Marktcheck von 22 Milchschokoladetafeln heuer vor allem die Verwendung von gentechnisch belasteter Milch und die unzureichende Kennzeichnung von pflanzlichem Fett. „Häufig kommt bei solchen Produkten Palmöl oder Palmfett zum Einsatz, das zumeist aus Indonesien stammt. Dort werden großflächig Urwälder gerodet und die Lebensgrundlage der ohnedies bereits vom Aussterben bedrohten Orang-Utans zerstört“, bemängelt Claudia Sprinz, Greenpeace Konsumentensprecherin.

Ein Nachhaltigkeitssiegel auf Billigschokolade gaukelt den VerbraucherInnen zudem vor, die Tafel sei zu 100 Prozent aus zertifizierten Rohstoffen hergestellt. Dabei sind die Anforderungen für die jeweiligen Siegel sehr unterschiedlich. Die 25 Cent-Schokolade enthält etwa nur zehn Prozent zertifizierte Kakaobohnen. „Dumpingpreise machen alle Bemühungen zunichte, die Produktionsbedingungen zu verbessern und langfristig einen nachhaltigen Anbau zu ermöglichen. Hersteller, der Handel als auch die KonsumentInnen müssen sich bewusst sein, dass Nachhaltigkeit ihren Preis hat“, betonen die Organisationen.

## **Rückfragehinweise für Medien**

Mag.a Barbara Trautendorfer  
Gewerkschaft PRO-GE  
Tel: +43 664 61 45 925  
[barbara.trautendorfer@proge.at](mailto:barbara.trautendorfer@proge.at)  
<http://www.proge.at>

Melanie Beran  
Greenpeace  
Tel: +43 664 6126718  
[melanie.beran@greenpeace.at](mailto:melanie.beran@greenpeace.at)  
<http://www.greenpeace.org/austria/de>

Mag.a Andrea Morawetz  
Verein für Konsumenteninformation  
Tel: +43 1 58877-256  
[amorawetz@vki.at](mailto:amorawetz@vki.at)  
<http://www.konsument.at>

Mag.a Elfriede Schachner  
Südwind  
Tel: +43 699 107 66 216  
[elfriede.schachner@suedwind.at](mailto:elfriede.schachner@suedwind.at)  
<http://www.suedwind-agentur.at>

## **Links zum Thema Kakaoproduktion**

Link auf die Website der Gewerkschaft PRO-GE zum Kakaoprojekt und dem internationalen Gewerkschafts-Netzwerk in der Kakao- und Schokoladenbranche cocoanet.eu:

[www.proge.at/projekte](http://www.proge.at/projekte)  
[www.cocoanet.eu](http://www.cocoanet.eu)

Link zur Website von Südwind:  
[www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at)

Fotomaterial zum Kakaoanbau in Ghana zur freien Verwendung unter Angabe des Copyrights "Südwind"

[www.suedwind-agentur.at/start.asp?gal=PA\\_Kakao\\_0904&b=442](http://www.suedwind-agentur.at/start.asp?gal=PA_Kakao_0904&b=442)

Link zur Website von Greenpeace  
[www.greenpeace.org/austria/de/](http://www.greenpeace.org/austria/de/)  
Schokoladecheck  
[www.marktcheck.at](http://www.marktcheck.at)

Link zur Website des Vereins für Konsumenteninformation  
[www.konsument.at](http://www.konsument.at)

# Labelinitiativen im Vergleich



Labelverwendung auf der Produktverpackung / Mindestanteil des zertifizierten Rohstoffes im Gesamtprodukt			
<b>Bsp. Kaffee – generell</b> 	100% (ausnahmslos)	30-90%	Mind. 90%
<b>Label-Variationen</b> für Kaffee, mit niedrigerem Anteil an zertifizierten Rohstoffen – auf der Packung ersichtlich	Prinzipiell nicht möglich	Mind. 90% Mind. 50% Mind. 30%	Nicht vorgesehen, dafür Membership Claim ohne Logo ab 10% Anteil
<b>Bsp. Kakao – generell</b> 	100% (ausnahmslos)	mind. 30%	Mind. 30% (ab 2012 – 40%)
<b>Label-Variationen</b> für Kakao, mit niedrigerem Anteil an zertifizierten Rohstoffen – auf der Packung ersichtlich	Prinzipiell nicht möglich	Mind. 90% Mind. 50% Mind. 30%	Membership-Claim + Logo bei mind. 10% Anteil
<b>Mischprodukte (z.B. Schokolade)</b>			
Mindestanteil zertifizierter Zutaten für Mischprodukte mit Labelverwendung	100% jeder Zutat, für die es FAIRTRADE- Standards gibt, sind FAIRTRADE- zertifiziert.	mind. 30% einer Zutat müssen zertifiziert sein	Variabel – siehe Labelvergabe!
Mindestanteil zertifizierter Rohstoffe (Zutaten) in der Gesamtmasse des Mischproduktes	Min. 20% der Gesamtmasse müssen zu 100% aus FT-zertifizierten Quellen stammen.	Min. 30% der Hauptzutat und min. 30% des Gesamttrocken- gewichts	Keine Vorgabe
<b>Rückverfolgbarkeit</b> = jede Kaffeepackung kann bis zum Zertifikatsbesitzer rückverfolgt werden; getrennte Verarbeitung von besiegelten und nicht besiegelten Produkten	Obligatorisch in den Standards verankert; System frei wählbar	Online Tracking System	online Tracking- System
<b>Mengenausgleich (Mass Balance)</b>	Zucker, Kakao, Tee und Fruchtsaft (Bio: erhöhte Rückverfolgbarkeit)	n/a	Kakao

# Labelinitiativen im Vergleich



<b>(soziale und umweltgerechte) Produktions-Anforderungen</b>			
ILO <sup>1</sup> Kernarbeitsnormen	x	x	X
Listen verbotener Substanzen	x	x	X
Finanzielle Unterstützung des biologischen Anbaus	x		
Verbot von genmanipulierten Organismen	x	x	
<b>Entwicklungsanforderungen</b>			
Garantierter <b>Mindestpreis</b>	x		
Zusätzliche <b>Prämie</b> : Produzentenorganisation entscheidet über die Verwendung	x vertraglich fixiert und nicht verhandelbar		X Frei verhandelbar
Entwicklungsplan für ProduzentInnen	x		
Förderung langfristiger Handelsbeziehungen	x		
Vorfinanzierung	x		
Finanzierung von Gemeinschaftsprojekten	x		
Förderung von demokratischer und partizipativer Entwicklung	x		
Verbesserung der Produktqualität	x (Kaffee)		X
<b>Allgemeine Anforderungen Glaubwürdigkeit &amp; Kontrolle</b>			
<b>Standards</b> : Bestimmungen zur Zertifizierung, Definitionen, z.B. Art der Produzenten	x	x	X
Zertifizierung nach ISO 65 <sup>2</sup>	x	x	x
Kontrollen: „Third Party“ Zertifizierung	Jährlich / FLO-Cert (unabh. von FLO)	Jährlich / SANCert (unabh. von SAN Mitgliedern)	Jährlich / durch unabhängige, externe Auditoren
Dauer der Labelvergabe	3 Jahre Label muss alle drei Jahre neu beantragt werden	3 Jahre Label muss jährlich neu beantragt werden	1 Jahr Label muss nicht neu beantragt werden, solange Audits zufrieden- stellend ausfallen
Verifizierung der Standards	x	x	x
Unangemeldete Audits	x	nur dann, wenn Verstöße vorliegen	X
<b>Finanzierung</b>			
<b>Audit</b> (Überprüfung der Einhaltung der Standards zur Aufnahme in des jew. System) Gebühr für die ProduzentInnen	ca. €350 (hired labour) – €400 pro Tag	Zertifizierungsge- bühr + €3,88 / Hektar	hängt vom Auditor ab
<b>Lizenzgebühren</b> für Zertifizierung, Administration und Label Verwendung -> <b>Beispiel Kaffee!</b>	Markeninhaber (B2C – Distributeur), ca. 0,20 €/kg Kaffee (z.B. Röstkaffee)	Keine	Erster Einkäufer in der Handelskette, ca. 0,02 €/kg Kaffee (z.B. Rohkaffee)

<sup>1</sup> International Labour Organization

<sup>2</sup> General requirements for bodies operating product certification systems

# Labelinitiativen im Vergleich



Governance			
Mitglieder	Fairtrade Labeling Organisation ( <b>FLO</b> ) <b>24 Mitglieder</b> = 19 Länderinitiativen + 2 Associate Members (Mexiko & Südafrika) + 3 Produzenten- Netzwerke	Rainforest Alliance: 8 Umweltschutzorga- nisationen aus Süd- und Zentralamerika + Nature Conservation Foundation (Indien)	keine
Board	50% Produzentenorg. 50% Länderinitiativen - ab Jan. 2012!	27 Mitglieder keine Verhältnisregelung zwischen Produzenten und Handel	5-7 Mitglieder Multi-Stakeholder- Experten-Gremium (Handel, Experten für Zertifizierung)
Mission, Vision & Ziele			
Mission	Ganzheitlicher Entwicklungsansat- z	Schonung von Umwelt und natürlichen Ressourcen	Nachhaltige Produktion
Zielgruppe	<b>Mensch</b> Kleinbauern und - bäuerinnen, lohnabhängige ArbeiterInnen sowie ihre Familien im fairen Handel	<b>Regenwälder und Ökosysteme</b> Keine spezifische Zielgruppe	<b>Unternehmen</b> entlang der Wertschöpfungs- kette Ursprünglich für Plantagen ausgerichtet, danach auch für Kleinbauern

## Quellen:

### FAIRTRADE

[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)  
[www.flocert.net](http://www.flocert.net)  
[http://www.fairtrade.net/all\\_standards.html](http://www.fairtrade.net/all_standards.html)  
<http://www.fairtrade.net/793.0.html?&L=0> (minimumpreise & prämien)  
<http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/>  
<http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/kontrolle-und-zertifizierung/>  
<http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/kontrolle-und-zertifizierung/ablauf-der-audits/>  
<http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte/>  
<http://www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/kontrolle-und-zertifizierung/rueckverfolgbarkeit/>

### Rainforest:

<http://www.rainforest-alliance.org/about>  
<http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/marketing/seal-guidelines-agriculture.pdf>  
<http://www.rainforest-alliance.org/work/agriculture>

### UTZ

[www.utz.org](http://www.utz.org)  
<http://www.goodinside.jp/index.php?pageID=111>  
<http://www.goodinside.jp/index.php?pageID=162> (download area)  
[http://www.corpoandesonline.org/biblos/NORMATIVAS/NORMAS%20INTERNACIONALES/UTZ/2010\\_Coffee\\_Labeling\\_and\\_Communications\\_Policy\\_UTZ\\_CERTIFIED.pdf](http://www.corpoandesonline.org/biblos/NORMATIVAS/NORMAS%20INTERNACIONALES/UTZ/2010_Coffee_Labeling_and_Communications_Policy_UTZ_CERTIFIED.pdf)  
[http://cms.standardsmap.org/publish/itc\\_standards/utz\\_certified\\_good\\_inside/Resources/files/903/Final\\_UTZ\\_EN.pdf](http://cms.standardsmap.org/publish/itc_standards/utz_certified_good_inside/Resources/files/903/Final_UTZ_EN.pdf)  
<http://www.utzcertified.org/de/conditions?phpMyAdmin=3d81e3370877212193cf2f61673caf47>  
[http://www.utzcertified-trainingcenter.com/home/images/documentos/cocoaGroupMultigroup/100628EN\\_UTZChoC20forCocoa.pdf](http://www.utzcertified-trainingcenter.com/home/images/documentos/cocoaGroupMultigroup/100628EN_UTZChoC20forCocoa.pdf)

---

# Factsheet: Milchschokoladetafeln im Test

---

Hintergrundinformation und Erläuterungen  
zur Bewertung

---

Greenpeace in Zentral und Osteuropa

---

## Vollmilchschokolade unter der Lupe



Schokotafeln

Das marktcheck.at Team hat sich Milchschokoladetafeln näher angeschaut. Viele preisgünstige Produkte sind aus ökologischer Sicht nicht empfehlenswert und versagen bei Menschenrechten und beim Tierschutz. Die beste Wahl sind Bio-Schokolade mit FairTrade-Siegel: Nur bei diesen Produkten ist sichergestellt, dass keine unerwünschten Zutaten enthalten sind, dass die Tiere artgemäß gehalten werden und die Menschen von Ihrem Lohn leben können.

### 22 Tafeln im Check

Das marktcheck.at Team hat Milchschokolade unter die Lupe genommen und diese auf ökologische Kriterien (Inhaltsstoffe, Gentechnik, Transport, Verpackung), Tierschutz und soziale Aspekte überprüft.

### Problematische Zutat: E 476

Einige Produkte enthalten einen für die Gesundheit problematischen Lebensmittelzusatzstoff. Bereits bei früheren marktcheck.at-Untersuchungen wurden Produkte kritisiert, die **Polyglycerin-Polyricinoleat** bzw. **E 476** enthalten. Diese Substanz wird als Emulgator (Hilfsstoff zum Verbinden verschiedener Zutaten) eingesetzt.

Untersuchungen haben gezeigt, dass diese Substanz bei Tierversuchen in höheren Dosen zu **Nieren- und Lebervergrößerungen** geführt hat und zudem die **Durchlässigkeit der Darmwand beeinträchtigen** kann.

### Warnung an Eltern!

Auf den Produkten ist nicht ersichtlich in welcher Menge der Emulgator E 476 eingesetzt wurde. Da die erlaubte tägliche Höchstmenge beim Genuss von Schokolade leicht erreicht wird, sollen speziell Kinder keine Produkte mit diesem Zusatzstoff essen.

Greenpeace fordert die verantwortlichen öffentlichen Stellen in Österreich und auf EU-Ebene auf, die **Nebenwirkungen genauer zu untersuchen** und endlich Höchstgrenzen festzulegen bzw. **E 476 gänzlich zu verbieten**.

### Einsatz von Palmöl

Ein wichtiger Bestandteil von Schokolade ist pflanzliches Fett. Schokoladenhersteller sind nicht dazu verpflichtet, auf der Verpackung zu deklarieren, welches Fett sie verwendet haben. Oft wird für solche Produkte das günstige Palmöl oder Palmfett eingesetzt. Es stammt zumeist aus Indonesien. Dort werden großflächig Urwälder gerodet, nur um Palmöl-Plantagen anzulegen. Mit den Urwäldern wird die Lebensgrundlage der ohnedies bereits vom Aussterben bedrohten Orang-Utans zerstört.

### Bio-Produkte mit Bewertung Orange = Kritisch

Biologisch produzierte Produkte dürfen laut marktcheck.at-Bewertungskriterien bei zwei Nebenkriterien mit Orange bewertet sein, um immer noch Gut beurteilt zu werden. Zwei Bio-Schokoladen haben jedoch neben einer kritisch (= Orange) bewerteten Verpackung auch Rot = Ungenügende beim Transport. Dies deshalb, weil diese zwei Hersteller weder auf der Verpackung die Herkunftsländer der Hauptbestandteile angeben noch die Herkunftsländer - trotz schriftlicher Aufforderung - Greenpeace mitgeteilt haben.



**Gentech-Futter**

Für Schokolade wird Milchpulver verarbeitet. Bei Biomilch ist die Fütterung der Kühe mit gentechnisch verändertem Futter streng verboten, doch bei Milch aus konventioneller Landwirtschaft ist die Verwendung von Gentech-Futter gestattet. Aufgrund einer Lücke in der Kennzeichnung tierischer

Produkte sind die Hersteller jedoch nicht verpflichtet, dies auf den Produkten zu vermerken.

**Problematische Tierhaltung**

Einige Firmen werben bei ihren Produkten mit "100% Alpenmilch". Was jedoch nur wenige wissen ist, dass diese Kühe nie eine Alm gesehen haben. Konventionelle Schokolade verfügt generell nicht über eine Tierschutz-Zertifizierung. Bei all diesen Produkten stammt das Milchpulver von Kühen aus Massentierhaltung. Solche Produkte erzielen bei Tierschutz nur "Ungenügend".

**Produkte ohne tierische Substanzen**

Immer mehr Menschen kaufen aus gesundheitlichen, ökologischen oder ethischen Gründen Produkte ohne tierische Zutaten. Das marktcheck.at Team hat sich daher bemüht, auch Schokolade ohne Milch zu finden.

**Nur pflanzliche Zutaten**



Dieses Symbol tragen alle Produkte, die gemäß der Zutatenliste keine tierischen Inhaltsstoffe enthalten. Also nicht zu verwechseln mit dem "Vegan"-Gütesiegeln, bei denen weit strengere Kriterien gelten.

Pflanzliche Produkte sind aus ökologischer Sicht empfehlenswert, weil sie deutlich niedrigere Treibhausgasemissionen verursachen als Produkte mit tierischen Inhaltsstoffen und so einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten.

**Menschenunwürdige Herstellungsbedingungen für Kakao**

Von Kindern für Kinder - so lautet offenbar das Motto vieler Schokoladenhersteller, denn nur wenige Produkte sind unter fairen Arbeitsbedingungen entstanden, erkennbar am FairTrade-Gütesiegel.

Dass in den Hauptanbaugebieten von Kakao in Westafrika vorwiegend Kindersklaven unter unwürdigsten Arbeitsbedingungen schuften müssen, ist den meisten Firmen egal. Besonders enttäuschend ist, dass auch bei Bioschokoladen der verwendete Kakao nicht immer aus fairer Produktion stammt.



**Kauf-Tipp: "Gute" Schokolade**

Wer mit gutem Gewissen Schokolade genießen möchte, soll zu Produkten mit entsprechendem Gütesiegel greifen: Sechs Produkte im Check sind aus sozialer Sicht empfehlenswert, fünf davon tragen das **FairTrade-Siegel**, eines das **Hand-in-Hand-Siegel von Rapunzel**.

Alle anderen Siegel in diesem Bereich wie zB. UTZ certified zeigen gewisse Bemühungen der Hersteller um menschenwürdige Produktionsbedingungen. An die Standards von Fairtrade reicht dieses Zertifikat allerdings nicht heran.

Nr.	Produkt	Vertreiber	Verkaufspreis	Inhalt	Ökologie					Tierschutz	Sozial	* Abwertung
					GESAMT	Inhaltsstoffe*	Gentechnik	Transport	Verpackung			
1	EZA Bio Schokolade Mascao Vollmilch	EZA Fairer Handel GmbH	€ 2,79	100,00 g	Grün!	Grün!	Grün!	Grün	Grün	Grün	Grün!	
2	Zotter Schoko-Biene	Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH	€ 3,05	70,00 g	Grün!	Grün!	Grün!	Grün	Grün	Grün	Grün!	
3	Maestrani Doppelmilch	Maestrani Schweizer Schokoladen AG	von € 1,99 bis € 2,29	80,00 g	Grün	Grün!	Grün!	Grün	Orange	Grün	Grün!	
4	Naturata Ecuador Edelvollmilch 42%	Naturata AG	€ 3,29	100,00 g	Grün	Grün!	Grün!	Grün	Orange	Grün	Grün!	
5	Rapunzel Vollmilch Bio-Schokolade	Rapunzel Naturkost AG	€ 1,89	100,00 g	Grün	Grün!	Grün!	Orange	Orange	Grün	Grün	
6	Ritter Sport Vollmilch, Bio	Ritter Sport-Schokolade Ges.m.b.H. (Österreich)	€ 1,19	65,00 g	Grün	Grün!	Grün!	Orange	Grün	Grün	Rot	
7	Vivani Bio-Schokolade Vollmilch	EcoFinia GmbH (Vertriebsgesellschaft der Ludwig Weinrich GmbH & Co. KG)	€ 1,59	100,00 g	Grün	Grün!	Grün!	Orange	Orange	Grün	Rot	
8	Bonvita Reis Milch Bio-Schokolade, Fairtrade und vegan	Bonvita BV	von € 2,50 bis € 2,99	100,00 g	Orange	Grün!	Grün!	Rot	Orange	Pflanzlich	Grün!	
9	Alnatura Vollmilchschokolade	Alnatura GmbH	€ 1,87	100,00 g	Orange	Grün!	Grün!	Rot	Orange	Grün	Rot	
10	Riquet Vollmilch Schokolade	Hofer KG	€ 0,25	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Grün	Orange	Rot	Rot	
11	Spar Budget Milchsokolade mit Haselnuss	Spar Österreichische Warenhandels-AG	€ 0,39	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Orange	Orange	Rot	Rot	
12	Fin Carré Alpen-Vollmilch	Lidl Austria GmbH	€ 0,25	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	
13	Milka Schokolade Alpenmilch	Kraft Foods Österreich Ges.m.b.H.	von € 0,59 bis € 0,89	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	
14	Lindt Lait	Lindt & Sprüngli (Austria) Ges.m.b.H.	€ 0,99	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Rot	Orange	Rot	Rot	
15	Trumpf Schogetten Vollmilch	Ludwig Schokolade Vertriebsges.m.b.H. (Trumpf,	€ 0,75	100,00 g	Orange	Grün	Rot	Rot	Orange	Rot	Rot	
16	Ovomaltine Swiss Milk Chocolate	Maresi Austria GmbH	€ 1,89	100,00 g	Orange	Orange	Rot	Orange	Orange	Rot	Rot	Palmöl
17	Bensdorp Milchsokolade	Kraft Foods Österreich Ges.m.b.H.	€ 0,79	100,00 g	Orange	Orange	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	E 476, Palmöl
18	Clever Vollmilchschokolade	Delikatessa GmbH	€ 0,25	100,00 g	Orange	Orange	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	E 476
19	Derby Alpenvollmilchschokolade	REWE Austria AG	€ 0,25	100,00 g	Orange	Orange	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	E 476
20	Karina Alpenrahm Schokolade	Zielpunkt Warenhandel GmbH & Co KG	€ 0,49	100,00 g	Orange	Orange	Rot	Rot	Grün	Rot	Rot	E 476
21	Merci Edel-Rahm Milch-Schokolade	August Storck KG	€ 1,49	100,00 g	Rot	Grün	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	
22	Ferrero Kinder Schokolade, 8x12,5 g	Ferrero Österreich Handelsges.m.b.H.	von € 0,95 bis € 0,99	100,00 g	Rot	Orange	Rot	Rot	Rot	Rot	Rot	Palmöl

I N H A L T :

K A K A O



## PRO-GE

### Solidarität organisieren

Die aktuellen Entwicklungen im gesamten Kakaosektor sind aus der Perspektive des Einzelnen längst nicht mehr überblickbar. Bereits 1987 haben wir als Gewerkschaft das internationale Kakaoprogramm gestartet, um die Zusammenarbeit mit Gewerkschaften in Lateinamerika, Westafrika, Südostasien bzw. West- und Osteuropa zu organisieren. Dabei wurden Kolleginnen und Kollegen in den österreichischen Schokoladenbetrieben über die Akteure der internationalen Kakao- und Schokoladeproduktion informiert.

Solidarität entsteht nicht automatisch und von alleine, sondern muss auch entsprechend organisiert werden. Diese neue Initiative wird in den nächsten Monaten und Jahren die Zusammenarbeit mit Konsumentinnen und Konsumenten aufbauen, und die Forderung nach nachhaltiger und gerechterer Produktion von Schokolade stellen. Damit die soziale Verantwortung in den Farbprospekten der Süßwaren-Unternehmen zur Wirklichkeit wird, werden wir entsprechende Aktionen starten.

[www.proge.at/projekte](http://www.proge.at/projekte)



## Südwind Agentur

### Die Agentur für Information und Bildung zu globalen Themen

Südwind engagiert sich für eine nachhaltige globale Entwicklung, Menschenrechte und faire Arbeitsbedingungen – sowohl hier als auch vor Ort. Schokolade sowie unzählige andere Produkte die wir alltäglich konsumieren, kommen aus sogenannten Entwicklungsländern, wo sie teilweise unter Missachtung von Menschen- und Arbeitsrechten hergestellt werden. Als Teil der Initiative für nachhaltige Kakaoproduktion möchte Südwind auf diese problematischen Aspekte aufmerksam machen sowie Handlungsalternativen aufzuzeigen. Neben Kampagnen wie „Handeln für Eine Welt“ oder der „Clean Clothes Kampagne“ möchte Südwind auch im Rahmen der europäischen Kampagne für nachhaltige Kakao-Produktion durch Aufklärungs- und Informationsarbeit sowie Bewusstseinsbildung mehr Transparenz und ein verantwortungsbewusstes Handeln im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung fördern.

[www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at)



## FAIRTRADE

### Großes Tun mit einem kleinen Zeichen

Kakao gehört nach Erdöl und Kaffee zu den meistgehandelten Rohstoffen auf dem Weltmarkt. Der Kakaomarkt ist einer der instabilsten Märkte der Welt. Die Kakao-produzentInnen leben oft in bitterer Armut und viele haben – obwohl ihr Leben ganz dem Kakao gewidmet ist – noch nie ein Stück Schokolade gekostet. Kinderarbeit ist in vielen Anbauländern eine traurige Realität. Im FAIRTRADE-System bekommen die Kakaobauern und -bäuerinnen einen fixen Mindestpreis, der unabhängig vom aktuellen Weltmarktpreis ein regelmäßiges Einkommen garantiert, weiters eine Prämie für Sozial- und Umweltprojekte und für Bioanbau. In einem solchen System können die Bauernfamilien eigenverantwortlich wirtschaften und ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen nachhaltig verbessern. Die KonsumentInnen, die sich für FAIRTRADE Produkte entscheiden, haben die Gewissheit, dass mit ihrem Stück Schokolade weder Mensch noch Natur ausgebeutet wurden. Wer fair kauft, bekommt eben Qualität und ein gutes Gefühl in einem.

[www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at)



## weltumspannend arbeiten

### Das entwicklungspolitische Projekt im ÖGB

Die global agierende Wirtschaft betrifft uns als ArbeitnehmerInnen beinahe täglich – durch die Verarbeitung von Rohstoffen, durch die Auslagerung von Produktionsstätten, Fusionen und Übernahmen, die internationale Konkurrenz und den dadurch entstehenden Druck auf unser Sozialsystem.

