

Hintergrundtext Station „Knack die Nuss“

Für über 5 Millionen Kleinbauern ist der Kakaoanbau die Haupteinnahmequelle. Durch niedrige und schwankende Weltmarktpreise, überalterte Kakaobäume und fehlende finanzielle Mittel für neues Pflanzmaterial ist der Kakaoanbau kaum noch rentabel und viele Kleinbauern leben in extremer Armut. Jüngere Generationen setzen den Kakaoanbau nicht fort, da ein existenzsicherndes Einkommen nicht möglich ist.

Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach Kakao. Damit für die Schokoladenindustrie die künftige Versorgung mit Kakao gesichert ist und die Situation der Kakaobauern sich verbessert, gibt es eine Reihe von Maßnahmen. Eine wichtige davon ist die Zertifizierung des Kakaos.

Zurzeit gibt es für Kakao drei große Zertifizierungsorganisationen: Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ. Ziel dieser drei Organisationen sind soziale Gerechtigkeit, Unterstützung der Kakaobauern für eine nachhaltige und umweltverträgliche Produktionsweise und ein existenzsicherndes Einkommen. Dabei setzen sie unterschiedliche Schwerpunkte, gleichen sich aber in einigen Standards z.B. Arbeitsschutz, Verbot von Kinderarbeit und Umweltschutzbestimmungen.

Eine gesetzliche Definition des Fairen Handels gibt es nicht.

2001 haben sich die internationalen Dachorganisationen des Fairen Handels (FLO, WFTO, NEWS und EFTA)¹ auf eine gemeinsame Definition des Fairen Handels und auf gemeinsame Grundsätze und eine gemeinsame Strategie geeinigt. Oberstes Ziel des Fairen Handels ist die Bekämpfung der Armut in den Produktionsländern und eine gerechtere Weltwirtschaft.

Jede Importorganisation und Siegelinitiative wirbt mit eigenem Logo. Dies ist für Verbraucher unübersichtlich. Aus Verbrauchersicht wäre ein einheitliches, möglichst EU-weites Siegel auf Basis einer gesetzlichen Definition des Fair-Begriffes wünschenswert.

Zertifizierungsorganisationen



® Fairtrade

Hinter Fairtrade stehen verschiedene Organisationen: u.a. die standardsetzende Dachorganisation Fairtrade International und 26 nationale Fairtrade-Organisationen.

Die deutsche Fairtrade-Organisation ist der gemeinnützige Verein TransFair e.V., der 1991 gegründet wurde. Der Verein handelt selbst nicht mit Waren, sondern vergibt als unabhängige Initiative Lizenzen an Handelsunternehmen, die faire Produkte nach den internationalen Fairtrade-Standards herstellen oder anbieten. Dies sind vor allem konventionelle Unternehmen, die zusätzlich eine Fairtrade-Produktlinie haben. Konventionelle Lizenznehmer von TransFair sind z. B. die Kaffeeröster Darboven, Melitta, Starbucks oder Teekanne.

Gefördert durch:

¹ **FLO** (Fairtrade Labelling Organizations International, heute Fairtrade International)

WFTO (World Fair Trade Organisation)

NEWS (Network of Europe World Shops)

EFTA (European Fair Trade Association)



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Alle Lizenznehmer von TransFair können ihre Produkte mit dem internationalen Fairtrade-Siegel kennzeichnen.

Dafür fallen entsprechende Lizenzgebühren an. Eine Liste mit den aktuellen Lizenznehmern ist unter **www.fairtrade-deutschland.de** zu finden.

Ein wesentliches Element bei Fairtrade ist die Zahlung eines Mindestpreis für Kakao und einer zusätzlichen Fairtrade-Prämie.

Die Kontrolle und Zertifizierung übernimmt FLO-Cert, das unabhängige Zertifizierungsunternehmen von Fairtrade International.



Fairtrade-Kakao-Programm

Das Fairtrade-Kakao-Programm gibt es seit 2014. Hier muss nur der Kakao als einzige Zutat aus fairem Handel stammen, alle anderen Zutaten können aus dem konventionellen Handel sein. Ziel dieses Programms ist die Steigerung der Absatzmengen von Kakao.

2013 konnten in Deutschland nur 39 Prozent des zertifizierten Kakaos über den Fairen Handel verkauft werden, der Rest musste als konventioneller Kakao mit entsprechend geringeren Erlösen verkauft werden, zum Nachteil der Erzeuger.

Durch das Kakao-Programm steigt die Absatzmenge an Fairtrade-Kakao kontinuierlich. Lag der Marktanteil bei Kakao 2013 noch unter 1 %, lag er 2017 bereits bei 8 %, Tendenz steigend. Möglich ist dies durch große Unternehmen wie Ferrero, Riegelein, Mars, REWE-Group, Lidl und Aldi. Für Unternehmen ist es mit dem Kakao-Programm möglich, Fairtrade-Produkte ohne aufwendige Rezepturänderungen anzubieten.

