

Schokoladenland Schweiz – Ein Blick auf den Kakaosektor

Veränderungen, Herausforderung und Perspektiven



Masterarbeit
Universität Zürich
22. April 2016

Nora Beck
S10717577

Titelbild: Containerschiff in Hamburg (Foto: Nora Beck)

Schokoladenland Schweiz – Ein Blick auf den Kakaosektor

Veränderungen, Herausforderung und Perspektiven

Masterarbeit GEO 511

22. April 2016

Nora Beck

nora.beck@uzh.ch

S10717577

Betreut durch: PhD Studentin, Johanna Herrigel

Eingereicht bei: Prof. Dr. Christian Berndt

Geographisches Institut Universität Zürich

Abteilung Wirtschaftsgeographie

Winterthurerstrasse 190

8057 Zürich

I. Vorwort

An dieser Stelle möchte ich meinen Dank aussprechen an die Personen, die mich während dieser Arbeit unterstützt haben. Als erstes bedanke ich mich bei meiner Betreuerin Johanna Herrigel, die mich dazu ermutigt hat, das Thema der Arbeit nach meinem Interesse zu wählen, auch wenn die Herausforderungen des Feldzuganges schon bei der Themenwahl ersichtlich waren. Dadurch habe ich meine Motivation bis zum Schluss nicht verloren – sondern eher gegenteilig hat sich die Freude an der Arbeit je länger je mehr gesteigert. Weiter bedanke ich mich bei Johanna für die unkomplizierte Betreuung, die wertvollen Anregungen und ihre Empfehlungen, die mich während des Arbeitsprozesses immer wieder voranbrachten.

Ich bedanke mich bei allen Personen, die sich für Gespräche zur Verfügung gestellt haben und damit einen wichtigen Teil zur Arbeit beigetragen haben. Ganz voran Andrea Hüsler von der EvB, die mich «auf den Kakao gebracht hat», und Jens Soth von Helvetas, der mich in mehreren Gesprächen in die Welt des Kakaos eingeführt hat.

Ein grosses Dankeschön geht an meine Mutter Trudi Beck für die wertvolle Unterstützung und die Inputs bei der Finalisierung der Arbeit. Danke auch an meine Arbeitskolleginnen von natürli Zürioberland und meinem Chef Michael Dubach für die Flexibilität der Arbeitszeiteinteilung. Einen Dank an das Team des Wirtschaftsgeographischen Instituts der Universität Zürich; durch die Inputs und Fragen haben sie mich weitergebracht.

Schlussendlich danke ich meiner Familie und Freunden, die mich mit Fragen, Zeitungsartikeln und vor allem Zuhören unterstützt haben.

Nora Beck, April 2016

Inhalt

I.	Vorwort	iii
II.	Abbildungen	vii
III.	Tabellen	vii
IV.	Abkürzungen	viii
V.	Zusammenfassung	ix
1.	Einleitung	1
1.1.	Der Kakaosektor im Fokus	3
1.2.	Fragestellung und Ziel der Arbeit	3
1.3.	Aufbau der Arbeit	4
2.	Theoretischer Zugang zum Forschungsfeld	7
2.1.	Globale Warenkette- und Wertschöpfungskette-Analyse	7
2.2.	Wertschöpfungskette-Kontrolle (Governance)	9
2.3.	Grenzen des GVC Ansatzes	11
3.	Der Kakaosektor	12
3.1.	Warenkette Kakao	14
3.2.	Wertschöpfung entlang der Kette	17
3.3.	Kakao Handel	19
3.3.1.	Physischer Handel	21
3.3.2.	Terminmarkt	23
3.3.3.	Marktpreisschwankungen	25
3.4.	Akteure: Händler und Industrielle	27
3.4.1.	Marken-Firmen/Schokoladenhersteller	28
3.4.2.	Kakaoverarbeiter und Kuvertürehersteller	28
3.4.3.	Kakaohändler	29
3.5.	Strukturwandel des Kakaosektors	30
3.5.1.	Vertikale Integration	32
3.5.2.	Horizontale Konzentration	33
3.5.3.	Bipolare, oligopolistische Schokoladenbranche	34
3.6.	Die Rolle der Staaten	37
3.6.1.	Schokoladenkonsumentenland Schweiz	37
3.6.2.	Produktionsländer	38
3.7.	Herausforderungen im Kakaosektors	39
3.7.1.	Angebot/Nachfrage	40
3.7.2.	Kinderarbeit	40
3.7.3.	Mangel an agrarischer Professionalität	41
3.7.4.	Krankheiten und Schädlinge	42
3.7.5.	Living Income für Kakaobauern	43

3.7.6.	Politische- und Umwelt-Rahmenbedingungen in den Produzentenländern	44
3.8.	Nachhaltigkeitsinitiativen	44
3.8.1.	Internationale Organisationen und Abkommen	45
3.8.2.	Zertifizierungsprogramme	49
4.	Methodik	53
4.1.	Expertinnen und Experten Interviews	53
4.1.1.	Auswahl der Interviewpartner	54
4.1.2.	Transkription.....	54
4.2.	Auswertung der Daten.....	54
4.3.	Zugang zum Feld.....	56
4.3.1.	Kontaktaufnahme mit Akteuren.....	57
4.3.2.	Netzwerk-Events und Händler Foren	58
4.3.3.	Expertinnen und Experten Interviews: Durchführung.....	58
4.4.	Methodenkritik	60
5.	Ergebnisse der Interviews – Die Innensicht des Kakaosektors	61
5.1.	Strukturveränderung/Machtverteilung.....	62
5.2.	Funktionsabläufe im Sektor	66
5.2.1.	Die Rolle des Händlers.....	67
5.2.2.	Marktfunktion.....	71
5.3.	Herausforderungen im Sektor.....	74
5.3.1.	Angebot/Nachfrage.....	74
5.3.2.	Living Income	75
5.3.3.	Kinderarbeit	77
5.3.4.	Sonstige Herausforderungen	79
5.4.	Zertifizierung	79
5.5.	Aufgabe der Verantwortung.....	83
5.6.	Transparenz.....	87
5.7.	Auf den Ursprung kommt es an	89
6.	Diskussion und Analyse	91
6.1.	Die Rolle der Akteure im Sektor	91
6.2.	Marktkonzentration.....	92
6.3.	Einseitige Abhängigkeit.....	93
6.4.	Markt.....	95
6.5.	Internationale Initiativen und Organisationen im Kakaosektor	95
6.6.	Herausforderungen im Sektors.....	96
6.7.	Beantwortung der Forschungsfrage.....	98
7.	Schlussbetrachtung.....	102
7.1.	Zur Struktur und Funktionsweise des Kakaosektors.....	102

7.2. Ausblick	102
7.3. Reflexion der Arbeit	103
Literatur	105
Anhang.....	112

II. Abbildungen

ABBILDUNG 1: KAKAOPRODUKTION NACH KONTINENT (EIGENE DARSTELLUNG, NACH FAOSTAT 2015)	13
ABBILDUNG 2: DIE GRÖSSTEN PRODUKTIONSLÄNDER (EIGENE DARSTELLUNG, NACH FAOSTAT 2015).	13
ABBILDUNG 3: SCHRITTE DER WARENKETTE IM KAKAO (EIGENE DARSTELLUNG NACH HÜTZ-ADAMS 2012).	14
ABBILDUNG 4: GLOBALER KAKAO KONSUM UND PRODUKTION (FOUNTAIN & HÜTZ-ADAMS 2015).	19
ABBILDUNG 5: KAKAO-MARKTPREIS [US \$/TONNE] (TRADING ECONOMICS 2016)	26
ABBILDUNG 6: ANZAHL BETEILIGTER AKTEURE AN DER LIEFERKETTE UND KONZENTRATION DER SEGMENTE. EIGENE DARSTELLUNG NACH (FOUNTAIN & HÜTZ-ADAMS 2015; HÜTZ-ADAMS 2012).	36
ABBILDUNG 7: ANFORDERUNGEN PRO STANDARD. V.L.N.R.: RFA, FT, BIO SUISSE, UTZ (INTERNATIONAL TRADE CENTER 2015).	52
ABBILDUNG 8: ABLAUFMODELL INDUKTIVER KATEGORIENBILDUNG UND DEDUKTIVER KATEGORIENANWENDUNG (MAYRING & BRUNNER 2006, ZIT. IN: MAYRING & FENZL 2014:550).	56

III. Tabellen

TABELLE 1: WERTSCHÖPFUNG ENTLANG DER KETTE. EIGENE DARSTELLUNG NACH: FOUNTAIN & HÜTZ-ADAMS 2015.	17
TABELLE 2: INTERVIEWPARTNER MIT ANGABE ZUR FIRMA UND ZEITPUNKT DES INTERVIEWS (NACH EIGENER DARSTELLUNG).	59

IV. Abkürzungen

CAISTAB	Caisse de stabilisation des prix des produits agricoles
CCC	Conseil du Café-Cacao
CDP	Cocoa Development Plan
CMAA	Cocoa Merchants Association of America
COCOBOD	Ghana Cocoa Board
EITI	Extractive Industries Transparency Initiative
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations
FCC	Federation of Cocoa Commerce
FT	Fairtrade
GCA	Global Cocoa Agenda
GCC	Global Commodity Chain
GVC	Global Value Chain
ha	Hektare
ICCO	International Cocoa Organisation
ICE	Intercontinental Exchange (Börse London)
ICI	International Cocoa Initiative
ILO	International Labour Organisation
IPEC	International Programme on the Elimination of Child Labour
IWF	Internationaler Währungsfonds
NYSE	New York Stock Exchange
RFA	Rainforest Alliance
STSA	Swiss Trading and Shipping Association
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
WCF	World Cocoa Foundation
WTO	World Trade Organization

V. Zusammenfassung

Schweiz und Schokolade gehören zusammen. Nicht nur weil die Schweiz als Drehscheibe des globalen Rohstoffhandels funktioniert, sondern auch weil sie den weltweit höchsten Pro-Kopf-Konsum aufweist. Was jedoch steckt hinter der Schokolade? Die Wertschöpfungskette von Kakao ist relativ kurz. Vom Bauern gelangen die Rohbohnen an einen Händler, der die Bohnen zu Halbprodukten verarbeitet und weiterverkauft an eine Schokoladenfabrik, welche die Kakaoprodukte zu Schokoladenprodukten veredelt. Grösstes Produktionsland ist die Elfenbeinküste, gefolgt von Ghana und Indonesien. Rund 2/3 der Kakaobohnen stammen aus Afrika. Die Funktionsweisen des Sektors sind jedoch nicht so transparent wie die Produktion und die Probleme, mit denen sich der Kakaosektor momentan auseinandersetzen muss, tangieren die Zukunft der Schokoladenindustrie. Die Bäume sind überaltert und die Erträge nehmen ab. Die Nachfrage ist jedoch unvermindert hoch, was den Sektor unter Druck setzt. Durch das geringe Einkommen der Bauern, von denen viele nicht leben können, ist der Sektor unattraktiv für Nachfolger und es ist unklar, ob die heutigen Kakaoplantagen von der jüngeren Generation weitergeführt werden. Auch Kinderarbeit, ungenügendes Wissen in der Agrarpraxis, Bodenbelastungen durch Pestizide oder Abholzung von Regenwald sind weitere Herausforderungen, mit denen sich der Sektor beschäftigt.

Seit der Marktliberalisierung in den 90er Jahren hat sich der Kakaosektor stark verändert. Er hat sich vertikal integriert und horizontal konzentriert. Ein paar wenige Händler/Verarbeiter und Schokoladenhersteller dominieren den Markt; dieser kann heute dadurch als oligopolistisch bezeichnet werden. Die Kakaohändler haben zwei Strategien verfolgt: Die kleinen Handelshäuser haben sich spezialisiert und sind in verschiedenen Produktionsländern tätig, so dass sie ein breites Portfolio anbieten können. Andere Händler haben sich stark vertikal integriert und handeln mit grossen Mengen, die sie auch verarbeiten können. Weiter haben die Händler angefangen Nachhaltigkeitsinitiativen der Industrien umzusetzen, da über die NGO's und die Situation im Sektor Druck auf die Schokoladenindustrie ausgeübt wurde (und wird). Verschiedene Organisationen und Initiativen sind daran, Massnahmen umzusetzen, um den Sektor nachhaltig zu verbessern. Durch die vielen Problematiken im Sektor wird von Seiten der NGOs der Transparenz ein wichtiger Stellenwert zugeschrieben. Diese Transparenz hat sich verbessert über die letzten Jahre, insbesondere was den Warenfluss betrifft. Es wurden neue Methoden eingeführt, um den Weg des Kakaos möglichst gut rückzuverfolgen. Das ist wichtig, damit kontrolliert werden kann, welche Kooperativen die Nachhaltigkeitsziele umgesetzt haben bzw. welche z.B. noch eine hohe Anzahl von Kinderarbeitern beschäftigen. Die Transparenz bezüglich der Finanzflüsse ist weniger weit

entwickelt. Dies wäre aber wichtig, um nachvollziehen zu können, was mit den Kakaogeldern passiert, gerade in Produktionsländern wie der Elfenbeinküste oder Ghana, wo Kakao zu den wichtigsten Exportgütern gehört und ein wichtiger Posten in der Staatskasse darstellt. Nur durch Transparenz kann von Seiten der Industrie, der NGOs und der Händler Druck auf diese Regierungen ausgeübt werden, damit Teile des «Kakaogeldes» zurückfließt in den Kakaosektor und schlussendlich der Sektor weiterentwickelt werden kann.

Diese Masterarbeit untersucht die Innenansicht des Kakaosektors: Verschiedene in die Wertschöpfungskette involvierte Akteure wurden zu ihrer Wahrnehmung des Sektors und zum Umgang mit den Herausforderungen in der Kakaobranche befragt. Durch die vertikale Integration und den Rückgang der Anzahl beteiligter Akteure sind die Stakeholder näher zusammengedrückt. Die Rollen der Akteure wurden teils neu definiert und dadurch auch ihre Handlungsbereiche. Die nähere Zusammenarbeit bringt Vorteile mit sich, da so über die vorherrschenden Probleme im Sektor gesprochen wird. Sie birgt aber auch Nachteile, da die Machtkonzentration von einzelnen Akteuren zugenommen hat. Die Schokoladenindustrie konzentriert sich vermehrt auf die Herstellung von Schokoladenprodukten, wohingegen die Händler die Produktion der Halbprodukte übernommen haben. Das Handlungsfeld der Händler hat sich aber auch weiter nach unten, Richtung Kakaoanbau, erweitert: Viele Händler sind im Ursprungsland des Kakaos tätig und so nahe an den Produzenten. Die Nachhaltigkeitsprojekte der Industrie und des Handels verstärken die Präsenz vor Ort. Das zeigt, dass diese Akteure anfangen Verantwortung zu übernehmen für eine nachhaltige Entwicklung des Sektors. Wie sich der Sektor in Zukunft weiter entwickeln wird, ist für die befragten Akteure aber schwer einschätzbar.

1. Einleitung

Die Schweiz ist bekannt als Drehschreibe des globalen Rohstoffhandels (z.B. NZZ 2014; EDA 2013; EvB 2011) und Genf gilt als Welthandelsstadt des Agrarsektors – das sogenannte «ABCD» (ADM, Bunge, Cargill und Dreyfus) der Grosshandelskonzerne hat den europäischen Hauptsitz in Genf. Ein Drittel des Getreide- und Ölsaathandels läuft deshalb über die Schweiz ab (EvB 2014:14). Bei genauer Betrachtung dieser Branche wird schnell klar, dass nur sehr wenige Informationen über den Rohstoffhandel zugänglich sind. Die wenigen veröffentlichten Statistiken und Zahlen zum Transithandel mit Agrargütern in der Schweiz beruhen auf Schätzungen und der Handel vieler Grosskonzerne bleibt unbeachtet (EvB 2011:255). Die im Jahr 2006 gegründete Firma STSA (Swiss Trading and Shipping Association) sammelt in der Schweiz Statistiken der Rohstoffbranche. STSA ist ein Rohstoffverband, der sich für seine Mitgliederorganisationen, bestehend aus Rohstoffhändlern und Verschiffungsunternehmen, einsetzt und damit Zugang zu diesen Daten hat (STSA).

De Schutter (2009) fordert in seinem UN-Bericht über das Menschenrecht auf Nahrung die Staatengemeinschaft auf, unfaires Verhalten von Handelsfirmen zu unterbinden und so das Marktungleichgewicht zwischen Nord und Süd zu verringern. Dabei weist er im Besonderen auf die fast vollkommene Intransparenz des globalen Agrarhandels und der in ihm verwickelten Akteure hin, die es den grossen Agrarhändlern erlauben, im Schatten des öffentlichen Interesses ihrer Tätigkeit nachzugehen.

Die Rohstoffbranche kann dementsprechend als unübersichtliches Gebilde bezeichnet werden, gerade auch was soft commodities (Agrarrohstoffe) betrifft. Die verschiedenen Probleme des Rohstoffsektors wurden aber vermehrt aufgegriffen (EvB 2011; SRF: Die Schweiz und der «Rohstoff-Fluch»; Swissaid: Rohstoffe - Fluch oder Segen?) und der Öffentlichkeit kommuniziert. Berichte zu Problemen mit Kinderarbeit, Bodenbelastung in Minen, Finanzierung von Kriegen durch Rohstoffexporte etc. sind in vielen Zeitungen zu lesen (u.a. Süddeutsche Zeitung 2016; Ismar 2015; Kückmann 2014). Durch die Brisanz des Themas und die gleichzeitige Intransparenz arbeiten diverse Schweizer NGOs (z.B. EvB, Fastenopfer, Helvetas) deshalb zum Thema des Rohstoffhandels, auch mit dem Fokus auf der Drehscheibe Schweiz. Allgemein steigt weltweit der Trend zu mehr Transparenz in der Branche, da die oben genannten Probleme im Sektor publik werden. Der Konsument wünscht sich fair und umweltschonend hergestellte Produkte und hinterfragt deshalb auch häufig die konsumierte Ware und informiert sich über gekaufte Produkte (Aebischer 2015; Badran 2013). Initiativen wie die Lebensmittelspekulationstopp-Initiative (Juso 2016) oder Konzernverantwortungsinitiative (Konzernverantwortungsinitiative) zeigen, dass diese kritische

Hinterfragung auch in der Schweiz angekommen ist. Nichts desto trotz tut sich die Rohstoffbranche schwer, sich zu öffnen (EvB & Swissaid 2014). Die Akteure der Rohstoffbranche diskutieren aktuell an diversen Workshops und Foren über Kontrolle, Verantwortung und Transparenz (Trading Forum 2015, UNCTAD global commodities Forum, Lifefair 2015) und die involvierten Unternehmen und Regierungen übernehmen mehr Verantwortung, indem sie Vorschriften erlassen.

In der EU gilt seit 2013 die Offenlegungspflicht für Geschäftsabwicklungen bei Erdöl-, Erdgas-, Bergbauunternehmen sowie für Holzunternehmen, die in Primärwäldern tätig sind. Mit der Offenlegung müssen also solche Unternehmen ihre Zahlungen länder- und projektbasiert aufzeigen können. Die ersten Ergebnisse zu den Umsetzungen stehen noch aus, denn die Umsetzung der Richtlinie war auf Ende 2015 angesetzt.

Eine globale Initiative stellt die Extractive Industries Transparency Initiative (EITI) dar. An der EITI können sich seit 2002 rohstoffreiche Länder beteiligen und damit zur Offenlegung von Zahlungen von rohstofffördernden Unternehmen an den Staat zustimmen. In der Koalition, bestehend aus mittlerweile schon 44 Mitgliederstaaten, sind Regierungen, NGOs, Unternehmen, Investoren etc. vertreten und stimmen somit den Offenlegungsprinzipien von EITI zu. Die EITI basiert auf einem Berichterstattungsprinzip, bei dem sowohl der involvierte Staat wie auch das Rohstoffunternehmen ihre gegenseitigen Zahlungen offenlegen. Durch den Vergleich kann kontrolliert werden, ob beide Parteien die Geldflüsse gleich verbuchen.

Weiter wurde in den USA im Jahr 2010 der „Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act“ verabschiedet. Er betrifft grosse und börsenkotierte Unternehmen, welche Rohstoffe (Mineralien, Öl, Erdgas) fördern, verarbeiten und exportieren und die Herkunft der Ware offenlegen müssen. Auch Kanada oder die Börse von Hong Kong befassen sich mit der Transparenzdebatte. Letztere unterliegt ebenfalls Transparenzgesetzen (EDA 2013).

Zusammengefasst kann gesagt werden, dass all die oben genannten Gesetze und freiwilligen Richtlinien sich in einem ähnlichen Rahmen bewegen, d.h. die gleichen Unternehmen sind betroffen. Der Begriff Rohstoff bezieht sich praktisch ausschliesslich auf mineralische- und Energie-Rohstoffe. Lediglich in den EU-Richtlinien wird zusätzlich die Ressource Holz einbezogen. Andere Agrarrohstoffe aber bleiben aussen vor. In der weiteren Diskussion des Rohstoffberichtes des EDA (2014) geht hervor, dass die Schweiz mögliche Transparenz-Bestimmungen zur Umsetzung diskutiert, sich dabei aber am Modell der EU und der USA orientieren will. Daraus lässt sich der Schluss ziehen, dass auch hier die Agrarrohstoffe nicht in diese Debatte miteinbezogen werden und damit kein staatlicher Beitrag zur Transparenz im Kakaohandel geleistet wird.

Mit dem Blick auf das Agrargut Kakao nimmt die Schweiz eine wichtige Rolle ein. Das kleine Land weist den weltweit grössten Pro-Kopf-Verbrauch an Kakao auf (ICCO 2014), und ein Grossteil des

Kakao-Transithandels läuft über die Schweiz (laut Schätzung von Stéphan Graber (2015), Generalsekretär STSA, beläuft er sich auf ungefähr 60%). Wie erwähnt existiert keine genaue und detaillierte Datengrundlage des Kakaohandels und nur wenige Informationen zum Aufbau des Kakaohandels und dessen Struktur sind verfügbar. In dieser Masterarbeit soll deshalb die Landschaft des Kakaosektors, mit Augenmerk auf die Schweiz, untersucht werden, da in diesem Bereich eine Lücke festgestellt werden kann.

1.1. Der Kakaosektor im Fokus

Der Kakaosektor boomt: Die Nachfrage nach Schokolade und Kakaoprodukten ist steigend. Weltweit stieg der Verbrauch von Kakaobohnen zwischen den Erntejahren 2002/2003 und 2010/2011 jährlich um 2.9% (ICCO 2010:35). Der Kakao hat es aber nicht wegen der grossen Beliebtheit in die Medien geschafft, sondern machte auch negative Schlagzeilen. Die Schattenseiten des Kakaosektors wurden in den letzten Jahren wiederholt thematisiert und machen den Sektor zusätzlich wichtig. Zwangs- und Kinderarbeit, Umweltbelastung durch Pestizide, Überalterung der Bäume und der Schokoladenengpass oder das tiefe Einkommen der Bauern sind Missstände, die wiederholt thematisiert wurden und werden (vgl. Mistrati 2010, Seibt 2015, Baker 2015, Burger 2009). Waldrodungen und der tiefe Bildungsstand der Produzenten, und damit einhergehend schlechte Produktionspraktiken, sind weitere Schlagwörter, welche immer mehr Brisanz erhalten und in politischen Debatten in den Vordergrund rücken (Hütz-Adams 2012:10-14; 26). Dass vor allem am unteren Glied der Wertschöpfungskette Handlungsbedarf besteht ist offensichtlich.

Die vorhandene Literatur kann weitgehend in zwei Gruppen geteilt werden: zum einen Forschen einige zivilgesellschaftlichen Organisationen am Thema Kakao (und v.a. Kakaoproduktion), und dies mit einem kritischen Blick auf den Sektor. Zu der zweiten Gruppe gehören Berichte und Studien, welche für den Kakaosektor selber geschrieben wurden. Sei es für aktiv involvierte Akteure, wie ein Unternehmen aus der Schokoladenherstellung, oder auch staatliche Akteure wie das SECO, UNCTAD oder auch ICCO. Dies ermöglicht es, den Kakaosektor aus verschiedenen Blickwinkeln zu untersuchen – es fordert aber auch eine gewisse Vorsicht, da die Aussagen immer in Hinblick der Aussageposition betrachtet werden muss.

1.2. Fragestellung und Ziel der Arbeit

Der Kakaosektor wurde in den letzten Jahrzehnten vor allem in Hinblick auf seine strukturellen Veränderungen untersucht. Der Fokus galt (und gilt noch) der Marktliberalisierung, die in den 90er Jahren einsetzte und in der Forschung anhand diverser Länderbeispiele aufgezeigt und analysiert wurde. Ghana als «Sonderfall» und die Elfenbeinküste als «Spitzenreiterin» galt mehr Beachtung als den übrigen kakaoproduzierenden Ländern (siehe u.a. Fold 2002; Laven 2010; Mayer & Gereffi 2010). Betrachtet man den Fokus der Literatur und Berichte über Kakao in Bezug auf die Lieferkette, wird deutlich, dass vor allem am oberen und am unteren Ende der Kette geforscht

wird. D. h. die Wissenschaft fokussiert und konzentriert sich hauptsächlich auf die Schokoladenindustrie am einen Ende der Lieferkette, beziehungsweise die Kakao-Produktion und den Anbau am anderen Ende der Lieferkette – diese beiden Glieder der Lieferkette stehen in der Öffentlichkeit. Weitgehend ausser Acht gelassen werden die detaillierten Vorgänge in der «Mitte» der Kette – dem Kakaohandel. In diesem Bereich besteht also eine Lücke (Dand 2011), die zur Vervollständigung des Verständnisses gefüllt werden sollte. Diese Wissenslücke entstand aufgrund des schwierigen Zugangs zu den Akteuren und den damit verbundenen Daten. Die Konzerne und Akteure halten sich mit Zahlen zu Handel, Finanzflüssen, Lagerkapazitäten und Wertschöpfungsgewinn bedeckt (EvB 2011). Die Schweiz als Untersuchungsort ist für eine solche Forschung privilegiert, haben doch wie erwähnt die wichtigsten Akteure, wie Agrarhändler und Kakaoverarbeiter, ihren Sitz in der Schweiz (EvB 2011). Nicht nur die Finanzflüsse des Kakaohandels laufen also grösstenteils über die Schweiz (vgl. oben Schätzung von Graber auf 60%), sondern auch der physische Handel ist an die Schweiz geknüpft.

Das Ziel der Arbeit ist es, einen Beitrag zu leisten, um die Wissenslücke in der Mitte der Lieferkette zu füllen und zur Transparenz im Kakaosektor beitragen

Um dies zu erreichen wird folgende Forschungsfrage formuliert:

Welche Veränderungen sind im Kakaosektor/-handel seit Mitte der 90er Jahre feststellbar und wie wirken sich diese auf den Handelsprozess und die involvierten Akteure aus?

Dazu müssen folgende Unterfragen geklärt werden:

- *Wer sind die verschiedenen Akteure und welche Rolle nehmen sie im Sektor/Handel ein?*
- *Welche Produkte werden von wem zu wem gehandelt?*
- *Wie nehmen die Akteure die beklagte Intransparenz wahr und wie gehen sie mit der Forderung nach mehr Transparenz um?*
- *Wo bestehen Hürden, die das Handeln der Akteure beeinflussen?*
- *Wie gehen die Akteure mit den z.B. von NGO's identifizierten Problemen im Sektor um?*

Die Fragestellung wird durch Literaturrecherche und Experteninterviews weit möglichst beantwortet.

1.3. Aufbau der Arbeit

Der theoretische Hintergrund zu diesem Forschungsgebiet bietet die globale Waren- und Wertschöpfungsketten Analyse. Im Kapitel zwei wird dieser theoretische Hintergrund erläutert. Dabei

stützt sich diese Arbeit vor allem auf die Begriffe und die Definitionen von Gary Gereffi. Die theoretische Grundlage der Wertschöpfungskette-Analyse soll fortlaufend verknüpft werden mit den Erkenntnissen der Kakaosektor-Analyse. Das Kapitel drei widmet sich ganz dem Kakaosektor. Die Waren- und Wertschöpfungskette des Kakao wird anhand von Literaturrecherche untersucht und wiedergegeben. Der Fokus gilt dabei dem Kakaohandel. Die Funktionen des physischen- und des Terminmarktes werden beschrieben und zusätzlich wird auf die Herausforderung der Marktpreisschwankungen eingegangen. Die wichtigsten Akteure werden definiert und zeigen die momentane Struktur des Sektors, welche sich über die letzten Jahre stark verändert hat. Dieser Veränderungen des Kakaosektors, die in den letzten 20 Jahren stattgefunden hat, wird darauffolgend ein Unterkapitel gewidmet. Weiter sind Herausforderungen und globale Kakao-Initiativen und Organisationen wichtig in der heutigen Debatte im Kakao Sektor, weshalb diese Themen ebenfalls untersucht werden. Für diese Grundlage wurden nur Literatur, Zeitungsartikel und Homepages verwendet. Die methodische Grundlage wird im Kapitel vier abgehandelt, wo die Methode des Experteninterviews definiert wird. Die Auswertungsmethode von Interviewdaten folgt im Anschluss. Auf die Forschung bezogen wird der Zugang zum Feld beschrieben, welcher sich als schwierig herausgestellt hat. Das Unterkapitel widmet sich den Hürden und Erfolge des Feldzuges bevor die Methode kritisch reflektiert wird. Zweiter Hauptkern dieser Arbeit besteht in der Auswertung der Interviewdaten nach Inhalten. Mit der Inhaltsanalyse wurden die Interviews thematisch zusammengefasst und den Themen entsprechend gegliedert im Kapitel fünf wiedergegeben. Die Thematische Ordnung orientiert sich dabei am Grundlagenkapitel drei. In diesem Kapitel wird noch keine Analyse und Diskussion zu den von den Interviewpartnern getroffenen Aussagen gefällt. Aufgrund der verschiedenen Hintergründe der Akteure ist das Ergebnis der Analyse eher heterogen, was den Inhalt extrem breit fächert. Deshalb wurde die Analyse und Diskussion der Ergebnisse in das nachstehende, sechste Kapitel, genommen. Das sechste Kapitel widmet sich der Verknüpfung der Inhalte aus den Interviews mit den Literaturrecherchen. Es wird aufgezeigt, bei welchen Themenbereichen es zu Disparitäten kommt und welche Themen der Stand der Forschung schon genügend abdeckt. Diese Trennung zwischen Ergebnissen (Kapitel 5) und der Diskussion (Kapitel 6) scheint in dieser komplexen Arbeit sinnvoll, da die Aussagen sauberer aufgeschlüsselt werden können. Abschliessend wird im Kapitel sieben die Arbeit kritisch reflektiert, in Hinblick auf den Inhalt und die Forschungsfrage, aber auch der theoretischen Grundlage. Ein Ausblick und weiterführende Forschungsfelder, die sich durch die Arbeit aufgetan haben werden ebenfalls aufgezeigt.

Die Begriffe «Händler» und «Verarbeiter» werden folgend nicht für männliche Personen verwendet, sondern als Bezeichnung für Unternehmen, die im Handel, bzw. in der Verarbeitung tätig sind. Erst im Kapitel fünf werden die Begriffe für die Interviewpartner und Interviewpartnerinnen verwendet, die aber ebenfalls für ein Unternehmen stellvertretend stehen. Wenn doch eine Person

gemeint ist, dann gilt der männliche Begriff für die weibliche und männliche Form, da der Sektor von Männern dominiert wird. Zudem werden, wenn möglich englische Begriffe auf Deutsch übersetzt. Falls doch englische Begriffe verwendet werden, dann deshalb, weil der englische Begriff in der deutschen Fachsprache üblicherweise Standard ist oder es keine (genügende) deutsche Übersetzung gibt.

2. Theoretischer Zugang zum Forschungsfeld

Dieses Kapitel befasst sich mit dem theoretischen Zugang, der als Grundlage für die Untersuchung des Kakaosektors dient. Als theoretische Grundlage wird der globale Warenketten-, oder in Englisch «Global Commodity Chain» (GCC), Ansatz verwendet, der in der Wirtschaftsgeographie ein breites Einsatzgebiet gefunden hat. Deshalb wird zuerst auf die Einordnung des Ansatzes in die Lehre der Wirtschaftsgeographie eingegangen, bevor der GCC-Ansatz genauer betrachtet wird. Damit kann der Bezug der Warenkette des Kakaos in die räumliche Dimension einbettet werden. Die Analyse der Warenkette-Kakao dient zudem der Betrachtung der einzelnen Glieder entlang der Kette, um deren Funktionsweise besser zu verstehen. Der Ansatz eignet sich gut, um den linearen Aufbau der Warenkette zu verstehen.

2.1. Globale Warenkette- und Wertschöpfungskette-Analyse

Die Wirtschaftsgeographie beschäftigt sich mit der räumlichen Dimension wirtschaftlicher Prozesse. Warenketten von verschiedenen Produkten und ihre räumliche Verortung sind Teil solcher Prozesse. Weiter werden die fachliche Bewertung von Gewinnungs-, Transport-, und Nutzungsrisiken von Rohstoffen in der Wirtschaftsgeographie diskutiert (Haas & Neumair 2007:1–2). Die Untersuchung der Warenkette von Kakao kann in diesen Kontext eingebettet werden.

Um den komplexen globalen Handel besser zu verstehen, müssen Waren- und Wertschöpfungsketten genauer untersucht werden. Was auf der Welt konsumiert wird, hat eine Geschichte. Die Segmente in einer Warenkette hängen eng zusammen: Produktion, Verarbeitung, Handel und Konsumation sind voneinander abhängig und beeinflussen sich (Hartwick 1998). In den letzten Jahrzehnten konnte in Wissenschaften wie Soziologie, Ökonomie und auch Geographie ein wachsendes Interesse am Ansatz der Wertschöpfungskette-Analyse, der «Global Value Chain Analysis» (GVC) ausgemacht werden. Dieser Ansatz betrachtet die Debatte um die Kontrolle der globalen Ökonomie in einem eigenen Blickwinkel (Gibbon, Bair & Ponte 2008:316).

Der theoretische Ansatz der Warenkette-Analyse (GCC-Analyse) wurde von Hopkins und Wallerstein (1986) beschrieben. Nach deren Definition ist die GCC ein Netzwerk aus Arbeits- und Produktionsprozessen, wobei als Endprodukt eine fertige Ware steht. Der Ansatz der Wertschöpfungskette basiert auf der GCC, legt aber ein besonderes Augenmerk auf die Wertsteigerung der Ware, welche in jedem Segment der Kette hinzugefügt wird. Die GVC und GCC werden in der Literatur häufig synonym verwendet (Laven 2010:30). Der GVC-Ansatz wurde vor allem für Industriegüter angewendet (wie z.B. die Automobilindustrie oder Elektronikartikel), wobei aber immer wieder das breite Einsatzgebiet betont wurde – wie z.B. bei Primärgüter (Gereffi & Christian 2010; Raikes, Friis Jensen & Ponte 2000; Cramer 1999). Die GVC-Analyse entwickelte sich in den letzten Jahren weg vom Weltsystem Ursprung, hin zu einer Analyse, die Firmen ins Zentrum des Konzeptes der «Kontrolle über eine Handelskette» stellt. Der Ansatz sieht Führungsfirmen als

Kernakteure in einem segmentierten System von globaler ökonomischer Kontrolle (Gibbon, Bair & Ponte 2008:316) (vgl. Kapitel 3.5. Strukturwandel des Kakaosektors). Der GVC-Ansatz analysiert die gesamten Aktivitäten der Führungsfirmen und ihren Lieferanten – vom Produktkonzept bis zum Konsumenten. Die Aktivitäten sind geographisch global verteilt und verknüpft und haben Konsequenzen auf lokaler Ebene. Die Aktivitäten haben Einfluss auf Jobs, Standards, Technologien oder Regulationen (Gereffi & Christian 2010:92).

Gereffi (1994, zit. in: Laven 2010: 30) unterscheidet in der Wertschöpfungskette vier Dimensionen, welche verschiedene zentrale Aspekte der Analyse unterstreichen sollen:

1. Die Input-Output Struktur, welche die Verknüpfung der Wert-Zufügung entlang der einzelnen Glieder einer Lieferkette betrachtet.
2. Die geographische Verortung und Konzentration der einzelnen Aktivitäten und Segmente entlang der Kette.
3. Die Kontrolle und Machtverteilung entlang der Lieferkette.
4. Der Institutionelle Rahmen, welcher die lokalen, regionalen und globalen Konditionen und Strategien vorgibt.

In dieser Arbeit soll die Wertschöpfungskette von Kakao analysiert werden, um den Sektor besser zu verstehen. Die Zusammenhänge einzelner Glieder entlang der Kette, aber auch die Wertschöpfung, die daraus entsteht, müssen untersucht werden, um die Geschichte hinter einem Produkt besser verstehen zu können. Durch den GVC-Ansatz ist eine solche Analyse möglich. Obwohl in dieser Arbeit vor allem auf einen Ausschnitt der Kette – den Handel – fokussiert wird, ist es nötig, die ganze Lieferkette und deren vertikale Vernetzung zu untersuchen. Durch die Veränderung der Struktur entlang der Kakao-Wertschöpfungskette, die in den letzten Jahrzehnten stattgefunden hat, ist eine genaue Abgrenzung einzelne Segmente der Kette sowieso nicht möglich. Eine Verkürzung und Verschmelzung der Segmente hat die Lieferkette verändert (Vgl. Kapitel 3.5.).

Im GVC Ansatz nehmen Institutionen und der Staat eine nebensächliche Rolle ein, denn der Ansatz bezieht sich primär auf den Privatsektor (Laven 2010:30). Die Wichtigkeit der involvierten Staaten wird aber auch in dieser Untersuchung schnell ersichtlich und darf nicht aussenvorgelassen werden. Dadurch wird die Debatte über die Rolle von Regierungen innerhalb von Wertschöpfungsketten, und also auch der Wirtschaft, angeschnitten. Diese Debatte wird an dieser Stelle nicht geführt, da sie den Rahmen sprengen würde. Es ist jedoch wichtig, ansatzweise über die wirtschaftliche Lage der involvierten Länder informiert zu sein. Die generierte Wertschöpfung eines Produktes trägt zur staatlichen Wirtschaftslage bei. Cramer (1999) unterstreicht beispielsweise den positiven Effekt von der Verarbeitung der Waren im globalen Süden, da durch die Verarbeitung, oder zumindest Teilverarbeitung, und der dabei anfallende Wertschöpfung, diese Länder

wirtschaftlich wachsen können. Bei Primärgütern kann diese Wertschöpfung bis zum Vierfachen anfallen.

Zur Analyse der Wertschöpfungskette schlagen Ponte & Gibbon (2005:3) die Untersuchung der Kontrolle über die Kette vor. Dabei soll untersucht werden, welche Akteure Kontrolle über die Segmente und die gesamte Wertschöpfungskette ausüben.

2.2. Wertschöpfungskette-Kontrolle (Governance)

Die oben als 3. Punkt aufgeführte Dimension der GVC-Analyse – die governance – soll an dieser Stelle etwas näher betrachtet werden, da sie für die Analyse des Kakaosektors wichtig ist. Die Kontrolle der Wertschöpfungskette wird über die gesamte Kette betrachtet, und nicht auf einzelne Segmente beschränkt, wie beim Ansatz der Koordination der Lieferkette. Die Kontrolle gilt als Prozess, der Aktivitäten organisiert, die zum Ziel haben, entlang der Warenkette funktionale Arbeitsteilung zu erreichen. Dieser Prozess hat die Wertschöpfungsverteilung entlang der Kette zur Folge. Kontrolle beinhaltet auch Bedingungsfestlegung anderer involvierter Akteure; Als Schlüsselmechanismen werden «Rules and conditions of participation» genannt (Ponte & Gibbon 2005:3).

Bei einer Betrachtung der Machtverteilung entlang der Wertschöpfungskette müssen einzelne Kontrollpunkte analysiert werden; Die individuellen Aktivitäten entlang der Kette werden je nach dem unterschiedlich kontrolliert. Oft übt eine spezifische Gruppe von Schlüsselakteuren (oder bei spezifischen Ketten ein Schlüsselakteur) Macht auf die Kette aus. Durch die Untersuchung von drei Formen der Kontrolle – der Judikativen, Legislativen und der Exekutiven – hat Gereffi (1994, zit in Kaplinsky 2000:124–125) zwei Kategorien von Wertschöpfungsketten-Machtverteilung festgemacht. Es wird in der Literatur fortgehend zwischen zwei Ideal-Kategorien – die Buyer- und die Producer-Driven Wertschöpfungskette – unterschieden (Kaplinsky 2000:124–125), welche die Position der Schlüsselakteure definiert und die Segmente der Kette, auf welche diese Schlüsselakteure, die als Kontrollakteure fungieren, ihre Macht ausüben.

Bei einer Produzenten-gesteuerten Kette kann die Kontrolle über die Kette beim Produzenten der Ware ausgemacht werden. Grosse Produktions- und Industrie-Unternehmen sind dabei selber in die Kette eingebunden und bestimmen, was wann wie produziert wird. Beispiele finden sich in der Automobil oder Elektronikbranche, wo Unternehmen wie Toyota oder Siemens die Kontrolle über ihre Wertschöpfungsketten innehaben. Diese Firmen bestimmen über ihre Lieferketten, was Produktion und Vertrieb angeht, da sie gleichzeitig als Marke auftreten.

Dem gegenüber steht die Käufer-gesteuerte Kette, welche von Schlüsselkäufern – Gross- und Kleinhandel – beeinflusst wird, die am oberen Ende der Kette stehen, nahe dem Endkonsumenten. Diese Schlüsselkäufer bestimmen den Zugang der Produzenten zum Konsumenten (Gereffi 1999).

Agrarhandelsketten werden in der Literatur als Buyer-Driven definiert. Diese Einordnung wird dann als theoretische Grundlage zur Analyse von der Machtverteilung entlang der Agrarlieferkette genommen. Diese arbeitsintensive Ketten (da die Rohstoffe oft billig sind im Verhältnis zum Arbeitsaufwand) werden von Firmen kontrolliert, welche die Produkte aufkaufen und für den Verkauf Markenkennzeichen (Gereffi 2001), wie z.B. McDonalds (Gereffi & Christian 2010: 91). Auch der Kakao wird zu dieser Kategorie gezählt (Laven 2010:32), wobei nach Dand (2011:110) die Schokoladenherstellung zusätzlich als kapitalintensiv bezeichnet werden kann, da für die Produktion von Schokolade eine Firma viel Geld in die Infrastruktur der Fabriken stecken muss.

Beide Lieferkettentypen funktionieren als vertikale Prozessabfolgen, bei der die einzelnen Produkteschritte (Lieferketten-Segmente) aufeinander folgen (Laven 2010:32). Nicht immer kann eine Wertschöpfungskette in eine der zwei Idealtypen eingeteilt werden, da nicht immer eine führende Firma oder Akteursgruppe die Kette kontrolliert. Fold (2002) schlägt deshalb die «bipolare» Kontroll-Struktur vor, für den Fall, wenn unterschiedliche Segmente entlang der Kette durch unterschiedliche Führungsfirmen kontrolliert werden. Als Beispiel nimmt er den Kakaosektor, bei dem zwei Machtpole – die Händler/Verarbeiter und die Schokoladenhersteller – die Lieferkette kontrollieren (vgl. Kapitel 3.5.).

Für die Differenzierung der Kontrolle über die Kette werden fünf mögliche Kategorien ausgearbeitet: Markt-, modulare-, relationale-, «gefangene»- und hierarchische Wertschöpfungsketten. Die erste und letzte Form (Markt und hierarchische Wertschöpfungskette) werden als Kontrollketten definiert, wohingegen die drei anderen Formen als Ketten-Koordination definiert werden; Diese drei Kategorien zeichnen sich nicht mit einer Kontrolle über die ganze Lieferkette aus, sondern sehen die Machtverteilung in verschiedenen Segmenten entlang der Lieferkette (Ponte & Gibbon 2005:5–6). Die zwei Kategorien der Markt- und der hierarchischen Kontrolle stehen sich gegenüber. Markt-Kontrolle beschreibt das Kontrollsystem so, dass der Preis über die Interaktion zwischen Käufer und Verkäufer entscheidet; Der Preis, oder Markt, kontrolliert die Wertschöpfungskette. Die hierarchische Struktur hingegen beschreibt eine vertikal integrierte Firma, bei der die Transaktionen innerhalb der Firma stattfinden – eine Form von Managementkontrolle, die entlang der Kette von oben nach unten ausgeübt wird. Die drei Koordinations-Formen werden auch als Netzwerk-Wertschöpfungsketten bezeichnet, da mehrere Akteure involviert sind (Gereffi, Humphrey & Sturgeon 2005: 84). Interessant für diese Arbeit ist die Definition der «gefangenen»-Wertschöpfungskette (captive value chain), die als Netzwerk oder Koordinationsform funktioniert, wobei kleine Anbieter von grossen Käufern abhängig sind. Typischerweise ist ein Käuferwechsel für den Anbieter mit hohen Kosten verbunden, da der Anbieter sich auf den Käufer spezialisiert hat. Ein hohes Mass an Kontrolle und Überwachung dominiert die Lieferkette und macht den Anbieter zu einem «Gefangenen» (Gereffi, Humphrey & Sturgeon 2005: 84).

2.3. Grenzen des GVC Ansatzes

Die Einteilung der Wertschöpfungsketten in Kategorien geriet unter Kritik, da in der Realität die Unterscheidung in verschiedene Segmente und Schlüsselakteure oft nicht klar ausgemacht werden kann. Die Machtkontrolle über eine Kette oder ein Kettensegment ist zum Teil nicht offensichtlich, oder wird wie in der Kakaobranche angedeutet als Zwischenform definiert, wie beim Beispiel des Kakaosektors als bipolar. Weiter wird v.a. bei Producer-Driven Chains das Auslagern einzelner Produktionsprozesse und -Schritte von der Industrie festgestellt, welche wiederum Einfluss nehmen auf die Wertschöpfungsketten-Kontrolle. Damit verändert sich die definierte Form der Produver-Driven Chain abermals. Ein dritter Kritikpunkt ist die Vereinfachung der Produkte, Prozesse und Akteure in homogene Einheiten. Vielmehr sollten die Vorgänge in separate Stränge eingeteilt werden. Die Wertschöpfungskette von Kaffee zeigt das exemplarisch: Das Produkt Kaffee müsste unterschiedenen werden in Instant und in frischen Kaffee, da sich die Prozesse unterscheiden und also in einzelne Stränge eingeteilt werden könnten. Auch der Einfluss von externen Akteuren muss berücksichtigt werden (Gibbon, Bair & Ponte 2008:321). Weiter zeigen sich die Grenzen des GVC-Analyse Ansatzes darin, dass häufig die Rolle von lokalen Kontrollsystemen, von Sozialstrukturen, informelle Institutionen, von Regierungen und internationalen Regulierungen aussenvor gelassen werden. Diese beeinflussen aber z.B. die Produzenten oder Industrie (Laven 2010:34).

3. Der Kakaosektor

Kakao ist die Grundlage für Schokoladenprodukte, wird aber auch für andere Zwecke wie z.B. Kosmetika eingesetzt. Ursprünglich aus Südamerika stammend, wird heute rund um den Globus Kakao angepflanzt – am Äquatorgürtel zwischen 10°N und 10°S. Die Kakaofrucht wächst an Bäumen, die in zwei Ernteperioden Kakaoschoten tragen (Hütz-Adams 2012). Die Bäume wachsen bis zu 10 Meter in die Höhe. Für ein gutes Wachstum benötigen sie Schatten von höheren Bäumen, den sogenannten Shade-Trees. Die Kakaoschoten (15-25 cm gross) beinhalten je zwischen 30 und 40 Samen, die nach der Fermentation und Trocknung zu Kakaobohnen werden (UNCTAD & WTO 2001:5). Es gibt zwei Sorten, die sich genetisch unterscheiden. «Criollo» ist in Südamerika verbreitet und wegen ihrer guten Bohnenqualität geschätzt. Diese Art ist jedoch anfällig auf Krankheiten (Pilze, Viren) und Schädlinge (japanische Kakaomotten). «Forestero», ursprünglich ebenfalls aus Südamerika, ist resistenter, aber mit einer geringeren Qualität. Inzwischen wird 80% der Anbaufläche mit «Forestero»-Bäumen bestellt. Im Kakaohandel spricht man grundsätzlich von Edelkakao («Fine-» oder «Flavour Kakao»), wenn er von der Sorte «Criollo» stammt und normalem oder Massen Kakao («Bulk») vom «Forestero» Baum (Stienhans 2015:3). Als dritte Sorte kann noch «Trinitario» genannt werden, die in den Westindischen Inseln vorkommt und eine Mischung zwischen den beiden anderen Sorten ist (UNCTAD & WTO 2001:5).

40-50 Mio. Menschen leben vom Kakaogeschäft. Gerade in ländlichen Gebieten des globalen Südens ist der Kakaosektor essentiell für das Einkommen vieler Menschen. 95% der Kakaobauern sind Kleinbauern, die auf Farmen mit weniger als drei Hektaren arbeiten. Viele von ihnen leben unter der Armutsgrenze (nach Weltbank wird die Armutsgrenze bei 1.9\$/Tag angesetzt (World Bank 2015)). Abseits von Infrastruktur und Marktzugang arbeiten die Kleinbauern auf ihren Farmen und stellen sich schwierigen Herausforderungen: kleine Erträge aufgrund von Schädlingen, Krankheiten oder Überalterung der Bäume. Hinzu kommen Faktoren wie Unwissen bezüglich des Einsatzes von moderner Farmtechnik, limitierter Versicherungsschutz, wenig Kreditmöglichkeiten oder Farm-Unterstützung (Russillo 2014).

KAKAO PRODUKTION NACH REGION KAKAOJAHR 2013/14

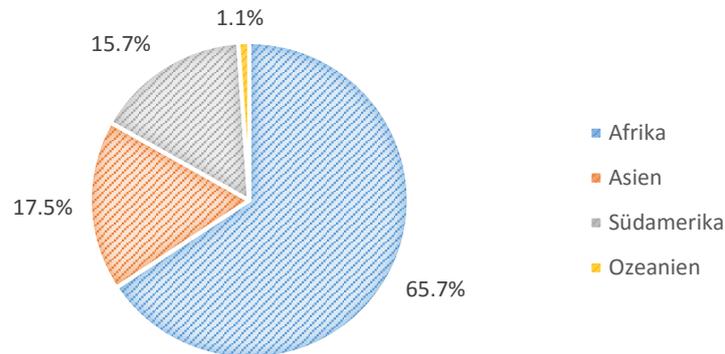


Abbildung 1: Kakaoproduktion nach Kontinent (eigene Darstellung, nach FAOSTAT 2015)

Die geographische Konzentration in der Kakaoproduktion ist enorm. Afrika führt den Kakaoanbau mit 2/3 der weltweiten Produktion an. In der weltweiten Produktion von 4'104'000 Tonnen Kakao im Kakaojahr 2013/14 heben sich insbesondere drei Staaten mit einer sehr hohen Produktion ab: Nummer eins ist die Elfenbeinküste mit 1'449'000 Tonnen, gefolgt von Ghana mit 835'000 Tonnen und Indonesien mit 777'000 Tonnen (FAOSTAT 2015) (wobei gesagt werden muss, dass die Zahlen je nach Quelle auseinandergehen, so gibt der ICCO für dasselbe Kakaojahr für Indonesien 410'000 Tonnen an (ICCO 2014). Die acht grössten Produzentenländer – Elfenbeinküste, Ghana, Indonesien, Nigeria, Kamerun, Brasilien, Ecuador und Malaysia – produzierten im Kakaojahr 2005/06 90% der globalen Ernte (Musselli 2008:4). Für die grossen Produktionsländer ist der Kakao z.T. eines der wichtigsten Exportgüter; der Kakao hat dort einen sehr hohen Stellenwert und ist somit essentiell für ihre Wirtschaft (WCF 2012:1; Bax 2011).

KAKAO-PRODUKTION DER TOP 5, 2013/14

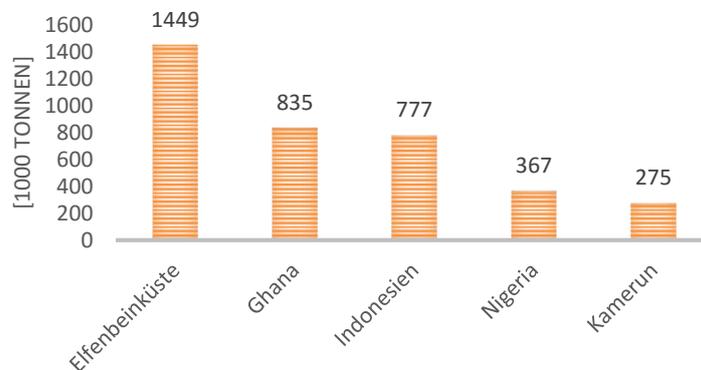


Abbildung 2: Die grössten Produktionsländer (eigene Darstellung, nach FAOSTAT 2015).

3.1. Warenkette Kakao

Die Lieferkette des Kakao ist nicht besonders lang und deshalb auch scheinbar unkompliziert – zumindest auf den ersten Blick. Bei genauerer Betrachtung wird deutlich, dass viele Faktoren die Kette mitbestimmen und es dadurch zu komplexen Strukturen kommt (Hütz-Adams 2012). Grundsätzlich wird zwischen zwei Teilen der Kette unterschieden: der Kakao Verarbeitung (upstream) und der Schokoladenherstellung (downstream). Die Kakao Verarbeitung beinhaltet die Umwandlung von Rohmaterial, also Kakaobohnen, zu halb fertigen Produkten wie Kakaomasse, -Butter und -Pulver (wobei Kakaobutter und – Pulver aus der Masse hergestellt werden). Die Verarbeiter, die aus diesen Halbprodukten Kuvertüre und Industrieschokolade herstellen, diese aber nicht veredeln, werden auch Kakaoindustrie genannt. Die Veredelung wird von der Schokoladenindustrie vorgenommen. Die Schokoladenherstellung definiert sich über die Herstellung von Schokolade aus diesen Halbprodukten oder aus den Industrieprodukten (Musselli 2008:10).

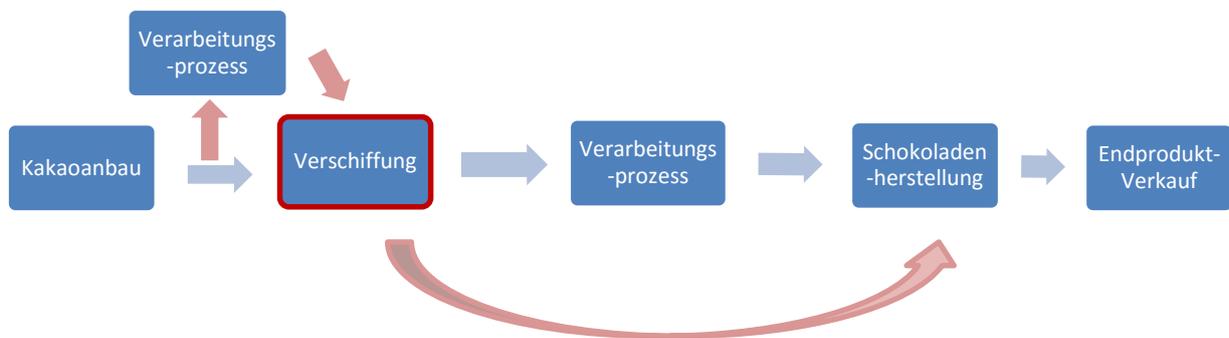


Abbildung 3: Schritte der Warenkette im Kakao (eigene Darstellung nach Hütz-Adams 2012).

Je nachdem, ob in den Produzentenländern die Bohnen schon zu Halbprodukten verarbeitet werden, ist die Lieferkette in roten oder, falls dies nicht der Fall ist, in blauen Pfeilen dargestellt. In den Schritten vor der Verschiffung fällt die Wertschöpfung im Produzentenland an, nach der Verschiffung in den Konsumentenländern.

Am Anfang der Kette steht der Bauer. Gut 90% aller Kakaobauern sind Kleinbauern, die unter 5 ha Land bewirtschaften (nach Russillo (2014) sind es sogar 95% die unter 3 ha bestellen). In der Erntezeit werden die reifen Früchte mit Macheten vom Baum geschlagen, gesammelt, und, oft in Körben auf dem Kopf, zur Farm transportiert. Nach der Ernte werden die Kakaoschoten (in vielen Ländern mit der Machete) aufgebrochen und die Bohnen herausgeschält, fermentiert und anschließend an der Sonne getrocknet. Erst nach der Trocknung werden die Bohnen in grosse Säcke verpackt und von den Farmen und Dörfern an Sammelplätze transportiert. Von dort werden sie von lokalen Händler oder lizenzierten Einkaufsfirmen zu den Häfen weitertransportiert, wo der Kakao bis zur Verschiffung gelagert wird. Die Bauern werden beim Abholen der Kakaosäcke von den Zwischenhändlern bezahlt. Häufiger als an Zwischenhändler verkaufen die Bauern ihre Ernten an eine Kooperative, bei der sie Mitglied sind, welche die Bohnen wiederum an einen Händler

verkauft. Vom Hafen werden die Säcke in Richtung Norden verschifft. Nach der Verschiffung werden die Bohnen in den Ankunftshäfen gereinigt und gelagert (Fountain & Hütz-Adams 2015: 30-33; Hütz-Adams 2012). In den letzten Jahren hat die neue Methode der «Bulk»-Verschiffung an Popularität zugenommen, da diese Transportart bis zu einem Drittel billiger ist. Die Rohbohnen werden dabei in Schiffscontainer, oder teilweise sogar direkt in den Schiffsbauch, geschüttet und so transportiert (ICCO: Trading & Shipping). Z.T. wird der Begriff «Bulk» auch als Qualitätsangabe verwendet und meint den gewöhnlichen, standardisierten Massen-Kakao, wie er häufig in der Elfenbeinküste angebaut wird (UNCTAD & WTO 2001:6). Die Wichtigkeit der standardisierten Ware in den Wertschöpfungsketten nimmt zu, weshalb das Bulk-System so populär geworden ist (Kaplinsky 2004:4; 21). Der grösste Teil an Kakao landet in Amsterdam, dem grössten Hafen für den Kakaoumschlag weltweit (Port of Amsterdam 2014:36), wo die Lagerung ebenfalls einen Wandel erfahren hat aufgrund des Bulk Systems. Die Kakaobohnen werden (falls mit der Bulk Verschiffung transportiert) direkt auf den Boden geschüttet, aufgehäuft und so gelagert (Musselli 2008:20). Wenn die Bohnen danach in den Mühlen ankommen, werden sie geröstet, gemahlen und zu Kakaomasse verarbeitet, welche wiederum gepresst wird zu Kakaobutter und Kakaopulver (ICCO: Processing Cocoa). Da Kakaoprodukte länger haltbar sind als geröstete Bohnen, sind auch Produzentenländern zu wichtigen Standorten für Kakaomühlen geworden. Die Elfenbeinküste und Brasilien gehören z.B. zu den Ländern mit den grössten Kakaomühlen-Wirtschaften. Die Kakaohalbprodukte werden also auch in den Produktionsländern selbst hergestellt (Kaplinsky 2004). Die Elfenbeinküste belegt im Kakaojahr 2014/2015 den ersten Platz in der Statistik der Vermahlung von Kakao (ICCO 2015a). Neben der hohen geographischen Konzentration bei der Produktion (vgl. Abb. 2) weist auch die Vermahlungsindustrie eine sehr hohe geographische Konzentration auf. Holland, die USA und die Elfenbeinküste machen gut 50% der globalen Vermahl-Kapazität aus (Kaplinsky 2004:20). Auf dem internationalen Markt werden neben den Rohbohnen die drei Halbprodukte, also Kakaobutter, Kakaopulver und Kakaomasse, gehandelt. Die am Verarbeitungsprozess beteiligten Unternehmen mischen die eingekauften mit den selbst hergestellten Produkten und lagern sie, um sie je nach Marktpreis zur gegebenen Zeit wieder zu verkaufen (Fountain & Hütz-Adams 2015: 32-35). Einige Händler handeln nur mit Rohware, andere auch mit Zwischenprodukten. Das Handeln zwischen den Händlern ist z.T. notwendig, um die für die weitere Verarbeitung gefragte Mischung und Qualität bieten und herstellen zu können. Auf diese Weise kann damit die gewünschte Schokolade als Endprodukt kreiert werden (Hütz-Adams 2012). Ein weiterer Verarbeitungsschritt der noch zu der Verarbeitungsindustrie zählt, ist die Herstellung von Industrieschokolade und Kuvertüre. Für die Schokoladenherstellung werden von der Schokoladenindustrie (auch Schokoladenhersteller genannt) weitere Zutaten eingekauft und beigemischt. Die fertige Schokolade wird dann oft direkt oder über Grosshändler bei den Detailhändlern zum Verkauf angeboten (Fountain & Hütz-Adams 2015: 34-35).

Die Komplexität der Wertschöpfungskette zeigt sich im Endprodukt: Die Qualität und die Mischung der Ernten, also der verschiedenen Sorten aus verschiedenen Ursprüngen, sind entscheidend für den Geschmack des Endproduktes (Hütz-Adams 2012). Es wird dabei grundsätzlich in Fine/Flavour-Kakao (Edelkakao) und in Massen («Bulk»)/normalen-Kakao unterschieden, die dann nach Wunsch gemischt werden. Je nach Geschmack sind andere Produkte auf dem Markt gefragt. Allgemein kann man aber sagen, dass in den USA im Vergleich zu Westeuropa Produkte mit Edelkakao weniger gefragt sind (ICCO: Fine or Flavour Cocoa). Betrachtet man die Akteure, kann zusammenfassend gesagt werden, dass Millionen von Kleinbauern, multinationale Unternehmen (häufig nicht an der Börse notiert und deshalb nicht verpflichtet, Daten zu veröffentlichen) und Einzelhändler mit tausenden Filialen an der Lieferkette Kakao beteiligt sind (Hütz-Adams 2012).

Die Komplexität der Kette hat noch weitere Ursachen. Die Unterscheidung von Kakao-Verarbeitern (cocoa processors) und den Schokoladenfabriken gehört dazu. Aber auch die verschiedenen Zwischenprodukte, die hin und her gehandelt werden sowie die zugeführten Zutaten begründen die Komplexität. Wenn man die Schokoladenproduktion betrachtet, wird die Lieferkette noch einmal komplizierter, da noch weitere Produkte wie Nüsse und Milch hinzukommen (Musselli 2008:9).

Wie bei anderen Agrargütern ist auch im Kakaosektor keine vollständige Nachvollziehbarkeit der Wertschöpfungskette gegeben. Diese Transparenz wäre aber nötig, da der Kakaosektor, wie mehrfach erwähnt, mit vielerlei Problemen zu kämpfen hat. Neben Zwangsarbeit, zu der auch Kinderarbeit gehört, umweltbelastendem Einsatz von Pestiziden und Unwissenheit in der Produktionspraktik stehen auch Herausforderungen wie der schwankende Weltmarktpreis, eine unelastische Nachfrage und der niedrige Anteil der Bauern am Weltmarkt an (Hütz-Adams 2012). Diese Probleme haben das Interesse der Öffentlichkeit geweckt, denn niemand möchte ein Produkt konsumieren, hinter dem Zwangsarbeit steckt. Auf Grund dieser Problematik entstanden einige (privatwirtschaftliche) Initiativen (vgl. Kapitel 3.8.), um die Wertschöpfungskette des Kakaos ökologisch und sozial nachhaltig zu machen. Als grundlegend für eine Verbesserung der Situation wird die Transparenz dieser Kette erachtet. Die Verflechtung der verschiedenen Akteure wird immer komplexer. Der Bedarf nach mehr gesetzlicher Kontrolle wird dadurch dringender und liegt unter anderem darin begründet, dass die Verfügbarkeit des Kakaos und dessen Qualität sichergestellt werden müssen, aber auch, dass mehr Nachverfolgbarkeit gefordert wird (Kaplinsky 2004).

3.2. Wertschöpfung entlang der Kette

Betrachtet man die Wertschöpfung der einzelnen Segmente entlang der Kette, wird schnell ersichtlich, wo die grösste Wertsteigerung stattfindet. Der Kakaobarometer (Fountain & Hütz-Adams 2015) hat versucht, die Wertschöpfung aufzuschlüsseln:

Tabelle 1: Wertschöpfung entlang der Kette. Eigene Darstellung nach: Fountain & Hütz-Adams 2015

Die Initialkosten sind in der Tabelle nicht miteingerechnet; es wurde nur die Preisstruktur der schon produzierenden Kette beachtet (d.h. ab dem Zeitpunkt, an welchem ein Bauer erntereife Bäume besitzt). Sozial-, Umwelt- und ökonomische-Kosten sind in diesen Zahlen nicht enthalten.

Verteilung Wert	Ein-nahmen [\$ /Tonne]	Aufwand [\$ /Tonne]	Hinzugefüg-ter Wert [\$ /Tonne]	Profit [\$ /Tonne]	Wertsteige-rung [%]
Einkommen Bauer	1'874	664	1'210	1'210	6.6
Inland Trans- port	1'971	1'874	97	?	0.5
Zoll/Marke- ting Board (Ghana)	2'745	1'971	774	?	4.2
Internationa- ler Transport	2'793	5'745	48	?	0.3
Kosten im Ha- fen	2'993	2'793	201	?	1.1
Internationale Händler	3'038	2'993	45	15	0.2
Verarbeitung und Mühlen	4'434	3'038	1'395	211	7.6
Fabrik	10'858	4'434	6'425	870	35
Grosshandel und Steuern	18'917	10'858	8'058	473	44.2

Ab dem internationalen Transport, d.h. der Verschiffung, fällt die Wertschöpfung in den Ländern des globalen Nordens an. Auch wenn Länder wie z.B. die Elfenbeinküste auch schon erste Verarbeitungsschritte im Land vornehmen, macht dies auf die gesamte Menge einen kleinen Teil aus. Wenn die Verarbeitung zu Halbprodukten im Produktionsland von Firmen wie Cargill durchgeführt werden, fliesst ebenfalls ein Teil der Wertschöpfung in den Norden. Die grösste Wertschöpfungssteigerung ist am Ende der Kette zu verzeichnen, wenn aus den Halbprodukten Schokolade

hergestellt wird, und diese dann verkauft wird. Bei dieser Auswertung wird sichtbar, dass der alleinige Handel nicht viel abwirft. Wie im Kapitel 3.5. zu erkennen ist, ist aber durch den Strukturwandel innerhalb des Sektors die Anzahl Händler zurückgegangen. Die wenigen Händler, die sich noch mit Kakao befassen, teilen sich also die jährliche (stark schwankende), ca. 4'000'000 Tonnen schwere Kakaoernte (FAOSTAT 2015) unter sich auf. Das ist ein wichtiger Faktor, um die wirtschaftliche Lage der einzelnen Akteursgruppen zu verstehen. Ein Bauer, der oft nur wenige Hektaren Land bestellt, verdient in der Regel zu wenig, um seinen Lebensunterhalt zu bewältigen (Fountain & Hütz-Adams 2015:8). Wenn man der Lieferkette weiter nach oben folgt, werden die einzelnen Akteure weniger, aber die Wertesteigerung nimmt zu. Die grossen Unternehmen machen demnach ihren Gewinn mit grossen Mengen und auf den Schultern der Bauern. Weiter ist auch der Finanzmarkt im globalen Norden angesiedelt. Sowohl der Terminmarkt wie auch der physische Markt läuft über die zwei Zentren New York und London (vgl. Kapitel 3.3.).

Die Analyse der Wertzuführung, welche der Kakaobarometer (Fountain & Hütz-Adams 2015) den einzelnen Segmenten der Kette zugeteilt hat, spiegelt die erste Dimension von Gereffis Wertschöpfungsanalyse wieder (vgl. Kapitel 2.2.), welche die Wichtigkeit dieser Wertschöpfungsverteilung unterstreicht. Weiter ist die geographische Verteilung prägnant und deshalb wichtig zu beachten (vgl. 2. Dimension von Gereffi oder Cramer 1999). In der Kakaokette fällt die grösste Wertschöpfung bei der Verarbeitung an. Somit wird der Grossteil der Wertschöpfung in den Ländern des globalen Nordens generiert. Wenn die Wertschöpfungskette-Analyse als Hilfe zum Verständnis der heutigen wirtschaftlichen Weltsituation beigezogen wird, ist diese geographische Verknüpfung und Verortung grundlegend für das Verständnis. Die Wertsteigerung entlang der Kette spiegelt die Kapital-Verteilung wieder; die Auswirkungen sind in der wirtschaftlichen Situation der Länder ersichtlich – ein Grund, weshalb die Länder des globalen Südens wirtschaftlich schlechter ausgehen als die des globalen Nordens. Dies lässt die Frage aufkommen, ob ein Anspruch der Händler auf diese Wertesteigerung und Werteverteilung gerechtfertigt ist. In diesem Zusammenhang ist aber auch die Frage berechtigt, wohin die Einnahmen fliessen, welches in den Ländern des globalen Südens z.B. durch die Zollgebühren vom Produktionsstaat eingenommen werden. Darüber gibt es leider keine Aussagen und Veröffentlichungen. Die Kapitalflüsse aus dem Kakao sind auf dieser Ebene intransparent und beim Produzenten, dem Kleinbauern und seiner Familie, scheinen sie nicht anzukommen.

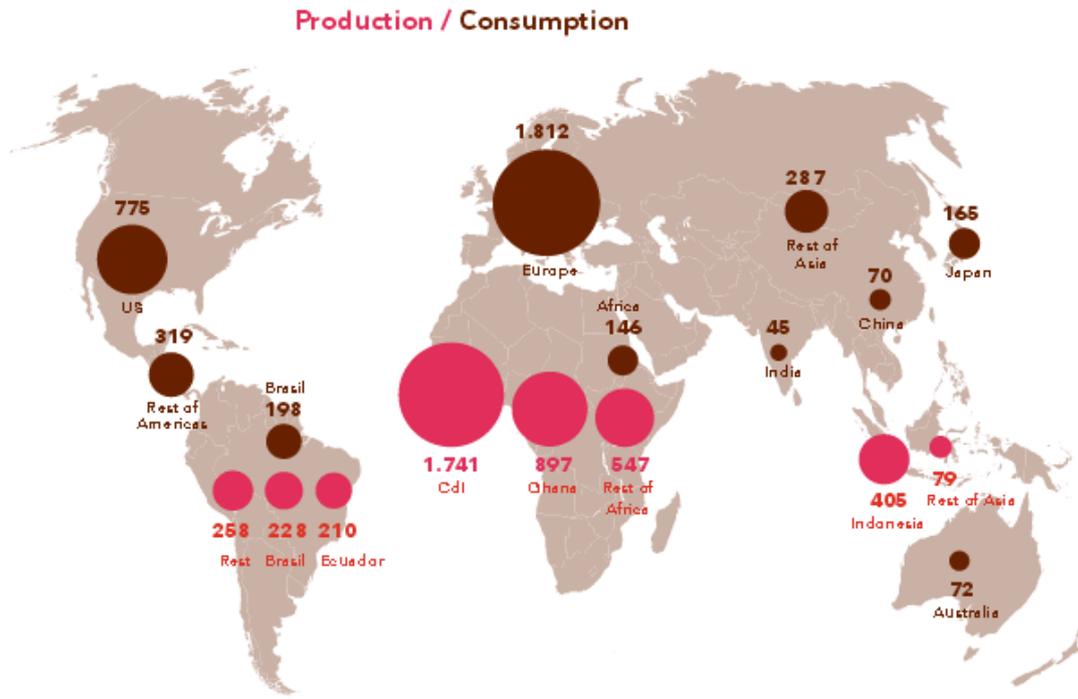


Abbildung 4: Globaler Kakao Konsum und Produktion (Fountain & Hütz-Adams 2015).

Die Grafik zeigt nicht nur die Produktion, die auch in der Abb. 1 ersichtlich ist, sondern auch den Konsum von Schokoladenprodukten. Spitzenreiterin ist Europa (und die Schweiz belegt immer wieder den 1. Platz im Pro-Kopf-Konsum von Schokolade (ICCO 2014:15; Nieburg 2014)), gefolgt von den USA. Die Absatzmärkte, wo die höchste Wertschöpfung anfällt, sind im globalen Norden – Schokolade gehört zu den Luxusprodukten.

3.3. Kakao Handel

In den 90er Jahren setzte bei verschiedenen Agrargütern die Marktliberalisierung ein – so auch im Kakaosektor. Viele staatliche Marketing Boards wurden demontiert als Teil der Strukturanpassungsprogramme (in vielen Ländern des globalen Südens wurden die Strukturanpassungsprogramme vom IWF und der Weltbank lanciert, als Bedingung für die Vergabe von Krediten oder eines Schuldenerlasses (Herbst 1990)). Der Sektor wurde privatisiert und wenige Grosskonzerne lösten den vorhandenen, staatlich kontrollierten, aber stabilen, Markt durch den privaten Markt ab (Fold 2002:228–230).

Trotz der wachsenden Wichtigkeit der Marktliberalisierung (Mayer & Gereffi 2010:3–5) haben im Agrarsektor die öffentlichen Institutionen an Bedeutung gewonnen (Lee, Gereffi & Beauvais 2012:12331). Durch die Liberalisierung sind private, lokale Händler, die den Kakao von den Bauern kaufen und sammeln, um ihn für den Export wieder zu verkaufen, in den Kakaohandel eingestiegen, welche nur geringes Interesse an der Qualität haben, sondern eher an einem schnellen Gewinn interessiert sind. Diese Entwicklung steigerte die Geschwindigkeit des Handels und damit auch das Handelsvolumen (Fold 2002:229; 238). Nachvollziehbarkeit und Qualitätskontrolle können durch öffentliche Institutionen einfacher gewährleistet werden als durch kleine, dezentral

agierende Händler, wie das Beispiel des staatlich kontrollierten Kakaosektors in Ghana aufzeigt: Das staatliche Cocobod legt dabei die Standards für die Kakaoqualität fest. Ghana profitiert nun vom Trend der steigenden Nachfrage nach Nachvollziehbarkeit und Qualitätssicherheit bei der Industrie (Barrientos & Asenso-Okyere 2009).

Die Auswirkungen der Marktliberalisierung wurden kontrovers diskutiert (vgl. Kapitel 3.3.3). Nach Barrientos (2011:8) hat die Marktliberalisierung nicht zu einem freien Markt entlang der ganzen Kette geführt. Denn auf der Produktionsebene hat die Liberalisierung die Bauern dem offenen Markt ausgesetzt und macht sie dadurch finanziell verletzbar. Gilbert (2006:32) hingegen vertritt die Meinung, dass ohne Marktliberalisierung die Preisschwankungen höher ausgefallen wären als mit der Marktliberalisierung, und demnach die Bauern noch mehr unter Druck gekommen wären (in einem Paper von 2004 zeigt er jedoch zwei Effekte der Globalisierung auf: die starke Preisschwankungen für die Bauern und den gegenseitigen Einfluss der Länder, also dass eine Veränderung in einem Land jeweils ein anderes tangiert (Gilbert & Varangis 2004:159–160)).

Den Produzenten wird für ihren Kakao oft nicht der Weltmarktpreis bezahlt – es kommt zu einer Verschiebung des Marktes. Es scheint so, als ob die Marktliberalisierung zu schnelleren und mehr Preisschwankungen des Farm-Preises führt. Weiter sind die Preise der Nachbars-Produktionsländer oft aufeinander abgestimmt, denn eine zu grosse Disparität würde den Schmuggel zwischen Nachbarsländern erhöhen, das heisst die Preise sind nicht auf die Kaufkraft der einzelnen Länder angepasst (Dand 2011: 76). Seit der Marktliberalisierung sehen sich viele Produktionsländer mit einigen Problemen konfrontiert: a) einer Abnahme der Qualität und b) einer geringen Produktivität auf den kleinen Kakaofarmen (Barrientos 2011:7). Allgemein üben diverse Faktoren einen grossen Einfluss auf den Markt aus, wie z.B. die Produktionsmenge (die abhängig ist von Umwelteinflüssen, Praxis der Bauern etc.), die Börse, staatliche Gesetze und Regulierungen und die politische Lage in den Produktionsländern (Hütz-Adams 2012:7; 9; 25–28). Dand (2011: 200) fasst die wichtigen Faktoren für den Kakaohandel in den drei C's zusammen: Climate, Cash und Culture.

In gewissen Ländern wird der Minimumpreis für Kakao vom Staat festgelegt. Dieser befindet sich aber oft unter dem Weltmarktpreis. Dennoch sichert dieser Minimumpreis die Bauern etwas ab, und verhindert damit, dass der Kakaopreis ins Bodenlose sinkt. In Ghana wird dies vom Cocobod festgelegt. Für das Kakaojahr 2014/2015 betrug der festgelegte Minimumpreis 1630\$ pro Tonne. In der Elfenbeinküste legt der Conseil du Café-Cacao (CCC) den Preis auf 1487 \$/Tonne fest (Fountain & Hütz-Adams 2015: 12).

Wie erwähnt, werden oft nur Bohnen oder Halbprodukte aus dem Produktionsland heraus gehandelt, da in den Produktionsländern eine Schokoladenindustrie häufig fehlt. Grund dafür ist der fehlende Absatzmarkt im Land, aber auch das Klima oder die benötigten Kakao-Mischungen. Die

Kakaoverarbeitung gilt als kapitalintensiv und nicht als arbeitsintensiv, weswegen es ökonomisch keine Vorteile bringt, direkt in den Produktionsländern zu verarbeiten. Die Kosten fallen durch die Infrastruktur an und nicht durch Arbeitsstunden, die im Süden billiger zu haben wären. Ausnahme bildet Brasilien, da dort ein Schokoladenabsatzmarkt besteht. Die Produktion von Halbprodukten in den Ursprungsländern kann jedoch Sinn machen, wenn die nötige Infrastruktur vorhanden ist: Die Elfenbeinküste führt eine grosse Industrie im Bereich der Halbprodukte. Einerseits sind die Zölle auf Rohbohnen höher als auf Vorprodukten, um die Verarbeitung im Land zu fördern und so mehr Wertschöpfung im Land zu behalten. Andererseits ist die Haltbarkeit für Halbprodukte besser als für Bohnen. Für Kakao-Liquor ist der Exportzoll in der Elfenbeinküste rund 25% günstiger als der Rohbohnen-Zoll (Dand 2011: 109-111).

Fast der ganze Kakao, der in den Produktionsländern aufgekauft wird, wird über den realen, physischen Markt gehandelt. Die Börse bildet jedoch die Grundlage des Kakaopreises – auch für den physischen Markt. Zentrum des Terminhandels mit Kakao sind die Börsen in New York (NYSE) und London (ICE). Beide Börsen arbeiten mit standardisierten Verträgen für den Kakao. Für den physischen Kakao sind die Kontrollstellen FCC (the Federation of Cocoa Commerce London) und CMAA (the Cocoa Merchants' Association of America, Inc.) zuständig. Die FCC und CMAA funktionieren als Schnittstelle zwischen den Produzenten und den Käufern (Dand 2011: 94, 97, 152).

3.3.1. Physischer Handel

Der physische Markt ist derjenige, an den die Leute gemeinhin denken, wenn sie den Begriff Warenhandel hören. Beinahe der ganze Kakao, der aus den Produktionsländern verkauft wird, geht durch diesen physischen Markt – und so auch der Kakao der von der Schokoladen-Industrie aufgekauft wird. Dieser «echte» Markt erlaubt es den Teilnehmern spezifischen Kakao zu verkaufen und zu kaufen, nach den Regeln, denen die Teilnehmer zustimmen. Beim Terminmarkt dagegen geht es nicht darum, diesen spezifischen Kakao zu handeln, sondern er gibt denjenigen, die am physischen Markt teilnehmen, die Chance sich gegen Preis-Risiken abzusichern. Diese zwei Märkte hängen eng zusammen, denn der Vertragspreis im physischen Markt stützt sich auf den Preis des Terminmarktes. Die mögliche Differenz von Angebot und Nachfrage im physischen Markt hat wiederum Einfluss auf den Terminmarkt und beeinflussen dort den Weltmarktpreis (Dand 2011:94). Diese Unterscheidung zwischen den zwei Märkten ist grundlegend für das Verständnis des Sektors, d. h. der unterschiedlichen Akteure und ihrer Rollen. Der physische Markt beschäftigt sich mit verschiedenen Kakaospezifika wie Quantität, Qualität, Lieferzeit, Verpackung und Transport, Preis und Zahlungskonditionen etc. Diese Faktoren werden zwischen einzelnen Käufern und Verkäufern ausgehandelt. Händler nehmen in der vorherrschenden Struktur die Rolle des Zwischenelementes ein, das vom Produzenten zur (Schokoladen-)Industrie verbind-

det und vermittelt (UNCTAD & WTO 2001:68). Der grösste Teil des Kakaos wird per Schiff transportiert. Nur der Export von Mexico in die USA wird mit Lastwagen bewältigt. Die Verschiffung basiert auf den «Free on Board» (FOB) Regulierungen. Kakaohandel – wie auch andere Waren – umschliesst nicht die ganze Regulierung mit Containern in den Verträgen. Beispielsweise ist die Übertragung des durch die Verschiffung auftretenden Risikos unklar, wenn Ware in Containern mit dem FOB-Prinzip exportiert werden. Die Transportart ist vor dem Verschiffen häufig nicht klar geregelt. Ein Vertrag muss also für verschiedene Transportarten genügen, was gewisse Schwierigkeiten mit sich bringt (Dand 2011:124–125).

Viele Produktionsländer haben seit der Marktliberalisierung ihre Systeme, wie der Kakao an den Weltmarkt gelangt, geändert. Zentraler Faktor ist der Grad des Einflusses der Staaten über ihren Export. Vier der fünf grössten Produktionsländer nutzen die freie Marktwirtschaft für den Export ihres Kakaos. (Anmerkung: Der Begriff «freier Markt» ist etwas irreführend. Eine absolute «laissez faire» Mentalität gibt es nicht, da die Staaten ihren Ruf und den des Handels schützen möchten. In den Ländern, in welchen sehr wenige Regulierungen existieren, haben sich Exporteure zu eigenen Gruppen zusammengeschlossen um den Export zu regeln) (Dand 2011:98). Der Spitzenreiterin Elfenbeinküste mit der grössten Produktion wird hier ein spezielles Augenmerk gewidmet: In der Elfenbeinküste wurde die «Caisse de stabilisation des prix des produits agricoles» (CAISTAB), welches vorher die staatliche Kontrolle über die Kakaowirtschaft innehatte, abgebaut (UNCTAD & WTO 2001:26). Der Markt wurde dem Privatsektor überlassen, die Zollsteuern gleichzeitig angehoben (im Gegensatz zu Ghana, wo diese reduziert wurden). Mit dem Antritt des neuen Präsidenten Alassane Ouattara im Jahr 2011 wurde ein Minimumpreis für die Bauern eingeführt, um die Kakaowirtschaft zu stützen. Die Reform beinhaltete auch die Gründung des «Conseil du Café-Cacao» (CCC), welches zuständig wurde für gewisse staatliche Regulierungen, die Entwicklung und Organisation des Sektors. Weiter wurde ein Marktsystem eingeführt, welches einen Grossteil der kommenden Ernte durch tägliche Auktionen als Terminverkauf an Händler des physischen Marktes versteigert (Agritrade 2012).

Der physische Markt hat sich dementsprechend mit gewissen Standards der Handelspraktiken entwickelt – der Verkauf wird durch Standardverträge, die individuell angepasst werden, geregelt (UNCTAD & WTO 2001:68).

Verträge für den physischen Handel

Im Kakaosektor gibt es zwei Handelsverbände. Die «Federation of Cocoa Commerce Ltd» (FCC) in London und die «Cocoa Merchants' Association of America Inc.» (CMAA) in New York. Diese beiden Verbände beschäftigen sich mit den Standardverträgen für den Handel auf dem physischen Markt. Der Kakao, der für die USA bestimmt ist, wird vom CMAA behandelt (Dand 2011:119). Der Rest läuft über London. Die FCC bezeichnet sich als Stelle, welche die Gesamtrahmenbedingungen

für den Kakaohandel sicherstellt. Die FCC fördert, reguliert und schützt den Handel mit Kakao-Bohnen und Kakao-Halbprodukten. Durch standardisierte Verträge versucht die Organisation den Interessen von Händlern und Industrie gerecht zu werden. Dies betrifft über 190 Mitglieder, die entlang der ganzen Kakao-Lieferkette tätig sind (FCC 2016). Die CMAA funktioniert sehr ähnlich wie die FCC. Hauptunterschied ist die Art ihrer Publikationen und Anwendungsbereich. CMAA arbeitet mit drei Verträgen für Kakaobohnen, aber ohne Vertrag für Kakao-Halbprodukte, wo hingegen die FCC verschiedene Verträge für Bohnen und Produkte hat. Dies erlaubt den Akteuren eine grössere Flexibilität, spricht der FCC aber auch eine grössere Verantwortung zu. Weiter sind die FCC-Verträge detaillierter was Gewicht, Qualität und Beprobung betrifft. Weiterer Unterschied ist das entsprechende Gesetz, welches den Verträgen zugrunde liegt. CMAA-Verträge basieren auf den Gesetzen des Staates New York, FCC-Verträge auf dem englischen Gesetz (Dand 2011:122–124).

Auch im physischen Markt gibt es Optionskontrakte, die aber nichts gemein haben mit den Kontrakten der Terminbörse. Die physische Option ermöglicht es dem Verkäufer seinen Kakao auf unterschiedliche Weise dem Käufer zu liefern. Dadurch gewinnen die Marktteilnehmer an Flexibilität. Die Lieferung wird unterschieden in Lieferung im Ursprungshafen, auf dem Schiff oder in ein Lagerhaus (jeweils zeitlich verschoben). Je nachdem wie der Vertrag ausgestellt wird, werden Verschiffung, Lagerung etc. unterschiedlich verrechnet (Dand 2011:130).

3.3.2. Terminmarkt

Der Terminmarkt unterscheidet sich vom physischen Markt in vier Hauptfaktoren: der Rolle der Börse, der öffentlichen und privaten Transaktionen, der Natur der Kontrakte und der Verrechnung. Der Terminmarkt wird durch eine zentrale Körperschaft, der Börse, geführt, wo hingegen der physische Markt nicht zentralisiert ist, sondern bilateral stattfindet (Dand 2011:151). Der Terminmarkt ist ein begrenzter Markt, bei dem der Marktteilnehmer über einen Intermediär kaufen und verkaufen kann (UNCTAD & WTO 2001:69). Dadurch sind der Preis und das erhältliche Volumen öffentlich ersichtlich. Obwohl man nicht sieht, wer hinter dem Handel steckt, sind diese Daten doch für alle Börsenteilnehmer zugänglich. Im physischen Markt bleibt alles im privaten Bereich und ist somit nicht öffentlich (Dand 2011:152). Dritte und wohl wichtigste Differenz sind die Verträge. Der Terminmarkt stellt vorbereitete Kontrakte mit Lieferungsangaben wie Menge und Ablaufdatum aus. Die genaue Herkunft oder Qualität der Ware ist dabei nicht festgelegt (auch wenn gewisse Forderungen an Bohnengrösse und Qualität bestehen). Das Geschäft kann nur zu gewissen Handelszeiten (Öffnungszeiten der Börsen) abgeschlossen werden (UNCTAD & WTO 2001:69). Die einzelnen Verträge im Terminmarkt unterscheiden sich quasi nur im Preis. An der Börse gibt es das sogenannte «Clearing House», durch welches alle Handelstätigkeiten ablaufen. Demnach schliessen alle Händler den Handel und die Verrechnung mit dieser Körperschaft ab und

nicht direkt mit einem anderen Händler (Dand 2011:152), was den vierten Unterschied begründet.

Die Future-Kontrakte funktionieren so, dass der Investor vor der Kakaoernte schon den Kakao bestellt für die kommende Ernte – also zum Beispiel im Februar für den Juli. Der Preis für einen Future-Kontrakt basiert auf dem Kassa-Preis, also dem beim Vertragsabschluss herrschenden Kakaopreis plus den Lager- und Speditionskosten. Viele Faktoren beeinflussen den Preis auf dem Terminmarkt: die politische Lage der Ursprungsländer, das Wetter, Schädlingsbefälle und auch Hedgefonds (Dämon 2013), also Faktoren, die teils an den physischen Kakao gekoppelt sind. Da mit standardisierten Verträgen gearbeitet wird, die zwar eine gewisse Kakao-Qualität definieren, aber den global grossen Unterschieden und der Vielfalt nicht gerecht werden, ist dies für die Produzenten nicht immer optimal. Der betreffende Kakao, also das abzusichernde Produkt, wird nie exakt auf den standardisierten Kakao-Kontrakt passen. Eine volle und deckende Absicherung ist dadurch für den Händler nicht möglich (InterPenn Kapital AG).

Der Terminmarkt wird genutzt, um sich gegen Preisschwankungen abzusichern und den Preis zu stabilisieren. Dass auch die Händler, die eigentlich nur am physischen Kakao interessiert sind, am Terminmarkt tätig sind, hat mit der Absicherung zu tun. Die Absicherung geschieht über sogenannte Hedges (UNCTAD & WTO 2001:69). Die Kakaobauern selber sind nicht aktiv am Terminmarkt, da ihre Mengen zu gering sind. Um sich selber am Terminmarkt absichern zu können, müssten sie sich zusammenschliessen, um so eine grössere Menge auf dem Markt anbieten zu können. Kakaoverarbeiter und Schokoladenhersteller wiederum sind aktive Teilnehmer am Terminmarkt (Hütz-Adams 2011: 13). Zu den weiteren Akteuren zählen die Spekulanten, die ebenfalls am Terminmarkt handeln. Deren Ziel ist nicht der Kauf der physischen Ware, sondern der Profit aus den Preisschwankungen. Sie tragen damit aber auch das Risiko von Preisschwankungen zu ihren Ungunsten mit (UNCTAD & WTO 2001:69). Anleger und Fonds sind in den letzten Jahren vermehrt in den Markt eingestiegen. Über den Einfluss von Spekulationen auf den Marktpreis gibt es unterschiedliche Meinungen. Gemäss Hütz-Adams (2011:13) besteht die Gefahr, dass Spekulationen den Markt unsicher machen, denn es ist nicht klar, wie lange diese Marktteilnehmer mit ihren Positionen aktiv bleiben. Der detaillierte Einfluss der Spekulationen auf die Preise ist aber nicht eindeutig feststellbar. Eine andere Meinung ist, dass Spekulanten teilweise nötig sind, damit der Terminmarkt überhaupt funktioniert. Die Risikoabsicherung der Händler, die mit physischer Ware handeln, muss sich im Markt wieder ausgleichen. Dies geschieht mit den Spekulationen und bringen die nötige Liquidität in den Markt (UNCTAD & WTO 2001:70).

Dass der physische und der Terminmarkt sich gegenseitig beeinflussen, ist also weitgehend unbestritten. Das schnelle Ändern des Marktes konnte im Jahr 2012 gut beobachtet werden, als das Handelshaus Armajaro an der Londoner Terminbörse ICE (Intercontinental Exchange) so viele

Terminkontrakte aufgekauft hat, dass es 240'100 Tonnen Kakao, was rund 7% der globalen Jahres-Produktion ausmachte, zugute hatten. Dies hat kurzfristig zu einer Preisverzerrung geführt, gegen die bei der Londoner Börse von 16 Unternehmen Beschwerde einlegt wurde. Im Gegensatz zur Börse in New York (The New York Stock Exchange, NYSE) können Marktteilnehmer an der Londoner Börse ICE nicht erkennen, ob es sich um Spekulanten oder um ein Unternehmen des Kakao-Marktes handelt (FAZ 2010).

3.3.3. Marktpreisschwankungen

Gemäss Kaplinsky (2004) nehmen die Preise von Waren wie z.B. Kakaobohnen schon über eine längere Zeit schon ab. Damit ist auch das Einkommen der Produzenten, der Exporteure und Verkäufer, die im Produktionsland tätig sind, kleiner geworden. Das Einkommen der Bevölkerung in Konsumentenländern ist gleichzeitig jedoch angestiegen. Vor allem Primärgüter sind von diesem Trend betroffen. Gerade in Wertschöpfungsketten von Agrargütern wie Kaffee oder Kakao ist dies sichtbar. Parallel zu diesem Trend wurden die Märkte liberalisiert. Der Privatsektor spielte in der Deregulierung der Produktionssysteme eine zentrale Rolle. Als Folge kann am «Konsumentenende» der Kette eine Machtkonzentration festgestellt werden, mit einer abnehmenden Anzahl an Unternehmen, die zunehmend an Grösse gewinnen. (Vgl. Kapitel 3.5) In vielen Wertschöpfungsketten ist eine wachsende Asymmetrie zu beobachten; die Fragmentierung am produzierenden Ende der Kette und die Konzentration am anderen Ende der Kette.

Nach der Marktliberalisierung sind in Bezug auf den Kakao in fast allen Produzentenländern die Bauern für die Planung der zukünftigen Anbauflächen verantwortlich. Wichtige Informationen für die Bauern sind der Weltmarktpreis, als Verhandlungsbasis, die Angaben für die Preisentwicklung, abgestützt auf den Ernteprognosen, damit sie die kommenden Ernten planen können sowie die langfristige Preisentwicklung, um Investitionsentscheidungen treffen zu können. Auch die Schokoladenindustrie und die involvierten Banken sind auf verlässliche Prognosen über die Marktentwicklung angewiesen, denn sie sind abhängig vom Rohstoff. Mit dem jetzigen Marktsystem sind aber keine zuverlässigen Prognosen möglich – die Marktpreisschwankungen sind zu gross. Es wäre aber für alle im Sektor beteiligten Akteure einfacher ohne die stark schwankenden Preise. Die Schwankungen sind erheblich: im Jahre 2000/01 war der Preis bei 990 \$/Tonne, im Jahr 2008/09 2599 \$/Tonne (ohne Inflationsbereinigung) (Hütz-Adams 2011:11–12). Ohne Marktschutz spüren die Bauern die Preisschwankungen des Marktes direkt. Auch Währungsschwankungen sind für die Bauern eine Herausforderung (Barrientos 2011:6).

Marktpreisschwankung von Kakao

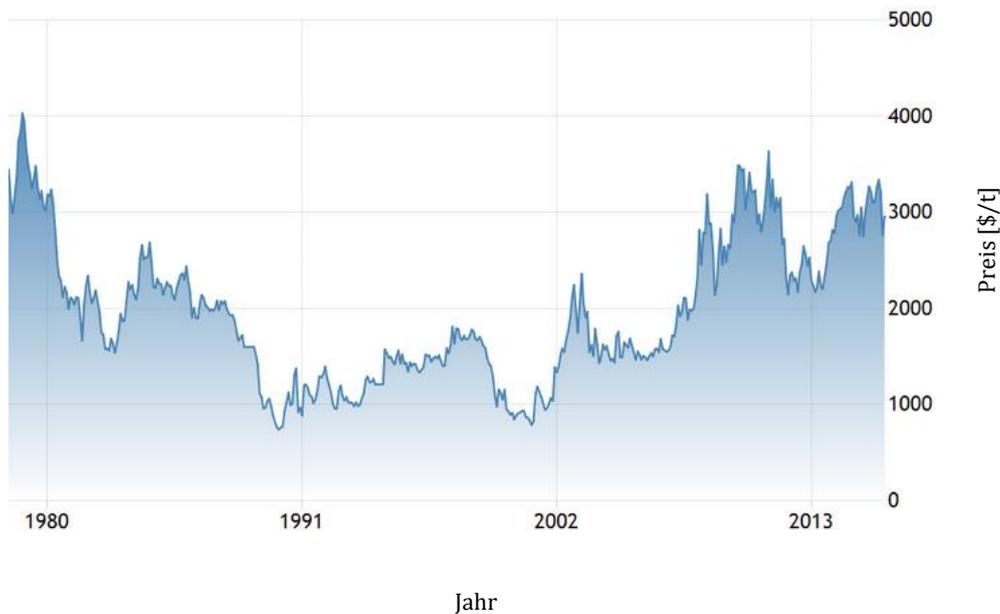


Abbildung 5: Kakao-Marktpreis [US \$/Tonne] (Trading Economics 2016)
Wie in der Darstellung des Marktpreises festzustellen ist, sank der Kakaopreis seit 1980 drastisch bis ca. um die Jahrtausend-Wende, bevor der Preis dann wieder anstieg und sich in den letzten Jahren oben hält.

Der Kakaopreis sank in den Jahren 1980 bis zur Jahrtausendwende, d.h. die Produzenten haben in dieser Zeit weniger für ihren Kakao erhalten. Paradoxe Weise sind parallel dazu die Preise im Detailhandel für Schokolade gestiegen (Gilbert 2006:1).

Kaplinsky (2004:28) begründete den Preiszerfall unter anderem mit der Veränderung der Machtkonzentration entlang der Kette; diese Strukturveränderung lief zeitlich parallel ab. Der Ausbau der Grosskonzerne und damit der Steigerung der Machtkonzentration am oberen Ende der Kette, im Vergleich zur Abnahme des Grundbesitzes und Verlust der Macht am unteren Ende der Kette, wird als Grund für den Preiszerfall gesehen. Damit erklärt sich auch die stetig stärker werdende Asymmetrie des Einkommens entlang der Kette. Laut Kieffer (2000, zit. in Losch 2002:224) ist dieser Zusammenhang aber nicht bewiesen. Gegenstimmen sagen, dass dies keinerlei Zusammenhang habe. Auch ohne Marktliberalisierung oder Veränderung der Marktstruktur hätte eine Abnahme des Produzenteneinkommens stattgefunden, bzw. der Rückgang wäre vielleicht noch stärker ausgefallen (Gilbert 2006:32). Denn die Preisschwankungen in der Zeitspanne von 1985 bis 2005 (Datengrundlage) können nach Barrientos (2011:6) neben der Machtverschiebung noch mit einem anderen Argument begründet werden: Es entstand ein Überangebot aufgrund der Marktliberalisierung und den Einstieg neuer Produktionsländer (v.a. Asien) in den Markt. Danach ist der Preis für Kakao wieder angestiegen. Der steigende Kakaopreis in den letzten 10-20 Jahren kann

darauf zurückgeführt werden, dass die Nachfrage angestiegen ist und es zu Unsicherheiten in gewissen Produktionsländern kam (z.B. die Unruhen in der Elfenbeinküste). Generell ist der Preis auch bei anderen Gütern angestiegen.

Als Herausforderung für die Bauern kann auch der Zugang zum Markt genannt werden. Wie bereits erwähnt, fehlt den Bauern häufig der Marktzugang und das Wissen um den Marktpreis. Marktwissen kann zu Marktmacht führen. Die Asymmetrie im Zugang zu Marktwissen kann zu einem Hauptfaktor werden, der für ungleiches Einkommen verantwortlich ist (Musselli 2008:vii). Auch weitere Faktoren beeinflussen die Produktionsebene. Eine ältere Kleinbauern Gruppe ist häufig weniger innovativ um auf Preisschwankungen reagieren zu können, im Vergleich zu der jüngeren Generation. Eine Produktionssteigerung ist nicht rasch von heute auf morgen umsetzbar – gerade wenn die Bauern schon immer auf ihre Weise produziert haben. Zudem braucht es ein gutes Farm-Management, damit Jungbäume zum richtigen Zeitpunkt gepflanzt werden, denn die Bäume brauchen fünf bis sechs Jahre, um den vollen Ertrag liefern zu können. Der Reiz vom Kakao wegzukommen und einer anderen Erwerbstätigkeit nachzugehen, ist bei Kleinbauern gross. Das bedeutet, dass der Markt alleine nicht imstande ist, diese ökonomischen Schwierigkeiten, die für die Bauern eine Herausforderung darstellen, zu lösen (Barrientos 2011:8). Auch die Marktanalyse birgt verschiedene Hürden. Ein Problem steckt unter anderem in der Natur des Marktes selbst. Die Produktion ist konzentriert, wo hingegen die Konsumation weit verbreitet ist. Der Konsument lebt quasi von der Hand in den Mund, wo hingegen die Produzenten nur einmal zum Zeitpunkt der Ernte verkaufen und ihr Einkommen generieren, und nicht dann, wenn der Konsument kaufen möchte (Hecht 2013:19).

3.4. Akteure: Händler und Industrielle

Es können verschiedene Akteursgruppen ausgemacht werden, welche eine zentrale Rolle entlang der Wertschöpfungskette-Kakao einnehmen: Regierungen der Produktionsländer, Regierungen der Konsumentenländer, Händler, Schokoladenindustrie, Kakaoverarbeiter, Bauern und Zivilgesellschaft. An der ersten Durchführung der Weltkakaokonferenz (World Cocoa Conference - WCC) in Abidjan im Jahr 2012 wurde die Global Cocoa Agenda verabschiedet – ein Dokument, das die nötigen Veränderungen im Kakaosektor aufzeigt. Die meisten Verbraucher- und Produzentenländer haben diese Agenda mittlerweile unterschrieben. Auch weitere Schlüsselakteure beteiligen sich an diesen Massnahmen. Die Zusammenarbeit dieser Akteursgruppen ist nötig, um die Warenkette Kakao nachhaltiger zu machen (ICCO 2012; Fountain & Hütz-Adams 2015:11).

Eine Analyse der Stakeholder unterstützt nachgehend das Verständnis der Struktur im Kakaosektor und die Rollen, welche diese Akteure in der Veränderung der Lieferkette einnehmen (müssen).

Da für diese Arbeit nicht alle Akteursgruppen gleich relevant sind, wird hier nicht auf alle in gleichem Masse eingegangen. Die Internationalen Organisationen werden im nächstfolgenden Kapitel vorgestellt.

In einer Analyse über Akteure im Kakaosektor schlagen Bitzer, Glasbergen und Leroy (2012) vor, Beziehungen zwischen Akteuren als Netzwerke zu betrachten und nicht als autonome Einheit. Denn durch die Mitgliedschaft von verschiedenen Unternehmen in Organisationen überlappen die Partnerschaften zwischen den Unternehmen und bilden somit ein Netzwerk, welches sie untereinander verlinkt. Die Partnerschaften entstanden häufig zu einem Thema, wie z.B. Kinderarbeit oder Nachhaltigkeitsförderung und können aus verschiedenen Akteuren bestehen wie NGO's, Kooperativen, Industrie, Handel etc.

3.4.1. Marken-Firmen/Schokoladenhersteller

Einer der wichtigsten Akteursgruppen ist die der Schokoladenhersteller und Marken-Firmen («Brands»), welche das Endprodukt (Schokoladenprodukte) mit ihrer Marke kennzeichnen und in den Verkauf bringen. Sie stehen dem Konsumenten dadurch nahe, denn der Konsument kennt sie. Diese (transnationalen) Unternehmen arbeiten an verschiedenen Standorten mit diversen Fabriken, wo sie ihre Produkte herstellen (Musselli 2008:29). In der Kakaobranche gehören Nestlé, Mondelez, Mars, Hershey Company, Kraft Foods, Cadbury Schweppes und Ferrero, in der Schweiz sicher noch Lindt & Sprüngli, zu den wichtigsten und grössten Unternehmen (Fountain & Hütz-Adams 2015:28). Bei den meisten dieser Konzerne macht der Bereich der Schokolade nur einen kleinen Teil ihrer Geschäfte aus (Musselli 2008:29). Diese wenigen Schokoladenhersteller dominieren das obere Ende der Wertschöpfungskette und kontrollieren weite Teile des Kakao-marktes (Fountain & Hütz-Adams 2015:6–7). Sie bilden bei der Kategorisierung der Lieferkette als Buyer Driven Chain die Käufer und üben dementsprechend Kontrolle und Macht auf die Lieferkette aus. Da der Fokus dieser Arbeit nicht auf der Schokoladenindustrie, sondern auf den Veränderungen der ganzen Kette und den damit zusammenhängenden Auswirkungen liegt, werden hier die einzelnen Akteure nicht weiter vorgestellt.

3.4.2. Kakaoverarbeiter und Kuvertürehersteller

Eine weitere Akteursgruppe bilden die Kakaoverarbeiter und Kuvertürehersteller. Einer der wichtigsten Namen ist dabei Barry Callebaut (Musselli 2008:29), aber auch Cargill, Ecom oder Olam (Fountain & Hütz-Adams 2015:6–7). Durch die Strukturveränderung im Sektor (vgl. Kapitel 3.5.1 vertikale Integration) gab es Überschneidungen der Tätigkeitsbereiche der Akteure. Diese Grosskonzerne der Kakaoverarbeitung sind alle auch als Händler tätig und werden folgend näher beschrieben.

3.4.3. Kakaohändler

Die Akteursgruppe der Händler und Verarbeiter wird als unsichtbar bezeichnet, denn ihre Handlungen sind dem Konsumenten nicht bekannt, da die Händler und Verarbeiter auf den Produkten nicht sichtbar sind (Phillips & Tallontire 2007:4). Diese Unsichtbarkeit erklärt, weshalb sie dem Druck von aussen weniger ausgesetzt sind als beispielsweise die Schokoladenindustrie, obwohl sie einen grossen Marktanteil innehaben und damit eine gewisse Machtballung entsteht. Es herrscht demnach in dieser Akteursgruppe eine sehr hohe Konzentration, das heisst, wenige Akteure machen diesen grossen Marktanteil aus (Fountain & Hütz-Adams 2015:6-7). Neben den integrierten Grossunternehmen (die oben Kakaoverarbeiter genannt werden) gibt es auch noch ein paar wenige, traditionelle Handelshäuser mit entsprechend weniger Gewicht.

Cargill

Cargill ist einer der grössten Kakaohändler der Welt. Den Erfolg begründet diese Firma mit ihrer Erfahrung in den Produktionsländern. Durch ihre Aktivitäten entlang verschiedener Segmente der Kette – vom Bauern bis zum Handel mit Halbprodukten und Industrieschokolade – garantieren sie ihren Partnern ein zuverlässiges Geschäft und eine einschätzbare Qualität. Das Unternehmen handelt mit diversen Produkten: von Bohnen über Butter, Liquor, Industrieschokolade bis Pulver und Füllungen (Cargill 2016a). Laut Kakao Barometer hat Cargill im Jahr 2013 500'000 Tonnen Kakao gehandelt bzw. verarbeitet. Zusammen mit Barry Callebaut produzieren die beiden Firmen ca. 70-80% der weltweiten Kuvertüre (Fountain & Hütz-Adams 2015:24, 7). Die Halbprodukte werden v.a. in Belgien produziert. Cargill hat aber auch je eine Produktionsstätte in der Elfenbeinküste und Ghana, wo ebenfalls Halbprodukte hergestellt werden. In der Schweiz hat der Grosskonzern andere Abteilungen als den Kakao; beispielsweise ist Cargill im Getreidehandel aktiv, aber auch die Finanzabteilung Europa und die Verschiffungsabteilung sind im Schweizer Standort angesiedelt (Cargill 2016b). Mit ihrem «Sustainable Cocoa Program» versucht Cargill dem Druck nach mehr Nachhaltigkeit gerecht zu werden. Cargill ist Mitglied der UTZ Zertifizierung (Cargill 2016a). Der Anteil an zertifiziertem Kakao lag im Jahr 2013 insgesamt bei 105'000 Tonnen (von den 500'000 Tonnen Totalvolumen) (Fountain & Hütz-Adams 2015:24).

Barry Callebaut

Die Firma Barry Callebaut, mit Hauptsitz in Zürich, ist die führende Industrieschokoladen Produzentin der Welt. Jedes fünfte Schokoladenprodukt hat Barry Callebaut Kakao in sich. Barry Callebaut ist entlang der Lieferkette zu einem hohen Grad vertikal integriert und von der Beschaffung der Rohbohnen von Kooperativen und Farmergruppen bis hin zu Halbprodukten und Schokoladenprodukte tätig. Die Halbprodukte und Industrieschokolade werden in 52 Fabriken auf der ganzen Welt hergestellt. Im Jahr 2014/15 erreichte die Firma 1,8 Mio. Tonnen Verkaufsvolumen, was einen Jahresumsatz von CHF 6.2 Billionen ausmacht. Auch in der Entwicklung neuer Produkte,

wie z.B. hitzebeständigere Schokolade, ist die Firma tätig. Der Slogan «Wir sind Herz und Motor der Schokoladen- und Kakaoindustrie» (Barry Callebaut AG 2015) beschreibt den Schokoladengiganten also ganz zutreffend. Gemäss Kakaobarometer (Fountain & Hütz-Adams 2015:24) waren im Jahr 2013 bei Barry Callebaut von 1 Mio. Tonnen Kakao 150'000 Tonnen zertifiziert.

Olam

Beschaffung, Handel, Forschung, Analyse und Terminmarkt Expertise zählt Olam zu ihren Stärken im Kakaobusiness. Seit dem Oktober 2015 und der Übernahme von Teilen von ADM Cocoa konnte die Olam Group die Lieferkette weiter integrieren und hat damit im Bereich der Kakaoverarbeitung massiv aufgestockt. Die Marktposition konnte damit gesichert werden, denn mit einer Vermöhl-Kapazität von 700'000 Tonnen Kakao folgt Olam hinter Barry Callbaut und Cargill. Neben den grossen Mengen aus Westafrika, besetzt Olam auch die Nische des Edel-Kakao aus Südamerika. Die Olam Group hat, wie auch andere Akteure aus Industrie und Verarbeitung, öffentlich bekanntgegeben, dass sie bis 2020 100% nachhaltigen Kakao in ihrer Lieferkette haben werden (Olam Group 2016). 2013 waren von 450'000 Tonnen 80'000 Tonnen zertifiziert (Fountain & Hütz-Adams 2015:24).

Ecom

Auch Ecom ist vertikal integriert: Von der Bohnen Beschaffung bis zu den Halbprodukten ist Ecom an der Lieferkette des Kakao beteiligt. Die Verarbeitung geschieht in Fabriken in Holland, Mexico und Malaysia. In Pully am Genfersee hat der Grosskonzern den Hauptsitz. Das Kakaogeschäft wird über «Pully Cocoa» abgewickelt (Ecom Cocoa: 2016). Im Jahr 2013 hat Ecom 430'000 Tonnen Kakao verarbeitet und verkauft, wobei 100'000 Tonnen zertifiziert waren (Fountain & Hütz-Adams 2015:24).

3.5. Strukturwandel des Kakaosektors

Die Prozesse der Marktliberalisierung und Privatisierung haben den Sektor, wie bereits erwähnt, strukturell verändert. Die Zahl der aktiven Firmen verminderte sich, die verbleibenden Akteure bauten jedoch die Kapazität aus und sind nun vor allem an billigem Rohkakao interessiert. Als Folge schrumpfte die Kakaoindustrie in Ländern, die vorher Kakao noch im Land verarbeitet hatten (Losch 2002:213–225). Wie im Kapitel Akteure ersichtlich, haben die grossen Händler ihre Aufgabenbereiche erweitert. Die meisten spezialisierten Händler wurden vom Markt verdrängt (Kaplinsky 2004:23–24). Die alten, staatlichen Standards wurden ersetzt durch Anpassungen, welche Timing, Menge und Qualität betrafen. Die meisten wurden durch die Kakaoverarbeiter (auf Druck der Industrie) eingefordert (Losch 2002:225).

Grundsätzlich können in der Kakaowertschöpfungskette zwei Veränderungen ausgemacht werden, die in fast allen Ländern (mit Ausnahme von Ghana) stattgefunden haben:

- 1) Die erste Veränderung waren Strukturanpassungsprogramme, welche die staatliche Macht im Bereich der verschiedenen staatliche Marketing Boards erodierte (vgl. Kapitel 3.3. Kakao Handel).
- 2) Als zweites veränderte sich die Rolle der Händler aufgrund verschiedener Faktoren, wie z.B. neuer Transporttechnologien («Bulk System»), neuer Informationsprozesse (Internet und Smartphones) und der Einführung des Terminmarktes.

Bei der Untersuchung dieses Strukturwandels muss berücksichtigt werden, dass Marktkonzentration nicht automatisch mit Marktmacht gleichzustellen ist (Musselli 2008:15). Wichtig sind die direkten Auswirkungen auf die Produzentenländer, die zunehmend unter Druck stehen (Kaplinsky 2004). Die vertikale Integration und die horizontale Konzentration im Sektor hat sich zu einer oligopolistische Marktsituation entwickelt (Musselli 2008). Diese soll folgend analysiert werden um die veränderten Rollen der Akteure als auch die Nachvollziehbarkeit der Herausforderungen im Kakaosektor besser verstehen zu können.

Das genannte Beispiel Ghana als Ausnahme dieses Strukturwandel-Prozesses, soll hier kurz erläutert werden. Bis zur Reform 1992 wurde in Ghana die ganze Kakaowarenkette vom staatlichen Marketing Board „Cocobod“ kontrolliert (Kaplinsky 2004:25). Auch in Ghana wurde das Cocobod reformiert; Stellen wurden massiv abgebaut und gewisse Funktionen, wie z.B. Transport der Kakaobohnen, wurden ausgelagert an private Unternehmen (Kolavalli & Vigneri 2011:209). Bis heute ist in Ghana der Sektor in staatlicher Kontrolle, weswegen der ghanaische Kakao beliebt ist: denn auch die Qualitätskontrolle wird vom staatlichen Cocobod durchgeführt, was den Händlern eine gewisse Sicherheit gibt (Fold 2002:230). Der Druck auf Ghana, der von Transnationalen Grosskonzernen, die stark in der Elfenbeinküste tätig sind, ausgeübt wird, nimmt zu. Dies führte zu einer engen Zusammenarbeit des ghanaischen Staates mit einem kleineren, deutschen Vermahlungsunternehmen und mit Barry Callebaut. Durch diese Zusammenarbeit hat sich der Kakaosektor in Ghana stabilisiert und gibt ihm Sicherheit (Kaplinsky 2004:26).

Es wird folgend auf die vertikale Integration eingegangen und die wichtigen Unternehmen aufgeführt, bei welchen dieser Prozess stattgefunden hat. Danach wird auf die horizontale Konzentration eingegangen, mit speziellem Augenmerk auf die Wettbewerbsregelungen. Schlussendlich erklärt das letzte Unterkapitel die Bipolarität und dass die Schokoladenbranche als oligopolistische bezeichnet werden kann.

3.5.1. Vertikale Integration

Die Wertschöpfungskette Kakao weist eine hohe vertikale Integrität auf, die über die letzten Jahre stattgefunden hat. Markant sind vor allem zwei Veränderungen:

- 1) die Verwischung der Grenze zwischen Handel und Verarbeitung und
- 2) das Ausweiten der Tätigkeit der grossen Verarbeitungsfirmen auf die weitere Verarbeitung der Industrie (Kuvertüre-Produktion und Industrieschokolade). Dies führte dazu, dass viele Schokoladenhersteller diesen Verarbeitungsschritt ausgelagert haben und nur noch ihre Endprodukte (mit weiteren zugeführten Zutaten wie Nüsse oder Milch) herstellen (Musselli 2008:19-21).

Die integrierten Firmen im Handel und der Verarbeitung von Kakao sind sowohl in Konsumenten- wie aber auch Produzentenländern tätig. In dieser transnationalen Wertschöpfungskette des Kakaos handeln sie als Transmissionskanal, welche die Marktinformationen, ebenso wie Preise und Normen übermitteln (Musselli 2008:19-21). Der Ausbau der Tätigkeitsfelder und die Veränderung der Logistik (Bulk Transporte, neue Informationstechnologie etc.) erlaubte diesen grossen Firmen ihre Kakao-Lagerbestände zu reduzieren, den Kakao im Produktionsland zu beschaffen und direkt weiterzuhandeln, bzw. zu verarbeiten und dann zu handeln (Barrientos 2011:4–5).

Auch in den Produzentenländern kann festgestellt werden, dass grosse Handels- und Verarbeitungsfirmen weitere Segment der Kette integrieren und die Funktion der lokalen Exporteure übernehmen. Diese Strukturveränderung ist massgebend für die Verhandlungsposition diverser Stakeholder in der Warenkette des Kakao (Musselli 2008:19).

Als Beispiele der vertikalen Integration können einige der grossen Namen (siehe 3.4.1) genannt werden. Cargill schluckte beispielsweise kleinere Kakaohandelsfirma (Fold 2002:235) und Teile von ADM Cocoa (Cargill 2015), um das Aufgabendossier zu erweitern. 2015 wurden weitere Teile des ADM's Cocoa Business von der Olam Group übernommen, die vorher schon kleiner Fabriken aufgekauft hatte, um Halbprodukte und Kakaoprodukte herzustellen, und durch diesen Kauf eines der grössten Akteure die eigene Kapazität massiv ausbaute (ADM 2015). Auch weitere Firmen, die in der Wertschöpfungskette des Kakaos tätig waren, wurden von grösseren Firmen geschluckt oder vom Markt verdrängt. So konzentrierte sich die Macht der Vermahlungsunternehmen und der Händler mehr und mehr auf einzelne Akteure. Folgend stieg auch in geographischer Hinsicht die Konzentration der Verteilung der Akteure (Fold 2002:235). Barry Callebaut ist beispielhaft für ein vertikal integriertes Unternehmen: Der grösste Kakaoplayer macht von der Beschaffung der Rohbohnen im Ursprungsland bis hin zur Industrieschokolade alles firmenintern (Barry Callebaut AG 2015). Zu beachten gilt, dass einige der grossen Vermahlungsunternehmen

wie Cargill oder ADM zu den grossen Agro-Business Firmen gehören, bei denen der Kakaobereich einen kleinen Teil der gesamten Firmentätigkeit ausmacht (Hütz-Adams 2012:19–20).

3.5.2. Horizontale Konzentration

Parallel zur vertikalen fand eine horizontale Konzentration statt: Kleine Firmen, welche die gleichen Tätigkeiten ausübten wie die grossen, wurden von diesen übernommen. Aber auch grosse, multinationale Firmen fusionierten. Die Konzentration je Segment entlang der Lieferkette nahm zu, und die Firmen können so kosteneffizienter produzieren. In der Schokoladenherstellung ist die Bedeutung globaler Marken gestiegen. Der Markt wird nunmehr von grossen, multinationalen Konzernen dominiert, welche ihre Markenschokolade in allen grösseren (und kleineren) Detailhandelsgeschäften vertreiben (Musselli 2008:19-21). Ein Beispiel für diese horizontale Integration ist die Übernahme des grossen Kakaohandelshauses Armajaro durch ECOM im Jahr 2013 (Ag-rimoney.com 2014). ECOM hat damit seine Position weiter verstärkt.

Die Beziehung zwischen Marktkonzentration, Wettbewerb und Effizienz ist komplex. Auch wenn der Marktzugang gegeben ist, ist der Wettbewerb nicht nur von der Anzahl beteiligter Firmen abhängig. Weiter kann gesagt werden, dass dort wo Marktkonzentration den Wettbewerb schwächt, die Effizienz durch den Skaleneffekt in der Produktion, Organisation und Aktivität gesteigert werden kann. Die Effizienz hat dadurch positive Auswirkungen auf die Wertschöpfung im oberen Bereich der Lieferkette. In den Produktionsländern kann Marktkonzentration zu Oligopolen oder Monopolen führen. Die wenigen Unternehmen, welche in den Produzentenländern die Marktmacht innehaben können durch ihre Machtposition Druck auf den Preis ausüben. Diese Asymmetrie verhindert den „üblichen“ Wettbewerb (Losch 2002).

Wettbewerbswidriges Verhalten und Missbrauch von Marktmacht

Ein wichtiger Aspekt in dieser Thematik ist das Wettbewerbsgesetz. In diesem Zusammenhang können nach Musselli (2008:12-13) zwei Bereiche definiert werden, die hier erklärt werden:

- 1) Der eine ist der Missbrauch von Marktmacht. Damit ist eine Absprache von Unternehmen gemeint, die mit ihren Angeboten den Marktpreis unterbieten und damit die Marktmachtbestimmungen des Wettbewerbsgesetzes umgehen. Damit wird der Wettbewerb faktisch ausser Kraft gesetzt. Viele Länder haben deshalb ein entsprechendes Gesetz erlassen, um solche Missbräuche zu verbieten. Produzentenländer könnten diese Gesetze als Vorlage nehmen, damit auch in diesen Ländern die gleichen Gesetze gelten würden und ein Missbrauch im Handel mit Rohstoffen verhindert würde.
- 2) Ein weiterer zentraler Punkt ist die Regelung von Fusionen. Ein Gesetz, welches Fusionen regelt, die zu einer Monopolstellung oder zumindest einer überdurchschnittlichen Marktmachtkonzentration führen, kann Missbrauch vorbeugen. Im Falle des Kakaosektors ist

die Schwierigkeit diese, dass die meisten Unternehmen grosse, multinationale Firmen sind, die den Sitz nicht in den Produzentenländern haben, mit ihren Tätigkeiten aber einen grossen Einfluss auf diese Länder ausüben. Um mit dieser Exterritorialität umzugehen, muss auch in den Produzentenländern die Fusionen von Multinationalen thematisiert werden. Eine Möglichkeit dieses Problem zu verbessern, wäre eine internationale Wettbewerbskommission, die solche Fusionen und Handlungen der Grosskonzerne überwacht.

Die Auswirkungen von Marktmachtmissbrauch können sich an verschiedenen Stellen entlang der Kette zeigen. Betrachtet man die Beziehung zwischen Kakaohändlern und Bauern, kann festgestellt werden, dass zwischen diesen zwei Akteursgruppen eine grosse Machtdifferenz herrscht. Lokale Bauern haben keine Verhandlungsmacht gegenüber den Käufern, den Kakaohändlern. Die Macht der Händler erlaubt diesen, den Kakaopreis unter den am Wettbewerb orientierten Marktbedingungen festzulegen. Ökonomische Analysen zeigen, dass Händler mit hoher Kaufkraft dazu tendieren, die Verkäufer zu bestrafen, indem sie was tun? während aber der dadurch erwirtschaftete Profit nicht an die Abnehmer weitergegeben wird. Die Frage ist also, wie mit dieser Machtposition umgegangen wird (Musselli 2008:46).

Kontrolle und Machtverteilung entlang der Kette, welche sich wie eben erläutert, auf die Kette auswirken, werden von Gereffi (vgl. Kapitel 2.2) als dritte Dimension der Wertschöpfungskette-Analyse definiert. Auf Grund der beschriebenen Veränderung der letzten Jahre ist es nun und in den kommenden Jahren wichtig, zu untersuchen, welches die Folgen auf andere Aspekte der Kette sind, z.B. auf die Wertschöpfung, auf involvierte Akteure und Institutionen, auf Veränderung der Praxen entlang der Kette etc.

Gemäss Musselli (2008:45) sollten die Bauern idealerweise die Händler, denen sie ihren Kakao verkaufen, selber wählen können. Dies funktioniert nur, wenn verschiedene Händler in den verschiedenen Regionen tätig sind und kein geographisches Machtmonopol entsteht. Die Produzenten würden somit an Marktmacht gewinnen und im Kakaosektor könnten die üblichen Markt- und Wettbewerbsmechanismen spielen.

3.5.3. Bipolare, oligopolistische Schokoladenbranche

Der Kakaosektor wird weitgehend als bipolar bezeichnet, was die Machtverteilungsstruktur der beteiligten Akteure betrifft. Dabei liegt ein Pol bei den Händlern und Verarbeitern und der andere Pol bei den Schokoladenherstellern. Wie mehrfach erläutert sind Kakaomühlen und Kakaoverarbeiter zunehmend transnational tätig und agieren in Produzenten- und Konsumentenländern (Fold 2002:235–237). Da es schwierig ist, die Kakaomühlen strikt von den Händlern zu trennen – auf Grund der oben beschriebenen vertikalen Integration – werden hier Händler, Mühlen und Ver-

arbeiter zusammengenommen. Diese Marktkonzentration liegt ebenfalls der Strukturveränderung des Sektors zugrunde. Um 1990 waren noch gut 40 Verarbeitungsfirmen im Kakaosektor tätig – im Jahr 2000 waren es noch neun (Kaplinsky 2004:21). Der Grund, dass sich nur so wenig Akteure auf dem Markt behaupten konnten, liegt in der *economie of scale* begründet und der Zentralisierung der Vermahlungsunternehmen. Die Vermahlungsunternehmen arbeiten vermehrt mit Töchterfirmen zusammen, die vor Ort, also in den Produzentenländern, die Bohnen handeln und transportieren. Nur grosse Firmen können die hohen Kosten und Risiken der grossen Mengen tragen, die heutzutage normalerweise verschifft werden. Der Handel mit kleineren Volumen kann finanziell nicht mehr mit den grossen Mengen mithalten (Fold 2002:238). Die Veränderung der Verschiffung («Bulk»-Verschiffung und - Lagerung) und die just-in-time Lieferung an die Schokoladenfabriken trugen auch zu dieser Entwicklung bei. Weiter ist auch der Fortschritt in der Technologie der Mühlen ein Grund für die grösseren Vermahl-Mengen. Dieser Fortschritt beinhaltet aber auch Forschung und Investitionen, welche sich nur Grossunternehmen leisten können (Kaplinsky 2004). Dies führte dazu, dass heute acht Händler und Verarbeiter rund 60-80% Marktanteil (auf die weltweite Kakao-Erntemenge bezogen) besitzen (Fountain & Hütz-Adams 2015: 6). Es wird argumentiert, dass eine solche Machtkonzentration die koloniale Kontrolle untermauert und damit die ungleiche Werteverteilung entlang der Wertschöpfungskette verschärft (Phillips & Tallontire 2007:4).

Der zweite Pol liegt bei den grossen Schokoladenproduzenten. Ihr Handlungsraum beschränkt sich aber nur auf einen kleinen Teil entlang der Kette, nämlich auf die Beziehung von den Vermahlungsunternehmen zum Konsumenten (Kaplinsky 2004:24–25). Sechs Schokoladenhersteller dominieren 40% des Herstellungsmarktes (Fountain & Hütz-Adams 2015: 6). Die Schokoladenproduzenten sind der sichtbare Pol, denn sie treten mit ihren Marken gegen aussen auf und sind dementsprechend bekannt.

Durch die Strukturveränderung sind die Bauern wenigen Grosskonzernen gegenübergestellt. Auch in Richtung Konsument hat dies Auswirkungen: Viele Nachfrager stehen wenigen Anbietern gegenüber. Die Marktsituation kann demnach als Oligopol bezeichnet werden (Barrientos 2011:8). Auch die Schokoladenproduzenten sind der oligopolistischen Struktur ausgesetzt, denn auch sie als Käufer sind wenigen Verkäufern (Kakaoverarbeiter und Händler) ausgesetzt (vgl. auch Aussagen der Industrie im Kapitel 5) (Kaplinsky 2004:21).

Die Konzentration der Marktmacht wird nicht nur an der generierten Wertschöpfung erkannt, sondern auch an der Anzahl beteiligter Unternehmen in der Kette. Auch wenn die Wertsteigerung beim internationalen Handel (Transport, Kosten im Ankunftshafen, Handel global) nur bei 1.6% liegt, ist das hochgerechnet auf die gehandelte Ware doch ein gutes Geschäft. Werden die ersten Verarbeitungsschritte (der Vermahlungsunternehmen) dazu gerechnet, können noch einmal

7.6% Wertsteigerung verbucht werden. Dies macht deutlich, dass quasi der ganze Markt im Bereich Verarbeitung innerhalb weniger Unternehmen aufgeteilt wird: In der Industrie, also den Schokoladenherstellern, werden weitere 35.2% Wertschöpfung generiert (Fountain & Hütz-Adams 2015:25; 32-34) und es dominieren fünf Unternehmen mit einem Weltmarktanteil von 57% (Allen 2011:2-3). Der Verkauf der drei grössten Süswarenhersteller Kraft Foods, Nestlé und Mars belief sich im Jahr 2011 auf fast 50 Mrd. US-Dollar, ein Grossteil davon waren schokoladenhaltige Süswaren (Hütz-Adams 2012:21). Die Folgen der Machtverschiebung und Konzentration sind umstritten. Wenn die Anzahl der Unternehmen im Sektor abnimmt, ihr Marktanteil damit

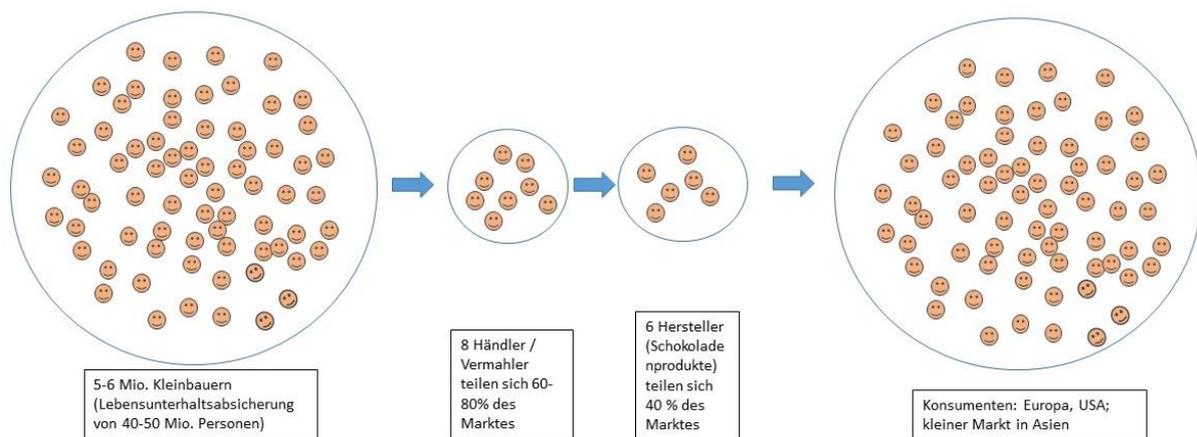


Abbildung 6: Anzahl beteiligter Akteure an der Lieferkette und Konzentration der Segmente. Eigene Darstellung nach (Fountain & Hütz-Adams 2015; Hütz-Adams 2012).

aber zunimmt, führt dies zu einer Marktasymmetrie und zu einer Marktmachtkonzentrationen weniger Grosskonzerne (Kaplinsky 2004:2). Anders sagt Gilbert (2006:2-3) dazu: «one cannot explain a loss of producer share though an increase in market power.»

Zusammengefasst sind für die Strukturveränderung des Kakaosektors folgende drei Faktoren zentral:

1. Das strukturelle Ungleichgewicht, das vom Verbraucher her zum Erzeuger führt; zwischen Kakaoproduzenten (mehrheitlich Kleinbauern) und Ankäufern (mehrheitlich Oligopol-Stellungen, an abgelegenen Orten sogar Monopol-Stellungen von Unternehmen). Diese Asymmetrie zeigt sich als oligopolistische Marktstruktur auf lokalem wie auf globalem Level.
2. Im Bereich der Schokoladenproduktion und der Industrie scheint es eine Balance zwischen sukzessiven Oligopolen zu geben. Die grossen Kakaohändler und Verarbeitungsunternehmen scheinen durch die Kaufkraft und das Kaufverhalten der Kunden untereinander ausgeglichen zu sein. Die grossen Schokoladenhersteller verfügen über professionelle Beschaffungsabteilungen, welche die Preise des Rohmaterials, dessen Qualität etc. kennen und überprüfen. Die Grösse solcher Unternehmen schreckt andere Marktanbieter ab ihre

Marktanteile zu missbrauchen. Mit der Zeit können solche Grosskonzerne die Margen der Halbprodukte- und Kuvertüren-Lieferanten identifizieren und kontrollieren, die Rechenschaftspflichten der Anbieter erhöhen und damit die relative Marktwirksamkeit verstärken.

3. Beim genauen Beobachten der Aktivitäten des Downstreaming-Prozesses in der Verarbeitung von Kakao, kann festgestellt werden, dass entlang der Kette mehr Wertschöpfung in den Konsumentenländern bleibt als in den Produzentenländern; v.a. im Bereich des Marketings und des Vertriebes von Markenschokolade. Das zeigt einerseits auf, dass beim Labeln der Schokolade und im Einzelhandel eine erhöhte Wertschöpfung erzielt wird. Durch diese erhöhte Konzentration im Verkauf ist es möglich, dass das angesprochene Wettbewerbsrecht in Zukunft mehr thematisiert wird. Andererseits widerspiegelt es die Wichtigkeit des Marketings und des Verkaufs in der Wertschöpfungskette Kakao, da der hinzugefügte Wert in der Wertschöpfungskette vor allem durch Werbung, Marketing und den Vertrieb anfällt (Musselli 2008).

Die Wertschöpfungskette des Kakaos lässt sich folglich nicht deutlich als Buyer-Driven Chain definieren (vgl. Kapitel 2.2.1), denn die Machtverteilung entlang der Kette liegt bei zwei unterschiedlichen Akteurs-Gruppen und ist dadurch bipolar.

3.6. Die Rolle der Staaten

In einer Wertschöpfungskette ist die geographische Verortung ein wichtiger Faktor, denn verschiedene Waren überqueren verschieden Landesgrenzen und es werden ihnen in diesen unterschiedlichen Staaten unterschiedliche Bedeutungen zugewiesen. In der vierten Dimension weist Gereffi (vgl. Kapitel 2.2.) darauf hin, wie wichtig es ist den institutionellen Rahmen, welcher die lokalen, regionalen und globalen Konditionen und Strategien vorgibt, zu analysieren. Betrachtet man den gesamten Kakaosektor gestaltet sich die Analyse schwierig, denn je nach Produktionsland sind andere Institutionen in die Lieferkette involviert. Beispielsweise haben in Ghana die staatlichen Behörden eine andere Stellung als in Indonesien und in der Elfenbeinküste und so erhält der Kakao auf Grund seiner wirtschaftlichen Bedeutung einen anderen Stellenwert.

Die Diskussion darüber, was die Rolle der Staaten im Kakaosektor in Bezug auf «Nachhaltigkeitsentwicklung» sind, muss geführt werden (Fountain & Hütz-Adams 2015:11). Diese Dimension kann in der vorliegenden Arbeit nur teilweise angeschnitten werden.

3.6.1. Schokoladenkonsumentenland Schweiz

Für die Schweiz spielt der Kakao eine wichtige Rolle: Berge, Kühe, Uhren, Schweizer Taschenmesser, Käse und Schokolade spucken die Suchmaschinen bei der Bildersuche unter dem Begriff «ty-

pisch Schweiz» aus. Die Schokolade kam um 1820 in das kleine Binnenland. Erst um die Jahrhundertwende gelang der Schweizer Schokoladenbranche aber der Durchbruch mit der Erfindung der Milkschokolade. Durch massiven Kapitalzufluss und Investitionserfolge gelang es der schweizerischen Schokoladenindustrie in der Folge, sich auf dem internationalen Markt zu behaupten (Chiapparino 2001). Die unter «Akteuren» aufgeführten Firmen wie Barry Callebaut, Nestlé, Mondeléz, Lindt&Sprüngli und Ecom haben in der Schweiz einen Unternehmenssitz und tragen damit zur Wirtschaft des Landes bei (Gähwiler & Schweer 2016). Zudem macht der hohe Schokoladenkonsum (ICCO 2014:15) Schokolade zu einem wichtigen Produkt der Schweiz. Dass Forderungen aufkommen, dass die Schweiz dadurch mehr Verantwortung tragen muss, ist nicht erstaunlich (Gähwiler & Schweer 2016; Fountain & Hütz-Adams 2015:11). Gemäss diesen Autoren muss eine Debatte darüber geführt werden, in wieweit Länder, die von solchen «Problemsektoren» (vgl. nachfolgendes Kapitel 3.7.) profitieren, in der Verantwortung stehen einen Beitrag zur Verbesserung des Sektors zu leisten.

Das SECO (SECO: Nachwachsende agrarische Rohstoffe) teilte mit, dass sie die Schweiz als wichtiges Rohstoffhandelsland bei den grossen Rohstofforganisationen vertritt, so auch im Bereich Kakao. Dort setzt man sich ein für die Förderung «eines transparenten Informationsaustausches über die Produktions- und Konsumentenentwicklung», um Nachhaltigkeitsansätze kritisch zu prüfen und gemeinsam mit anderen Mitgliedern der Organisation umzusetzen. Im Grundlagenbericht Rohstoffe des EDA (EDA 2013) anerkennt die Schweizer Regierung die Wichtigkeit des Rohstoffsektors für die Schweiz und das hohe Risiko für Menschenrechtsverletzungen und Umweltverschmutzung durch Schweizer Rohstoffunternehmen. Es werden jedoch nur Empfehlungen für freiwillige Veränderung formuliert. Damit werden die Rohstoffkonzerne von der Regierungsseite nicht wirklich in die Pflicht genommen.

Die EvB (EvB: Schokolade: Die Rolle der Schweiz) fordert von der Schweiz als wichtiges Kakaoland die Wahrnehmung der Verantwortung in der Kakaobranche. So soll die Schweizer Regierung ein Inventar mit allen Kakaoinitiativen erstellen und führen. Weiter sollen Multistakeholder-Initiativen gestärkt werden – dazu soll die Schweiz eine aktive Rolle in der Mitgestaltung einnehmen. Weiter wird gefordert, dass die Transparenz und Funktionsfähigkeit des Handels verbessert wird und Produktionsländer-Regierungen unterstützt werden, damit diese die Kakaoentwicklungspläne umsetzen können (vgl. Kapitel 3.8.1) Es soll sichergestellt werden, dass die Entwicklungsziele erreicht werden können (u.a. MDGs).

3.6.2. Produktionsländer

Wie mehrfach erwähnt, rückt die Rolle des Staates beim Prozess der Marktliberalisierung in den Hintergrund. Durch die neoliberale Restrukturierung wird das Land aber nicht automatisch «ent-

wickelt». Da in den Ländern des globalen Südens der 1. Sektor ein sehr wichtiger Wirtschaftssektor ist, da viele Staaten vom Export ihrer Agrargüter profitieren und durch sie einen Grossteil der Steuern einnehmen und die Bevölkerung von ihrer Landwirtschaft leben muss, behält die Agrarpolitik in diesen Ländern eine zentrale Rolle. Gemäss Laven (2000:71) sind die Möglichkeiten dieser Staaten beschränkt, Veränderungen in der Wirtschaft zu managen.

Produktionsländer von Kakao sollten eine Schlüsselrolle spielen in der Frage nach mehr Nachhaltigkeit und Verbesserung der Situation von Bauern. Das führt auch zur Transparenzforderung – gerade bei so wichtigen Sektoren. Es wird gefordert, dass die Einnahmen von Exportsteuern aus dem Kakao offengelegt werden. Weiter sollen auch die Ausgaben des Staates rund um den Kakaosektor publik gemacht werden, damit die Zivilgesellschaft sieht, was mit den Steuereinnahmen passiert. Der UNGP (UN Guiding Principles on Business and Human Rights) legt fest, dass es in der Verantwortung der produzierenden Staaten steht, ihre Bürger vor Menschenrechtverletzungen zu schützen, d.h. diese Staaten sollen die Verantwortung für das Wohlergehen ihrer Bauern und der Kakaogemeinschaft übernehmen (Fountain & Hütz-Adams 2015:11).

3.7. Herausforderungen im Kakaosektors

In einer perfekten Welt würden Konsumenten direkt beim Produzenten einkaufen, zu einem fixen Preis. Dieser würde einen Profit für den Produzenten sowie für die Herstellung abwerfen. Es würde komplette Transparenz herrschen, keine staatlichen Eingriffe geben und die Daten über Produktion und Konsum würden zentral gesammelt werden. Für Hecht (2013:19) sind die genannten Faktoren zentral für einen gut funktionierenden Markt. Aber die meisten (wenn nicht alle) Sektoren funktionieren nicht nach dem perfekten-Welt Schema.

Der Kakaosektor hat mit einer Vielzahl von Problemen zu kämpfen, die miteinander vernetzt sind, oder aber mit Problemen aus anderen Bereichen zusammenhängen. Zum einen steht die Angst vor einem Kakao-Engpass im Raum, da die Bäume überaltern, die Bauern mit den Folgen von Krankheits- und Schädlingsbefällen zu kämpfen haben und es an agrarischer Professionalität mangelt. Zum anderen hat der Sektor mit weitgehenderen Problemen wie der politischen Instabilität in Westafrika oder der missbräuchlichen Kinderarbeit auf Kakaofarmen zu kämpfen (Hütz-Adams 2011, Matissek et al. 2012, Russillo 2014). Viele NGOs definieren v.a. die Nachhaltigkeit im Kakaosektor als Problem für die Zukunft. Für die Bauern muss der Kakaoanbau ein Einkommen ermöglichen, welches ihnen und ihren Familien den Lebensunterhalt sichert und genügend Gewinn abwirft, um die Kinder in die Schule zu schicken, die Plantagen in angemessener Zeitspanne zu erneuern und die Gesundheit der Bäume sicher zu stellen. Nur dann werden auch die Kinder die Kakaoproduktion weiterführen und der Kakaosektor dementsprechend nachhaltig. Zudem

muss auch im ökologischen Sinne nachhaltig gearbeitet werden, da die Ressource Boden nur beschränkt verfügbar ist. Regulierungen sollen eine nachhaltige Produktion ermöglichen – ohne Menschenrechtsverletzungen und Umweltzerstörung (Fountain & Hütz-Adams 2015).

Der Grossteil des Kakaos wird von Kleinbauern angepflanzt. Ob dies die richtige Form für den Kakaoanbau ist, ist umstritten. Durch plantagenähnlichen Pflanzung könnte die Effizienz gesteigert werden. Da die kleinbäuerliche Struktur, gerade in Afrika, jedoch stark verankert ist, könnte eine Änderung schwierig sein (Matissek et al. 2012:11). Die geringen Anbauflächen der Höfe wird aber auch als Grund für die Armut der Bauern angesehen (Fountain & Hütz-Adams 2015:6).

3.7.1. Angebot/Nachfrage

Der Schokoladenengpass, über den in den letzten Jahren vermehrt in den Medien zu lesen war, lässt sich zum einen auf a) die steigende Nachfrage zurückführen und b) auf das abnehmende Angebot (Baker 2015; Ford u.a. 2014; Ferdman 2014; Merkel 2014). Die Nachfrage in Europa ist stagniert, aber neue Märkte sind am Aufkommen. Je nach Quelle bzw. Autor wird das Nachfragepotenzial nach Schokolade unterschiedlich eingeschätzt. Vor allem Südamerika, Indien, China und der Mittlere Osten entdecken die Schokolade und generieren neue Absatzmärkte (Barrientos 2011:5). Dadurch gerät auch die Industrie unter Druck. Mars schreiben auf ihrer Homepage beispielsweise: «*While demand is increasing, yields are declining - and unless our industry acts now, this situation is unsustainable.*» (Mars: Sustainable Cocoa Initiative).

3.7.2. Kinderarbeit

Aufgrund der Thematik von Kinderarbeit wurden von der Sonderkommission ILO (International Labour Organisation) der Vereinten Nationen mehrere Konventionen verabschiedet. Sie beinhalten die Kinderarbeitsnormen, die das Ausmerzen von Kinderarbeit zum Ziel haben (Hütz-Adams 2012:11).

Als Kinderarbeit wird jene Arbeit bezeichnet, welche mental, physikalisch, sozial oder moralisch gefährlich ist für Kinder. Diese Arbeit verhindert beispielsweise, dass ein Kind zur Schule gehen kann und entzieht dem Kind die Kindheit. (International Cocoa Initiative [ICI] o. J.a; International Programme on the Elimination of Child Labour [IPEC] 2005). Ein Dokumentarfilm der BBC im Jahr 2000 griff die Kinderarbeit und den Kinderhandel in Westafrika auf und schlug damit grosse Wellen. Weitere Medien griffen das Thema auf und brachten damit die Zustände auf den Kakaofarmen in die Öffentlichkeit. Die Schokoladenindustrie reagierte und organisierte ein Treffen mit NGOs, Vertretern der Kakaobranche und Konsumentenorganisationen, um eine Strategie zur Bekämpfung dieser Zustände zu entwickeln – es entstand das Harkin Engel Protokoll mit dem Ziel, die schlimmste Form der Kinderarbeit auszumerzen (IPEC 2005).

Bei der Thematik der Kinderarbeit wird oft betont, dass es nicht um die Kinder geht, welche ihren Eltern auf der Farm aushelfen, sondern vor allem um diejenigen, die wegen der Arbeit nicht zur Schule gehen können. Weiter werden die verschiedenen Aufgaben als unterschiedlich gefährlich eingestuft. Schwerwiegend sind v.a. das Tragen von schweren Gütern, das Spritzen von Düngemittel und Pestiziden, das Schneiden von Bäumen und das Hantieren mit Macheten. Diese Arbeiten werden vor allem für Kinder zwischen 6 und 14 Jahren als gesundheitsgefährdend eingestuft (ICI o.J.b; Leonard & Berlan 2009; Cappelle 2008).

Der Grund für Kinderarbeit sind die ärmlichen Verhältnisse, in denen die Bauern leben. Kinderarbeit wird deshalb als ein Symptom der Armut bezeichnet (ICI o.J.b). Kinder dienen als billige Arbeitskräfte, damit der Ertrag für die Bauern durch tiefere Arbeitskosten etwas höher ausfällt (Nagle 2008:139). Deshalb werden z.T. auch Kinder aus den Nachbarsländern Mali oder Burkina Faso in die Elfenbeinküste verkauft oder verschleppt (sogenanntes «Child Trafficking»), wo sie auf den Plantagen arbeiten müssen (Mistrati 2010). Nagle (2008) zählt die Arbeiten der verkauften und gehandelten Kindern in den Kakaoplantagen in Westafrika zu den weltweit gefährlichsten und strapaziösesten Arbeitsbedingungen für Kinder.

Verschiedene Studien und Recherchen zeigen, dass auch 16 Jahre nach dem Abschluss des Harkin Engel Protokolls das Problem der Kinderarbeit, der Kindersklaven und des Kinderhandels immer noch vielerorts existiert (Tulane University 2015; Mistrati 2012).

Im Zusammenhang mit der Kinderarbeit wird die Frage aufgeworfen: Verursacht Globalisierung Kinderarbeit? Viele Produkte – so auch Kakao – in denen Kinderarbeit in der Lieferkette vorkommt, sind für den Export gedacht. Der Zusammenhang zwischen Marktöffnung und Kinderarbeit wurde von McLaren (2013:240–247) untersucht. Kinderarbeit wird gemäss diesem Autor v.a. als Folge des zu geringen Einkommens angesehen, welches aber wiederum beeinflusst wird durch die Globalisierung. Die Marktöffnung hat zwar einen Einfluss auf das Einkommen, kann aber nicht direkt mit Kinderarbeit in Verbindung gebracht werden.

3.7.3. Mangel an agrarischer Professionalität

Der Kakaobaum wächst in natürlichem Umfeld in räumlicher Lebensgemeinschaft mit einer Vielzahl von anderen Pflanzen. Er ist damit nicht sehr geeignet als Plantagenpflanze, sondern muss zusammen mit anderen Pflanzen, wie beispielsweise den Shade Trees, bewirtschaftet werden. Nach fünf bis sechs Jahren wird der Kakaobaum erntereif. Das Alter der wirtschaftlich genutzten Bäume beträgt im Durchschnitt 25 Jahre, wobei die Bäume in Afrika z.T. bis 40 Jahre Früchte abwerfen – die Ertragskraft nimmt aber mit zunehmendem Alter ab. In vielen Produktionsländern steht man heute vor dem Problem der überalterten Bäume. Verschiedene Projekte versuchen momentan, die Bestände zu verjüngen durch die Anlage von Baumschulen und der Bepflanzung von

neuen, jungen Bäumen. Weiter herrscht eine Wissenslücke bzgl. der Baumpflege allgemein. Viele Bauern wissen nicht, wie die Bäume richtig geschnitten werden müssen, wie man korrekt düngt oder wie der Boden vor Erosion geschützt werden kann. Weiter herrschen auch oft Unklarheiten, wann die Schoten geerntet werden sollen und wie man die Bohnen optimal fermentiert oder wie man den Baum nach der Ernte zu pflegen hat (Matissek u.a. 2012:9). Das alles führt zu einem tiefen Ernteertrag, durch den die Bauern ihr Einkommen generieren müssen. Der Ertrag beträgt in Westafrika im Durchschnitt 350 kg/ha (Matissek u.a. 2012:4). Mit einer guten agrarischen Praxis kann der Ertrag verdoppelt oder verdreifacht werden, wie Beispiele aus Indonesien oder Südamerika zeigen. In Ecuador z.B. wird der Ertrag von Edelkacao je nach Quelle zwischen 250 und 560 kg/ha, wobei aber oft weniger Bäume pro Hektare gepflanzt werden, als dies in Westafrika der Fall ist, da in Ecuador mehr mit Diversifizierungs-Methoden gearbeitet wird. Mit der Hybriden Sorte CCN-51 werden zudem weitaus höhere Erträge erzielt als mit dem Edelkacao (Stienhans 2015:7). In Indonesien sind Erträge von 900 kg/ha üblich (Matissek et al. 2012:4). Der Fokus der meisten Nachhaltigkeitsprojekte liegt auf der Ertragssteigerung. Dies könnte aber auch zu einer grösseren Abhängigkeit der Bauern vom Kakao führen, und schlussendlich zu einem Überangebot. Der Marktpreis würde dann wieder sinken und die Bauern hätten wiederum ein kleineres Einkommen. Auch die Höhe der Investitionen, die zu einer Ertragssteigerung führen würden sind unklar (auch wenn es dazu Berechnungen gibt) (Matissek u.a. 2012:11). Es ist zum aktuellen Zeitpunkt unklar, ob das Modell der Ertragssteigerung unter dem Strich zu einem höheren Einkommen führen kann (Fountain & Hütz-Adams 2015:6).

3.7.4. Krankheiten und Schädlinge

Weiter sind Schädlinge und Pilzkrankheiten ein grosses Problem. Solche Krankheitsbefälle können global zu 30-40% Ernteeinbussen führen. Die Hexenbesenkrankheit («Witches Broom») ist ein Pilzbefall, der im letzten Jahrhundert in Südamerika wütete. Anfangs 90er ausgebrochen hat dieser Pilz in Brasilien während beinahe 10 Jahren eine Produktionseinbusse von 70% verursacht. Auch die Fruchtfäulnis («Black Rot» oder «Pot Rot») ist eine verbreitete Krankheit in Südamerika und Westafrika (je nach Sorte). Gegen die Fäulnis werden heute resistente Sorten gezüchtet, welche längerfristig den besten Schutz gegen die Krankheit darstellen. Auch Schädlinge wie der «Mirid», ein Insekt, welches Anfangs 20. Jahrhundert in Ghana entdeckt wurde, fordern die Kakaoproduzenten heraus. Insektizide können bei der Bekämpfung dieses Schädlings Abhilfe leisten. Die Kakaofrucht-Bohrfliege stellt vor allem in Indonesien und Malaysia ein Problem dar. Das Insektizid, welches dagegen gespritzt werden kann, ist sehr teuer und nützt nur bedingt etwas (ICCO: Pests and Diseases). Viele Kakaobauern, gerade in Afrika, können sich kaum Schutzmittel leisten und es braucht auch Wissen über den Zyklus des Schädlings, um die Kakaopflanzen optimal zu schützen (Matissek et al. 2012:5).

3.7.5. Living Income für Kakaobauern

Es gibt zwei Gründe, wieso ein Kakaobauer ein genügendes Einkommen braucht: Erstens kann nur so langfristig die Kakaoproduktion gesichert werden, da sonst der Sektor zu unattraktiv ist für eine langfristige Weiterführung und Übernahme durch die jüngeren Generationen und zweitens, weil es zum Menschenrecht gehört, ein ordentliches Leben führen zu können:

Um den Kakaosektor nachhaltig zu gestalten, muss der Beruf des Kakaobauern wieder attraktiv werden. Das Einkommen eines Kakaofarmers (wie auch von anderen Bauern) beruht auf vier Bereichen: Produktionskosten, Quantität der Produktion, Verkaufspreis und Qualität des Produktes. Wichtig für die Kalkulation eines genügenden Einkommens sind auch die Anzahl von der Farm anhängigen Personen und die laufenden Unterhaltskosten der Farm (Fountain & Hütz-Adams 2015:40–43). So kann ein Mindesteinkommen berechnet werden und aktuell sind Preiserhöhungen notwendig, um dieses zu erzielen (Hütz-Adams 2012:29).

Die Bauern können mit einer Ertragssteigerung mehr Einkommen generieren, müssen dafür aber auch mehr Geld für Dünger, Pestizide und Weiterbildungen ausgeben. Der Weg der Diversifizierung wird deshalb intensiv debattiert, da eine zweite Fruchtpflanze die Bauern absichern könnte (Hütz-Adams 2012:29). Das Thema der Diversifizierung wird auch von Zertifizierungsprogrammen und Kakaorganisationen aufgenommen und an Treffen diskutiert (WCF 2014:14). Das Zertifizierungsprogramm UTZ sieht aber das Vorantreiben von Diversifizierung nicht als Aufgabe der Zertifizierung an (Vries 2009:14).

Hütz-Adams (2012:29) hat den Anteil des Einkommens eines Bauerns am Schokoladenpreis aufgeschlüsselt. Eine 100g-Tafel Milkschokolade für 0.79 Euro (Durchschnittspreis im Detailhandel in Deutschland) wirft für den Bauern 6.3 Cent ab. Vergleicht man dies mit dem Aufwand der Werbekosten, die um 8 Cent liegen, wird schnell klar, dass der Gewinnanteil der Kakaobauern an der Schokolade sehr gering ist. Anders kann man auch folgende Rechnung aufstellen (nach Zahlengrundlagen von Fountain & Hütz-Adams 2015):

Ein Beispiel: Ein Bauer in Afrika bewirtschaftet 3 Hektaren Land und pflanzt Kakao an.

3ha → 350 kg/ha Durchschnittsertrag → 1050 kg Ernte

Profit pro Tonne: 1200 \$ → 1,05 x 1200 \$ = 1260 \$ Einnahmen

Das macht 3.45 \$/Tag, was bei einer 4-köpfigen Familie 0.86 \$/Tag/Kopf ergibt. Die 1200 \$ Einnahmen basieren auf Zahlen ohne Initialkosten und Sozial-, Umwelt- und ökonomische-Kosten.

Nach anderen Quellen verdienen die Bauern um die 1000 Euro pro Jahr, d.h. sogar nur 0.50 \$/Tag (Mistrati 2010; Fountain & Hütz-Adams 2015).

3.7.6. Politische- und Umwelt-Rahmenbedingungen in den Produzentenländern

Die politische Instabilität muss an dieser Stelle nochmals angesprochen werden. In der Elfenbeinküste kam es in den 1970er wegen der Wirtschaftskrise zu Unruhen. Weitere Unruhen folgen im Jahr 1999, auf Grund des Militärputsches gegen die damalige Regierung. Das Land befand sich lange in einem unstabilen Zustand, es kam zu Massakern und zu einer Spaltung der Gesellschaft. Erst 2007 kam durch das Friedensabkommen wieder Ruhe ins Land. Aber auch Krankheiten wie Cholera, Malaria oder HIV wirken sich auf den Kakaosektor aus, gerade in einem Land wie der Elfenbeinküste, in dem viele Menschen als Kakaobauern arbeiten (Matissek u.a. 2012:9).

Um Investitionen für eine bessere Agrarpraxis zu tätigen, sind Kakaobauern oft auf Kredite angewiesen. Sie verfügen häufig nicht selber über das nötige Geld. Es ist jedoch schwierig für die Bauern, eine Bank zu finden, die einen solchen Kredit spricht. Weiter stellt die rare Infrastruktur in den ländlichen Gebieten ein Problem dar. Fehlende Gesundheitsvorrichtungen, Schulen oder Strassen erschweren den Menschen in den Dörfern das Leben. Aus diesem Grund kommt es auch immer mehr zum Phänomen der Landflucht, da die jungen Menschen in den Dörfern keine Perspektive haben (Matissek u.a. 2012:11–12; Fountain & Hütz-Adams 2015:6).

Die Unattraktivität des Sektors bewirkt weiter, dass die Stadtflucht vorangetrieben wird, dass Kakaobauern den Sektor wechseln und aus dem Kakaogeschäft aussteigen oder zumindest nicht mehr in ihre Kakaoplantagen investieren. Weiter sind im Kakaoanbau Frauen in vielen Bereichen benachteiligt durch ungleiche Bezahlung, eingeschränkten Zugang zu Land und Krediten oder grössere Hürden bei Trainingsmassnahmen. Die Pestizideinsätze bilden eine weitere Schwierigkeit. Einerseits da es z.T. schwierig ist, an Pestizide und Dünger zu kommen oder die finanziellen Mittel aufzutreiben, andererseits aber auch weil der Einsatz falsch erfolgt, d.h. in der Regel zu grosse Mengen gespritzt werden, was für den Boden schädlich ist. Weiter sind die Personen mangels Utensilien zu wenig vor den giftigen Stoffen geschützt (Hütz-Adams & Mürlebach 2013:7-11). Der hohe Einsatz von Pestiziden ist auch bei der Untersuchung der Osterhasen «Osterhasencheck» festgestellt worden (Supply Change, Global 2000 & Südwind 2016). Auch die Gefahr der Abholzung des Regenwaldes für die Erschliessung neuer Plantagenflächen bleibt weiterhin bestehen (Hütz-Adams & Mürlebach 2013:12).

3.8. Nachhaltigkeitsinitiativen

Damit Unternehmen in Nachhaltigkeitsprojekte investieren, muss ein Markt dafür vorhanden sein, um die grossen Investitionen zu rechtfertigen. Dieser Markt existiert bereits im Schokoladensegment der Bio- und Fairtradelabels. Eine weit verbreitete Lücke besteht bei den Massenprodukten (Phillips & Tallontire 2007:5). Der Grossteil der Schokolade ist (noch) nicht zertifiziert, da ein grosser Markt für konventionelle Schokolade existiert (Fountain & Hütz-Adams 2015:26)

Dementsprechend fehlt der Druck der Konsumenten auf die Schokoladenindustrie und weiterführend der Schokoladenhersteller auf die Händler und Verarbeiter. Gemäss Phillips und Tallontire (2007:5) übernehmen zurzeit weder Händler noch die Schokoladenindustrie genügend Verantwortung für die anstehenden Themen der Produktion. Durch die teils schwieriger Produktionsverhältnisse und dem steigenden Druck nach mehr Nachvollziehbarkeit, aber auch aufgrund der Aussicht, dass das Kakaoangebot bald zu klein für die steigende Nachfrage sein wird, entstanden in den letzten Jahren dennoch einige Initiativen und Projekte zur Förderung der Nachhaltigkeit und der Transparenz im Kakaosektor.

Die Debatte um Nachhaltigkeit hat sich nun auch auf die Handelspraktiken ausgeweitet (Russillo 2014:4). Die grossen Schokoladenhersteller wie Mars, Hershey's, Lindt&Sprüngli oder Ferrero haben sich öffentlich dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2020 100% zertifizierten Kakao in ihren Lieferketten zu verwenden (Fountain & Hütz-Adams 2015:25). Mars war die erste Firma, die mit einem solchen Commitment an die Öffentlichkeit getreten ist: *«We are the first global chocolate company to promise to source 100% certified cocoa by 2020.»* (Mars: Sustainable Cocoa Initiative). Wenn diese Industrien bis 2020 ihre Ziele erreichen, wäre der Effekt gross. Denn diese Schokoladenhersteller decken ca. 50% des globalen Schokoladenbedarfs ab und somit haben solche Absichtserklärungen eine grosse Auswirkung auf den Sektor. Weiter schlossen sich viele Akteure aus dem Handel und der Industrie gemeinsamen (teils mit NGOs) Nachhaltigkeitsinitiativen oder Organisationen an.

Der Nachhaltigkeitsbegriff wird jedoch nicht von allen Akteuren gleich ausgelegt und interpretiert. Je nachdem ob es sich um private, öffentliche oder nationale Anstrengungen handelt und welche Organisationen dahinterstehen, unterscheiden sich die Schwerpunkte und Grade der Standards. Grundsätzlich gehen die Ansätze aber in dieselbe Richtung. Organisationen und Initiativen versuchen nun, den Nachhaltigkeitsbegriff für die involvierten Akteure zu standardisieren. Unterschiedliche Ziele und Standards sind aber nicht unbedingt schlecht: So können sich Bauern und Akteure selber überlegen, welches Verständnis sie von Nachhaltigkeit haben und sich dementsprechend in ausgewählten Organisationen oder Initiativen engagieren. Wenn es auf dem Markt verschiedene Standards gibt, entsteht auch ein Wettbewerb und Innovation (Russillo 2014:4-5). Die wichtigsten Organisationen und Initiativen im Bereich der Nachhaltigkeit werden folgend vorgestellt.

3.8.1. Internationale Organisationen und Abkommen

Die nun vorgestellten internationalen Abkommen und Organisationen fordern mehr Nachhaltigkeit im Sektor, wobei wie erwähnt je nach Vorstoss und Hintergrund Nachhaltigkeit anders definiert wird. Weiter wird der Zusammenarbeit der verschiedenen Stakeholder ein wichtiges Augenmerk gegeben.

Harkin Engel Protokoll

Im Zentrum des Harkin Engels Protokoll steht ein Schlüsselplan zur Bekämpfung der Kinderarbeit. Das Protokoll wurde 2001 von den führenden Schokoladenherstellern unterzeichnet, die sich dazu verpflichten, Schritte einzuleiten um die «schlimmste Form der Kinderarbeit» auszumerzen. Der Beschluss lehnt sich bei der Definition der «schlimmsten Form von Kinderarbeit» an die Formulierung der International Labor Organization (ILO) an. Als Ziel für die Umsetzung der Massnahmen und damit dem Ausmerzen der Kinderarbeit setzten die Unterzeichner den Sommer 2005 fest (Chocolate Manufacturers Association 2001). Das Protokoll wurde nach Ablauf verlängert, da das Ziel nicht erreicht wurde. Es wird kritisiert, dass das Protokoll nur ein «Vorzeige-Dokument» sei, welches nicht umgesetzt wird (Mistrati 2010).

Die International Cocoa Organization

Die wohl wichtigste Organisation in der Kakaobranche ist die International Cocoa Organization (ICCO) mit Sitz in London. Zu den Mitgliedern gehören vor allem Regierungen, die im Kakaosektor tätig sind – die wichtigen Produktions- und Konsumationsländer (EU Staaten, Schweiz, Russland und 18 Produktionsländer). Die Organisation wurde 1972 aus dem ersten International Cocoa Agreement heraus gegründet. Das erste International Cocoa Agreement wurde an der Kakaokonferenz von den Vereinten Nationen in Genf verabschiedet. Als Organisatorin der United Nations International Cocoa Conference gehört sie zu den wichtigsten Organisationen im Sektor. An den Kakaokonferenzen wurden seither sieben weitere Abkommen erarbeitet und verabschiedet. Die ICCO hat die Aufgabe der Verwaltung und Kontrolle der Übereinkommen. Als wichtiger Schwerpunkt in ihrer Arbeit sieht die ICCO die Markttransparenz, für die sich die Organisation einsetzt; seit der Gründung sammelt, verarbeitet und publiziert die ICCO Kakaostatistiken. Vierteljährlich wird ein Bulletin mit den wichtigsten Statistiken veröffentlicht. Das Bulletin kann kostenpflichtig bestellt werden. Auf der Homepage der ICCO (www.icco.org) sind auch vielerlei Präsentationen und Dokumente von Kakaotreffen als Download erhältlich. Dies macht es möglich, einen (beschränkten) Einblick in die debattierten Themen von solchen Treffen zu erhalten.

ICCO: Global Cocoa Agenda and Development Plans

An der World Cocoa Conference 2012 in Abidjan, die von der ICCO organisiert wurde, verabschiedeten die anwesenden Mitglieder die Global Cocoa Agenda (GCA). In diesem Dokument sind Ziele für einen nachhaltigeren Kakaosektor festgehalten. Dieses strategische Dokument zeigt die aktuelle, prekäre Situation im Kakaosektor auf. Die Vereinbarung geht aber insofern einen Schritt weiter, als dass die Agenda Handlungsmöglichkeiten für die Konsumenten- wie auch Produzentenländer aufzeigt, um die Situation des Sektors zu verbessern. In Arbeitsgruppen, die aus verschiedenen Stakeholdern entlang der Kakao-Lieferkette (Produzenten, Händler, Verarbeiter, Schokoladenindustrie, Regierungen, und NGO's) bestanden, wurden verschiedenen Herausforderungen

des Sektors eruiert und Lösungsansätze erarbeitet. Vier Handlungsfelder wurden ausgearbeitet, bei welchen angesetzt werden soll: Nachhaltige Kakaoproduktion, nachhaltige Kakao-Industrie, nachhaltiger Kakao-Konsum und das strategische Management. Innerhalb des strategischen Managements sollen von allen Konsumenten- und Produzentenländern die Cocoa Development Plans (CDP) erstellt werden. Die Entstehung jedes CDPs soll in einem partizipativen Prozess erfolgen, in den alle Stakeholder miteinbezogen werden (ICCO 2012a). Die Mitgliederstaaten sind nun dabei, in Aktionsplänen Lösungsansätze für die vereinbarten Ziele (Verbesserung der Nachhaltigkeit und die Bekämpfung der vorhandenen Probleme) zu finden. Die Umsetzung der festgelegten Punkte liegt nun bei den Regierungen der Produktions- und Konsumationsländern. Sie sind dabei, jeweils eigene Kakao-Programme zu entwickeln, um ihre Kakaobranche voranzutreiben. Handeln müssen alle Stakeholder, die auf nationalem, regionalem und lokalem Level tätig sind. Neben der Unterstützung der Bauern muss die eigene Rolle innerhalb des Sektors definiert werden (ICCO 2012a).

Mit dieser Global Cocoa Agenda (ICCO 2012a), welche von den Teilnehmern der Kakaokonferenz 2012 verabschiedet wurde, ist ein Schritt in die Entwicklung von nachhaltigen Strategien getan.

World Cocoa Foundation: CocoaAction

Die World Cocoa Foundation (WCF) als weitere grosse Organisation im Kakaosektor wurde 2000 gegründet und hat ihren Sitz in Washington DC. Die WCF zählt rund 100 Mitglieder aus dem gesamten Bereich der Wertschöpfungskette des Kakaos. Sie ist eine öffentlich-private Organisation und hat die Förderung einer nachhaltigen Kakaowirtschaft zum Ziel. Die WCF konzentriert sich vor allem darauf, die Industrie und die Händler mit den Produzenten zusammenzubringen und den Dialog zu fördern. Im Gegensatz zur ICCO, bei welcher die Regierungen im Zentrum stehen, liegt bei der WCF der Privatsektor, die Industrie und der Handel im Focus (WCF).

International Cocoa Initiative

Weiter entstand 2002 die Organisation International Cocoa Initiative (ICI) mit Hauptsitz in Genf, welche sich für die Bekämpfung der Zwangs- und Kinderarbeit auf den Kakaoplantagen einsetzt. Die gemeinnützige Stiftung vertritt einen partnerschaftlichen Ansatz und setzt sich aus Vertretern der Zivilgesellschaft, der Gewerkschaften und der Schokoladenindustrie zusammen, die im ICI-Vorstand paritätisch zusammenarbeiten. Die Organisation arbeitet vor allem in Ghana und der Elfenbeinküste. Die Schokoladenindustrie und Handels-/Vermahlungsunternehmen verweisen in ihren Nachhaltigkeitsprojekten häufig auf ihre Teilnahme an der ICI (Nestlé, Cargill, Barry Callebaut u.m.). Die International Labor Organization (ILO) hält als Berater Einsatz bei der ICI (ICI).

Weitere Initiativen

Neben den oben Gennanten existieren weitere zivilgesellschaftliche Initiativen oder auch Projekte und Stiftungen aus der Privatwirtschaft. Viele Schokoladenhersteller arbeiten nicht mit einem der schon etablierten Standards und Labels zusammen, sondern entwickeln eigene Anforderungen und Standards für ihre Produkte. Mit diesen Projekten wollen die entsprechenden Firmen ebenfalls gewisse Anforderungen an soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit in ihrer Lieferkette stellen (Barrientos 2011: 2).

Als Beispiel von zivilgesellschaftlichen Initiativen ist der Kakaobarometer zu erwähnen, der von einem Netzwerk auf NGOs erarbeitet wurde (Fountain & Hütz-Adams 2015). Weiter setzten viele NGOs Kakaoprojekte um und arbeiten dadurch ebenfalls zum Thema der Transparenz und tragen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit des Sektors bei (Solidaridad, Oxfam, Helvetas, Claro, u.v.m.). Für die diese Arbeit sind die privatwirtschaftlichen Initiativen jedoch fast spannender. Beispielsweise hat Nestlé den «Cocoa Plan» entwickelt (Nestlé Cocoa Plan), bei dem ebenfalls versucht wird, bessere Bedingungen für Kakaobauern zu schaffen. Unter den Stichworten «Better Lives, Better Farming, Better Cocoa» wird versucht, die Situation für die Kakaobauern zu verbessern. Über das Programm werden z.B. Schulen für die Kinder gebaut oder die Bauern weitergebildet. Nestlé arbeitet bei dem Cocoa Plan mit der UTZ Zertifizierung (Ausführungen dazu in 3.8.2). Damit können Produkte aus dem Cocoa Plan Programm mit dem UTZ Label und dem Cocoa Plan Label signiert werden. Bei Lindt & Sprüngli wurde ein eigener Standard implementiert, und nicht mit einem Zertifizierungsprogramm zusammengearbeitet. Das Projekt nennt sich «Lindt & Spüngli Cocoa Farming Project» (Lindt & Spüngli: Cocoa Farming Project). Bernrain Schokolade setzt wiederum auf die Zertifizierungsprogramme Fair Trade und Bio. Weiter versucht dieser Schokoladenhersteller den Kakao möglichst direkt ab einer Kooperative zu beziehen und Ressourcen schonend zu produzieren (Chocolat Bernrain AG: Stella Bernrain). Auch Händler wie Cargill haben angefangen, solche Projekte zu lancieren: «The Cargill Cocoa Promise» nennt sich das Projekt, welches im Jahr 2012 lanciert wurde. Auch in diesem Beispiel werden Farmer wie auch Communities unterstützt (Cargill: The Cargill Cocoa Promise). Der Kakaogigant Barry Callebaut hat eine Linie – Horizons Cocoa – von Produkten aufgebaut, hinter denen ein Nachhaltigkeitsprojekt steht (ebenfalls ohne Zertifizierung, sondern unter eigenen Standards; Barry Callebaut AG: Horizons Cocoa).

Diese Initiativen haben alle zum Ziel, die Produktion und die Lebensqualität der Kakaobauern zu verbessern und die Umweltbelastung zu reduzieren. An den Initiativen wird ersichtlich, dass auch Grossunternehmen, die im Bereich des Handels, der Vermahlung, und der Schokoindustrie tätig sind, grundsätzlich ein Interesse an einer Verbesserung der Missstände haben.

3.8.2. Zertifizierungsprogramme

Verschiedene Labels und Zertifikate geben dem Konsumenten Aufschluss über die Herstellung von Produkten. Durch die Kennzeichnung der Produkte mit einem Label-Signet wird für den Konsumenten ersichtlich, mit welchen Standards dieses Produkt hergestellt wurde (Fountain & Hütz-Adams 2015). Das funktioniert, wenn einerseits das Label und der Standard bekannt sind und andererseits wenn sich der Konsument darauf verlassen kann, dass das Produkt diese Anforderungen auch erfüllt.

Verschiedene Aspekte müssen bei einer Zertifizierung berücksichtigt werden:

- 1) Es werden Standards definiert.
- 2) Ein Audit überprüft die festgelegten Standards.
- 3) Das Label wird vermarktet, um bekannt zu werden.
- 4) Die zertifizierten Produkte müssen nachgefragt, d.h. gekauft werden.

In der Diskussion um Zertifizierung und der Kritik daran, werden diese Aspekte oft als Eines angesehen und ohne Diskussion über die einzelnen Komponenten auf die Standards heruntergebrochen. (Fountain & Hütz-Adams 2015). Da meistens zertifizierter und konventioneller Kakao in der gleichen Fabrik verarbeitet werden, wurden zwei Systeme entwickelt, wie damit umgegangen werden kann. Als «Segregation» wird das Verfahren bezeichnet, welches zertifizierten Kakao strikt von konventionellem trennt. Es ist entlang der ganzen Kette nicht erlaubt, zertifizierten Kakao mit konventionellem Kakao zu vermischen – bis hin zum Endprodukt. Die Methode der «Mass Balance» dagegen führt diese strikte Trennung nicht aus: Konventionelle und zertifizierte Kakaobohnen dürfen im Laufe des Prozesses von der Rohbohnenbeschaffung bis zur Schokolade zu einem gewünschten Zeitpunkt gemischt werden. Nur durch die administratives errechnen lässt sich dann sagen, wie gross der Anteil der zertifizierten Bohnen ist (und damit wie gross der Anteil an zertifizierten Endprodukten ist). Dabei stützt sich der Begriff «Mass» auf das Gewicht. Es wird also über das Gewicht kontrolliert, dass nur so viel zertifizierte Produkte aus der Fabrik kommen wie Bohnen hineingelangt sind. Dabei wird weiter unterschieden zwischen der zeitbasierten Mass Balance und der physikalischen Mass Balance. Das Zeitbasierte System erlaubt, «Zertifizierungskredite» zeitlich zurückzuhalten, um bei höherer Nachfrage mehr zertifizierte Kakaoprodukte auf den Markt zu bringen. Also wenn in einem Jahr viel Kakao produziert wird, der zertifiziert ist, die Nachfrage aber in diesem Jahr gering ist, dann kann weniger Kakao als zertifiziert verkauft werden, obwohl er zertifiziert wäre, und das Jahr darauf dürften dafür mehr zertifiziert Produkte (aus nicht zertifizierter Rohware) verkauft werden. Bei der physikalischen Mass Balance können «Zertifizierungskredite» geographisch entlang der Lieferkette verschoben werden. Das bedeutet Flexibilität, wenn Angebot und Nachfrage geographisch nicht beieinander liegen (ICCO 2012b:76–

77). Diese Methode hat eine gewisse Intransparenz zur Folge, da der Konsument nicht weiss, ob das gekaufte Produkt diesen vorgegebenen Standards entspricht.

Es ist wichtig, klar zu machen, dass Zertifizierung nicht das gleiche wie nachhaltige Produktion bedeutet. Zertifizierung kann aber als Instrument und Hilfe zur Verbesserung der Nachhaltigkeit genutzt werden. Nachhaltigkeit bedeutet auch immer, dass alle involvierten Akteure entlang der Lieferkette verantwortlich gemacht werden und etwas verbessern müssten (Fountain & Hütz-Adams 2015).

Die wichtigsten drei Zertifikate im Kakaosektor sind UTZ, Fair Trade und Rainforest Alliance. Je nach Region gibt es aber noch etliche mehr. Weiter ist auch die Bio-Zertifizierung ein Thema. Es werden hier diese vier Standards kurz erläutert.

UTZ

Das weit verbreitetste Zertifizierungslabel im Kakaosektor ist UTZ. UTZ ist eine Multi-Stakeholder Initiative für einen *«nachhaltigen Anbau und bessere Zukunftsaussichten für Farmer, ihre Familien und unseren Planeten.»* Um eine möglichst breite Masse zu erreichen und auf der Basis der grossen Menge einen kleinen Schritt Richtung Nachhaltigkeit zu gehen, formuliert UTZ seine Ziele wie folgt:

«Ziel ist ein effizientes Zertifizierungs- und Nachverfolgungsprogramm für eine sozial verantwortliche und umweltfreundliche Kakaoproduktion, das sowohl die Bedürfnisse der Hersteller als auch des Marktes erfüllt.» (UTZ Certified: Produkte Kakao)

UTZ orientiert sich am Weltmarktpreis und arbeitet mit Prämien, welche den Zertifikatsbesitzern ausbezahlt werden. Das Zertifizierungsprogramm konzentriert sich in den Produktionsländern vor allem auf das Management der landwirtschaftlichen Betriebe. UTZ arbeitet mit dem System der Segregation und der Mass Balance, wobei der Händler, bzw. die Schokoladenindustrie selber entscheiden kann, welche Methode zur Verarbeitung verwendet wird. Zertifiziert werden beide Endprodukte (UTZ Certified: Produkte Kakao).

Fairtrade

Fairtrade International (FT) geht einen Schritt weiter als UTZ und hat neben der fixierten Prämie auch einen Mindestpreis festgelegt, der für den zertifizierten Kakao bezahlt wird. Falls der Weltmarktpreis über dem Mindestpreis liegt, gilt selbstverständlich der Weltmarktpreis. Von weiterem Nutzen ist die Unterstützung der Kooperativen: nachhaltige Praktiken werden den Bauern nähergebracht und sie werden für verschiedene Themen sensibilisiert. Fairtrade bietet Unterstützungs-Services auf dem Feld an, führt Trainings für die Bauern durch und hilft beim Vermarkten

der Produkte (Fairtrade 2014, Fairtrade: Cocoa). Bei Fairtrade ist die Methode Mass Balance ebenfalls zugelassen (ICCO 2012b:78).

Rainforest Alliance

Rainforest Alliance (RFA), welche Kakao und Kaffee zertifiziert, sieht vor allem das Zusammenspiel von Natur und Mensch im Vordergrund. Die Organisation setzt sich für den Erhalt der Artenvielfalt ein und für die Sicherung der Lebensgrundlage durch ökologische Landnutzung. Durch Schulungen und Zertifikate arbeiten die Bauern für den Erhalt eines gesunden Ökosystems, welches auch das Wohlergehen der Gemeinden fördert. Für das Zertifikat müssen die Kakaobauern Standards für den Schutz der Ökosysteme erfüllen. Damit werden folgende Ziele verfolgt: Wälder werden erhalten, der Klimawandel wird gedrosselt, die Artenvielfalt erhalten, die Armut gelindert und das unternehmerische Handeln verändert (Rainforest Alliance). Auch die RFA zahlt eine Prämie an die Kooperative, die dem Markt angepasst ist. Rainforest Alliance erlaubt den Kakaoabnehmern für die weitere Verarbeitung und Lieferkette nur das Verfahren der Segregation (ICCO 2012b:78).

Bio

Diverse Bio-Labels, die auf dem Markt sind, setzen sich für eine biologische Landwirtschaft ein. Die Standards sind aber je nach Label unterschiedlich. Für das Schweizer Label von Bio Suisse (Knospe) gilt zusätzlich zu den auch für andere Produkte gültigen Vorschriften, dass bei Kakao kein Lecithin eingesetzt werden darf. Neben dem biologischen Anbau fördert Bio Suisse auch den fairen Handel. Zudem erleichtert Bio Suisse die Zertifizierung für Kleinbauerngruppen, wie sie im Kakao üblich sind (Bio Suisse 2016:259, 263, 283).

Label Vergleich

Über das Tool von standardsmap.org können zu verschiedenen Produkten Standard-Labels gesucht und nach Kriterien verglichen werden.

In der Grafik rechts sind die verschiedenen Anforderungen für Kakaoanbau je nach Standard abgebildet. Jede Anforderung wird nach Einzelkriterien aufgeschlüsselt und gewichtet. Für das Umweltkriterium gelten beispielsweise die Faktoren Boden, Wald, zugeführte Stoffe wie Dünger, Biodiversität, Tierhaltung, Abfall, Wasser, Energie und Klima (International Trade Center 2015). Ebenfalls eingerechnet sind die Ausführung von sozialen-, Management-, Qualitäts- und ethischen- Standards.

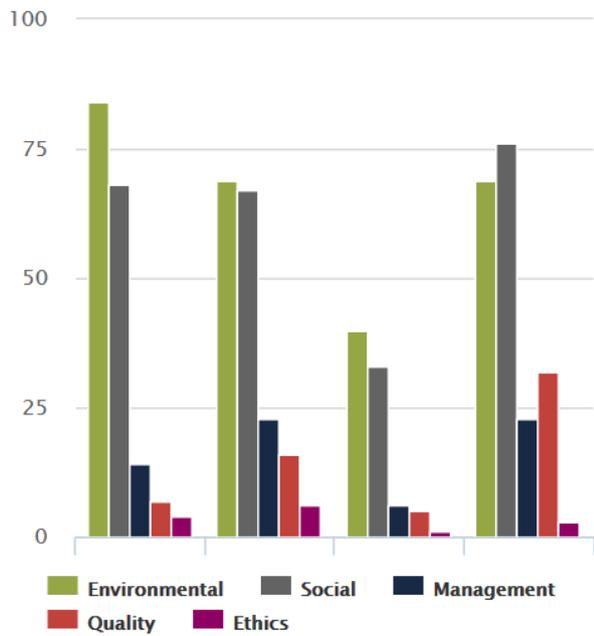


Abbildung 7: Anforderungen pro Standard. v.l.n.r.: RFA, FT, Bio Suisse, UTZ (International Trade Center 2015).

Die Grafik kann irreführend sein, da der Grad der Umsetzung nicht miteingerechnet wird, sondern nur, ob die aufgelisteten Faktoren überhaupt relevant sind im entsprechenden Zertifizierungsprogramm.

4. Methodik

Dieses Kapitel befasst sich mit der Frage, welche wissenschaftliche Methode die Forschungsfrage dieser Arbeit beantworten kann. In der Natur- wie auch der Sozialwissenschaft entwickeln sich Methoden und Instrumente abhängig von den Frage- und Problemstellungen der Disziplinen. Die Methode bildet die Grundlage, um Fragestellungen zu beantworten und Probleme zu lösen (Friedrichs 1990).

Um eine Forschungsarbeit durchzuführen, sind sowohl die richtige Forschungsfrage, als auch eine angemessene Methode zentral. Welche Methode die richtige ist, ist dabei nicht immer ganz offensichtlich, denn jede Methode weist Vor- und Nachteile auf. Zentral bei der Auswahl der Methode ist, dass die gewählte Methode den bestmöglichen Zugang zum Forschungsgegenstand bietet (Baur & Blasius 2014:42–43).

Für den empirischen Teil dieser Arbeit wird hauptsächlich mit der Methode der Experteninterviews gearbeitet. Deshalb wird folgend auf die Methode der Experteninterviews und die Auswertung der Daten eingegangen. Dann folgt eine Reflexion des Zuganges zum Feld. Abschliessend wird die Methodik kritisch beleuchtet.

4.1. Expertinnen und Experten Interviews

Wie das Wort Experteninterview vermuten lässt, handelt es sich um Interviews mit Experten. Doch was ein Experte ist, wird unterschiedlich aufgefasst und definiert. In dieser Arbeit stützt sich der Begriff «Experte» auf der Definition von Gläser & Laudel (2009:12), nach denen ein Experteninterview «eine spezielle Methode, die zu einem ganz bestimmten Zweck eingesetzt wird» ist – in diesem Falle die Untersuchung des Kakaosektors. Das vorhandene Wissen zum untersuchten Bereich macht eine Person zu einem Experten desselben.

Experteninterviews gehören zu den nichtstandardisierten Interviews. Es wird für gewöhnlich mit einem Leitfaden gearbeitet. Leitfadeninterviews arbeiten mit vorgegebenen Themen und Fragelisten, welche aber in der Reihenfolge am Interview angepasst und ergänzt werden können. Damit kann flexibel auf vom Interviewpartner angesprochene Themen eingegangen und nachgefragt werden (Gläser & Laudel 2009). Der Leitfaden dient dazu, theoretische Vorüberlegungen in der Erhebung zu berücksichtigen. Liebold & Trinczek (2009:37–38) bezeichnen dieses Phänomen als «geschlossene Offenheit», denn einerseits wird das Gespräch mit konzeptionellen Vorüberlegungen strukturiert und geleitet, andererseits ist es aber eine offene Gesprächstechnik, bei der versucht wird, ein fließendes, vertrautes Gespräch zu führen.

Bereits vor dem Durchführen des Interviews muss bekannt sein, was das Ziel der Befragung ist. Dabei sollen die Informationen, die zu diesem Ziel führen, ausgearbeitet werden («specifying») –

das heisst, dass die Fragen z.T. sehr konkret gestellt werden müssen, damit man an die gewünschten Informationen herankommt (Gorden 1998:11).

4.1.1. Auswahl der Interviewpartner

Eine besondere Beachtung sollte auch der Auswahl der Fälle (Interviewpartner) gegeben werden. Es sollten genügend geeignete Fälle, die eine Variation der Variablen aufweisen, ausgewählt werden (Gläser & Laudel 2009). Aus forschungspraktischen Gründen ist im Falle dieser Arbeit die Auswahl beschränkt. Der Zugang zum Kakaosektor und zu Rohstoffhändlern hat sich als schwierig herausgestellt. Die Vermittlung von Interviewpartnern durch eine Kontaktperson ist essentiell. Das bedeutet im Falle dieser Untersuchung, dass die Frage nach der Verfügbarkeit und Bereitschaft eines Interviewpartners in den Vordergrund rückt. Die eigentlich ebenso wichtige Frage, nämlich diejenige, ob «der Interviewpartner am ehesten in der Lage ist, präzise Antworten zu geben» (Gorden, zit. In Gläser & Laudel 2009:117), rückt damit in den Hintergrund.

Eine Vorstudie mit einem Pretest ist wichtig, um keine Daten zu verlieren (Gläser & Laudel 2009). Da es schwer ist, für die gewählte Fragestellung überhaupt an Interviewpartner heranzukommen, ist jedes Interview mit den dabei erzeugten Daten enorm wichtig und da der Leitfaden für jedes Interview angepasst wurden, wurde deshalb in diesem Falle auf einen Pretest verzichtet.

4.1.2. Transkription

Die Interviews dauerten alle zwischen 50 Minuten und 1.5 Stunden und wurden im Nachgang vollständig transkribiert. Da einige Interviews in Mundart geführt wurden, wurde bei der Transkription Dialekt in Hochdeutsch umgeschrieben und z.T. Anpassungen getroffen, um die Aussagen grammatikalisch anzupassen. Die Interviews in englischer Sprache wurden auf Englisch transkribiert. Fremdwörter oder genannte Fachbegriffe in Englisch wurden in den jeweiligen Sprachen gelassen.

Nach Liebold & Trinczek (2009:41) soll die Genauigkeit der Transkription dem Credo entsprechen, nur diejenigen Informationen zu erfassen, die nötig sind und genutzt werden wollen. Deshalb werden nichtverbale Äusserungen nicht im Transkript vermerkt, ausser wenn sie dem Gesagtem eine andere Bedeutung geben. Unterbrechungen im Gespräch oder Aktivitäten, wie z.B. das Zeigen auf Karten, werden vermerkt um den Zusammenhang zum Gesagten herzustellen. Unverständliche Passagen und Wörter werden als solche gekennzeichnet, nach Möglichkeit jedoch sinngemäss weiterverwendet.

4.2. Auswertung der Daten

Zur Auswertung der Daten wurde die Methode der qualitativen Inhaltsanalyse angewendet. Die qualitative Inhaltsanalyse dient dazu, Leitfadeninterviews mit Experten und Expertinnen auszu-

werten. Dabei werden Informationen, die durch das Interview entstehen, getrennt davon analysiert und weiterverarbeitet (Gläser & Laudel 2009; Liebold & Trinczek 2009:43). Die Auswertungskategorien können erst nach dem Führen der Interviews festgelegt werden, da sie erst in Auseinandersetzung mit dem erhobenen Material entstehen. Die Auswertungsstrategie basiert auf dem theoretischen Vorverständnis, welches mit dem erhobenen Material im Austausch betrachtet werden muss. Für die Auswertung muss genügend Zeit einberechnet werden, denn die transkribierten Textstellen müssen wiederholt gelesen werden, um keine wichtigen Textpassagen zu übersehen. Bei einem Leitfadeninterview befinden sich wichtige Textpassagen vielleicht nicht immer in direktem Kontext der gestellten Frage (Schmidt 2004: 447-450). Die Inhalte der Interviews wurden nach den Themen des Leitfadens (Beispiel im Anhang) sowie neu dazugekommener Themen markiert bzw. gekennzeichnet. Bei der Arbeit mit den themenbezogenen Sequenzen bleibt wichtig, das Interview als Ganzes in die Analyse miteinzubeziehen (Liebold & Trinczek 2009:42-43). Auf einen Kodierleitfaden, wie von Schmidt (2004:451) vorgeschlagen, wurde in dieser Arbeit verzichtet, da die Interviews in unterschiedlichen Sprachen, auf unterschiedliche Weise und mit Vertretern aus unterschiedlichen Akteursgruppen nach individuellen Leitfäden geführt wurden. Die Transkripte wurde auf der Grundlage der «Zusammenfassenden Inhaltsanalyse» nach Mayring & Fenzl (2014:547) analysiert. Dadurch, dass die Gespräche mit verschiedenen Akteuren auf verschiedene Weise geführt wurden, bot sich die induktive Kategorienbildung an. Eine deduktive Kategorienbildung im Vorherein wäre den Interviewinhalten nicht gerecht geworden. Mit Selektionskriterien (zentrale Themen der Literaturrecherchen plus Fragestellungen) wurden Textbestandteile für die Zusammenfassung ausgewählt. Nach der Bildung von Kategorien sind diese schrittweise zu Hauptkategorien zusammengefasst geworden. Die Inhaltsanalyse orientiert sich an den Alltagsprozessen des Textverständnisses: Auslassen, Generalisation, Konstruktion, Integration, Selektion und Bündelung.

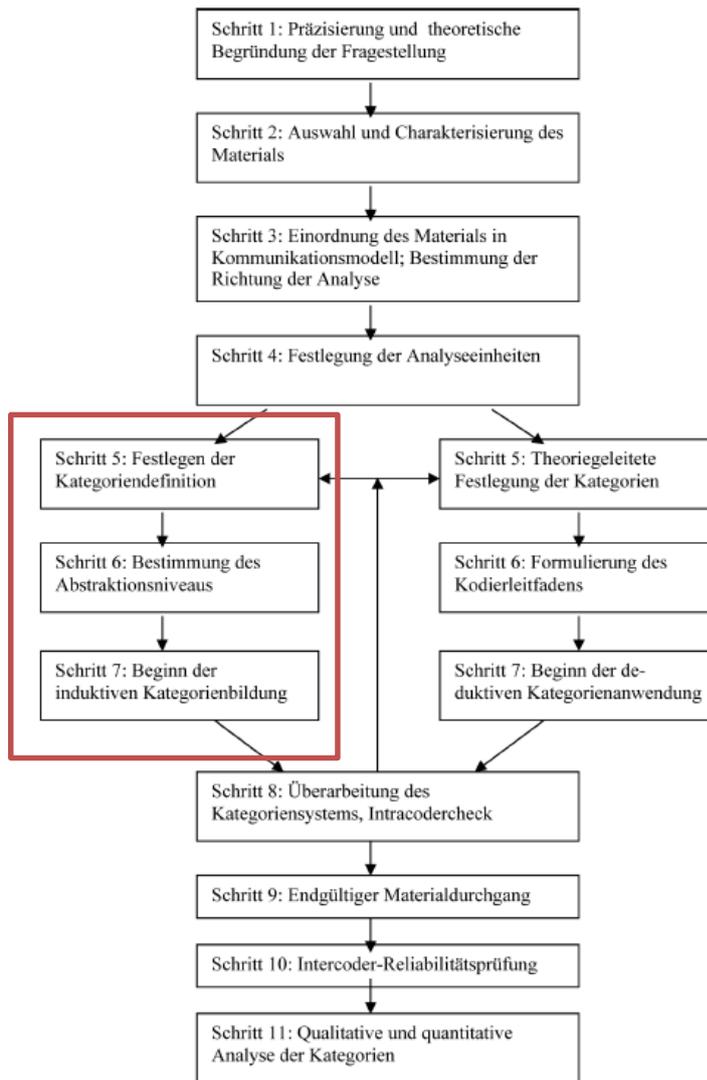


Abbildung 8: Ablaufmodell induktiver Kategorienbildung und deduktiver Kategorienanwendung (Mayring & Brunner 2006, zit. in: Mayring & Fenzl 2014:550).

In dieser Arbeit wurde als Kodiereinheit (der kleinste auszuwertende Materialbestandteil) Phrasen definiert, als Kontexteinheit (grösste in eine Kategorie fallende Textbestandteile) wurde der gesamte Antworttext aus einem Interview genommen, und die Auswertungseinheit umfasst alle Transkripte, bzw. Fragebögen. Die Überkategorien der Auswertung bilden sich im Kapitel 5 «Innenansicht des Kakaosektors» ab. Es wird ersichtlich, welche Kategorie von welchen Akteuren angesprochen und beantwortet wurden und was individuellen Ansichten sind.

4.3. Zugang zum Feld

Der Zugang zum Feld ist entscheidend, um an die «richtigen» Experten und damit an die gewünschten Informationen zu gelangen. Grundlage für die Beantwortung der Forschungsfrage sind neben der Literaturrecherche die Experteninterviews. Um eine «Innenansicht» des Kakaosektors zu erhalten, muss mit Akteuren gesprochen werden, welche aktiv am Kakaogeschäft teilnehmen. Durch Gespräche mit den Experten sollten die Rollen der verschiedenen Akteursgruppen besser

verständlich gemacht werden. Zudem ist es schwierig, die Aktivitäten der beteiligten Akteure ohne ihre vertiefenden Erläuterungen dazu zu verstehen. Ziel des Feldzuganges war es demzufolge, Akteure zu kontaktieren und zu treffen, die aktiv im Kakaogeschäft tätig sind, wenn möglich als Händler oder Verarbeiter (denn diese Prozesse stehen im Fokus der Forschungsfrage).

Im Bereich des Rohstoffhandels ist es wichtig, von Netzwerken und Kontaktpersonen zu profitieren, da wie von Phillips & Tallontire (2007:4) im Kapitel 3.4.3. gut beschrieben, gewisse Akteure wie z.B. Rohstoffhändler unsichtbar und unscheinbar sind. Dazu wurden verschiedenen Strategien verfolgt. Als erstes wurden Personen gesucht, welche zu einem Einstieg im Sektor verhelfen können. Bei zwei Organisationen gelang eine detailliertere Korrespondenz bezüglich den Kakaosektor und dem Zugang zum Feld: bei der Erklärung von Bern und bei Helvetas. Parallel zum Aufbau der Kontakte wurden einige Anlässe besucht, mit dem Ziel, direkten Kontakt zu Rohstoffhändlern aufzubauen und an sogenannte «Türöffner-Personen» heranzukommen.

4.3.1. Kontaktaufnahme mit Akteuren

Der Kontakt mit Andrea Hüsler von der «Erklärung von Bern» (EvB) verhalf zu wichtigen Unterlagen bzgl. Kakao. An einer besuchten Veranstaltung (Vernissage der Ausstellung «Wir essen die Welt» von Helvetas) konnte ein weiterer Kontakt geknüpft werden, welcher sich ebenfalls als Schlüsselkontakt kristallisierte: der Kontakt mit Jens Soth von der Organisation Helvetas. Mit diesen zwei Kontakten konnte die erste Hürde überwunden werden und ein Einstieg in die Thematik des Kakao gefunden werden. Durch Jens Soth konnten die ersten Akteure vermittelt werden.

Viele Rohstoffkonzerne wirken gegen aussen wie anonyme Gebilde – auf den Homepages und in den Jahresberichten tauchen praktisch keine Namen auf. Um Kontakt aufzunehmen, wird man auf online Kontaktformulare oder auf eine «info»-Mailadresse verwiesen (dies z.B. bei touton.fr, cargill.com, adm.com). Nur bei einigen kann man den gewünschten Kontakt-Bereich (in diesem Falle wäre dies der Bereich «Kakao») angeben. Der Versuch, über diesen Weg oder auch über den Postweg mit schriftlichen Briefanfragen, zu einem Kontakt zu gelangen, blieben vergebens. Von sechs auf diese Weise angeschriebenen Firmen kam keine Antwort zurück (ADM, Barry Callebaut, Ecom, Olam, Cargill, Touton). Der nächste Schritt war, die Anonymität zu brechen. Einerseits gelang dies durch den Kontakt mit Jens Soth, der einige Schlüsselpersonen im Kakaosektor nennen konnte, und andererseits durch die Recherche von öffentlichen verfügbaren Unterlagen von Kakao-Treffen. Beispielsweise hat der Verband ICCO diverse Präsentationen und Protokolle von Kakao-Treffen auf ihrer Homepage zur Verfügung gestellt. Dadurch wurden die Namen von den Schlüsselakteuren der verschiedenen Unternehmen ersichtlich. Die Kontaktadresse musste aber dennoch recherchiert werden (dies geschah meistens durch einfaches Ausprobieren von E-Mail-Adressen). Um nicht einen falschen Eindruck zu erwecken, wurden diese Personen direkt mit dem Hintergrund angeschrieben, dass ich Interesse an den Tätigkeiten ihres Unternehmens habe für eine

Masterarbeit im Bereich Kakao, die an der Universität Zürich angemeldet ist. Die Akteure wurden nicht über die Kontakte von der EvB oder Helvetas angesprochen, da nicht der Eindruck erweckt werden sollte, dass ihnen gegenüber eine kritische Haltung eingenommen würde.

Die Kontaktaufnahme mit einigen aktiven Akteuren ist mit Hilfe dieser aufwendigen Vorgehensweise gelungen. Aber auch so haben nicht alle angeschriebenen Akteure auf die Anfrage geantwortet. Leider musste deshalb das Feld der Akteure erweitert werden, um genügend Interviews führen zu können. Das heisst, es wurden schlussendlich nicht nur Kakaohändler und -Verarbeiter angesprochen, sondern auch Zertifizierungsprogramme, Schokoladenindustrie und NGO's.

Weiter war der Zugang erschwert, da die angeschriebenen Personen viel beschäftigt und entsprechend wenig erreichbar sind. Beispielsweise hat sich die Korrespondenz mit dem ehemaligen ADM «Director of Sustainability» Michiel Hendriksz (heute selbstständig) über mehrere Monate hingezogen, ohne dass ein Treffen stattfinden konnte; obwohl Bereitschaft da gewesen wäre. Hendriksz ist geschäftlich häufig in den Kakao-Produktionsländern unterwegs.

4.3.2. Netzwerk-Events und Händler Foren

Zu Beginn der Arbeit sollte die Luft der Rohstoffbranche geschnuppert werden. In der Schweiz, die als Drehscheibe des Rohstoffhandels bekannt ist, wo aber auch die Uno ihren Sitz hat, stellte es kein Problem dar. Die Schweiz ist Gastgeberin für diverse Veranstaltungen. Über die richtigen Blogs und Homepages kann man sich über diverse Treffen und Foren informieren, die sich mit dem Thema «Rohstoffe» befassen. Die meisten öffentlichen Veranstaltungen im Rohstoffsektor befassen sich generell zum Thema Rohstoffhandel. So auch die von mir besuchten Treffen UNCTAD Commodity Forum, Lifefair Forum, STSA Trading Forum und Vernissage «Wir essen die Welt», die nicht spezifisch auf den Kakaosektor eingegangen sind (mit der Ausnahme eines Vortrages zum Thema Kakao in der Elfenbeinküste am UNCTAD treffen). Diese Treffen halfen, ein Gespür für den Sektor zu entwickeln, die Debatte um Nachhaltigkeit und Transparenz im Sektor zu verfolgen und die Sicht der Rohstoffunternehmen in Bezug auf Staaten und Regulierungen zu verstehen und den Umgang untereinander zu erleben. Es half aber nur bedingt beim Vorhaben, persönliche Kontakte herzustellen oder Informationen zum spezifischen Thema zu erhalten.

4.3.3. Expertinnen und Experten Interviews: Durchführung

Durch die erschwerte Kontaktaufnahme zu den gewünschten «Experten» wurden schlussendlich diejenigen Akteure für ein Interview angefragt, zu welchen eine Kontaktaufnahme funktioniert hat, insgesamt wurden acht Interviews geführt. Vor jedem Interview wurde ein auf den Interviewpartner angepasster Leitfaden entwickelt. Dies war nötig, da die Expertinnen und Experten in verschiedenen Bereichen des Kakaosektors tätig sind. Da in dieser Arbeit der Fokus auf die Prozesse und Funktionsweisen des Handels und die Veränderung der Lieferkette am oberen Ende

gelegt wird, wurden v.a. die Schnittstellen der interviewten Personen zu diesem Bereich der Lieferkette befragt. Auch die Wahrnehmungen der befragten Personen zu anderen Akteuren konnte so ermittelt werden.

Die Durchmischung der befragten Akteure machten es einerseits schwierig, allgemein geltende Aussagen zu den befragten Themen zu formulieren, andererseits boten aber die Interviews verschiedene Einblicke und Perspektiven und warfen ein unterschiedliches Licht auf diese Themenblöcke. Dies führte zu einer guten Gesamtübersicht über den aktuellen Stand des gesamten Kakaosektors, jedoch nicht zu vertieftem Wissen bzgl. eines Segmentes entlang der Lieferkette.

Tabelle 2: Interviewpartner mit Angabe zur Firma und Zeitpunkt des Interviews (nach eigener Darstellung).

Interviewpartner	Bezeichnung im Text	Firma	Art des Interviews	Zeitpunkt
Industrie 1	I1	Schokoladenhersteller	Fragebogen schriftlich	Nov 2015
Industrie 2	I2	Schokoladenhersteller	Vor Ort	Nov 2015
Gabriella Crescini	SC	Swisscontact	Vor Ort	Nov 2015
Händler 1	H1	Handelsfirma	Vor Ort	Nov 2015
Britta Wyss	UTZ	UTZ Zertifizierung	Per Skype	Dez 2015
Philip Sigley	FCC	FCC	Fragebogen schriftlich	Jan 2016
Jens Soth	Soth	Helvetas	Vor Ort	Feb 2016
Andrea Hüsser	Hüsser	EvB	Vor Ort	März 2016

Nach (Gorden 1998) sollten die Fragen möglich spezifisch und zielführend gestellt werden. Je nach Interviewpartner musste aber auch spontan reagiert werden, um die Art der Formulierung und Fragen der Person entsprechend anzupassen. Nicht alle Experten haben gleich offen reagiert, vermutlich da der Sektor auch häufig in negativer Kritik steht und deshalb ein nachvollziehbares Misstrauen vorhanden ist. Für alle Interviews wurde deshalb am Anfang eine kurze «Kennenlernphase» eingeplant, damit die Beweggründe für diese Masterarbeit und das Interesse an den Experten erläutert werden konnte. Dadurch war es leichter, die Fragen entsprechend anzupassen und angepasst zu formulieren; manchmal sehr direkt und allenfalls auch etwas provozierend und manchmal eher offen und zurückhaltend, damit die Interviewpartner selber entscheiden konnte, was gesagt wurde.

4.4. Methodenkritik

Bereits in der Planung von Experteninterviews treten teilweise Probleme auf. Dem Forschenden muss klar sein, wieso Experteninterviews für seine Untersuchung nötig sind. Dazu muss der Forschungsstand aufgearbeitet sein, um mögliche Lücken festzustellen die durch das Wissen von Experten gefüllt werden können. Weiter müssen alternative methodische Zugänge geprüft werden, um abzuwägen, welcher Zugang das grösste Potenzial aufweist. Als zweiter Punkt muss darüber reflektiert werden, welches Wissen gewonnen werden möchte. Die Art des Wissens sollte auf die Fragestellung eine Antwort geben können. Ein Pretest kann helfen zu prüfen, inwiefern die gewählten Fragen der Beantwortung der Forschungsfrage dienen. Die Auswahl der Experten ist ein weiterer Knackpunkt bei dieser Methode. Dabei ist nicht nur die Auswahl entscheidend, sondern auch die realisierbaren Möglichkeiten und weitere Umstände (Kaiser 2014:125–136). Experteninterviews zu führen ist eine Gratwanderung zwischen Strukturierung und Offenheit. Die Herausforderung besteht darin, während des Gespräches Offenheit der Inhalte und des Verlaufes zuzulassen, trotz des Leitfadens. Das erfordert vom Interviewer wie auch vom Interviewten eine inhaltliche und soziale Kompetenz. Weiter darf nicht vergessen werden, dass die Aussagen des Interviewten eigene Perspektiven und Relevanzstrukturen beinhalten (Liebold & Trinczek 2009:53–54). Die Aussagen sollten demzufolge nicht überbewertet werden (Kaiser 2014:146). Weitere Faktoren wie genügend zeitliche Einplanung und Anzahl der Experten oder auch die eigene Vorbereitung tragen ebenfalls zum Erfolg eines Experteninterviews bei (Kaiser 2014:139–142).

Die qualitative Inhaltsanalyse wird z.T. bezüglich ihrer «Offenheit» kritisiert. Die Verfahrensweisen seien zu wenig theoretisch begründet (Mayring & Fenzl 2014:549). Da es sich aber um eine qualitative Analyse von Textinhalten handelt, relativiert sich diese Kritik.

5. Ergebnisse der Interviews – Die Innensicht des Kakaosektors

Dieses Kapitel widmet sich den Inhalten der Experteninterviews. Im Rahmen der Arbeit wurden wie erwähnt acht Interviews durchgeführt. Z.T. wurden sie schriftlich geführt, z.T. vor Ort oder per Skype. Einige Interviewpartner dürfen namentlich genannt werden, anderen wurde Anonymität zugesichert. Da Akteure aus verschiedenen Bereichen des Kakaosektors befragt wurden, sind die Aussagen teilweise kontrovers. Die Aussagen können also nur bedingt als IST-Zustand betrachtet werden, vielmehr sind es subjektive Sichtweisen des Sektors und der Abläufe.

Die Aussagen wurden thematisch zusammengefasst, entsprechend den Themenblöcken des Leitfadens. Die drei Blöcke im Leitfaden können folgendermassen beschrieben werden: 1) Fakten zum Unternehmen; 2) Handlungsabläufe des Unternehmens; wichtige Prozesse; Ansiedlung im Sektor und entlang der Wertschöpfungskette (aktive Handlungsfelder); 3) Aktuelle Debatte und Umgang mit den Herausforderungen im Sektor; diesbezügliche Strategien. Diesen drei Blöcken untergeordnet bildeten sich mehrere Themenfelder heraus, die sich überschneiden, im folgenden Kapitel aber je nach dem einzelnen betrachtet werden. Die Datengrundlagen werden folgend in sieben Kapitel eingeordnet: Die Strukturveränderung des Sektors, Herausforderungen im Sektor, Zertifizierungssysteme und -Abläufe, die Rolle der Verantwortung, Transparenzdebatte und die Unterschiede des Kakaoursprunglandes. Gerade der letzte Punkt 5.7. «Auf den Ursprung kommt es an» konnte erst im Nachgang zu den Interviews, also induktiv, definiert werden, da es sich bei dieser Thematik nicht explizit um ein befragtes Thema handelte, sondern die Aussagen eher als Randbemerkungen bezeichnet werden können (vgl. Abb. 8).

Interviewpartner	Bezeichnung im Text
Industrie 1	I1
Industrie 2	I2
Gabriella Crescini	SC
Händler 1	H1
Britta Wyss	UTZ
Philip Sigley	FCC
Jens Soth	Soth
Andrea Hüsser	Hüsser

Entsprechend der Tabelle im Kapitel 4 sind hier noch einmal die Interviewpartner und die Abkürzungen aufgeführt.

5.1. Strukturveränderung/Machtverteilung

UTZ: *«[Es sind] einige wenige Trader und brand manufactures, welche diese Handlungsketten dominieren. Sie sind die Mittelstelle der Sanduhr, wo alles durchgeht.»*

Mit obiger Aussage umschreibt Britta Wyss die heutige Konstellation der Handelskette.

Da die Strukturveränderung im Kakaosektor in den letzten Jahren sehr prägnant war, wurden die Interviewten zu ihrer diesbezüglichen Wahrnehmung, zu Veränderungen, welche eigene Prozesse beeinflussen und zu möglichen weiteren Veränderungen befragt.

Je nach Betrachtungsweise und Fokus werden unterschiedliche Aspekte als positiv oder auch negativ aufgefasst. Für Akteure welche Nachhaltigkeitsprojekte umsetzen (SC und UTZ), vereinfacht die Fokussierung auf wenige Stakeholder ihre Arbeit. Crescini von Swisscontact (SC) bringt dies wie folgt auf den Punkt: *«Also für uns wird's immer einfacher, wenn wir immer mit den gleichen Stakeholder zu tun haben und es ein kleinerer Kreis ist, und die Beeinflussung auf weniger stattfinden muss.»*. Wenn durch diese Unternehmen ein Produkt lanciert wird, welches gewissen Nachhaltigkeitskriterien entspricht, kann viel mehr erreicht werden, als wenn jeder einzelne Konsument überzeugt werden müsste, nachhaltig einzukaufen. Dass dies auch ein Zweischneidiges Schwert ist, bringt Wyss (UTZ) zum Ausdruck:

UTZ: *«Die Fokussierung auf nur wenige Akteure, erhöht sowohl die Effizienz als auch das Risiko; das Risiko ist natürlich, dass plötzlich jemand [Projektpartner] nicht mehr daran interessiert ist an einem nachhaltigen Produkt oder Nachhaltigkeitsprogramm (allerdings geben die öffentlichen Commitments der Schokoladenindustrie hier auch Gegensteuer)»*

Der Aushandlungsprozess zwischen den an Projekten beteiligten Akteuren wird schwieriger, da die Partner «stärker» sind. Die wenigen, mächtigen Akteure können ihre Anforderungen eher durchsetzen, da sie durch die Integration mehr Marktmacht erhalten. Wird man sich bei der Zusammenarbeit aber über Themen wie Nachhaltigkeit und Standards einig, ist der erzielte Effekt dafür gross. Eine Folge der vertikalen Integration ist demzufolge das Zusammenrücken der Akteure. H1, UTZ, SC und I1 sehen dies als Vorteil an, denn es bedeutet auch, dass die Händler heute viel näher am Ursprung und damit an den Bauern dran sind (H1, UTZ, SC, I1). Weiter sind für H1 die Alltagsabläufe einfacher geworden. Am Beispiel der Qualitätskontrolle zeigt H1 dies auf:

H1: *«Also Zwischenhändler gibt es praktisch keine mehr. Das war früher (..) das hat man da gesehen, (..) wenn man ein Qualitätsproblem gehabt hat, hat man dann den letzten*

der die Ware bekommen hat, hat dann diese (...) anmelden müssen, das ist eine Organisation, FCC, und dann hat man da gesehen, dass zwischen dem Exporteur und dem letzten Käufer etwa 10 Leute dazwischen waren.»

Auch in Bezug auf Transparenz wird die Konzentration von I2 als positiv angesehen.

I2: «In a sort of way it makes it easier, in view of this kind of tractability. (...) now you got more simplicity (...) it's easier to have projects, easier to have relationships going up the supply chain, to the farmer group, to the coops. But (...) in terms of power, it's ... Barry Callebaut and Cargill (...), so do the farmer suffer through that? Well, possibly but I'm not sure, you have to work it out well. »

Für Hüsser (EvB) ist trotz der Nähe der Akteure die Lieferkette gespalten. Dies hat wiederum Auswirkungen auf die Qualität der Produktion.

Hüsser: «Die Bauern, also in Ghana und der Elfenbeinküste, da wissen so viele Bauern gar nicht, was mit ihren Bohnen passiert, dass daraus Schokolade produziert wird. Und weil man so eine Abkoppelung hat vom Endprodukt, dann kann man auch nicht erwarten, dass sie irgendein Interesse daran haben, eine anständige Qualität hinzubringen. (...) Wenn man die Prozesse näher zusammenbringt, und wenn man mehr Ownership hat von den Bauern, indem man sie besser in den Prozesse einbindet, ihnen mehr bezahlt, sie mehr einbezieht, näher ranbringt an die KonsumentInnen, oder KonsumentInnen zu ihnen (...), dann bin ich überzeugt, dass man da eine bessere Produktivität hinbringt.»

Die vertikale Integration läuft nicht für alle Akteure gleich weit in beide Richtungen der Lieferkette. I2 fasst die vertikale Integration in den Segmenten «Handel» und «Verarbeitung» zusammen, und sieht die Schokoladenhersteller dabei als Zuschauer des Prozesses:

I2: «Before you had clear distinctions. You had processors, and you had [a lot of] traders. Early 2000 – and certainly earlier – the trade was a very important part of the supply chain. (...) and they traded between each other, and played all sorts of games. (...) The trade invested in processing and the processors invested in upcountry sourcing. Meanwhile we or Mondelez are kind of spectators of this. »

Weiter geht I2 auf den Aufkauf von ADM durch Olam ein, als Beispiel für eine vertikale Integration vom Handel zum Verarbeiter. Gleichzeitig haben Händler wie Cargill angefangen sich in den Ursprungsländern zu verwurzeln und den Kakao direkt zu beziehen für die Verarbeitung. «Cargill invested in upcountry buying, in the Cote d'Ivoire, so they didn't need to go for the trade. » (I2).

Für H1 sind die Beziehungsnetze der Schlüssel, um sich auf dem Markt zu behaupten. Dazu gehört die Verankerung im Ursprung und damit eine vertikale Integration in Richtung unteres Ende der Lieferkette:

H1: *«Wir sind in erster Linie physischer Kakaohändler. Wir kaufen direkt im Ursprung, direkt von Kooperativen.»* und weiter: *«Zum Beispiel an der Elfenbeinküste, da haben wir ein UTZ Projekt, da haben wir exklusiv für den Kunden den Kakao in der Kooperative gekauft. Da ist nichts dazwischen. Das wird – also gut, es hat immer noch den Exporteur, weil die in der Kooperative haben keine Lizenz zum exportieren – aber der Kakao wird dort produziert und dann aufgenommen und dann direkt via uns an den Kunden geliefert.»*

Zu den Kunden zählt H1 hauptsächlich Schokoladenhersteller.

Durch die Nähe zum Kunden, das breite Portfolio und die Spezialisierung auf Fine Flavour Kakao konnte sich H1 positionieren und auf dem Markt halten, wo es kaum mehr «richtige» Händler gibt. Dies wird auch von SC und der Industrie so wahrgenommen:

I2: *«They [H1] have a niche, and they are customer based and they are supply based, and work with these beautiful cocoa and origins. They might be an illustration of a way trade can survive in this difficult atmosphere. But there is not much fine cocoa to deal with. So it's just not enough to finance the traders. »*

Die Begründung für den Strukturwandel sieht Sigley (FCC) im Markt. Der Markt verändert sich so, dass er effizienter wird. *«It is just the market seeking greater efficiencies. We have lost some types of members but gained others. Longer term we would hope to have more farmer organisations as members which would indicate a strengthening of their market position. »* Effizient bedeutet also nicht unbedingt, dass alle Akteure gleich vertreten sind in den Organisationen. I2 führt dazu weiter aus, dass das Kakaogeschäft für die Verarbeitungsindustrie und Händler zu wenig lukrativ ist, wenn man nicht integriert: *«They [ADM] said no, it's too much hustle, too less margins. (..) That's an indication that it's not an attractive industry. »* Sie als Industrie werden deshalb auch nicht weiter in die Verarbeitung investieren, sondern den Fokus auf die Produktion und das Labeln legen.

I2: *«We're about 25% of our cocoa usage we process ourselves, the rest is a third party. (..) but we're not expanding in that processing (..) You know people like us we stay, but we don't get any bigger, the processors buy less and less from the trade. It's not quite attractive. But what is left is this sustainability projects.»* (vgl. zum Thema Nachhaltigkeitsprojekte 5.3.5.).

Wie Sigley (FCC) sagt, wechseln gewisse Akteure, auch wenn sich der Markt konzentriert. Neue Akteure steigen in das Geschäft ein. FCC sieht die Wichtigkeit ihrer Arbeit in der Regelung der Zusammenarbeit der Markt-Akteure und der Schlichtung von auftretenden Problemen:

FCC: «By having solid support around a contract and arbitration framework which is international and reaches out to the origins we believe this to be of vital importance as new exporters and farmer groups seek to enter international commerce and be welcomed by FCC into the cocoa commerce community. All too often over the years we see major disputes because new entrants to the business do not understand the market.»

Auch die geographische Konzentration der Produktion wird betont: Der Markt wird eigentlich von der Elfenbeinküste und Ghana bestimmt, und teilweise noch von Indonesien (SC, Hüsser).

In der Entwicklung der vertikalen Integration sieht H1 Probleme. H1 befürchtet, dass falls die Kakaobauern es nicht schaffen, den Ertrag zu steigern, es zu einem Umdenken bei den grossen Firmen wie Cargill, Barry Callebaut oder Nestlé kommt und diese grossen Firmen weiter integrieren bis zum Plantagenaufkauf.

H1: «Das heisst, dass dann die so Angst haben, dass ihr Kakao nicht da ist (...), dass die sagen, in dieser familiären Struktur, die jetzt besteht, kann man nicht, bis auf ein gewisses Niveau wo kein Hektarertrag kommt, das selber machen. Nachher haben sie eine direkte vertikale Integration. Aber, was sind denn dann die Bauern?»

Die Bauern wären dann nicht mehr selbstständig, sondern Angestellte dieser Unternehmen. Man könnte eine solche vertikale Integration als Land-Grabbing bezeichnen. Soth (Helvetas) drückt klar aus, dass Land-Grabbing nicht per se verfluchen werden sollte, dass aber eine wahnsinnig hohe Transparenz und ein gute Arbeitsbedingungen grundlegen sind.

Soth: «Und da sage ich immer, Vorsicht, was ist es denn genau? Hat die Landbevölkerung die Möglichkeit sich einzubringen, hat die Landbevölkerung die Möglichkeit zu wählen zwischen den Optionen, oder wird sie einfach übergangen?» und weiter: «Es ist gut, dass es diskutiert wird. Es lässt aber ausser Acht, dass nicht per se der Land Grab das Problem ist, sondern per se der Bildungsstand der Bevölkerung, wie die Bevölkerung in den demokratischen Prozess miteingebunden wird und welche Möglichkeiten ihnen geboten werden. Aber die wenigstens würden eigentlich für sich oder für ihre Kinder eine Zukunft auf dem Land sehen. Das ist die eigentliche Problematik. Und das witzige ist, das gibt es in Europa auch.»

Für Hüsser ist klar, dass diese Option momentan noch nicht lohnenswert ist für die Grossunternehmen. «Wenn es für sie, also sobald es für sie sich lohnen würde, würden sie es machen. Ich denke

es ist im Moment einfach viel viel günstiger den Kakao zu kaufen, inklusive Investitionen die sie tätigen. Es wäre auch nicht so einfach in der Elfenbeinküste einfach Gebiet aufzukaufen.» Die Landrechte sind in Ghana und der Elfenbeinküste nicht klar geregelt, was gemäss Hüsler ein Grund sein könnte, wieso ein solcher Prozess auch schwierig machen würde. Erst das Einsetzen dieses Prozesses würde kennzeichnen, dass sich die Führung von Plantagen lohnen würde.

Am unteren Ende der Wertschöpfungskette – bei der Produktion – wünscht sich SC eine strukturelle Veränderung. Eine Vergrößerung der Farmen würde die Durchsetzung von nachhaltigem Kakaoanbau erleichtern.

SC: «Mir wäre es am liebsten, wenn wir uns nicht mit Smallholder-Farmern, sondern so mit 20-50 ha Farmern beschäftigen könnten, wo wirklich Produktivität in einer sinnvollen Grössenordnung gemacht werden kann, ob jetzt Bio oder zertifiziert.»

Gleichzeitig ist sich Crescini (SC) aber bewusst, dass dies mit den aktuellen Strukturen nicht möglich ist.

SC: «... weil sich die Kakaobauern vor allem im Smallholder Farming finden. Wenn wir die Afrikanische Wirtschaft betrachten – diese beruht zu fast 80% auf Agrikultur. Und davon ist 70% Smallholder Farming. Aber auf der anderen Seite, was gibt es für Alternativen? Was gibt es für Alternativen, diese 70% der Bevölkerung sicher zu ernähren und zu beschäftigen? Ich weiss auch nicht, wo die Lösung hinführt.»

Für die EvB ist dies auch eine rechtliche Dimension. Die Bauern besitzen eigenes Land, jeweils nur ein paar Hektaren. Es würde schwierig werden, dieses Land zusammenzubringen und grössere Flächen zu bewirtschaften – auch durch Erbsysteme und kulturelle Hintergründe bedingt.

5.2. Funktionsabläufe im Sektor

I2: «So farmer goes to coop, goes to T1 supplier, from our perspective anyway. And that could be Olam, Ecom, to trade and so on. Now that would either go to a processors factory that isn't ours, or if we're buying beans, it would go to [our] factory (..) so processor factory, [our] factory, so than we into chocolate, at that point, or processor factory, that would be semi-finished products, semi-finished product and then to [us], to make it into a final product.»

Wie im Kapitel 3.1. beschreibt I2 den Ablauf der Lieferkette für das Unternehmen von I2. Egal ob I2 Halbfertige Produkte oder Bohnen kauft – die Anzahl involvierter Akteure bleibt die gleiche, es ändert sich nur «der Ort des Geschehens».

Um die Funktionsweise der Handlungen der verschiedenen Akteure zu verstehen, wurden die Interviewpartner nach Abläufen und Verantwortungsbereichen der verschiedenen involvierten Stakeholder befragt. Die Rollen der einzelnen Akteure und Segmente der Lieferkette sollten so besser nachvollziehbar werden. Der Fokus lag bei der Befragung auf der Rolle der Händler, die vom Strukturwandel stark betroffen sind.

5.2.1. Die Rolle des Händlers

H1 differenziert das Handeln von der Industrie, obwohl (wie oben gesehen) beinahe alle Akteure Handel und Verarbeitung integriert haben. Um die eigene Position zu verdeutlichen, sagt H1:

«Wir handeln ein bisschen mit diesen Halbprodukten – Butter, Masse und Pulver – aber das ist natürlich nicht unser Kerngeschäft. Das ist... wir sind kein Industrieller.»

Die Identität des Händlers wird demzufolge je nach Akteur unterschiedlich gesehen. Wenn die von den Interviewpartnern beschriebenen Aufgaben und Erwartungen an die Händler betrachtet werden, wird klar, dass die Aufgaben der Händler weit über das «reine Handeln» hinausreichen. Sie werden als Bindeglied zwischen dem Ursprung, also der Produktion und den Bauern, und der Verarbeitung und Schokoladeindustrie wahrgenommen.

Einkauf und Transport

Für die Industrie ist die Verankerung der Händler im Ursprungsland wichtig.

I1: *«Wo möglich versuchen wir mit globalen Händlern zusammen zu arbeiten, die auch lokal verankert sind und die Bohnen direkt bei den Bauern kaufen. Dies ist jedoch nicht in allen Ländern möglich.»*

Neben der Verankerung in den Ursprungsländern werden von I1 folgende Kriterien für die Auswahl des Handelspartners genannt: Qualität, Zuverlässigkeit, Preis und die Fähigkeit, eigene (von der Industrie) Nachhaltigkeitsprogramme umzusetzen (I1). Für I2 ist die Grösse des Handelsunternehmens wichtig. *«H1 is a little bit on the small side for us, but there aren't so many of the big guys.»* Weiter arbeitet die Industrie v.a. mit Händlern zusammen, welche auch Kakao aus den eigenen Nachhaltigkeitsprogrammen aufkaufen. Wenn die Industrie in Programme vor Ort investiert, möchten sie auch direkt davon profitieren und den Kakao dieser Kooperativen verarbeiten können. I2: *«... buying cocoa from farmers [from our cocoa program] and then selling to us.»* Für die Zielumsetzung der Nachhaltigkeitsprogramme der Industrie sind die richtigen Händler als Geschäftspartner demzufolge essentiell.

SC: *«Zusätzlich ist für die Schokoladenherstellung wichtig, dass der Kakao immer die gleiche Qualität hat.»* SC sieht die Aufgabe der Händler auch darin, die Wünsche und Nachfrage der Schokoladenindustrie decken zu können. *«Wenn jemand in Venezuela Kakao einkauft, dann hat der eine ganz*

besondere Geschmacksrichtung, und die findet man dann nicht so schnell wieder, wenn man den Kakao ersetzen muss.» Die Qualitätsprüfung liegt beim Händler, der die Ware verkaufen muss.

H1: «Diese Kooperative liefert den Kakao am Exporteur ab, der transportiert es in ein Lagerhaus in, sagen wir jetzt San Pedro, in der Elfenbeinküste, und dort haben wir schon die erste Qualitätsprüfung. Also wir sagen, ja, diese Partie akzeptieren wir, diese Partie kann man nicht akzeptieren. (...) Die nächste Kontrolle ist dann bei der Ankunft, also das heisst, wenn diese Ware dann verschifft wurde, das braucht so ca. einen Monat bis die in Amsterdam ist.»

Die Organisation der Verschiffung ist auch Aufgabe des Händlers. H1: *«Also wir geben zum Beispiel die Instruktionen mit den Destinationen, das ist auch so etwas Administratives, wo der Handel selber macht, das heisst wir geben Instruktionen was für Destinationen, wir geben die Instruktionen auch mit was für einer Schifffahrtslinie.»*

Finanzdienstleistungen

Manchmal wird der Zugang zu Finanzdienstleistungen durch NGO's unterstützt (SC) oder von Zertifizierungsprogrammen (UTZ):

UTZ: «Das ist etwas, das oft missverstanden wird: bei einigen Zertifizierungsprogrammen wird ja vorgeschrieben, dass die Handelskette den Kooperativen Geld vorschießt (...) aber es ist so, dass das auch in einer konventionellen oder UTZ zertifizierten Handelskette, dort wo ein gutes Verhältnis besteht zwischen dem Trader und der Kooperative, funktioniert»

Von I2 wie auch von UTZ und SC wird die Vorfinanzierung der Ernte als wichtige Aufgabe der Händler betrachtet. Ohne Vorfinanzierung kann die Kooperative den Bauern die Kakaoernte nicht abkaufen.

UTZ: «Die Händler sind auch wie eine Bank im ganzen System. Ein Kakaobauer gibt wahrscheinlich nicht mal seiner eigenen Kooperativen den Kakao im Voraus, sondern erwartet, dass die Kooperative zumindest eine Anzahlung macht, das Geld hierfür muss die Kooperative irgendwoher haben; das heisst jemand muss es vorschiessen.»

Ohne direkte Bezahlung besteht die Gefahr, dass der Händler den Kakao schlussendlich nicht bekommt. UTZ: *«Wenn die Kooperative das Geld nicht hat, um dem Kleinbauern den Kakao abzukaufen, dann verkauft er es eben an einen Traitant der vorbeikommt, und sagt, ich gebe dir vielleicht ein bisschen weniger Geld, aber dafür hast du's Cash auf die Hand.»* Auch SC sieht diese Gefahr: *«Es ist*

eher die grössere Gefahr für die Trader, dass sie dann ihren Kakao nicht bekommen.» Ob es ein Traitant oder ein anderer Händler ist – schlussendlich sichert sich ein Händler durch die Vorfinanzierung selber ab. UTZ: «Die Händler konkurrenzieren sich gegenseitig natürlich auch.»

Für I2 ist die Rolle der Händler damit eine wirtschaftliche: «*They [suppliers] running that relationship, the commercial relationship*». Das Risiko einer solchen Vorfinanzierung ist aber nicht unbedeutend.

I2: «*Doing things like pre-finance in the coop, which is a lot of risk, giving money to the coop on the start of the season, and starts buying that cocoa and paying that debts through selling that cocoa to the supplier. So this is all essential in making the scenery of how the supply chain works.*»

Dieses Beispiel zeigt auf, wie die Händler ihre Handlungen abwägen müssen und wie die Zusammenarbeit zwischen den Bauern und dem Händler funktioniert. Die Vorfinanzierung funktioniert dort, wo die Zusammenarbeit zwischen Händler und Kooperative gut ist. Es braucht ein gewisses Vertrauen zwischen den Akteuren. Die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit zwischen den Akteuren muss immer wieder neu ausgehandelt werden. NGO's, Händler, Kooperativen, Schokoladenindustrie – sie alle haben andere Ansprüche und Bedürfnisse, die unter einen Hut gebracht werden müssen, damit eine Zusammenarbeit funktioniert (SC). Gemäss Hüsler werden oft Pakete gemacht zwischen den Händlern und der Industrie, wo die verschiedenen Anforderungen vereinbart sind:

Hüsler: «*Die [Händler] sagen, wir haben unsere Packages, also wie sie ihre Bohnen oder Zwischenprodukte verkaufen, wo festgelegt wird, was für Bohnen wie weit rückverfolgbar sind, wie sie das mit Mass Balance handhaben etc. also dort hätte [die Industrie] nicht mit allen zusammenarbeiten können, aber ich denke dass da [gewisse Händler] eine gewisse Bereitschaft an den Tag gelegt hat.*»

Im Rahmen der Zertifizierung von Kooperativen beschreibt UTZ die Finanzierung von anfälligen Kosten: «*Verschiedene Händler im UTZ Programm übernehmen z.B. die Audit Kosten, organisieren Trainings der Bäuerinnen und Bauern und schiessen den Kooperativen einen Teil des Preises vor.*»

Zeitliche Verschiebung und Marktrisiken

Eine Schwierigkeit des Handels liegt in der zeitlichen Verschiebung der Aktivitäten der verschiedenen Akteure. Die Händler kaufen z.B. im Winter 2015 die Ware aus der Kakaoernte 16/17, auf Basis des Terminmarktes. Der Kunde (grösstenteils Schokoladenhersteller) wird erst drei Viertel Jahr später aktiv. I2 beschreibt dies wie folgt:

I2: *«That means you can put cocoa in the store at march and you pay the cost of interest and the cost of storage and the higher price you get in may compensate for the extra storage. And I as a user, I pay the may price when I deliver it later on. And that's an easy life for a trader, so they can basically put the cocoa in a store, store it and sell it and the cost of storing is payed with the structure of the market. And if this isn't the case, which is quite often in the last 10 years, the job is a little bit more challenging.»*

Die angesprochene Herausforderung bezieht sich auf die Marktveränderung. In der Zeitspanne kann sich der Markt verändern, z.B. durch Spekulationen oder durch Umwelteinflüsse im Produktionsland. Das Risiko trägt der Händler. Für H1 ist es wichtig, dass dieses Risiko verstanden wird.

H1: *«Wenn man jetzt aber das System [Terminmarktabsicherung] anwendet, dann sind wir trotzdem auch exponiert. Obwohl wir alles richtig gemacht haben, wo wir gekauft haben, dann am Terminmarkt verkauft haben, dann kann es halt sein, dass der Markt da wo man verkauft hat, nach oben explodiert. Dann sind wir gezwungen, unserem Broker, mit dem wir diese Hedgepositionen gemacht haben, diese Differenz von diesem Geschäft, das wir gemacht haben zum neuen Markt, der dann ist, einzuschiessen. Und das hat schon einige Kakaohändler, natürlich auch in anderen Bereichen, in den Ruin getrieben.»*

Je besser ein Händler also diese Einflüsse auf den Markt abschätzen kann, desto erfolgreicher ist er. Auch die Kenntnis der Situation in den Ursprungsländern sieht Wyss (UTZ) als entscheidend für den Erfolg und mit als Grund, wieso die Händler mehr in den Ursprungsländern tätig sind: *«Denn die Akteure machen ihr Geschäft auch damit, dass sie mehr wissen als der andere und bessere Beziehungen haben. Es ist aber auch wichtig zu sagen, dass es positiv ist, dass die Händler Kakao aufkaufen und verkaufen, sehr involviert sind in den Herkunftsländern.»* Das heisst, der Händler macht sein Geld damit, dass er den Preisverlauf besser einschätzen kann oder die Ernten besser voraussagt als seine Konkurrenten (deshalb sind sie im Ursprungsland aktiv). Neue Informationstechniken und Kommunikationsmittel erleichtern das Abschätzen des Marktes (I1, I2, H1). Für H1 sind die neuen Technologien aber vor allem für die Bauern eine positive Entwicklung, da der Weltmarktpreis dadurch den Bauern bekannt ist:

H1: *«Die Bauern, die wissen das heute, jeder zweite Afrikaner hat ein Handy, und das ist phantastisch, das ist eine Revolution, das ist die beste Revolution für Afrika, im Grunde genommen, diese Telefone. Die Informationen werden ausgetauscht, da können sie heute nicht mehr – natürlich, es gibt heute immer noch Fälle, da kommt einer und sagt, ich zahle dir nicht diesen Betrag, komm, schau deine Ware ist nicht gut – das gibt es*

immer noch, das kann man nicht ausschliessen. Aber in Punkto Information und Transparenz, da sind wir heute gewaltig, gewaltig weiter als wir damals waren.»

Die Transparenz erleichtert einerseits das Handeln (grösseres Wissen), aber gleichzeitig schränkt es die Händler in ihrer Flexibilität ein. I2 zeigt die Veränderung der Rolle der Händler auch an der Transparenz-Debatte auf:

I2: «The role of the trade then, it was, they wanted to make money through having as much flexibility as possible. So instead of I would buy Ivorian beans I would buy West-African Mix.»

So konnte am meisten Geld aus dem Handel geholt werden. Z.T. wurden Bohnen mitten auf dem Ozean von verschiedenen Schiffen zusammengelegt und gemixt, dadurch die Preisschwankungen am besten ausgenützt und so mehr Geld gemacht (I2).

5.2.2. Marktfunktion

Da der Preis für Kakao am Terminmarkt festgelegt wird, nahm das Thema um die Marktstruktur und die Preisbildung eine grosse Stellung ein in den Interviews. Obwohl es demzufolge ein zentrales Thema ist, war es schwierig, mit den Industrie- und Handels-Akteuren tatsächlich über die Hintergründe des Preises zu sprechen. Es drehte sich mehr um die Funktion, Abläufe und Prozesse im Markt.

Börse und Marktpreisschwankungen

Die Börse ist das Zentrum für den Kakaohandel und wird deshalb von H1 genauestens erklärt. Wichtig ist die Differenzierung von Spekulation und Absicherung – auch ein Unternehmen, welches physische Ware handelt, sichert sich über Hedges an der Börse ab.

H1: «Die Börse ist für absolut jeden im Kakaohandel ist die Basis, das ist also nichts Negatives, Positives, sondern es ist einfach eine Börsenbasis. Und da kommen alle Elemente mit rein – da kommt das Wetter, die politische Situation, da kommen Krankheiten. (...) Spekulativ auch natürlich. Es hat viele Finanzleute, die mit dem Kakaomarkt spekulieren, die uns zum Teil das Leben auch sauer machen, zum Teil Liquidität in den Markt bringen, die gut ist, aber das ist also die Basis. Und wir benützten natürlich mit diesem Terminmarkt, als Hedge-Funktion, diese Absicherungsgeschäfte.»

Welche Geschäfte man abschliesst am Terminmarkt hat mit dem Ziel des Geschäftes zu tun. Grössere Gewinnchancen bedeuten auch höheres Risiko. Für H1 ist klar, dass das Risiko möglichst klein gehalten wird. H1: «Also Umsatz braucht es, eine gewisse Basis, um die Kosten decken zu können, aber [in unserer Firma] war nie der Druck da, dass man Umsatz macht. (...) dass wir unnötigen Risiken eingehen müssen » Die dennoch bestehenden Risiken werden bei einer Bank versichert.

Die grossen Händler machen dagegen eher Optionsgeschäfte, da diese billiger sind, dafür weniger absichern. H1: *«Heute hat es ganz viele Optionsgeschäfte, die wir aber nicht machen. Wir können es nicht integrieren in unser schon sehr detailliertes Geschäft.»*

Auch die Industrie (I2) sieht die Preisbildung in verschiedenen Faktoren begründet.

I2: *«The other fact is that the price [of physical Cocoa] is based on the terminal market, which is about the free market of supply and demand, plus the speculators. And the speculators have a large impact here, it's not just the processors here, it's the hedge-funds, the active investors which play in active in this price discovery.»*

Marktpreisschwankungen können den Händlern das Leben schwermachen. H1 erzählt von einer Situation, wo durch die Preissteigerung ein Deal geplatzt ist. Durch Umwelteinflüsse ist die Produktion geringer ausgefallen und dementsprechend ging der Preis hoch:

H1: *«(..) der Verkäufer, es ist eine Kooperative (..), wir waren unvorsichtig und haben diese Kontrakte mit ihm gemacht, aber er konnte die Ware nicht einkaufen. Und nachher ist der Markt hoch, und jetzt haben wir also für 800 Tonnen, haben wir die Ware rausgenommen aus unseren Büchern, und haben dann einen Schuh von Verlusten. (..) Der Ablader sagt dann einfach lächelnd: Es tut mir leid, ich kann euch nicht liefern, der Markt ist 500€ hochgegangen, ich kann das nicht.»*

Physischer Markt

Die Preisfixierung der physischen Ware findet immer «on board» statt, das heisst, wenn der Kakao auf dem Schiff ist. Zu diesem Zeitpunkt wird der Preis auf Basis des aktuellen Weltmarktpreises festgelegt. Die Debatte, ob der Kakaopreis gut ist, ist schwer zu führen und die Interviewpartner sind dabei sehr unterschiedlicher Meinung. Ghana und die Elfenbeinküste haben Mindestpreise für den Kakao. D.h. nicht alleine der freie Markt bestimmt dort den Preis. Für Wyss von UTZ ist das verständlich: *«Kakao ist das grösste Einnahmegut der Elfenbeinküste, also das grösste Exportgut. Es ist deshalb verständlich das die Elfenbeinküste regulierend auf den Minimum-Farmerpreis einwirkt.»* Für H1 bedeutet dies auch eine gewisse Transparenz gegenüber den Händlern und den Bauern: *«Was der Bauer in der Elfenbeinküste bekommt, das ist offiziell bekanntgegeben. Das ist der Minimum-Farmerpreis, für den Bauer, festgelegt vom Staat.»* Zudem gibt es den Bauern Sicherheit, da Anfangs Saison angekündigt wird, wie hoch dieser ist. In der Elfenbeinküste bewegt sich der Preis um 70% des Weltmarktpreises (zum Zeitpunkt Anfangs Saison), dazwischen sind noch Einnahmen vom Staat und von Dienstleistungen. Für UTZ kommt hier die Frage auf, ob die Höhe des festgelegten Preises gut ist: *«Jetzt ist halt die Frage, ist das eine gute Spannweite dazwischen? Aber man möchte ja auch, dass der Staat, also z.B. die Elfenbeinküste, dass sie Mittel haben um z.B. Farmerausbildung zu unterstützen und gewisse Services und gewisse Qualitätsstandards gewährleisten*

zu können, weil sonst der Preis auch wieder fällt. (...) Also ich glaube es hat seine Vor- und Nachteile.»

Für die Teile der Industrie (I2) ist der freie Markt essentiell. Im Falle Ghana und Elfenbeinküste funktioniert die Preisfixierung, da der Mindestpreis am Weltmarktpreis angepasst ist. Aber eine allgemeine Preiskontrolle ist nicht üblich und deshalb für I2 keine Option: *«So you want a price control, international price control on it? What other commodity is priced controlled like that? There aren't any.»* I2 argumentiert mit dem freien Markt gegen die Erhöhung des Kakaopreises oder eine Preiskontrolle. Kakao soll für alle erschwinglich bleiben. I2: *«But then a lot of the consumers are also quit poor. So and what about the other things the consumers could buy? They could buy crisps, or they could buy coke.»* Seine Voraussage für eine Erhöhung des Kakaopreises beschreibt er so: *«Basically in the end, when the price is too high, producers sell too much, produce too much (...) its value crashes, the market price crashes, and producers certainly go from a lovely price down to here.»*

SC sieht das etwas pragmatischer: *«Wenn die Nachfrage steigt, steigen die Preise, und dann wird es attraktiver für die Kakaobauern zum Kakao anbauen, dann gibt es wieder Riesenprojekte Kakao anzubauen, denn man geht von höheren Kakaopreisen aus, und dann fällt dieser wegen der grösseren Mengen wieder zusammen – Das ist der Markt.»*. Zusätzlich zu diesen Aussagen fordert Hüsser (EvB) einen Kakaopreis, von dem der Bauer leben kann. Dies würde, auch mit verbesserter Praxis und Produktionssteigerung, eine massive Anhebung des momentanen Kakaopreises voraussetzen (Vgl. dazu 5.3.2. Living Income).

Physische Ware im Terminmarkt

Normalerweise wird der physische Kakao nicht am Terminmarkt verkauft. I2: *«The normal fresh cocoa, normally isn't delivered to the terminal market.»* Es kann jedoch vorkommen, dass bei einem Produktionsüberschuss der überschüssige Kakao an den Terminmarkt verkauft wird und dann irgendwo eingelagert wird. H1: *«Das heisst, wenn man zu viel Kakao hat, kann man am Terminmarkt verkaufen, und sie liefern den Kakao, gegen diese Position, die sie verkauft haben.»* Für die Industrie ist klar, dass ihr Kakao über den physischen Markt beschafft wird und nicht über die Terminbörse eingekauft wird – aus Qualitätsgründen.

I2: *«What you tended to get is old cocoa in the terminal market. Some of it is 10 or 20 years old. And it's just stored in reasonable warehouses and it wouldn't make great chocolate but you could use it to make cocoa butter or cocoa powder still. So it does have a value.»*

I1: *«Wir kaufen keine Bohnen von der Börse, da diese unseren Qualitätsanforderungen nicht genügen.»*

5.3. Herausforderungen im Sektor

Neben den Herausforderungen des Strukturwandels für das Unternehmen von H1 werden diverse weitere Herausforderungen von den Interviewpartnern angesprochen. Sie gehen davon aus, dass die Nachfrage nach Schokolade weiter ansteigen wird. Es wird jedoch schwierig sein, neues Land für den Kakaoanbau zu nutzen, da die Agrarflächen beschränkt sind und die Böden zunehmend unfruchtbar werden. Das Thema Kinderarbeit beschäftigt alle involvierten Akteure und die Sicherung eines Living Income für die Bauern liegt v.a. den zivilgesellschaftlichen Organisationen am Herzen.

5.3.1. Angebot/Nachfrage

SC: *«(..) also die Kakaoindustrie hat echt ein Problem mit der Produktion, die Frage lautete wirklich, wie kommt man zukünftig an den Kakao?»*

Wie sich die Nachfrage nach Kakao in Zukunft entwickeln wird, ist bei den Interviewten umstritten. Einige Befragte (UTZ, SC, H1) sehen den Trend in der Steigerung der Nachfrage. Einerseits da die Weltbevölkerung zunimmt, andererseits, weil sich neue, grosse Märkte wie China öffnen. UTZ: *«Schokolade ist etwas, das ziemlich global beliebt ist.»*

UTZ *«Es gibt so Voraussagen die sagen, dass es in der nahen Zukunft, rund 2020, Produktionslücken von bis zu 1 Mio. Tonnen Kakao geben wird. Allerdings sind diese Voraussagen nicht unumstritten. Aber klar ist, dass der Schokoladenkonsum im asiatischen Markt ansteigt.»*

Die Anbaumöglichkeiten für Kakao sind aber beschränkt: nämlich auf den tropischen Gürtel. Die grosse Frage in den Augen der Interviewten ist also, wie man die Nachfrage zukünftig decken kann.

UTZ: *«Entweder man holzt den Regenwald ab oder man erhöht den Ertrag! (..) Und Fakt ist, dass Ertragserhöhungen möglich sind! »*

SC: *«Wenn man auch globaler schaut, hat die Kakaoindustrie natürlich ein Riesenproblem. Das heisst, dass das Sourcing in der nächsten Zeit zu einer Problemstellung werden könnten »*

H1: *«Es hat jetzt schon grosse Schäden, wenn wir schauen, was in diesen westafrikanischen Ländern angebaut wird, nicht nur Kakao, Palmöl, Kautschuk, und alles Mögliche, dann kann man nicht einfach unendlich Boden zu Verfügung stellen für Kakaoanbau. Sondern man muss von diesen 300-500 kg Hektarertrag rauf auf 1000 kommen. Dass man sagen kann, das wird dann reichen für die nächsten 10, 15 Jahre. Die Bemühungen*

sind da, ja. Die Zertifizierungen auch. Der „Prämien-Zucker“, den man ihnen gibt, ist auch eigennützlich.»

Für die Interviewten ist die Ertragssteigerung ein klares Ziel. Deshalb ist es wichtig, dass die Kakaobauern eine bessere agrarische Praxis erlernen (vgl. dazu auch 5.3.5. Nachhaltigkeit und 5.4. Zertifizierung). SC sieht eine weitere Gefahr bei der Deckung der Nachfrage in der Abwanderung der Bauern zu anderen Feldfrüchten: *«Wenn es nicht attraktiv ist für den Kleinfarmer, Kakao anzupflanzen, dann hört er auf. Und was das mittelfristig heissen könnte... dieses Problem ist nicht gelöst. Also in Ghana ist es auch so, dass ganz viel Kakaofarm-Land zu Palmöl-Land wird.»* Die Ertragssteigerung kann den Kakaosektor attraktiver machen, da mehr Einkommen generiert werden kann. Dass dies mit neuen Pflanzen möglich ist, erklärt H1 am Beispiel Ecuador:

H1: «Der Staat müsste aber eigentlich auch mitmachen und ihnen noch bessere Hilfen geben, dass sie ihren Ertrag verbessern können. Wir haben zum Beispiel – in Ecuador gibt es einen Kakao, CCN-51, das ist ein hybrider Kakao – wenn sie dort eine moderne Plantage haben, mit Wasserschläuchen, die tröpfchenweise Wasser abgeben, wo es Equipen gibt, die die Bäume zurückschneiden, es hat Equipen die mit Pestiziden durchgehen, und das alles perfekt managen.»

Die Kehrseite sieht H1 im Sortenverlust:

«Der alte Arriba Kakao, in Ecuador, dort ist man auch zwischen 300 und 500 kg. Dort auch, der Kakao Arriba, der ist nicht mehr attraktiv. Es hat immer noch Plantagen, es hat immer noch viele Bäume, aber Tendenz geht zu diesem hybriden Kakao, der keinen Geschmack hat, aber viel viel mehr Ertrag.»

Entsprechend den Interviewaussagen stellt eine Produktionslücke für die Industrie eine Gefahr dar. Interessant ist deshalb, dass I2 an der steigenden Nachfrage zweifelt.

I2: «Demand is pretty flat in the developed world; it's partly economic situation, but it's also with all the nutrition, health and wellness messages coming through. And anti-sugar push. Now of course if China comes through, then of course a lot of cocoa will be needed. But they need to really like it. (..) their taste is very different, we haven't a big business in china. »

5.3.2. Living Income

Die NGOs (Hüsser, SC) und Zertifizierungsstelle UTZ sehen das grösste Problem des Kakaosektors beim tiefen Einkommen der Kakaobauern.

UTZ: *«Das ist sicherlich eines der schwierigsten Themen, also die ganze Living Income Geschichte... Eine Zertifizierungsprämie alleine wird in vielen Fällen nicht reichen; das heisst, das Einkommen hängt auch von vielen anderen Bedingungen ab. Was viel diskutiert wird, ist die Frage, wie gross eine Kakaofarm sein muss um nachhaltig zu wirtschaften: kann eine 7-köpfige Familie von einer halben Hektar grossen Farm überleben? Wahrscheinlich wird man in einem solchen Fall nie alle Basic Needs abdecken können.»* und weiter: *«Das [Ertragssteigerung] bringt schlussendlich mehr Einkommen für den Bauern als nur einfach die Prämie, die ja auch wieder vom Markt abhängt, also ob der Markt das dann aufkauft oder nicht.»*

SC: *«Der Preis den sie bekommen, ist nicht attraktiv genug.»*

Hüsser: *«Der Preis muss hoch, da es eine gewisse Reflexion von der Realität [Kosten und Einkommen der Bauern] sein sollte, aber man kann die Verantwortung aufteilen.»* und *«Die Lateinamerikaner, die können auch nicht überleben mit ihrem Kakao.»*

Für Händler 1 ist das tiefe Einkommend der Bauern mitunter ein Grund, wieso die Industrie angefangen hat eigene Nachhaltigkeitsprojekte umzusetzen und die Zertifizierung zunahm: *«(..) weil einfach die Industrie so unter Druck gewesen war (..) mit Bauern, die nichts bekommen, was auch nicht stimmt, aber ähm, die wenig bekommen von dieser ganzen Kette.»*

Für UTZ, SC und Hüsser ist die Sensibilisierung der konsumierenden Bevölkerung zentral bei der Thematik um faire Preise und ein höheres Einkommen für die Bauern. Der Konsument muss bereit sein, mehr für die Schokolade zu bezahlen. Für SC ist dies global gesehen aber ein schwieriger Ansatz:

SC: *«Der Konsument muss bereit sein mehr zu zahlen, bereit sein mehr hinzusehen, was er kauft, was er isst. Aber da sind wir in der Schweiz schon sehr weit (..) wir haben ein sehr hohen Nachhaltigkeitsbedürfnis. Und auch Bereitschaft, z.B. für Fairtrade zu zahlen.»*

Es gibt nur solange Schokolade, wie jemand Kakao anpflanzt. Wenn aber niemand davon leben kann, dann werden aus den Kakaobauern bald Palmöl-Bauern oder sonst etwas, und es wird kein Kakao mehr angebaut. Für UTZ und SC ist abgesehen vom Einkommen der Bauern wichtig, weitere Strategien zu entwickeln, welche nicht direkt mit dem Kakao zusammenhängen, aber für die Bauern wichtig sind.

UTZ: *«Inzwischen herrscht klar ein Konsens, dass Ertragssteigerungen (in den meisten Anbauländern) wichtig und unumgänglich sind. Aber dann gibt es auch Themen die vielleicht weniger direkt auf den Bezug auf den Kakao haben, wie Diversifizierung, Nahrungsmittelsicherheit.»*

SC: *«Und wenn wir die Nachhaltigkeit eines Kakaofarmers anschauen, dann geht es vor allem darum, dass er auch mehr über Ernährungssicherheit wissen muss oder von Diversifikation.»*

I2 argumentiert, dass die Bauern wie auch viele andere Menschen zu wenig verdienen. Damit anerkennt I2 den Fakt des zu tiefen Einkommens, marginalisiert ihn aber durch das Verkaufsargument und damit, dass die Kakaobauern nicht die einzigen sind:

I2: *«When you look at individuals, then of course you should pay more. Maybe the workers in our factories should get more, maybe the worker in the boat of transporters should get more, maybe the worker in the warehouses should get more, because there're all probably underneath the poverty line. All reasonable. But then a lot of the consumers are also quit poor.»* und weiter: *«You know, it's tuff for all farmers. So the Swiss farmers are crying, because they are being exposed to the market price of milk. They are getting about twice the European price in Switzerland. And now they are crying if it comes down a bit. I don't think that any mechanism in the world work to get over this issues.»*

Gleichzeitig ist I2 aber bewusst, dass es nicht sehr viele Möglichkeiten für die Kakaobauern gibt: *«There [West-Africa] is just service sector and agricultural sector. There aren't any opportunities.»*

5.3.3. Kinderarbeit

Das Thema Kinderarbeit ist im Kakaosektor in zentrales Problem, welches diverse Akteure erkennen und wissen, dass gehandelt werden muss. SC sieht einen Teil der Verantwortung auch bei den Händlern: *«Für Trader sind wirklich Themen ein Problem, denen sie sich stellen müssen, wie die Kinderarbeit auf den Feldern»*. H1 sieht den Grund für das Handeln der Industrie (also die Umsetzung eigener Nachhaltigkeitsprojekte) auch in der Kinderarbeitsthematik: *«(..) weil einfach die Industrie so unter Druck gewesen war, mit Kinderarbeit.»* Auf Grund der Kinderarbeitsproblematik haben sich viele Unternehmen verpflichtet, gewisse Standards umzusetzen, denn die Kinderarbeit steht mehr im Rampenlicht als andere Themen im Kakaosektor (UTZ, Hüsser). UTZ: *«Es gibt politische Übereinkünfte in welchen sich die Schokoladenindustrie verpflichtet, die Kinderarbeit zu bekämpfen und auszumerzen. Die Kinderarbeit ist wirklich ein Problem, welches sehr signifikant und auch im Scheinwerferlicht ist.»* Seit die Kinderarbeits-Thematik aufgekommen ist, haben sich Händler wie auch die Industrie dafür eingesetzt, dass sich die Zustände verbessern. I2 sagt dazu aber: *«I think there is sure still a lot to do. I think for at least the first 10 years, companies didn't take the child*

labour issues seriously enough, but it was rather public affairs area, rather than operational area.»

H1 sieht aber schon Ergebnisse der Bemühungen:

H1: *«Also es hat schon gebessert. Von dem her ist dieses dauernde Kritisieren von den NGO's in gewissen Bereichen sicher richtig, wie gesagt, ich würde sie selber sofort finden, die Missstände, man sieht sie, aber es ist nicht mehr wie vor 10, 15 Jahren.»*

Dem entgegen zeigen neue Resultate der Studie der Tulane Universität auf, dass die Kinderarbeit zugenommen hat (Tulane University 2015). Für I2 ist die Studie aber nicht ganz korrekt formuliert: *«The per tonne rate of child labour actually wasn't any higher.»* Dem stimmt Hüsser zu. Entgegen dem aber:

Hüsser: *«Es geht immer darum, ob sich die Struktur verbessert. Und dass sie sich nicht von heute auf morgen verbessert, das ist ganz klar. Das verstehen wir ja auch, aber dass sie sich nicht verbessert hat in den letzten 16 Jahren! Und es sind ja ziemlich dramatische Anschuldigungen. Da ist schon ein Unverständnis da, doch. Und hat sich nicht nur nicht einfach verbessert, sondern es hat sich verschlechtert. Mitunter weil der Kakaoanbau angestiegen ist. Aber wenn man ja das Problem kennt, und der Anbau ansteigt, dann schaut man doch, dass sich das Problem nicht noch vergrößert, aber es ist einfach mitgewachsen. Und das ist für mich schon ein Signal, dass etwas nicht stimmt.»*

Für die Zertifizierung ist UTZ wichtig, dass es nicht einfach eine Symptombekämpfung bleibt, sondern dass Strukturen aufgebaut werden, welche diese Kinder auffangen. Dem stimmt auch Hüsser bei.

UTZ: *«Denn nur zu sagen ein Bauer bei welchem Kinderarbeit vorgekommen ist, ist einfach nicht mehr zertifiziert, das hilft dann dem Kind auch nichts. Es muss dann eine Struktur geben, in der das Kind aufgefangen wird, so dass die Ursachen der Kinderarbeit angegangen werden können und das Kind zur Schule gehen kann. Häufig ist es zum Beispiel so, dass das Kind eine Geburtsurkunde bekommen muss, weil es sonst nämlich nicht zur Schule gehen kann.»*

Hüsser: *«Das mit der Kinderarbeit ist einfach ein erster Schritt, und ich denke, dass ist vor allem für die Unternehmen am dringlichsten, für die Menschenrechte am dringlichsten. Aber schlussendlich ist das ein Symptom und es geht darum, die ganzen «Krankheiten» vom Markt auszumerzen, denn die Kinderarbeit kann nicht einfach dadurch ausgemerzt werden, in dem man Sensibilisierungsarbeit macht, indem man Schulen baut, indem man direkter einkauft. Aber das sind wichtige Massnahmen und Schritte.»*

Auch für Sigley (FCC) kann die Kinderarbeitsthematik nicht einfach auf die Wertschöpfungskette Kakao heruntergebrochen werden:

FCC: *«Child labour is a component of the wider poverty and rural community problems and failure against the Millennium and Sustainable Development Goals. Too many NGOs do not advocate on this basis but choose the soft option of the supply chain alone.»*

Dass der Ursprung des Problems an einem anderen Ort liegt, sagt auch SC: *«Wenn die Kinder aus Burkina Faso verkauft werden, dann müsste man ein Projekt in Burkina Faso machen, damit die Eltern dort genügend Geld haben, dass sie ihre Kinder nicht verkaufen müssen.»* Für SC und UTZ ist Child Trafficking aber nicht einfach mit einem Verbot zu lösen. Soth sagt zum Thema Trafficking, dass es heutzutage nicht mehr so verbreitet ist – zumindest in der Kakaobranche. *«Der Peak ist vorüber, klar hat es noch die verdeckte die noch weiter geht, es gibt aber schlimmere Sektoren.»*

5.3.4. Sonstige Herausforderungen

An den Gesprächen mit den Interviewten sind diverse Herausforderungen angeschnitten worden, die jedoch nicht tiefer diskutiert wurden. Sie sollen an dieser Stelle aber trotzdem kurz aufgeführt werden. Beispielsweise wurden von H1, SC, I2 oder UTZ Herausforderungen im Bereich Umwelt genannt. H1 nennt das Beispiel der Ebola Fieber-Epidemie im Jahr 2014, welche die Preise in die Höhe schiessen liess. Zudem können auch andere Einflüsse zu Ernteeinbussen führen, wie H1 erklärt:

H1: *«Die [Ghana] haben ca. 200'000 Tonnen weniger Kakao gehabt als erwartet, es hat Contracts, die nicht erfüllt sind, in der Periode, in der es eigentlich vorgesehen war, und erst jetzt mit der neuen Ernte ist das ausgeglichen worden.»*

In Indonesien kämpfen sie seit langem mit einem Schädling, den man nur schlecht bekämpfen kann. Das schadet dem Kakaosektor in Indonesien (Soth). Auch die Rodung des Urwaldes ist ein heikles Thema. I2 fordert den Schutz der Wälder: *«Governements need to protect their intact forest.»* Auch für SC scheint die Abholzung ein wichtiges Thema zu sein: *«Viel viel wichtiger ist [Transparenz] aber sicher im Bereich um: Kommt es aus geschützten Regionen? Sehr viel von diesen Kakaobauflächen sind sehr nahe bei Nationalpärken. Es ist aber natürlich so, wenn sie im Urwald anfangen zu roden, um mehr, intensiver zu bebauen, dann wird es zum Problem.»*

UTZ erwähnt die politischen Situationen, welche einen Einfluss auf Projekte haben können, z.B. bei der Umsetzung der ersten UTZ Kakaoprojekte.

«Die Anfangsjahre des Programms waren kurz nach den Unruhen in der Elfenbeinküste, dann sind die Unruhen wieder aufgeflammt und für ein Jahr mussten viele Pilotprojekte

auf Eis gelegt werden. Die Händler sind in solchen Situation schon diejenigen, die dann am ehesten dort auch bleiben..»

5.4. Zertifizierung

Von H1, UTZ, SC, I2 wurde im Gespräch ausdrücklich darauf hingewiesen, dass nicht die Zertifizierung per se, also das Label, im Zentrum der Zertifizierung steht, sondern die positiven Auswirkungen auf die Bauern, welche eine solche Zertifizierung nach sich zieht. Für UTZ war es wichtig, in einem Multistakholder-Ansatz die Standards zu entwickeln für die UTZ Zertifizierung: *« (...) zusammen den Standard entwickelt. Mit verschiedenen Partnern aus Produktionsländern und auch vom Handel, aber auch Schokoladenhersteller.»*

Zwei Hauptgründe nennt I2 als Motivation der Kooperativen zu zertifizieren, die auch für H1 wichtig erscheinen.

I2: «They just want to be in a project, basically, that's their motivation. In the project, getting a premium for the cocoa, it's the primary motivation. Than secondly motivation is improving the productivity, quality of cocoa and so on, which improves the farmers' livelihood.»

H1: «Für mich ist an der Zertifizierung gut, dass der Bauer eine Prämie bekommt, dann hat er mehr Geld, für das was arbeitet, er bekommt eine Ausbildung, (...) wie schneidet man zurück, wie fermentiert man, wie behandelt man die Pestizide.»

Auch UTZ ist die Motivation der Bauern bewusst:

UTZ: «Wir hätten natürlich am liebsten, wenn die Bauern einfach am Programm teilnehmen würden, weil sie überzeugt sind von der Sache und nicht nur wegen den Prämien. Sondern auch, dass sie sonst die Benefits sehen, also den Nutzen der besseren landwirtschaftliche Praxis, höhere Erträge, aber auch soziale und Umwelt Benefits. Aber man muss auch realistisch sehen, dass das Erzielen dieses Nutzens mit sehr viel Arbeit verbunden ist.»

Für UTZ selber ist die Motivation die Verbesserung der Bedingungen. Das Label ist schlussendlich nicht sehr wichtig und eher für den Konsumenten eine Hilfe. UTZ: *«Aber für uns ist das ehrlich gesagt nicht so wichtig, ob das auf den Produkten drauf ist oder nicht. Solange sie zertifizierten Kakao kaufen, und damit die Bauern unterstützen nachhaltig zu produzieren, und sie unterstützen im Training und in die Kakao Handelskette investieren - das ist das, was für uns wichtig ist.»* Die Initiative für eine Zertifizierung kommt je nach dem von der Kooperative oder den Händlern. UTZ erklärt dazu:

UTZ: *«Einfach so findet die Kooperative eigentlich nicht, so jetzt machen wir mal eine UTZ Zertifizierung und dann schauen wir ob dann jemand Interesse an diesem Kakao hat. In der Elfenbeinküste würde ich schon sagen, dass schon oft die Initiative vom Trader her kommt. Und in Ghana hat es sowieso diese limited buying companies, die LBCs, denn nicht jeder kann Kakao aufkaufen und dann wieder ans Cocobod verkaufen kann. Auch die LBCs überlegen sich das dann gut, ob sie in die Zertifizierung einsteigen wollen oder nicht.»*

Die Hilfe für Zertifizierung kann auch von der Industrie kommen (I2), auch wenn die Kooperative selber zuständig ist fürs Zertifikat und dafür arbeiten muss. I2: *«Yes you are helping and maybe put some things into the coop, but in the end it's the coop which has to run the certification itself and has to retake the certificate. So it's important that things are not just given to the people.»*

I2 betont weiter den Vorteil der Zertifizierung in Bezug auf die Transparenz. Diese Transparenz ist für den Händler wichtig, damit dieser nicht für un zertifizierten Kakao Prämie zahlt.

I2: *«To be certified, the coop has to have a traceable system in the coop, so there's a list of all farmers and it has to record all deliveries of each farmer, and he knows how many hectares each farmer has, so what is the reasonable amount of that farmer should be able to deliver. But you can't have a policeman on every farm for every transaction of cocoa that has ever been. So you have to realize that there's going to be leakage in this kind of thing.»*

Weiter ist es für I2 aber eine Herausforderung, den Bauern den Vorteil von Zertifizierungsprogrammen näherzubringen. Der positive Effekt wird häufig erst nach einer gewissen Zeit ersichtlich, was es schwierig macht, die Bauern von diesen Programmen zu überzeugen. I2: *«You know, cash in your face is much more appealing than 'we can help you to improve your productivity and maybe you get more cash next year'»*

Auf die Frage, ob Zertifizierung in Zukunft wichtiger wird antwortet SC: *«Zertifizierung ist unsere weisse Weste, vom Markt, nicht vom Bauer.»* Auch I2 fasst die Zertifizierung eher nüchtern zusammen: *«Certification any goes so far, it's a bit of an audit, without actually changing life for the farmers. But it's an important component of a program.»* I2 begründet das Aufkommen der Zertifizierung darin, dass die NGOs darin die Lösung sahen: *«But I think it was the NGO's (...) who just said certification is the answer.»* SC geht es schlussendlich darum, dass Verbesserungen stattfinden, nicht dass möglichst viele Bauern zertifiziert sind:

SC: *«Es ist der Trader der sagt, wenn ich den Kakao will, musst du diese und diese Anforderungen einhalten. (...) Dass die Unternehmen für sich selber die und die Standards*

setzt, an die man sich dann hält. (..) Und ich denke das bringt dem Bauer mindestens genauso viel. Wenn nicht wieder irgendwelche Zertifizierungs-Bodies aus unserer Welt auch noch einmal Geld daran verdienen.»

Ein weiteres, wie es scheint für die Interviewten wichtiges, Thema ist die Methode der Zertifizierung. Massbalance ist im Vergleich zu Segregation für die Industrie einfacher zu handhaben, aber die Transparenz geht verloren. I2 begründet das Verfahren mit dem Kostenpunkt.

I2: «And if you see factories producing 300'000 tonnes of product a year, segregation is extremely difficult and extremely expensive in that kind of chain. (..) we are pushing for segregation until the factory door. (..) but at least you know what went into the factory and your product is coming out on the other end. Now, does it matter that the molecules of beans aren't the same going through? What of course it does, but at least it is better than a segregation further or a mass balance further up.»

Die Investitionen, welche die Industrie zu Beginn hätte in die Hand nehmen müssen, um die Fabriken nach dem Segregation-System auszurichten, wären hoch gewesen. Das Geld sollte lieber in Richtung «Farmer-End» der Lieferkette investiert werden. Mit dem komplizierten System meint I2 die Mischung verschiedener Ursprünge bei Butter und Pulver. Mit Mass Balance kann jongliert werden. Das ist das, was H1 stört. In H1s Augen geht das zu weit, da es nicht mehr mit dem Zertifikat übereinstimmt. Die Argumentation der Kosten und Flexibilität lässt H1 nicht gelten.

«Das ist nicht der Sinn von einer Kooperativen, die innerhalb dieser Kette den Kakao liefert (..). Aber das sind Gespräche [mit der Industrie], die nichts bringen.» (H1)

Auch Soth sieht nicht ein, wieso die Industrie es nicht schafft, Segregation zu fördern. Er sagt dazu: *«Ich bin kein Freund von Mass Balance und sage Mass Balance ist einfach nur die Faulheit nicht in vernünftige Systeme investieren zu wollen.»* Mit neuen Technologien wie GPS und Chips könnten sich auch noch neue Transparenz-Systeme entwickeln. Soth: *«Mit dem was mittlerweile im Datenmanagement möglich ist wird das mit der Zeit nur noch einfach.»*

Einige Schokoladenhersteller haben ein öffentliches Commitment publiziert, dass sie ab dem Jahr 2020 nur noch zertifizierten Kakao in ihrer Lieferkette haben. Parallel dazu haben viele Unternehmen angefangen, eigene Nachhaltigkeitsprojekte zu starten (vgl. dazu Kapitel 3.8.). Die befragten Akteure sehen dieses Engagement in unterschiedlichen Faktoren begründet.

Als intrinsische Motivation für Nachhaltigkeitsprogramme aus der Industrie und dem Handel nennt UTZ die Verknappung des Angebotes. H1 nennt es «Prämien-Zucker» für die Bauern, aus teils eigennützigen Gründen (vgl. 5.3.1.). Auch die angesprochene Kinderarbeit ist sicher ein Grund (vgl. 5.3.3.). Solange die Auswirkungen der Projekte positiv sind, nehmen die Gründe eine

nebensächliche Rolle ein. I2 beteuert den positiven Effekt des eigenen Nachhaltigkeitsprogrammes: *«We have to believe in our work and that we have an impact, and it has to, otherwise we wouldn't continue to doing it.»* Andererseits würde I2 auch nicht Geld in Projekte investieren, wenn sie keinen Nutzen erbringen. Die Zusammenarbeit mit den Kooperativen für solche Nachhaltigkeitsprojekte ist essentiell.

I2: *«We want good relationships with coops, that's how we can justify investments. It's very difficult for me to go to my management and say I want to invest 10 Mio. a year in a bunch of farmers, who won't supply us. So what you want to do that for? Oh, just for the good of the farmers. Like we say we leave that to the charity.»* Und weiter: *«For us to realize it's kind of an investment, and it's kind of how it's working. So if you make good relationships and they want to stay with you and supply you. But we can't say to another player go away, don't deal with this coop.»*

Eine Herausforderung für die Industrie bei eigenen Nachhaltigkeitsprojekten, in welche sie investieren, ist die Sicherstellung der Lieferkette. Die Industrie möchte im wahrsten Sinne auch die Früchte ernten, welche sie sähen. Für SC ist die Begründung für Nachhaltigkeitsprojekte im Markt zu suchen.

SC: *«Aber die ganze Nachhaltigkeitsdiskussion würden sie [Industrie und Händler] nicht machen, wenn der Markt das nicht auf fordern würde. Es ist hauptsächlich der Markt, der das nachfragt. Aber der Markt ist nicht bereit gleichzeitig dafür zu zahlen.»*

Wenn der Markt nicht dafür zahlen möchte, braucht es andere Modelle. Der Ansatz von UTZ zielt darauf ab, die Wertschöpfungskette von Massenkakao nachhaltiger zu machen.

UTZ: *«UTZ Certified hat zum Ziel den Mainstream Kakao nachhaltig zu machen. Wir sind keine Nischenzertifizierung (..) wir sind für die Konsumenten, die z.B. für den Kindergeburtstag 5 Tafeln Schokolade kaufen. (..), um die ganze Wertschöpfungskette nachhaltig zu machen, zu gestalten, müssen wir ein Modell finden, welches auch mit den Mainstream Markt funktioniert.»*

Die Wichtigkeit von öffentlichen Commitments aus Industrie und Handel, unterstreicht UTZ mit Gesagtem:

UTZ: *«Es gibt natürlich unterschiedliche Commitments; die einen sagen zertifiziert, die anderen nachhaltig. (..) ich glaube öffentliche Commitments sind sehr gut, denn sie werden von der Geschäftsleitung der betreffenden Firma beschlossen und mitgetragen. Wenn der CEO sagt, das ist unser Commitment, dann wird es zur Zielsetzung, selbst der Bons*

kann davon abhängig sein. Dies gibt dem Nachhaltigkeitsprogramm eine viel stärkere Position, auf einmal geht es nicht nur noch darum den Kakao zu einem möglichst günstigen Preis einzukaufen. Und dieser Shift ist wahrscheinlich wichtiger, als die Frage ob das Commitment, dann zu 100% erreicht wird oder nicht.»

Wenn diese Nachhaltigkeitsprojekte parallel zu einer Zertifizierung laufen, müssen die Anforderungen zuerst ausgehandelt werden. Für UTZ gibt es immer zwei Seiten an solchen Projekten:

UTZ: «Aufgrund unseres Mainstream-Fokus ist es für uns so wichtig, mit den grossen Händlern und den Schokoladeherstellern zusammenzuarbeiten. Dabei ist es auch wichtig, dass das Zertifizierungsprogramm gut an das Nachhaltigkeitsprogramm dieses Akteurs anschliesst. Dies ist vielleicht ein Extraaufwand, aber der lohnt sich auch, denn wenn ein grosser Schokoladeproduzent ein zertifiziertes Produkt lanciert oder ein Supermarkt das Sortiment umstellt, dann ist das ein grosser Impact.»

5.5. Aufgabe der Verantwortung

UTZ: «Und hier kommt die Frage auf, wessen Aufgabe es ist, Grundstrukturen wie Infrastruktur und Dienstleistungen zu stellen – die der Trader und Industrie, oder die des Staates?»

Um die vielen Herausforderungen im Kakaosektor zu lösen, gibt es diverse Ansätze. Wer diese Ansätze umsetzen soll und welche Akteure welche Rolle einnehmen sollten bei der Verbesserung des Sektors, wird breit diskutiert. Dadurch dass die interviewten Personen in verschiedenen Bereichen des Sektors tätig sind, unterscheiden sich die Meinungen über die Verantwortungen.

Seitens der NGO wird v.a. die Schokoladenindustrie in die Verantwortung gezogen.

Hüsser: «Oft ist ja die Schokoladenindustrie das Ziel sozusagen. Das ist einerseits so, weil sie viel sensibler reagieren, da sie näher an den KonsumentInnen sind. Zudem ist es so, dass das den Tradern einfach egal ist, wenn man eine Kampagne gegen sie führen würde. Sie sind von niemandem abhängig, es kennt sie niemand.»

Die Industrie (I2) sieht sich selber und die Industrie allgemein aber auch in der Verantwortung: *«And other industry as well have to do their part.»* Zentral bei einer Veränderung des Sektors ist aber auch die Rolle der Regierungen. Für UTZ ist klar, dass nicht alles auf den Schultern der involvierten Akteure ausgetragen werden kann. UTZ: *«Man kann nicht alles über die Handelskette abwickeln. Das wäre vielleicht praktisch, aber das geht ja auch nicht.»* Damit sich der Sektor verbessert, müssen laut UTZ, Hüsser, SC, I2, FCC und H1 die Regierungen ihren Teil dazu beitragen. Dabei kann der Druck von Seiten der Industrie auf die Regierungen helfen.

UTZ: *«Schulung, Education, Gesundheitssorge sind natürlich grosse Themen, Themen die man als Zertifizierungsprogramm gar nicht direkt alleine beeinflussen kann. (..) aber schlussendlich sind dies auch Dienstleistungen, die der Staat eigentlich bereitstellen sollte.»* Zur Zusammenarbeit mit den Regierungen sagt UTZ: *«Mit den Regierungen zusammenarbeiten ist absolut key,»*

FCC: *«The governments of cocoa consuming and producing countries need to do more if they want sustainability and transparency to become a reality. With 4.5 million farmers currently active in producing 4.5 million tonnes of cocoa there is an obvious challenge as to how all these farmers can earn a sustainable living.»*

I2: *«Lobbying governments is one of the areas where it is making sense to work together (..) we can't dictate the governments. After all, we are private sector, they are democratic elected, in both countries [Elfenbeinküste und Ghana], so it would be entirely wrong for us to say, you know, to dictate to them. But still we are talking about laws, and in fact laws are integrated into their own countries. (..) let's work out who should be doing what here, and so at least from our side we are serious. So we're serious, we get our stuff on the ground. And that really puts spotlight on them; but there is a whole list of things that governments should do, so yeah, they don't have enough money.»*

H1: *«Der Staat müsste aber eigentlich auch mitmachen und ihnen noch bessere Hilfen geben, dass sie ihren Ertrag verbessern können.»*

SC: *«In der Côte d'Ivoire, wo 20+ Prozent des GDP aus Kakao kommt, könnte etwas erreicht werden, wenn die Traders zusammengestanden wären (..) und gesagt hätten, schau, das ist die wichtigste Devise (..) für das Land, wo so viel Geld durch den Kakao in euer Land kommt, wollen wir parallel sehen, dass auch etwas passiert [Investitionen in Infrastruktur, Bildung etc]. Zusammen mit den politischen Kräften aus den Ländern, wo sie angesiedelt sind - und da wäre die Schweiz ja auch eines davon. Ich denke, dann würde vielleicht etwas gehen. Aber seit ich vor drei, vier Jahren mit Barry Callebaut geredet habe und bis jetzt, da sind sie nicht bereit, in diesem Bereich pre-competitive etwas zu machen. Kann sein, dass sich mit der Zeit etwas verändert. Aber wenn sie wollen, dass sich mit der Zeit etwas verändert, dann müssten sie zusammenstehen.»*

Bei der Verantwortung der Staaten kommt erneut die Frage nach Transparenz ins Spiel.

Hüsser: *«Wenn man dort eine Transparenz hätte, dann gibt es eine Möglichkeit für die Zivilgesellschaft in der Elfenbeinküste oder Ghana, vom Government zu verlangen, zu*

sagen, wir wissen, es müssen irgendwo irgendwelche Millionen Dollar sein, die als Steuergelder vom Kakao vorhanden sind, was macht ihr damit? Und das ist natürlich ein Riesenprojekt. (...) So kann man auch eine gewisse Demokratisierung der Staaten unterstützen, wenn man die Zivilgesellschaft stärkt mit Informationen.»

Damit sei man wieder bei der Transparenz: Es sei wichtig, dass die Industrie und die Händler transparenter werden, indem sie offenlegen, was sie am Steuern zahlen. Damit kann Druck auf die Regierungen ausgeübt werden (Hüsser).

Für alle befragten Akteure sind deshalb auch die verschiedenen Organisationen wie die ICCO oder WCF wichtig. Dort können Verantwortungsbereiche ausgehandelt werden, Druck ausgeübt werden und es besteht die Möglichkeit, sich auszutauschen. Gleichzeitig wird von I2 aber aufgezeigt, dass solche Organisationen auch viel Bürokratie bedeuten. I2 wirft den Staaten vor, in der Vergangenheit zu wenig gemacht zu haben.

I2: «To change conditions in countries, governments need to drive. So ICCO is one lever, together with tackling individual governments directly. However in practice it's political and bureaucratic, so doesn't achieve much. (...) after all, if governments had done their job (of protecting and providing basic services for their population), we wouldn't have these issues in the first place.»

Auch wenn H1 die Wichtigkeit solcher Organisationen wie ICCO oder WCF anerkennt, sei es für sie zu viel, um überall dabei zu sein. Es gibt zu viele Organisationen – da wäre man ständig unterwegs, um an all diese Treffen zu reisen (H1).

Für UTZ und I2 ist die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren zentral, um an den Problemen des Sektors zu arbeiten. Zudem wird es als wichtig erachtet, dass aus dem gelernt wird, was bisher schon gemacht wurde, bzw. nicht gemacht wurde. Die Zusammenarbeit in der Entwicklung des Sektors sieht SC aber auch als Herausforderung.

SC: «Es wirklich ein dauernder Prozess. Es ist eine sehr grosse Herausforderung. Weil wie gesagt, die verschiedenen Stakeholder wollen nicht das gleiche.»

UTZ: «(...) dass halt mehr zusammenspielen muss, also Regierungen, Firmen, NGOs. Wir müssen zusammenarbeiten, um diese Probleme anzugehen.»

I2: «Things change over time, and you change, you understand the results of surveys, society is changed, the company is changed in relation to the society, and so on. This is where we are now, doing something very practical about it.»

Labels helfen dem Konsumenten beim Kaufentscheid, wenn es darum geht, dass der Konsument Verantwortung übernehmen möchte und , mehr zahlen würde. Der Nutzen, bzw. die Antwort auf die Frage, wie viel schlussendlich beim Bauern ankommt, bleibt umstritten. I2: *«It's a nasty calculation, I'm afraid. Not much, so.»* Sowieso steht die Frage im Raum, wie weit die Bereitschaft der Konsumenten geht. SC sagt dazu: *«Wenn man schaut, der grösste Teil der Bevölkerung, den interessiert es nicht, die haben andere Probleme.»*

5.6. Transparenz

SC: *«Wenn das System zu transparent würde, gäbe es natürlich Nachteile für die Händler, da das Wissen über Angebot, Produktion etc. grösser wäre. Durch die generierten Informationen könnten die Händler ihr Wissen über diese Faktoren nicht mehr gegeneinander einsetzen. Schlussendlich wird der Kakao an der Börse gehandelt. Information bedeutet dort Erfolg.»*

Die Transparenzdebatte wird von den verschiedenen Interviewten unterschiedlich aufgenommen. Für SC ist offensichtlich, dass von den Händlern eine gewisse Intransparenz gewünscht ist. Auch Hüsser betont, dass die neuen Bemühungen der Industrie, transparenter zu sein, bewusstmacht werden. Zur Transparenz vom Unternehmen von I2 sagt sie: *«Das ist uns natürlich schon aufgefallen, also dass sie eine gewisse Transparenz an den Tag gelegt haben, aber es ist so, dass es eine ausgewählte Transparenz ist.»* Die an der Wertschöpfungskette beteiligten Akteure sind vor allem auf die Transparenz des Warenflusses eingegangen und haben aufgezeigt, dass dort Transparenz besteht:

H1: *«Also wenn man die Transparenz von Seiten der Warenbewegung anschaut, die ist ja da. Gerade eben die Projekte, die man hier hat, da gehen wir mit dem Kunden in die Elfenbeinküste, gehen zur Kooperative, alle sitzen zusammen, man weiss, dass der Kakao von diesen Bauern kommt, der Ablader ist dabei, wir sind dabei – diese Transparenz ist absolut da punkto Ware.»* Weiter ist für ein transparentes System die Zusammenarbeit wichtig. H1: *«Traceable System, das geht zurück zum Bauer, und so wissen wir auch wer was geliefert hat. Und das sind Projekte, die wir kreiert haben, zusammen mit einem Ablader, wo man gerne zusammenarbeitet, wo auch von den Leuten her zu einem passt, das ist eigentlich immer noch das Schwierigste daran, dass man Organisationen hat, wo man innerhalb dieser Projekte, also wo man Industrie, Handel, Ablader, und Kooperative, wo man mengenmässig irgendwie zusammenpasst, und von der Philosophie zusammenpasst.»*

I1: *«für mich sind unsere Lieferanten nicht intransparent. »*

I2: *«But it [Kakao aus dem eigenen Nachhaltigkeitsprogramm] is a lot more traceable than the conventional cocoa which is simply: You buy from the supplier and you have no idea where it's coming from. They buy from middleman, who don't even have records at all.»* Deshalb ist die Transparenz für I2 wichtig. *«We decided to be more transparent; it's tuff to be transparent but it's the best way.»*

Für Soth gibt es zwei Gründe, wieso Transparenz wichtig ist. Die Transparenz erachtet er vor allem deshalb als wichtig, damit klar wird, wo die Probleme im Sektor sind, die angepackt werden müssen und wo es vernünftig wäre, Projekte umzusetzen.

Soth: *«Das sind die beiden Faktoren: 1. der Umkehrschluss, dass wenn ich noch nicht einmal weiss, woher die Bohnen stammen, was weiss die Firma denn überhaupt über ihr Produkt? und 2. nur wenn ich weiss, woher die stammen kann ich gezielt eingreifen.»*

Für UTZ ist diese Transparenz gegenüber dem Konsumenten sehr wichtig: *«Was auch als Transparenz wahrgenommen wird, ist das Wissen der Konsumenten. Wenn der Konsument weiss, woher seine Schokolade kommt. (...) Ich finde es wichtig, dass die Schokoladenfirmen auch etwas machen, um den Konsumenten zu informieren woher der Kakao kommt.»* Für SC zeigt sich die Wichtigkeit in dieser Transparenz auch an einem anderen Punkt: *«Es ist aber natürlich so, wenn sie im Urwald anfangen zu roden, um mehr, intensiver zu bebauen, dann wird es zum Problem. Darum ist es wichtig, dass man weiss, wie und wo die Farmer sind.»*

Der Fokus der Transparenz liegt je nach Unternehmen anders. Wenn es um mehr als den groben Warenfluss geht, stösst die Nachfrage nach Transparenz bei I2 auf Unverständnis: *«Is that the transparency you want, do you want to know how many tons we bought from Olam and how many tons we bought from Cargill?»* Für H1 hört dieses Verständnis beim Finanzfluss auf: *«Jetzt gibt es diejenigen, die auch noch die Transparenz wollen seitens Werts, also Warenwert. (...) es soll jeder ein Profitzentrum sein können.»* Zudem ist es für I2 schwer zu verstehen, was die NGOs eigentlich wollen, wenn sie Transparenz einfordern: *«It's amazing what is out there [of Informations and Reports] and yet it's hard to get any feedback on it. (...) There's more and more information on the web. (...) so I do wonder. I'm not sure what they [NGOs] want.»* Darauf erwidert Hüsser: *«Manchmal ist es auch für uns nicht ganz einfach auszudrücken, was wir genau wollen, denn es ist so intransparent, dass es manchmal schwer ist zu sagen, wo denn der Ansatzpunkt ist.»*

Als wichtigster Punkt in der Transparenzdebatte nennt Hüsser den Finanzfluss in die Staaten. Diese Offenlegung kann als Argument genutzt werden, auf die Staaten Druck zu machen, einen Teil der Einnahmen in den Kakaosektor zu reinvestieren (vgl. S. 84) Dem stimmt auch FCC zu:

FCC: *«The state intervention has over the years been conducive to maintaining cocoa quality and supporting the farmers. The sustainability challenge is a problem in the same way as it is in other producing countries where cocoa income is used for other areas of support to the national economy.»*

Dass seitens der Staaten – in diesem Falle der Elfenbeinküste mit dem Auktionssystem (vgl. Kapitel 3.3.1.) – mehr Transparenz geübt wird bzgl. der verkauften Kakaomenge und Preise, wünscht sich auch H1:

H1: *«Dort hat es eine gewisse Intransparenz. Weil das, die Organisation, CCC, die kommuniziert nicht, was für Preise gehandelt wurden. Sie publiziert auch nicht, was für Mengen gehandelt wurden. Das heisst, es wäre eigentlich schön, dort zu sehen, jeden Tag am Abend, wir haben so und so viel verkauft, mengenmässig, und zu diesem Durchschnittspreis.»*

5.7. Auf den Ursprung kommt es an

Climate, Cash und Culture nennt Dand (2011:200; vgl. Kapitel 3.3.) die drei wichtigsten Faktoren im Kakaohandel. Der Faktor Culture ist schwer zu fassen und findet in der Literatur nicht grosse Beachtung. Durch die Gespräche mit den Expertinnen und Experten wurde dieser Faktor jedoch verständlicher. Mehrere Aussagen von I2 und H1 verweisen auf die Unterschiede zwischen den Produktionsländern. Am Beispiel der Qualitätskontrolle zeigt H1 dies auf.

H1: *«Wir kontrollieren nicht jede Partie im Ursprung. Das braucht es nicht, weil die Ablader genau wissen, z.B. Zentralamerika, das sind Topleute, das ist nicht wie in Afrika. Aber die wissen genau, die können diese Cadmium Werte festlegen und alles, die sind äusserst weiterentwickelt, auch in Südamerika, Peru, Ecuador ist es etwas anderes, aber das sind heute also professionelle Abläufe, Leute die das Geschäft verstehen, und da macht es keinen Sinn, dass wir ein Muster ziehen.»*

Dass die Zusammenarbeit zwischen den involvierten Personen entlang der Lieferkette funktioniert, ist Teil der Aufgabe eines Händlers. Für H1 ist das ein kulturell bedingtes Phänomen.

H1: *«Weil wir haben auch gesehen, mit dem ersten Elfenbeinküstenprojekt, dass der Ablader, das waren Inder, Pakistani, gute Leute, aber von der Mentalität her hat das nicht geklappt mit den Afrikanern. Und dann haben wir das mit denen diskutiert, und die haben dann auch gesagt, nein nein, wir hören lieber auf, und dann haben wir mit einem anderen angefangen, wo wir auch schon vorher zusammengearbeitet haben, er hat das einfach übernommen, als Ablader, die Ablader-Aktivität, und das funktioniert jetzt tip top.» (H1)*

Die Art der Bauernorganisationen unterscheiden sich ebenfalls je nach Ursprung. SC beschreibt das für Indonesien so: *«Die Farmer organisieren sich in Farmer Groups. Aber es sind keine legal formierte Kooperativen, wie in Lateinamerika. Das geht nicht in Asien, das funktioniert da nicht mit Kooperativen.»* UTZ erklärt, dass die Initiative zur Zertifizierung je nach Region eher von den Händlern oder von den Bauern herkommt. *«Es kommt auch noch sehr auf die Region an. Ich würde sagen, wenn es sehr gut funktionierende und etablierte Kooperativen sind, z.B. in Lateinamerika, dann ergreifen sie eher selber die Initiative, manchmal haben sie auch schon eine Zertifizierung, zuerst Bio oder so und dann schauen sie was kann man sonst noch machen.»*

Die Produktionsländer unterscheiden sich nicht nur in Hinblick auf die Zusammenarbeit der Akteure, sondern auch auf die Probleme im Sektor. Die Kinderarbeitsproblematik wird v.a. in Zusammenhang mit Westafrika genannt.

Durch die Datenerhebung sind keine grundlegend neuen Faktoren zum Vorschein gekommen. Die befragten Akteure geben durch ihre Aussagen aber einen Einblick in die Funktionsweisen des Sektors und vor allem veranschaulichen sie die abstrakten Prozesse mit Beispielen. Auch wenn die verschiedenen Meinungen der Interviewten bereits eine Art Diskussion ergeben, sollen die Themen im folgenden Kapitel aufgegriffen und gesamthaft diskutiert werden.

6. Diskussion und Analyse

In diesem Kapitel sollen die Resultate der Literaturrecherche mit denjenigen der Experteninterviews zusammengeführt und diskutiert werden. Dadurch, dass die Ergebnisse der Daten und der Literaturrecherche sich weitgehend abstimmen, d.h. durch die Datenerhebung keine grundsätzlich neuen Erkenntnisse gewonnen wurden, wird in diesem Teil die Diskussion etwas breiter gefasst, als nur auf spezifisch angesprochene Themen. Der Fokus soll auf der Entwicklung des Sektors liegen – auch in die Zukunft – und auf die Verknüpfung mit anderen Themenbereichen. Die Perspektive der Diskussion ist meine persönliche. Dadurch fließen auch Eindrücke, die ich während den Interviews erhalten habe mit in die Diskussion ein.

Es wird folgend auf die Rolle der Akteure, auf die Frage der Machtkonzentration und direkt anschliessend auf die Abhängigkeiten eingegangen. Weiter soll der Funktion des Marktes und der Preisdebatte ein Unterkapitel gewidmet sein. Die Internationalen Initiativen und Organisationen und Herausforderungen im Sektor werden ebenfalls diskutiert. Abschliessend werden unter 6.7. die Forschungsfragen beantwortet.

6.1. Die Rolle der Akteure im Sektor

In der Literatur wird die Lieferkette des Kakao als linear dargestellt, mit definierten Segmenten und den dazugehörigen Akteuren und Prozessen. In der Praxis ist eine klare Abgrenzung der Aufgaben jedoch nicht eindeutig. Durch die nähere Zusammenarbeit zwischen den Akteuren, den Initiativen zur Verbesserung des Sektors und der Konzentration der Akteure, hat sich die Lieferkette verändert. Dies führte unter anderem zu Überlappungen von den einzelnen Segmenten. Bei der Analyse des Rollenverständnisses der Händler wird dies ersichtlich.

Der Handel hat sich dahingehend verändert, dass es im Kakaosektor eigentlich keine reinen Händler mehr gibt, bzw. nur noch sehr wenige, traditionelle Handelshäuser (z.B. Händler 1). Durch die Veränderung der Struktur, der vertikalen und horizontalen Integration, die vermutlich noch weiter fortschreiten wird, verkürzte sich die Wertschöpfungskette des Kakaos. Händler koordinieren die Lieferkette, da sie der Schlüssel für die Industrie zum Kakao sind. Das heisst, die Industrie ist zu einem hohen Grad angewiesen auf die wenigen Händler und Verarbeiter. Sie sind das Bindeglied zwischen dem Ursprung und der Schokoladenindustrie. Gleichzeitig sind sie unsichtbar und deshalb auch nicht dem gleichen Druck ausgesetzt wie die Schokoladenindustrie. Daraus erklärt sich ihre Machtposition. Obwohl auch die Schokoladenindustrie ein Macht-Pol in der Wertschöpfungskette darstellt, ist, wie es scheint, die Machtausübung auf die Kette durch die Händler/Verarbeiter grösser.

Die Aussagen der Interviewpartner bzgl. Verantwortung zielen quasi durchgehend auf die Schokoladenindustrie ab. Die Rolle der NGOs ist es, Druck auf die Schokoladenindustrie auszuüben, da dort mehr erreicht werden könne, da sie näher am Konsumenten sind und dadurch anfälliger sind

auf Kritik. Die zentrale Frage, die dabei aufkommt, ist, ob die Schokoladenindustrie diesen Druck genügend weiterleiten kann auf die Händler und Regierungen. Dies ist nötig, da schlussendlich der Händler die Lieferkette gegen «unten» kontrolliert. Die Haltung, dass der Druck zur Veränderung von oben nach unten fließen muss, ist zu diskutieren. Bzw. die Frage, wie mit der Machtverteilung entlang der Kette umgegangen wird. Es wäre ein Anknüpfungspunkt für die Regierungen der Konsumentenländer, Druck auf «ihre» Rohstoffhändler auszuüben, um sie mehr in die Verantwortung zu ziehen, denn der Druck auf die Händler fehlt weitgehend. Es ist interessant zu sehen, dass sich I2 dementsprechend mit der Rolle der Verantwortung identifiziert und betont, dass die Industrie einen Teil der Verantwortung tragen muss.

Von Interesse ist auch, dass das Rollenverständnis von H1 für das eigene Unternehmen immer noch im alten «Schema» läuft. Das Unternehmen ist ein reines Handelshaus. Für H1 ist klar, dass man mit Rohwaren handelt und nicht noch Halbprodukte fabriziert und handelt. Mit der Aussage «Wir sind kein Industrieller» distanziert sich die Firma von den heutigen Grosshändlern wie Cargill oder Barry Callebaut und identifiziert sich als klassisches Handelshaus. So wird H1 auch von I2 gesehen, als ein traditionelles Unternehmen, welches eine Nische besetzt. Was beiden Interviewpartnern unklar bleibt, ist die Weiterentwicklung der Struktur des Sektors und damit verbunden die Chancen für H1 sich auf dem zukünftigen Markt zu behaupten.

6.2. Marktkonzentration

Eigentlich sollte in dieser Arbeit das Handeln mit Kakao untersucht werden. Durch die Veränderung des Marktes kann dies so explizit nicht mehr untersucht werden. Die grossen Händler verstehen sich zwar immer noch als Händler, aber eben auch Verarbeiter. Die Aussagen die auf den Homepages der grossen Akteure zu lesen sind, zeigt dies auf: Sie preisen ihre Grösse an, mit welchen Zwischenprodukten sie handeln und was für eine Kapazität ihre Fabriken für die Herstellung von Zwischenprodukten haben (vgl. Kapitel 3.4.). Die vertikale Integration wird von ihnen positiv konnotiert und nach aussen getragen. Auch für andere Akteure, für die Stellen und Organisationen, die etwas für die Bauern in den Produktionsländern verändern möchten, hat die Konzentration von Akteuren v.a. eine positive Bedeutung: Die Zusammenarbeit wird erleichtert, da man mit wenigen Akteuren zu tun hat und demzufolge verhandeln muss. Weiter sind Unstimmigkeiten oder Qualitätsprobleme einfacher zu diskutieren, da man sie besser auf Akteure zurückverfolgen kann. Für die Implementierung von Standards wird nach einer Übereinkunft der Akteure der Effekt ist grösser, da die Mengen und Projekte grösser sind (grössere Unternehmen können grössere Projekte umsetzen). Diese positiven Effekte stehen über der Angst des Ausspielens der Machtposition, die sich verschärfen wird je grösser die Integration ist. Aktuell wird die Marktkonzentration nicht primär als Machtkonzentration wahrgenommen. Die möglichen negativen Effekte werden heruntergespielt oder bleiben unerwähnt (so die Aussagen der Akteuren I1, I2, UTZ und SC).

Beim Händler 1 sieht man klar eine andere Position, aus der heraus diese Organisation immer mehr unter Druck gerät. Bislang konnte die Stellung als reiner Trader beibehalten werden, da die Spezialisierung und der langjährige Kundenaufbau die Position gesichert haben. Wenn sich aber die vertikale Integration weiter entwickeln würde und die Grossfirmen der Kette entlang weiter zum Ursprung vordringen, also selber Plantagen bewirtschaften, dann kämen die kleineren Handelshäuser vermehrt unter Druck, da die Kette noch stärker von den Grossunternehmen dominiert würde. Die Chance, sich auf dem Markt zu halten, könnte sich dann verändern.

Die Vorstellung der Verlängerung der vertikalen Integration wird in der Literatur nicht erwähnt oder diskutiert. Vielleicht gibt es ähnliche Prozessbeschreibungen in anderen Warenketten oder in der Literatur des Land Grabbing. Wie hoch die Wahrscheinlichkeit einer Fortsetzung der vertikalen Integration ist und wie genau sich dieser Schritt auswirken würde, ist schwer abzuschätzen. Die Angst, welche Händler 1 mit seiner Mutmassung ausdrückt, ist ersichtlich und verständlich: Eine vertikale Integration in diesem Grade würde die Landschaft der Akteure weiter verändern. Händler, welche sich momentan nur auf das Handelsgeschäft konzentrieren, hätten es vermutlich schwieriger, da sie z.T. auch von den grossen Firmen abhängig würden. Weiter müsste beobachtet werden, ob die weitere vertikale Integration und damit auch die Zunahme des Machtunterschiedes zwischen den Bauern und den Händlern zu Missbrauch dieser Machtposition führt und wie damit umgegangen wird. Wie im Kapitel oligopolistische Machtstrukturen aufgeführt, können diese asymmetrischen Machtgefüge schnell zu einem wettbewerbswidrigen Verhalten und Missbrauch von Marktmacht führen.

6.3. Einseitige Abhängigkeit

Betrachtet man die im Kapitel 2 beschriebenen Formen der Wertschöpfungsketten in Hinblick auf die Machtverteilung, kann die Wertschöpfungskette als Bipolar bezeichnet werden (Vgl. Kapitel 3.5.). Vergleicht man nun die Interviewaussagen mit der Theorie der Machtverteilung entlang der Wertschöpfungskette kann folgendes festgestellt werden: Die Einordnung der Kakao-Lieferkette in eine der Wertschöpfungsketten-Typen ist schwierig, da keine der Formen vollständig auf diese Lieferkette zutrifft. Von Interesse ist aber ein Vergleich mit der Form der «gefangenen»-Wertschöpfungskette, wobei die Kakao-Wertschöpfungskette etwas vom Ideal abweicht. Die Kakao-Bauern spezialisieren ihre Produkte nicht auf einen Käufer (wie das z.B. in der Elektronik oder Autobranche der Fall ist) – und wie das die Definition vorgibt. Dennoch ist das Machtverhältnis ungleich und die Bauern sind abhängig von den Käufern. Dies verschärft sich, wenn gewisse Abnehmer in die Produktion investieren. Wenn die Schokoladenindustrie ihre Nachhaltigkeitsprogramme vor Ort umsetzen möchte und gewisse Standards fordert, bedeutet das für die Bauern eine Anpassung an diese Forderung. Dadurch können sie weiter mit ihrer Industriefirma zusammenarbeiten – wenn die Industrie einen Händler findet, der in dieser angepassten Kooperative den Kakao aufkauft und an die Industrie weiterverkauft. Für die Bauern bedeutet dies aber eine

grössere Abhängigkeit. Sie investieren in ihre Farmen (häufig mit Unterstützung der Industrie oder der Händler) um die Standards zu erreichen, was mit viel Arbeit verbunden ist. Es sind gewisse Investitionen seitens der Bauern notwendig. Vom Effekt profitieren die Bauern aber auch. Aber um diese Investitionen zu amortisieren, müssen die Bauern ihren Kakao zu den definierten Bedingungen verkaufen können. Gleichzeitig wird diese Abhängigkeit aber auch umgekehrt. Wenn die Kosten für eine Nachhaltigkeits- und Qualitätssteigerung von der Industrie oder von Händlern gedeckt werden, haben diese auch ein Interesse, diesen spezifischen Kakao einzukaufen. Das Beispiel der Industrie 1 und 2 zeigt dies auf. Sie sind darauf angewiesen, dass ein Händler mit ihnen zusammenarbeitet, der das Projekt unterstützt und den Kakao aus ihrem Nachhaltigkeitsprogramm in ihre Lieferkette bringt. Da die Industrie selber nicht handelt, aber vor Ort investiert, kann das eine Herausforderung darstellen. Die Aussage, dass sich die Händler gegenseitig konkurrenzieren (UTZ) kann damit bestätigt werden. Die Einordnung in die vordefinierten GVC-Formen ist also in Realität nicht einfach. Die Analyse der verschiedenen Formen hilft aber dabei, solche Machtverhältnisse zu erkennen.

Wenn bei der «Mittelstelle der Sanduhr, wo alles durchgeht» (Händler, Verarbeiter und Industrie) ein Umdenken hin zu stattfinden würde, könnte viel erreicht werden. Umgekehrt kann aber auch argumentiert werden, dass die breite Masse, z.B. die Konsumenten, mehr Verantwortung übernehmen sollen. Dazu müssen aber viele Konsumenten eine Veränderung fordern, um etwas zu bewirken bei den Händlern. Weiter ist die Marktkonzentration in diesem Hinblick eine Gefahr. Wenn die z.B. die grossen Händler keine Veränderung möchten, wird sich der Sektor kaum bewegen und verändern. Auch mit dem Druck der Industrie von oben nach unten, ist die Industrie letzten Endes doch abhängig von den Händlern.

Im Kapitel 2 wird auf die geographische Verknüpfung der Lieferkette und deren Wichtigkeit hingewiesen. Wie auch in den Expertengesprächen heraussticht, werden die Aufgaben und Akteure auch geographisch zugeordnet. Im globalen Süden sind es die Bauern, welche zuständig sind für den Kakaoanbau. Im globalen Norden sind die Industrie, der Finanzplatz und die Konsumenten angesiedelt. Die Händler, in der Regel mit Sitz im globalen Norden, fungieren als Brücke zwischen den geographischen Regionen. Sie agieren vor Ort bei den Produzenten und setzen das erlangte Wissen auf dem Markt im Norden um. Auf diese Weise sind die Händler über die Ernten im Bilde. Die wichtigen Deals und Verträge laufen aber nicht gegenüber den Bauern, sondern gegenüber der Industrie. Diese Partnerschaften sind für die Händler um einiges wichtiger, da sie schwieriger auszutauschen sind als jene mit den Bauern. Was das für die Kooperativen bedeutet, ist schwer einzuschätzen. Es lässt aber vermuten, dass nur jene Kooperativen, welche den Ansprüchen und Preisvorstellungen der Händler und letzten Endes der Industrie gerecht werden, mit ihnen län-

gerfristig ins Geschäft kommen. Ansonsten kann der Käufer einfach eine andere Kooperative an-
gehen und dort seinen Kakao einkaufen. Die Flexibilität liegt demnach nur im oberen Glied der
Kette, da der Bauer darauf angewiesen ist, seine Kakaoernte zu verkaufen. Für den Händler ist die
Menge, welche ein Bauer produziert in der Regel so klein, dass er darauf verzichten kann oder
einfach ausweicht, falls ihm die Konditionen oder die Qualität der Ware nicht entsprechen.

