



# DIE MESSLATTE HÖHER LEGEN

**SUPERMÄRKTE MÜSSEN DRINGEND GEGEN DIE STRUKTURELLE AUSBEUTUNG VON KAKAOBAUERN VORGEHEN**

APRIL 2025

**BRIEFING-PAPIER**



**OXFAM**

## ZUSAMMENFASSUNG

Die meisten Kakaobauern in den wichtigsten Kakaoanbaugebieten Côte d'Ivoire und Ghana sind arm, obwohl sie das Herzstück der Lieferkette für ein Luxusgut bilden: Schokolade. Seit Jahrzehnten erhalten sie niedrige Erzeugerpreise, die es ihnen nicht ermöglichen, einen existenzsichernden Lebensunterhalt für sich und ihre Familien zu verdienen. Familien. Gleichzeitig erzielen Unternehmen in der Kakao- und Schokoladenlieferkette enorme Gewinne. Supermärkte in den Niederlanden und Deutschland haben erste Schritte unternommen, indem sie sich langfristig dazu verpflichtet haben, Kakaobauern einen existenzsichernden Referenzpreis zu zahlen, aber der Anteil an fair gehandelter Schokolade in ihrem Sortiment beträgt nur 5 %. Es ist an der Zeit, dass sie ihre Geschäftsmethoden radikal ändern, indem sie sich zu langfristig fairen Preisen für die Bauern verpflichten, das Risiko mit den Kakaobauern teilen und für alle von ihnen verkauften Schokoladenprodukte Verantwortung übernehmen.

© Oxfam International April 2025

Diese Veröffentlichung wurde von Jesse Amon und Anouk Franck verfasst. Oxfam dankt Eline Achterberg und Tim Zahn für ihre Unterstützung bei der Erstellung. Als Mitglied des VOICE-Netzwerks hat Oxfam die jüngsten Veröffentlichungen des Living Income Compendium (2023) und des Good Purchasing Practices Paper (2024) mitfinanziert und unterstützt. Dieses Briefing Paper ist diesen Veröffentlichungen zu Dank verpflichtet, da es deren Erkenntnisse zusammenfasst und darauf aufbaut. Neue Forschungsergebnisse zum Anteil von fair gehandelter Schokolade in niederländischen Supermärkten wurden im November 2024 vom Think Tank Questionmark vorgelegt, und zwischen Januar und Februar 2025 führte ALC Ghana eine Studie darüber durch, was die Teilnahme am LIRP für Kakaobauern in Ghana bedeutet.

Für weitere Informationen zu den in dieser Veröffentlichung angesprochenen Themen wenden Sie sich bitte per E-Mail an Anouk Franck: [anouk.franck@oxfamnovib.nl](mailto:anouk.franck@oxfamnovib.nl)

Diese Veröffentlichung ist urheberrechtlich geschützt, aber der Text darf für Zwecke der Interessenvertretung, Kampagnen, Bildung und Forschung kostenlos verwendet werden, sofern die Quelle vollständig angegeben wird. Der Urheberrechtsinhaber bittet darum, dass alle derartigen Verwendungen zu Zwecken der Wirkungsanalyse bei ihm registriert werden. Für das Kopieren unter anderen Umständen, die Wiederverwendung in anderen Veröffentlichungen oder für Übersetzungen oder Bearbeitungen muss eine Genehmigung eingeholt werden, für die möglicherweise eine Gebühr erhoben wird. E-Mail: [policyandpractice@oxfam.org.uk](mailto:policyandpractice@oxfam.org.uk).

Die Informationen in dieser Veröffentlichung sind zum Zeitpunkt der Drucklegung korrekt.

Veröffentlicht von Oxfam GB für Oxfam International unter DOI: 10.21201/2025.000065

# INHALTSVERZEICHNIS

|                 |   |
|-----------------|---|
| ZUSAMMENFASSUNG | 4 |
|-----------------|---|

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. EINLEITUNG: DIE AUSBEUTUNG DER KAKAOBAUERN MUSS EIN ENDE HABEN | 5-7 |
|-------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| 2. FAIRER AUSTAUSCH DURCH GUTE EINKAUFSPRAKTIKEN | 8-15 |
|--------------------------------------------------|------|

|                                                                                 |       |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 3. SUPERMÄRKTE MÜSSEN IHRE VERSPRECHEN BEZÜGLICH EHRLICHER SCHOKOLADE EINHALTEN | 16-24 |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------|

|                                      |       |
|--------------------------------------|-------|
| 4. SCHLUSSFOLGERUNG UND EMPFEHLUNGEN | 25-26 |
|--------------------------------------|-------|

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| ANHANG 1: Zunehmender Druck, existenzsichernde Einkommen zu gewährleisten | 27 |
|---------------------------------------------------------------------------|----|

|                         |    |
|-------------------------|----|
| ANHANG 2: GELDTRANSFERS | 28 |
|-------------------------|----|

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ANHANG 3: DIE PERSPEKTIVE VON OXFAM ZUM FAIRTRADE-EXISTENZSICHERNDEN LOHN<br>REFERENZPREIS | 29 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|

|             |    |
|-------------|----|
| ANMERKUNGEN | 31 |
|-------------|----|

|            |    |
|------------|----|
| ÜBER OXFAM | 36 |
|------------|----|



# FÜHRUNGS ZUSAMMENFASSUNG

Schokolade gehört zu unseren Lieblingsspeisen, doch die meisten Kakaobauern leben seit Jahrzehnten in extremer Armut. Warum? Weil Kaka- und Schokoladenmarken, Kakaohändler und Supermärkte enorme Gewinne ein, zahlen den Bauern jedoch keinen fairen Preis für ihre Erzeugnisse.

Unternehmen haben sich zur Nachhaltigkeit verpflichtet und versprochen, die Einkommen der Bauern zu erhöhen, aber in Wirklichkeit haben die Bauern keine nennenswerten Vorteile erhalten. Die aktuellen Marktpreise könnten die Situation vorerst ändern, aber langfristig sind weitere Maßnahmen erforderlich, um sicherzustellen, dass Kakaobauern einen existenzsichernden Lohn verdienen.

Damit dies geschieht, müssen Unternehmen damit beginnen, sich mit dem einen Punkt zu befassen, der zur Lösung dieses Problems beitragen könnte. Es muss ein Umstieg auf faire Einkaufspraktiken erfolgen, einschließlich der Gewährleistung eines Erzeugerpreises, der es den Bauern ermöglicht, langfristig ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen, und zwar bei vollständiger Transparenz und Rechenschaftspflicht. Solange Unternehmen sich weigern, einen fairen Preis zu zahlen, werden die Kakaobauern weiterhin unter Druck stehen, was sich sowohl auf die Produktion als auch auf ihren Lebensunterhalt auswirkt.

Dieses Papier konzentriert sich auf Supermärkte, die wichtige Akteure in der Lieferkette für Kakao und Schokolade sind. Als primäre Einzelhändler stehen Supermärkte in direkter Verbindung zu den Verbrauchern und haben Einfluss auf die gesamte Lieferkette, sodass sie wirkliche Veränderungen vorantreiben können. Niederländische und deutsche Supermärkte haben sich zu existenzsichernden Einkommen verpflichtet und mit der Umsetzung dieser Verpflichtungen begonnen. Das ist großartig!

Aber das reicht nicht aus. Die Realität sieht so aus, dass ihre Regale noch immer keine bedeutenden Veränderungen widerspiegeln. Nur ein winziger Teil

Der Großteil der von ihnen verkauften Schokolade ist faire Schokolade, für die mindestens ein existenzsichernder Referenzpreis (LIRP) gezahlt wird.

auf der Grundlage eines langfristigen Engagements. Tatsächlich erfüllen nur 5 % aller Schokoladenprodukte, die in den größten niederländischen und deutschen Supermärkten verkauft werden, diesen Mindeststandard. Es ist gut, dass Supermärkte beginnen, Verantwortung dafür zu übernehmen, dass in ihren Lieferketten faire Preise gezahlt werden, aber die meisten Kakaobauern gehen dabei immer noch leer aus. Supermärkte haben gezeigt, was möglich ist, aber Jetzt müssen sie dies für alle Schokoladenprodukte, die sie in ihren Regalen anbieten, umsetzen.

Deshalb fordern wir niederländische und deutsche Supermärkte auf:

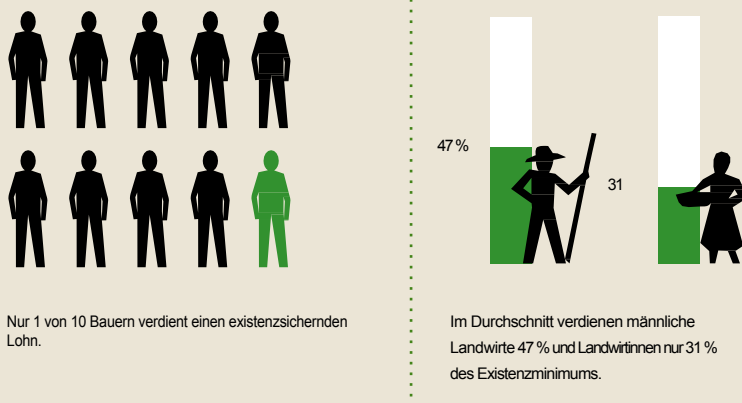
- 1. ZAHLEN SIE EINEN FAIREN PREIS** und ermöglichen Sie den Kakaobauern in ihren Lieferketten ein existenzsicherndes Einkommen. Dies sollten sie durch eine klare Öffentliche Verpflichtung und Strategie zu existenzsichernden Einkommen für Kakaobauern tun und indem sie sicherstellen, dass bis Ende 2025 in ihrer gesamten Kakaolieferkette ein glaubwürdiger LIRP gezahlt wird.
- 2. RISIKEN TEILEN**, indem sichergestellt wird, dass bis 2030 alle Landwirte in ihrer Lieferkette standardisierte langfristige Verträge erhalten, die die Risiken für die Erzeuger verringern, und dass bis Ende 2025 mindestens 50 % der Landwirte solche Verträge erhalten.<sup>1</sup>
- 3. VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**, indem der Standardvertrag, den die Landwirte in ihren Lieferketten unterzeichnen, veröffentlicht wird, indem sie sich verpflichten, ab 2025 öffentlich nach Geschlechtern aufgeschlüsselte Berichte über die Schließung der Einkommenslücke und die Verringerung der Risiken für Landwirte zu erstellen und bis 2025 Zugang zu einem wirksamen Beschwerdemechanismus zu gewähren.

# 1. EINLEITUNG: DIE AUSBEUTUNG VON KAKAOBAUERN MUSS EIN S ENDE FINDEN

## KAKAOBAUERN LEBEN IN ARMUT, OBWOHL SIE IM ZENTRUM EINER PROFITABLEN INDUSTRIE STEHEN

Die überwiegende Mehrheit der Kakaobauern kann seit Jahrzehnten keinen existenzsichernden Lebensunterhalt verdienen. Ein existenzsichernder Lebensunterhalt ist das jährliche Nettoeinkommen, das ein Haushalt benötigt, um allen Mitgliedern dieses Haushalts einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen, einschließlich Zugang zu Nahrung, Wasser, Wohnraum, Bildung, Gesundheitsversorgung, Transport, Kleidung und anderen grundlegenden Bedürfnissen, einschließlich Rücklagen für unerwartete Ereignisse.<sup>2</sup>

Abbildung 1: Die meisten ghanaischen Kakaobauern verdienen kein existenzsicherndes Einkommen.



Quelle: I. Manu et al. (2024).<sup>3</sup>

In Ghana, dem zweitgrößten Kakaoproduzenten nach der Elfenbeinküste, verdienen 91 % der 2024 befragten Bauern keinen existenzsichernden Lohn. Im Durchschnitt verdienen sie kaum die Hälfte davon: magere 47 % eines existenzsichernden Lohns. Bei Haushalten mit weiblichem Haushaltsvorstand sind es sogar nur 31 %. Mit anderen Worten: Die ghanaischen Kakaobauern verdienen nicht einmal die Hälfte dessen, was sie benötigen, um sich und ihre Familien zu ernähren. Ein existenzsicherndes Einkommen zu verdienen ist ein Menschenrecht und das absolute Minimum. Wenn sie kein existenzsicherndes Einkommen erzielen, leben die Bauern weiterhin in Armut, kämpfen darum, sich zu ernähren oder ihre Kinder zur Schule zu schicken, geschweige denn in nachhaltige Anbaumethoden zu investieren. Daher ist die Armut der Bauern ist eine der Hauptursachen für fast alle systemischen Probleme im Kakaosektor, von gefährlicher Kinderarbeit bis hin zur Entwaldung.

Ein existenzsicherndes Einkommen ist das jährliche Nettoeinkommen, das ein Haushalt benötigt, um allen Mitgliedern dieses Haushalts einen angemessenen Lebensstandard zu ermöglichen, einschließlich Zugang zu Nahrung, Wasser, Wohnen, Bildung, Gesundheitsversorgung, Transport, Kleidung und andere grundlegende Bedürfnisse, einschließlich Rücklagen für unerwartete Ereignisse.<sup>2</sup>

Ein existenzsicherndes Einkommen zu verdienen ist ein Menschenrecht und das absolute Minimum. Kein existenzsicherndes Einkommen zu verdienen bedeutet, dass Landwirte weiterhin in Armut leben, kämpfen darum, ihre Familien zu ernähren oder ihre Kinder zur Schule zu schicken, geschweige denn in nachhaltige Anbaumethoden zu investieren.



„WIR BRAUCHEN GELD, UM ZU ÜBERLEBEN. WENN ICH MICH ENTSCHEIDEN MUSS, OB ICH DIESES GELD FÜR LEBENSMITTEL FÜR MEINE FAMILIE ODER FÜR DIE FARM AUSGEBE, WERDE ICH ES FÜR MEINE FAMILIE AUSGEBEN. WIR MÜSSEN ÜBERLEBEN, BEVOR WIR FARMEN KÖNNEN.“

Esther, Gemeinde Asukese, Ghana, 7. Januar 2025.<sup>5</sup>

Cocoa Women von Begegnung und Gemeinschaft, Nana Kwabena Ninsin, Nana Kwabena Ninsin

Und doch gibt es keinen Grund, warum Kakaobauern in Armut leben sollten. Sie stehen im Zentrum der Schokoladenlieferkette, und Schokolade ist ein Luxusprodukt mit einem stetig wachsenden globalen Markt.<sup>6,7</sup> Der Kakaohandel in den beiden wichtigsten Erzeugerländern, der Elfenbeinküste und Ghana, wurde von den britischen und französischen Kolonialherren eingeführt. Auch Jahrhunderte später spielt Kakao noch immer eine zentrale Rolle für die Volkswirtschaften beider Länder. Die aus der Kolonialzeit stammenden, exportorientierten Strukturen bestehen bis heute fort und werden nach wie vor von Unternehmen aus dem Globalen Norden dominiert, die Teil eines Systems sind, das Kakaobauern ausbeutet und ihnen keine angemessene Bezahlung für ihre Produkte gewährt.

