



Fairtrade-Kakao: Genuss mit Verantwortung

Kakao, das schwarze Gold. Kakao zählt nach Erdöl und Kaffee zu den meistgehandelten Rohstoffen auf dem Weltmarkt. 14 Millionen Menschen bestreiten ihren Lebensunterhalt mit der Produktion von Kakao.¹ Schätzungsweise 90 Prozent des weltweit produzierten Kakaos stammt von Familienbetrieben, die oft nur kleine Felder von weniger als fünf Hektar bewirtschaften und für ihre Produkte oft viel zu niedrige Preise erhalten, die unter dem eigentlichen Marktwert liegen.² Fairtrade bietet den Bauern und Bäuerinnen die Möglichkeit einen festen Mindestpreis für ihren Kakao zu erwirtschaften, so dass sie ihre Lebensqualität steigern können und nicht mehr darauf angewiesen sind, dass ihre Kinder zum Familien-Einkommen beitragen.

1. Kakao auf dem Weltmarkt

Während der Kakao-Anbau hauptsächlich in tropischen Regionen in den Ländern des Südens stattfindet, spielt sich der Großteil der Weiterverarbeitung und des Konsums von Kakao-Produkten in den Industrieländern ab. Fünf Unternehmen kontrollieren rund 80 Prozent des Kakaohandels. Vor allem in den neunziger Jahren drückten sie die Preise derart, dass es für die Produzenten nicht möglich war, in bessere Pflanzen, Pflanzenschutz und neue Geräte zu investieren.³ Daneben führen Umweltkatastrophen wiederholt zu starken Ernteaufschlägen. Die schwierige Situation auf dem Kakaomarkt und das sehr geringe Einkommen der Produzenten, haben dazu geführt, dass der Anteil an Kinderarbeit und Sklavenarbeit in Westafrika gestiegen ist. Laut Schätzungen der Organisation Anti-Slavery International arbeiten an der Elfenbeinküste, von wo etwa 40 Prozent des weltweit gehandelten Rohkakaos stammen, rund 200.000 Kinder im Kakaoanbau.⁴

Schwankende Weltmarktpreise sorgen für Verunsicherung

Der Weltmarktpreis von Kakao wird vorwiegend an den Rohstoffbörsen von London und New York festgelegt. Er gilt als einer jener Preise, die besonders anfällig für Schwankungen sind und wird daher auch oft für Spekulationszwecke missbraucht, was zu weiterer Instabilität beiträgt. So betrug der Weltmarktpreis im Jahr 2007 durchschnittlich 1.868 US-Dollar je Tonne. Im Jahr 2008 erreichte der Preis im Juni ein neues Hoch mit 3.021 US-Dollar je Tonne, bis November sank der Preis auf 2.067 US-Dollar. Insgesamt betrachtet war Kakao bis Mitte 2008 der Agrarrohstoff mit der höchsten Preissteigerung und stieg im Juli auf 3.275 US-Dollar je Tonne. Verantwortlich dafür waren zu Jahresbeginn die Spekulation aber auch Lieferschwierigkeiten in den Anbauländern. Aber schon im Herbst 2008 machte sich die globale Finanzkrise und Wirtschaftskrise auch auf dem Kakaomarkt bemerkbar. Der Preis für Kakao brach um rund 40 Prozent ein. Im September lag der durchschnittliche Weltmarktpreis bei 2874.93 US-Dollar je Tonne.⁵

¹ The International Cocoa Initiative (ICI): www.cocoainitiative.org/cocoa-producing-countries.html

² Die Zeit (Kathrin Burger, 2009): So süß und doch so bitter; Die Deutschen lieben Schokolade und wissen oft nicht um die menschenunwürdigen Bedingungen im Kakaoanbau, 25.12.2009 [www.zeit.de/2009/52/Kakao?page=all]

³ Der Spiegel (Laura Himmelreich, 2010): Warum Schokogiganten auf politisch korrekten Kakao setzen [<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/0,1518,665977,00.html>]

⁴ Anti-Slavery International (2004): Cocoa Industry the in West Africa. A history of exploitation [http://www.antislavery.org/includes/documents/cm_docs/2008/c/cocoa_report_2004.pdf]

⁵ New York futures (US\$ per tonne) vgl. www.icco.org/statistics

2. Fairtrade-Kakao

Derzeit sind weltweit 57 Kakao-Produzentenorganisationen in Afrika und Lateinamerika in das Fairtrade-System integriert. Die Kooperativen befinden sich in Belize, Bolivien, Kamerun, Costa Rica, Dominikanische Republik, Ecuador, Ghana, Haiti, Indien, Elfenbeinküste, Mexiko, Nicaragua, Panama, Peru und Sierra Leone.

Die Fairtrade-Standards

Ökonomie, Ökologie und Soziales sind die drei Säulen der Fairtrade-Standards. Sie bilden auch die Spielregeln des Fairen Handels mit Kakao. Alle Produzenten und Händler müssen sich an die Standards halten - nur dann dürfen ihre Produkte mit dem Fairtrade-Siegel ausgezeichnet werden.

Die **Kakao-Produzentinnen und Produzenten** sind ausschließlich Kleinbauernfamilien, die sich in Genossenschaften organisiert haben. Genossenschaften, die ihren Kakao zu fairen Bedingungen verkaufen wollen, verpflichten sich vertraglich zur Einhaltung folgender Kriterien:

- Die Genossenschaften müssen politisch unabhängig sein und eine demokratische Struktur aufweisen.
- Bei den Genossenschaftsmitgliedern handelt es sich überwiegend um kleinbäuerliche Familienbetriebe.
- Die Kleinbauern sind an allen wichtigen Entscheidungen ihrer Genossenschaft direkt und demokratisch beteiligt. Dies gilt insbesondere für die Verwendung des Mehrerlöses aus dem Fairen Handel.
- Die Organisationen setzen sich für eine nachhaltige Entwicklung von Ökologie, Bildung und Frauenförderung ein.

Gleichzeitig verpflichten sich **Importeure und Hersteller** vertraglich die Fairtrade-Standards einzuhalten und diese auch von der Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT GmbH kontrollieren zu lassen um ihre Produkte mit dem internationale Fairtrade-Siegel auszeichnen:

- Kakao wird nur bei zertifizierten Produzentenorganisationen gekauft.
- Kaufverträge werden zu den festgelegten Mindestpreisen und der zusätzlichen Fairtrade-Prämie abgeschlossen. Steigt der Weltmarktpreis über den Fairtrade-Mindestpreis, ist der höhere Weltmarktpreis zu bezahlen. Die HandelspartnerInnen sehen langfristige Beziehungen vor.
- Für Schokolade mit dem Fairtrade-Siegel müssen alle Zutaten, die fair gehandelt erhältlich sind, genutzt werden. Zutaten, für die Fairtrade keine Standards entwickelt hat, dürfen nicht aus Quellen stammen, die mit dem Grundgedanken des Fairen Handels unvereinbar sind (zum Beispiel Kinderarbeit).
- Importeure und Hersteller müssen Kontrollen von FLO-CERT GmbH zulassen.
- Für die Verwendung des Fairtrade-Siegels müssen die Lizenznehmer zusätzlich eine Lizenzgebühr entrichten. Sie beträgt für Trinkkakao 0,16 Euro pro Kilo, für ein Kilo Schokolade 0,22 Euro pro Kilo. Diese Gebühr schmälert nicht das Einkommen der Produzenten, denn sie wird zusätzlich zu dem festgelegten Fairtrade-Mindestpreis bezahlt

Mit in Krafttreten der neuen Fairtrade-Standards für Kakao in 2011, wird es Produzenten zusätzlich möglich sein weitere, halbverarbeitete Kakaoprodukte – wie Kakaopulver, - Butter und flüssigen Kakao – über den Fairen Handel zu vertreiben und so ihr weltweiten Markchancen zu erhöhen. Durch frei vereinbare – jedoch immer existenzsichernde – Preise für diese Erzeugnisse und der zusätzlichen Fairtrade-Prämie erhalten mehr Produzenten die Möglichkeit am Fairtrade-System teilzunehmen.

Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org

Mehr Einnahmen durch feste Mindestpreise und zusätzliche Prämien

Fairtrade-Partnerfirmen zahlen den Produzentengruppen einen fixen Mindestpreis, der erst jüngst überarbeitet wurde und aktuell bei 2.000 \$ je Tonne liegt.⁶ Dieser garantiert den Bauernfamilien unabhängig vom aktuellen Weltmarktpreis ein regelmäßiges Einkommen. Übersteigt der Weltmarktpreis den Fairtrade-Mindestpreis wird den Produzentinnen und Produzenten stets der höhere Preis gezahlt. In solchen Zeiten macht die Fairtrade-Prämie den Unterschied: Fairtrade-Kooperativen erhalten zusätzlich immer eine Sozialprämie von 200 \$ je Tonne für die gemeinschaftliche Verwendung.⁷

Der Mindestpreis hilft den Produzenten-Organisationen dabei, dass durch die Einnahmen die Kosten einer nachhaltigen Produktion gedeckt werden. Die Prämie verbessert die Lebenssituation der Bauernfamilien, Plantagen-Arbeiter und -Arbeiterinnen und ihrer Dorfgemeinschaften, indem in Gesundheit, Bildung, Umwelt, Ökonomie usw. investiert wird. Dabei entscheiden die Bauern und Beschäftigten selber darüber, wofür die Prämie genau verwendet werden soll.

Qualität durch faire Partnerschaften

Fairtrade ermutigt seine Partnerorganisationen zur Zusammenarbeit mit Importeuren, Unternehmen und Händlern um die Qualität ihrer Produkte stetig voran zu treiben. Ähnlich wie beim Kaffee, führten diese Kooperationen auch beim Kakao zur Einführung einer Qualitätskontrolle und Verbesserung der Qualität: Beispielsweise teilen die Käufer des Rohkakao ihr Wissen mit den Produzenten und geben vor Ort Schulungen zu Fermentierungstechniken. Langfristige Wirtschaftsbeziehungen, größere Vielfalt im Anbau und ertragreicherer Ernten – das sind die Bereiche, in denen Fairtrade seine Produzenten durch ein flächendeckendes Beratungsnetzwerk im Süden und den geforderten Entwicklungsplänen direkt fördert.

Steigender Absatz von Fairtrade-Kakao

Nach Angaben unserer Dachorganisation FLO (Fairtrade Labelling Organizations) lag der weltweite Absatz von Fairtrade-zertifiziertem Kakao 2008 bei 10.299 Tonnen⁸. 2009 nahm der weltweite Absatz um weitere 35 Prozent zu.⁹ Das liegt zum einen daran, dass immer mehr Schokoladenhersteller auf Fairtrade-Kakao für ihre Produkte umstellen und zum anderen Unternehmen bei Mischprodukten – wie Eiscreme und schokoladenhaltige Kekse und andere Backwaren – auf Fairtrade-Kakao umsteigen. Auch immer mehr deutsche Verbraucherinnen und Verbraucher fragen nach fair gehandelten Kakao-Produkten: 2008 wurde im Vergleich zum Vorjahr 51 Prozent mehr Trinkschokolade und 10 Prozent mehr Schokoladenartikel in Deutschland abgesetzt. Auch 2009 stieg der Absatz von Fairtrade-Schokolade und –Trinkschokolade um weitere vier Prozent.

Trotz aller positiven Entwicklungen macht fair gehandelter Kakao bislang noch weniger als 0,1 Prozent der gesamten Kakaoproduktion aus.

⁶ Preise gültig ab 01.01.2011. Zuvor lag der Mindestpreis bei 1.600 USD/MT Vgl. www.fairtrade.net/list.html?&no_cache=1&L=

⁷ Preise gültig seit 01.01.2011. Vgl. www.fairtrade.net/list.html?&no_cache=1&L=

⁸ Max Havelaar (2008): Jaarverslag 2008 [http://www.maxhavelaar.nl/files/Jaarverslag_2008.pdf]

⁹ Fairtrade Labelling Organizations International (FLO): www.fairtrade.net

Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org

3. Ausblick

Unsere europäischen Nachbarn zeigen, welches Potential der Faire Handel noch bietet: Seit Januar 2010 ist in Irland und Großbritannien der beliebte Schokoriegel *Kit Kat* mit dem Fairtrade-Siegel erhältlich. Bereits im Herbst des Vorjahres verkündete Cadbury die Umstellung der Produktion seiner *Dairy Milk* auf Fairtrade. Der Wandel kommt aber nicht von ungefähr: Zum einen sorgen sich die großen Hersteller heute vermehrt um die langfristige Sicherung Ihres Bedarfs an Rohkakaos.¹⁰ Zum anderen wollen immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher ethische Produkte kaufen, die ohne Ausbeutung und Umweltschäden hergestellt wurden. Sie kennen das Fairtrade-Siegel¹¹ und schenken ihm eine hohe Wertschätzung, wie internationale Verbraucher- und Markenstudien belegen.¹²

4. Porträt - Kooperative Naranjillo in Peru

Meerschweinchen zur Frauenförderung

Mit Hilfe des Fairen Handels werden Frauen im noch immer patriarchalisch geprägten ländlichen Peru gefördert. Davon profitiert die ganze Familie.



Ein Projekt für die ganze Familie

Wer zu Familie Lino will, der steigt in eine kleine, wackelige Gondel, zieht diese an einem Seil über den Fluss und steht dann ganz unvermittelt zwischen Kakaobäumen. Benigno

Lino inspiziert gerade mit seinem 14jährigen Sohn Cristel die Kakaofrüchte, die rot und schwer an den Zweigen hängen. Die ersten verfärben sich bereits orange. „Noch zwei Wochen“ meint Benigno mehr zu sich selbst, als zu irgendjemand bestimmten, „dann kann es mit der Ernte losgehen.“ Heute aber wird noch ein wenig Unkraut gejätet. Mit der Machete hacken Vater und Sohn alle Schösslinge und Pflänzchen ab, die zwischen den in Reih und Glied stehenden Kakaobäumen nichts verloren haben. Benigno legt großen Wert auf Ordnung.

¹⁰ Während sich der weltweite Schokoladenkonsum in den letzten 20 Jahren verdoppelt hat, führten der auf den Schultern der Produzentinnen und Produzenten ausgetragene Preisdruck zu Ernterückgängen, da etliche Bäuerinnen und Bauern gezwungen waren den Kakaoanbau aufzugeben. Quelle: Der Spiegel (Laura Himmelreich, 2010): Warum Schokogiganten auf politisch korrekten Kakao setzen [<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/0,1518,665977,00.html>]

¹¹ GlobeScan: Label Perceptions Survey (2009): Das Fairtrade-Siegel genießt weltweit eine hohe Bekanntheit und größte Vertrauenswürdigkeit. In den 15 Ländern, die die aktuelle Studie abdeckt, kennt die Hälfte der Menschen das Fairtrade-Siegel. Davon vertrauen dem Siegel neun von zehn Menschen. Drei von fünf deutsche Konsumenten kennen das Fairtrade-Siegel, die Hälfte weiß für was es steht.

¹² Der brands & values Ethical Brand Monitor. Nachhaltiger Markenwert von Nicht-Regierungs- und Zertifizierungsorganisationen in Deutschland (2009): Fairtrade ist eine sehr starke Marke, mit dem höchsten Nachhaltigen Markenwert aller deutschen Marken und einem starken, ausgeglichenen Markenimageprofil und hoher Markenpräferenz.

Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org

Die Familie Linos

Das kleine, ziemlich baufällige Häuschen der Linos liegt mitten in der Kakaopflanzung. Neun Personen aus drei Generationen leben hier gemeinsam unter dem renovierungsbedürftigen Dach. Wenn sie nicht gerade schlafen, spielt sich ihr Leben draußen unter dem Schattendach der offenen Küche ab. Hier kocht Olga in gewaltigen Töpfen die Mahlzeiten für die Großfamilie auf einer offenen Feuerstelle, während drum herum die vier jüngeren Kinder mit den Hunden spielen und die Hühner Reste vom Boden aufpicken. Die Linos sind eine große, fröhliche und zufriedene Familie. Es gibt für alle genug zu essen und alle Kinder können in die Schule gehen. Für diesen bescheidenen Wohlstand muss bis auf die vier Kleinen die ganze Familie mitarbeiten. Während sich Benigno und seine beiden älteren Söhne hauptsächlich um den Kakao kümmern, arbeiten seine Frau Olga und die älteste Tochter Jessica überwiegend im Gemüsegarten. „Den haben wir gerade mit Hilfe des Frauenförderungsprogramms unserer Kooperative neu angelegt“ erzählt Jessica.

Jede Frau soll eine Meerschweinchen-Zucht gründen

Wie ein Gemüsegarten Frauen fördern kann, das erklärt Evelyn Paucar Dabilar von der Kooperative Naranjillo. Sie ist Sozialarbeiterin und leitet das Familienprogramm. „Normalerweise ist es bei den Bauern so, dass die Männer für die Pflanzungen verantwortlich sind, und ihre Frauen ihnen nur helfen. Dadurch werden die Frauen meistens nur als Hilfskräfte, aber kaum als gleich berechtigte Partner angesehen. Mit dem Gemüsegarten haben die Frauen einen eigenen Verantwortungsbereich, der zum Familieneinkommen beiträgt. Das stärkt ihre Position.“ Die Kooperative Naranjillo konnte dieses Programm nur deshalb ins Leben rufen, weil sie Dank ihrer Zusammenarbeit mit dem Fairen Handel Geld für soziale Projekte hat. Denn die Prämie aus dem Fairen Handel wird nicht nur als Mehrpreis an die Bauern ausgezahlt, sondern ein Teil davon fließt immer in Einrichtungen, die allen zu Gute kommen. Evelyn hat auch ein Meerschweinchenprojekt ins Leben gerufen: Jede Frau eines Kooperativenmitgliedes soll ein Pärchen bekommen, um ihre eigene Zucht zu beginnen. Meerschweinchen sind in Peru traditionell Fleischlieferanten und damit eine zusätzliche Einnahmequelle. „Außerdem veranstalten wir regelmäßige Workshops, in denen die Frauen lernen, Kunsthandwerk zum Verkauf herzustellen“ schließt Evelyn die Aufzählung ab.

Die Frauen organisieren ihr Projekt selbständig

Allerdings müssen sich die Frauen selber um die Details kümmern. Es gibt verschiedene Ortsgruppen mit Komitees, die sich regelmäßig treffen und gemeinsam entscheiden, wie sie das Frauenförderungsprogramm umsetzen. „Wir bekamen von der Kooperative ein paar Hühner, und fingen mit einer Hühnerzucht an. Dadurch verdienten wir das Kapital, das wir brauchten, um den einzelnen Mitgliedern Mikrokredite zum Anlegen ihrer Gärten geben zu können. So hatte jede das Geld, das sie brauchte um Arbeiter zum Roden anzustellen.“ erinnert sich Jessica, die ihrer Ortsgruppe vorsteht. Dazu bekam jede Frau einen Grundstock an Gemüsesamen. Das sind keine Geschenke, sondern wer etwas bekommen hat, muss später an neu hinzugekommene Frauen ein Paar Meerschweinchen und Samen abgeben.



Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org

25 Prozent mehr Gewinn durch Fairtrade

Durch das Frauenförderungsprogramm haben die Linos nicht nur zusätzliche Einnahmen, sondern sie müssen auch weniger Geld für Nahrungsmittel ausgeben, weil sie sich weitgehend selber versorgen können. Außerdem verdienen sie Dank dem Fairen Handel 25 Prozent mehr mit ihrem Kakao, als sie bekämen, wenn sie die Ernte an den konventionellen Handel verkaufen würden. So sind sie in der Lage, größere Investitionen zu machen. Im Moment bauen sie sich von der Fair-Handels-Prämie ein neues Haus. „Die Pfeiler stehen schon“ sagt Benigno und zeigt auf einen Stapel Ziegelsteine. „Und wir haben auch schon ein paar Ziegelsteine. Davon kaufen wir immer dann welche nach, wenn wir gerade etwas Geld übrig haben, und nächstes Jahr müssten wir soweit sein, dass wir mit dem Mauern anfangen können.“ Im letzten Jahr investierte Familie Lino ihre Prämie in ihre Sicherheit. „Unsere Gondel war in einem ziemlich schlechten Zustand und recht gefährlich. Jetzt haben wir die Konstruktion erneuert und können ganz beruhigt über den Fluss setzen, ohne Angst zu haben, dass wir abstürzen.“ Ob er mit dem Fairen Handel eines Tages reich werde? Benigno lacht bei dieser Frage. „Nein“ meint er, „reich wird man als Bauer nicht. Aber wir haben alles, was wir brauchen. Und damit sind wir sehr zufrieden.“

Rückfragen bitte an

TransFair e.V. Remigiusstr. 21 50937 Köln Fon: + 49 – 221 – 94 20 40-0 Fax: + 49 – 221 – 94 20 40-40
Pressesprecherin: Claudia Brück c.brueck@transfair.org