

Kakao-Konferenz Elewijt – 24. Mai 2011

Arbeitsgruppe 5

Informationen zum Thema Nachhaltigkeit und Zertifizierung von Kakao:

Auch der internationale Druck von verschiedenen Organisationen wie Gewerkschaft, NGO's und kritischen KonsumentInnen hat dazu geführt, dass multinationale Konzerne in der Kakao- und Schokoladeindustrie seit einiger Zeit mit Fairtrade, Utz und Rainforest Alliance zusammen arbeiten. Obwohl das Thema Nachhaltigkeit im Anbau schon lange ein Thema ist, sind die Multis in die Offensive gegangen. Kraft hat angekündigt bis 2012 – 30.000 to zu zertifizieren. Mit der Marke Cadbury, welche unter dem Label Fairtrade 15.000 to zertifiziert hat, sind es somit 45.000 to.

2010 hat der Mars Konzern verlautbart, dass er bis 2020 zu 100% nachhaltigen Kakao in seinen Produkten verarbeitet. Geplant ist, dass 350.000 to durch die Organisation UTZ Certified und teilweise auch durch Rainforest Alliance als Zulieferer von etwa 100.000 to abgedeckt wird.

2010 hat Nestle, der ja in der Zwischenzeit Kit Kat für den englischen und irischen Markt produziert, angekündigt auch mit UTZ Certified Produkte in Neuseeland und Australien zu vermarkten. Als Mindestmenge wurden 30.000 to Kakao aus nachhaltiger Produktion bis 2012 angekündigt.

Hershey in den USA arbeitet mit dem Label Dagoba Organic seit 2009 zusammen. Bis 2015 ist geplant 1% zu zertifizieren.

Große Konzerne wie Ferrero oder Lindt & Sprüngli beobachten den Markt und warten ab. In der Zwischenzeit haben sich jedoch kleine regionale Unternehmungen entschieden auch als Marktstrategie und Nischenproduktion mit Fairtrade zusammen zu arbeiten. In Österreich etwa ist die Fa. Zotter auch weit über die Grenzen bekannt und gilt als Beispiel eines Vorzeigeunternehmers der auch persönlichen Kontakt zu den Kakaobauern hält. Dies dürfte die höchste Art einer authentischen nachhaltigen CSR Politik sein.

Schokoladeverarbeitungsindustrie:

Da in den letzten Jahren die Schokoladeindustrie große Teile der Schokolademassenproduktion ausgelagert hat, haben auch Konzerne wie ADM sowie Cargill entschieden, zertifizierten Kakao zu verarbeiten. Barry Callebaut hat schon bisher den größten Teil von zertifizierten Fairtrade-Kakaobohnen verarbeitet. Vor einigen

Monaten hat sich der Konzern noch dazu entschlossen, für den kleinen Schokoladeverarbeiter, Fairtrade-Tunkmasse in Linsenform anzubieten.

Wie geht es weiter?

Neben internationalen Standards und Konventionen wie ILO bleibt die Frage offen, wie diese Zertifizierungsankündigungen nun tatsächlich in Angriff genommen werden. Bereits im Harkin-Engel Protokoll haben sich alle Süßwarenhersteller weltweit verpflichtet, bis 2010 die Kinderarbeit im Kakaoanbau abzuschaffen. Diese Verpflichtung wurde in den USA im Jahr 2000 mit allen Unterschriften der Konzernmanager öffentlich vermarktet. Bis heute ist jedoch sehr wenig, bis auf einzelne Initiativen, passiert.

Welche Siegel sind nachhaltig?

Positiv ist zu vermerken, dass generell die Frage der Nachhaltigkeit bei allen Zertifizierungsorganisationen gegeben ist. Für uns als Gewerkschaft ist es jedoch entscheidend, wie die Arbeits- und Lebensbedingungen der Bauern und ArbeiterInnen verändert werden.

Die größte Veränderung erzielt natürlich ein gerechter Preis. Erst durch diese Maßnahme wird es möglich sein, dass Kinderarbeit auf den Kakaoplantagen, vor allem in der Elfenbeinküste, verschwindet. Fairtrade ist die einzige Organisation, die in den Standards eine Mindestpreisgarantie und somit den skandalösen Zwischenhandel ausschaltet. Durch die Verpflichtung der Kleinbauern im Kakaoanbau ist bei Fairtrade und auch bei anderen BIO-Zertifizierungen gewährleistet, dass keine gentechnisch veränderten Kakaopflanzen entstehen. Gerade in der Phase der notwendigen „Aufforstung“ in der Elfenbeinküste ist dieses Thema von großer Bedeutung.

Gemeinsame Initiative?

Unabhängig von den Gewerkschaften, gibt es viele Organisationen weltweit, die durch Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeiten das Bewusstsein der KonsumentInnen beeinflusst.

Durch die starke Werbung der multinationalen Konzerne in den Medien liegt es daher nahe, dass wir in Zukunft gemeinsam mit NGO's wie etwa TCC in den Niederlanden und der österr. Netzwerkinitiative öffentliche medienwirksame Kampagnen starten.

Gemeinsam mit Betriebsräten muss aber auch der Druck in den Betrieben steigen, dass Unternehmen nicht auf ihre Verpflichtung der Nachhaltigkeit vergessen.

Kampagnen müssen daher die Konzerne zwingen einen Teil ihrer Werbebudgets für Nachhaltigkeit einzusetzen. Dies darf jedoch nicht zu Boykottaufrufen führen.

Was bringt das der Gewerkschaft und somit den Betriebsräten?

Es vergeht kein Tag, in dem wir uns in den Betrieben über Flexibilisierung, Arbeitsplatzvernichtung, Lohnkürzung sowie Auslagerungen und Leiharbeiter beschäftigen müssen. Auf jeder erdenklichen Internetseite und Broschüre verpflichten

sich die Arbeitgeber aber nur für die Öffentlichkeit – soziale Initiativen zu unterstützen und mittels CSR sozial zu sein.

Unserer Ansicht nach ist Nachhaltigkeit nicht nur im Kakaoanbau ein Thema sondern in allen Ebenen des Produktionsprozesses.

Also muss unser Thema lauten:

**„Soziale Gerechtigkeit von der Kakaobohne bis zum Schokoriegel“
oder aber auch
„Vom Kakaobauern bis zum Arbeiter in der Schokoladefabrik“**

Riess Mai 2011