Der Umsatz im Markt für Schokoladenkonfekt wird voraussichtlich auf 140 Milliarden US-Dollar im Jahr 2025.<sup>8</sup> Die mächtigsten Akteure in der Kakao- und Schokoladenlieferkette haben enorme Gewinne erzielt.<sup>9</sup> Einige der größten Schokoladenhersteller, Lindt, Mondelez und Nestlé, erzielten 2023 zusammen fast 4 Milliarden US-Dollar Gewinn aus dem Verkauf von Schokolade. Die Süßwaren von Hershey erzielten im selben Jahr einen Gewinn von insgesamt 2 Milliarden US-Dollar.<sup>10</sup> Der Großteil dieser Schokolade wird in Supermärkten verkauft, die auch Schokolade ihrer eigenen Marke anbieten. In Deutschland und den Niederlanden erzielen Supermärkte zwischen 40 und 53 % ihres Gesamtumsatzes mit Eigenmarkenprodukten wie Schokoriegeln.<sup>11,12</sup> Insgesamt erzielten Supermärkte im Geschäftsjahr 2023-2024 in Deutschland einen Umsatz von 200 Milliarden Euro und in den Niederlanden von 35 Milliarden Euro.<sup>13</sup> Landwirte erzielen jedoch fast keine Gewinnspanne, da sie mit hohen Kosten und geringen Einnahmen konfrontiert sind.

„Ich kann Ihnen jetzt sofort den Weltmarktpreis für eine Tonne Kakao googeln. Der ist sehr hoch. Und wir bekommen nur einen kleinen Prozentsatz davon.“

Emmanuel, Gemeinde Bediako, Ghana, 8. Januar 2025.

#### SUPERMÄRKTE KÖNNEN ETWAS BEWIRKEN

Landwirte können nur dann in ihre Betriebe und Produktivität investieren und eine nachhaltige Qualitätsproduktion gewährleisten, wenn sie vorausschauend planen können. Vorhersehbare Absatzmengen, langfristige Verpflichtungen und nachhaltig höhere Preise sind dabei entscheidende Faktoren. Die meisten Unternehmen in der Kakao- und Schokoladenlieferkette haben ihre Bereitschaft signalisiert und Anstrengungen unternommen, um zu einem existenzsichernden Einkommen für Kakaobauern beizutragen. Sie versäumen es jedoch, sich für die direkteste Lösung zu entscheiden. Möglichkeit, dies zu erreichen, indem sie ihre eigenen Einkaufspraktiken grundlegend ändern.

Supermärkte müssen eine Vorreiterrolle übernehmen. Sie nehmen eine einzigartige Position in der Schokoladenlieferkette ein, sowohl als Hersteller von Schokolade unter eigener Marke als auch als Einzelhändler für andere Schokoladenmarken. Supermärkte entscheiden, was sie den Verbrauchern anbieten und zu welchem Preis. Außerdem erzielen sie enorme Gewinne mit den von ihnen verkauften Schokoladenprodukten. In den Niederlanden und Deutschland, zwei Ländern mit einer bedeutenden Kakao- und Schokoladenindustrie und einem großen Verbrauchermarkt, haben die meisten Supermärkte einen ersten Schritt getan und bieten eine kleine Auswahl an fairen Schokoladenprodukten an, für die langfristig ein Referenzpreis für existenzsicherndes Einkommen (LIRP) als zusätzliche Prämie gezahlt wird. Ein LIRP ist ein berechneter Preis, den Landwirte erhalten sollten, um ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen.

Einige Einzelhändler, allen voran Albert Heijn, sind noch einen Schritt weiter gegangen und haben angekündigt, den gesamten Kakao für ihre Schokoladenprodukte der Eigenmarke nach diesen Bedingungen zu kaufen. Aufbauend auf dieser Dynamik und angesichts der Schlüsselrolle der Supermärkte in der Lieferkette konzentriert sich dieser Beitrag auf die Notwendigkeit, dass niederländische und deutsche Supermärkte ihre Geschäftsmethoden radikal ändern, indem sie sich zu langfristig fairen Preisen für die Bauern verpflichten, das Risiko mit den Kakaobauern teilen und Rechenschaft ablegen.

---

Landwirte können nur dann in ihre Betriebe und Produktivität investieren und eine nachhaltige Qualitätsproduktion sicherstellen, wenn sie vorausschauend planen können. Vorhersehbare Absatzmengen, langfristige Verpflichtungen und anhaltend höhere Preise sind entscheidende Faktoren.

---

Supermärkte müssen hier eine Vorreiterrolle übernehmen. Sie nehmen eine einzigartige Position in der Lieferkette für Schokolade ein, sowohl als Hersteller von Schokolade unter ihrer Eigenmarke als auch als Einzelhändler für andere Schokoladenmarken. Supermärkte entscheiden selbst, was sie den Verbrauchern anbieten und zu welchem Preis. Außerdem erzielen sie mit dem Verkauf von Schokoladenprodukten enorme Gewinne.

---

## 2.

# EHRLICHER AUSTAUSCH DURCH GUTE EINKAUFSPRAKTIKEN

### KAKAOANBAU IN GEFAHR

Es ist unerlässlich, sicherzustellen, dass Kakaobauern langfristig höhere Preise erhalten – nicht nur aus Gründen der Fairness, sondern auch, um ein nachhaltiges Geschäftsmodell zu unterstützen und die Versorgung der Kakaokäufer sicherzustellen.

„Ich glaube, ich bin auf halbem Weg dahin, meinen Lebensunterhalt zu verdienen. Ich glaube, es wird sich viel ändern, wenn ich 100 % erreichen kann. Ich kann ein Haus in meinem eigenen Namen bauen. Ich spreche nicht von einem großen Haus oder etwas Ausgefallenem, sondern nur von einem normalen Lehmhaus, das mit Zement verputzt und mit Dachplatten gedeckt ist, wie man sie in diesem Dorf sieht.“

Abigail, Gemeinde Adda, Ghana, 9. Januar 2025.

Kakaobauern stehen unter zunehmendem Druck. Die Kakaoernte 2024 fiel in Westafrika gering aus. Dies war das Ergebnis begrenzter Investitionen der Kakaobauern in ihre Farmen, bedingt durch niedrige Einkommen und finanzielle Unsicherheit, und wurde durch den Klimawandel noch verschärft. Kakao wird größtenteils von Kleinbauern angebaut, auch in den führenden Erzeugerländern Côte d'Ivoire und Ghana. Viele von ihnen haben jedoch Schwierigkeiten, ihren Lebensunterhalt zu bestreiten, und verfügen nicht über die Mittel, um in ihr Land zu reinvestieren. <sup>(14)</sup> Die Aussicht auf niedrige Einkommen in Verbindung mit anstrengender Arbeit und zunehmend schwierigen Bedingungen veranlasst junge Menschen dazu, eine Karriere außerhalb der Landwirtschaft anzustreben, beispielsweise im Goldbergbau, wodurch die Zukunft des Kakaoanbaus gefährdet ist. <sup>(15)</sup>

### KEINE EHRLICHE SCHOKOLADE OHNE VERANTWORTUNGSBEWUSSTE EINKAUFSPRAKTIKEN

Was die Schokoladenindustrie braucht, ist eine Bündelung der Kräfte, um den Kakaobauern langfristige Stabilität zu bieten und ihnen Investitionen in eine prosperierende Zukunft zu ermöglichen. In den letzten zwei Jahrzehnten konzentrierte sich die Strategie der Industrie vor allem auf die Umsetzung guter landwirtschaftlicher Praktiken. Dies ist nach wie vor der vorherrschende Ansatz zur Bekämpfung der Armutskrise der Kakaobauern. <sup>(16)</sup> Damit wird die Last der Produktivitätssteigerung auf die Bauern abgewälzt, anstatt Preise zu zahlen, die die tatsächlichen Kosten einer nachhaltigen Produktion widerspiegeln und den Bauern die Möglichkeit geben würden, nach ihren eigenen Vorstellungen in eine nachhaltige Produktion zu investieren.

Die Messlatte höher legen | Supermärkte müssen dringend gegen die strukturelle Ausbeutung von Kakaobauern vorgehen

Quelle: Nana Kofi Acquah

#### KASTEN 1: EHRliche SCHOKOLADE

Kakaobauern müssen fair behandelt werden. Unternehmen müssen für langfristige Stabilität sorgen, damit Bauern in eine prosperierende Zukunft investieren können. In diesem Dokument definieren wir Schokolade als fair, wenn mindestens Ein LIRP wird entweder direkt an die Bauern oder an die Genossenschaft gezahlt, und zwar bei einer langfristigen Verpflichtung gegenüber dem LIRP und einer Rechenschaftspflicht hinsichtlich der Auswirkungen auf die Kakaobauern.

Die Steigerung der landwirtschaftlichen Produktivität zur Schließung der Einkommenslücke hat sich aus zwei wesentlichen Gründen als unzureichend erwiesen. Trotz erheblicher Investitionen in Nachhaltigkeitsprogramme hat sich die durchschnittliche Produktivität nicht wesentlich verbessert. Darüber hinaus ist aus mehreren Gründen unklar, ob Produktivitätssteigerungen automatisch zu einem höheren Nettoeinkommen der Kakao anbauenden Haushalte führen. Erstens erfordern sie erhebliche Investitionen in Ressourcen, die sich viele Landwirte nicht leisten können. Zweitens bergen sie aufgrund der Ausbeutung durch den Markt erhebliche finanzielle Risiken. Schließlich erfordert eine höhere Produktivität mehr Arbeitsstunden, was für Landwirte, die bereits jetzt Schwierigkeiten haben, in Spitzenzeiten ausreichend Arbeitskräfte zu finden, eine Herausforderung darstellt. Dies gilt insbesondere für Kakaobäuerinnen, die stärker auf Lohnarbeiter angewiesen sind. Darüber hinaus muss die Arbeit mit einem existenzsichernden Lohn vergütet werden. Andernfalls würden die Kakaobauern lediglich die Einkommenslücke in eine Lohnlücke für ihre Arbeiter verwandeln. <sup>(17)</sup>

Auf dem Markt ist eine langfristige strukturelle Neuausrichtung erforderlich, um den Wert nach oben zu verlagern. Von zentraler Bedeutung ist dabei, dass die Unternehmen Preise zahlen, die den Wert des Landes, der Arbeit, des Wissens und der Ressourcen der Kakaoproduzenten wirklich widerspiegeln. Die Beteiligung der Regierung ist entscheidend, um diese Herausforderungen anzugehen und auch das übergeordnete Ziel der Nachhaltigkeit im Kakaosektor zu erreichen.

Wirksame politische Maßnahmen können die Ursachen der Armut bekämpfen, während eine starke Regierungsführung den langfristigen Erfolg von Nachhaltigkeitsmaßnahmen sicherstellt. Zu den Schlüsselementen einer guten Regierungsführung für ein existenzsicherndes Einkommen gehören Strategien zur Entwicklung des ländlichen Raums, Investitionen in die Infrastruktur, Transparenz, Rechenschaftspflicht, Rechtsstaatlichkeit und Angebotssteuerung.<sup>18</sup>

Obwohl Maßnahmen der Regierung unerlässlich sind, sollte die Schokoladenindustrie nicht darauf warten, dass politische Veränderungen Wirkung zeigen. Angesichts der dringenden Folgen der derzeitigen wirtschaftlichen Ausbeutung sind sofortige Lösungen erforderlich. Der Privatsektor kann und sollte eine Vorreiterrolle übernehmen, indem er gute Einkaufspraktiken umsetzt und gleichzeitig aktiv mit den Regierungen zusammenarbeitet, um einen systemischen Wandel voranzutreiben. Dies wird auch eindeutig von Unternehmen erwartet, gemäß international vereinbarten Standards wie den OECD-Leitsätzen und den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGPs), die zunehmend in die Gesetzgebung einfließen (siehe Anhang 1).



### UNTERNEHMEN WEHREN SICH GEGEN HÖHERE PREISE

Bislang haben sich Schokoladenhersteller im Rahmen ihrer Bemühungen weitgehend gegen höhere Erzeugerpreise gewehrt. Versuche der Regierungen der Elfenbeinküste und Ghanas, ihre Preissysteme im Jahr 2020 um einen Lebenshaltungskostenzuschlag (Living Income Differential, LID) zu ergänzen, scheiterten, weil die Unternehmen daraufhin Verhandlungen aufnahmen, um die Länderzuschläge zu senken und so den Preis zu drücken.<sup>(19)</sup> Ein weiterer, begrenzter Ansatz, der in großem Maßstab erprobt wurde, besteht darin, die Zahlungen an die Bauern durch Prämien zu erhöhen, die an Zertifizierungssysteme und Nachhaltigkeitsprogramme der Unternehmen geknüpft sind. Diese Prämien führen jedoch in der Regel nur zu einer geringfügigen Steigerung der Einnahmen (aber nicht immer des Nettoeinkommens).<sup>(20)</sup> Ein neuerer Versuch von Schokoladenmarken besteht darin, Geldtransfers zu leisten (siehe Anhang 2). Diese Direktzahlungen sind nicht an die Kakaoproduktionsmengen gebunden und führen nicht zu einer langfristigen Veränderung der Wert- und Machtverteilung entlang der Lieferkette.

---

Die ungleiche Machtverteilung führt zu niedrigen Erzeugerpreisen und einer extrem ungleichen Verteilung von Risiken und Werten innerhalb der Lieferkette. Infolgedessen leben die Bauern weiterhin in extremer Armut, obwohl die Branche Milliarden von Dollar umsetzt.<sup>20</sup>

---

Märkte können effektiv faire Preisniveaus etablieren, wenn alle Teilnehmer über ein ausgewogenes Machtverhältnis verfügen. Dieses Gleichgewicht fehlt jedoch in den Lieferketten für Kakao. Die ungleiche Machtverteilung führt zu niedrigen Erzeugerpreisen und einer extrem ungleichen Verteilung von Risiken und Werten innerhalb der Lieferkette. Infolgedessen leben die Bauern weiterhin in extremer Armut, obwohl die Branche Milliarden von Dollar umsetzt.<sup>(21)</sup> Um diesen Marktversagen entgegenzuwirken, sind gute Einkaufspraktiken unerlässlich. Durch die Nutzung ihrer Kaufkraft kann die Schokoladenindustrie den Bauern langfristige Sicherheit und konstant höhere Preise bieten. Dieser Ansatz würde dazu beitragen, die oben erwähnten systemischen Ungleichgewichte bei der Risiko- und Wertverteilung zu beseitigen.

### DER WERT EINES GLAUBWÜRDIGEN LEBENSUNTERHALTSBEZUGSPREISES (LIRP)

Eines der wichtigsten Instrumente, über das Unternehmen verfügen, ist die langfristige Zahlung eines LIRP an die Bauern. Der LIRP ist der Preis, den ein typischer Bauernhaushalt mit einer rentablen Betriebsgröße und einem nachhaltigen Produktivitätsniveau benötigt, um mit dem Verkauf seiner Ernte einen existenzsichernden Lebensunterhalt zu verdienen.<sup>22</sup> Fairtrade berechnet und veröffentlicht regelmäßig seinen Fairtrade-Referenzpreis für ein existenzsicherndes Einkommen für Kakao in Côte d'Ivoire und Ghana, der derzeit allgemein als Standard für die Preisgestaltung für ein existenzsicherndes Einkommen für Kakao anerkannt ist (siehe Anhang 3). Der LIRP ist eine Art Sicherheitsnetz, das sicherstellt, dass Landwirte einen Preis erhalten, der ihnen ein existenzsicherndes Einkommen ermöglicht.

„Die Unternehmen und Supermärkte sollten sicherstellen, dass [die Zahlung eines LIRP] langfristig ist und auf einem Mindestbetrag festgelegt wird, ES KEINE SCHWANKUNGEN GIBT. WENN DAS GESCHIEHT, KÖNNEN WIR LANDWIRTE SICHER SEIN, DASS WIR MINDESTENS DIESEN BETRAG ERWARTEN KÖNNEN, WAS UNS BEI DER PLANUNG HILFT.“

Samuel, Gemeinde Tei Mensah, Ghana, 10. Januar 2025.

#### DAS LIRP STEHT IM ZENTRUM GUTER EINKAUFSPRAKTIKEN, DA ES VIELE VORTEILE BIETET:

- Es ist der direkteste Weg, Landwirte zu unterstützen, da jede Erhöhung sofort zu ihrem Nettoeinkommen beiträgt.
- Es handelt sich um eine unbefristete langfristige Verpflichtung, während Nachhaltigkeitsprogramme von Unternehmen naturgemäß nur vorübergehender Natur sind.
- Es wirkt als Katalysator für andere Maßnahmen zur Verbesserung guter landwirtschaftlicher Praktiken. Investitionen in landwirtschaftliche Betriebe werden rentabler, wenn die Kakao-Erträge hoch und stabil genug sind, um eine positive Kapitalrendite zu ermöglichen.
- Der Kauf von Kakao ist ein Kerngeschäft der Schokoladenindustrie, und das LIRP unterliegt weitgehend ihrer Kontrolle.
- Dies wird sich auf alle Landwirte auswirken, wobei zu berücksichtigen ist, dass Landwirte mit höheren Kakaomengen stärker davon profitieren.

„MEIN EINKOMMEN IST MEHR GESTIEGEN ALS ERWARTET. VORHER KONNTE ICH MIT MEINEM EINKOMMEN AUS DEM KAKAO-ANBAU MAXIMAL VIER MONATE LANG MEINEN LEBENSUNTERHALT BESTREITEN. ABER JETZT HABE ICH DANK DER [DORFSPARKASSEN UND KREDITGENOSSENSCHAFTEN] UND DER [LIRP]-PRÄMIE DAS GANZE JAHR ÜBER GELD. ICH GLAUBE, DASS ICH JETZT EINE EINKOMMENS SICHERHEIT HABE, DA ICH MEINEN KAKAO NICHT MEHR VERKAUFE, UM SCHULDEN ZU BEZAHLEN UND DANN WIEDER IN SCHULDEN ZU GERATEN.“

Grace, Gemeinde Bankame, Ghana, 15. Januar 2025.

## DIE BEDEUTUNG VON LANGFRISTIGER SICHERHEIT UND VERANTWORTUNG

Der Preis spielt zwar eine wichtige Rolle bei Kaufentscheidungen, ist jedoch nicht der einzige Faktor. Gute Einkaufspraktiken müssen auch die unverhältnismäßigen Risiken berücksichtigen, denen Landwirte ausgesetzt sind, die die Hauptlast dieser Herausforderungen tragen, ohne dafür eine angemessene Gegenleistung zu erhalten. In der Kakaoindustrie tragen die Schwächsten die größte Last. Zu diesen Landwirten gehören häufig Haushalte mit weiblichem Haushaltsvorstand, Landwirte mit kleinen Parzellen und Pächter (die kein eigenes Land besitzen). Die Landwirte haben mit Herausforderungen wie unvorhersehbaren Verkaufsmengen, schwankenden Kosten, mächtigen Käufern, Schädlingen, Krankheiten, Klimawandel und Marktvolatilität zu kämpfen – allesamt Faktoren, die ihre Existenzgrundlage stark beeinträchtigen. Darüber hinaus müssen sie sich oft mit unklaren und unzuverlässigen Verträgen auseinandersetzen, was ihre Anfälligkeit noch verstärkt. Um diese Risiken zu verringern, sind faire, langfristige Vereinbarungen, standardisierte Praktiken und leicht zugängliche Möglichkeiten zur Beilegung von Streitigkeiten erforderlich.<sup>(23)</sup>

„DER LANGFRISTIGE VERTRAG IST SEHR WICHTIG UND GUT FÜR UNS. DIE [DORFSPARKASSE] IST SEHR GUT, EBENSO WIE ALLE ANDEREN UNTERSTÜTZUNGEN, DIE WIR ERHALTEN. ABER WENN DAS PROJEKT NUR KURZFRISTIG IST UND WIR DIESE VORTEILE VERLIEREN, DANN HAT ES FÜR UNS KEINEN WERT. ES KANN UNSER LEBEN NICHT WIRKLICH VERÄNDERN, WENN DER VERTRAG NUR FÜR EINE KURZE ZEIT GÜLTIG IST.“

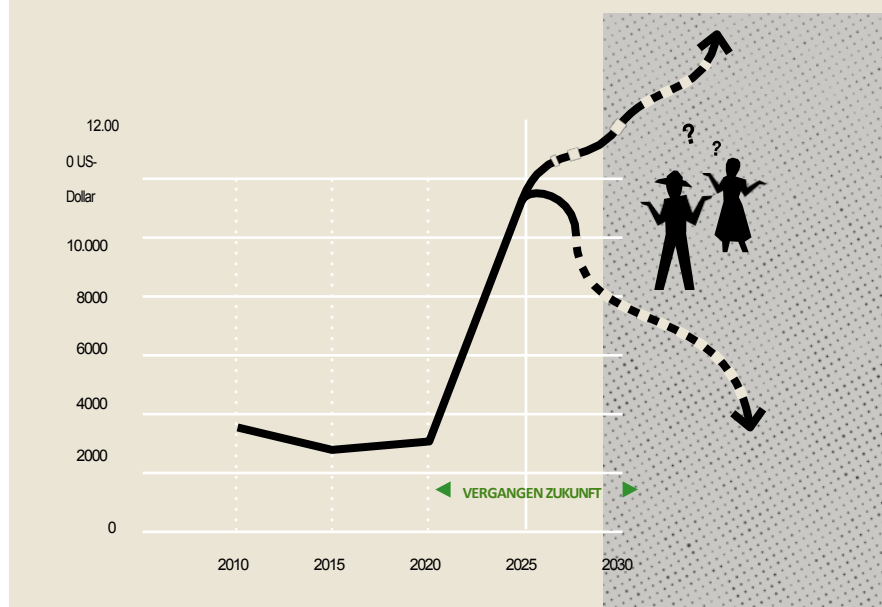
Isaac, Gemeinde Adomfe, Ghana, 16. Januar 2025.

In der Kakaoindustrie tragen die Schwächsten die größte Last.

Landwirte stehen vor Herausforderungen wie unvorhersehbaren Absatzmengen, schwankenden Kosten, mächtigen Abnehmern, Schädlingen, Krankheiten, Klimawandel und Marktvolatilität – allesamt Faktoren, die ihre Existenzgrundlage stark beeinträchtigen.

Der aktuelle Boom auf dem Kakaomarkt (2024–2025) hat die Preise auf ein noch nie dagewesenes Niveau getrieben und bietet den Bauern die dringend benötigte Chance, von besseren Erträgen zu profitieren. Diese höheren Preise folgen jedoch auf Jahre mit untragbar niedrigen Erzeugerpreisen, in denen viele Bauern ums Überleben kämpften.

Abbildung 2: Die Volatilität der Kakao-Terminpreise versetzt die Landwirte in Unsicherheit



Quelle: Barchart.com. (2025).<sup>24</sup>

die Grundkosten decken und nicht in ihre Betriebe investieren konnten. Diese lange Phase der Unterinvestition hat dazu geführt, dass sich viele Betriebe in einem schlechten Zustand befinden, wodurch sie nicht in der Lage sind, die derzeit höheren Preise voll auszunutzen. Darüber hinaus bleiben die künftigen Kakaopreise weiterhin höchst unvorhersehbar, was für die Bauern eine anhaltende Einkommens- und Investitionsunsicherheit mit sich bringt. Trotz des aktuellen Marktanstiegs tragen die Bauern weiterhin alle oben genannten Produktionsrisiken, ohne die Garantie, dass die Preise auch in den kommenden Jahren günstig bleiben werden. Diese Unsicherheit unterstreicht die Notwendigkeit guter Einkaufspraktiken, die über kurzfristige Preisschwankungen hinaus Stabilität bieten und sicherstellen, dass die Bauern unabhängig von Marktvolatilitäten einen nachhaltigen Lebensunterhalt erzielen können.

## KASTEN 2: FRAUEN IN DER KAKAOINDUSTRIE

Oxfam ist davon überzeugt, dass Frauen, wenn sie Verantwortung übernehmen und gemeinsam handeln, zu einer starken Kraft im Kampf gegen die Armut werden, von der nicht nur sie selbst, sondern auch ihre Gemeinschaften zugute kommt. In vielen Kakaoanbaugebieten besteht jedoch nach wie vor eine Ungleichheit zwischen den Geschlechtern, die eher die Regel als die Ausnahme ist. Dies stellt die Kakaoindustrie vor erhebliche Herausforderungen, da die Gleichstellung der Geschlechter ein grundlegendes Menschenrecht ist. Für Frauen in der Kakaoproduktion gibt es verschiedene Formen der Ungleichheit, darunter unter anderem:

- Männliche Haushaltsmitglieder verkaufen häufig den produzierten Kakao, sodass Frauen, die auf den Farmen arbeiten, keinen direkten Zugang zu den Einnahmen haben und keinen Einfluss darauf nehmen können, wie diese verwendet werden.
- Ohne legalen Zugang zu Land oder Grundbucheinträgen stehen Frauen vor Hindernissen, wenn es darum geht, Finanzdienstleistungen in Anspruch zu nehmen oder Genossenschaften beizutreten, wo der Besitz von Farmland in der Regel eine Voraussetzung ist.
- Frauen sind in Führungs- und Verwaltungspositionen in der Gemeinde häufig unterrepräsentiert.
- Die Stärkung der Rolle von Frauen in von Männern geführten Haushalten ist eine große Herausforderung, da ihre Beiträge zur Landwirtschaft und Pflege oft unbemerkt bleiben und nicht vergütet werden.
- Programme, politische Maßnahmen und Schulungsinitiativen gehen häufig nicht auf die spezifischen Herausforderungen ein, denen Bäuerinnen gegenüberstehen, wie Zeitmangel und die ungleiche Verteilung der Betreuungsaufgaben.<sup>25</sup>

Die Zahlung einer LIRP reicht nicht aus, um die Bedingungen für Frauen im Kakaoanbau zu verbessern. Dieser Ansatz muss eine geschlechtsspezifische Strategie umfassen, die auf den Beiträgen von Bäuerinnen basiert, um eine faire Verteilung der Vorteile und eine gerechte Aufteilung der Risiken zu gewährleisten. Für Frauen in Haushalten mit männlichem Haushaltsvorstand besteht eine mögliche Lösung darin, einen Teil der Zahlung direkt an sie zu verteilen. In Haushalten mit weiblichem Haushaltsvorstand sind zusätzliche Maßnahmen wie die Sicherung von Landrechten und die Erleichterung des Marktzugangs erforderlich, um ihren spezifischen Bedürfnissen gerecht zu werden.<sup>26</sup>

Langfristige standardisierte Verträge, in denen Kakaomengen, Zeitpläne und Preise festgelegt sind, sind eine wichtige Lösung, um Risiken für Landwirte zu reduzieren. Dieser Ansatz ist besonders wirksam, wenn Landwirte das Recht haben, an andere Käufer zu verkaufen, wenn ihnen günstigere Konditionen angeboten werden. Diese sogenannten asymmetrischen Verträge verschieben das Machtgleichgewicht leicht zugunsten der Kleinbauern, da sie vom Wettbewerb zwischen den Händlern profitieren können und gleichzeitig vor dem Verlust des Marktzugangs geschützt sind.<sup>27</sup>

Eine größere Rechenschaftspflicht und Transparenz hinsichtlich der Maßnahmen, mit denen Unternehmen den Lebensunterhalt der Kakaobauern verbessern, ist ein weiterer entscheidender Faktor für den Wandel, den der Kakaosektor benötigt. Regelmäßige öffentliche Berichterstattung über die Schließung der Einkommenslücke und ein zugänglicher und wirksamer Beschwerdemechanismus sind wichtige Instrumente, um das Kräfteverhältnis zugunsten der Kakaobauern zu verschieben.

Es ist klar, dass die Einkaufspraktiken der Schlüssel sind. Zusammen mit vielen zivilgesellschaftlichen Organisationen und Bauerngenossenschaften haben wir im April 2024 einen Aufruf zum Handeln gestartet.<sup>28</sup>

---

Langfristige standardisierte Verträge, in denen Kakaomengen, Zeitpläne und Preise festgelegt sind, sind eine wichtige Lösung zur Risikominderung für die Bauern. Dieser Ansatz ist besonders wirksam, wenn es den Bauern gestattet ist, an andere Käufer zu verkaufen, wenn günstigere Konditionen angeboten werden.

---

**Wir fordern Unternehmen auf:**

#### **EINEN FAIREN PREIS ZU ZAHLLEN**

- Kakaobauern in ihrer Lieferkette ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen.
  - > Veröffentlichen Sie unverzüglich eine Verpflichtung und Strategie für ein existenzsicherndes Einkommen im Kakaosektor, einschließlich eines zeitgebundenen Aktionsplans zur Umsetzung dieser Verpflichtung.
  - > Sicherstellen, dass alle Landwirte in ihrer gesamten Kakaolieferkette bis Ende 2025 einen LIRP erhalten, wobei ein glaubwürdiger LIRP-Benchmark verwendet wird.

#### **RISIKEN TEILEN**

- Sicherstellen, dass bis 2030 alle Bauern in ihrer Lieferkette standardisierte langfristige Verträge erhalten und dass bis 2025 mindestens 50 % aller Produzenten davon profitieren.
- Sicherstellen, dass diese Verträge die Risiken für die Bauern verringern.

#### **VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**

- Veröffentlichen Sie den Standardvertrag, den der Landwirt unterzeichnet.
- Ab 2025 verpflichten Sie sich zu regelmäßigen öffentlichen Berichten über:
  - > Fortschritte bei der Schließung der Einkommenslücke für Landwirte in ihren Lieferketten, einschließlich geschlechtsspezifischer Messungen, Mengen und gezahlter Erzeugerpreise sowie KPIs für verantwortungsbewusste Beschaffung.
  - > Beschreiben Sie, wie Unternehmen Risiken für Landwirte reduzieren, einschließlich Bewertungen, inwiefern ihre Einkaufspraktiken Risiken für Landwirte darstellen und wie diese Risiken angegangen werden.
- Bis 2025 Zugang zu einem zugänglichen und wirksamen Beschwerdemechanismus bereitstellen.

Abbildung 3: Kakaobauern stehen vor vielen Herausforderungen



Quelle: Oxfam. (2025)

### 3.

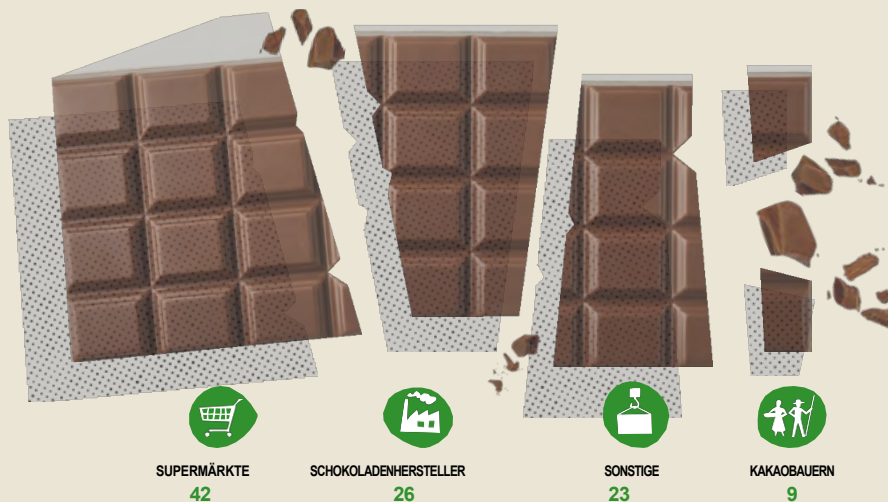
## SUPERMÄRKTE MÜSSEN IHRE VERSPRECHEN BEZÜGLICH EHRLICHER SCHOKOLADE EINHALTEN

#### SUPERMÄRKTE SOLLTEN VORREITER SEIN

Die Europäer kaufen mehr als 70 % ihrer Schokolade in Supermärkten.<sup>29</sup> Untersuchungen zeigen, dass im Jahr 2022 von jeder in Deutschland verkauften Tafel Milchsokolade durchschnittlich 42 % an den Supermarkt und weniger als 9 % an die Kakaobauern gehen.<sup>30</sup> Mit ihrem Anteil am Wert erzielen Supermärkte eine Gewinnspanne von etwa 10 % auf diese Schokoladentafeln, während die Bauern in der Regel mit einem Nettoverlust arbeiten. Als mächtige Marktakteure, die den größten Anteil am Wert und Gewinn in den Kakao-Lieferketten erzielen und als letzte Instanz über den Verbraucherpreis und das Angebot in ihren Regalen entscheiden, sind Supermärkte in einer starken Position, um weitere Veränderungen im Kakaosektor voranzutreiben. Natürlich profitieren auch Schokoladenmarken und Kakaohändler von der Art und Weise, wie der Kakaopreis festgelegt wird, und müssen sich engagieren, um Veränderungen zu ermöglichen. Deshalb fordern wir auch sie auf, Verantwortung zu übernehmen. Supermärkte sind jedoch in einer einzigartigen Position, um sowohl die Marken als auch die Händler zu beeinflussen. Sie sind sowohl Einzelhändler als auch Marken für ihre eigene Schokolade und sie sind die Torwächter für die Verbraucher.

Abbildung 4: Wertverteilung für eine Tafel Milchsokolade

Untersuchungen zeigen, dass im Jahr 2023 von jeder in Deutschland verkauften Tafel Milchsokolade durchschnittlich 42 % an den Supermarkt und weniger als 9 % an die Kakaobauern gehen.



Quelle: Le Basic. (2022).<sup>31</sup>

Wir konzentrieren uns speziell auf niederländische und deutsche Supermärkte. Die Niederlande und Deutschland gehören zu den drei größten Kakaoimporteuren weltweit und zu den fünf Ländern, die eine nationale Multi-Stakeholder-Initiative ins Leben gerufen haben, die gemeinsam als „Initiatives on Sustainable Cocoa“ (Initiativen für nachhaltigen Kakao) bezeichnet wird (siehe Kasten 4).<sup>32,33</sup> Die sieben größten niederländischen und deutschen Einzelhändler sind in diesen konzentrierten Märkten von besonderem Interesse, da sie 87 % des gesamten Lebensmittelumsatzes in Deutschland und fast 82 % des Einzelhandelsmarktanteils in den Niederlanden ausmachen.<sup>34,35</sup>

#### **NUR 5 % DER SCHOKOLADE, DIE NIEDERLÄNDISCHE UND DEUTSCHE SUPERMÄRKTE VERKAUFEN, IST ECHTE SCHOKOLADE<sup>36</sup>**

Unsere neue Studie zeigt, dass nur 5 % der Schokoladenprodukte in den Regalen niederländischer und deutscher Supermärkte ehrliche Produkte sind. Die meisten niederländischen und deutschen Supermärkte haben erste Schritte unternommen, um das existenzsichernde Einkommen der Kakaobauern zu verbessern, indem sie sich an einem LIRP beteiligt haben. Diese Maßnahmen sind zwar sinnvoll, reichen aber nicht aus, um allen Kakaobauern in den Lieferketten dieser Supermärkte ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen.

Oxfam hat eine Studie in Auftrag gegeben und durchgeführt, um zu ermitteln, wie viel der in den fünf größten niederländischen und vier der größten deutschen Supermärkten verkauften Schokolade „faire“ Schokolade ist.<sup>37</sup> Da keine Verkaufsdaten für diese Supermärkte verfügbar sind, konzentrierte sich die Studie auf die Anzahl der angebotenen Schokoladenprodukte. Um einen fairen und realistischen Vergleich zu gewährleisten, wurden in die Untersuchung nur ganzjährig erhältliche Standardprodukte einbezogen, saisonale Artikel wie Ostereier und Schokoladenbuchstaben wurden ausgeschlossen. Die Daten wurden in erster Linie aus Online-Quellen zusammengetragen, wobei Supermärkte, die kein umfassendes Online-Sortiment hatten, vor Ort besucht wurden.

Abbildung 5 unten zeigt, wie viel ehrliche Schokolade jede der fünf größten niederländischen Supermarktketten im Angebot hat. Der Prozentsatz pro Supermarkt wird berechnet, indem die Gesamtzahl der ehrlichen Schokoladenprodukte, die Supermärkte derzeit anbieten, durch ihre Gesamtzahl an Schokoladenprodukten geteilt wird. Der Gesamtanteil für alle Supermärkte wird berechnet, indem die Gesamtzahl der ehrlichen Schokoladenprodukte durch die Gesamtzahl der Schokoladenprodukte aller Supermärkte zusammen geteilt wird.

Abbildung 5: Wie viel ehrliche Schokolade kann man in niederländischen Supermärkten kaufen?



\* Aufgrund seiner Verpflichtung, den gesamten Kakao für seine Schokoladenprodukte der Eigenmarke über Tony's Open Chain zu beziehen, wird erwartet, dass Albert Heijn bis Ende 2027 einen Anteil von 29 % erreichen wird (siehe Kasten 5).

Quelle: Oxfam. (2025).<sup>38</sup>

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass keiner der niederländischen Supermärkte nennenswerte Mengen an fair gehandelter Schokolade anbietet. Im Durchschnitt können weniger als 6 % der Schokoladenprodukte in den Regalen niederländischer Supermärkte als fair gehandelte Schokolade bezeichnet werden. Somit stammen mehr als 94 % der Schokolade in den Niederlanden

Supermärkten gibt es keine Hinweise darauf, dass Landwirte LIRPs erhalten. Das gilt sowohl für Markenschokolade als auch für Eigenmarken der Supermärkte. Derzeit gibt selbst der bestplatzierte Supermarkt, Albert Heijn, für weit über 90 % der von ihm verkauften Schokolade keine Garantien. Am Ende der Rangliste bieten PLUS, Jumbo, Lidl und Aldi praktisch keine Garantien für ihre Produkte.

Kunden, dass ihre Schokolade fair ist, abgesehen von ein paar Schokoladentafeln. Die überwiegende Mehrheit der von ihnen verkauften Schokolade bietet keine Anhaltspunkte dafür, dass sie den Kakaobauern ein existenzsicherndes Einkommen ermöglicht.

---

Die Forschungsergebnisse zeigen, dass keiner der niederländischen Supermärkte nennenswerte Mengen an fairer Schokolade anbietet. Im Durchschnitt können weniger als 6 % der Schokoladenprodukte in den Regalen niederländischer Supermärkte als faire Schokolade bezeichnet werden.

---

### KASTEN 3: VERSCHIEDENE LIRP-BASIERTE SCHOKOLADENPRODUKTE DER EIGENMARKE

Niederländische und deutsche Supermärkte nutzen hauptsächlich zwei Beschaffungsmodelle, um Kakaobauern in ihren eigenen Schokoladenlieferketten ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen. Diese Modelle heißen „Tony's Open Chain“ und „Lidl's Way To Go“.

Tony's Chocolonely begann als Schokoladenmarke mit einer Mission. Der Kakaokauf basiert auf fünf Beschaffungsgrundsätzen:

1. Rückverfolgbare Kakaobohnen.
2. Ein höherer Preis, bei dem sie den Erzeugerpreis aufstocken, um ihn an den LIRP anzupassen.
3. Langfristige und asymmetrische Verträge mit Partnergenossenschaften, in denen diese sich verpflichten, mindestens fünf Jahre lang mit Bauern und Partnergenossenschaften zusammenzuarbeiten.
4. Starke Landwirte, bei denen sie mit Kakao-Partnergenossenschaften zusammenarbeiten, um die Kakaoanbaumethoden zu verbessern und zu professionalisieren und Nachhaltigkeitsprogramme umzusetzen.
5. Qualität und Produktivität durch Investitionen in landwirtschaftliches Wissen und Fähigkeiten.<sup>39</sup>

Tony's Open Chain wurde 2018 ins Leben gerufen und bietet anderen Unternehmen in der Kakaolieferkette die Möglichkeit, ihren Kakao ebenfalls nach denselben fünf Beschaffungsgrundsätzen zu kaufen. Dies erwies sich als ein Angebot, das für Supermärkte gut funktioniert, da sie sofort damit beginnen konnten, Schokoladentafeln nach diesen Grundsätzen zu verkaufen. Die fünf Beschaffungsgrundsätze bieten eine breite Palette von Maßnahmen, die eng aufeinander abgestimmt sind und einen wichtigen ersten Schritt für Supermärkte darstellen, um unsere Empfehlungen zu erfüllen. Während der aktuelle LIRP im Vergleich zum Weltmarktpreis niedrig ist, sind die anderen vier Einkaufsgrundsätze entscheidend dafür, dass die Bauern langfristig von dieser Zusammenarbeit profitieren.

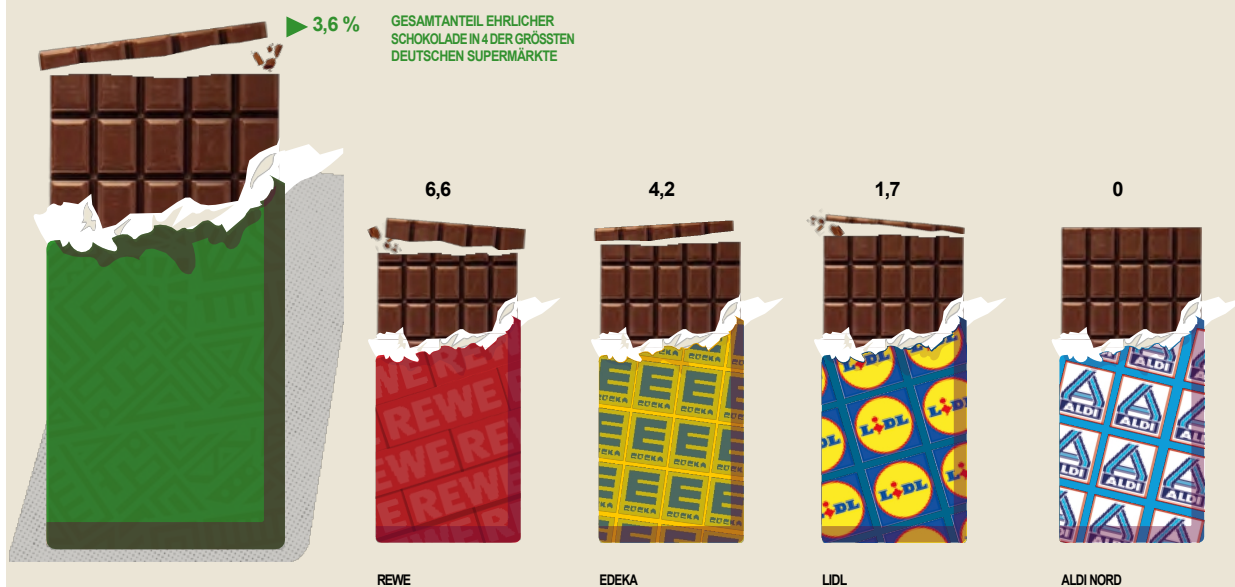
Lidl folgt seinem eigenen Modell „Way To Go“ in Zusammenarbeit mit Fairtrade. Lidl wendet dieses Modell auch auf andere Rohstoffe wie Kaffee, Orangensaft und Cashewnüsse an. Während die Grundprinzipien Ähnlichkeiten mit denen von Tony's Open Chain aufweisen, unterscheidet sich der Ansatz in Bereichen wie langfristigen Verpflichtungen und Vertragsstrukturen:

1. 100 % rückverfolgbare Bohnen.
2. Zahlung einer zusätzlichen LIRP-Prämie zusätzlich zum Fairtrade-Mindestpreis und den Fairtrade-Prämien.
3. Es besteht eine langfristige Verpflichtung, die jedoch nicht öffentlich kommuniziert wird.<sup>40</sup>
4. Investitionen in spezifische Projekte zur Stärkung von Kooperativen und guten landwirtschaftlichen Praktiken.<sup>41</sup>

Beide Ansätze entsprechen der Definition von Oxfam für ehrliche Schokolade und wurden in unserer Untersuchung zum Anteil ehrlicher Schokoladenprodukte im Angebot niederländischer und deutscher Supermärkte berücksichtigt.

Das Angebot an fair gehandelter Schokolade in deutschen Supermärkten ist sogar noch geringer. In einer Umfrage in ausgewählten Geschäften wiesen durchschnittlich nur 3,6 % aller Produkte, die Kakao enthalten, Hinweise auf eine langfristige Verpflichtung zur Zahlung eines LIRP auf.<sup>42</sup>

Abbildung 6: Wie viel ehrliche Schokolade kann man in deutschen Supermärkten kaufen?



Quelle: Oxfam Deutschland (2025).<sup>43</sup>

EDEKA und Rewe schnitten relativ besser ab als die deutschen Discounter Lidl und Aldi Nord. Bei EDEKA und Rewe stammen die fairen Schokoladenprodukte alle von Marken, die sich der Mission von Tony's Open Chain angeschlossen haben, sowie von Tony's Chocoolony und GEPA-Tafeln.<sup>(44,45)</sup> EDEKA bietet keine Schokoladenprodukte der Eigenmarke an, für die ein LIRP gezahlt wird. Rewe tat dies in der Vergangenheit, stellte jedoch 2024 die Produktion seiner Very-Fair-Schokolade ein.<sup>46</sup> Für diese Schokolade zahlte das Unternehmen einen LIRP für den Kakao, der von der Abakoase-Gemeinde gekauft wurde, die Teil der Fanteakwa-Kooperative in Ghana ist. Die Beendigung dieser Praxis durch Rewe führte zu Enttäuschung unter den Bauern. Die Mitgliederzahl der Kooperative war während des Zeitraums, in dem Rewe sich zur Zahlung des LIRP verpflichtet hatte, auf über 200 Bauern angewachsen, aber nur wenige blieben aktiv an den Treffen beteiligt, nachdem Rewe sich zurückgezogen hatte.<sup>47</sup>

„Als sie anfangen, das LIRP zu zahlen, habe ich aufgehört, Kredite aufzunehmen. Jetzt nehme ich wieder Kredite auf. Ich habe abgenommen, seit dieses Geld nicht mehr kommt.“

Lydia, Gemeinde Abakoase, Ghana, 14. Januar 2025.

„Die Genossenschaft würde sich übereinen langfristigen LIRP-Vertrag freuen. Ich finde fünf Jahre sehr kurz, mindestens zehn Jahre oder sogar unbefristet wären besser, denn Kakao kann bis zu 100 Jahre lang wachsen. Warum sollte der LIRP-Vertrag also kürzer sein? WAS KANN MAN MIT DEM GELD ANFANGEN, WENN ES NUR FÜR EINEN KURZEN ZEITRAUM BEZAHLT WIRD? ES IST GUT, WENN ES FÜR EINEN LANGEN ZEITRAUM BEZAHLT WIRD, DAMIT MAN INVESTIEREN KANN, WENN MAN SICH DAZU ENTSCHEIDET. ABGESEHEN DAVON IST MEIN ERTRAG GERING, SODASS ICH NICHT VIEL DAVON HATTE. DER VORTEIL WAR DA, ABER ES WAR EIN KURZFRISTIGER VORTEIL, DER MIR HILF, MEHR LEBENSMITTEL ZU KAUFEN. AUFGRUND DER HÖHE UND DER KURZEN ZAHLUNGSDAUER KONNTE ICH DAMIT MEINE FAMILIE NICHT AUS DER ARMUT BEFREIEN.

Agnes, Gemeinde Abakoase, Ghana, 14. Januar 2025.

Dies verdeutlicht einige der Probleme, die mit projektbezogenen, kurzfristigen Ansätzen für existenzsichernde Einkommen verbunden sind, und bekräftigt unsere Forderung nach langfristigen Verpflichtungen. Es zeigt auch, dass erhebliche Beträge erforderlich sind, um sicherzustellen, dass alle Gemeinden von den LIRP-Zahlungen profitieren.

Wie in den Niederlanden bieten Aldi Süd und Lidl jeweils eine eigene Marke für faire Schokolade an. Lidl führt außerdem Produkte von Tony's Open Chain, einem Partner der Mission. Überraschenderweise war die eigene Marke für faire Schokolade von Aldi Nord in den in Berlin besuchten Filialen nicht zu finden, da das Unternehmen den Verkauf des Produkts in Deutschland kürzlich eingestellt hat.

Diese Ergebnisse sind enttäuschend, da sie zeigen, dass zwischen den Verpflichtungen der Einzelhändler und deren Umsetzung nach wie vor eine erhebliche Lücke besteht, insbesondere wenn man bedenkt, dass Supermärkte bewiesen haben, dass sie Vorreiter sein können. Albert Heijn bildet eine Ausnahme – das Unternehmen hat sich verpflichtet, bis Ende 2027 für alle Schokoladenprodukte seiner Eigenmarke fair gehandelten Kakao zu beziehen. Wenn es diese Verpflichtung umsetzt, würde sein Anteil an fair gehandelter Schokolade auf 29 % steigen (siehe Kasten 5).

#### **SUPERMÄRKTE HABEN KLARE VERPFLICHTUNGEN EINGEGANGEN**

Die sieben Supermarktketten in diesem Bericht – die niederländischen Supermärkte Albert Heijn, Jumbo und PLUS, die deutschen Supermärkte EDEKA und Rewe sowie die in Deutschland ansässigen und international tätigen Discounter Aldi und Lidl – haben sich alle explizit oder implizit dazu verpflichtet, Kleinbauern in ihren Lieferketten ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen. Albert Heijn und Jumbo waren die ersten, die sich im Zuge der Oxfam-Kampagne „Behind the Barcodes“ im Jahr 2019 umfassend für existenzsichernde Einkommen für Kleinbauern engagierten. Später folgten Aldi und Lidl diesem Beispiel.

Alle sieben Supermarktketten sind Mitglied einer oder mehrerer europäischer Multi-Stakeholder-Initiativen für nachhaltigen Kakao (ISCOs). PLUS ist in DISCO durch seine niederländische Einkaufsgemeinschaft Superunie vertreten. Die Tatsache, dass mehrere europäische Regierungen die ISCOs unterstützen und dass die meisten relevanten

Diese Ergebnisse sind enttäuschend, da sie zeigen, dass zwischen den Verpflichtungen der Einzelhändler und deren Umsetzung nach wie vor eine erhebliche Lücke besteht, vor allem angesichts der Tatsache, dass Supermärkte gezeigt haben, dass sie Vorreiter sein können.

Die Tatsache, dass Akteure aus dem privaten Sektor, Zertifizierungsstellen sowie akademische und zivilgesellschaftliche Organisationen die ISCOs unterzeichnet haben, unterstreicht die Bedeutung, die der Nachhaltigkeit im Kakao- und Schokoladensektor beigemessen wird. Die niederländischen und die deutschen ISCOs (DISCO bzw. GISCO) haben klare und zeitgebundene Ziele für existenzsichernde Einkommen für Kakaobauern, zu deren Umsetzung sich alle Mitglieder verpflichtet haben (siehe Kasten 4). Daraus lässt sich schließen, dass alle Supermärkte zumindest Lippenbekenntnisse zu existenzsichernden Einkommen für Kakaobauern abgeben.

Bislang haben die ISCOs nur sehr geringe Fortschritte bei der Erreichung ihrer Ziele für ein existenzsicherndes Einkommen erzielt.

Es besteht jedoch eine deutliche Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Diese öffentlichen Verpflichtungen sollten bis 2030 vollständig erfüllt sein, aber bisher haben wir nur vereinzelte Beispiele für bewährte Praktiken gesehen (siehe Kasten 3). Es ist dringend erforderlich, dass Supermärkte ihre Praktiken zur Gewährleistung existenzsichernder Einkommen umfassend ausweiten, beginnend mit allen Schokoladenprodukten ihrer Eigenmarken, und dass sie in ihrer Strategie darlegen, wie sie große Schokoladenmarken dazu bewegen wollen, diesem Beispiel zu folgen.

Mehr als 450.000 Kakao-Haushalte, die in die Niederlande exportieren, verdienen nicht das, was eine Familie mindestens benötigt, um ihre Grundbedürfnisse zu decken und ein menschenwürdiges Leben zu führen.

#### KASTEN 4: DISCO UND GISCO SIND NICHT AUF DEM WEG, IHRE VERPFLICHTUNGEN ZUR SICHERSTELLUNG EINES LEBENSUNTERHALTSVERDIENSTES ZU ERFÜLLEN

Sowohl DISCO als auch GISCO konzentrieren sich neben Kinderarbeit und Entwaldung auf existenzsichernde Einkommen für Kakaobauern als eine ihrer Hauptsäulen. Beide haben gemeinsame Ziele für ihre gesamte Mitgliedschaft veröffentlicht. Die Verpflichtung von DISCO zu existenzsichernden Einkommen lautet wie folgt:

**„WIR VERPFLICHTEN UNS GEMEINSAM DAZU, FAMILIEN, DIE KAKAOANBAU ALS HAUPTINKOMMENSMITTEL BETREIBEN UND KAKAO IN DIE NIEDERLANDE LIEFERN, BIS 2030 EIN LEBENSUNTERHALTSSICHERNDES EINKOMMEN ZU ERMÖGLICHEN“<sup>(48)</sup>**

Die Verpflichtung von GISCO zu existenzsichernden Einkommen lautet wie folgt:

**„WIR VERPFLICHTEN UNS GEMEINSAM DAZU, DASS MINDESTENS 90 % DER HAUSHALTE, DEREN HAUPTBERUF DER KAKAOANBAU IST UND DIE MITGLIEDER DER 'DER' DEUTSCHEN INITIATIVE FÜR NACHHALTIGEN KAKAO MIT KAKAO VERSORGEN, DER IN DEUTSCHLAND VERKAUFT ODER VERARBEITET WIRD, BIS 2030 EIN LEBENSUNTERHALTENDE EINKOMMEN ZU ERZIELEN.“<sup>(49)</sup>**

Bislang haben die ISCOs nur sehr geringe Fortschritte bei der Erreichung ihrer Ziele für ein existenzsicherndes Einkommen erzielt. Der Jahresbericht 2023 von DISCO zeigt, dass nur 10,62 % der Haushalte von Kakaobauern, die für den niederländischen Markt produzieren, im Jahr 2023 ein Einkommen über dem Existenzminimum erzielt haben.<sup>(50)</sup> Das bedeutet, dass mehr als 450.000 Kakao-Haushalte, die in die Niederlande exportieren, nicht das verdienen, was eine Familie mindestens benötigt, um ihre Grundbedürfnisse zu decken und ein menschenwürdiges Leben zu führen.

Mit Blick auf die Zukunft zeigen die Pläne aller DISCO-Unterzeichner zusammen, dass derzeit für weniger als 6 % aller Landwirte eine Strategie für existenzsichernde Einkommen umgesetzt wird. Das bedeutet, dass DISCO noch weit von seinem Ziel entfernt ist, bis 2030 eine Quote von 100 % zu erreichen.

Auch die Mitglieder der GISCO sind nicht auf dem Weg, ihre Verpflichtungen für 2030 zu erfüllen. Nur sieben GISCO-Mitglieder (21 %) zahlten 2023 einen LIRP für einen Teil der Menge, die sie weltweit bezogen haben. Im selben Jahr wurde ein LIRP für weniger als 3,6 % der Gesamtmenge des aus der Elfenbeinküste nach Deutschland importierten Kakao gezahlt.<sup>(51)</sup> Alle GISCO-Unternehmen waren verpflichtet, bis Anfang 2025 erstmals individuelle Roadmaps zum existenzsichernden Einkommen zu veröffentlichen. In diesen Roadmaps verpflichteten sich die Supermärkte zur Bildung einer gemeinsamen Arbeitsgruppe zum Thema existenzsichernde Einkommen mit dem Ziel, bis Ende 2025 „realistische nächste Schritte“ in Übereinstimmung mit dem Kartellrecht zu entwickeln.<sup>(52)</sup> Die Gründung einer Arbeitsgruppe fast 13 Jahre nach der Gründung der GISCO und fast zwei Jahre nach der Vereinbarung des gemeinsamen GISCO-Plans zu existenzsichernden Einkommen zeigt deutlich den Mangel an Ambitionen der Mitglieder der Initiative.<sup>(53)</sup> Die Roadmaps enthalten einige individuelle Verpflichtungen, aber keine davon leistet einen ausreichenden Beitrag zur Erreichung der GISCO-Ziele. EDEKA wird dieser Arbeitsgruppe für existenzsichernde Einkommen nicht einmal beitreten und erklärt, dass es sein Projekt „Cocoa for Future“ fortsetzen wird, das keine langfristigen Verpflichtungen zur Zahlung von Referenzpreisen für existenzsichernde Einkommen enthält.

#### VOM ENGAGEMENT ZU KONKRETEN MASSNAHMEN, UM ALLE KAKAOBAUERN ZU ERREICHEN

Langjährige Verpflichtungen und die Teilnahme an Multi-Stakeholder-Initiativen sind ein wichtiges Zeichen dafür, dass Supermärkte verstehen, dass sich in ihren Kakao-Lieferketten etwas ändern muss. Sie werden jedoch überflüssig oder sogar irreführend, wenn nicht genügend Maßnahmen ergriffen werden, die zu einer tatsächlichen Veränderung der Einkommen der Kakaobauern führen.

Es ist zwar positiv, dass so viele Supermärkte diesen ersten Schritt getan haben, aber es ist klar, dass noch viel mehr getan werden muss, um die gemachten Zusagen tatsächlich einzuhalten. Ein möglicher Durchbruch kam, als Albert Heijn ankündigte, im Oktober 2024, dass sie ihren Anteil an Schokoladenprodukten, für die eine LIRP gezahlt wird, erheblich ausweiten werden.<sup>54</sup> Albert Heijn ist der erste Supermarkt weltweit, der sich verpflichtet hat, innerhalb der nächsten drei Jahre den gesamten Kakao für seine Eigenmarken-Kakaoprodukte über Tony's Open Chain zu beziehen. Die Verpflichtung von Albert Heijn ist unbefristet und langfristig angelegt. Durch die Unterzeichnung von aufeinanderfolgenden 5-Jahres-Verträgen mit Tony's Open Chain kann Tony's Open Chain langfristige Absichtserklärungen mit Kakao-Kooperativen unterzeichnen.

#### KASTEN 5: ALBERT HEIJNS LIRP-VERPFLICHTUNG FÜR ALLE EIGENMARKENPRODUKTE, DIE KAKAO ODER SCHOKOLADE ENTHALTEN

Um Albert Heijn die Möglichkeit zu geben, die Zusammenarbeit mit Tony's Open Chain auf alle eigenen Produkte auszuweiten, die Kakao oder Schokolade enthalten, wurde ein neues Modell namens „Bean-to-Machine“ entwickelt. Alle Bohnen werden von Kakao-Kooperativen gekauft, die Teil der Lieferkette von Tony's sind, und bleiben bis zum Erreichen der Verarbeitungsfabrik getrennt.<sup>(55)</sup> Laut Albert Heijn führt dies zu einer Kostensenkung, die in eine Erhöhung des an die Bauern gezahlten Preises investiert werden kann, ohne den Verbraucherpreis wesentlich zu erhöhen.

Mit dieser Verpflichtung erwarten wir, dass der Anteil der fair gehandelten Schokoladenprodukte von Albert Heijn bis Ende 2027 auf etwa 29 % des Gesamtumsatzes steigen wird. Die restlichen 71 % bestehen aus Produkten großer Schokoladenmarken, die der Supermarkt in seinen Regalen anbietet.

#### SUPERMÄRKTE MÜSSEN DIE CHANCE NUTZEN

Wie in Kapitel 2 dargelegt, leiden Kakaobauern unter großer Armut und Produktivitätseinbrüchen. In Côte d'Ivoire und Ghana befindet sich der Kakaosektor in einer Krise: Bauern verlassen die Branche und Goldminen ersetzen Kakaobäume, wodurch die nachhaltige Versorgung gefährdet ist. Da nur noch fünf Jahre Zeit bleiben, um die ISCO-Ziele zu erreichen, ist klar geworden, dass die Fortschritte zu langsam sind und es den ISCOs nicht gelungen ist, die Unternehmen zu einem ausreichenden Tempo zu bewegen.

Gemeinsame Ziele wurden nicht in ausreichendem Maße in individuelle Maßnahmen umgesetzt. Die derzeit hohen Preise sind nicht nur ein Weckruf für den Sektor, sondern auch eine Chance für grundlegende Veränderungen. Derzeit

Albert Heijn ist der weltweit erste Supermarkt, der sich verpflichtet hat, innerhalb der nächsten drei Jahre den gesamten Kakao für seine Eigenmarkenprodukte über Tony's Open Chain zu beziehen. Die Verpflichtung von Albert Heijn ist unbefristet und langfristig angelegt.

leiden Kakaobauern unter tiefer Armut und Produktivitätsschocks. In Côte d'Ivoire und Ghana befindet sich der Kakaosektor in einer Krise: Bauern verlassen die Branche und Goldminen ersetzen Kakaobäume, wodurch die nachhaltige Versorgung gefährdet ist.

Die Verpflichtung zum LIRP fällt Unternehmen leichter, da sie bereits einen höheren Preis zahlen und dies in ihre Einkaufspraktiken integrieren können. Eine langfristige Verpflichtung zur Fortsetzung dieser Praxis wäre ein Zeichen für echten Fortschritt.

Supermärkte spielen eine wichtige Rolle, und ihre eigenen Verpflichtungen zeigen, dass sie sich dessen bewusst sind. Albert Heijn ist Vorreiter und erweitert sein Angebot an fair gehandelter Schokolade von einer begrenzten Auswahl auf die gesamte Kategorie der Eigenmarkenprodukte, die Kakao und Schokolade enthalten. Dies zeigt, dass eine groß angelegte Umsetzung der fairen Beschaffung von Schokolade machbar ist. Supermärkte finden Modelle für existenzsichernde Einkommen, die für sie funktionieren, und es ist nicht zu erwarten, dass Verbraucher vor dem Kauf nachhaltiger Schokolade zurückschrecken. Die meisten Supermärkte sind sich voll und ganz bewusst, was es bedeutet, mit der Zahlung des LIRP zu beginnen, und geben durch die kleinen Mengen ehrlicher Schokolade, die sie bereits verkaufen, langfristige Zusicherungen.

In einer Branche, in der der Wettbewerb hart ist, beobachten sich Supermärkte stets gegenseitig sehr genau. Daher ist es jetzt an der Zeit, dass sie dem Beispiel des niederländischen Marktführers folgen. Ein einzelner Supermarkt reicht nicht aus, um einen nachhaltigen Wandel voranzutreiben. Stattdessen muss die Messlatte gemeinsam höher gelegt werden, wobei jede Supermarktkette jetzt Verantwortung übernehmen muss.

---

Derzeit fällt es Unternehmen leichter, sich zum LIRP zu verpflichten, da sie bereits einen höheren Preis zahlen und dies in ihre Einkaufspraktiken integrieren können. Eine langfristige Verpflichtung zur Fortsetzung dieser Praxis wäre ein Zeichen für echten Fortschritt.

---

# 4.

## FAZIT UND EMPFEHLUNGEN

### **SUPERMÄRKTE MÜSSEN KAKAOBAUERN STRUKTURELL HÖHERE PREISE GARANTIEREN**

Alle Schokolade in Supermärkten sollte ehrliche Schokolade sein. Die Erhöhung des Erzeugerpreises durch die Zahlung eines glaubwürdigen LIRP in Verbindung mit einer langfristigen Verpflichtung, asymmetrischen Verträgen und Rechenschaftspflicht ist für Unternehmen der direkteste und einfachste Weg, um den Landwirten in ihrer Lieferkette ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen.

Niederländische und deutsche Supermärkte haben erste Schritte in diese Richtung unternommen. Albert Heijn zeigt, dass es möglich ist, über das Angebot kleiner Mengen fair gehandelter Schokolade hinauszugehen. Nun müssen auch andere Supermärkte strukturelle Änderungen ihrer Einkaufspraktiken ankündigen, damit Kakaobauern einen existenzsichernden Lohn verdienen können.

Durch die Ausweitung ihres Angebots an fair gehandelter Schokolade können sie einen wichtigen Schritt zur Einhaltung ihrer Verpflichtungen und zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Kakaobauern machen. Wenn die Supermärkte jetzt nicht handeln, ist es sehr unwahrscheinlich, dass die Ziele von DISCO und GISCO erreicht werden. Wenn sie diesen Schritt gehen, müssen andere Akteure in der Lieferkette folgen.

### **DIES IST DER ANFANG, NICHT DAS ENDE**

Dieser Schritt wäre ein guter Anfang, aber Supermärkte müssen noch viel mehr tun. Sie sollten beispielsweise mit den großen Schokoladenmarken, deren Produkte ebenfalls in ihren Regalen zu finden sind, in Kontakt treten und mit ihnen zusammenarbeiten, um die gleichen Ziele zu erreichen. Außerdem sollten sie sich dafür einsetzen, dass der LIRP auf einem glaubwürdigen Niveau festgelegt wird, damit Kakaobauern einen existenzsichernden Lohn verdienen können. Kakaobauern sollten mehr als nur den Mindestlohn verdienen können und einen fairen Anteil für ihre wichtige Rolle bei der Bereitstellung der unverzichtbaren Zutat für dieses Luxusprodukt erhalten.

---

Kakaobauern sollten mehr als nur den Mindestlohn verdienen und einen fairen Anteil für ihre wichtige Rolle bei der Bereitstellung der unverzichtbaren Zutat für dieses Luxusprodukt erhalten.

---

## EMPFEHLUNGEN FÜR NIEDERLÄNDISCHE UND DEUTSCHE SUPERMÄRKTE

Aus den in diesem Papier dargelegten Gründen fordern wir Supermärkte in den Niederlanden und Deutschland auf:

- 1. EINEN FAIREN PREIS ZU ZAHLEN** und den Kakaobauern in ihrer Lieferkette ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen. Sie sollten eine klare öffentliche Verpflichtung und Strategie für existenzsichernde Einkommen für Kakaobauern formulieren und sicherstellen, dass bis Ende 2025 in ihrer gesamten Kakaolieferkette ein glaubwürdiger LIRP gezahlt wird.
- 2. RISIKEN TEILEN**, indem sichergestellt wird, dass bis 2025 die Hälfte aller Landwirte in ihrer Lieferkette standardisierte langfristige Verträge erhält und bis 2030 eine vollständige Abdeckung erreicht wird.
- 3. VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**, indem sie den von den Landwirten in ihren Lieferketten unterzeichneten Standardvertrag veröffentlichen, sich verpflichten, ab 2025 öffentlich nach Geschlechtern aufgeschlüsselte Berichte über die Schließung der Lücke beim existenzsichernden Einkommen und über die Risikominderung für Landwirte zu erstellen, und bis 2025 Zugang zu einem wirksamen Beschwerdemechanismus gewähren.

## EMPFEHLUNGEN FÜR DIE NIEDERLÄNDISCHE UND DEUTSCHE REGIERUNG SOWIE DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION

Die niederländische und die deutsche Regierung sowie die Europäische Kommission sollten sicherstellen, dass Unternehmen das Recht auf existenzsichernde Einkommen und Löhne für Landwirte und Arbeitnehmer in ihren globalen Lieferketten achten und stärken.

Wir empfehlen ihnen Folgendes:

- Sicherstellung der weiteren Unterstützung des Privatsektors im Hinblick auf Nachhaltigkeit durch Gesetzgebung und zusätzliche Maßnahmen, trotz der aktuellen Kürzungen der Hilfsbudgets. Dazu gehören die weitere Finanzierung von Organisationen der Zivilgesellschaft, die eine wichtige Rolle bei der Unterstützung der Interessen der Landwirte spielen, die sich kritisch an den ISCOs und anderen Multi-Stakeholder-Initiativen beteiligen, sowie die Förderung der Zusammenarbeit mit verschiedenen Interessengruppen entlang der Wertschöpfungsketten, um gemeinsam eine neue Wirtschaft aufzubauen.
- Sicherstellen, dass die EU-Richtlinie über die Sorgfaltspflicht von Unternehmen im Bereich

der Nachhaltigkeit (CSDDD) in ihrer aktuellen Form beibehalten wird und dass die Umsetzungsleitlinien klare Vorgaben für Unternehmen enthalten, damit diese ihre Bemühungen verstärken können, Kakaobauern und auch Landwirten in anderen globalen Lieferketten existenzsichernde Einkommen zu zahlen.

- Bei der Überarbeitung der Richtlinie über unlautere Handelspraktiken sollte das Verbot des Einkaufs von landwirtschaftlichen Primärprodukten und Lebensmitteln von Lieferanten zu einem Preis, der unter den nachhaltigen Produktionskosten des Lieferanten liegt, sowie dessen Anwendung auf globale Lieferketten unterstützt werden.



## ANHANG 1: DER DRUCK, LEBENSWERTES EINKOMMEN ZU ERZIELEN, WÄCHST

Aktuelle Trends, wie die wachsende Nachfrage nach Nachhaltigkeit und Achtung der Menschenrechte sowohl seitens der Verbraucher als auch seitens der Regierungen, erhöhen den Druck auf Supermärkte, zu handeln. Gesetzliche Maßnahmen verstärken diese Notwendigkeit zusätzlich.<sup>56</sup>

Verbraucher, insbesondere die jüngeren Generationen, legen zunehmend Wert auf die Nachhaltigkeit der Lebensmittel, die sie essen. Eine 2024 durchgeführte Verbrauchenumfrage zeigt, dass mehr als 80 % der Verbraucher bereit sind, für nachhaltig produzierte Lebensmittel mehr zu bezahlen.<sup>57</sup>

Es ist seit langem anerkannt, dass Unternehmen eine Verantwortung haben, existenzsichernde Einkommen durch internationale Standards wie die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte zu ermöglichen. Darüber hinaus kann eine verbindliche Gesetzgebung zur Sorgfaltspflicht im Bereich der Menschenrechte große Supermärkte gesetzlich dazu verpflichten, existenzsichernde Einkommen in ihren risikoreichen Lieferketten wie der Kakaowirtschaft zu ermöglichen. Deutschland hat bereits eine verbindliche Sorgfaltspflicht für Menschenrechte eingeführt, und 2024 hat die EU die Richtlinie über die Sorgfaltspflicht von Unternehmen im Bereich der Nachhaltigkeit (CSDDD) verabschiedet, um allen großen Unternehmen in der EU Menschenrechtsverpflichtungen aufzuerlegen. Die Umsetzung der CSDDD, die derzeit für 2027 vorgesehen ist, für die erste Gruppe von Unternehmen bedeutet, dass es für Unternehmen verpflichtend wird, ein existenzsicherndes Einkommen zu ermöglichen. Insbesondere legt die CSDDD auch eine Verantwortung für Unternehmen fest, ihre Geschäftsstrategien und Einkaufspraktiken gegebenenfalls anzupassen, um existenzsichernde Einkommen in ihren Lieferketten zu ermöglichen. Für Supermärkte würde dies bedeuten, dass sie sicherstellen müssen, dass existenzsichernde Einkommen auch in den Lieferketten aller von ihnen verkauften Schokoladenmarken und nicht nur bei ihren eigenen Schokoladenprodukten ermöglicht werden.

Im Februar 2025 veröffentlichte die Europäische Kommission jedoch eine Reihe von Vorschlägen namens Omnibus, die eine Änderung der CSDDD vorsehen würden.<sup>58</sup> Der Vorschlag der EU-Kommission schwächt die bestehenden europäischen Vorschriften für Lieferketten erheblich und betrifft sowohl die Umweltstandards als auch die Menschenrechtsverpflichtungen, die Unternehmen in ihren globalen Lieferketten einhalten müssen.<sup>59</sup> Zu den katastrophalen Änderungen gehören die Streichung von Bestimmungen zur zivilrechtlichen Haftung und eine Abkehr von den Klimaschutzgesetzen.<sup>60</sup> Diese vorgeschlagenen Änderungen stoßen auf breiten Widerstand, auch von Unternehmen, die unter das Gesetz fallen. Schokoladenhersteller haben die CSDDD in ihrer ursprünglichen Form begrüßt und fordern nun die Europäische Kommission auf, den ursprünglichen Text der CSDDD umzusetzen.<sup>61</sup>

Auf jeden Fall ist klar, dass die Zeit der Straffreiheit für Unternehmen und freiwilliger Maßnahmen vorbei ist. Die EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken, die großen Abnehmern verbietet, ihren Lieferanten unfaire Bedingungen aufzuerlegen, wird derzeit überarbeitet. Oxfam und seine Verbündeten fordern die Europäische Kommission nachdrücklich auf, Abnehmern zu verbieten, landwirtschaftliche Primärprodukte und Lebensmittel von Lieferanten zu einem Preis zu kaufen, der unter den nachhaltigen Produktionskosten des Lieferanten liegt. Nachhaltige Produktionskosten sollten existenzsichernde Einkommen und existenzsichernde Löhne umfassen.<sup>62</sup>

Die Messlatte höher legen | Supermärkte müssen dringend gegen die strukturelle Ausbeutung von Kakaobauern vorgehen

27

## ANHANG 2: BARGELD STRANSFERS

Geldtransfers bieten eine wertvolle Möglichkeit, Maßnahmen zur Armutsbekämpfung von einem streng marktorientierten Ansatz zu entkoppeln. Diese Unterscheidung ist sinnvoll, da Armut von einem Haushalt empfunden wird und nicht anhand der Produktionsmenge gemessen wird. Bei Kakaobauern, insbesondere solchen mit kleineren Farmen, mehr Unterhaltsberechtigten oder von Frauen geführten Haushalten, können Maßnahmen nicht allein auf der Menge des verkauften Kakaos basieren. Marktbasierte Lösungen allein können nicht alle Aspekte berücksichtigen. der Armut. Wenn Unternehmen nachweisen können, dass Geldtransfers das Haushaltseinkommen erhöhen oder die Ausgaben senken, können diese Vorteile bei der Verringerung der Einkommensunterschiede berücksichtigt werden. Weltweit haben sich Geldtransfers in verschiedenen landwirtschaftlichen und nichtlandwirtschaftlichen Initiativen als wirksam erwiesen.<sup>63</sup>

Ein Beispiel für ein Geldtransferrmodell in der Schokoladenindustrie ist der Income Accelerator von Nestlé. Dieses Programm belohnt Landwirte in den ersten beiden Jahren mit rund 105 € (100 CHF) pro Aktivität (Schulanmeldung, gute landwirtschaftliche Praktiken, Agroforstwirtschaft und Einkommensdiversifizierung). Wenn alle vier Aktivitäten durchgeführt werden, erhält der Landwirt zusätzlich 105 €, sodass sich insgesamt bis zu 525 € pro Jahr ergeben können. Nach zwei Jahren wird das

Die Geldtransfers könnten auf 262 Euro sinken. Erste Daten aus dem Programm deuten darauf hin, dass es einen positiven Beitrag zum Ausgleich der Einkommensunterschiede leistet. Nestlé beabsichtigt, das Programm auf alle seine Landwirte auszuweiten.<sup>64</sup>

Selbst wenn Nestlé den Accelerator erfolgreich skalieren kann, sollten Geldtransfers kein Ersatz für die Zahlung eines LIRP sein. Diese Programme müssen ergänzt werden durch Unternehmen, die ihre Preisstrategien im Rahmen guter Einkaufspraktiken neu bewerten. Der Income Accelerator ist ein Unternehmensprogramm und bietet nicht die gleiche langfristige Verpflichtung wie die Zahlung des LIRP. Er beinhaltet auch nicht das gleiche Maß an Risikominderung und Einkommensstabilität wie gute Einkaufspraktiken. Schließlich bedeutet die Konditionalität der Geldtransfers, dass dieses System keine Umverteilung von Wert und Macht zugunsten der Produzenten bewirkt.

## ANHANG 3: DIE PERSPEKTIVE VON OXFAM ZUM FAIRTRADE-LEBENSHALTUNGSKOSTEN- REFERENZPREIS

Jeder Referenzpreis für existenzsichernde Einkommen (LIRP) muss unter Verwendung realistischer, aktueller agronomischer Variablen berechnet werden. Dazu gehören die tatsächlichen Produktionskosten, der Ertrag pro Hektar, die Größe des Betriebs, alternative Einkommensquellen, die Haushaltsgröße und der geltende Referenzwert für existenzsichernde Einkommen.<sup>65</sup> LIRPs müssen auf dem Medianwert der Landwirte in einer Lieferkette basieren und so gestaltet sein, dass sie der Mehrheit der Landwirte in der Lieferkette eines Unternehmens helfen, ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen.<sup>66</sup>

Fairtrade hat mit seinem Fairtrade Living Income Reference Price (LIRP) eine Vorreiterrolle dabei gespielt, den Kakaosektor zu einer fairen Preisgestaltung zu bewegen. Der LIRP von Fairtrade bietet einen konkreten Mechanismus, um Bauern durchgängig besser zu bezahlen, und schafft einen wichtigen Präzedenzfall für Unternehmen, die die Lücke beim existenzsichernden Einkommen schließen wollen. Ohne die Initiative von Fairtrade wären sinnvolle Gespräche über LIRPs in diesem Sektor weit weniger fortgeschritten.

Die Annahmen, die Fairtrade bei seinen LIRP-Berechnungen zugrunde legt, werfen jedoch Probleme auf, die angegangen werden müssen. Das Modell stützt sich auf prognostizierte Szenarien und nicht auf die tatsächliche Situation eines durchschnittlichen Kakaobauern. Es basiert auf dem „Prinzip der geteilten Verantwortung“, das davon ausgeht, dass die Bauern ihre Erträge auf ein geschätztes nachhaltiges Niveau steigern sollten. Dieser Ansatz setzt Erwartungen auf der Grundlage dessen, was erreichbar sein sollte, und nicht auf der Grundlage dessen, was tatsächlich erreicht wird.

Dieses Prinzip mag zwar die Produktivität fördern, birgt jedoch die Gefahr, dass der Unterstützungsbedarf der Bauern unterschätzt wird. Infolgedessen ist der LIRP von Fairtrade niedriger angesetzt, als er es unter Berücksichtigung der tatsächlichen Bedingungen sein müsste, was bedeutet, dass er den meisten Bauern möglicherweise nicht die Mittel zur Sicherung ihres Lebensunterhalts bietet. Die Folgen dieser Annahmen sind in diesem Jahr besonders deutlich geworden. Die aktualisierten LIRPs von Fairtrade für die Elfenbeinküste und Ghana, die im Januar 2025 veröffentlicht wurden, liegen nun unter den aktuellen Erzeugerpreisen in diesen Ländern.<sup>67</sup> Diese LIRPs legen somit nahe, dass die Landwirte in diesem Jahr ein existenzsicherndes Einkommen erzielen können sollten, was jedoch zweifelhaft bleibt. Der tatsächliche Ertrag im Jahr 2025 wird darüber entscheiden, ob die Landwirte letztendlich erheblich von den gestiegenen Preisen profitieren können.

Die aktuelle Situation verdeutlicht ein kritisches Risiko. Wenn LIRPs auf unrealistischen Annahmen basieren, können sie unbeabsichtigt die anhaltende Unterbezahlung durch den privaten Sektor legitimieren, anstatt das Problem zu lösen, für dessen Bekämpfung sie eigentlich gedacht waren. Die Kakaoindustrie muss sicherstellen, dass LIRPs die Kosten und Bedingungen, mit denen die Mehrheit der Bauern konfrontiert ist, wirklich widerspiegeln.

„Ich habe kein Einkommen, weil wir mehr ausgeben, als wir mit der Farm verdienen, und das liegt nicht daran, dass wir einen luxuriösen Lebensstil führen. WIR LEBEN EIN BESCHEIDENES LEBEN. WENN WIR DAHER GELD LEIHEN ODER KREDITE AUFNEHMEN MÜSSEN, UM DAS JAHR ZU ÜBERSTEHEN, UND DANN DIE SCHULDEN BEZAHLEN, WENN WIR EINKÜNFTE AUS DEM KAKAO HABEN, BEDEUTET DAS, DASS ICH KEIN LEBENSUNTERHALT BEKOMME.“

Florence, Gemeinde Abakosae, Ghana, 14. Januar 2025.

Wir fordern daher die Schokoladenindustrie auf, LIRPs zu übernehmen, die auf realistischen, aktuellen Variablen basieren, und drängen Fairtrade, seine neuen LIRPs für die Elfenbeinküste und Ghana zu überdenken. Die Führungsrolle von Fairtrade war maßgeblich dazu beigetragen, den Sektor zu einer ehrlichen Preisgestaltung zu bewegen. Jetzt müssen wir den nächsten Schritt tun, um sicherzustellen, dass die LIRPs den Bauern wirklich ein existenzsicherndes Einkommen bieten.

# ANMERKUNGEN

- <sup>1</sup> Supermärkte sollten eine langfristige Verpflichtung eingehen, die es ihren Kakaolieferanten ermöglicht, den Bauern in ihren Lieferketten standardisierte langfristige Verträge anzubieten.
- <sup>2</sup> The Living Income Community of Practice. <https://www.living-income.com/the-concept>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>3</sup> I. Manu et al. (2024). Einkommensstudie zu Kakao produzierenden Haushalten in Ghana. Ghana COCOBOD, die Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao (SWISSCO) und das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL). [https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/Studien\\_Themenseiten/CHIS\\_report\\_long.pdf](https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/Studien_Themenseiten/CHIS_report_long.pdf). 23. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>4</sup> Ebenda, 23.
- <sup>5</sup> Alle Namen der in diesem Bericht zitierten Landwirte wurden zum Schutz ihrer Identität geändert. Die Zitate der Landwirte basieren auf Untersuchungen, die von ALC von Januar bis Februar 2025 in den Regionen Ahafo, Eastern und Ashanti in Ghana durchgeführt wurden. Die Untersuchung bewertet die Auswirkungen der LIRP-Zahlungen auf Landwirte in der Kakao-Lieferkette. Sie dokumentiert und vergleicht die Erfahrungen von Landwirten, die LIRP-Zahlungen erhalten, mit denen von Landwirten, die keine LIRP-Zahlungen erhalten. Sie basiert auf Interviews mit 108 Landwirten aus vier verschiedenen Genossenschaften, von denen drei an LIRP-Initiativen beteiligt sind und eine nicht, die als Kontrollgruppe diente. Die Ansichten von 35 Genossenschaftsführern spiegeln sich in der Untersuchung wider, da sie an vier Fokusgruppensitzungen teilgenommen haben.
- <sup>6</sup> Statista. Schokoladenkonfekt weltweit – Umsatz. <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/confectionery/chocolate-confectionery/worldwide#revenue>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>7</sup> Zentrum zur Förderung von Importen aus Entwicklungsländern (CBI). (2024). Wie hoch ist die Nachfrage nach Kakao auf dem europäischen Markt? <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa/what-demand>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>8</sup> Statista. Schokoladenkonfekt weltweit. <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/confectionery/chocolate-confectionery/worldwide>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>9</sup> Le Basic. (2022). Deutsche Kakao- und Schokoladenwertschöpfungsketten. [https://lebasic.com/v2/content/uploads/2024/10/BASIC\\_German-Cocoa-and-Chocolate-Value-Chains\\_September-2022.pdf](https://lebasic.com/v2/content/uploads/2024/10/BASIC_German-Cocoa-and-Chocolate-Value-Chains_September-2022.pdf). 40. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>10</sup> Oxfam. (22. April 2024). Medienmitteilung: Oxfam und Kakaobauern auf der Weltkakaokonferenz in Brüssel. <https://www.oxfam.org/en/press-releases/media-advisory-oxfam-and-cocoa-farmers-world-cocoa-conference-brussels>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>11</sup> J. Meijssen. (15. Januar 2025). Fakten und Zahlen: Aktuelle Umsätze und Entwicklungen. Distrifood. <https://www.distrifood.nl/179379/feiten-en-cijfers-de-actuele-omzetten-en-ontwikkelingen> (Paywall). Abgerufen am 17. März 2025.
- <sup>12</sup> Lebensmittel Praxis. (11. Juli 2024). Eigenmarken im Lebensmittelhandel legen zu. <https://lebensmittelp Praxis.de/lp-international/40688-europa-handelsmarken-auf-dem-vormarsch.html>. Zugriff am 17. März 2025.

-

- <sup>13</sup> Gourmet Pro. (14. Januar 2025). Die 20 größten Supermärkte Europas im Jahr 2025. <https://www.gourmetpro.co/blog/biggest-supermarkets-in-europe>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>14</sup> J.P. Morgan. (2. Dezember 2024). Steigende Kakaopreise: Wird sich die Schokoladenkrise 2025 fortsetzen? <https://www.jpmorgan.com/insights/global-research/commodities/cocoa-prices>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>15</sup> Fairtrade. Kakaobauern. <https://www.fairtrade.org.uk/farmers-and-workers/cocoa/>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>16</sup> A.C. Fountain. (2022). Kompendium zum existenzsichernden Einkommen im Kakaosektor. <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2022/09/220920-Cocoa-Barometer-Living-Income-Compendium.pdf>. 4. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>17</sup> Ebenda. 5.
- <sup>18</sup> A.C. Fountain. (2025). Good Governance for Living Income in Cocoa. 2. <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2025/02/EN-Good-Governance-for-Living-Income-in-Cocoa-2025-v3.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>19</sup> Oxfam Belgien. (2024). The living income differential for cocoa: Futures markets and price setting in an unequal value chain. <https://oxfambelgie.be/publicaties/living-income-differential-cocoa-futures-markets-and-price-setting-unequal-value-chain>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>20</sup> A.C. Fountain (2022). Kompendium zum existenzsichernden Einkommen im Kakaosektor. op. cit. 9.
- <sup>21</sup> Ebenda. 10-11.
- <sup>22</sup> Fairtrade. Referenzpreise für existenzsichernde Einkommen. <https://www.fairtrade.net/en/why-fairtrade/why-we-do-it/ decent-livelihoods/living-income/living-income-reference-prices.html>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>23</sup> A.C. Fountain. (2023). Gute Einkaufspraktiken bei Kakao. VOICE Network. 14. <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2023/12/Purchasing-Practices-in-Cocoa.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>24</sup> Barchart.com. *Kakao-Terminpreise für den Monat Mai*. Abgerufen am 6. Februar 2025.
- <sup>25</sup> A.C. Fountain und F. Hütz-Adams. (2022). Kakao-Barometer. <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2022/12/Cocoa-Barometer-2022.pdf>. 20-21. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>26</sup> A.C. Fountain (2023). Gute Einkaufspraktiken bei Kakao. op. cit..10.
- <sup>27</sup> Ebenda. 15.
- <sup>28</sup> Power to Voices. (2024). Call to Action on Cocoa. <https://www.powertovoices.org/cocoajustice/topic/call-action-cocoa>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>29</sup> Le Basic. (2022). Deutsche Kakao- und Schokoladenwertschöpfungsketten. op. cit. 18-19.
- <sup>30</sup> Ebenda. 39.
- <sup>31</sup> Ebenda. 40.

- <sup>32</sup> Zentrum zur Förderung der Importe aus Entwicklungsländern. (2024). op. cit.
- <sup>33</sup> GISCO, DISCO, SWISSCO, Beyond Chocolate. (2024). Gemeinsamer ISCO-Monitoring-Bericht 2023. [https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/Studien\\_Themenseiten/241203\\_ISCO\\_Bericht\\_2023.pdf](https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/Studien_Themenseiten/241203_ISCO_Bericht_2023.pdf). Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>34</sup> Le Basic. (2022). Deutsche Kakao- und Schokoladenwertschöpfungsketten. op. cit. 21.
- <sup>(35) D</sup> VanLoon. (17. Januar 2024). Food Personality. NielsenIQ: Marktanteile Supermärkte 2023. <https://www.foodpersonality.nl/branche-cijfers/branche-cijfers/18357/nielseniq-marktaandeelen-supermarkten-2023>. Zugriff am 24. März 2025.
- <sup>36</sup> Dieser Prozentsatz wird berechnet, indem die Gesamtzahl der ehrlichen Schokoladenprodukte durch die Gesamtzahl der Schokoladenprodukte aller sieben niederländischen und deutschen Supermärkte zusammen dividiert wird.
- <sup>37</sup> Die niederländischen Ergebnisse basieren auf einer Studie, die der Think Tank Questionmark für Oxfam Novib durchgeführt hat, während die deutschen Ergebnisse auf einer Studie von Oxfam in Deutschland basieren.
- <sup>38</sup> Oxfam. (2025). Für Oxfam Novib vom Think Tank Questionmark durchgeführte Studie. <http://oxfamnovib.nl/Files/rapporten/2025/Research-LIRP-chocolate-in-Dutch-supermarkets.xlsx>
- <sup>39</sup> Tony's Chocolonely. <https://nl.tonyschocolonely.com/en/pages/tonys-5-sourcing-principles>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>40</sup> Wir möchten die Vorreiter bei der Zahlung eines Living Income Reference Price (LIRP) würdigen, insbesondere diejenigen, die diese Praxis seit langem (5+ Jahre) beibehalten haben. Daher erkennen wir Way To Go-Schokolade als ehrliche Schokolade an, auch wenn sie die Anforderungen für einen langfristigen Vertrag noch nicht erfüllt. Künftig werden wir diese langfristige Verpflichtung als Teil unserer Kriterien für die Anerkennung in unseren Initiativen für ehrliche Schokolade verlangen.
- <sup>41</sup> Lidl Niederlande. WayTo Go. [https://www.lidl.nl/c/way-to-go/s10008465?srsId=AfmBOoqPL1ym7TZk3dsqen\\_Si9eVbe1WJ3qBMZQO1yTO1iYjt\\_ufOrB](https://www.lidl.nl/c/way-to-go/s10008465?srsId=AfmBOoqPL1ym7TZk3dsqen_Si9eVbe1WJ3qBMZQO1yTO1iYjt_ufOrB). Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>42</sup> Für die Umfrage hat Oxfam Deutschland im Zeitraum Januar bis Februar 2025 alle kakaohaltigen Produkte in ausgewählten Supermärkten in Berlin bewertet. Die Zahlen stellen zwar eine Momentaufnahme dar, doch ist davon auszugehen, dass sie den Anteil fair gehandelter Schokolade überschätzen, da Berlin ein vergleichsweise fortschrittlicher Absatzmarkt für deutsche Supermärkte ist. Aldi Süd wurde nicht in die Umfrage einbezogen, da diese Kette in Berlin nicht vertreten ist. Die Untersuchung wurde in Filialen von EDEKA und Rewe durchgeführt. Die Discounter Penny und Netto wurden nicht analysiert.
- <sup>43</sup> Basierend auf einer Untersuchung von Oxfam Deutschland in ausgewählten Supermärkten in Berlin im Zeitraum Januar bis Februar 2025.
- <sup>44</sup> GEPA hat im Juni 2021 damit begonnen, allen Kakaobauern in ihrer Lieferkette einen Kakao-PLUS-Preis von 3.500 US-Dollar pro Tonne zu zahlen, der deutlich über dem Fairtrade-LIRP liegt. Was Lidl's Way To Go betrifft, so erkennen wir GEPA-Schokolade als ehrliche Schokolade an, auch wenn sie noch nicht die Anforderungen für langfristige Verträge erfüllt. Künftig werden wir diese langfristige Verpflichtung als Teil unserer Kriterien für die Anerkennung in unseren Initiativen für ehrliche Schokolade verlangen.

- <sup>46</sup> GEPA. (10. Juni 2021). Neuer Kakao-Plus-Preis: Damit Kinder statt Konzerne profitieren. <https://www.gepa.de/gepa/presse/pressemitteilung/neuer-kakao-plus-preis-damit-kinder-statt-konzerne-profitieren.html#:~:text=Juni%3A%20Die%20GEPA%20hat%20jetzt%20ihren%20Mindestpreis%20f%C3%BCr,240%20USDollar%20Fairtrade-Pr%C3%A4mie%20und%20300%20USDollar%20Bio-Pr%C3%A4mie%20enthalten>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>46</sup> Rewe erklärte, dass man sich aufgrund mangelnder Kundennachfrage in einem hart umkämpften Markt dazu entschlossen habe, den Verkauf des Produkts einzustellen, und dass die Very-Fair-Chocolate-Initiative eindeutig als Pilotprojekt gestartet worden sei.
- <sup>47</sup> Diese Ergebnisse basieren auf einer von Oxfam in Auftrag gegebenen und von ALC Research in Ghana im Zeitraum Januar bis Februar 2025 durchgeführten Studie.
- <sup>48</sup> DISCO. (19. Juni 2020). Erklärung der niederländischen Initiative für nachhaltigen Kakao (DISCO). <https://idh.org/resources/dutch-initiative-on-sustainable-cocoa-disco-declaration>. 5. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>49</sup> GISCO. (19. September 2023). Mit dem neuen Jahr startet die Deutsche Initiative für nachhaltigen Kakao (GISCO) das zweijährige Thema „Inklusive Strategien für existenzsichernde Löhne“. <https://www.kakaoforum.de/new-two-year-theme-2024-2025-inclusive-strategies-for-living-wages/#:~:text=At%20the%20extraordinary%20general%20meeting,can%20earn%20a%20living%20income>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>50</sup> DISCO. (17. Oktober 2024). Veröffentlichung des DISCO-Jahresberichts 2023 und der individuellen Aktionspläne. <https://www.idhsustainabletrade.com/news/release-of-the-disco-annual-report-2023-and-individual-action-plans>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>51</sup> GISCO. (2024). Monitoring Report 2023. <https://www.kakaoforum.de/wp-content/uploads/Monitoring-Report-2023.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>52</sup> GISCO. (2025). Individuelle Fahrpläne unserer Mitglieder. <https://www.kakaoforum.de/our-members/roadmap-of-our-members>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>53</sup> GISCO. (2024). GISCO-Roadmap 2023. [https://www.kakaoforum.de/wp-content/uploads/2024/03/GISCO\\_Roadmap-DE-2023.pdf](https://www.kakaoforum.de/wp-content/uploads/2024/03/GISCO_Roadmap-DE-2023.pdf). 3. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>54</sup> Albert Heijn. (23. Oktober 2024). Albert Heijn: eerlijke en duurzame cacao voor al het eigen merk. <https://nieuws.ah.nl/albert-heijn-eerlijke-en-duurzamere-cacao-voor-al-het-eigen-merk>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>55</sup> Tony's Open Chain. (2025). Tony's Open Chain Impact Report 2023/2024. <https://online.flippingbook.com/view/296860704/>. 72. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>56</sup> Zentrum zur Förderung von Importen aus Entwicklungsländern (CBI). (10. August 2022). Das Potenzial des europäischen Marktes für Tree-to-Bar-Schokolade. <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/tree-bar/market-potential>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>57</sup> PwC. (15. Mai 2025). Verbraucher bereit, 9,7 % Nachhaltigkeitsaufschlag zu zahlen, trotz Sorgen um Lebenshaltungskosten und Inflation: PwC 2024 Voice of the Consumer Survey. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>58</sup> Europäische Kommission. (26. Februar 2025). Omnibus I. [https://commission.europa.eu/publications/omnibus-i\\_en](https://commission.europa.eu/publications/omnibus-i_en). Zugriff am 17. März 2025.

- <sup>59</sup> Europäische Koalition für Unternehmensgerechtigkeit. (26. Februar 2025). Der Omnibus-Vorschlag der EU-Kommission ist eine umfassende Deregulierung, die darauf abzielt, die Rechenschaftspflicht von Unternehmen abzubauen. <https://corporatejustice.org/news/press-release-eu-commissions-omnibus-proposal-is-full-scale-deregulation-designed-to-dismantle-corporate-accountability/>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>60</sup> Cocoa Coalition. (Februar 2025). Aufruf zum Handeln der Cocoa Coalition. <https://www.cocoainitiative.org/sites/default/files/resources/cocoa-coalition-call-to-action.pdf>. Zugriff am 24. März 2025.
- <sup>61</sup> Fairtrade International et al. (20. Januar 2025). Erklärung zum Omnibus-Vorschlag. [https://media.business-humanrights.org/media/documents/Statement-on-Omnibus-proposal-200125\\_1.pdf](https://media.business-humanrights.org/media/documents/Statement-on-Omnibus-proposal-200125_1.pdf). Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>62</sup> Koalition gegen unlautere Handelspraktiken. (Dezember 2024). Positionspapier zur Bewertung der Richtlinie (EU) 2019/633 über unlautere Handelspraktiken in Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette. <https://oxfambelgie.be/sites/default/files/2024-12/POSITION%20PAPER%20ENG%20V2.1.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>63</sup> A.C. Fountain (2023). Gute Einkaufspraktiken bei Kakao. op. cit. 10-11.
- <sup>64</sup> Nestlé. (Januar 2022). Das Income Accelerator Program, Wie es funktioniert. <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-07/nestle-income-accelerator-program.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.
- <sup>65</sup> A.C. Fountain (2023). Gute Einkaufspraktiken bei Kakao. op. cit. 7.
- <sup>66</sup> Ebenda. 9.
- <sup>67</sup> Fairtrade. (2025). Fairtrade Living Income Reference Prices Cocoa Ghana, Cote D'Ivoire 2025, Erläuterung. <https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/global/why-we-do-it/living-income/living-income-reference-prices/Fairtrade-Living-Income-Reference-Prices-Cocoa-Ghana-Cote-dIvoire-2025-explanatory-note.pdf>. Zugriff am 17. März 2025.

# ÜBER OXFAM

Oxfam ist eine weltweite Bewegung von Menschen, die gegen Ungleichheit kämpfen, um Armut und Ungerechtigkeit zu beenden. Wir sind in mehr als 70 Ländern mit Tausenden von Partnern und Verbündeten tätig und unterstützen Gemeinden dabei, sich ein besseres Leben aufzubauen, ihre Widerstandsfähigkeit zu stärken und Leben und Lebensgrundlagen auch in Krisenzeiten zu schützen. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an eine der Agenturen oder besuchen Sie [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org).

Oxfam America ([www.oxfamamerica.org](http://www.oxfamamerica.org)) Oxfam  
Aotearoa ([www.oxfam.org.nz](http://www.oxfam.org.nz)) Oxfam Australia  
([www.oxfam.org.au](http://www.oxfam.org.au)) Oxfam in Belgien  
([www.oxfamsol.be](http://www.oxfamsol.be)) Oxfam Brasilien  
([www.oxfam.org.br](http://www.oxfam.org.br))  
Oxfam Kanada ([www.oxfam.ca](http://www.oxfam.ca))  
Oxfam Kolumbien ([www.oxfamcolombia.org](http://www.oxfamcolombia.org)) Oxfam  
Frankreich ([www.oxfamfrance.org](http://www.oxfamfrance.org)) Oxfam Deutschland  
([www.oxfam.de](http://www.oxfam.de))  
Oxfam GB ([www.oxfam.org.uk](http://www.oxfam.org.uk))  
Oxfam Hongkong ([www.oxfam.org.hk](http://www.oxfam.org.hk))

Oxfam Dänemark ([www.oxfam.dk](http://www.oxfam.dk)) Oxfam  
Indien ([www.oxfamindia.org](http://www.oxfamindia.org))  
Oxfam Intermón (Spanien) ([www.oxfamintermon.org](http://www.oxfamintermon.org)) Oxfam Irland  
([www.oxfamireland.org](http://www.oxfamireland.org))  
Oxfam Italien ([www.oxfamitalia.org](http://www.oxfamitalia.org)) Oxfam Mexiko  
([www.oxfammxico.org](http://www.oxfammxico.org))  
Oxfam Novib (Niederlande) ([www.oxfamnovib.nl](http://www.oxfamnovib.nl)) Oxfam  
Québec ([www.oxfam.qc.ca](http://www.oxfam.qc.ca))  
Oxfam Südafrika ([www.oxfam.org.za](http://www.oxfam.org.za)) Oxfam KEDV  
([www.kedv.org.tr](http://www.kedv.org.tr))