Weltumspannend arbeiten fördert die Begegnung von ArbeitnehmerInnen weltweit und versucht damit eine Verbindung zwischen ihren wirtschaftlichen und sozialen Situationen herzustellen, Beziehungen von ProduzentInnen und KonsumentInnen zu durchleuchten und zukunftsweisende Handlungen zu setzen.



## Dreikönigsaktion Hilfswerk der Katholischen Jungschar

Kinder lieben Schoko! Als größte Kinderorganisation Österreichs arbeitet die Katholische Jungschar auf vielfache Weise mit den Jüngsten und ihren BetreuerInnen an einem nachhaltigen und zukunftsfähigen Lebensstil in unserem Land. Schokolade ist ein Produkt, das Kinder selbst einkaufen und bietet sich daher zum Einüben von kritischem Konsum an. Damit Einkauf-Alternativen überhaupt zur Verfügung stehen, hat sich die Jungschar über ihr Hilfswerk, die Dreikönigsaktion, von Beginn an für den Aufbau von FAIRTRADE in Österreich engagiert. Durch die von der Dreikönigsaktion geleistete Entwicklungszusammenarbeit in verschiedenen Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas ist die Jungschar auch mit dem Anfang der Kakao/Schokolade-Produktionskette verbunden: die Förderung von Kleinbauern und -bäuerinnen, sowie von Kakao-ProduzentInnen in Kolumbien, ist eines der Hauptanliegen der Projektarbeit der Dreikönigsaktion. Um besser zu verstehen, was zwischen dem Kakaobaum im kolumbianischen Florencia und dem Schokoriegel im österreichischen Geschäft passiert und Ideen zu entwickeln, wie man auf diese Produktionskette verändernd einwirken kann, haben wir an dieser Broschüre mitgearbeitet.

[www.dka.at](http://www.dka.at)

Weltumspannend arbeiten hat sich zur Aufgabe gemacht, die hinter den zunehmenden Globalisierungsschritten stehenden Zusammenhänge, Interessenslagen und deren Auswirkungen genauer zu beleuchten und ständig im gewerkschaftlichen Umfeld aber auch auf KonsumentInnenebene aufzuzeigen und zu thematisieren, sowie die eigene Rolle in diesen Entwicklungen und Strukturen zu hinterfragen. Genau mit dieser Aufklärungsarbeit unterstützt Weltumspannend arbeiten diese Initiative, damit die Mächte multinationaler Konzerne bei der Schokoladenproduktion sichtbar gemacht werden und ein Bewusstsein für die Notwendigkeit fairen Handels entsteht.

[www.weltumspannend-arbeiten.at](http://www.weltumspannend-arbeiten.at)



**Tropical Commodity Coalition**  
for sustainable Tea Coffee Cocoa

## Zusammenarbeit für nachhaltige Produktion

Weltweit arbeiten viele Organisationen mit dem Ziel einer besseren und gerechteren Weltwirtschaft. Es hat sich gezeigt, dass es dabei vor allem Kampagnen sind, die zum Erfolg führen. Auch aus diesem Grund haben wir uns als Organisationen in Österreich zusammengefunden, um eine nachhaltig gerechte Produktion von Schokolade zu erreichen. Mit dieser Broschüre starten wir in Österreich die Gründung eines gemeinsamen Netzwerkes mit Organisationen aus den Niederlanden. Diese sind zusammengefasst in der Tropical Commodity Coalition.

Die Tropical Commodity Coalition (TCC) mit Sitz in den Niederlanden umfasst acht nichtstaatliche Organisationen: Hivos, Oxfam-Novib, Solidaridad, Oikos, Somo, Fairfood, India Committee of the Netherlands, Both Ends sowie zwei Gewerkschaften, nämlich FNV Bondgenoten und CNV BedrijvenBond. Sie arbeitet mit NGOs und Gewerkschaften in kaffee-, tee- und kakaoproduzierenden Ländern zusammen, um die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bedingungen am jeweiligen Anfang der Kaffee-, Tee- und Kakao- Wertschöpfungskette zu verbessern.

Die TCC befasst sich mit den sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bedingungen in den Kaffee-, Tee- und Kakao- Wertschöpfungsketten, indem sowohl im Süden als auch im Norden informative Diskussionsrunden organisiert werden. Sie gewährleistet die Koordination zwischen den Mitgliedern, fasst Lerninhalte zusammen und

fördert den Austausch von Strategien, um ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit in der Kaffee-, Tee- sowie Kakaoproduktion zu schaffen und eine gemeinsame Vorgehensweise sicherzustellen. Ferner verbreitet sie ihre Kenntnisse und beeinflusst die Politik und die Vorhaben von Unternehmen, Zertifizierungsinitiativen, CSR-Initiativen, Regierungen, NGOs und Gewerkschaften, um auf effiziente Weise nachhaltige Vorgehensweisen in der Kaffee-, Tee- oder Kakaokette zu entwickeln und zu implementieren.

## Struktur der Broschüre

Ein wesentlicher Teil der Broschüre stammt von TCC mit dem Titel „Cacao Barometer 2009“. Bei einzelnen Themen haben wir als österreichische Initiative weitere Infos beigefügt mit dem Hinweis „Infobox“. Ab Seite 25 gibt es noch weitere Informationen zum Thema Kakao und FAIRTRADE.

War fairer Handel vor Jahren noch ein Nische, so ist die nachhaltige Produktion ein entscheidendes Kaufkriterium für viele Konsumentinnen und Konsumenten.

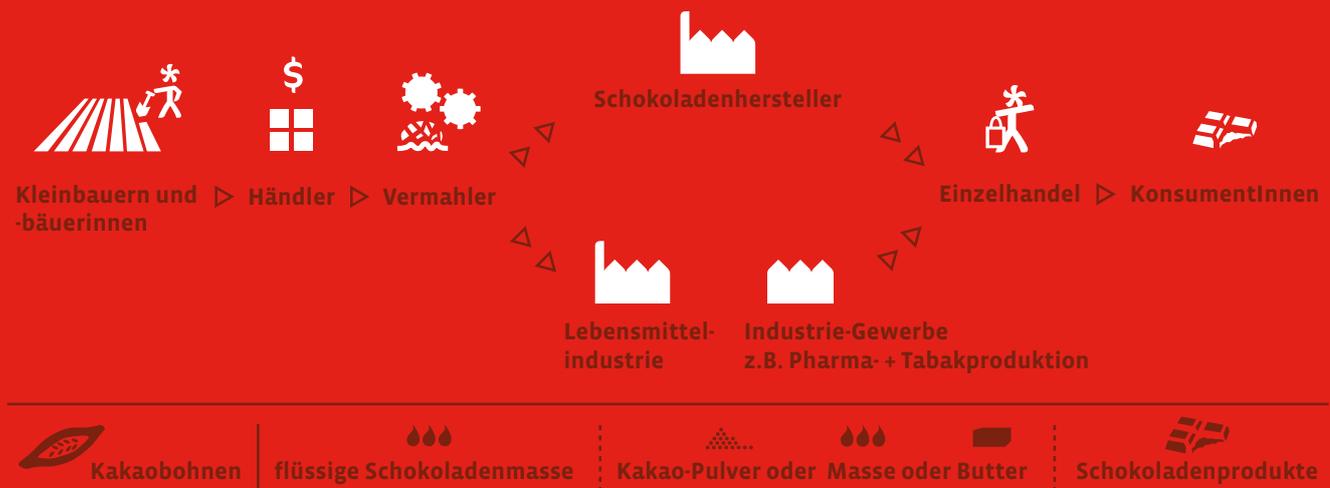
Diese Broschüre will informieren, aber auch Möglichkeiten zur Veränderung anbieten.

Mehr Information auch unter  
[www.teacoffeecocoa.org](http://www.teacoffeecocoa.org)

Raamweg 16  
P.O. Box 85565  
2508 CG Den Haag  
Tel + 31-70-3765500

[www.teacoffeecocoa.org](http://www.teacoffeecocoa.org)

# Abbildung 1 Kakao-Lieferkette



## Inhalt



- ① Einleitung Seite 6
- ② Kakao-Produktionstrends Seite 7
- ③ Kakao-Vermahlungstrends Seite 11
- ④ Schokolade-Herstellungstrends Seite 15
- ⑤ Kakao-Zertifizierungstrends Seite 17
- ⑥ Schokolade-Verbrauchstrends Seite 21
- ⑦ Schlussfolgerungen Seite 22
- ⑧ Wichtige Links, Abkürzungen und Literatur Seite 30

## Kontakte

Gewerkschaft PRO-GE  
Johann Böhm-Platz 1 | 1020 Wien  
Tel.Nr.+43 1 53444 69 DW 590  
gerhard.riess@proge.at  
www.proge.at/projekte

Südwind Agentur  
Laudongasse 40 | 1080 Wien  
Tel.Nr.+43 1 405 55 15 DW 328  
philip.doyle@suedwind.at  
www.suedwind.at

FAIRTRADE  
Tel.Nr.+43 1 533 09 56  
office@FAIRTRADE.at

Dreikönigsaktion  
Tel.Nr.+43 1 481 09 91  
herbert.wasserbauer@dka.at

Weltumspannend Arbeiten – WUSA  
Tel.Nr.+43 732 66 53 91-6053  
claudia.schuerz@oegb.at



## 1 Einleitung

Der Kakaosektor befindet sich an einem Scheideweg. Die Bedeutung der nachhaltigen Kakaoproduktion wird von HerstellerInnen, Regierungen, Unternehmen, NGOs und VerbraucherInnen in zunehmendem Maße erkannt. In zwei kürzlich erschienenen Berichten hat die Tropical Commodity Coalition die Aufmerksamkeit auf die relevanten Sachverhalte gelenkt und den Weg nach vorne festgelegt. Im Jahr 2007 enthielt *Sweetness follows* eine Übersicht des Weltkakaomarktes und den daran Hauptbeteiligten. Hier wurden auch die Bemühungen aller Beteiligten den Sektor nachhaltiger zu gestalten bewertet. Die Schlussfolgerung dieses Berichts lautet, dass keines der vorhandenen Programme die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Säulen der nachhaltigen Entwicklung miteinander verknüpft. Es wird hervorgehoben, dass für eine ernsthafte Vorgehensweise im Kampf gegen die bäuerliche Armut und die Umweltzerstörung das Kakao-Anbausystem als Ausgangspunkt dienen muss. *Breaking the vicious circle in the cocoa sector by scaling up training for cocoa smallholders* aus dem Jahre 2008 geht auf die wichtigen Unterstützungsprogramme für Kakaobauern ein. Daraus geht hervor, dass Schulungen wichtige Mittel sind, um den Armutskreislauf der KakaoproduzentInnen zu durchbrechen. Individuelle Unternehmensprogramme und Sektorinitiativen reichen, obwohl gut gemeint, nicht aus. Es werden damit nur sehr wenig Bauern und Bäuerinnen erreicht. Um eine umfassende Änderung zu bewirken, sind große Investitionen in das Bildungskapital in den Herkunftsländern erforderlich.

Im Jahr 2008 hat Oxfam International die detaillierte Sektoranalyse *Towards a sustainable cocoa chain* präsentiert. Aus dieser ging hervor, dass die SchokoladenherstellerInnen proaktiv sein müssen und sie die KundInnen darüber informieren, wie sie garantieren dass die Bestandteile ihrer Schokolade und Süßwaren auf wirtschaftlich, ökologisch und sozial verantwortungsbewusste Weise erzeugt und gehandelt werden.

Leider gibt es bisher weder einen Nachweis für nachhaltige, durch große Investitionen unterstützte Schulungsstrategien mit dem Ziel der Kompetenzerweiterung von KakaoproduzentInnen noch für Bemühungen, die Verbraucher auf dem Laufenden zu halten. *Die Kakao-Barometer-Broschüre 2009* ist darauf ausgerichtet, die Diskussion über einen nachhaltigen Kakaosektor voranzutreiben und diesen transparenter und deutlicher zu machen. Die Kakao-Wertschöpfungskette ist komplex und nicht leicht zugänglich. Dank der Hilfe spezialisierter Untersuchungsbüros, wie z.B. Food World R & C, Crem und Profundo, war es der Tropical Commodity Coalition möglich, Informationen über die bedeutenden Entwicklungen im Kakaosektor und über die Rolle der Vermahlungsunternehmen und Schokoladenhersteller zu sammeln, um den Sektor im Sinne der Nachhaltigkeit zu verändern.

Die Tropical Commodity Coalition möchte, dass die Entwicklungen, die im Kakaosektor stattfinden, für VerbraucherInnen, NGOs, Gewerkschaften, Regierungen und Unternehmen sichtbar sind. Wir hoffen, dass dieser Bericht zu der äußerst notwendigen Diskussion darüber beiträgt, wie der Kakaosektor jetzt und in Zukunft nachhaltig gestaltet werden kann. Die *Kakao-Barometer-Broschüre 2009* richtet sich mit Worten und Zahlen an die Hauptbeteiligten in der Vermahlung von Kakaobohnen und der Herstellung von Schokolade. Da mit der Zertifizierung begonnen wurde und diese sich weiter ausbreitet, ist eine Übersicht der Verfügbarkeit von zertifiziertem Kakao und dessen Beschaffung durch multinationale HerstellerInnen enthalten. Die Tropical Commodity Coalition hat die *Kakao-Barometer-Broschüre 2009* bei der zweiten Konferenz für eine nachhaltige Kakaowirtschaft in Trinidad 2009 präsentiert und damit versucht, ein weltweit gemeinsames Verständnis der Nachhaltigkeit zu schaffen. Der Bericht dient auch als Grundlage für Diskussionen mit einzelnen Unternehmen, Gewerkschaften, NGOs und Wirtschaftsverbänden sowie für Sektor- und VerbraucherInneninitiativen.



## 2 Kakao-Produktionstrends

Die International Cocoa Organization (ICCO) schätzt, dass ca. 3 Millionen Kleinbauern und -bäuerinnen für 90% der weltweiten Kakaoproduktion sorgen. Die Kakaobohne wird in den Kleinbetrieben mit arbeitsintensiven Verfahren angebaut und verarbeitet und ist häufig die Haupteinnahmequelle der Familien. In der primären Kakaoerzeugung sind weltweit etwa 14 Millionen ArbeiterInnen beschäftigt. Seit vielen Jahrzehnten ist Westafrika die wichtigste Region für den Kakaoanbau. In nur vier Ländern (Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria und Kamerun) bearbeiten mehr als 2 Millionen Kleinbauern und -bäuerinnen und deren Familien etwa 70% der weltweit angebauten Kakaobohnen.

Die derzeit in London und New York geltenden Marktpreise für Kakao sind die höchsten seit 1986. Dies liegt vor allem an der schlechten Ernte, an abnehmenden Pufferbeständen und einer zunehmenden Nachfrage. Die Kakaoproduktion der Elfenbeinküste, des Hauptproduzenten, betrug 20% weniger als die der letzten Saison.



Die Kakaoernte 2008/09 wurde durch Baumkrankheiten beeinträchtigt. Der sich daraus ergebende Ernteverlust wird auf 200.000 Tonnen geschätzt. Die Probleme in der Elfenbeinküste sind so ernst, dass ein „vollständiger Einbruch des Sektors nicht ausgeschlossen werden kann, wenn keine Maßnahmen ergriffen werden“.<sup>1</sup>

Außerdem nehmen die Lagerbestände ab, wie sich aus einem stark rückgängigen Vermahlungsverhältnis zeigt. Im Jahr 2007/08 fiel das Vermahlungsverhältnis auf 41%, den niedrigsten Wert seit 1986.<sup>2</sup>

Die weltweite Produktion von Kakaobohnen betrug im Jahr 2007/08 etwa 3,7 Millionen Tonnen. Obwohl der derzeitige wirtschaftliche Rückgang voraussichtlich die künftige Nachfrage nach Schokoladenprodukten beeinträchtigen wird, geht die ICCO für das Jahr 2012 von einem Bedarf in Höhe von mindestens 4,4 Millionen Tonnen aus, um der zunehmenden Vermahlungsnachfrage zu entsprechen.<sup>3</sup> Um dieser Nachfrage gerecht zu werden, muss die weltweite Produktion innerhalb kürzester Zeit um fast 20% zunehmen.

### Industrieinitiativen, Sektorinitiativen und Landesstrategien

Die politische Antwort der Kakao erzeugenden Länder auf diese Nachfragedynamik ist für die Bauern von entscheidender Bedeutung. Obwohl Ghana und Indonesien eine Investitionsbereitschaft in ihre jeweiligen Kakaosektoren zeigen, sind die staatlichen Mittel zur Vorbereitung der landwirtschaftlichen Kleinbetriebe auf diese enorme Produktionssteigerung begrenzt. Durch den Mangel an Investitionen in öffentliche Einrichtungen in den meisten Erzeugerländern wie z.B. Forschungsinstitute, Beratungsservice und Wirtschaftsverbände, verfügen die ErzeugerInnen nicht über angemessene Einrichtungen und Unterstützung, wie Know-how, Inputs, Pflanzmaterial, Technologie und in einigen Ländern Marketing. Kapazitätserweiterung, Schulung sowie der Informations- und Kennntnisaustausch zwischen Millionen von Kleinbauern und -bäuerinnen erfordern landesweite Einrichtungen. Die Umstrukturierung ist zeitaufwendig und kostspielig und erfordert von den Erzeugerländern eine langfristige Verpflichtung und Perspektive.

► weiter auf Seite 10



**Abbildung 2: Industrieinitiativen, Sektorinitiativen und Landesstrategien um die Kakaoproduktion in Elfenbeinküste und Ghana bis 2012 zu verbessern**

## Elfenbeinküste

87.345 trainierte Bauern und Bäuerinnen durch WCF, STCP, B & M Gates Foundation

100.500 trainierte Bauern und Bäuerinnen durch individuelle Initiativen der Industrie

612.155 andere Bauern und Bäuerinnen

800.000 Bauern und Bäuerinnen in Elfenbeinküste produzieren 1.385.000 Tonnen gegenüber 1.635.000 nachgefragten Tonnen in 2012



### Individuelle Industrieinitiativen

**ADM:** SERAP training (25.000 Bauern und Bäuerinnen)

SIFCA training (10.000 Bauern und Bäuerinnen)

ADM/OLAM traceable cocoa (12.000 Bauern und Bäuerinnen)

**Cargill:** Farmer Field School training (17.000 Bauern und Bäuerinnen)

Farmer Quality Program (10.000 Bauern und Bäuerinnen)

Cocoa Community Logistics Program (6.500 Bauern und Bäuerinnen)

**Barry Callebaut:** Quality Partner Program (15.000 Bauern und Bäuerinnen)

**Nestle:** Partnership Program (3.000 Bauern und Bäuerinnen)

**Kraft /Amarjaro/RA:** (2.000 Bauern und Bäuerinnen)

### Landesstrategie

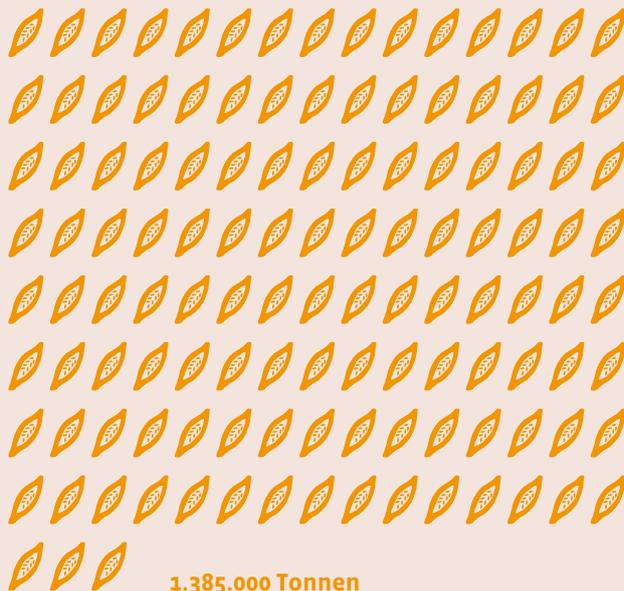
Die Versorgung mit Kakao in Elfenbeinküste ist mittelfristig nicht gesichert. Über 1 Million Kleinbauern und -bäuerinnen haben aufgrund der geringen Einkünfte das Interesse am Kakaoanbau verloren. Ein fortwährender Bürgerkrieg und politische Instabilität verstärken das Problem. Zahlreiche Kakaoplantagen sind veraltet und müssen neu angepflanzt werden. Es fehlt jedoch an Infrastruktur (Kreditsystemen, Beratungsservice, verbesserten Arten, Marktzugängen) und an wirtschaftlichen Impulsen für eine regelmäßige Neupflanzung.

**Ziel für 2012: Steigerung von 18% auf 1.635.000 Tonnen.**

Gutes Training kann die Produktivität der Bauern und Bäuerinnen um 25% erhöhen. 188.345 Bauern und Bäuerinnen können die Produktion um **81.350 Tonnen** erhöhen.



**Die Zunahme von 125.000 Tonnen ist nicht groß genug, um das Wachstumsziel von 18% von 1.635.000 Tonnen in 2012 in Elfenbeinküste zu erreichen.**





10.000 trainierte Bauern und Bäuerinnen	10.000 Tonnen Kakaoproduktion
10.000 andere Bauern und Bäuerinnen	25% Steigung
	28% Steigung

## Ghana

56.285 trainierte Bauern und Bäuerinnen durch WCF, STCP, B & M Gates Foundation

180.000 trainierte Bauern und Bäuerinnen durch individuelle Industrieinitiativen (150.000 Cadbury)

208.715 andere Bauern und Bäuerinnen

445.000 Bauern und Bäuerinnen in Ghana produzieren in 2007/08 690.000 Tonnen gegenüber 882.000 nachgefragten Tonnen in 2012

### Individuelle Industrieinitiativen

**Cadbury:** Cocoa Partnership Program (150.000 Bauern und Bäuerinnen)

**Cargill:** Rural Education Program (30.000 Bauern und Bäuerinnen)

### Landesstrategie

In Ghana hat die Regierung vor kurzem ihre Politik zur Förderung des Kakaoanbaus angekünnaohen. Aufgrund aktueller Probleme wird dieses Ziel wahrscheinlich jedoch nicht erreicht.



Ziel für 2012 ist ein Steigerung von 28% auf 882.000 Tonnen

Durch geeignetes Training kann die Produktivität um 25% erhöht werden. 236.285 Bauern und Bäuerinnen können die Produktion um **92.200 Tonnen** erhöhen.



690.000 Tonnen

**Der Anstieg der Produktion um 92.200 Tonnen ist nicht genug, um das Wachstumsziel von 28% auf 882.000 Tonnen in Ghana zu erreichen.**



► Die Beteiligung von Unternehmen an verschiedenen Initiativen zur Optimierung der Funktionsweise der Kakao-Wertschöpfungskette für Kakaobauern und -bäuerinnen und ArbeitnehmerInnen ist in **Abbildung 2 (S.8-9)** dargestellt. Unter Berücksichtigung der Bedürfnisse und der voraussichtlichen Zunahme der Kakaoproduktion sehen die Bemühungen zur Verbesserung der Situation sehr bruchstückhaft aus. Alle Vermahlungsunternehmen und einige Schokoladenhersteller sind in der Elfenbeinküste und in Ghana auf landesweiter Ebene an einzelnen abgegrenzten Programmen oder an Sektorinitiativen mit begrenztem Umfang beteiligt. Die nationalen Kakaosektoren müssen von mehreren Unternehmen mit erheblichen Investitionen unterstützt werden, wie z.B. Cadbury, die vor kurzem 34 Millionen Euro für einen langfristigen Zeitraum von 10 Jahren zugesichert hat, um 500.000 Bauern und Bäuerinnen in Ghana zu erreichen.<sup>4</sup>

Alle vorgesehenen individuellen Industrie-Schulungsprogramme erreichen gemeinsam bis 2010 nur 280.500 der 2 Millionen westafrikanischen Bauern und Bäuerinnen. Dies entspricht weniger als 14%. Die Industriesektorinitiativen, wie z.B. WCF, unterstützen bis 2011 150.000 Bauern und Bäuerinnen über das STCP und weitere 134.158 Bauern und Bäuerinnen bis 2012 über die Gates Foundation. Mit die-

sen zwei Initiativen werden weitere 15-16% der westafrikanischen Bauern und Bäuerinnen betreut. Die Prognose lautet, dass bis 2012 ein Drittel aller Kakaobauern und -bäuerinnen in Westafrika geschult werden. Es wird davon ausgegangen, dass die geschulten Bauern und Bäuerinnen ihre Produktion um 25% steigern können und jährlich zusätzlich 232.000 Tonnen produzieren. Die Nachfrage nimmt jedoch viel schneller zu. Im Jahr 2012 wäre eine zusätzliche Produktion von 600.000 Tonnen Kakaobohnen erforderlich, um ein akzeptables Nachfrage-Deckungsverhältnis zu gewährleisten. Signifikante Bemühungen für Investitionen in das Bildungskapital von Bauern und Bäuerinnen sind dringend erforderlich und notwendig, um der voraussichtlichen Qualität und Quantität der Kakaobohnen zu entsprechen.

Momentan investieren Cargill und Mars intensiv in Vietnam, um Plantagen zu unterstützen und zu gründen, die im Jahr 2012 100.000 Tonnen hochwertigen Kakao produzieren sollten, um die voraussichtlichen Produktionsmängel in Westafrika auszugleichen. Es wäre sinnvoll und lohnend, gleichartige Investitionen vorzunehmen, um die Produktion und Qualität der westafrikanischen Bauern und Bäuerinnen zu steigern.



### 3 Kakao-Vermahlungstrends

Eine der Haupteigenschaften der Kakao-Lieferkette (**Abbildung 3**) ist die zunehmende Dominanz internationaler Unternehmen bei den Handels-, Verarbeitungs- und Herstellungstätigkeiten: ADM, Barry Callebaut und Cargill sind die bedeutendsten Vermahlungsunternehmen. Gemeinsam mit Petra Foods und Blommer kontrollieren sie

über 50% der weltweiten Vermahlungen und der weltweiten Produktion flüssiger Schokolade (**Abbildung 3**). In Anbetracht des Umfangs ihrer Investitionen in Kapazitätserweiterungen und neue Werke wird der Marktanteil dieser Unternehmen in den kommenden Jahren mit Sicherheit zunehmen.

**Abbildung 3** Kakaoverarbeitende Unternehmen und deren Vermahlungsanlagen und Flüssigschokoladenproduktion im Jahr 2008

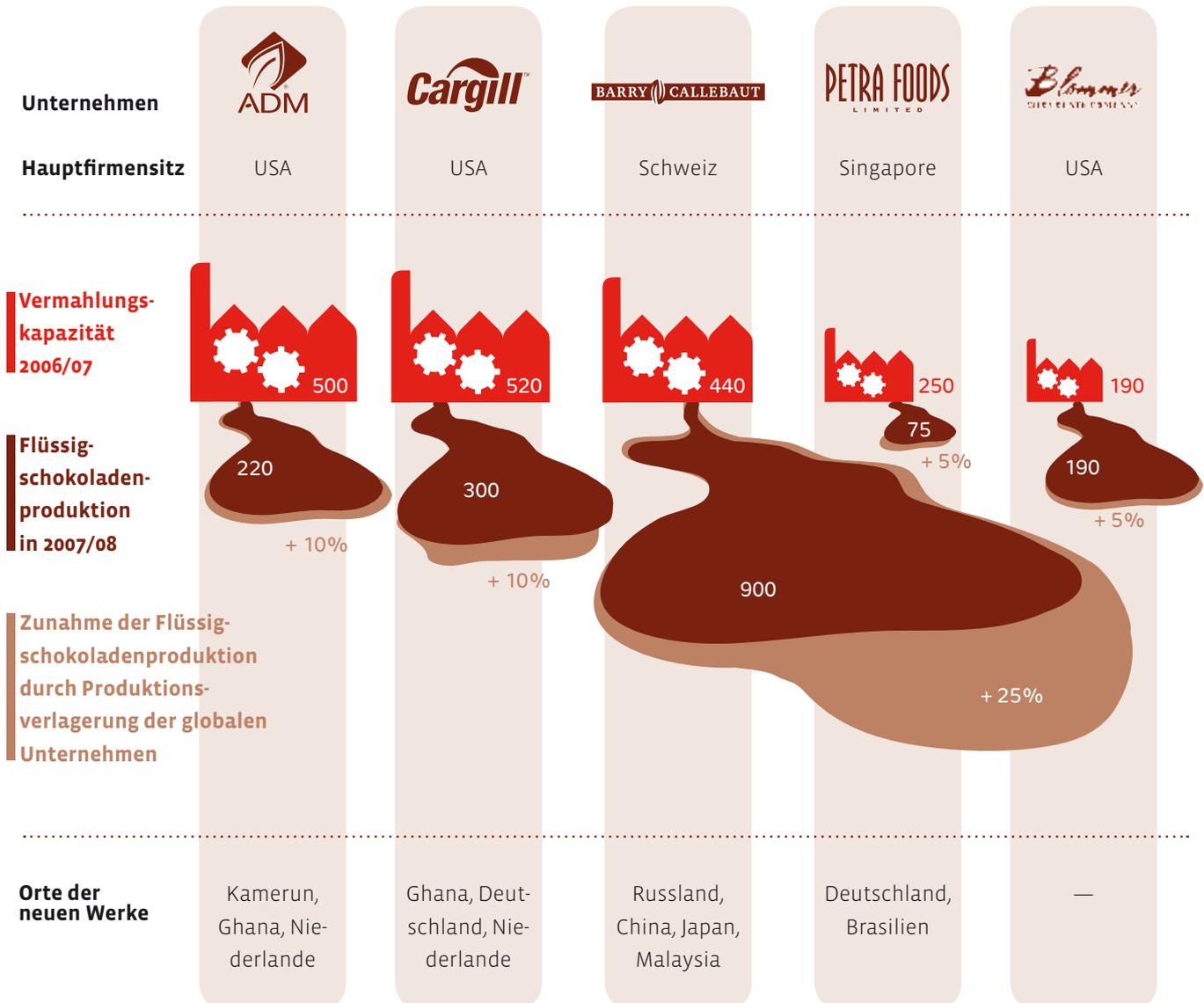


Abbildung in 1.000 Tonnen



## Abbildung 4 Von der Europäischen Union erhobene Importgebühren für Kakao und Kakaoprodukte

Produkt	EPA Länder	APS Länder	Drittländer
	z.B. Kamerun, Ghana und Elfenbein- küste	z.B. Indonesien, Brasilien, Malaysia und Nigeria	z.B. Ecuador
 Kakaobohnen	0%	0%	0%
 Kakaobutter	0%	4.2%	7.7%
 Kakaomasse	0%	6.1%	9.6%
 Kakaopulver	0%	2.8%	8.0%

**EPA:** Die EU gewährt einigen afrikanischen, karibischen und pazifischen Staaten (AKP-Staaten), zu denen sie durch ihre Kolonialgeschichte ein besonderes Verhältnis hat, bevorzugte Zolltarife. Derzeit ist die EU bestrebt, die Bestimmungen des seit 2000 gültigen Cotonou-Vertrags durch Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (Economic Partnership Agreements – EPAs) zu ersetzen. Der bisher einseitig bevorzugte Zugang der AKP-Staaten zum EU-Markt wird mit ihnen durch ein echtes Freihandelsabkommen ersetzt. Beide Partner sind dann verpflichtet, ihre Märkte zu öffnen. Wichtige Kakao-Exportländer wie Ghana, Elfenbeinküste oder Kamerun hatten schon bisher begünstigten Zugang zum europäischen Binnenmarkt. Für die nicht-exportorientierte Landwirtschaft sind EPAs eine Bedrohung: Lokale Kleinbauernfamilien können mit den Billigimporten aus der industrialisierten EU-Landwirtschaft nicht mithalten und stehen damit vor dem Ruin.

**APS:** Durch ein Allgemeines Präferenzsystem (APS) (engl.: Generalised system of preferences – GSP) gewährt die EU manchen Entwicklungsländern, die nicht in die AKP-Gruppe fallen, für bestimmte Produktgruppen einseitig günstigere Zölle für deren Exportprodukte. Diese sind an bestimmte politische, soziale, ökologische und wirtschaftliche Auflagen gebunden, die die EU im Gegenzug verlangt. Als Sanktion für unlautere Handelspraktiken, die Duldung von Zwangs- oder Kinderarbeit sowie unzureichende Kontrolle bei der Drogenausfuhr können die Präferenzen ausgesetzt werden.

**Drittländer:** inkludiert alle anderen Länder

Interessanterweise geht die entscheidende Rolle dieser Vermahlungsunternehmen nicht aus der Wertschöpfungskette hervor. Die Vermahlungsunternehmen sind den Bauern und Bäuerinnen am nächsten und müssen mit anderen Vermahlungsunternehmen und Regierungen zusammenarbeiten, um eine hochwertige Produktion und ein ausreichendes Volumen zu gewährleisten. In den meisten Ländern hat sich die regionale Infrastruktur für Marketing und Beratung verschlechtert und muss daher verstärkt werden.

Die Dynamik der Wertschöpfungskette ist durch die Gründung neuer Vermahlungsanlagen in den Produktionsländern und durch die Errichtung neuer Produktionsstätten für Flüssigschokolade in den Verbraucherländern evident. Vermahlungsunternehmen entwickeln sich zu Herstellern von Flüssigschokolade und beliefern Schokoladenhersteller, wie Mars und Nestlé. ADM hat zum Beispiel vor kurzem das deutsche Werk von Schokinag mit einer Produktionskapazität zur Herstellung von Flüssigschokolade von mehr als 60.000 Tonnen übernommen. Bis 2012 werden die Schokoladenhersteller bis zu 20-25% ihrer Flüssigschokoladenproduktion an die Vermahlungsunternehmen vergeben. Dies entspricht einer Flüssigschokoladenmenge zwischen 350.000 und 550.000 Tonnen. Der fortschreitende Konzentrationsprozess im Vermahlungsbereich der Zulieferkette ist überdeutlich. Im Jahr 2012 wird Barry Callebaut einen Marktanteil von etwa 50 bis 55% besitzen und weltweit 1,4 Millionen Tonnen an Flüssigschokolade produzieren<sup>5</sup> (Abbildung 3).

Die Vermahlungsvolumina werden aufgrund der zunehmenden Nachfrage auf den neuen Märkten in Brasilien, China, Indien und Russland voraussichtlich jährlich um durchschnittlich 1,5 bis 2% zunehmen. 2007/08 betrug das gesamte Vermahlungsvolumen an Kakaobohnen 3.744.000 Tonnen, von denen 38% in den Erzeugerländern und 62% in den kakaoimportierenden und -verbrauchenden Ländern verarbeitet wurde.<sup>6</sup> Der Vergleich der Vermahlungsvolumen zeigt, dass die Bohnen überwiegend in den Verbraucherregionen verarbeitet werden. Es ist jedoch klar, dass in Zukunft größere Volumen in den kakaoproduzierenden Ländern verarbeitet werden.



Die Investitionen in Vermahlungswerke in Westafrika wird von der Politik der Europäischen Union gefördert. Die EU hat keine Importbeschränkungen für Kakaobohnen, verlangt aber unterschiedliche Importgebühren für verarbeiteten Kakao (Butter, Paste und Pulver) für die von den EPA-Ländern, APG-Ländern und Drittländern<sup>7</sup> (Abbildung 4). Verarbeiteter Kakao kann zollfrei in die EU importiert werden, wenn dieser aus einem der am wenigsten entwickelten Länder (EPA), wie Ghana, Elfenbeinküste und Kamerun, stammt. Die EU erhebt eine Importgebühr für verarbeitete Kakaoprodukte, die aus anderen Ländern, wie z.B. Brasilien, Indonesien, Malaysia, Nigeria und Ecuador, stammen. Demnach schützen die Importgebühren die kakaoverarbeitende Industrie in der EU und entmutigen gleichzeitig kakaoproduzierende Nicht-EPA-Länder, eine eigene Verarbeitungsindustrie zu errichten, um ihren Kakaoexporten eine lokale Wertschöpfung hinzuzufügen. Dennoch haben Elfenbeinküste und Ghana durch eine Senkung der Exportsteuer für Kakaopulver, -butter und -paste Mechanismen zur Förderung der lokalen Verarbeitung festgelegt.

Elfenbeinküste ist nicht nur der größte Erzeuger von Kakaobohnen, sondern mit 9,5% des weltweiten Vermahlungsvolumens auch der größte Verarbeiter in den produzierenden Ländern. Die ausländischen Multinationals ADM, Barry Callebaut und Cargill beherrschen mit über 70% des Volumens den lokalen Vermahlungsmarkt der Elfenbeinküste<sup>8</sup>. Vor kurzem hat Ghana nach einer jahrelangen Einschränkungspolitik ausländische Vermahlungsfirmen begrüßt (Abbildung 5). Im Jahr 2008 hat Cargill eine große Vermahlungsanlage mit einer Anfangskapazität von 65.000 Tonnen gegründet und ADM folgt im Jahr 2009.<sup>9</sup> Mit dieser Erweiterung werden nur 40% der Kakaobohnen in Ghana von lokalen Unternehmen verarbeitet. Daraus wird klar, dass die produzierenden Länder nicht den vollen Vorteil der zusätzlichen Wertschöpfung durch die Verarbeitung erzielen werden.

**Abbildung 5** Vermahlung in produzierenden und verbrauchenden Ländern in den Jahren 2007/2008

**Vermahlung in produzierenden Ländern**

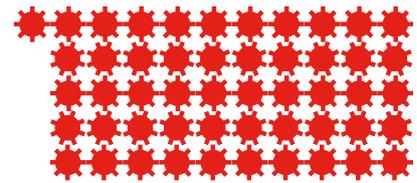
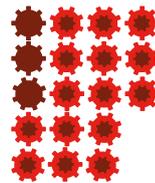
**Vermahlung in verbrauchenden Ländern**

 Lokale Vermahlungsunternehmen

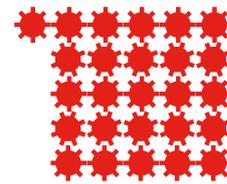
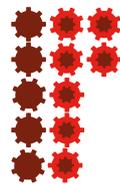
 Globale Vermahlungsunternehmen

 Globale Vermahlungsunternehmen

**Elfenbeinküste** 1,385,000 t



**Ghana** 690,000 t



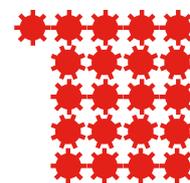
**Nigeria** 195,000 t



**Kamerun** 200,000 t



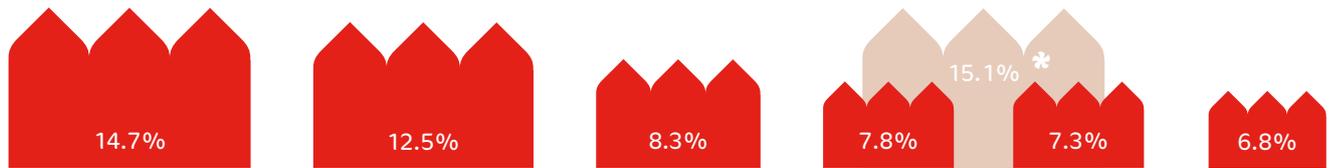
**Indonesien** 570,000 t





**Abbildung 6** Bedeutende Schokoladenhersteller und deren Anteil am Weltmarkt im Jahr 2007

**Unternehmen & deren Marktanteil**



**MARS**



**HERSHEY'S**

**kraft foods**  
Make Today delicious

**Cadbury**

**FERRERO**



**Produktionsstandorte**

Europa, China, Russland, USA, Brasilien, Mexiko

Alle Kontinente, Nigeria, Südafrika

USA, Mexiko, Brasilien, Indien

Europa, USA, Argentinien, Mexiko

Europa, Russland, Neuseeland, Australien, Argentinien, Afrika

Europa, Russland

**Ausbreitung nach**

Dubai

Russland, Osteuropa

Mexiko, Indien, Japan

Polen, Rumänien

Russland, Deutschland, Indien

**\* Infobox**

Kraft hat von Cadbury Anfang Februar 2010 nun 75,4% der Aktienmehrheit erworben. Kaufpreis: 13,2 Mrd. Euro. So entsteht der weltgrößte Süßwarenkonzern mit 15,1% Marktanteil.



## 4 Schokolade-Herstellungstrends

Der weltweite Verbrauch von Schokolade und anderen Kakaoprodukten wird von Europa (49%) und Nordamerika (22%) beherrscht. Im Jahr 2008 betrug der durchschnittliche Verbrauch von Schokoladenprodukten in Europa 5,2 kg pro Person. Die Nachfrage nach Kakao wird auf den neuen Märkten voraussichtlich zunehmen: Brasilien, China, Indien und Russland. Im Hinblick auf die Konzentration wird der Schokoladen- und Süßwarenmarkt weltweit von sechs Unternehmen beherrscht: Cadbury Schweppes, Ferrero, Hershey, Kraft, Mars and Nestlé (**Abbildung 6**).<sup>10</sup> Im Jahr 2007 wurde der gesamte Markt für Schokoladenprodukte auf einen Wert von ca. € 54 Milliarden geschätzt<sup>11</sup> und die sechs oben genannten Unternehmen hatten gemeinsam einen Marktanteil von fast 60%.

Als Strategie, um als weltweiter Schokoladenhersteller anerkannt zu werden und um diesen Status zu halten, wenden die meisten Unternehmen zunehmende Kapitalsummen für Produktinnovation, Entwicklung, Markenpolitik und Marketing auf. Drei Arten der Produktionsverlagerung sind in der Industrie evident: erstens die Verlagerung der primären Verarbeitung (Pressen von Kakaobohnen zu Masse, Butter und Pulver) zweitens die Verlagerung von Flüssigschokolade (die voraussichtlich von derzeit 10% auf bis zu 20 bis 25% im Jahr 2012 zunehmen wird)<sup>12</sup> und drittens die Verlagerung endgültiger Verbraucherprodukte an andere Unternehmen (Nestlé vergab z.B. die Produktion des Lion-Riegels an Barry Callebaut).

Die meisten führenden Schokoladenprodukte werden bisher nicht als weltweite Marke geführt. Alle bedeutenden Schokoladenhersteller sind sehr mit der Schaffung wirklicher weltweiter Marken beschäftigt, um ihre Stellung auf den alten und neuen Märkten mit anscheinend uneingeschränkten Investitionen in das Marketing zu festigen. Mars ist wahrscheinlich mit der Entwicklung weltweiter Marken am weitesten. Schokoladenhersteller entwickeln spezielle Geschmacksrichtungen für verschiedene Märkte und Länder, um den Vorzügen der VerbraucherInnen zu entsprechen. Hershey fokusierte sich jahrzentelang auf den us-amerikanischen Markt mit dem typischen amerikanischen Schokoladengeschmack. Sie haben vor kurzem mit der Produktion in Mexiko und Brasilien begonnen, um auf die neuen Märkte vorzudringen. Cadbury ist ein

britisches Unternehmen, das sich auf die USA, Australien und Neuseeland konzentriert hat und kürzlich auf 12 neue Kernmärkte, einschließlich der BRIC-Länder (Brasilien, Russland, Indien, China) und Südafrika, umgestiegen ist.

### Marketing-Etats

Die Marketing-Ausgaben der führenden Schokoladenhersteller sind außerordentlich hoch und nehmen weiter zu. Ferrero hat 2008 beispielsweise mehr als 19% ihrer Kosten für Marketing aufgewendet. **Abbildung 7** zeigt die Ausmaße der Marketing-Ausgaben der sechs führenden Schokoladenhersteller für weltweite Markeneinführungen und zur Erschließung neuer Märkte.

Wenn die sechs führenden Schokoladenhersteller, Nestlé, Mars, Cadbury, Ferrero, Kraft und Hershey, nur 1% ihrer Marketing-Ausgaben (d.h. 86.000.000 Dollar) in Schulungsprogramme und Einrichtungen für Bauern und Bäuerinnen abzweigen würden, könnten 50% aller Kakaobauern und -bäuerinnen im größten kakaoproduzierenden Land, Elfenbeinküste, innerhalb eines Jahres erreicht werden.

Der allgemeine Schokoladenmarkt ist in den bedeutendsten Verbraucherregionen gesättigt und verzeichnet ein mageres Wachstum von 1 bis 2% pro Jahr. Der Markt für hochwertige Schokolade nimmt um mehr als 10% zu und erzielt höhere Gewinne. Deshalb sind Investitionen in neue hochwertige Produkte für die meisten Hersteller eine wichtige Strategie. Mehrere multinationale Konzerne haben sich spezialisierende Firmen übernommen, so hat z.B. Hershey Dagoba Organic LCC/Scharffen Berger und Cadbury Green & Black's übernommen. Mars begab sich im Jahr 2008 durch die Einführung von M&M Premiums in den USA auf den Markt für hochwertige Schokoladenprodukte. 2008 kündigte Nestlé die Umwandlung der Cailler-Fabrik zu einer zentralen Forschungs- und Entwicklungseinrichtung für die Entwicklung von hochwertiger Schokoladenprodukten an.

Aufgrund zunehmender Diskussionen über gesunde Lebensstile und über die Gefahren der Fettleibigkeit ist die Entwicklung von gesunden Schokoladenprodukten für die Schokoladenhersteller jetzt eine Priorität. Barry Callebaut, Mars und Nestlé widmen einen großen Anteil



ihres Etats für Forschung und Entwicklung der Schaffung von Schokoladenprodukten, die die Gesundheit und das Wohlbefinden durch Verringerung des Zuckergehalts und/oder Vermeidung von Antioxidanten fördern.

Eine weitere wichtige Entwicklung, die im folgenden Abschnitt geschildert wird, ist die starke Zunahme von

Verhaltenskodizes und Zertifizierungen im Kakaosektor. Kennzeichnung von Nachhaltigkeit durch Verbrauchertiketten mit Zertifizierung wird immer mehr als gute Geschäftspraxis betrachtet. Ein gutes Beispiel in den Niederlanden ist die Entscheidung von Verkade (United Biscuits), alle ihre Schokoladenprodukte im Jahr 2009 mit Fair Trade zu zertifizieren.

### Abbildung 7 Marketing-Etats der sechs führenden Schokoladenhersteller im Jahr 2008

#### Gesamtumsatz



Mit **1%** (86.000.000 \$) **der Marketingkosten** könnten **430.000 Bauern und Bäuerinnen** (50% aller Bauern und Bäuerinnen in Elfenbeinküste) ausgebildet werden.



Die sechs führenden Schokoladenhersteller gaben ungefähr **20%** des Jahresumsatzes für **Marketing** aus: 8.600.000.000 \$

10.000 Bauern und Bäuerinnen  
 1 Prozent des Gesamtumsatzes



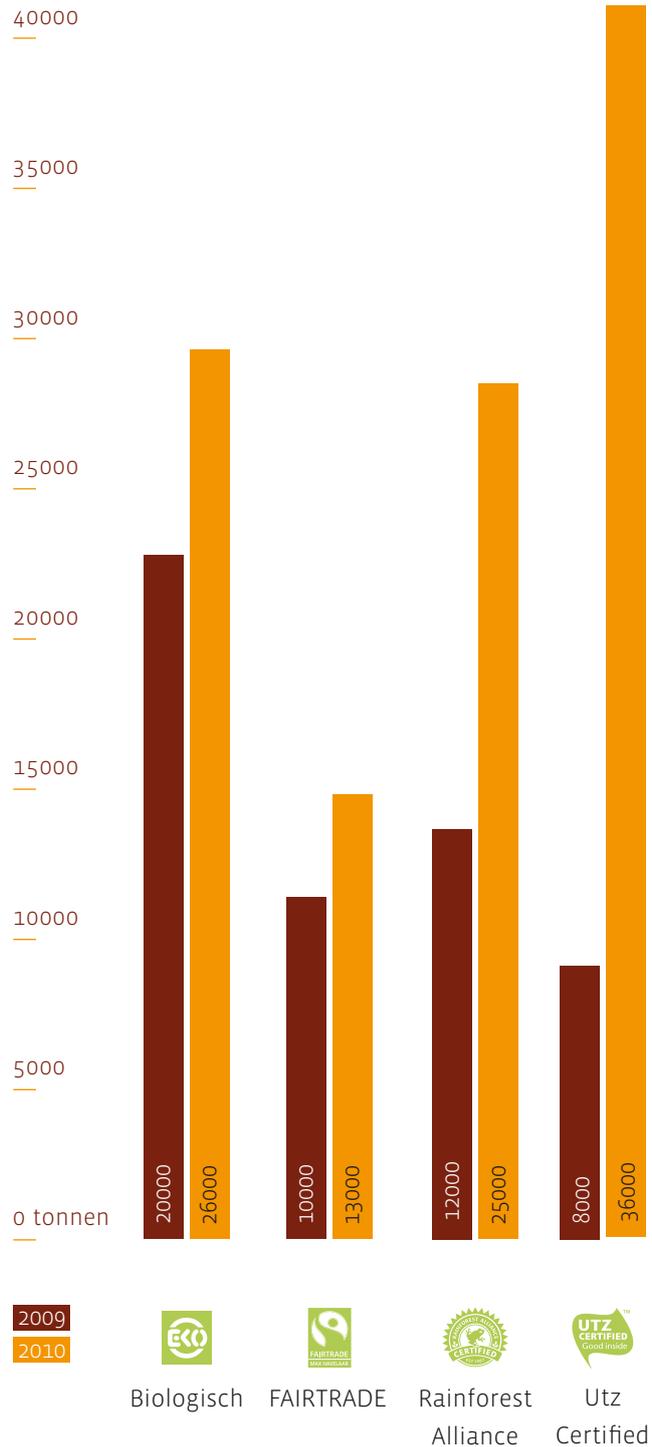
## 5 Kakao-Zertifizierungstrends

Verhaltenskodizes und die Zertifizierung von Kakao haben in den letzten Jahren aufgrund des wachsenden Verbraucherbewusstseins in Bezug auf die Produktionsverfahren von Lebensmitteln und deren Einfluss auf Armut und Umwelt stark zugenommen. Die Zertifizierung ist das Verfahren, bei dem eine Zertifizierungsinstitution die schriftliche Garantie erteilt, dass die Qualität des Kakaos und das Herstellungsverfahren überprüft wurden und dass beide den festgelegten Anforderungen entsprechen. Für den Kakaosektor sind vier weltweite Zertifizierungsstandards von Bedeutung, und zwar FAIRTRADE, Organic, Rainforest Alliance und Utz Certified.<sup>33</sup>

Verhaltenskodizes fordern von LieferantInnen, dass die Normen für Lebensmittelsicherheit, Arbeitsbedingungen und umweltverträgliche Produktionsverfahren erfüllt werden. Diese marktorientierte Vorgehensweise zur Entwicklung der Nachhaltigkeit des Kakaosektors bietet den Herstellern zahlreiche Möglichkeiten die Kleinbauern und -bäuerinnen zu unterstützen, wie zum Beispiel durch Schulung, Zugang zu neuen Märkten und verbesserte Effizienz und Erträge. Die Übernahme und Implementierung dieser Normen kann die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Bedingungen eines Kakaobauern und -bäuerinnen direkt verbessern und schützen. Eine vollständige Nutzung der Vorteile ist für die, die es am meisten benötigen, jedoch durch verschiedene Hindernisse eingeschränkt, wie z.B. begrenzte Nachfrage, Investitionen und Prüfungskosten.

Das Angebot von zertifiziertem Kakao nimmt schnell zu. Im Jahr 2010 wird die Menge an zertifiziertem Kakao voraussichtlich über 100.000 Tonnen betragen, was 3% des Weltmarktes entspricht. Bei allen Zertifizierungsstandards wird davon ausgegangen, dass die Nachfrage nach zertifiziertem Kakao in naher Zukunft um 40% zunehmen wird (**Abbildung 8**). Kenntnisse über das Zertifizierungsverfahren und Schulungen sind in den produzierenden Ländern zwar vorhanden, aber der Druck von VerbraucherInnen, Gewerkschaften und NGOs ist für eine vollständige Durchsetzung unerlässlich. Aus der Sicht der Unternehmen ist Zertifizierung in den meisten Fällen die Schaffung einer sicheren und vertrauenswürdigen Produktionskette für die Verbraucher. Ohne Druck von außen wird die Unternehmenspolitik jedoch nicht unbedingt auf eine Förderung und Sicherung nachhaltiger Produktionsketten, einschließlich aller relevanten wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekte, ausgerichtet.

**Abbildung 8** Voraussichtliche Verfügbarkeit von zertifiziertem Kakao in den Jahren 2009 und 2010





**Abbildung 9** zeigt das Interesse der Vermahlungsunternehmen an der Zertifizierung sowie die Dynamik des Marktes. Der größte Schub für den Markt wird von Cargill kommen, wenn es gelingt, im Jahr 2010 36.000 Tonnen Utz Certified Bohnen als zertifizierte Bohnen an die wichtigsten Schokoladenhersteller zu verkaufen. ADM liefert Organic- und FAIRTRADE-Kakao an Großbritannien. ADM führt außerdem ein transparentes Kakao-Anbauprogramm durch, mit dem mehr als 20.000 Tonnen für ausgewählte KundInnen in Elfenbeinküste produziert werden.<sup>34</sup> Barry Callebaut verarbeitet Organic- und FAIRTRADE-Kakao in einem größeren Umfang und ist an organischen Kakao-Produktionsprogrammen in Tansania, Uganda, der Dominikanischen Republik und Brasilien beteiligt.<sup>35</sup> Vor kurzem hat Blommer erstmals Zertifizierungsprojekte mit Olam in der Elfenbeinküste mit der Rainforest Alliance durchgeführt und eine eigene Rainforest Alliance Schokolade auf den Markt gebracht. Eigentlich ist jedes Vermahlungsunternehmen, mit Ausnahme von Petra Food, mit den Anforderungen für die Zertifizierung vertraut.

**Abbildung 10** zeigt, dass Cadbury der erste multinationale Schokoladenhersteller ist, der auf dem britischen und irischen Markt zertifizierten FAIRTRADE-Kakao für ein konventionelles Schokoladenprodukt verwendet. Dadurch wird die Anlieferung von FAIRTRADE-Kakao aus Ghana von etwa 5.000 Tonnen auf jährlich 15.000 Tonnen verdreifacht. Die Ankündigung von Cadbury entspricht dem Kakao-Partnerschaftsprogramm, d.h. einer Initiative zur Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen von 500.000 ghanaischen Kakaobauern und -bäuerinnen in den nächsten 10 Jahren.

Mars hat im Frühjahr 2009 angekündigt, ab dem Jahr 2020 nur noch zertifizierten Kakao zu verwenden. Dabei werden Rainforest Alliance und Utz Certified Kakaobohnen eine große Rolle spielen. Diese Ankündigung ist ein weiterer Schub für den Sektor. Der erste zertifizierte Schokoladenriegel Galaxy kommt in England 2010 auf dem Markt.

Cadbury, Hershey und Mars haben ein Interesse an zertifizierten Produkten entwickelt und beziehen einen kleinen

## Abbildung 9 Kakao-Vermahlungsunternehmen und deren Zertifizierungsstandards im Jahr 2009



### Vermahlener zertifizierter Kakao

—	UTZ CERTIFIED Good inside	—	—	—
—	—	—	—	RAINFORREST ALLIANCE CERTIFIED
FAIRTRADE MAX HAVELKAMP	—	FAIRTRADE MAX HAVELKAMP	—	—
EKO	EKO	EKO	—	—



Teil ihres Kakaos unter den Organic-Kakao-Produktionsstandards. Obwohl diese führenden Hersteller beteiligt sind, scheinen sie zertifizierte organische Produkte in ihrem Markensortiment lediglich als Nischenprodukte zu betrachten. Cadbury übernahm Green & Black's für dessen Segment an hochwertiger organischer Schokolade und Hershey kaufte Dagoba für dessen Bioschokoladensortiment. Hershey ging außerdem eine Zusammenarbeit mit der Starbucks Coffee Company ein. Gemeinsam möchten sie eine neue hochwertige und nachhaltige Schokoladenserie unter dem Markennamen Starbucks entwickeln und in den USA auf den Markt bringen. Bisher wurden die zertifizierten Produkte von Hershey ausschließlich von Tochtergesellschaften hergestellt.

Mars und Nestlé sind an der Entwicklung eines Utz Certified Kakaostandards beteiligt. Im Jahr 2010 werden wahrscheinlich 36.000 Tonnen an zertifiziertem Kakao verfügbar sein. Mars wird bis zum Jahr 2020 große Mengen zertifizierter Kakaobohnen von der Rainforest Alliance und Utz Certified abnehmen. Bisher wurde von Nestlé noch keine konkrete Verpflichtung in Bezug auf Einkaufsabsichten und -volumen an zertifizierten Kakaobohnen bekannt gegeben.<sup>16</sup> Wenn Nestlé wirklich am Einkauf von Kakao von zertifizierten Produzenten interessiert ist, so bietet sich die einmalige Gelegenheit, mit einem zertifizierten Hauptprodukt zu beginnen.

Kraft ist momentan an der Entwicklung einer Rainforest Alliance-Schokolade beteiligt, aber es gibt keine feste Zusage über die Einführung dieses zertifizierten Produkts. Falls Kraft dies wirklich realisieren will, wäre das Volumen an Rainforest Alliance-zertifizierten Bohnen, die im Jahr 2010 verfügbar sein werden, für ein Hauptprodukt ausreichend.

Mars und Kraft haben mit dem Verkauf von Rainforest Alliance Schokoladenge tränken in Großbritannien einen speziellen Nischenmarkt entdeckt. Hier fördern multinationale Konzerne, wie McDonald's und IKEA, die Einführung von zertifizierten Produkten. Bedeutende Schokoladenhersteller, wie Ferrero, Kraft und Nestlé, haben bisher noch kein klares Engagement für den Einkauf von zertifiziertem Kakao und damit zur Unterstützung von Bauern und BäuerInnen welche minimale und ökologische Standards erfüllen, gezeigt.

## Infobox

### Rainforest Alliance

Der Fokus der Rainforest Alliance liegt eindeutig auf ökologischen Aspekten. Dabei steht die Erhaltung von Biodiversität im Mittelpunkt sowie die Sicherung einer nachhaltigen Existenzgrundlage durch die Veränderung von Landnutzungsmethoden, Geschäftspraktiken und KonsumentInnenverhalten.

### UTZ Certified

Die Zertifizierung umfasst sowohl ökologische als auch soziale Kriterien, wie den minimalen Einsatz von Chemikalien beim Anbau oder die angemessene Unterkunft für ArbeiterInnen und ihre Familien, den Zugang zu medizinischer Versorgung, Schulen und Weiterbildung, sowie die Respektierung der Arbeitsrechte.

### FAIRTRADE

FAIRTRADE setzt sich für gerechtere Preise, bessere Arbeitsbedingungen, Nachhaltigkeit und faire Handelsbedingungen für die Bauern/Bäuerinnen und PlantagenarbeiterInnen in den Entwicklungsländern ein. Durch den fairen Mindestpreis, den die Unternehmen für die Produkte zahlen müssen, sowie durch Bioaufschläge und Sozialprämien bekämpft FAIRTRADE die Ungerechtigkeit des konventionellen Handels, der typischerweise die ärmsten und schwächsten ProduzentInnen am meisten benachteiligt. FAIRTRADE ermöglicht es ihnen, ihre Stellung zu stärken und ihre Lebensgrundlage zu verbessern.

### EKO – Zertifikat

Das EKO –Zertifikat ist ein internationales Qualitätsgütesiegel und kennzeichnet Produkte die sich aus mindestens 95% organischen Nahrungsmittelbestandteilen zusammensetzen.



Abbildung 10 Schokoladenhersteller und ihre Verbraucheretiketten im Jahr 2009

Globale Marken



Zertifizierter Kakao 2009 für Hauptschokoladenprodukte

	---	---	---	---	---	---
	---	---	---	---	---	---
	---	✓ KitKat (England)	---	---	✓	---
	---	---	---	---	---	---

Zertifizierter Kakao 2009 für hochwertige Schokoladenprodukte

	---	---	---	---	---	---
	---	---	---	---	---	---
	---	---	---	---	---	---
	✓	---	✓	---	✓	---

Mars online Schokoladenriegel in den USA

Dagoba Schokolade in den USA

Green&Black's Schokolade



## 6 Schokolade-Verbrauchstrends

Die Nachfrage von VerbraucherInnen nach Schokolade steht in direktem Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes. Daher werden mit Sicherheit Kakaomärkte mit eigenen VerbraucherInnen vorzügen in Brasilien, Russland, Indien, Japan und China entstehen. Der Konsum von Schokolade konzentriert sich immer noch sehr auf nur zwei Regionen der Welt: Europa und die USA. Genauer gesagt auf nur 5 Länder: Die USA, Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Russland konsumieren über 50% der weltweiten Schokoladenproduktion. Weniger als 20% der gesamten Schokolade wird in den produzierenden Ländern in Lateinamerika, Afrika und Asien konsumiert.<sup>17</sup> Im Allgemeinen wird der gesamte Konsum in den kommenden Jahren jährlich um voraussichtlich 1 bis 2% zunehmen. Die jährliche Wachstumsrate des Konsums betrug über die vergangenen 5 Jahre 2% in Europa, 3% in den USA, mehr als 6% auf den neuen Märkten und mehr als 12% im hochwertigem Qualitätssegment.<sup>18</sup> Die VerbraucherInnennachfrage in Europa und in den USA weist eine Zunahme für spezielle Schokoladenprodukte, mit einem hohen Gehalt an Kakao aus bestimmten Ländern, auf.

Die Niederlande gelten als gutes Testgebiet für die Einführung nachhaltiger Produkte. Hier ist der Einzelhandelssektor der Hauptvertriebskanal für Schokoladenprodukte. Sechs Einzelhandelsunternehmen beherrschen den niederländischen Markt und ihre Schokoladenprodukte erreichen etwa 16 Millionen VerbraucherInnen. Ahold und SuperUnie<sup>19</sup> besitzen fast 60% des niederländischen Marktanteils. Die VerbraucherInnen können bei Schokoladenprodukten aus einer verblüffenden Vielzahl von Marken und Supermarkt-Hausmarken wählen. Verbraucher können in den Niederlanden, aber auch in Österreich, Schokolade aus drei verschiedenen Marktsegmenten kaufen<sup>20</sup>: teure hochwertige Schokolade, verschiedene Marken an Schokolade mit Durchschnittsqualität und kostengünstige geringwertigere Schokolade. Zertifizierte Schokolade ist in den Segmenten der qualitativ hochwertigen sowie durchschnittlichen Schokoladenprodukte erhältlich. Die Tatsache, dass Supermarkt-Discounter und große Schokoladenhersteller in der Lage sind, 100%ig zertifizierte Schokolade im Durchschnittssegment anzubieten, sollte andere Supermärkte und Schokoladenhersteller ermutigen, dies auch zu tun. Außerdem kann das Marketing für nachhaltige Produkte im Allgemeinen die Wahrnehmungen und Entscheidungen der EndverbraucherInnen fördern.

### Infobox

#### Auslagerungen in der Schokoladeindustrie

Schon immer haben sich Unternehmen überlegt wie sie Kosten in der Produktion einsparen können. Dabei geht es immer auch darum Lohnkosten zu senken. Viele BetriebsrätInnen haben es mit Gewerkschaften geschafft Sozialleistungen und höhere Löhne in den Betrieben zu erkämpfen.

Diese werden jetzt wieder scheinbarweise abgebaut. Begonnen hat es zuerst mit den Betriebskantinen, dem Fuhrpark, dem Reinigungspersonal, den PortierInnen, der EDV-Abteilung, der Lohnverrechnung und dann bei den ArbeitnehmerInnen durch Leiharbeitsfirmen.

Somit braucht sich das Management nicht mehr um diese Bereiche zu kümmern sondern nur mehr den kostengünstigsten Anbieter der Dienstleistung auszusuchen. Dies führt geradewegs zu Lohnsenkungen. Mindestlöhne werden zur Norm.

Der nächste Schritt ist die Produktion. Schokolade wird zugekauft und nicht mehr selbst produziert. Ziel der meisten multinationalen Konzerne ist es nur mehr Inhaber der Marke zu sein und andere Unternehmen produzieren zu lassen. Die wenig verbliebenen Beschäftigten werden dann gut bezahlt und auch nicht mehr so bereit sein einer Gewerkschaft beizutreten.

Wenn also der Markenname auf der Schokotafel draufsteht muss der schon lange nicht mehr im angegebenen Produktionsland produziert worden sein.



## 7 Schlussfolgerungen

### Kakaoproduktion

Die weltweite Nachfrage nach Kakaobohnen nimmt zu. Die derzeitige Bohnenproduktion muss um fast 20% gesteigert werden, wenn wir der voraussichtlichen Nachfrage von 4,4 Millionen Tonnen im Jahr 2012 gerecht werden möchten. In Anbetracht der bedrohlichen Situation in Elfenbeinküste, dem bedeutendsten kakaoproduzierenden Land, ist dies für alle Beteiligten eine große Herausforderung. Die meisten Kleinbauern und -bäuerinnen erhalten keine adäquate Schulung, weder von der Regierung noch von Unternehmen. In Westafrika erreichen die bis Ende 2010 vorgesehenen individuellen Schulungsprogramme der Unternehmen und Industrie weniger als 14% der Kakaobauern und -bäuerinnen. Insgesamt wird in dem Sektor in den kommenden Jahren ein ernsthafter Mangel an Kakaobohnen herrschen. Ein adäquates Nachfrage-Deckungsverhältnis kann nicht gewährleistet werden. Signifikante Bemühungen für Investitionen in das Bildungskapital von Bauern und Bäuerinnen sind erforderlich, um den zukünftigen Qualitäts- und Quantitätsanforderungen zu entsprechen.

### Kakaovermahlung

Die Vermahlungsunternehmen sind den Bauern und Bäuerinnen in der Kakao-Lieferkette am nächsten. Innerhalb einer kurzen Zeitspanne haben sich die Vermahlungsunternehmen vor allem durch den fortschreitenden Konzentrationsprozess in der Vermahlung sowie der Auslagerung von Flüssigschokolade zu den stärksten Beteiligten in der Kakao-Wertschöpfungskette entwickelt. Einerseits errichten die drei Vermahlungsunternehmen ADM, Barry Callebaut und Cargill mehr Vermahlungswerke in den produzierenden Ländern, andererseits übernehmen sie immer mehr die Flüssigschokoladenproduktion von den Schokoladenherstellern am anderen Ende der Wertschöpfungskette. Interessanterweise sind diese Vermahlungsunternehmen für den Endverbraucher nicht sichtbar und dadurch im Vergleich zu den Schokoladenherstellern mit bekannten Marken weniger empfindlich für Kritik. Dennoch spielen die Vermahlungsunternehmen eine entscheidende Rolle bei der Inangriffnahme der sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Probleme der Bauern und Bäuerinnen. Um jetzt und in Zukunft hochwertigen Kakao

zu gewährleisten, müssen die Vermahlungsunternehmen gemeinsam mit den Regierungen ihrer Hauptzulieferer in hohem Maße in die Entwicklung einer nachhaltigeren Kakao-Wertschöpfungskette investieren: Sie müssen in kleine Kakaobauern und -bäuerinnen investieren.

### Schokoladenherstellung

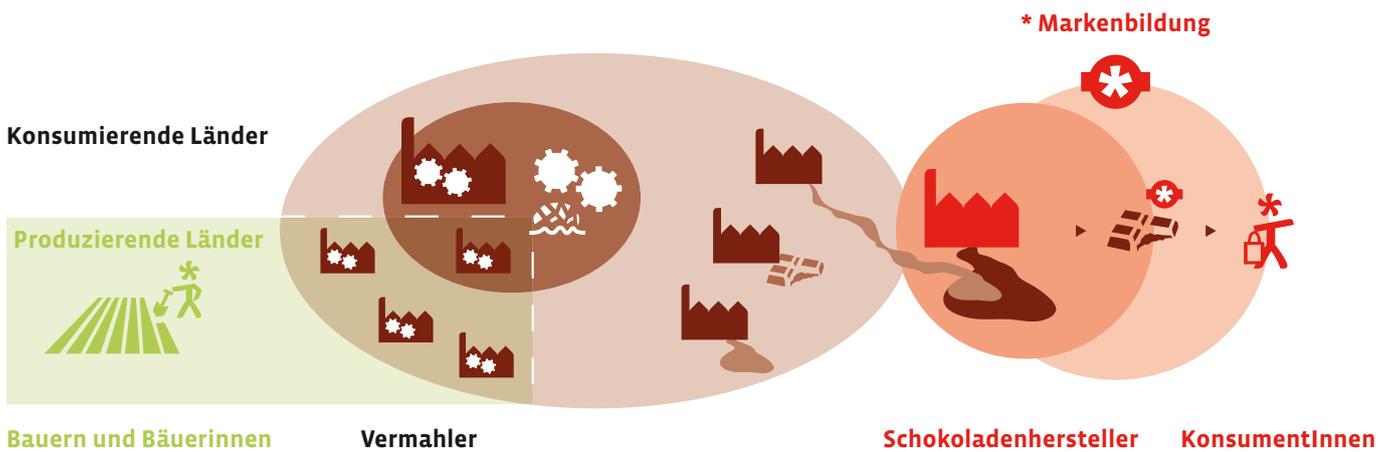
Die Hauptgeschäftstätigkeit der Hersteller in der Kakao-Wertschöpfungskette hat sich auf das Marketing und die Markenpolitik von Schokoladenprodukten und auf die Produktentwicklung verlagert. Die Verflechtung der Vermahlung und Schokoladenherstellung sowie die Dynamik des Sektors werden in **Abbildung 12** dargestellt. Die Behauptung der bekannten Schokoladenhersteller, dass sie nur wenig Macht über ihre Wertschöpfungskette haben, ist unhaltbar. Diese Hersteller könnten problemlos die treibende Kraft zur Förderung nachhaltiger Schokoladenprodukte auf den Märkten sein. Diese Unternehmen investieren jährlich riesige Summen in das Marketing, um ein weltweites Image für ihre Produkte zu schaffen und neue Produkte auf dem Markt vorzustellen. 1% des jährlichen Marketing-Etats der sechs führenden Schokoladenhersteller entspricht einer erstaunlichen Summe in Höhe von 86.000.000 USD. Wenn dieses eine Prozent für Schulungsprogramme für Bauern und Bäuerinnen aufgewandt würde, wäre es mehr als ausreichend, die Hälfte aller Kakaobauern und -bäuerinnen in Elfenbeinküste in einem Jahr an einem Kakao-Verbesserungsprogramm teilnehmen zu lassen. Zugleich könnte die nachhaltige Produktion ein integraler Bestandteil der Positionierung und des Marketings ihres Markenangebots werden. Somit könnten Schokoladenhersteller dazu beitragen, das Verbraucherbewusstsein für nachhaltige Aspekte des Konsums und in den produzierenden Ländern erheblich zu steigern.

### Kakaozertifizierung

Ferner könnten die Schokoladenhersteller zertifizierten Kakao einkaufen und gekennzeichnete Produkte herstellen, um die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bedingungen ganz am Anfang der Kette, beim Kakao-Anbausystem, zu verbessern. Im Jahr 2010 werden 100.000 Tonnen zertifizierten Kakao auf dem Markt sein. Der zu vernachlässigende Anteil an zertifiziertem Kakao, der von



**Abbildung 12** Neupositionierung von Vermahlungsunternehmen und Schokoladenherstellern in der Kakao-Wertschöpfungskette



den sechs führenden Schokoladenherstellern eingekauft wird, erweckt den Anschein, als hätten sie keine sofortigen Pläne für eine umfassende Verwendung von zertifiziertem Kakao. Bisher wird dieser nur für einige wenige gut sichtbare Produkte verwendet, wie gekennzeichnete, extravagante Schokoladengetränke, Online Schokoladenriegel und Spezialprodukte.

VerbraucherInnen zeigen jedoch deutlich ein Bewusstsein in Bezug auf die Kakaoproduktion und deren Auswirkung auf Mensch und Umwelt. Die erfolgreiche Einführung von unterschiedlich zertifizierten Schokoladenriegeln auf dem niederländischen Markt in den letzten Jahren ist vielversprechend. Die Tatsache, dass Supermarkt Discounter, und große, bekannte Schokoladenmarken, in der Lage sind, 100%ig zertifizierte Schokoladenprodukte im Durchschnittsmarkt erfolgreich vorzustellen, ist ermutigend. Mars und Cadbury sind Vorbilder dafür, das zertifizierte Kakao auch in großen Mengen in den Hauptmarken bekannter Schokoladenhersteller verwendet werden kann.

### Veränderung

Ohne Hersteller gibt es keine Schokolade und ohne VerbraucherInnen gibt es keinen Markt für die Produkte der Bauern und Bäuerinnen. So einfach ist das. Beide Enden der Wertschöpfungskette benötigen Investitionen, um nachhaltig zu produzieren. Die Industrie scheint jedoch geneigt zu sein, große Geldsummen nur in ein Ende der Kette investieren zu wollen, bei den Verbrauchern in die Markenpolitik. Die Industrie unterschätzt die Situation am anderen Ende der Kette: den Kakaobohnenproduzenten. Langfristig wird dies für den gesamten Kakaosektor unhaltbar sein. Das muss sich ändern, und zwar sofort! Wir müssen die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bedürfnisse der Produzenten in Angriff nehmen. Nur dann können wir sicher sein, dass wir eine adäquate Versorgung mit hochwertigem Kakao jetzt und in Zukunft sichern können.



## Aktionsplan für Nachhaltigkeit in der Kakaoversorgungskette

Kakaobauern und -bäuerinnen bekommen für ihre Kakaobohnen immer weniger bezahlt obwohl der Weltmarktpreis steigt. Viele Bauern und Bäuerinnen geben auf – neue Bäume werden nicht gepflanzt. Wenn sich nichts ändert, gibt es auch in einigen Jahren nicht genügend Kakao um die Nachfrage zu erfüllen. Aus diesen verschiedenen Gründen gab es ausgehend von den niederländischen Gewerkschaften und entwicklungspolitischen Organisationen die Initiative einen Aktionsplan zum Thema „Nachhaltige Kakaowirtschaft“ aufzubauen. Einige multinationale Konzerne haben die Problematik erkannt und beginnen Kakao aus nachhaltiger Produktion zu verarbeiten. Wir werden, um die Umstellung zu beschleunigen, auch die KonsumentInnen in diese Aufklärung einbinden.

### Infobox

#### Standorte in Österreich

Die Süßwarenindustrie hat in der Lebensmittelproduktion in Österreich schon immer eine große Bedeutung. Der Gesamtproduktionswert war 2008 bereits 662Mio.€ und der Exportanteil ist in dieser Branche bereits 50% wobei Deutschland bei den Exportländern ganz vorne ist. In Österreich sind über 2000 Personen in der Süßwarenindustrie beschäftigt

#### Folgende Konzerne haben Standorte in Österreich:

Mars | Kraft Foods (Suchard) | Lindt&Sprüngli (Hofbauer-Küfferle) | Continental Bakeries (Auer-Blaschke) | Haribo | Pez (Egger)

#### regionale Produzenten in Österreich

Manner-Napoli-Casali | Niemetz | Loacker | Salzburg Schokolade (produziert auch für Mirabell)

#### gewerbliche Schokolade Betriebe zb:

Zotter • Altmann&Kühne • Hauswirth sowie zahlreiche Konditoreien

#### Netzwerk in Österreich

Südwind wird gemeinsam mit der Gewerkschaft PRO-GE sowie der Dreikönigsaktion, weltumspannend arbeiten sowie FAIRTRADE ab 2010 Initiativen in Österreich zum Thema „Nachhaltigkeit“ aufbauen. Ziel dieses Netzwerkes ist es, für ein gerechtes Einkommen der Kakaobauern und -bäuerinnen zu sorgen, aber auch gegen Kinderarbeit in Elfenbeinküste Aktionen zu starten. Das Netzwerk in Österreich und in den Niederlanden ist erst der Beginn einer langfristigen Zusammenarbeit in diesem Sektor. Dazu wird es einen regelmäßigen Kakaonachrichtenbrief ab dem Sommer 2010 geben.

#### Film: Auf der Spur des Kinderhandels

„Ich kann nur Kinderlöhne bezahlen“, das sind die Worte eines Kakaobauers an der Elfenbeinküste. Er versichert seinem Gesprächspartner, dass die Einnahmen aus dem Kakaoanbau so niedrig sind, dass er keine Erwachsenenlöhne zahlen kann und daher notgedrungen Kinder aus Burkina Faso für sich arbeiten lässt.

Das niederländische Team, das den Dokumentarfilm „Kinderarbeit in der Elfenbeinküste“ drehte ist der Spur dieses Kinderhandels gefolgt. Die Gewerkschaft PRO-GE hat diesen Film erworben und mit deutschen Untertiteln versehen. Diesen Film gibt es auf DVD bei Südwind und allen anderen Organisationen, die bei diesem Projekt mitmachen.

Mehr Infos auf den Internetseiten der Initiativen (Seite 2-3)



## Geschichte



Archäologische Funde lassen darauf schließen, dass die Kakaopflanze schon etwa 1100 v. Chr. in Mittelamerika genutzt wurde. Beispielsweise sprachen die Mayas dem Kakao eine mystische Bedeutung zu. Als die spanischen Konquistadoren in das Reich der Azteken vordrangen, stießen sie in der Schatzkammer des letzten Aztekenkönigs Moctezumas II auf Kakao. Die Azteken verwendeten die Kakaobohne als Zahlungsmittel und Opfergabe für die Götter und bereiteten daraus ein Getränk zu, das jedoch nur den Standeshöchsten vorbehalten war. Bald gelangte das „braune Gold“ nach Europa und fand dort großen Anklang als Genussmittel. Ab dem 17. Jahrhundert wurde in der Folge Kakao in großem Umfang auf Plantagen angebaut. Zuerst lagen die Produktionsgebiete im nördlichen Südamerika, später verschob sich der Anbau nach Brasilien und in die Karibik und wurde ab dem 18. Jahrhundert auf verschiedene Kolonien weltweit ausgedehnt.

### Der Kakaobaum

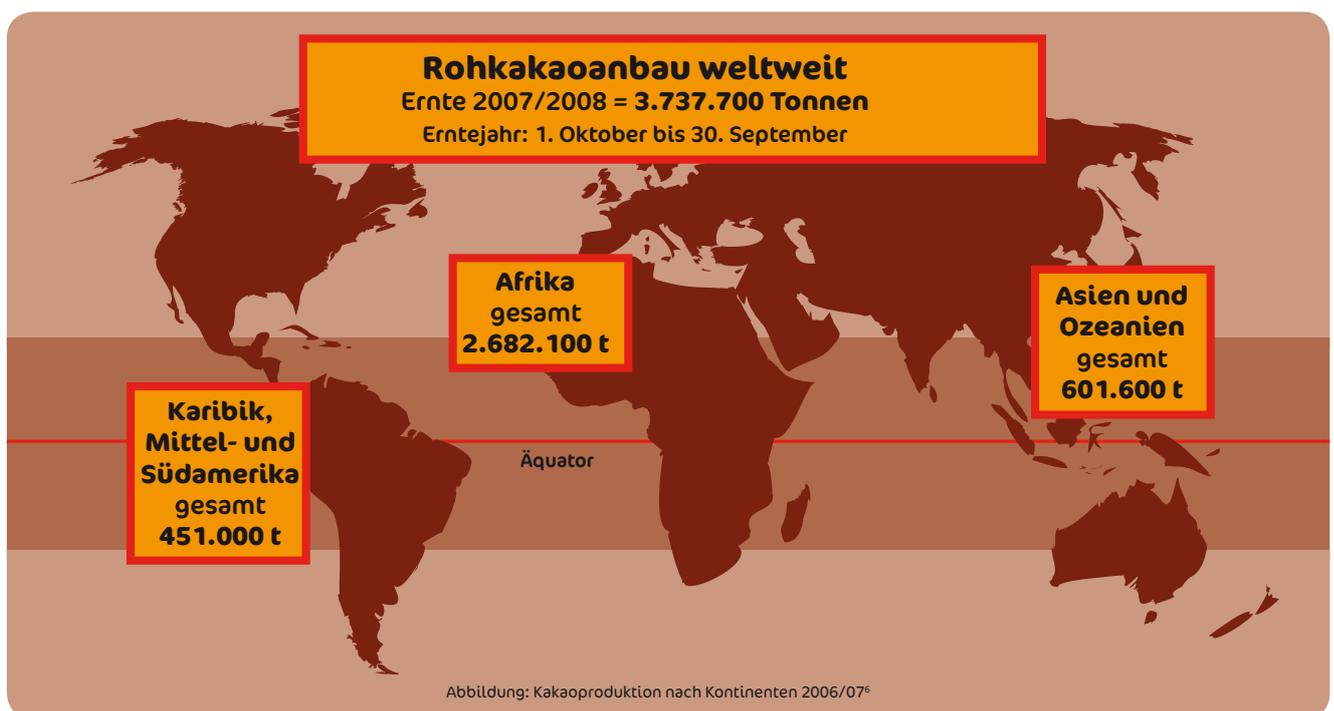
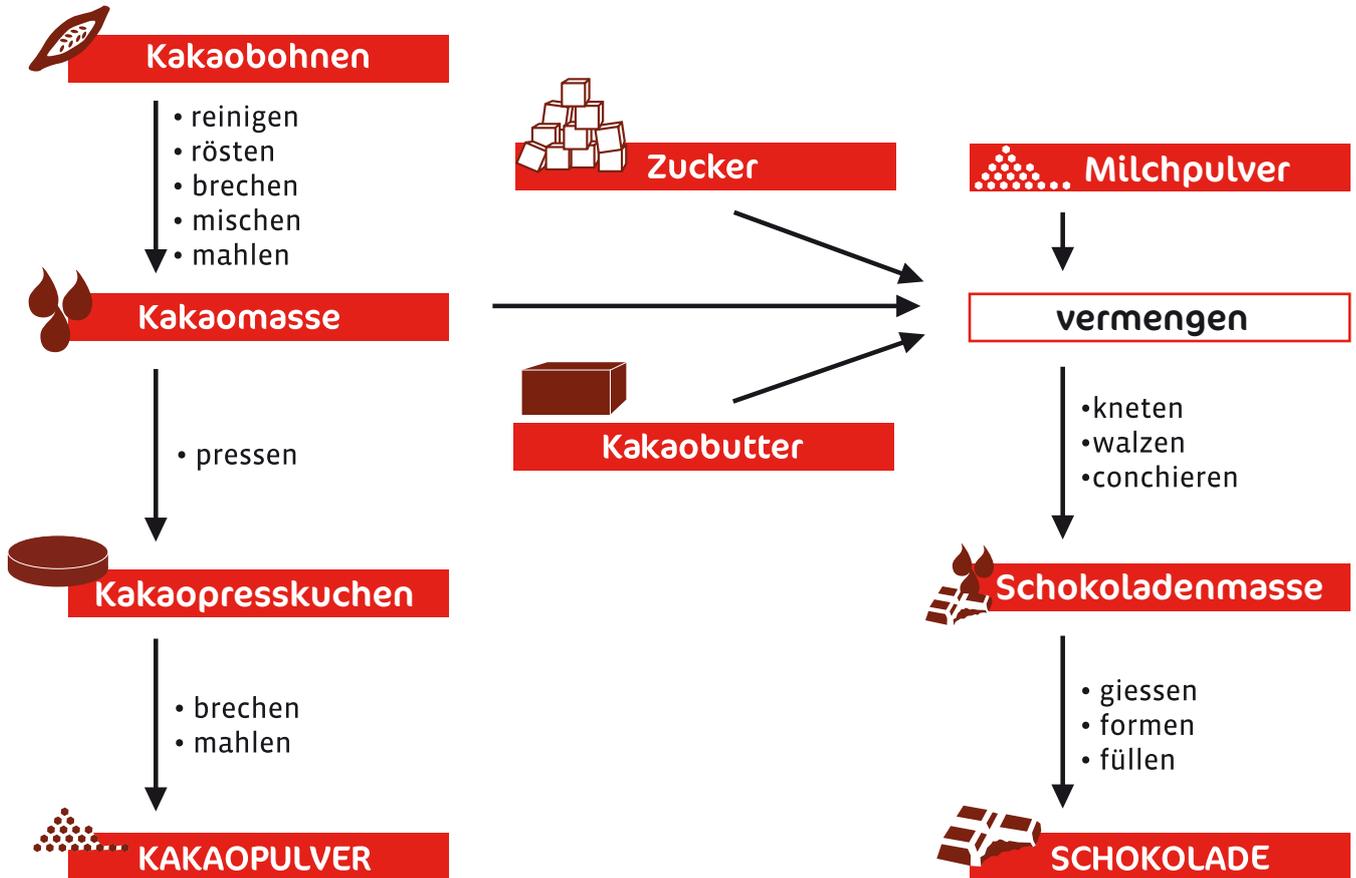
(Theobroma cacao) ist ein Malvengewächs und kann bis zu 15m hoch werden. Auf Plantagen wird er jedoch auf 4m klein gehalten. Für die Kultivierung sind ein warmes Klima, nährstoffreiche Böden und ausreichend Wasser notwendig. Die 15-20cm langen, gelben Früchte wachsen direkt am Stamm und werden ca. 500g schwer. Unter einer harten Schale befinden sich 30-60 Samen, die in süßes, weiches Fruchtfleisch eingebettet sind. Aus diesen anfangs weißen Samen wird durch ein mehrstufiges Verfahren Kakaomasse gewonnen – die Grundsubstanz für die Herstellung von Schokolade.

### Von der Kakaobohne zur Schokolade

Nachdem die Früchte geerntet und mit einer Machete aufgeschlagen wurden, wird das Fruchtfleisch mit den darin befindlichen Samen zum Trocknen ausgebreitet. Dabei beginnt das Fruchtfleisch zu gären und entwickelt Temperaturen von ca. 50°C. Dies führt dazu, dass die Samen nicht keimen und einen Teil ihrer Bitterstoffe verlieren. Innerhalb von 10 Tagen entwickeln die Kakaobohnen ihren typischen Geschmack, schrumpfen auf die Hälfte ihrer ursprünglichen Größe und verfärben sich braun. In diesem Zustand werden sie normalerweise in Säcke gefüllt und in Schokolade produzierende Länder verschifft, wo die Weiterverarbeitung in Kakaomasse erfolgt. Für die weitere Herstellung von Schokolade müssen die Kakaobohnen zuerst gereinigt und dann geröstet werden. Anschließend werden Kern und Schale voneinander getrennt. Die Kerne werden danach zu Kakaomasse gemahlen. Durch Pressen wird daraus Kakaobutter und Kakaopulver gewonnen.



## Die Schokoladenherstellung





## Kakao im FAIRTRADE-System

Der Kakaomarkt ist einer der instabilsten Märkte der Welt. In den vergangenen Jahren war der Markt von starken Preisschwankungen geprägt. Im FAIRTRADE-System bekommen die ProduzentInnen einen fixen Mindestpreis, der unabhängig vom aktuellen Weltmarktpreis ein regelmäßiges Einkommen garantiert. Übersteigt der Weltmarktpreis den FAIRTRADE-Mindestpreis von 1.600 US-\$ je Tonne, wird den ProduzentInnen der höhere Preis gezahlt. Außerdem erhalten die Partnerkooperativen eine zusätzliche Sozialprämie von 150 US-\$ je Tonne für die gemeinschaftliche Verwendung und 200 US-\$ Bioaufschlag, wenn der Anbau auf ökologische Weise erfolgt.

Der Faire Handel mit Kakao fördert gezielt jene Kleinbauernfamilien, die sich in Kooperativen organisiert haben. Kooperativen, die ihren Kakao zu fairen Bedingungen verkaufen wollen, verpflichten sich vertraglich zur Einhaltung u.a. folgender Kriterien:

- Sie müssen politisch unabhängig sein und eine demokratische Struktur aufweisen. Die Kleinbauernfamilien sind an allen wichtigen Entscheidungen direkt und demokratisch beteiligt. Dies gilt insbesondere für die Entscheidungen über die Verwendung der FAIRTRADE-Prämie.
- Kooperativenmitglieder sind überwiegend kleinbäuerliche Familienbetriebe.
- Die Organisationen setzen sich für eine nachhaltige Entwicklung von Ökologie, Bildung und Frauenförderung ein.

### Des Weiteren gelten soziale Standards:

- Verbot von Zwangs- und ausbeuterischer Kinderarbeit
- Einhaltung internationaler Arbeitsschutzabkommen wie Sozialversicherung
- Förderung eines umweltverträglichen Anbaus: weitgehender Verzicht auf Pestizide, Erosions- und Trinkwasserschutz, Abwasserreinigung
- Keine Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, ethnischer Zugehörigkeit, Religion oder politischer Zugehörigkeit
- Recht auf Vereinigungsfreiheit

### Kriterien für kommerzielle Unternehmen

Nur wer sich vertraglich verpflichtet, die Kriterien des Fairen Handels einzuhalten, darf seinen Kakao und seine Schokolade mit dem FAIRTRADE®-Gütesiegel auszeichnen:

- Kakao wird möglichst direkt von den Kleinbauernorganisationen gekauft.
- Alle Vertragspartner streben langfristige Abnahmeverträge an.
- Für den Kakao erhalten die Kooperativen den Mindestpreis von 1.600 US-Dollar pro Tonne, wenn der Weltmarktpreis darunter liegt.
- Zahlung einer Prämie an die Kooperativen für soziale Projekte.
- Zahlung eines zusätzlichen Aufschlags für Kakao aus biologischem Anbau.
- Kredit von bis zu 60% des Kaufwertes wird auf Wunsch gewährt (Vorfinanzierung).
- Für Schokolade mit dem FAIRTRADE®-Gütesiegel müssen alle Zutaten, die mit FAIRTRADE®-Gütesiegel erhältlich sind, zu 100% fair gehandelt sein. Zutaten, für die FAIRTRADE keine Kriterien entwickelt hat, dürfen nicht aus Quellen stammen, die mit dem Grundgedanken des Fairen Handels unvereinbar sind (zum Beispiel Kinderarbeit).
- Lizenznehmer zahlen eine Lizenzgebühr an FAIRTRADE Österreich. Diese Gebühr schmälert nicht das Einkommen der ProduzentInnen.



Mehr Info  
unter [www.FAIRTRADE.at](http://www.FAIRTRADE.at)



## FAIRTRADE – Kakaokooperative in Ghana

### Kuapa Kokoo Union – KKKU

Nachdem man in Ghana 1992 die bis dahin ausschließlich staatliche Kakaovermarktung auch für private Unternehmen zugelassen hatte, wurde im April 1993 die Kuapa Kokoo Union Ltd mit Sitz in Kumasi (Ashanti Region) gegründet. Von Beginn an wurde und wird dabei Kuapa Kokoo fachkundig und finanziell von einer holländischen und einer englischen NGO unterstützt. KKKU war somit die erste staatlich unabhängige Vereinigung von KakaoproduzentInnen, die auch die Vermarktung des eigenen Kakao übernommen hat und dezidiert mit dem Ziel angetreten ist, Interessensvertretung für die Bauern zu sein.

Die ProduzentInnen sind selbst EigentümerInnen der Handelsfirma Kuapa Kokoo Ltd. Der Export des Kakao erfolgt nach wie vor über die staatliche Cocoa Marketing Company Ltd. Heute zählen ca. **45.000 Bauern und Bäuerinnen** zu den Mitgliedern von KKKU und produzieren mittlerweile **über 37.000 Tonnen** Kakao. Sie sind in die Entscheidungsstruktur von KKKU eingebunden. Die Mitglieder der Basisgemeinschaften wählen auf lokaler Ebene ein Leitungsteam aus sieben Personen, die die Gruppe bei den Regional- und Generalversammlungen vertreten. Seit 1998 gibt es bei KKKU ein Gender- sowie ein Bioprojekt.

Eine Gleichstellungsbeauftragte organisiert Schulungen, initiiert Sparprogramme und Projekte, die zu größerer finanzieller Eigenständigkeit der Frauen bei Kuapa Kokoo führen sollen. Im Rahmen eines weiteren Projektes werden erste Pilotversuche zur Biologisierung der Produktion unternommen. In regelmäßigen Abständen wird die Initiative von der FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) überprüft. Im Falle der Nichteinhaltung der Kriterien kann die Zertifizierung auch auf Zeit entzogen werden.

Die Mitglieder von KKKU sind Kleinbauern und -bäuerinnen aus fünf Regionen Ghanas (Western, Brong Ahafo, Ashanti, Central und Eastern Region). Für die Familien ist der Kakaoanbau der wichtigste Geldbringer. 95% des Jahreserlöses stammen aus dem Kakaoanbau. Neben Kakao werden aber auch noch andere Produkte wie Bananen, Cassava, Yams, Mais, Obst und Palmen angebaut, die vor allem der Selbstversorgung und dem Verkauf auf den lokalen Märkten dienen. Ein zusätzliches von KKKU gefördertes Projekt soll vor allem den Frauen helfen, ein eigenes Einkommen zu erzielen: die Verarbeitung der Kakaoschalen zu Seife. Kuapa Kokoo ist der mit Abstand größte Lieferant für FAIRTRADE Kakao und Schokolade weltweit.

## Ertrag für Kakaobauern

Land	Mittlerer Ernteertrag (kg/ha)	Preis für Bauern und BäuerInnen in Prozent des Weltmarktpreises	Jährlicher Verlust durch Pflanzenkrankheiten	Jährlicher Verlust an Bodenfruchtbarkeit
Elfenbeinküste	450 (200 – 1000)	40-45%	24%	28%
Ghana	400 (200 – 1000)	65%	29%	25%
Indonesien	800 (300 – 1500)	84%	49%	15%
Kamerun	425 (200 – 1000)	79%	50%	23%
Nigeria	350 (200 – 800)	79%	50%	23%
Brasilien	175 (200 – 1500)	90%	65%	20%

Im Gegensatz zu FAIRTRADE Produzenten erhalten die Bauern und Bäuerinnen im Kakaoanbau nur einen Bruchteil des Weltmarktpreises. Extraprämien für nachhaltigen Anbau wie im FAIRTRADE System gibt es nicht.



**UMSATZ: 109,9 Mrd. CHF = € 73,5 Mrd. / 283.000 Beschäftigte weltweit, Gewinn 18 Mrd. CHF = € 12,2 Mrd. = 16,4% vom Umsatz**

Umsatzzahlen 2008 | Umrechnung 1/2010

#### **Kaffeebereich:**

Nespresso, Nescafé, Nesquik

#### **Getränkebereich:**

Perrier, Vittel, San Pellegrino (sowie weitere 70 Mineralwassermarken weltweit)

#### **Süßwaren:**

Kit-Kat, Nuts, After-Eight, Lions, Smarties, Baci, Butterfinger, Caillar, „Yes“-Riegel sowie Eigenmarke „Nestlé“, Fa. V. Schmidt & Söhne (Verkauf im Jahr 1999 an Manner)

#### **Konzerne im Schokoladenbereich:**

Rowntree, Mac Intosh (After Eight)

#### **Eisprodukte: „Motta“, „Häagen-Dazs“**

#### **Pharmazeutische Produkte:**

L'Oreal Opti-free (Kontaktlinsenpflegemittel), L'Oreal bohème-Parfums, „Bübchen“-Babypflegeprodukte  
Übernahme der Nahrungsergänzung von Novartis  
Beteiligung an L'Oreal 29,6%

L'Oreal hat 61.000 Beschäftigte mit einem Umsatz von 15,8 Mrd. Euro  
Marken: Biotherm, Garnier, Giorgio Armani...  
Mit Dezember 2006 ist nun auch der Bodyshop zu 100% im Eigentum von L'Oreal

#### **Nahrungsmittelbereich:**

Produkte unter dem Firmennamen „Herta“ (z.B. Wurstwaren);

1988 Übernahme der Buitoni-Gruppe (Teigwaren, Sugo)

Mit 1.1.2005 49%ige Beteiligung an der

Wagner-Tiefkühlprodukte-GmbH

Formulardiät: Optifast 800

Mit 5.1.2010 Übernahme Tiefkühlpizza von Kraft

#### **Tiernahrung:**

„Friskies“-Produkte; Inhaber von „Petfood“ – größtes englisches Tierfutterwerk, „Darling“-österreich. Tierfutterwerk  
Durch den Kauf des amerikanischen Tierfutterwerkes ist Nestlé der größte Tiernahrungskonzern seit 2007  
Marken: Friskies, Purina, Felix, Bonzo, Matzinger

#### **Fertigprodukte:**

Rechte an Vermarktung für „Disney“-Konzern

#### **FERRERO (Familienbetrieb Italien)**

**UMSATZ: € 6,2 Mrd. | 21.400 Beschäftigte weltweit**

Umsatzzahlen 2008

#### **Süßwarenbereich:**

Tic-Tac, Mon-Cherie, Ferrero-Roché, Raffaello, Giotto-Kugeln, alle Artikel unter dem Namen „Kinder“ (z.B. Maxi King • Milchschnitte • Pingui • Schoko-Bons • Bueno), Überraschungseier, Duplo, Pocket-Coffee, Nutella, Hanuta-Schnitte, Yoghurette usw.



**UMSATZ: € 32,8 Mrd. 109.000 Beschäftigte weltweit, Gewinn € 2,3 Mrd.**

**Altria: 84.000 Beschäftigte / Umsatz \$ 52,5 Mrd.**

Umsatzzahlen 2008

#### **Süßwaren – Jacobs-Suchard:**

Finessa, Mirabell-Mozartkugeln, Nussini, Daim-Riegel, Bendsdorf, Toblerone, Papillon, Cote-D'or, Terries (Süßwarenprodukt in England),

**Palette der Milka-Schokoladeprodukte:** Leo, Tender, Lila-Pause, Milketten, Milka-Lila-Stars, Schoko & Keks, Milka-Herzen.

Nabisco-Produkte (Konzernübernahme im Juni 2000)

Übernahme der Kekssparte von Danone (Oktober 2007)

#### **Kaffeebereich:**

Jacobs, Night & Day, Mastro-Lorenzo, Maxwell, Cafe Haag, Carte Noire, Maxwell-House, Côte d'Or, Freia

**Die Markenprodukte im Getränkebereich sind in Europa meistens unbekannt, z.B. Miller-Bier.**

#### **Käse- und Feinkostbereich:**

Miracle Whip, Miracoli-Saucen und Fertiggerichte, Kraft-Ketchup, Philadelphia-Streichkäse, Lindenberg.

#### **Altria Konzern**

#### **(vormals Philip Morris) – Zigaretten:**

Marlboro, Chesterfield, Juwel, F6, Eve, L & M, Murati, Philip-Morris, usw.

#### **MARS-KONZERN (Familienbetrieb USA)**

**UMSATZ: 30 Mrd. US-\$ / € 20,6 Mrd. /**

**65.000 Beschäftigte weltweit**

**Gewinn ca. 1,7 Mrd. US-\$ / € 1,2 Mrd.**

Umsatzzahlen 5/2009 | Umrechnung 1/2010

#### **Süßwarenbereich:**

Mars, Bounty, Snickers, Milky-Way-Produktpalette (inkl. Brotaufstrich), M & M, Crispy-Rolls, Balisto, Twix, Fanfare, Amiceli, Dove, Skittles, Banjo, usw.

Seit Oktober 2008 Übernahme von Wrigleys Kaugummi (Orbit)

#### **Nahrungsmittelbereich:**

Uncle-Bens-Reis und Uncle-Bens-Saucen, Dove/Eis, Opal/Eis, „Yeoman“ (Kartoffelprodukte), Rispino-Reissnack, Dolmio-Saucen

#### **Tiernahrung:**

„Pal“, „Whiskas“, „Kitekat“, Sheba“, „Caesar“, „Chappi“, „Frolic“, „Trill“, „Brekies“, „Perfect Fit“,

#### **Pflege- und Hygieneartikel:**

Catsan, Seramis-Pflanzengranulat und Düngerprodukte



## 8 Wichtige Links und Literatur

### Quellen der Abbildungen

- Abb. 2: – Schätzung für das Jahr 2012 von ICCO, statistische Daten, jährliche Produktionsvorhersagen, <http://www.icco.org>
- TCC (2008) “Breaking the vicious circle in the cocoa sector by scaling up training for cocoa smallholders”
  - Persönliche Kommunikation mit STCP/ITTA (Januar 2009)
  - Pressemitteilung: *Gates Foundation, Partners Pledge \$90 Million to Boost Incomes of Small Farmers in Africa* (19-02-09) <http://www.gatesfoundation.org>
  - ADM, Armajaro, Barry Callebaut, Cadbury Schweppes plc, Cargill, Kraft Foods, Mars Inc. und Nestlé (2007) “Responsible, Sustainable Cocoa Farming: Individual Company Efforts”
  - Cadbury Kakao-Partnerschaftsprogramm <http://www.cadbury.com>
- Abb. 3: – Beruht auf Profundo (2008) “Selected issues in cocoa trading and financing” – Forschungsbericht für die Tropical Commodity Coalition
- Abb. 4: – Zahlen beruhen auf ICCO-Quartalsbericht von Cocoa Statistics Vol. XXXIV Nr. 2, Cocoa Jahr 2007/8
- Oxfam Internationaler Forschungsbericht (2008) “Towards a sustainable cocoa chain”
- Abb. 5: – Daten beruhen auf Jahresberichten der Unternehmen, Websites der Unternehmen, Handelszeitschriften
- TCC (2008) “Sweetness Follows, 2nd edition, A rough guide towards a sustainable cocoa sector”
- Abb. 6: – Zahlen beruhen auf Cadbury Schweppes plc (2007) “Annual Report & Accounts 2007”
- Abb. 7: – Daten beruhen auf Jahresberichten der Unternehmen, Websites der Unternehmen, Handelszeitschriften
- STCP/ITTA <http://www.treecrops.org>
  - Foto: Soni David, ITTA/STCP
- Abb. 8: – Persönliche Kommunikation der verschiedenen Normungsorganisationen
- Abb. 9: – Daten beruhen auf individuelle Websites der Unternehmen
- Abb. 10: – Pressemitteilung: *Cadbury gobbles Green & Black's* (13-05-05) <http://www.guardian.co.uk>
- Pressemitteilung: *Hershey Purchases Dagoba, Leading Manufacturer of Organic Chocolate* (19-10-06) <http://www.thehersheycompany.com>
- Abb. 11: – Untersuchung der Tropical Commodity Coalition im Oktober 2008; Preise verstehen sich in €/100 g
- Persönliche Kommunikation von VBZ (02-2009)

### Fußnoten

- 1 Green, M (2009) “Ivory Coast cocoa industry stares at bleak future” in Financial Times 14-01-09
- 2 ICCO (2008) Jährliche Vorhersagen in Bezug auf Produktion und Verbrauch
- 3 ICCO (2008) Jährliche Vorhersagen in Bezug auf Produktion und Verbrauch
- 4 Pressemitteilung: *Gates Foundation, Partners Pledge \$90 Million to Boost Incomes of Small Farmers in Africa* (19-02-09) <http://www.gatesfoundation.org>
- 5 Barry Callebaut, Investorenpräsentation, 2008
- 6 ICCO (2008) Statistik, Quartalsbericht
- 7 EPA-Länder sind die am wenigsten entwickelten Länder. SPGL-Länder sind mehr entwickelte Länder, denen von der Europäischen Union jedoch auch (leicht) bevorzugte Importgebühren gewährt werden. Drittländer sind alle anderen Länder, von denen die meisten (recht) hoch entwickelt sind.
- 8 Oxfam Internationaler Forschungsbericht (2008) “Towards a sustainable cocoa chain”
- 9 Oxfam Internationaler Forschungsbericht (2008) “Towards a sustainable cocoa chain”, Cargill News 2009.
- 10 Lebensmittelzeitung 2. Mai 2008, S.18 Beruht auf LZ und Euromonitor-Daten
- 11 Barry Callebaut, Jahresbericht 2007
- 12 Barry Callebaut, Swiss Equities Conference, Zürich, 3. Mai 2007. Beruht auf Euromonitor 2006
- 13 ILRF (2008) The cocoa protocol: Success or Failure? <http://www.laborrights.org>
- 14 ADM-Präsentation WCF, Ecuador
- 15 Barry Callebaut, Cabosse (2008) “Organic cocoa farming, expanding opportunities for cocoa farmers”
- 16 Utz-zertifiziert (2007) Jahresbericht 2007
- 17 Barry Callebaut, Swiss Equities Conference, Zürich, 3. Mai 2007. Beruht auf Euromonitor 2006
- 18 Barry Callebaut, 4.03.2008: Origin chocolates grows with 22%, organic with 12% and dark chocolate with 17% per year.
- 19 SuperUnie ist eine Kooperation von 16 Supermärkten (Plus, Jumbo, Dirk, COOP, Hoogvliet, Spar, Deen, Dekamarkt, Jan Linders, Nettorama, Sanders, Sligro, Vomar, Poiesz, Boni und MCD)
- 20 Cadbury (2008)



## Abkürzungen

ADM	Archer Daniels Midland
BRIC	Brasilien, Russland, Indien und China
CAOBISCO	Europäischer Süßwarenverband
CEO	Chief Executive Officer (Vorstandsvorsitzender)
COCOBOD	Cocoa Board (Vermarktungsbehörde aus Ghana)
CSR	Corporate Social Responsibility
EPA	Economic Partnership Agreements (Wirtschaftspartnerschaftsabkommen mit der Europäischen Kommission)
EU	Europäische Union
ICCO	International Cocoa Organization (internationale Kakaoorganisation)
ICI	International Cocoa Initiative (internationale Kakaoinitiative)
IFOAM	International Federation of Organic Agriculture Movements (internationale Dachorganisation des ökologischen Landbaus)
IITA	International Institute for Tropical Agriculture (internationales Institut für tropische Landwirtschaft)
ILRF	International Labor Rights Forum (internationaler Arbeitsrechtsverband)
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
NGO	Non Governmental Organization (Nichtregierungsorganisation)
R & D	Research and Development (Forschung und Entwicklung)
RA	Rainforest Alliance
STCP	Sustainable Tree Crops Program (Nachhaltiges Baumanbauprogramm)
TCC	Tropical Commodity Coalition
UN	United Nations (Vereinte Nationen)
USA	United States of America
WCF	World Cocoa Foundation

## Quellen

- Oxfam Internationaler Forschungsbericht (2008) "Towards a sustainable cocoa chain"
- TCC (2008) "Breaking the vicious circle in the cocoa sector by scaling up training for cocoa smallholders"
- TCC (2008) "Sweetness Follows, 2nd edition, A rough guide towards a sustainable cocoa sector"
- TCC (2006) "Coffee Barometer 2006, Certified coffee in the Netherlands"
- Vrolijk H (2007) 'Cacao: Stille Sterkte' (S. 110-130), In: Sniijders H, Vrolijk H, Jacobs D, 'De economische kracht van agrofood in Nederland' *Rijks Universiteit Groningen*, Niederlande

## Quellenangabe Österreich

- Infoboxen: Südwind / PRO-GE
- Rohkakao: [www.icco.org](http://www.icco.org) (Seite 26); sowie Schokoladeherstellung Gewerkschaft PRO-GE
- Ertrag von Kakaobauern: EFFAT Kakaonachrichten 1/2010 (Seite 28)
- PRO-GE Gerhard Riess 1/201 (Seite 29)

## Impressum



**Tropical Commodity Coalition**  
for sustainable Tea Coffee Cocoa

**Text:** Tropical Commodity coalition: Bärbel Weiligmann, Sjoerd Panhuysen, Mieke van Reenen & Oxfam  
Novib: Gine Zwart

**Research:** Food World R & C, Crem, Profundo

**Foto:** farmers, Soni David, IITA/STCP

**Design und Grafik:** Tegenwind, Roelant Meijer, Utrecht

Juli 2009



## Österreichisches Impressum

**Redaktionsteam:** Philip Doyle, Gerhard Riess

**Foto:** FAIRTRADE

**Design und Grafik:** typothese – Jeannine Ahr

**Druck:** Resch KEG, 1150 Wien

März 2010



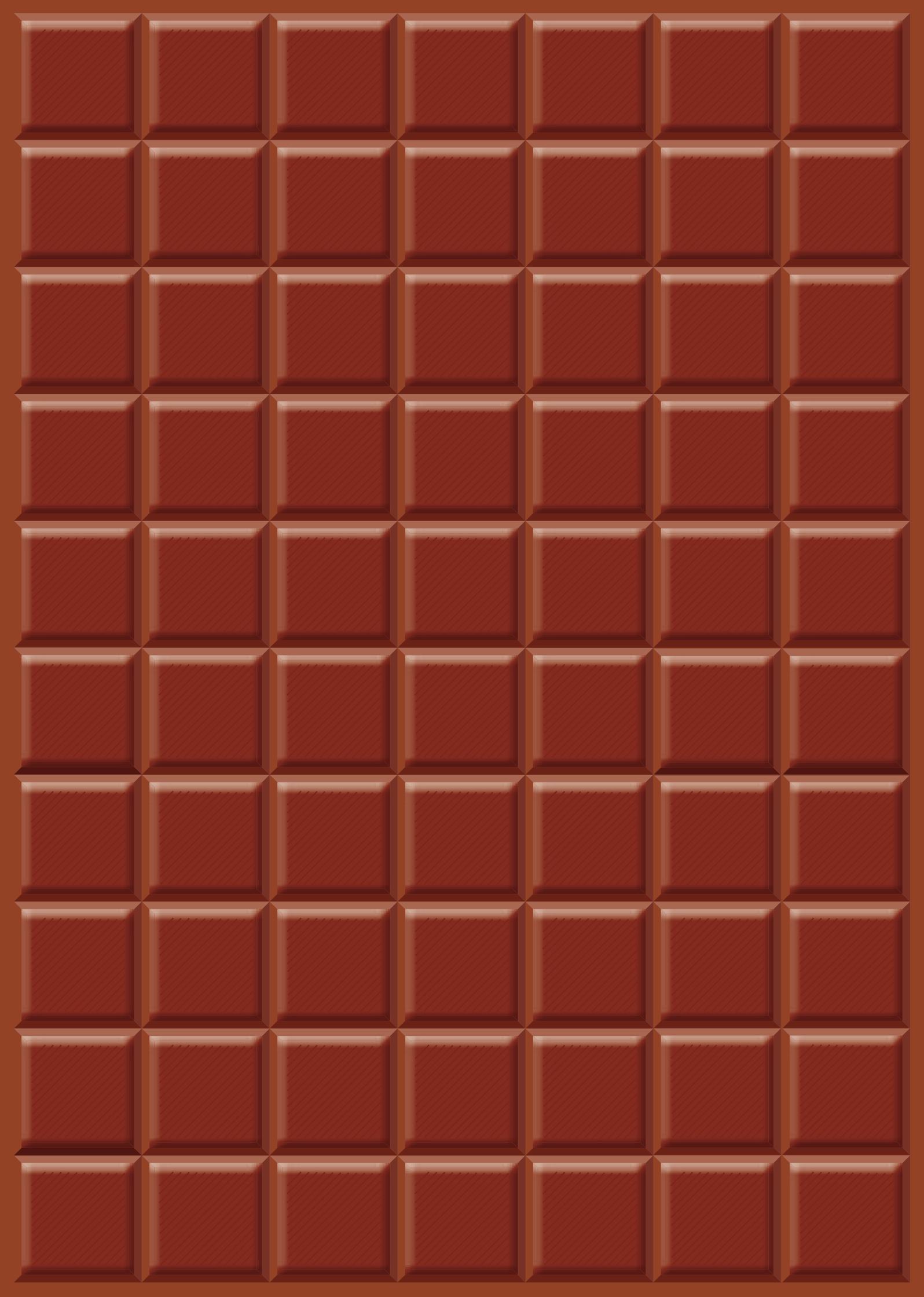
gefördert durch:



**bmask**  
BUNDESMINISTERIUM FÜR  
ARBEIT, SOZIALES UND  
KONSUMENTENSCHUTZ



Diese Broschüre wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union erstellt. Die darin vertretenen Standpunkte geben die Ansicht der Südwind Agentur wieder und stellen somit in keiner Weise die offizielle Meinung der Europäischen Union dar.





COCOANET.EU

 This project is financially supported by the European Commission.

Duurzaamheid in de cacaoketen – Een handleiding voor vakbondsactiviteiten

Nachhaltigkeit in der Kakaokette – Ein Leitfaden für Gewerkschaftsaktivitäten

Durabilité de la filière cacao – Guide pour les activités syndicales

## Sustainability in the Cocoa Chain A Guide for Trade Union Activities



This guide was prepared with financial support of the European Commission

Hamburg, May 2011

## EINLEITUNG

---

Es ist an der Zeit, dass Kinderarbeit und Kinderhandel in der Kakaoversorgungskette endgültig abgeschafft werden. Kakaobauern müssen mehr Unterstützung beim Anbau sowie einen fairen Preis für ihre Kakaobohnen erhalten.

Die Probleme in der Kakaowirtschaft findet man nicht nur in den Anbauländern, sondern ebenfalls am anderen Ende der Produktionskette: eingeschränkte Arbeitsrechte innerhalb multinationaler Unternehmen der Kakao- und Schokoladenindustrie, prekäre Arbeit aufgrund von Leiharbeit und befristeten Arbeitsverhältnissen, sowie ein grober Mangel an Informationen über die Zustände in der Produktionskette und den jeweiligen Unternehmen.

Angesichts dieser Tatsachen organisierte die Gewerkschaft FNV Bondgenoten 2009 eine europäische Konferenz in den Niederlanden, aus welcher die Gründung eines europaweiten Kakaonetzes hervorging. Ein von der europäischen Gewerkschaftsföderation EFFAT geführter Lenkungsausschuss richtete 2010 in Deutschland eine zweite Konferenz aus, bei der knapp 100 Gewerkschaftsvertreter aus 14 europäischen Ländern über die Entwicklungen in der Kakaoversorgungskette berichteten und sich fragten, welchen Beitrag Gewerkschaften in diesem Zusammenhang leisten könnten.

Alle Beteiligten hielten eine engere Zusammenarbeit der europäischen Lebensmittelverbände für notwendig und riefen zu diesem Zweck eine neue Internetseite ins Leben. Auf [www.cocoanet.eu](http://www.cocoanet.eu) stehen Interessierten ausführliche Brancheninformationen, hilfreiche Kontakte sowie Neuigkeiten über anstehende Konferenzen zur Verfügung.

Am Ende der Konferenz forderten alle Gewerkschaften die multinationalen Unternehmen der Kakao- und Schokoladenindustrie auf, sich aktiv für die Abschaffung von Kinderarbeit im Kakaoanbau einzusetzen. Hierbei ginge es nicht nur um die Anerkennung von Grundsätzen, sondern vielmehr darum, diese in die Tat umzusetzen.

Es wartet viel Arbeit auf die europäischen Gewerkschaftsvertreter der jeweiligen Unternehmen, um dieses Ziel zu erreichen. Dieser Leitfaden soll ihnen dabei helfen, dieses Thema mit ihrem Arbeitgeber zu besprechen. Unsere Gewerkschaftsgrundsätze dienen uns hierbei als Leitlinien.

Viel Erfolg!

## INHALT

---

1. Erste Frage(n) zum sozialen Dialog
2. Fragen an den Betriebsrat (oder Europäischen Betriebsrat) zur Nachhaltigkeit in der Schokoladenproduktion
3. Fragebogen für Lieferanten
4. Vorlage "Ehrenerklärung" für Lieferanten
5. Checkliste für Zulieferer und Unternehmen, mit denen Ihr Arbeitgeber zusammen arbeitet
6. Kritische Analyse vorhandener Verhaltenskodizes
7. Was können Sie sonst noch tun?

## Anhänge

1. Gewerkschaftsgrundsätze für Nachhaltigkeit in der Kakaowirtschaft
2. Frankfurter Erklärung, September 2010
3. Die ILO und die ILO Konventionen
4. OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
5. Flyer-Übersicht

Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Vorschläge, die zur Unterstützung von Gewerkschaftsvertretern in der Kakao- und Schokoladenindustrie dienen sollen, die das Thema der nachhaltigen Kakaoherstellung (oder "menschenwürdige Arbeit") in ihre Gewerkschaftsarbeit mit einbeziehen möchten.

Gemäß der Situation des jeweiligen Unternehmens werden sich vereinzelte Teile dieses Leitfadens als mehr oder weniger nützlich herausstellen. Am Anfang jedes Abschnittes finden Sie daher eine kurze Beschreibung, wie und in welchen Situationen Sie die jeweiligen Fragen anwenden können.

Diese Fragebögen sind nicht als umfassend und abschließend zu betrachten. Es ist wichtig, dass sie den jeweiligen Betriebsgebräuchen angepasst werden, um eine praxisnahe Nutzung zu ermöglichen.

Dementsprechend ist es wichtig, dass Sie sich im Voraus sowohl intensiv mit anderen Gewerkschaftsvertretern und Ihrem Gewerkschaftssekretär beraten, als auch andere Gewerkschaften an geplanten Initiativen teilhaben lassen.

Noch wichtiger jedoch - und wahrscheinlich auch nicht immer einfach - ist die Kommunikation diesbezüglich mit den Beschäftigten. Vergewissern Sie sich, dass Ihre Initiativen stets von Flyern / Informationsmaterial oder Gesprächen mit den Kollegen begleitet werden.

Im Anhang 5 finden Sie eine Zusammenstellung von Flyern, die eigens für diesen Zweck konzipiert wurden.

Selbstverständlich haben Sie sowohl während des Gesprächs mit dem Arbeitgeber als auch im Zuge der Mitteilung an die Mitarbeiter mit Gegenwind zu rechnen. Wir sind jedoch der Auffassung, dass Sie Schritt für Schritt Fortschritte machen werden. Selbst wenn es vielleicht nicht immer leicht sein wird, ist es stets die Diskussion wert.

Behalten Sie im Hinterkopf, dass zeitgleich andere europäische Gewerkschaftsvertreter (eventuell sogar im selben Unternehmen) ähnliche Gespräche mit ihren Arbeitgebern führen. Dies verleiht dem Veränderungsprozess noch mehr Dynamik.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

## 1 ERSTE FRAGE(N) ZUM SOZIALEN DIALOG

---

### Zu verwenden wenn...

Sie in Ihrem Unternehmen noch nie etwas über „nachhaltige Produktion“ oder „den Kampf gegen Kinderarbeit“ gehört haben.

### Fragen

In diesem Fall liegt Ihr Hauptaugenmerk darauf, Ihrem Arbeitgeber zum Nachdenken zu bringen bzw. sich zu informieren.

Dies kann anfangs durch eine einfache Frage geschehen:

1. Welche Maßnahmen haben Sie bis dato in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Herstellungsprozesses ergriffen? In welchen Veröffentlichungen kann man weitere Informationen zu diesem Thema finden? (Verhaltenskodex? Internetseite des Unternehmens? Flyer?...)

Wenn Ihr Arbeitgeber den Kakao (oder andere Rohstoffe) hauptsächlich über Dritte bezieht, fragen Sie gezielt nach.

2. Inwiefern besitzt Firma X, Lieferant von ... eine Nachhaltigkeitspolitik? Könnten Sie uns diesbezüglich mehr Information geben?

Es ist wichtig, dass Sie Ihrem Arbeitgeber Ihr Interesse an diesem Thema vermitteln. Sie sollten jedoch vermeiden, dass sich Ihr Arbeitgeber angegriffen fühlt. Ziel ist es, sich mit ihm zu beraten. Sagen Sie ihm, dass Ihnen, in Ihrer Rolle als Gewerkschafter, auch die Arbeitsbedingungen von Arbeitern an anderen Stellen der Produktionskette wichtig sind.

Sie sollten nicht schon nach dem ersten Versuch aufgeben, sondern vielmehr versuchen, regelmäßige Gespräche mit Ihrem Arbeitgeber zu führen. Die Fragebögen dieses Leitfadens könnten sich als Ihr nächster Schritt herausstellen.

## 2 FRAGEN FÜR BETRIEBSRÄTE (ODER EUROPÄISCHE BETRIEBSRÄTE) ZUR NACHHALTIGKEIT IN DER SCHOKOLADENPRODUKTION

---

### Zu verwenden wenn...

In diesem Kapitel gehen wir davon aus, dass der Arbeitgeber (aus der Kakao- und Schokoladenindustrie) bereits über eine Politik bzgl. einer „nachhaltigen Produktion“ oder einer „CSR“ (Soziale Verantwortung des Unternehmens) verfügt. Vermutlich ist diese im Rahmen eines Verhaltenskodex festgehalten worden.

### Fragen

Das Ziel der nachfolgenden Fragen ist es, besser einschätzen zu können, inwiefern der Arbeitgeber bereits eine Politik in Bezug auf die jeweiligen Punkte entwickelt hat. Mit der Zeit finden Sie möglicherweise heraus, ob das Unternehmen eine aufrichtige Haltung gegenüber diesem Thema pflegt, oder es sich lediglich um eine Marketingstrategie handelt. Vertiefen Sie Ihre Nachforschung, indem Sie den Schwerpunkt Ihrer Fragen auf Gewerkschaftsrechte und den sozialen Dialog in der gesamten Versorgungskette legen.

1. Welche Initiativen haben Sie bis zu diesem Zeitpunkt in Bezug auf die Nachhaltigkeit des Herstellungsprozesses ergriffen? In welchen Veröffentlichungen kann dies nachgelesen werden? (Verhaltenskodex? Internetseite des Unternehmens? Broschüren?)
2. Mitglied welcher internationalen Organisation (zur Förderung der Nachhaltigkeit in der Kakaowirtschaft) ist das Unternehmen? Was ist die Zielsetzung dieser Organisation und in welcher Art und Weise nimmt das Unternehmen daran teil?

Beispiele: ICI (International Cocoa Initiative), ICCO (International Cocoa Organisation), WCF (World Cocoa Foundation), RSCE (Round Table for a Sustainable Cocoa Economy), usw.

3. Inwiefern ergreift das Unternehmen Initiativen, in Zusammenarbeit mit NGOs oder unabhängig, im Hinblick auf einen nachhaltigeren Kakaoanbau in Afrika oder anderen Kakaoanbauländern?
  - a. Beispielsweise durch den Bezug von Kakao über Genossenschaften oder Projekte, die Kakaobauern und ihre Gemeinden gezielt unterstützen.
  - b. Wie kommen diese Projekte zustande? Wer trifft die Entscheidungen über die Auswahl?
  - c. Auf welche Weise werden lokale Gewerkschaften bzw. Bauernverbände mit einbezogen?
4. Stellt Ihr Unternehmen Produkte her, die ein Etikett tragen, das auf einen nachhaltigen Herstellungsprozess hinweist?
  - a. Welche Etiketten? (Fair Trade/UTZ/Rainforest Alliance/...)
  - b. Welche Garantien bieten diese Etiketten?
  - c. Welcher prozentuale Anteil der Gesamtproduktion des Unternehmens trägt ein solches Etikett?
  - d. Besteht seitens des Unternehmens Interesse daran, diesen Anteil zu erhöhen?
  - e. An welchen Teilen der Produktionskette (Kakaoplantagen, Produktion in Afrika bzw. Europa) versucht das Unternehmen, das Konzept einer nachhaltigen Produktion umzusetzen? Welche Maßnahmen werden diesbezüglich ergriffen?
5. Unsere Auffassung von CSR / Nachhaltigkeit / menschenwürdiger Arbeit beinhaltet, dass der Arbeitgeber für sämtliche Arbeiter der Produktionskette verantwortlich ist.
  - a. Ist der Arbeitgeber bereit, die Verantwortung und Verpflichtung gegenüber sämtlichen Arbeitern der Produktionskette zu tragen? Denken Sie u.a. an: Kakaoplantagen, den Zwischenhandel, Leih- und Zeitarbeiter, Mitarbeiter von Zulieferern...
  - b. Respektiert der Arbeitgeber Gewerkschaftsarbeit und den sozialen Dialog an jedem einzelnen Glied der Produktionskette. Sie können auch weitere Informationen verlangen, bspw. über die Einbindung von Gewerkschaften in osteuropäischen Niederlassungen.

6. Wie sind die Arbeitsbedingungen (Kinderarbeit, Gesundheit und Sicherheit...) auf den Kakaoplantagen? Und die der Mittelmänner? Verfügt das Unternehmen über Informationen diesbezüglich?
  - a. Inwiefern kann die Firma gewährleisten, dass Zulieferer keine Verstöße gegen allgemein anerkannte Grundsätze der ILO Konventionen begehen, wie z.B. die Vereinigungsfreiheit, das Recht auf Tarifverhandlungen, das Verbot von Zwangsarbeit und (schlimmster Formen) von Kinderarbeit, Mindestlöhne, menschenwürdige Arbeitszeiten und -bedingungen?

Wahrscheinlich wird Ihnen der Arbeitgeber nicht mit Gewissheit sagen können, dass keine Verstöße gegen die in Punkt 6a erwähnten Grundsätze vorliegen. Stellen Sie ihm demnach folgende Fragen:

7. Inwiefern verfügt das Unternehmen über Informationen über die Herkunft der Kakaobohnen (oder anderer Rohstoffe)? Bis zu welchem Punkt kann der Entstehungsprozess zurückverfolgt werden?
8. Sollte das Unternehmen zur Ansicht gelangen, dass die Kriterien aus Punkt 6a nicht erfüllt werden, wäre es bereit, die notwendigen Maßnahmen zu treffen, um die Situation zu korrigieren bzw. die Rohstoffe gegebenenfalls über andere Zulieferer zu beziehen?
9. Der Zwischenhandel ist weiterhin eines der größten Probleme, da das Unternehmen oft keine Informationen über die Herkunft der Kakaobohnen besitzt. Ist das Unternehmen bereit, gemeinsam mit anderen Branchenführern - und in Absprache mit den Gewerkschaften und NGOs – nach einer gemeinsamen Lösung für dieses Problem zu suchen?
  - a. Ist das Unternehmen bereit, ein gemeinsames Abkommen über Nachhaltigkeit und die Abschaffung von Kinderarbeit mit den Branchengrößen der Schokoladenindustrie zu verhandeln oder sich bspw. finanziell an der Gründung eines gemeinsamen Nachhaltigkeitsfonds zu beteiligen?

10. Ist der Arbeitgeber bereit, eine Firmenpolitik im Sinne der Achtung der Kernarbeitsnormen durchzusetzen, an welcher nicht nur (eventuelle) Tochtergesellschaften beteiligt werden, sondern ebenfalls Auftragnehmer und Zulieferer? Wie kann solch eine Politik gestärkt werden und wie können Gewerkschaften in diesen Prozess eingebunden werden?
  
11. Wie kann die Rolle, die die Gewerkschaften im Rahmen der Nachhaltigkeitspolitik spielen, gestärkt werden? Wie kann gewährleistet werden, dass diese Politik in der gesamten Produktionskette eingehalten wird?
  - a. Ist der Arbeitgeber offen für einen regelmäßigen Informationsaustausch zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertretern aus der gesamten Produktionskette?
  - b. Kann der Begriff „Nachhaltigkeit“ regelmäßig einen Platz auf der Tagesordnung des jeweiligen Gremiums erhalten (BR, EBR...)?
  - c. Wenn das Unternehmen eigene Projekte hat, die in Verbindung mit dem Konzept der Nachhaltigkeit stehen, geschieht dies in Zusammenarbeit mit NGOs? Besteht die Möglichkeit, dass lokale Gewerkschaften oder Bauernverbände in diese Projekte mit einbezogen werden? Wie?
  - d. Ist der Arbeitgeber bereit, Gewerkschaften in die Umsetzung der Programme aus laufenden Projekten einzubinden?
  - e. Beispiel „Schulungen“: vermehrt auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz achten, Einbindung lokaler Gewerkschaften in die Ausrichtung von Fortbildungskursen...?
  
12. Im Anschluss an das Gespräch können Sie den Arbeitgeber um ein regelmäßiges Monitoring und Berichterstattung über andere Tochtergesellschaften und ihre jeweiligen Länder bitten. Hierbei sollten folgende Punkte genauer betrachtet werden:
  - a. (Nicht)Beachtung internationaler Normen
  - b. Arbeitsrechte
  - c. Entlohnung und Arbeitsbedingungen
  - d. Sozialer Dialog

**Eventuell können die nachfolgenden Fragen zu einem späteren Zeitpunkt hinzugefügt werden (auf EBR-Ebene):**

13. Ist die Unternehmensführung bereit, Experten / Gewerkschaftsvertreter aus (Produktions-)Ländern der Dritten Welt zur nächsten Beratungsrunde einzuladen?
  
14. Ist das Unternehmen bereit, eine internationale Rahmenvereinbarung abzuschließen, welche u.a. die Grundsätze für menschenwürdige Arbeit beinhaltet?

## 2 FRAGEBOGEN FÜR LIEFERANTEN

---

### Zu verwenden wenn...

Es ist wahrscheinlich, dass die Nachhaltigkeit des Unternehmens in direktem Zusammenhang mit ihren Zulieferern steht. Auch wenn dies nicht der Fall sein sollte, ist es wichtig, den Lieferanten Fragen über Entlohnung und Arbeitsbedingungen der Beschäftigten zu stellen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, diese Informationen über die internen Gewerkschaftsnetzwerke zu erhalten.

### Fragen

Im Nachfolgenden finden Sie einen Fragebogen, den Sie an Ihre (wichtigsten) Lieferanten weiterleiten können. Selbstverständlich sollten Sie selbigen den betriebsspezifischen Umständen entsprechend anpassen. Des Weiteren sei darauf hingewiesen, dass es sich hierbei um ein Thema handelt, welches im Voraus und im Rahmen des sozialen Dialogs mit den anderen Gewerkschaften besprochen werden sollte. Sie könnten Ihren Arbeitgeber bspw. fragen, inwiefern er / sie über die aktuelle Lage informiert ist und ob er sich bereit erklären würde, den Lieferanten darauf anzusprechen.

Sollte sich dabei herausstellen, dass weder Entlohnung noch Arbeitsbedingungen die erforderlichen Mindeststandards erfüllen, sollte Ihre Zielsetzung lauten, Ihren Arbeitgeber dazu zu bringen, nach Alternativen zu bestehenden Lieferanten zu suchen.

Im nächsten Kapitel finden Sie, in Form einer „Ehrenerklärung“ für Lieferanten, eine Alternative zum im Anschluss folgenden Fragebogen. Diese kann nach Absprache (in Form eines sozialen Dialogs) an die Zulieferer des Unternehmens weitergeleitet werden, mit der Bitte ihn unterschrieben zurückzusenden.

## FRAGEBOGEN FÜR LIEFERANTEN

---

### Menschenrechte

1. Können Sie versichern, dass Ihr Unternehmen eine Geschäftspolitik ausübt, die nicht gegen grundsätzliche Menschenrechte verstößt? (Sklaverei, Freiheitsberaubung, Menschenhandel, Folter, menschenverachtende Behandlung, Entwendung fremden Eigentums, etc.)
2. Verfügt Ihr Unternehmen über eine Menschenrechtspolitik?
3. Ist diese Politik für alle Mitarbeiter zugänglich? Kann sie von interessierten Außenstehenden eingesehen werden?

### Personalpolitik

1. Können Sie versichern, dass Ihr Unternehmen nicht mit Zwangsarbeit bzw. Kinderarbeit in Verbindung gebracht werden kann?
2. Verfügt Ihr Unternehmen über eine Politik in Bezug auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sämtlicher Mitarbeiter? Hat Ihr Unternehmen diesbezüglich in der Vergangenheit eine Auszeichnung erhalten oder gab es hingegen eine Verurteilung aufgrund mangelnder Sicherheits- oder Gesundheitsvorkehrungen am Arbeitsplatz?
3. Bietet Ihr Unternehmen seinen Mitarbeitern die Möglichkeit, an Fortbildungskursen teilzunehmen?
4. Verfügt Ihr Unternehmen über ein Beschwerdeverfahren?
5. Existiert, generell gesehen, eine Personalpolitik?
6. An welchen Richtlinien orientiert sich das Unternehmen bei der Festlegung vom Lohn und Arbeitsbedingungen?
7. Wurde diese Politik sowohl intern als auch extern bekanntgegeben?

## Sozialer Dialog

1. Werden die Beschäftigten des Unternehmens vom Betriebsrat und von Gewerkschaften vertreten? Falls ja, von welchen Gewerkschaften?
2. Finden Beratungen mit Vertretern des Betriebsrats und der Gewerkschaften statt? Auf welche Weise?
3. Für den Fall, dass kein Betriebsrat oder gewerkschaftliche Vertreter einbezogen sind: Führt die Unternehmensführung Kollektivgespräche mit den Mitarbeitern? Auf welche Weise?
4. Hat der Arbeitgeber jemals Tarifverhandlungen oder Gespräche mit der Gewerkschaft verweigert? Ist er jemals aufgrund solch einer Verweigerung belangt worden?

## Kampf gegen Korruption

1. Können Sie versichern, dass Ihr Unternehmen noch nie des Steuerbetrugs bezichtigt worden ist? (Steuerhinterziehung oder Geldwäsche, Bestechung...)
2. Sieht die Firmenpolitik Verfahren vor, welche zur Vorbeugung von Finanzbetrug, Bestechung und Korruption stehen?
3. Wurde diese Firmenpolitik sowohl intern als auch extern transparent gemacht und kommuniziert?

## Umwelt

1. Erfüllt Ihr Unternehmen die einschlägigen Umweltgesetze und -bestimmungen und ist das Unternehmen in Besitz der erforderlichen Umweltgenehmigungen?
2. Hat das Unternehmen neue Technologien eingeführt und veraltete, umweltbelastende abgeschafft?
3. Werden Maßnahmen zur Verminderung von Umweltbelastungen ergriffen?
4. Verfügt Ihr Unternehmen über ein Umwelt-Management-System? (ISO, EMAS oder ähnlich, mit externen und unabhängigen Audits)
5. Hat sich die Unternehmensführung bestimmte Umweltziele gesetzt?
6. Wurde diese Umweltpolitik sowohl intern als auch extern veröffentlicht?

### 3 VORLAGE „EHRENERKLÄRUNG“ FÜR LIEFERANTEN

---

#### Zu verwenden wenn...

Die nachfolgende „Ehrenerklärung“ stellt eine Alternative bzw. eine Erweiterung des Fragebogens aus Kapitel 3 dar. Ziel ist es, dass Ihr Arbeitgeber seine(n) Lieferanten darum bittet, diese Erklärung zu unterschreiben. Im Anhang 3 finden Sie weitere Informationen zu den unten erwähnten ILO Übereinkommen.

#### Ehrenerklärung

Der / Die Unterzeichner(in), Hr. / Fr. (X), im Namen der Firma (Y), bestätigt hiermit, dass die gelieferten Produkte (Z) von Unternehmen stammen, die die nachfolgenden Übereinkommen einhalten bzw. gewährleisten, dass ihre Filialen, Vertragspartner und Zulieferer selbige anerkennen:

- Vereinigungsfreiheit (ILO Übereinkommen 87)
- Vereinigungsrecht & Recht auf Kollektivverhandlungen (ILO Übereinkommen 98)
- Verbot der Zwangsarbeit (ILO Übereinkommen 29 und 105)
- Gegen Diskriminierung (ILO Übereinkommen 100 und 111)
- Sukzessive Abschaffung der Kinderarbeit (ILO Übereinkommen 138)
- Verbot schlimmster Formen der Kinderarbeit (ILO Übereinkommen 182)
- Festsetzung von Mindestlöhnen (ILO Übereinkommen 26 und 131)
- Verbot von unmenschlichen Arbeitszeiten (ILO Übereinkommen 1)
- Angemessene Arbeitsbedingungen (ILO Übereinkommen 155)

Wenn er/sie zur Auffassung gelangt, dass diese Abkommen nicht eingehalten werden, verpflichtet er/sie sich dazu, alle notwendigen Schritte zu unternehmen, um Abhilfe zu schaffen oder die betreffende Ware über andere Quellen zu beziehen.

Er / sie stimmt zu, dass er vom verantwortlichen Einkäufer oder seinem Stellvertreter gebeten werden kann, die Verwaltung verschiedener Niederlassungen, Auftragnehmer oder, sollte letzteres nicht möglich sein, die Vertragspartner seines / ihres Unternehmens, die in Verbindung mit der entsprechenden Ware stehen, überprüfen zu lassen. Der / Die Unterzeichner(in) verpflichtet sich, die entsprechenden Maßnahmen zu ergreifen, um den Ablauf eines unabhängigen Audits zu erleichtern.

### **Datum und Unterschrift**

## 4 CHECKLISTE BZGL. ZULIEFERER UND ANDERER UNTERNEHMEN, MIT DENEN IHR ARBEITGEBER ZUSAMMENARBEITET

---

### Zu verwenden wenn:

Die nachfolgende Checkliste kann hilfreich sein, sollten Sie Fragen an Ihren Arbeitgeber hinsichtlich Arbeitsbedingungen in Filialen, Subunternehmen oder anderen Unternehmen, mit denen Ihr Arbeitgeber zusammenarbeitet, stellen wollen. Mit dieser Liste als Grundlage können Sie Ihren Arbeitgeber befragen, bzw. ihn bitten, die in Frage kommenden Unternehmen zu befragen. Natürlich können Sie auch die internen Gewerkschaftsnetze verwenden, um selbst an solche Informationen zu gelangen.

### Die Checkliste

Wir gehen diese Checkliste durch für jedes Unternehmen, mit dem unser Arbeitgeber zusammenarbeitet, um zu einer Übersicht aller Arbeitsbedingungen zu gelangen.

Sie dürfen natürlich auch weitere Themen hinzufügen.

Gewerkschaft:

- Der Arbeitgeber erkennt Gewerkschaften als vollwertige Partner in den Verhandlungen an
- Der Arbeitgeber unternimmt keine Maßnahmen, um Kontrolle über gewerkschaftliche Aktivitäten in dem Unternehmen auszuüben
- Der Arbeitgeber ergreift keine Maßnahmen gegen Gewerkschaftsvertreter, die sich für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen einsetzen, die an Gewerkschaftstreffen teilnehmen, oder die die Rechte der Arbeitnehmer schützen
- Der Arbeitgeber respektiert Absprachen in den Verhandlungen
- Der Arbeitgeber stellt den Gewerkschaften ausreichende Informationen zur Verfügung, damit sie ihre Aufgabe voll erfüllen können

- Der Arbeitgeber gibt den Gewerkschaftsvertretern genügend Freiraum, um sich mit Beschäftigten während der Arbeitszeit zusammenzusetzen, bzw. gewährt ihnen Zugang zum Unternehmen
- Der Arbeitgeber unterrichtet die Gewerkschaftsvertretung rechtzeitig und im erforderlichen Maße über geplante Änderungen im Unternehmen
- Der Arbeitgeber droht Gewerkschaftsvertretern nicht mit Entlassung oder Versetzung
- Der Arbeitgeber greift nicht auf Dritte (Gerichtsvollzieher, Sicherheitspersonal, usw.) zurück, um Streiks und andere Aktionen zu unterbinden
- .....

### Arbeitsbedingungen

- Der Arbeitgeber stellt dem Arbeitnehmer Arbeits- und Sicherheitskleidung zur Verfügung
- Der Arbeitgeber stellt dem Arbeitnehmer das notwendige Arbeitsmaterial und Geräte zur Verfügung, damit er seine Arbeit richtig ausführen kann
- Der Arbeitgeber sorgt für optimale Sicherheit am Arbeitsplatz
- Der Arbeitgeber respektiert die vereinbarte Arbeitszeit und sieht genügend Pausen vor
- Der Arbeitgeber bezahlt einen der Arbeit und dem Arbeitsmarkt angemessenen Lohn
- Der Arbeitgeber sieht für seine Beschäftigten (Weiter-) Bildungsmaßnahmen vor
- Der Arbeitgeber strebt Gleichbehandlung in seinem Unternehmen an
- Der Arbeitgeber zahlt in einen Lohnfortzahlungsfonds ein, um seine Beschäftigten bei Krankheit oder nach einem Unfall weiterzahlen zu können
- Der Arbeitgeber wendet weder verbale noch physische Gewalt gegen seine Beschäftigte an

- Der Arbeitgeber schließt Kinderarbeit aus
- Der Arbeitgeber beschäftigt keine illegalen bzw. Schwarzarbeiter (unter menschenunwürdigen Bedingungen)
- .....

### Weitere

- Bei der Gewinnung von Rohstoffen und in der Produktion nimmt das Unternehmen Rücksicht auf die Umwelt und die Umgebung
- .....

## 5 KRITISCHE BEURTEILUNG EINES EXISTIERENDEN VERHALTENSKODEX

---

### Zu verwenden wenn:

Der nachfolgende Text kann hilfreich sein, sollte Ihr Arbeitgeber schon einen Verhaltenskodex entwickelt haben. Das Ziel soll sein, diesen Kodex kritisch zu beurteilen, ggf. zu korrigieren und ihn anzuwenden, sollte Ihr Arbeitgeber dagegen verstoßen.

### Verhaltenskodex

Im Normalfall beschließt ein Unternehmen, das darauf achten möchte, dass Arbeitsrechte in seiner Versorgungskette eingehalten werden, einen Verhaltenskodex, um sein Engagement kundzutun. Zu diesem Zeitpunkt ist der Verhaltenskodex lediglich ein Blatt Papier. Die eigentliche Herausforderung besteht in seiner Anwendung, um eine effektive Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu erreichen.

Wie in den Internationalen Rahmenabkommen kann es große Unterschiede in Inhalt und Reichweite eines Verhaltenskodex geben - von vagen Absichtserklärungen in den verschiedenen Produktionsstätten bis hin zu konkreten Verpflichtungen, die am meisten gefährdeten Arbeiter in der Produktionskette zu schützen. Man kann nur von einem glaubwürdigen Verhaltenskodex sprechen, wenn dieser nicht nur die Situation der Arbeiter des eigenen Unternehmens berücksichtigt, sondern auch die der Arbeiter von Subunternehmer und Lieferanten.

Ein Verhaltenskodex sollte mindestens die nachfolgenden vier Grundarbeitsnormen enthalten:

- Arbeitssicherheit und Gesundheit
- Lohnabkommen
- Vereinbarungen über Arbeitszeiten
- Vereinbarungen über Beschäftigungsverträge

Zusätzlich plädieren wir auch für die Einbeziehung des Rechtes auf Vereinigungsfreiheit und auf Sozialdialog.

Um glaubwürdig zu sein, sollte ein Verhaltenskodex auch einen unabhängigen Kontrollmechanismus zur Überwachung dessen Anwendung vorsehen.

Vorzugsweise sollte es sich hierbei um eine "Multistakeholder-Initiative" handeln. In einer solchen Initiative sind nicht nur Arbeitgeber und Arbeitnehmer sondern auch andere Organisationen wie NGOs beteiligt.

Der Kodex darf natürlich nicht bestehende nationale Gesetze ersetzen, die für die Industrie gelten. Lokale Normen können von internationalen Normen abweichen. Der Verhaltenskodex sollte vorsehen, dass auch Lieferanten diese Normen respektieren, um auch deren Arbeitern den bestmöglichen Schutz zu gewährleisten.

Obwohl viele Unternehmen vermutlich einen Verhaltenskodex haben, sind nicht alle glaubwürdig. In vielen Fällen fehlt ein solider Kontrollmechanismus, oder das Unternehmen unterlässt es, seine Subunternehmer bzw. Lieferanten über die Existenz eines solchen Kodex zu informieren. Um glaubwürdig zu sein, ist es unerlässlich, dass ein Kodex bestimmte Elemente enthält.

Er muss den Respekt von Grundarbeitsnormen vorsehen, genau wie für die oben beschriebenen arbeitsrelevanten Fragen. Dies ist aber nicht alles. Weitere Schritte sind notwendig:

- Sobald ein Verhaltenskodex in Kraft tritt, sollte das Unternehmen ihn bekanntmachen: bei seinen eigenen Beschäftigten, und denen seiner Subunternehmer, Lieferanten und Lizenznehmer.
- Ferner muss die Unternehmensleitung die Verantwortung für die Einführung und Anwendung des Kodex übernehmen.
- Das Unternehmen sollte Schulungen über Arbeitsrechte und die Anwendung des Verhaltenskodex halten.
- Eine unabhängige Kontrollinstitution sollte etabliert werden, an die sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber sich mit ihren Beschwerden wenden können.
- Schließlich kann ein Verhaltenskodex nur glaubwürdig sein, wenn das Unternehmen einen Aktionsplan vorlegt, der alle Elemente berücksichtigt und einen klaren Zeitplan vorsieht. Dieser Aktionsplan muss den Arbeitnehmern und anderen interessierten Parteien vorgelegt werden.

Sollte das Unternehmen, in dem Sie beschäftigt sind, einen solchen Verhaltenskodex haben, können Sie ihn dahingehend begutachten, ob alle oben genannten Merkmale enthalten sind. Ggf. können Sie ihn in den entsprechenden Beratungsgremien diskutieren, mit dem Ziel, notwendige Anpassungen vorzunehmen.

## 6 WAS SIE SONST NOCH TUN KÖNNEN ....

---

### Zu verwenden wenn:

Die nachfolgenden Vorschläge können hilfreich sein, sollten Sie einen Schritt weiter gehen wollen, d.h. wenn Sie alle vorhergehenden Maßnahmen durchgeführt haben.

### Vorschläge

Vielleicht finden Sie es nicht gut oder nicht für angebracht, das eine oder andere Thema in den Beratungsgremien zur Sprache zu bringen. Vielleicht möchten Sie etwas anders versuchen? Vielleicht finden Sie es wichtig, alle Beschäftigten zu beteiligen? Im Nachfolgenden finden Sie einige Vorschläge. Schauen Sie bitte auch regelmäßig auf [www.cocoanet.eu](http://www.cocoanet.eu) nach, wo Sie weitere Vorschläge und Beispiele finden werden.

- Kampagnen von Gewerkschaften und/oder anderen NGOs unterstützen
  - Bspw. nehmen Sie an alljährlichen Aktionen Ihrer Gewerkschaft bzw. Region teil
  - Bspw. verteilen Sie Flyer bzw. Einladungen
  - Bspw. nehmen Sie an den alljährlichen Kampagnen für menschenwürdige Arbeit im Frühjahr teil
  
- Unterstützen Sie Politiklobbying. Bitten Sie Ihren Arbeitgeber auch mitzumachen (bspw. bei dem Gesetzesvorschlag bzgl. Kinderarbeit, die dem flämischen Parlament vorliegt).

- Sensibilisieren Sie die Beschäftigten
  - bspw. durch Flyer in Ihrem Unternehmen (siehe Anhang 5)
  - bspw. durch Mailings
  - bspw. durch Info-Aktionen
  - bspw. durch Einzelgespräche mit Kollegen
    - Sobald konkrete Maßnahmen in Ihrem Unternehmen unternommen werden (bspw. durch den Betriebsrat)
    - Bei Kampagnen
  
- Organisieren bzw. fördern Sie den Meinungs austausch in Netzwerken innerhalb des Unternehmens bzw. Sektors
  - bspw. in Kontakten mit der Dienstleistungsgewerkschaft
  - bspw. in sektoralen Netzwerken (z.B. Milch-/ Lebensmittelwirtschaft)
  - Europäische Kontakte ausbauen
  - Internationale Kontakte ausbauen
  - Zum Thema "Nachhaltigkeit" bzw. "menschenwürdige Arbeit"
  
- Projekte in der Dritten Welt finanziell unterstützen
  - ggf. andere (z.B. den Arbeitgeber) einbeziehen.
  
- Einen Teil von Ihren eigenen Zuwendungen in finanzielle Unterstützung für Fair Trade oder ein anderes Projekt umwandeln
  - Ein Beispiel: Bei der Molkerei Inex NV bekommt man jedes Jahr Gutscheine von der Sozialkasse. In 2010 hat man beschlossen, diese Gutscheine durch Gutscheine für die Oxfam "Magasins du Monde" zu ersetzen. Flyer wurden an die Beschäftigten verteilt, in denen die Gewerkschaftsvertreter die Gründe für diese Wahl erläuterten.

## ANHANG 1 GEWERKSCHAFTSDEFINITION

---

### Nachhaltigkeit in der Kakaowirtschaft - eine Gewerkschaftsdefinition

Der aktive Einfluss von Gewerkschaften in der Kakaokette beinhaltet:

- ArbeitnehmerInnen auf Kakaoplantagen
- Unterstützung von Initiativen zur Selbstorganisation von Kleinbauern
- ArbeitnehmerInnen in landwirtschaftlichen Lohnunternehmen in den Anbauländern
- ArbeitnehmerInnen im Kakaohandel: im Vertrieb, Einkauf und Verarbeitung von Kakaobohnen und Halbfertigprodukte (Kakaomasse, Butter, Flüssigschokolade und Pulver)
- ArbeitnehmerInnen in der für Kakao zuständigen Logistik (Hafen und Lager)
- ArbeitnehmerInnen in kakaoverarbeitenden Fabriken
- ArbeitnehmerInnen in der Schokoladenproduktion

Nachhaltigkeit in die Kakaokette bedeutet somit:

**Ordentliche Arbeits- und Lebensbedingungen in einem nachhaltigen Umfeld – jetzt und zukünftig – für alle Beschäftigten der Kakaokette**

Das bedeutet:

1.

'Faire' und gerechte Preise für Kakaoproduzenten (Kakaobauern),

Ordentliche Entlohnung für alle ArbeitnehmerInnen auf den Kakaoplantagen,

Ordentliche Entlohnung für alle ArbeitnehmerInnen der gesamten Kakaokette,

Gesunde Arbeitsbedingungen für alle ArbeitnehmerInnen in der Kakaokette.

2.

Vernünftige Nutzung und Einsatz von Pflanzen, Boden und Pestiziden.

Akzeptanz und Einhaltung aller fundamentalen Gewerkschaftsrechte wie in folgenden ILO Konventionen formuliert:

87 und 98: Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen;

29 und 105: Verbot der Zwangsarbeit;

100 und 111: Gegen Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf;

138 und 182: Abschaffung der Kinderarbeit; sowie spezifischer für Gewerkschaftsmitglieder und landwirtschaftliche ArbeitnehmerInnen:

135: Verbot der Benachteiligung von gewerkschaftlichen und betrieblichen Arbeitnehmervertretern;

141: Übereinkommen über die Verbände ländlicher Arbeitskräfte;

184: Übereinkommen über den Arbeitsschutz in der Landwirtschaft.

Multinationale Konzerne in der Kakaokette sollten sich in ihren Aktivitäten und ihrem Handeln an die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen 2000 halten und diese akzeptieren. Diese OECD-Leitsätze sollten ebenfalls von nationalen Unternehmen der Kakaokette respektiert werden.

September 2010

## **ANHANG 2 FRANKFURTER ERKLÄRUNG**

---

### **Frankfurter Erklärung: Fairer Handel, Faire Arbeit /Oberjosbach, 17.9.2010**

Die Gewerkschaftskonferenz im Bildungszentrum Oberjosbach BZO bei Frankfurt fordert die Abschaffung der Kinderarbeit und ein Sozialsiegel in einer nachhaltigen Kakao- und Schokoladenbranche.

Auf einer Europäischen Gewerkschaftskonferenz in Oberjosbach bei Frankfurt haben sich fast 100 Delegierte von 21 Gewerkschaften aus 14 Ländern getroffen, um das gewerkschaftliche Netzwerk „cocoanet.eu“ in der Kakao- und Schokoladenbranche zu entwickeln. Dieses Netzwerk-Projekt wird durch die Europäische Kommission gefördert und gemeinsam mit wmp consult sowie foodworld R&C durchgeführt. Neben weiteren Workshops soll auch eine gemeinsame Website die nachhaltige Zusammenarbeit über Unternehmens- und Ländergrenzen hinweg unterstützen. Unter der Schirmherrschaft des Europäischen Gewerkschaftsbundes EFFAT und bei Federführung durch die deutsche Gewerkschaft NGG haben sich die Gewerkschaften fnv (NL), ACV (B), ABVV (B), Pro-Ge (A), Unite (UK), CFDT (F) und Solidarnosc (PL) als Partner zusammen gefunden. Auf der Konferenz waren weiterhin Gewerkschaftsvertreter aus Spanien, Kroatien, Italien, Malta, Litauen, der Türkei und Norwegen vertreten.

Neben der Schaffung des Netzwerkes cocoanet.eu waren die Arbeitsbedingungen in Europa und Nachhaltigkeit in der gesamten Kakaokette die wichtigsten Konferenzthemen. Die Konferenz arbeitete an einer eigenständigen, gewerkschaftlichen Definition des Begriffes „Nachhaltigkeit“ im Kakao- und Schokoladensektor unter Einbeziehung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen in der gesamten Kette von der Kakaoerzeugung bis zur Schokoladenproduktion.

Die Gewerkschafter verstehen hierunter ein anständiges Leben für alle Beteiligten in der Kakaokette in einer nachhaltigen Umwelt. Vorträge, Workshops, Filmvorführungen und Diskussionen unter Einbeziehung von Nichtregierungsorganisationen und Arbeitgebervertretern strukturierten die Konferenz.

Die Teilnehmer erklärten zum Schluss des dreitägigen Treffens im BZO am 17.9.2010:

- Kinderarbeit in der Kakaoproduktion muss endlich und endgültig abgeschafft werden. Die ILO-Konvention Nr. 182 vom 19.11.2000 zum Verbot der Kinderarbeit wurde von vielen Erzeugerländern und den europäischen Ländern mit Kakaoverarbeitung schon vor Jahren ratifiziert und muss endlich voll in die Realität umgesetzt werden.
- Unterstützung und Qualifizierung von Menschen in den Erzeugerländern bei den Themen Boden, Pflanzen und Pestizide macht ökologischen Sinn und hat nachhaltige, globale Effekte.
- Die OECD hat Leitsätze für multinationale Unternehmen hinsichtlich ihrer Verantwortung aufgestellt - auch im Bereich der Zulieferung. Diese Verantwortung muss wahrgenommen werden. Aber auch kleine und mittlere Unternehmen in Europa tragen Verantwortung.
- Faire Preise für Kakaobauern können helfen, der finanziellen Spekulation im Kakaosektor entgegen zu treten. Faire Preise können deshalb auch längerfristig den Rohstoffbereich stabilisieren und mehr ökonomische Sicherheit für die Unternehmen im Schokoladensektor bewirken. Damit entsteht auch mehr Sicherheit für die Arbeitsplätze in Europa.
- Prekäre Arbeit, die einseitig Arbeitnehmer benachteiligt, gibt es auch am Ende der Produktionskette in der europäischen Schokoladenindustrie in oft ungerechter Form von Leiharbeit, Werkverträgen, Niedriglöhnen und befristeten Arbeitsverhältnissen. Auch in diesem Bereich fordern die beteiligten Gewerkschaften faire Arbeit und soziale Mindeststandards, was in einem Sozialsiegel zu dokumentieren wäre.
- Die Gewerkschaften wollen in verstärkter Zusammenarbeit mit NROs und anderen Beteiligten ein Netzwerk für mehr Sicherheit im sozialen, ökologischen und ökonomischen Bereich über die gesamte Kette von der Kakaobohne bis zur Praline stärken. Hierfür wird ein Fahrplan für die zukünftige Zusammenarbeit entwickelt.

## ANHANG 3 DIE ILO UND DIE ILO-ÜBEREINKOMMEN

---

### Hintergrundinformation

Die Gründung der ILO im Jahre 1919 steht in unmittelbarem Zusammenhang mit dem traumatischen Erlebnis des gerade beendeten Ersten Weltkrieges. Die Verfassung der Organisation wurde im Rahmen der Pariser Friedenskonferenz von dem "Ausschuss für internationale Gesetzgebung" erarbeitet und ist Bestandteil (Teil XIII) des Friedensvertrags von Versailles. Die Gründung und die Aufgaben der ILO beruhen auf folgender Erkenntnis: "Der Weltfriede kann auf die Dauer nur auf sozialer Gerechtigkeit aufgebaut werden." (Präambel der Verfassung von 1919)

Die Verfassung definiert die grundlegenden Ziele und Aufgaben der ILO. Als Hauptaufgabe legt sie die Erarbeitung internationaler Arbeits- und Sozialnormen fest. In der Präambel heißt es dazu:

"Nun bestehen aber Arbeitsbedingungen, die für eine große Anzahl von Menschen mit so viel Ungerechtigkeit, Elend und Entbehrungen verbunden sind, dass eine Unzufriedenheit entsteht, die den Weltfrieden und die Welteintracht gefährdet.

Eine Verbesserung dieser Bedingungen ist dringend erforderlich, zum Beispiel durch Regelung der Arbeitszeit, einschließlich der Festsetzung einer Höchstdauer des Arbeitstages und der Arbeitswoche, Regelung des Arbeitsmarktes, Verhütung der Arbeitslosigkeit, Gewährleistung eines zur Bestreitung des Lebensunterhaltes angemessenen Lohnes, Schutz der Arbeitnehmer gegen allgemeine und Berufskrankheiten sowie gegen Arbeitsunfälle, Schutz der Kinder, Jugendlichen und Frauen, Vorsorge für Alter und Invalidität, Schutz der Interessen der im Ausland beschäftigten Arbeitnehmer, Anerkennung des Grundsatzes 'gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit', Anerkennung des Grundsatzes der Vereinigungsfreiheit, Regelung des beruflichen und technischen Unterrichtes und ähnliche Maßnahmen."

Mit Gründung der ILO wurden zum ersten Mal die Verantwortung der internationalen Gemeinschaft und die Zuständigkeit einer internationalen Organisation anerkannt, wie ein Gesetzgeber Fragen anzugehen und zu regeln, die vorher ausschließlich innere Angelegenheit eines jeden Staates waren (die im 19. Jahrhundert abgeschlossenen multinationalen Abkommen, z. B. auf dem Gebiet des Postwesens, befassten sich ausschließlich mit Fragen der zwischenstaatlichen Beziehungen). Diese Entwicklung hat

die traditionellen Auffassungen über internationale Beziehungen und nationale Souveränität grundlegend verändert und durchdringt heute die gesamte Organisationsstruktur der Welt.

Als die ILO 1944 ihr 25jähriges Bestehen feierte, trat die Internationale Arbeitskonferenz wegen der Kriegswirren nicht in Genf, sondern in Philadelphia (USA) zusammen und verabschiedete die inzwischen zum Bestandteil der Verfassung gewordene Erklärung von Philadelphia. Die Erklärung bestätigt zunächst die tragenden Grundprinzipien der ILO:

- Arbeit ist keine Ware
- Freiheit der Meinungsäußerung und Vereinigungsfreiheit sind wesentliche Voraussetzungen beständigen Fortschritts
- Armut gefährdet den Wohlstand aller
- Voraussetzung für Verbesserungen ist der Dialog zwischen Regierung, Arbeitgebern und Arbeitnehmern

und entwickelt sie fort:

"Alle Menschen, ungeachtet ihrer Rasse, ihres Glaubens und ihres Geschlechts haben das Recht, materiellen Wohlstand und geistige Freiheit in Würde, in wirtschaftlicher Sicherheit und unter gleich günstigen Bedingungen zu erstreben".

Nie zuvor hatte das Prinzip der Gleichheit in einer Weltorganisation ein derartiges Gewicht. Bemerkenswert ist, dass diese Erklärung mitten im Zweiten Weltkrieg verabschiedet wurde.

## Die ILO-Übereinkünfte

*(Quelle: ILOLEX Database of International Labour Standards:*

*<http://www.ilo.org/ilolex/german/docs/convdisp1.htm>)*

### **Übereinkommen über die Vereinigungsfreiheit und den Schutz des Vereinigungsrechtes (Nr. 87)**

Diese Kernarbeitsnorm gewährt Arbeitnehmern und Arbeitgebern ohne jeden Unterschied das Recht, ohne vorherige Genehmigung Organisationen nach eigener Wahl zu bilden und solchen Organisationen beizutreten, wobei lediglich die Bedingung gilt, dass sie deren Satzungen einhalten. Die Organisationen der Arbeitnehmer und der Arbeitgeber haben das Recht, sich Satzungen und Geschäftsordnungen zu geben, ihre Vertreter frei zu wählen, ihre Geschäftsführung und Tätigkeit zu regeln und ihr Programm aufzustellen. Die Organisationen der Arbeitnehmer und der Arbeitgeber

dürfen im Verwaltungswege weder aufgelöst noch zeitweilig eingestellt werden. Die Organisationen der Arbeitnehmer und der Arbeitgeber sind berechtigt, Verbände und Zentralverbände zu bilden und sich solchen anzuschließen. Die Organisationen, Verbände und Zentralverbände haben das Recht, sich internationalen Organisationen der Arbeitnehmer und der Arbeitgeber anzuschließen.

### **Übereinkommen über die Anwendung der Grundsätze des Vereinigungsrechtes und des Rechtes zu Kollektivverhandlungen (Nr. 98)**

Diese Kernarbeitsnorm sieht vor, dass, soweit erforderlich, den Landesverhältnissen angepasste Einrichtungen zu schaffen sind, um den Schutz des Vereinigungsrechtes zu gewährleisten. Im weitesten Umfang sind Entwicklung und Anwendung von Verfahren zu fördern, durch die Arbeitgeber oder Organisationen von Arbeitgebern einerseits und Organisationen von Arbeitnehmern andererseits freiwillig über den Abschluss von Gesamtarbeitsverträgen zur Regelung der Lohn- und Arbeitsbedingungen verhandeln können.

### **Übereinkommen über Zwangs- oder Pflichtarbeit (Nr. 29)**

Diese Kernarbeitsnorm verbietet alle Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit. Als solche gilt „jede Art von Arbeit oder Dienstleistung, die von einer Person unter Androhung irgendeiner Strafe verlangt wird und für die sie sich nicht freiwillig zur Verfügung gestellt hat“. Ausnahmen bestehen bzgl. der Militärdienstpflicht, üblicher Bürgerpflichten, und jede Arbeit oder Dienstleistung, die von einer Person auf Grund einer gerichtlichen Verurteilung verlangt wird (sofern diese Arbeit oder Dienstleistung unter Überwachung und Aufsicht der öffentlichen Behörden ausgeführt wird und der Verurteilte nicht an Einzelpersonen oder privaten Gesellschaften und Vereinigungen verdingt oder ihnen sonst zur Verfügung gestellt wird), in Fällen höherer Gewalt, und für kleinere Gemeindearbeiten, die unmittelbar dem Wohle der Gemeinschaft dienen, durch ihre Mitglieder ausgeführt werden und daher zu den üblichen Bürgerpflichten der Mitglieder der Gemeinschaft gerechnet werden können. Die Übereinkunft sieht ferner vor, dass die unberechtigte Auferlegung von Zwangs- oder Pflichtarbeit unter Strafe zu stellen ist. Die Mitglieder, die dieses Übereinkommen ratifizieren, verpflichten sich, dafür zu sorgen, dass die ergriffenen Strafmaßnahmen wirksam sind und streng vollzogen werden.

### **Übereinkommen über die Abschaffung der Zwangsarbeit (Nr. 105)**

Diese Kernarbeitsnorm verbietet alle Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit als Mittel politischen Zwanges oder politischer Erziehung oder als Strafe gegenüber Personen, die gewisse politische Ansichten haben oder äußern oder die ihre ideologische Gegnerschaft gegen die bestehende politische, soziale oder wirtschaftliche Ordnung bekunden; als Methode der Rekrutierung und Verwendung von Arbeitskräften für Zwecke der wirtschaftlichen Entwicklung; als Maßnahme der Arbeitsdisziplin; als Strafe für die Teilnahme an Streiks; oder als Maßnahme rassischer, sozialer, nationaler oder religiöser Diskriminierung.

### **Übereinkommen über das Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung (Nr. 138)**

Diese Kernarbeitsnorm setzt das Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung oder Arbeit auf 15 Jahre (13 für leichte Arbeiten) bzw. 18 Jahre für Arbeit, die wegen ihrer Art oder der Verhältnisse, unter denen sie verrichtet wird, voraussichtlich für das Leben, die Gesundheit oder die Sittlichkeit der Jugendlichen gefährlich ist (16 unter bestimmten, eng definierten Bedingungen). In Ländern, in denen Wirtschaft und schulische Einrichtungen ungenügend entwickelt sind, kann anfangs ein Mindestalter von 14 Jahren (12 für leichte Arbeiten) gelten.

### **Übereinkommen über das Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit (Nr. 182)**

Diese Kernarbeitsnorm definiert ein Kind als eine Person unter 18 Jahren. Es verpflichtet die ratifizierenden Mitglieder, die schlimmsten Formen der Kinderarbeit zu beseitigen. Im Sinne dieses Übereinkommens umfasst der Ausdruck „die schlimmsten Formen der Kinderarbeit“: alle Formen der Sklaverei oder alle sklavereiähnlichen Praktiken, wie den Verkauf von Kindern und den Kinderhandel, Schuldknechtschaft und Leibeigenschaft sowie Zwangs- oder Pflichtarbeit, einschließlich der Zwangs- oder Pflichtrekrutierung von Kindern für den Einsatz in bewaffneten Konflikten; das Heranziehen, Vermitteln oder Anbieten eines Kindes zur Prostitution, zur Herstellung von Pornographie oder zu pornographischen Darbietungen; das Heranziehen, Vermitteln oder Anbieten eines Kindes zu unerlaubten Tätigkeiten, insbesondere zur Gewinnung von und zum Handel mit Drogen; sowie Arbeit, die ihrer Natur nach oder aufgrund der Umstände, unter denen sie verrichtet wird, voraussichtlich für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit von Kindern schädlich ist. Die Übereinkunft verpflichtet die ratifizierenden Staaten ferner, die betreffenden Kinder aus jeder Arbeit dieser Art herauszuholen und

ihre Rehabilitation und soziale Eingliederung vorzusehen, sowie allen aus den schlimmsten Formen der Kinderarbeit herausgeholt Kindern den Zugang zur unentgeltlichen Grundbildung und, wann immer möglich und zweckmäßig, zur Berufsbildung zu gewährleisten.

### **Übereinkommen über die Gleichheit des Entgelts männlicher und weiblicher Arbeitskräfte für gleichwertige Arbeit (Nr. 100)**

Diese Kernarbeitsnorm sieht vor, dass ratifizierende Staaten die Anwendung des Grundsatzes der Gleichheit des Entgelts männlicher und weiblicher Arbeitskräfte für gleichwertige Arbeit auf alle Arbeitnehmer zu fördern und, soweit es mit diesen Verfahren vereinbar ist, sicherzustellen haben.

Der Ausdruck „Entgelt“ umfasst den üblichen Lohn, den Grund- oder Mindestlohn oder das übliche Gehalt, das Grund- oder Mindestgehalt sowie alle zusätzlichen Vergütungen, die der Arbeitgeber auf Grund des Dienstverhältnisses dem Arbeitnehmer mittelbar oder unmittelbar in bar oder in Sachleistungen zu zahlen hat.

### **Übereinkommen über die Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf (Nr. 111)**

Diese Kernarbeitsnorm definiert Diskriminierung als jede Unterscheidung, Ausschließung oder Bevorzugung, die auf Grund der Rasse, der Hautfarbe, des Geschlechts, des Glaubensbekenntnisses, der politischen Meinung, der nationalen Abstammung oder der sozialen Herkunft vorgenommen wird und die dazu führt, die Gleichheit der Chancen oder der Behandlung in Beschäftigung oder Beruf aufzuheben oder zu beeinträchtigen. Sie verlangt von ratifizierenden Staaten, eine innerstaatliche Politik festzulegen und zu verfolgen, die darauf abzielt, mit Methoden, die den innerstaatlichen Verhältnissen und Gepflogenheiten angepasst sind, die Gleichheit der Gelegenheiten und der Behandlung in Bezug auf Beschäftigung und Beruf zu fördern, um jegliche Diskriminierung auf diesem Gebiet auszuschalten. Dies umfasst auch Diskriminierung bzgl. der Zulassung zur Berufsausbildung, zur Beschäftigung und zu den einzelnen Berufen sowie die Beschäftigungsbedingungen.

### **Übereinkommen über die Festsetzung von Mindestlöhnen, besonders unter Berücksichtigung der Entwicklungsländer (Nr. 131)**

Diese verpflichtet ratifizierende Staaten, ein Mindestlohnsystem einzuführen, das es ermöglicht, gesetzliche Mindestlöhne festzusetzen und von Zeit zu Zeit anzupassen.

### **Übereinkommen über die Einrichtung von Verfahren zur Festsetzung von Mindestlöhnen (Nr. 26)**

Jedes Mitglied der Internationalen Arbeitsorganisation, das dieses Übereinkommen ratifiziert, verpflichtet sich, Verfahren einzuführen oder beizubehalten, die es gestatten, Mindestlöhne für die Arbeitnehmer in gewissen Gewerben oder Teilen von Gewerben (insbesondere in der Heimarbeit) festzusetzen, in denen keine wirksamen Einrichtungen zur Festsetzung der Löhne, sei es durch Gesamtarbeitsvertrag oder auf anderem Wege, bestehen und in denen die Löhne außergewöhnlich niedrig sind. Ferner sind die erforderlichen Vorkehrungen zu treffen, um im Wege der Aufsicht und mit Hilfe von Zwangsmaßnahmen sicherzustellen, dass die beteiligten Arbeitgeber und Arbeitnehmer Kenntnis von den geltenden Mindestlöhnen erhalten und dass die wirklich gezahlten Löhne nicht niedriger sind als die Mindestlöhne, sofern solche existieren.

### **Übereinkommen über die Begrenzung der Arbeitszeit in gewerblichen Betrieben auf acht Stunden täglich und achtundvierzig Stunden wöchentlich (Nr. 1)**

Dieses Übereinkommen begrenzt die reguläre Arbeitszeit auf 48 Arbeitsstunden pro Woche, mit maximal 8 Stunden pro Tag.

### **Übereinkommen über Arbeitsschutz und Arbeitsumwelt (Nr. 155)**

Dieses Übereinkommen sieht eine in sich geschlossene innerstaatliche Politik auf dem Gebiet des Arbeitsschutzes und der Arbeitsumwelt vor, die festzulegen, durchzuführen und regelmäßig zu überprüfen ist. Ziel dieser Politik muss es sein, Unfälle und Gesundheitsschäden, die infolge, im Zusammenhang mit oder bei der Arbeit entstehen, zu verhüten, indem die mit der Arbeitsumwelt verbundenen Gefahrenursachen, soweit praktisch durchführbar, auf ein Mindestmaß herabgesetzt werden. Hierbei sind innerstaatliche Verhältnisse und Gepflogenheiten zu berücksichtigen. Ferner ist die Aufstellung und Anwendung von Verfahren zur Meldung von Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten durch die Arbeitgeber und gegebenenfalls die Versicherungsträger und andere unmittelbar Beteiligte sowie die Erstellung jährlicher Statistiken über Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten vorgesehen.

## ANHANG 4 OECD

---

### Kurzinfo über die OECD

*(von der OECD Webseite entnommen)*

Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) feiert ihr 50 jähriges Bestehen, aber ihre Wurzeln reichen zurück zu der Zerstörung Europas nach dem Zweiten Weltkrieg. Die europäischen Staatschefs waren entschlossen die Fehler ihrer Vorgänger nach dem Ersten Weltkrieg nicht zu wiederholen. Anstatt die Besiegten zu bestrafen, beschlossen sie, dass der beste Weg für anhaltenden Frieden in der Stärkung von Kooperationen und im Wiederaufbau sei.

Die Organisation für europäische wirtschaftliche Zusammenarbeit (OEED) wurde im Jahr 1947 gegründet, um den US-finanzierten Marshall-Plan auszuführen und damit den Wiederaufbau in Europa nach den Zerstörungen des Zweiten Weltkrieges voran zu treiben. Den Regierungen wurden die Abhängigkeiten ihrer Volkswirtschaften vor Augen geführt. Dies hat in Europa den Weg zu einer neuen Ära der Zusammenarbeit geebnet und das Gesicht Europas verändert. Ermutigt durch den Erfolg der Organisation und die Aussicht die Arbeit auf der globalen Ebene weiter zu führen, unterschrieben Kanada und die USA am 14. Dezember 1960 zusammen mit den Mitgliedsstaaten der OEEC die neue OECD-Konvention. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) wurde offiziell am 30. September 1961 mit dem Inkrafttreten der Konvention gegründet.

Auch andere Staaten traten der OECD im Lauf der Zeit bei, angefangen mit Japan im Jahr 1964. Heute treffen sich weltweit 34 Mitgliedsstaaten der OECD regelmäßig, um Probleme zu benennen, diese zu diskutieren und zu analysieren, und anschließend Politiken zu deren Lösung voran zu bringen. Die Erfolgsbilanz ist eindrucksvoll. Die USA haben in der Phase des 50-jährigen Bestehens der OECD ihren nationalen Reichtum fast verdreifacht, berechnet man diesen nach dem Bruttoinlandsprodukt pro Einwohner. Andere OECD-Staaten haben ähnliche und in einigen Fällen noch spektakulärere Fortschritte erzielt.

Diese Entwicklung haben auch Staaten vollzogen, die vor einigen Jahrzehnten noch eine marginale Rolle auf der weltpolitischen Bühne gespielt haben. China, Indien und Brasilien treten als neue ökonomische Giganten hervor. Die meisten Staaten, die zur Sowjetunion gehörten, sind entweder der OECD beigetreten oder haben ihre Standards und Prinzipien übernommen, um gemeinsame Ziele zu erreichen. Russland verhandelt über einen OECD-Beitritt und wir haben nun enge Beziehungen mit China, Indien,

Indonesien und Südafrika durch unser „verstärktes Engagement“-Programm. Zusammen mit diesen Ländern vereint die OECD 40 Staaten, die 80% der globalen Investitionen und der Weltwirtschaftsleistung auf sich vereinen. Die zentrale Aufgabe der OECD liegt in der Bewältigung von Herausforderungen für die Weltwirtschaft.

### **Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen**

Die OECD-Leitsätze sind von Regierungen ausgesprochene Empfehlungen für das unternehmerische Handeln multinationaler Unternehmen.

Alle Länder, die diese Leitsätze ratifiziert haben, sind verpflichtet diese zu fördern und ihre Einhaltung in multinationalen Kooperationen umzusetzen.

Die OECD-Leitsätze sehen die Einrichtung von Nationalen Kontaktstellen vor, deren Aufgabe es unter anderem ist, zur Lösung von Problemen beizutragen, die sich bei der Umsetzung der Leitsätze ergeben.

### **Einführung in die Leitlinien**

Die OECD-Leitlinien wurden 1976 verabschiedet. In Reaktion auf die plötzliche Schließung der Renault-Fabrik in Vilvoorde (Belgien) und die stark veränderte internationale Umwelt seit Verabschiedung der ersten Richtlinie 1976 war eine grundlegende Überarbeitung dieser Richtlinie im Laufe des Jahres 1997 notwendig. Nach einer gründlichen Auswertung der überarbeiteten Fassung der Leitlinien durch die OECD-Investment-Komitees wurde dieser von der OECD-Ministerrat am 27. Juni 2000 genehmigt.

Die Leitlinien sind Empfehlungen, die von den Regierungen genehmigt und Unternehmen zum Thema Corporate Social Responsibility vorgelegt wurden.

Sie bestehen aus einer Reihe von Prinzipien und Normen, die im Einklang mit den entsprechenden Gesetzen stehen. Neben anderen sollen folgende Ziele erreicht werden:

- Eine Garantie zu geben, dass die Aktivitäten der Unternehmen im Einklang mit den Regierungspolitiken stehen;
- des gegenseitigen Vertrauens zwischen Unternehmen und den Gesellschaften, in denen sie tätig sind, zu stärken;
- Verbesserung des Investitionsklimas für Unternehmen;
- Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Die Intention ist, dass diese Leitlinien „auf der ganzen Welt“ befolgt werden und dass Regierungen, die diese ratifiziert haben, dafür Sorge tragen, dass „ihre“ Unternehmen diese im internationalen Handeln einhalten. In diesem Stadium ist es auch wichtig herauszustellen, dass die Leitlinien, auch wenn sie für multinationale Unternehmen entwickelt wurden, keinen Unterschied zwischen multinationalen und nationalen Unternehmen schaffen sollen.

Die Richtlinien sind grundlegende Handlungsempfehlungen für alle Unternehmen.

Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen umfassen drei Kapitel:

- Die Leitsätze und generelle Prinzipien
- Vorgaben für die Umsetzung der Leitsätze
- Erklärung der Leitsätze und Kommentare zu den Prozeduren

Die Leitsätze sind in zehn Kapitel gegliedert.

## Zusammenfassung der zehn Kapitel

### I. Begriffe und Grundsätze

Erklärung der für die OECD Leitfäden relevanten Begriffe und Grundsätze.

### II. Allgemeine Grundsätze

Multinationale Unternehmen sollen zur wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Entwicklung einen Beitrag leisten, um somit nachhaltige Entwicklung, die Respektierung der Menschenrechte und die Stimulierung lokaler Kapazitäten zu gewährleisten.

### III. Offenlegung von Informationen

Multinationale Unternehmen sollen regelmäßig relevante Informationen zu ihren Aktivitäten offenlegen.

### IV. Beschäftigung und Beziehungen zwischen den Sozialpartnern

Multinationale Unternehmen sollen das Recht der Organisationsfreiheit für Arbeitnehmer respektieren, keine Diskriminierung von Arbeitnehmern dulden und zur effektiven Beseitigung von Kinderarbeit und jeglicher Form von Zwangsarbeit beitragen.

## **V. Umwelt**

Multinationale Unternehmen sollen den Umweltschutz und Gesundheitsschutz beachten.

## **VI. Bekämpfung von Korruption**

Multinationale Unternehmen sollen direkte und indirekte Bestechung sowie andere Formen von illegalen Gefälligkeiten bekämpfen.

## **VII. Verbraucherinteressen**

Multinationale Unternehmen sollen bei der Auslieferung von Waren und dem Anbieten von Dienstleistungen garantieren, dass dies gemäß Gesundheitsstandards und Verbrauchersicherheit geschieht.

## **VIII. Wissenschaft und Technologie**

Multinationale Unternehmen sollen so viel Technologie und Wissenschaftsrelevanten Wissenstransfer wie möglich erlauben, dabei aber Schutzbestimmungen zum geistigen Eigentum einhalten.

## **IX. Wettbewerb**

Multinationale Unternehmen sollen keine gegen das Wettbewerbsrecht verstoßenden Arrangements eingehen.

## **X. Besteuerung**

Multinationale Unternehmen sollen angemessene Steuern in den Gastgeberländern zahlen.

## **Anmerkungen**

*(Quelle: OECD Website, Mai 2011)*

Die 42 Unterzeichnerstaaten der Leitsätze für multinationale Unternehmen arbeiten derzeit an einer Aktualisierung der Grundsätze. Mit dieser Überarbeitung soll sichergestellt werden, dass diese Grundsätze ihrer Rolle als wichtigstes internationales Instrument für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln gerecht werden und diese weiterhin fördern.

## ANHANG 5 FLYER-ÜBERSICHT

---

In diesem Anhang finden Sie eine Übersicht der vorhandenen Flyer, die entwickelt worden sind, um Gewerkschaftsvertreter und Arbeitnehmer über den Kampf der Gewerkschaften für eine nachhaltige Kakaowirtschaft zu informieren.

Sie finden sie auch auf [www.cocoanet.eu](http://www.cocoanet.eu)

### 5 Flyer, die in den Unternehmen zu verteilen sind, um das Engagement für Nachhaltigkeit in der Kakaowertschöpfungskette zu stärken

*(nur Stichwörter)*

#### Flyer 1: Der Kakao wird heiß

- Outsourcing im eigenen Unternehmen
- Der Mangel an Bestandssicherheit in der gesamten Kette
- Der Mangel an Möglichkeiten für gewerkschaftliche Aktivitäten in multinationalen Unternehmen der Schokoladenindustrie
- Eine Kurzsichtigkeit in Bezug auf Bauerninteressen bedroht alle Akteure in der Kakaoversorgungskette
- Zusammenarbeit ist möglich - im Interesse aller
- **Schlussfolgerung: es gibt viel zu tun!**

## Flyer 2: Nachhaltigkeit, aber wie?

- Menschenwürdige Lebensbedingungen für alle Arbeiter in der Kakaoversorgungskette
- Prekäre Arbeitsbedingungen nebenan – in niederländischen (belgischen, deutschen, österreichischen) Unternehmen
- ... etwas weiter weg – in den multinationalen Unternehmen der Schokoladenindustrie
- ... noch weiter weg, aber in derselben Kette – Bauern in Westafrika
- Für eine Gewerkschaftsinitiative für Nachhaltigkeit in der Kakaoversorgungskette
- **Schlussfolgerung: wir müssen unsere eigene Gewerkschaftsinitiative definieren und umsetzen!**

## Flyer 3: Unterschiedliche Interessen!

- Das Interesse der Kakaoverarbeiter bzgl. Nachhaltigkeit und was sie diesbezüglich unternehmen
- Das Interesse der multinationalen Unternehmen der Schokoladenindustrie und was sie diesbezüglich unternehmen
- Welchen Stand haben die Arbeitnehmer in der Debatte? Welche Interessen haben sie?
- ... und die Kakaobauern, was können sie selbst machen?
- ... und eine ganze Reihe von NGOs, was wollen sie?
- **Schlussfolgerung: Gewerkschaftsvertreter haben eine klare Botschaft**

#### Flyer 4: Arbeitsbedingungen nebenan!

- Wie sieht es aus mit menschenwürdiger Arbeit in den Niederlanden (Belgien/Deutschland/Österreich, usw.)?
- Unbefristete Arbeitsverträge und ein angemessener Lohn: zu viel erwartet?
- Ein klares Nein zu Outsourcing und zu prekären Arbeitsverhältnissen; Unternehmertum bedeutet, Risiken einzugehen - und nicht, diese Risiken auf Arbeitnehmer abzuwälzen.
- Mündige Mitarbeiter machen ein Unternehmen groß und stark - keine Unterordnung, sondern Mitbestimmung
- **Schlussfolgerung: menschenwürdige Arbeit in der Kakaoversorgungskette fängt (auch) im eigenen Unternehmen an**

#### Flyer 5: Gemeinsam sind wir stark!

- Ein Aktionsplan für Gewerkschaftsarbeit im eigenen Unternehmen
- Ein Aktionsplan für Gewerkschaftsarbeit in der Kakaoversorgungskette in den Niederlanden (Belgien/Deutschland/Österreich, usw.)
- Ein Aktionsplan für Gewerkschaftsarbeit in der Kakaoversorgungskette in Europa
- Ein Aktionsplan für Gewerkschaftsarbeit in der Kakaoversorgungskette weltweit
- **Schlussfolgerung: Gemeinsam können wir ein menschenwürdiges Leben für alle Arbeitnehmerinnen in der Kakaoversorgungskette erreichen! Nur Gemeinsam geht's!**