Das Produkt kann – muss aber nicht – mit dem Kakao-Programm-Siegel gekennzeichnet werden.



UTZ

UTZ ist eine unabhängige Stiftung mit eigenen Standards für den nachhaltigen Anbau von Agrarprodukten wie Kakao, Kaffee und Tee. Es ist kein Siegel des Fairen Handels. Der Schwerpunkt liegt in der Verbesserung der Betriebsführung und der Produzentenschulung, um effizienter und nachhaltiger zu arbeiten, damit höhere Erträge und bessere Preise erzielt werden können. Es gibt keine Mindestpreise oder Vorfinanzierung. Die Labelvergabe erfolgt ab einem zertifizierten Kakaoanteil von 90 %.

UTZ und Rainforest Alliance schließen sich zusammen und werden ab 2019 unter dem Namen und Siegel Rainforest Alliance auftreten. Bis dahin werden die Standards überarbeitet.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Rainforest Alliance

Rainforest Alliance ist eine Umweltorganisation mit Schwerpunkt auf bessere landwirtschaftliche Praktiken und eine bessere Betriebsführung, die zu einer besseren Qualität und Ernte und damit zu besseren Einkommen führen sollen.

Hauptziele sind dabei der Schutz des Regenwaldes, des Klimas, der wildlebenden Tiere und die Verringerung der Armut der Bevölkerung. Rainforest zertifiziert

Agrarprodukte aus den Tropen, wie Ananas, Bananen, Zitrusfrüchte, Schokolade, Kaffee, Tee oder Kakao. Die Kriterien umfassen ökologische, arbeitsrechtliche und soziale Vorgaben, wie Schutz der Gewässer und Böden, Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, faire Arbeitsbedingungen, Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, Verbot von Diskriminierung, Versammlungsfreiheit. Es ist kein Zeichen des Fairen Handels. Es gibt keine Mindestpreise (aber verhandelbare Aufschläge bzw. Prämien) keine Vorfinanzierung und keine feste Prämie.

Produkte, die 30% zertifizierten Kakao enthalten, können das Rainforest-Alliance Siegel erhalten, verpflichten sich aber, den Anteil innerhalb von fünf Jahren auf mindestens 90 % zu erhöhen.

Importorganisationen des Fairen Handels (Faire Handelshäuser)

In Deutschland gibt es eine Reihe fairer Handelshäuser mit jeweils eigenem Logo. Die Fairhandels-häuser betreiben ausschließlich Fairen Handel nach den internationalen Standards. Die nachfolgenden Importorganisationen sind die bekanntesten.



GEPA

GEPA ist das älteste und größte Fairhandelshaus Europas (1975 gegründet), arbeitet direkt mit Kleinproduzenten zusammen, unterstützt und berät sie. GEPA bietet eine breite Palette an Lebensmitteln und Kunsthandwerk an. Verkauft werden die Produkte über Weltläden, Supermärkte, Bio- und Naturkostläden und im GEPA-Onlineshop. Nur ein kleiner Teil

der GEPA-Produkte ist noch mit dem Fairtrade-Siegel gekennzeichnet. GEPA kennzeichnet mit eigenem Logo, Grundlage sind aber die internationalen Fairtrade-Standards. Das zusätzliche „fair plus“ Zeichen soll darauf aufmerksam machen, dass GEPA über die internationalen Fairtrade-Standards hinausgeht.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



El Puente

El Puente (1972 gegründet) heißt übersetzt „Die Brücke“ und sieht sich als Brücke zwischen Nord und Süd. El Puente ist – wie GEPA - Direktimporteur und Großhandelsvertrieb mit über 140 Handelspartner in 40 Ländern.

Grundlage für El Puente sind die internationalen Fairtrade-Standards und die Standards von der World Fair Trade Organization (WFTO). Die Produkte werden hauptsächlich über Weltläden vertrieben. Nur wenige Produkte von El Puente tragen das Fairtrade-Siegel.



dwp (die-welt-partner)

dwp wurde 1988 als dritte-welt-partner gegründet, heute steht die Abkürzung dwp für „die WeltPartner“. dwp ist Direktimporteur von über 60 Produzentengruppen aus über 35 Ländern. Grundlage sind die Standards von der World Fair Trade Organization (WFTO). Der Vertrieb erfolgt hauptsächlich über die Weltläden, aber auch durch Aktionsgruppen, Großverbraucher und Naturkostläden.

Quellen:

Bittersüße Schokolade, Südwind 2016
Kakao-Barometer 2015/2018

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages