

Die Schweizer Schokoladebranche zeigt sich lernfähig

Zwei firmeneigene Projekte für sozialverträglichen Kakaoanbau in Ghana

Schokolade ist ein Genussmittel. Vorwürfe, es stecke Kinderarbeit darin, haben den Genuss gemindert und die Branche in Bewegung gebracht. Grund für das Engagement von Schweizer Firmen in Ghana ist aber auch der drohende Mangel an Rohstoff.

Manuela Nyffenegger, Kumasi

Im Schatten der Kakaobäume sitzen rund 30 Frauen und Männer im Halbkreis vor einem Bauernberater und reiben gerade ihre Handflächen aneinander. Rhythmisches Klatschen beendet die Übung, die in Ghana verbreitet ist und die «Schüler» geistig wachhalten soll – bei 30 Grad im Schatten und hoher Luftfeuchtigkeit keine Selbstverständlichkeit. Doch das heutige Unterrichtsstunde ist wichtig für die Kakaobäuerinnen und -bauern. Sie lernen, wann eine Kakaofrucht reif ist, welche Früchte qualitativ gut sind und wie sie ohne Schaden für den Baum vom Stamm zu trennen sind. Eigentlich Basiswissen eines Kakaobauern, würde man meinen. Doch es fehlt da und dort – und es ist viel Geld wert.

Hohe Anforderung an Kakao

Wir befinden uns in Kyekyewere südlich der Stadt Kumasi in der Ashanti-Region, im Zentrum des Kakaoanbaus. So wie hier bauen in Ghana rund eine Million Kleinbauern auf ihren rund zwei Hektaren grossen Landstücken Kakao an. Ghana war 2011 mit rund einer Million Tonnen Bohnen der weltweit zweitgrösste Kakaoproduzent nach Côte



d'Ivoire und deckte mehr als die Hälfte des Schweizer Bedarfs. Bis vor ein paar Jahren arbeiteten die Farmer mit bescheidenem, ja sogar sinkendem Ertrag. Die Anbaumethoden waren schlecht, die Bäume überaltert. Doch Kakao ist auf dem Weltmarkt gefragt, da immer mehr Konsumenten auch in Schwellenländern die Schokolade als Genussmittel entdecken. Aus diesem Grund haben die Schokoladenhersteller ein vitales Interesse daran, sich genügend und qualitativ hochwertige Kakaoboh-



Kakaobäuerinnen in der Region von Kumasi öffnen mit der Machete die Frucht und lösen die Bohnen heraus.

RON GILING / LINEAIR

nen zu sichern. Zudem werden die Konsumenten weltweit immer anspruchsvoller, was die Sozialverträglichkeit des Produkts anbelangt. Vorwürfe von Organisationen wie der Erklärung von Bern, in der Schweizer Schokolade stecke Kinderarbeit, haben die Hersteller an ihre Pflicht erinnert, die Lebens- und Arbeitsbedingungen ihrer Kakaolieferanten nicht aus den Augen zu verlieren.

Lindt geht eigene Wege

Doch wie kann man als Schweizer Produzent in einem westafrikanischen Land Quantität, Qualität sowie sozialverträgliche Produktion fördern? Eine Variante ist, sich einem der grossen Gütesiegel wie Fair Trade oder Utz anzuschliessen. Die Firma Lindt & Sprüngli geht seit 2007 einen eigenen Weg. Die weltweit bekannte Premium-Marke, die direkt ab dem Rohstoff, also der Bohne, arbeitet, hat sich mit Armajaro, dem führenden Kakaohändler Ghanas, zusammengetan und ein entsprechendes Projekt lanciert. Über ein breites Netzwerk, zu dem neben rund 100 000 Bauern auch eigene Sammelstellen, Lagerhallen und Transportmittel gehören, ist die Rückverfolgbarkeit der Bohnen bis zur Bauerngemeinde und bald sogar bis zum Bauern selbst gesichert. «Durch den ständigen engen Kontakt von Armajaro mit den

Bauern und aufgrund eigener Besuche kennen wir die Produktionsbedingungen», sagt Kamillo Kitzmantel, CEO von Lindt Schweiz, in Kyekyewere. «Und wir sind bereit, dafür mehr zu bezahlen.» 60 Dollar oder knapp drei Prozent des Weltmarktpreises pro Tonne beträgt der Lindt-Bonus, insgesamt 27 000 Tonnen bezieht die Firma jährlich aus Ghana. Die Hälfte des Bonus geht in eine von Armajaro und Lindt gegründete Stiftung namens Source Trust. Diese finanziert damit Projekte, die den Bauerngemeinden zugutekommen – etwa die Ausbildung der Farmer. So kommt es, dass der Bauernberater die Kakaobauern regelmässig unterrichtet – über den Umgang mit der Pflanze und der Frucht, das Erkennen und Behandeln von Krankheiten

sowie das optimale Vorgehen bei der Fermentierung und der Trocknung. Weiter stellt Source Trust den Bauern Setzlinge aus neusten Züchtungen sowie vergünstigte Werkzeuge und Düngemittel zur Verfügung. Die Stiftung versucht aber auch, die Lebensbedingungen der grossteils armen ländlichen Bewohner zu verbessern. So wurden in den letzten vier Jahren mit den insgesamt 4 Millionen Dollar an Boni von Lindt auf Wunsch der Bauern Brunnen und Schulen gebaut sowie Moskitonetze gekauft.

Aufklärung über Kinderarbeit

Zur Ausbildung der Bauern durch Source Trust gehören auch Informationen darüber, was als missbräuchliche

Kinderarbeit gilt und gesetzlich nicht gestattet ist – analog zu den Aufklärungskampagnen des Staates Ghana. Anhand von Zeichnungen wird den oft nicht lesekundigen Farmern aufgezeigt, welche Arbeiten für Kinder schädlich oder gefährlich sind – das Tragen von sehr schweren Lasten, das Öffnen der Früchte mit einer Machete, das Hantieren mit Pestiziden. Einfachere Mithilfe wie Wasserholen oder das Einsammeln der Früchte durch Kinder ist davon nicht betroffen. Durch diese Sensibilisierung – die die Behörden auch über Plakate, Radio und TV sowie das Entsenden von staatlichen Kontrolleuren in die Anbaugelände vorantreiben – sei Kinderarbeit zum Thema geworden und habe in den letzten Jahren stark abgenommen, ist man bei Source Trust und bei den Behörden gleichermaßen überzeugt. Melody Attah von der Kontrollereinheit des staatlichen Cocoa Board bestätigt denn auch, dass die soziale Kontrolle unter den Bauern weitgehend funktioniere. Bei Verdacht auf Kinderarbeit werde zuerst das Cocoa Board aktiv, bei Verstössen gegen die Children's Act von Ghana ermittle die Polizei.

Attraktivität steigern

Das Modell von Lindt hat bereits Schule gemacht – mit Source Trust arbeiten heute auch Camille Bloch, Unilever, Ferrero, Toms und Meji. Auch ein zweites, grundsätzlich ähnliches Projekt mit Schweizer Beteiligung ist gut angelaufen. Yaya Glover, ghanesisch-schweizerischer Doppelbürger, hat sich im Distrikt Suhum nordwestlich von Accra auf den biologischen Anbau von Kakao spezialisiert. Die rund 2000 Tonnen biozertifizierte Bohnen gehen via die Handelsfirma Pakka-Trade an die Schwyzer Firma Max Felchlin, die daraus qualitativ hochstehende Couverture herstellt. Ebenso wie bei Source Trust bezahlen Felchlin und Pakka den Bauern eine Prämie für die hohe Qualität ihres zudem rückverfolgbaren und sozialverträglich produzierten Kakaos.

Vom staatlichen Cocoa Board werden solche Projekte begrüsst, da sie den vordem eher unattraktiven Beruf des Kakaobauern aufwerten und damit der befürchteten Landflucht der jungen Generation entgegenwirken. Nicht unwichtig für einen Bauernstand, der mit einem Durchschnittsalter von 55 Jahren an Überalterung leidet und dringend auf Nachwuchs angewiesen ist. Und überaus wichtig für ein Land, das 20 Prozent seiner Exporteinnahmen aus dem Kakaogeschäft bezieht und sich zum Ziel gesetzt hat, weltgrösster Kakaoproduzent zu werden.

Die Medienreise nach Ghana wurde vom Branchenverband Chocosuisse durchgeführt.

Kakao ist Staatssache

nyf. · In Ghana reguliert der Staat den Kakaoanbau in hohem Masse – er kauft die ganze Kakaoproduktion des Landes auf und verkauft sie danach an Händler und Schokoladenproduzenten. Das staatliche Cocoa Board setzt jeweils zu Anfang eines Jahres den Preis fest, den es den Bauern bezahlen wird – unabhängig von Marktschwankungen. Dieser Preis betrug 2011 rund 2200 Dollar pro Tonne – deutlich mehr, als Farmer in anderen

Ländern für ihre Bohnen bekommen. Leisten kann sich Ghana diese für die Bauern vorteilhafte Garantie, da die Bohnen eine konstant hohe Qualität aufweisen und deshalb nachgefragt sind. Zu verdanken ist dies der engen Betreuung der Bauern und der rigorosen Kontrolle durch den Staat. Kakaobohnen, die die Qualitätsstandards nicht erfüllen, werden von den Kontrolleuren zurückgewiesen.

Zertifizierten Kakao kaufen oder selber Verantwortung übernehmen?

Zwei unterschiedliche Wege zu mehr Glaubwürdigkeit und Transparenz

Ob sich eine Firma einem Label anschliesst oder die sozialverträgliche Produktion in Eigenregie anstrebt, hängt von verschiedenen Faktoren ab.

nyf. · In beiden Ansätzen geht es im Wesentlichen darum, den Bauern über einen stabilen Mindestpreis, zusätzliche Prämien für Infrastrukturprojekte und langfristige, möglichst direkte Handelsbeziehungen faire Arbeitsbedingungen anzubieten und damit auch die Kinder vor missbräuchlichen Arbeitseinsätzen zu schützen.

Das hierzulande bekannteste Gütesiegel für sozialverträgliche Produktion ist Fair Trade (Max Havelaar). Bis heute ist aber erst gerade ein Prozent der Schokolade in der Schweiz Fair-Trade-zertifiziert. Die Firma Chocolats Halba, die zur Coop-Gruppe gehört und unter anderem die Schokoladenhersteller produziert, lässt die Herstellungs-

bedingungen in den Produktionsländern durch die internationale Fair-Trade-Labeling-Organisation zertifizieren. Halba hat den Anteil an Fair-Trade-Schokoladen kontinuierlich vergrössert, ab 2012 ist die ganze Produktion von jährlich 2500 Tonnen Bohnen zertifiziert. Man habe intensiv darüber diskutiert, welchen Weg man einschlagen solle, erklärt CEO Anton von Weissenfluh. Ein eigenes Label habe man verworfen – es gebe schon genügend verschiedene Siegel. Für Fair Trade habe man sich entschieden, weil es als einziges den Mindestpreis für Bauern garantiere und weil mit Kooperativen gearbeitet werde. Und über Kooperativen lasse sich das Agroförderungssystem, das Halba unterstütze, besser einführen. «In diesem System werden die Bauern angeleitet, auch Frucht- und Edelholzbäume neben ihre Kakaobäume zu pflanzen. Ihr Einkommen erhöht sich dadurch langfristig stark», erklärt von Weissenfluh. Halba entriche jährlich rund 600 000 Franken an Fair-Trade-Prämien, die aber nicht auf den

Konsumenten überwälzt würden. «Die Sicherung von Qualität und Quantität ist uns so viel wert.»

Bei Lindt hat man den Weg der Eigenverantwortung gewählt. «Wir sind eine weltbekannte Marke mit einer langen Geschichte, was verpflichtet», erklärt Kamillo Kitzmantel, CEO von Lindt Schweiz. Die Konsumenten dürften von Lindt als selbstverständlich erwarten, dass die sozialethischen Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette eingehalten werden. Deshalb betreibe Lindt mit der Sozialverträglichkeit auch keine direkte Werbung, auf der Homepage seien jedoch alle Informationen zugänglich. «Wir haben unsern Markenstolz und möchten keine zweite Marke in Form eines Labels auf unserer Schokolade, sondern tragen die Verantwortung selber», sagt Kitzmantel. Ein weiterer Grund für diesen Schritt sei, dass weltweit völlig unterschiedliche Labels verwendet würden. Was in der Schweiz bekannt sei, sei im Ausland unter Umständen wertlos.

Christian Aschwanden, CEO der Max Felchlin AG in Schwyz, teilt diese Einschätzung. «Wir liefern an Confiserie und Konditoren und exportieren in 40 Länder, diese Kunden wollen kein Label. Aber wir benötigen genügend hochwertigen Kakao und haben deshalb viel Zeit dafür investiert, ein eigenes Netz von Produzenten aufzubauen und zu pflegen», erklärt Aschwanden. Felchlin besuche die Bauern jährlich vor Ort und stehe für Transparenz. «Warum soll man sein Vertrauen nicht auch einem rechtschaffenen Unternehmen entgegenbringen?», fragt Aschwanden.

Bei Max Havelaar Schweiz reagiert man zurückhaltend. Es sei sehr erfreulich, dass sich in der Branche endlich etwas bewege, erklärt Pressesprecherin Regula Weber. «Die Schweizer Schokoladenproduzenten haben lange dafür gebraucht.» Bei all den verschiedenen Ansätzen von Firmen wisse aber der Konsument oft nicht, was genau unternommen werde und wie die Kontrolle funktioniere. «Bei Fair Trade werden die

Produzenten von einer unabhängigen Organisation nach einem standardisierten Verfahren kontrolliert.»

Mit der Transparenz in der Lieferkette von der Bohne bis zur Schokolade, fairen Preisen für die Bauern und der langfristigen Partnerschaft zwischen Produzenten und Händlern erfüllen Lindt und Felchlin eigentlich auch die Forderungen der Erklärung von Bern (EvB). Dort gesteht man den Schokoladenproduzenten zu, dass sie die Notwendigkeit ihrer sozialethischen Verantwortung endlich erkannt hätten. «Es sind verschiedene Projekte von Firmen am Laufen, sie unterscheiden sich aber stark hinsichtlich Verbindlichkeit und Transparenz. In einem ersten Schritt sollten alle Firmen Mindeststandards einführen», erklärt Flurina Doppler vom Fachbereich Konsum der EvB. Deshalb habe man im vergangenen September mit andern NGO die globale «10 Campaign» lanciert. Darin werden die Kakao exportierenden Länder aufgefordert, die Unternehmen in die Pflicht zu nehmen.