6.4. Markt

Es ist unwahrscheinlich, dass sich der Markt in Richtung Mindestpreis oder Preiskontrolle entwi-
ckeln wird. Das Credo über den freien Markt ist zu tief verankert, als dass man in dieses System
eingreifen würde. Um den Preis für einen Rohstoff möglichst niedrig zu halten, muss das Angebot
möglichst hoch sein. Im Kakaosektor, wo über eine steigende Nachfrage spekuliert wird, würde
dies eine Steigerung der Produktion bedeuten. Die Nachhaltigkeitsinitiativen und Programme des
Privatsektors haben genau dies als Hauptziel: den Hektarertrag zu steigern (damit die Bauern ein
höheres Einkommen generieren). Nun kann die Frage gestellt werden, ob dies hauptsächlich des-
wegen ist, damit die Bauern ein höheres Einkommen generieren dank der grösseren Verkaufsmen-
ge und um die steigende Nachfrage zu decken, oder ob der Grund nicht auch in der Preisstruk-
tur liegt, um den Preis tief zu halten. Die Marktprognosen bzgl. Nachfragesteigerung gehen ausei-
nander. Einige Akteure und Literatur sagen eine steigende Nachfrage voraus, andere nicht, da die
Märkte z.T. stagnieren. Eine höhere Produktion hätte dann ein Überangebot zur Folge und dem-
entsprechend einen Preiszerfall. Das Interesse, etwas zu tun, liegt auch darin begründet, dass die
Plantagen grösstenteils überaltert sind. Die momentane Nachfrage kann in Zukunft vielleicht nicht
mehr gedeckt werden, wenn nicht rechtzeitig in die Plantagen investiert wird.

Wenn die Aussagen der Interviewten über faire Preise betrachtet wird, erkennt man, dass die
Schweiz im Konsumverhalten nicht mit anderen Ländern vergleichbar ist. In der Schweiz ist der
Nachhaltigkeitssinn eher hoch. Der grösste Teil des Kakaos wird aber als günstiger Massenkakao
verarbeitet und als Billigware verkauft. Der Ansatz von UTZ, darauf abzielen, einen möglichst
breiten Einfluss zu nehmen, also den Massenkakao ins Zentrum der Verbesserung zu stellen, ist
demzufolge nicht verkehrt. Auch wenn die Verbesserung vielleicht nur gering ausfällt, hat dieser
Ansatz immerhin für sehr viele Bauern eine kleine Verbesserung erbracht.

6.5. Internationale Initiativen und Organisationen im Kakaosektor

Die Rolle, welche den Händlern zugeschoben wird, ist in der zukünftigen Entwicklung noch un-
klar. Durch die Organisation des ICCO und der Grundlage der Cocoa Agenda wurde aber eine
Stossrichtung gegeben, wie sich der Sektor entwickeln soll. Zu dieser Veränderung haben sich die
Regierungen mit der Unterzeichnung der GCA geeinigt. Damit ist der ICCO nicht einfach nur eine
Austauschplattform, sondern auch ein Massnahmenplaner. Der nächste Schritt, der nun folgt, wird

die Entwicklung und Umsetzung des Cocoa Development Plans der einzelnen Mitgliedsstaaten sein.

Im Privatsektor laufen schon einige Initiativen für eine Verbesserung des Kakaosektors. Die Forderung nach der staatlichen Unterstützung ist aber hörbar. Es ist demzufolge wichtig, dass gerade der ICCO und der WCF näher zusammenarbeiten, damit eine public-private-partnership entstehen kann, denn die Probleme, die im Sektor sichtbar sind, betreffen alle.

6.6. Herausforderungen im Sektors

Neben den spezifischen Herausforderungen (Ertrag, Bodenbelastung, Kinderarbeit) kämpft der Kakaosektor auch – wie viele andere Sektoren – mit allerlei anderen Problemen. Die Korruption in den Produktionsländern ist z.B. eine Herausforderung, die nicht nur den Kakaosektor tangiert. Im Prinzip müssten die Probleme im Sektor viel breiter angegangen werden, das heisst, nicht nur sektorweise, sondern sektorübergreifend, also nicht nur auf die Kakaowirtschaft beschränkt, sondern auch andere Exportware miteinschliessend. Dadurch hätte man eine stärkere wirtschaftliche Macht, um mit den Regierungen zu verhandeln und Druck auszuüben. Die Probleme im Sektor dürfen demnach nicht isoliert betrachtet werden. Die Schwierigkeiten bei der Produktion und die Lebensbedingungen der Bauern beruhen nicht einfach auf Kakao-Problemen, sondern sind verknüpft mit anderen Faktoren, abseits der Kakaoproduktion.

Ein wichtiger Punkt auf den Kakao bezogen ist das Wissen um agrarische Praxis. Dand (2011: 200) fasst die wichtigen Faktoren für den Kakaohandel in den drei C's zusammen: Climate, Cash und Culture. Bei den Experteninterviews wurde häufig darauf hingewiesen, dass neben den Umwelteinflüssen und der Kultur auch das Geld eine Rolle spielt. Letzten Endes geht es aber bei den genannten Schwierigkeiten häufig um einen Wissensprozess, der stattfinden muss. Durch die positive Erfahrung der verbesserten agrarischen Praxis kann vermutlich viel verändert werden. Wenn die Bauern sehen, dass beim richtigen Zurückschneiden der Bäume zwar erst einmal der Ertrag tiefer ausfällt, dann aber ansteigt, sind sie auch eher bereit, diese Praktiken zu erlernen. An diesem Punkt ist eine gute Zusammenarbeit zentral, denn diese Prozesse erfordern ein gewisses Vertrauen.

Ein weiterer interessanter Punkt ist die Methode der Zertifizierung. Die Diskussion um Mass Balance oder Segregation scheint in der Literatur keine grosse Beachtung zu finden. Da die Zertifizierungsmethode nicht direkt Einfluss nimmt auf den Faktor der Nachhaltigkeit, interessiert diese Debatte die Wissenschaft anscheinend nicht sonderlich. Bei den befragten Akteuren hingegen ist der Wunsch zur Debatte festzustellen. Die Meinungen darüber, welches System sinnvoll ist, beziehungsweise welches System dem Standard der Zertifizierung und der damit verknüpften erwünschten Transparenz gerecht wird, gehen auseinander. Wo auf der einen Seite (bei der Industrie) Kosten und Flexibilität im Fokus stehen, steht beim Nischenprodukt-Händler (Händler 1) die

Logik des Systems im Vordergrund. Es ist ein Abwägen von Argumenten, welches je nach Sichtweise anders ausfällt. Wenn die Transparenz ein wichtiger Teil für einen Standard darstellt, kann man die Argumente, die gegen die Mass Balance sprechen, verstehen: Durch die Möglichkeit zertifizierten und konventionellen Kakao zu mischen, geht die Transparenz der Produkte verloren. Die Argumente der Kosten sind aber genauso begründet. Wenn unter dem Strich gleich viel für die Nachhaltigkeit im Produktionsland investiert wird, ist schlussendlich der Anteil «nachhaltiger» Kakao im Schokoriegel egal – oder nicht? Es ist eine Diskussion, die deshalb schwierig ist, weil der Sektor zu viele Probleme hat und die Unterschiede zwischen den Farmen und den einzelnen Projekten gross sind.

Eine weitere Herausforderung ist der Umgang mit den vielen «eigenen» Standards der Schokoladenindustrie. Beispielsweise der Kakaobarometer (Fountain & Hütz-Adams 2015) oder der Osterhasencheck 2016 (Supply Change, Global 2000 & Südwind 2016) bewertet als gute Schokolade diejenigen Produkte, die aus zertifiziertem Kakao hergestellt wurden. Das wird den Initiativen wie z.B. denjenigen von Lindt & Sprüngli oder auch Cargill (vgl. Kapitel 3.8.1.) nicht gerecht. Es ist allerdings auch beinahe unmöglich, diese «privaten» Initiativen miteinzurechnen, da jedes eigene Programm andere Standards voraussetzt. Transparenz wäre demnach ein System mit Faktoren, die bewertet werden könnten. So könnten je Zertifizierungsprogramm und eigenem Standard Punkte vergeben werden. Dazu müsste Informationen über die Standards und die Kontrollmechanismen gegeben sein. Wichtig für die gesamte Debatte ist weiter die Kontrolle, was diese Nachhaltigkeitsinitiativen schlussendlich bewirken (vgl. Kapitel 3.8.). Momentan sagt ein Label auf einem Kakaoprodukt aus, dass die Verantwortlichen daran arbeiten, den Sektor zu verbessern – und nicht, dass dieser Kakao von einem Ursprung kommt, welcher die Anforderungen des Labels bereits erfüllt (mit Ausnahme von Bio, wo das Produkt nur gelabelt ist, wenn schon biologisch produziert wird).

Eine weitere wichtige Frage ist, ob die Wertschöpfungsverteilung entlang der Kette als gerecht beurteilt wird. Einerseits ist klar, dass die Bauern zu wenig verdienen, andererseits wollen die Akteure nicht auf ihre Margen verzichten, bzw. eine Preissteigerung nicht auf den Konsumenten abwälzen. Es müssten Wege gesucht werden, wie die Wertschöpfungsverteilung geändert werden kann. Dazu muss geklärt werden, was sich ändern muss bzw. kann, was falsch läuft und was (nicht) funktioniert. Was muss oder darf eine Schokolade kosten, um nachhaltig zu sein? Um über solche Fragen zu sprechen, braucht es eine Diskussion über den Markt und über den Preis. Die wird aber momentan nicht geführt (nicht von den Händlern und der Industrie).

Die Möglichkeit eine Strukturveränderung in Richtung wie von Sigley erhofft, dass mehr Bauern auch an den Prozessen in der oberen Hälfte der Lieferkette tätig sind, ist schwer einschätzbar. Einerseits wird es von vielen NGOs (vgl. Cocoa Barometer) gefordert. Auch die Programme von

den verschiedenen Industrien und Zertifizierungsprogramme sehen eine Stärkung der Kooperativen vor. Wie sich das aber dann effektiv auf die Machtverteilung und Positionierung auswirkt ist schwer einzuschätzen.

6.7. Beantwortung der Forschungsfrage

Die Forschungsfragen wurden aufgrund von anfänglichen Literaturrecherchen formuliert und bis zum Ende beibehalten. Dass nicht alle Unterfragen zu einem gleichgrossen oder zufriedenstellenden Ergebnis führten, kann dadurch begründet werden, dass die Prozesse im Sektor erst durch die Interviews verständlich wurden, wie auch das (eigene) Rollenverständnis der Akteure.

Welche Veränderungen sind im Kakaosektor/-handel seit Mitte der 90er Jahre feststellbar und wie wirken sich diese auf den Handelsprozess und die involvierten Akteure aus?

Als die prägnanteste Veränderung würde ich die Verkürzung der Wertschöpfungskette bezeichnen. Die Händler sind näher am Ursprung, die Schokoladenindustrie näher an den Händlern und Initiativen und Organisationen wie der ICCO bringen verschiedene Stakeholder zusammen. Die Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen den einzelnen Akteuren ist wichtiger geworden, da alle ein Interesse haben, dass sich der Kakaosektor positiv entwickelt. Die Auswirkung auf das Handeln der involvierten Akteure ist aufeinanderbezogener als noch vor 20 Jahren. Auch wenn verschiedene Machtgefälle feststellbar sind, sind die Akteure doch aufeinander angewiesen. Die Veränderung im Sektor hat sich aber bereits stark auf viele Akteure ausgewirkt und die Akteure haben sich angepasst. Einige Akteure sind aus dem Kakaogeschäft ausgestiegen, andere haben sich vergrössert und erweitert. Schlussendlich geht es darum, welche Akteure die Trends frühzeitig erkennen und dementsprechend reagieren. Die Industrie hat angefangen, eigene Nachhaltigkeitsprogramme zu lancieren auf Druck von aussen. Dieser Druck hat sich weiter auf die Händler ausgedehnt, welche z.T. etwas nachgezogen sind. Der Druck etwas zu verändern kommt schlussendlich auch von innen, da die Zukunft des Kakaos davon abhängt. Für grosse Agrottrader mag das nicht sehr erschreckend sein, da das Kakaobusiness nur einen kleinen Teil der Geschäfte ausmacht. Spezialisierte Unternehmen wie z.B. Barry Callebaut sind vom Kakao abhängig. Es wird interessant, zu beobachten, wie diese Unternehmen in den nächsten Jahren auf die weitere Entwicklung des Kakaosektors reagieren und was weiter unternommen wird, um den Kakao zu sichern. Bislang hält sich der Handel mit Programmen und der Transparenzoffenlegung eher zurück und unternimmt also dementsprechend wenig für einen nachhaltigen Kakaosektor.

Wer sind die verschiedenen Akteure und welche Rolle nehmen sie im Sektor/Handel ein?

Das feststellen der wichtigen Akteuren in den mittleren Segmenten der Wertschöpfungskette ist einfach (vgl. Cocoa Barometer). Durch das bessere Verständnis der Abläufe im Sektor und die

ersten Interviews sind jedoch weitere Akteure aufgetaucht, deren Wichtigkeit auf den ersten Blick nicht ersichtlich waren, wie z.B. die FCC. Erst durch vertiefte Recherche ist die FCC ins Bewusstsein gerückt. Hier kann grundsätzlich unterschieden werden in die Privatwirtschaftlichen Akteure (Industrie, Händler, Verarbeiter etc.) und die Organisationen, welche den administrativ-rechtlichen Rahmen vorgeben – die in meinem Fall auf den ersten Blick nicht ersichtlich waren.

Die Rolle der Akteure wird im Prinzip in allen Fragen beantwortet. Die Abhängigkeiten zwischen den Akteuren nehmen auf Grund der veränderten Rollen zu. Weiter kann gesagt werden, dass z.B. für das Zertifizierungsprogramm UTZ die Partner wichtig sind, da sie durch grosse Partner ihre Programme breiter anwenden können. Durch die Abnahme der Anzahl Händler und Industriepartner nimmt die Wichtigkeit jedes einzelnen zu.

Meiner Meinung nach müssten Bereich der Nachhaltigkeit die Regierungen und die Industrie eigentlich vorangehen, damit der Handel nachzieht. Auch wenn die Machtausübung eigentlich umgekehrt ist (da die Händler weniger angewiesen sind auf andere Akteure), müsste (und tut sie teils) in diesem Bereich die Industrie die Leader-Rolle übernehmen.

Welche Produkte werden von wem zu wem gehandelt?

Diese Unterfrage hat sich als nicht besonders relevant erwiesen. Es geht nicht sehr darum, welche Produkte gehandelt werden, als vielmehr wer miteinander handelt. Dies ist oft nicht klar ersichtlich, weder aus den Interviews noch aus den öffentlich zugänglichen Unternehmensunterlagen. Es wäre aber wohl wichtig, um die Machtabhängigkeiten zwischen der Schokoladenindustrie und den Händlern/Verarbeitern besser verstehen zu können.

Was aber zur Frage gesagt werden kann, ist, dass die Aussagen unterschiedlich sind was den Produkt Handel betrifft. Die Industrie sagt z.B. dass sie sowohl Halbprodukte kauft, wie auch Bohnen. Händler handeln z.T. nur mit Bohnen (H1) oder z.T. auch mit Halbprodukten. Der Handel ist demnach komplex und das hat damit zu tun, wie sie sich die Händler selber definieren. Für eine Firma ist es sehr wichtig, den Prozess bis zur Schokolade selber zu machen. Andere sind an den verschiedenen Ursprüngen der Rohbohnen interessiert und möchten eine möglichst breite Palette bzgl. Ursprung und Qualität bieten. Es wird also alles hin und her gehandelt, zwischen Industrie, Handel und Verarbeitern, und es kommt auch hier auf das Verhältnis zwischen den Akteuren an.

Wie nehmen die Akteure die beklagte Intransparenz wahr und wie gehen sie mit der Forderung nach mehr Transparenz um?

Das Thema um die Transparenz ist ein kontrovers diskutiertes. Die involvierten Akteure – Schokoladenindustrie und Händler – nehmen ihre Lieferketten als transparent wahr. Das heisst aber nicht zwingend, dass diese Transparenz gegen aussen getragen wird. Als Konsument wäre es

schön, zu erfahren woher die Schokolade stammt. Wenn man die Deklarationen der Schokoladenprodukte im Supermarkt liest, wird eines schnell ersichtlich: Die Edel-Schokolade ist z.T. deklariert mit dem Ursprungsort des Kakaos. Aber beim grössten Teil der Schokoladenprodukte ist dem Kunden unklar, woher der Kakao stammt. Die Frage, ob der Kunde das wissen muss, ist natürlich berechtigt. Es könnte aber zur Bewusstseinsförderung beim Konsumenten beitragen und die Bereitschaft, den Wert des Kakaos zu erkennen.

Weit grössere Auswirkungen hat die Intransparenz in den Finanzflüssen. Die Forderungen nach Investitionen in die Infrastruktur, Bildung oder ins Gesundheitswesen, die gegenüber den Produktionsstaaten gestellt werden (auch von der Industrie oder den Händlern wie man den Interviewgesprächen entnehmen kann), können nur begründet werden, wenn öffentlich ist, was die Staaten durch den Kakao einnehmen. Dadurch kann Druck auf die Regierungen ausgeübt werden. Wenn die Staaten dies nicht veröffentlichen wollen, könnten die Händler offenlegen, was sie den entsprechenden Regierungen an Zöllen und Steuern zahlen. Das tun sie aber nicht.

Interessant ist, dass sich Industrie und Händler auf die Frage nach der Transparenz angegriffen gefühlt haben und mit Gegenfragen geantwortet haben. Die Wichtigkeit der Transparenz der Ware ist ein Punkt, zu dem alle zustimmen und bei dem die Akteure gerne aufzeigen, dass schon eine grosse Transparenz vorhanden ist. Die Frage nach der finanziellen Transparenz stösst jedoch auf Unverständnis, was gewisse Aussagen von Interviewten aufzeigen: H1: *«Jeder soll sein Profitzentrum sein können»* oder I2: *«The question is what do you expect?»*. Bei der Transparenzdebatte ginge es jedoch vielmehr darum, auf den Sektor Druck auszuüben durch das finanzielle Gewicht des Sektors. Es geht dabei noch nicht mal um den Profit der einzelnen Unternehmen, sondern um die durch den Kakao generierten Einnahmen der Staaten.

Wo bestehen Hürden, die das Handeln der Akteure beeinflussen?

Offensichtlich hat der Sektor vielerlei Probleme, die von allen Akteuren als Hürden angesehen werden. Über das Ganze betrachtet, dünkt mich aber der Markt die grösste Hürde. Eine Diskussion, die nicht zu führen ist, ist jene über den Preis. Diese Diskussion muss aber geführt werden, da sie sich als äusserst zentral herausgestellt hat, da sie mit allen anderen Herausforderungen verknüpft ist. Der Preis für Schokolade, bzw. für den Kakao, ist zu tief, um eine gerechtes Einkommen für den Bauern zu garantieren. Die Argumente der Industrie, dass eine Preisanpassung, d.h. eine Erhöhung des Preises für die Produzenten, den freien Markt aus dem Gleichgewicht bringen würde, kann man nicht wirklich gelten lassen. Auch wenn die Erträge der Bauern sich erhöhen, und sie mit einem Zertifizierungslabel zusammenarbeiten und Prämien bekommen, ist das Einkommen für die Kakaobauern noch zu niedrig, und dementsprechend der Sektor unattraktiv.

Wenn die wichtigen Akteure diesen Fakt nicht zur Kenntnis nehmen und nicht bereit sind, über diesen Punkt zu verhandeln, dann ist das die grösste Hürde des Sektors.

(Anmerkung: Dass es auch anders geht, zeigt das Projekt «Choba Choba». Ein Jungunternehmen, welches Edelschokolade verkauft und bei dem die Bauern Teil der Firma sind. Die Kakaobauern setzen jeweils den Preis für ihre Ernten fest; sogenanntes bottom-up pricing. Die Wertschöpfungskette dieses Projektes unterscheidet sich vom Massen-Kakao. Der Kakao wird direkt importiert und dann als Auftrag bei einem Schokoladenhersteller zu Schokolade verarbeitet. Der Brand selber produziert demzufolge nichts, sondern koordiniert die Lieferkette und ist für den Vertrieb und das Marketing zuständig. Das ist nur ein sehr kleineres Projekt, das wohl nicht auf die grosse Masse der Produzenten bzw. Kooperativen auszuweiten ist. Es kann den Konsumenten aber bewusst machen, dass Schokolade eine Luxusware ist und ihren Preis haben muss, wenn sie fair hergestellt wird (www.chobachoba.com)).

Wie gehen die Akteure mit den z.B. von NGO's identifizierten Problemen im Sektor um?

Die Schokoladenindustrie nimmt diese aufgezeigten Probleme ernst. Sie ist daran, kleine Projekte umzusetzen, um eine Verbesserung herbeizuführen. Die Händler reagieren auf diese Probleme nur auf Druck der Schokoladenindustrie. Die verschiedenen Akteure sind unterschiedlich empfänglich für Inputs der NGOs. Alle interviewten Personen haben jedoch die Probleme anerkannt und sind dabei, in kleinen Schritten Projekte anzugehen, umzusetzen und sich in den internationalen Organisationen zu vernetzen, damit zusammen an diesen Problemen gearbeitet werden kann.

Schokolade ist ein Luxusprodukt. Wenn man aber die Funktion und Abläufe analysiert, scheint es so, als ob es zu einem Massenprodukt verkommen ist. Die grossen Unternehmen wollen möglichst grosse Mengen transportieren, diese mit der Bulk Methode verschiffen und Lagern und die Strukturen entlang der Kette verschlanken. Die Frage ist, ob man nicht besser wieder einen Schritt zurückgeht, Schokolade wieder zu einem Luxusgut macht und dafür eine Qualität bekommt, die auch für die Bauern, die Umwelt und die spezialisierten Unternehmer etwas nützen, da nur diese Qualität Nachhaltigkeit ermöglicht.

7. Schlussbetrachtung

An dieser Stelle soll die Arbeit kritisch reflektiert werden. Zum einen sollen rückblickend die erarbeiteten Grundlagen wiedergespiegelt werden. Weiter soll aber auch auf den Inhalt eingegangen werden. Eine Gesamtbeurteilung der Arbeit schliesst die Reflexion ab.

7.1. Zur Struktur und Funktionsweise des Kakaosektors

Das Ziel, auf den Handel und die Händler im Kakaosektor zu fokussieren erwies sich als schwierig in einem Sektor, der so verknüpft und komplex ist. Aktuell ist der ganze Sektor grossen Veränderungen unterworfen und deshalb ist es nicht möglich, ein Glied der Lieferkette herauszupicken und einzeln betrachten. Es hat sich herausgestellt, dass der Kakaosektor in einem grösseren wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zusammenhang zu betrachten ist. Das Zusammenspiel mit Faktoren ausserhalb des Kakaosektors ist prägend für das Funktionieren dieses Sektors.

Um sich mit einer detaillierten und präzisen Forschungsfrage auseinanderzusetzen, ist eine fundierte Grundlagenarbeit nötig. Mir kam diese aufwändige und präzise Auseinandersetzung mit den vielseitigen Themen, die den Kakaosektor aktuell beschäftigen, zugute. In jedem Interview wurden wieder neue Aspekte aufgegriffen, die zu den Grundlagen gehören und weiter untersucht werden mussten. Dadurch konnte dieses Wissen ins nächste Interview miteinfließen. Der Effekt war, dass die Funktionsweisen und die Struktur des Kakaosektors schlussendlich eine Klarheit bekamen, die sich in der Verknüpfung der verschiedenen Problematiken manifestierte.

7.2. Ausblick

Die Thematik um die Veränderung in der Lieferkette Kakao bleibt interessant. Die kommenden Jahre können gespannt erwartet werden, da sich der Sektor definitiv weiter entwickeln wird – in welche Richtung bleibt offen. Als interessante Weiterführung der Thematik könnten die vom ICCO geforderten Development Plans der verschiedenen Regierungen erhalten. Die Rolle der Staaten wird sich vermutlich verändern und zu einem Schwerpunkt in der Entwicklung des Sektors werden. Der Kakaosektor bildet hierbei ein gutes Beispiel, wie staatliche Aufgaben sich verändern können und kann, je nach Entwicklung, auch für andere Sektoren als Vorbild dienen.

Abgeleitet aus den Grundlagen des Kakaosektors, die hier nun angeeignet wurden, kann auch auf weitere gesellschaftliche und wirtschaftliche Aspekte eingegangen werden. Die Haltung der Konsumenten oder die Betrachtung neuer Projekte in der Schokoladenindustrie wie z.B. Choba Choba könnten auf ihren Ansatz hin untersucht werden oder es könnten Daten zum Handel zusammengetragen und interpretiert werden. Was aber festgestellt werden kann, ist, dass es für die Untersuchung im Kakaosektor ein gewisses (grosses) Grundwissen braucht. In dieser Arbeit wurden solche Grundlagen zusammengetragen.

7.3. Reflexion der Arbeit

Durch die schwierige Fragestellung mit dem Fokus auf die Händler ist es nicht gelungen, die Fragestellung zur vollen Befriedigung zu beantworten. Um sich auf eine solche Thematik mit diesen Akteuren einzulassen und wirklich zu versuchen dort einen Schritt weiterzukommen, wo schon viele gescheitert sind, braucht auch eine gewisse Naivität, die ich bewusst in Kauf genommen habe. Die Schwierigkeit des Feldzuganges war mir bewusst – und trotzdem sollte es nicht unversucht bleiben, der gewünschten Fragestellung nachzugehen.

Die erste Hürde stellte sich bei der Literaturrecherche. Dadurch, dass sich der Sektor so stark verändert hat in den letzten 20 Jahren, konnten für die Untersuchung dieser Prozesse und deren Auswirkungen nur neuere Paper und Bücher verwendet werden. Dadurch – und dadurch, dass sich der Grossteil der Literatur auf ein spezifisches Land (Grösstenteils Ghana oder die Elfenbeinküste) beschränkt – musste mit wenigen Quellen gearbeitet werden. Was dafür umso umfangreicher ist, sind die Daten der Unternehmen und involvierten Akteure in der Branche, des ICCO, Berichte etc. Zudem sind in den letzten Jahren einige Zeitungsartikel zum Thema Kakao erschienen, welche ich ebenfalls beigezogen habe. Die für die Fragestellung wichtigste Quelle bleibt jedoch der Kakaobarometer 2015, der die Thematik zwar kurz, aber sehr prägnant veranschaulicht.

Weiter musste während des Arbeitsprozesses das Thema laufend erweitert und ausgebreitet werden. Schlussendlich gibt diese Arbeit einen guten Überblick über den Stand der Forschung, die bestehenden Herausforderungen des Sektors und zeigt die Komplexität auf, in der sich diese Herausforderungen bewegen. Ehrlich wäre es, noch genauer aufzuzeigen, was die Schwierigkeiten und Hürden bei der Beantwortung der Fragestellung waren. Durch die ständig veränderte Situation, die sich durch die Zusagen der verschiedenen Akteure ergeben hat, musste ich mich immer wieder neu ausrichten. Das führte dazu, dass ich der ganzen Thematik mit einer grossen Offenheit gegenübertrat. Vor jedem Interview musste ich versuchen, einen Bezug zur Fragestellung herzu-leiten – der manchmal im Gespräch auch wieder verloren ging, da er nicht so existierte wie ich mir vorgestellt hatte. So sind durch die interessanten Interviews aber viele neue Aspekte hinzugekommen, die vom ursprünglichen Thema ablenkten, aber die Arbeit auch bereicherten. Die Interviews liessen mich eintauchen in die Alltagswelt der Kakao Akteure und die Fragen, mit denen diese Akteure täglich konfrontiert werden. Durch die Gespräche habe ich aber erkannt, was die viel diskutierten Problematiken im Sektor sind und welche Themen und Fragen die Akteure eher überrascht haben. Diese Erkenntnis ist doch viel Wert, auch wenn sie nicht die gesuchte Erkenntnis ist.

Nun kann man sich fragen, ob das prozesshafte Vorgehen der richtige Weg war. Während des Forschungsprozesses habe ich mich entfernt vom ursprünglichen Ziel, habe aber als Gegenleistung neue Wege entdeckt. Alternativ hätte ich mich an die Forschungsfrage klammern können, und

wäre so vielleicht dem Ziel auf eine andere Art und Weise nähergekommen (wenn ich z.B. keine anderen Interviews geführt hätte als mit Händlern, und demzufolge nur 1 Interview hätte führen können); mit der Untersuchung und Reflektion des Feldzuganges, der dadurch mehr ins Zentrum gerückt wäre. Es lässt sich also sagen, dass ich mich für den inhaltlichen Weg (mit dem realistischen Feldzugang des Kakao Business wie ich ihn bearbeitet habe) entschieden habe und nicht für den vielleicht ehrlicheren des Scheiterns an der Forschungsfrage durch den beschränkten «Händler-Feldzugang».

Literatur

- Aebischer, Christoph 2015. Rohstoffbranche wird transparenter. *Berner Zeitung* 28. April. Online im Internet: URL: <http://www.bernerzeitung.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Rohstoffbranche-wird-transparenter/story/22950863>.
- Agrimoney.com 2014. Ecom wins consent to buy softs trader Armajaro. *Agrimoney.com* 23. Mai. Online im Internet: URL: <http://www.agrimoney.com/news/ecom-wins-consent-to-buy-softs-trader-armajaro--7095.html> [Stand 2016-02-22].
- Agritrade 2012. *Special report: Côte d'Ivoire's cocoa sector reforms 2011–2012*. URL: <http://agritrade.cta.int/en/layout/set/print/Agriculture/Commodities/Cocoa/Special-report-Cote-d-Ivoire-s-cocoa-sector-reforms-2011-2012> [Stand 2016-03-14].
- Allen, Tom 2011. *Chocolate Scorecard 2011*. URL: <http://www.tradingvisions.org/downloads/ChocolateScorecard> [Stand 2015-07-01].
- Archer Daniels Midland Company (ADM) 2015. *ADM Completes Sale of Global Cocoa Business*. URL: http://www.adm.com/news/_layouts/PressReleaseDetail.aspx?ID=685 [Stand 2016-02-25].
- Badran, Jaqueline 2013. *Nationalrats Motion: Allgemeine Systematik der Wirtschaftszweige. Ergänzung um die Rohstoffbranche*. URL: http://www.parlament.ch/d/suche/seiten/geschaefte.aspx?gesch_id=20133327 [Stand 2016-01-17].
- Baker, Andrew 2015. *Is the world really running out of chocolate?* URL: <http://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/11629757/Is-the-world-really-running-out-of-chocolate.html> [Stand 2016-01-21].
- Barrientos, Stephanie 2011. Beyond Fair Trade: Why are Mainstream Chocolate Companies Pursuing Social and Economic Sustainability in Cocoa Sourcing? *Paper to ILO/IFC Better Work Conference*.
- Barrientos, Stephanie & Asenso-Okyere, Kwadwo 2009. Cocoa value chain: Challenges facing Ghana in a changing global confectionary market. *Austrian Journal of Development Studies XXV(2)*, 88–107.
- Barry Callebaut AG. *Horizons Cocoa*. URL: <https://www.barry-callebaut.com/sustainability/cocoa-sustainability/horizons-cocoa> [Stand 2016-03-26].
- Barry Callebaut AG 2015. *Kurzbericht 2014/15*. Zürich. URL: https://www.barry-callebaut.com/system/files/download/short_report_2014-15_d_web.pdf [Stand 2016-03-15].
- Baur, Nina & Blasius, Jörg (Hg.) 2014. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. URL: http://download.springer.com/static/pdf/66/bok%253A978-3-531-18939-0.pdf?originUrl=http%3A%2F%2Flink.springer.com%2Fbook%2F10.1007%2F978-3-531-18939-0&to-ken2=exp=1458288877~acl=%2Fstatic%2Fpdf%2F66%2Fbok%25253A978-3-531-18939-0.pdf%3ForiginUrl%3Dhttp%253A%252F%252Flink.springer.com%252Fbook%252F10.1007%252F978-3-531-18939-0*~hmac=dfd9485f807a4c57f71c7af195c9a1624aab33fccff036db3f48e4bea8a8e788.
- Bax, Pauline 2011. Ivory Coast bans cocoa exports. *The Guardian* 25. Februar. Online im Internet: URL: <http://www.theguardian.com/world/2011/jan/25/ivory-coast-bans-cocoa-exports> [Stand 2016-03-27].
- Bio Suisse 2016. *Teil V: Richtlinien für die Erzeugung, Verarbeitung und den Handel von Knospe-Produkten*. URL: http://www.bio-suisse.ch/media/VundH/Regelwerk/2016/DE/rl_2016_d_auszug_v_01.12.2015.pdf [Stand 2016-03-26].

- Bitzer, Verena, Glasbergen, Pieter & Leroy, Pieter 2012. Partnerships of a feather flock together? An analysis of the emergence of networks of partnerships in the global cocoa sector. *Global Networks-Oxford* 12(3), 355–374.
- Burger, Kathrin 2009. *So süß und doch so bitter*. URL: <http://www.zeit.de/2009/52/Kakao> [Stand 2016-01-21].
- Cappelle, Jan 2008. Towards a sustainable cocoa chain: Power and possibilities within the cocoa and chocolate sector. *Oxfam International Research*.
- Cargill. *The Cargill Cocoa Promise*. URL: <http://www.cargillcocoachocolate.com> [Stand 2016-03-26].
- Cargill 2015. *Cargill completes acquisition of ADM's global chocolate business, deepening service offering to its customers*. Minneapolis. URL: <http://www.cargill.com/news/releases/2015/NA31877259.jsp> [Stand 2016-03-26].
- Cargill 2016a. *Cargill Cocoa & Chocolate*. URL: <http://www.cargillcocoachocolate.com> [Stand 2016-03-15].
- Cargill 2016b. *Cargill Worldwide*. URL: <http://www.cargill.com/worldwide/index.jsp#africa> [Stand 2016-03-15].
- Chiapparino, Francesco 2001. Das Land der Schokolade. Die Schweizer Schokoladeindustrie im internationalen Kontext des 19. und 20. Jahrhunderts. *Berner Zeitschrift für Geschichte* 63(01), 46–53 [Stand 2016-03-18].
- Chocolat Bernrain AG. *Stella Bernrain*. URL: www.swisschocolate.ch [Stand 2016-03-26].
- Chocolate Manufacturers Association 2001. *Harkin Engels Protocol*. Vienna, Virginia. URL: <http://www.cocoainitiative.org/en/documents-manager/english/54-harkin-engel-protocol/file> [Stand 2016-03-15].
- Cramer, Christopher 1999. Can Africa industrialize by processing primary commodities? The case of Mozambican cashew nuts. *World Development* 27(7), 1247–1266.
- Dämon, Kerstin 2013. *Rohstoff Kakao: Schokoladige Investments fürs Osternest: Bittersüßes Vergnügen für Anleger*. URL: <http://www.wiwo.de/finanzen/geldanlage/rohstoff-kakao-bittersuesses-vergnuegen-fuer-anleger/7936864-3.html> [Stand 2016-01-12].
- Dand, Robin 2011. *The international cocoa trade*. 3. Aufl.: John Wiley & Sons.
- De Schutter, Olivier 2009. *Seed policies and the right to food*. (Report A/64/170).
- Ecom Cocoa. *Cocoa*. URL: <http://www.ecomtrading.com/en/our-products/cocoa/about-ecom-cocoa.html> [Stand 2016-03-15].
- Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) 2013. *Grundlagenbericht Rohstoffe: Bericht der interdepartementalen Plattform Rohstoffe an den Bundesrat*. URL: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/30133.pdf>.
- Erklärung von Bern (EvB). *Schokolade: Die Rolle der Schweiz*. URL: <https://www.evb.ch/themen-hintergruende/konsum/schokolade/die-rolle-der-schweiz/> [Stand 2016-03-21].
- Erklärung von Bern (EvB) 2011. *Rohstoff: das gefährliche Geschäft der Schweiz*: Salis Verl.
- Erklärung von Bern (EvB) 2014. Agropoly: Wenige Konzerne beherrschen die weltweite Lebensmittelproduktion. *Wenige Konzerne beherrschen die weltweite Nahrungsmittelproduktion. (= EvB-Dokumentation 1/April 2011)*. Online im Internet: URL: https://www.evb.ch/fileadmin/files/documents/Shop/EvB_Agropoly_DE_Neuaufgabe_2014_140707.pdf.
- Erklärung von Bern (EvB) & Swissaid 2014. *EvB, Dienerstrasse 12, 8026 Zürich, Oktober 2014 Fragen und Antworten zur Zahlungstransparenz im Rohstoffsektor und der Rolle der Schweiz*. URL: <https://www.evb.ch/themen-hintergruende/handel-rohstoff/rohstoffe/transparenz-gefordert/> [Stand 2016-04-12].
- Fairtrade. *Cocoa*. URL: <http://www.fairtrade.net/products/cocoa.html> [Stand 2015-02-26].

- Fairtrade 2014. *Fairtrade Cocoa Farmers Investing in Change: New Report on Fairtrade Cocoa in West Africa*. URL: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/Fairtrade-cocoa-WestAfrica-report_2014.pdf [Stand 2016-02-26].
- FAOSTAT 2015. *Production - Crops- Cocoa*. URL: <http://faostat3.fao.org> [Stand 2016-01-28].
- FAZ 2010. Kakao als Spielball der Spekulation. *Frankfurter Allgemeine* 20. Juli. Online im Internet: URL: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/devisen-rohstoffe/agrarrohstoffe-kakao-als-spielball-der-spekulation-11008517.html> [Stand 2016-03-02].
- FCC 2016. *About The FCC*. URL: <http://www.cocoaederation.com/fcc/about/about-the-fcc> [Stand 2016-03-14].
- Ferdman, Roberto 2014. The world's biggest chocolate-maker says we're running out of chocolate. *The Washington Post* 15. November. Online im Internet: URL: <https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2014/11/15/the-worlds-biggest-chocolate-maker-says-were-running-out-of-chocolate/> [Stand 2016-03-02].
- Fold, Niels 2002. Lead Firms and Competition in 'Bi-polar'Commodity Chains: Grinders and Branders in the Global Cocoa-chocolate Industry. *Journal of Agrarian Change* 2(2), 228–247.
- Ford, Tamasin, u.a. 2014. The cocoa crisis: why the world's stash of chocolate is melting away. *The Guardian* 21. November. Online im Internet: URL: <http://www.theguardian.com/life-andstyle/2014/nov/21/cocoa-crisis-world-chocolate-stash-melting-away> [Stand 2016-02-02].
- Fountain, A. C. & Hütz-Adams, F. 2015. *Cocoa Barometer 2015*. URL: www.cocoabarometer.org [Stand 2016-04-12].
- Friedrichs, Jürgen 1990. *Methoden empirischer Sozialforschung*: Springer-Verlag.
- Gähwiler, Olivia & Schweer, Florian 2016. The Golden Tree: Kakao: Für die Menschen in Ghana ein bitteres Geschäft. *annabelle Stories* 14. März. Online im Internet: URL: <https://annabellestories.exposure.co/the-golden-tree> [Stand 2016-03-18].
- Gereffi, Gary 1999. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of International Economics* 48(1), 37–70.
- Gereffi, Gary 2001. Shifting governance structures in global commodity chains, with special reference to the internet. *American Behavioral Scientist* 44(10), 1616–1637.
- Gereffi, Gary & Christian, Michelle M. 2010. Trade, transnational corporations and food consumption: A global value chain approach. *Trade, Food, Diet and Health Perspectives and Policy Options*, C. Hawkes, C. Blouin, S. Henson, N. Drager, L. Dubé, eds, 91–110.
- Gereffi, Gary, Humphrey, John & Sturgeon, Timothy 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy* 12(1), 78–104.
- Gibbon, Peter, Bair, Jennifer & Ponte, Stefano 2008. Governing global value chains: an introduction. *Economy and Society* 37(3), 315–338.
- Gilbert, Christopher & Varangis, Panos 2004. Globalization and international commodity trade with specific reference to the West African cocoa producers: *Challenges to Globalization: Analyzing the Economics*: University of Chicago Press, 131–166.
- Gilbert, Christopher L. 2006. Value chain analysis and market power in commodity processing with application to the cocoa and coffee sectors. *Discussion Papers. Università degli Studi di Trento*.
- Gläser, Jochen & Laudel, Grit 2009. *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen (3. Auflage)(Expert interviews and qualitative content analysis as instruments of reconstructive empirical investigations. 3., überarbeitete Auflage*: Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gorden, Raymond L. 1998. *Basic interviewing skills*: Waveland Press.

- Graber, Stéphan 2015. Gespräch an Nora Beck, 17. März.
- Haas, Hans-Dieter & Neumair, Simon-Martin 2007. *Wirtschaftsgeographie: Wiss. Buchges.*
- Hartwick, Elaine 1998. Geographies of consumption: a commodity-chain approach. *Environment and Planning D abstract* 16(4), 423–437.
- Hecht, Andrew T. 2013. *How to make money with commodities.*
- Herbst, Jeffrey 1990. The structural adjustment of politics in Africa. *World Development* 18(7), 949–958.
- Hopkins, Terence K. & Wallerstein, Immanuel 1986. Commodity chains in the world-economy prior to 1800. *Review (Fernand Braudel Center)* 10(1), 157–170.
- Hütz-Adams, Friedel 2011. Ghana: Vom bitteren Kakao zur süßen Schokolade. Online im Internet: URL: Online abrufbar unter: http://www.suedwind-institut.de/fileadmin/fuerSuedwind/Publikationen/2011/2011-4_Ghana_Vom_bitteren_Kakao.pdf (letzter Zugriff: 07.12.2013).
- Hütz-Adams, Friedel 2012. *Vom Kakaobaum bis zum Konsumenten: die Wertschöpfungskette von Schokolade: Südwind eV.*
- Hütz-Adams, Friedel & Mürlebach, Mara 2013. *Nicht nur Öl. Siedburg.*
- ICCO 2012. *Global Cocoa Agenda for the World Cocoa Conference 2012: Roadmap for Achieving a sustainable World Cocoa Economy: Strategic Document.* URL: www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/doc_download/307-global-cocoa-agenda-english.html [Stand 2015-10-29].
- ICCO (International Cocoa Organization). *Pests and Diseases.* URL: <http://www.icco.org/about-cocoa/pest-a-diseases.html> [Stand 2016-03-02].
- ICCO (International Cocoa Organization). *Processing Cocoa.* URL: <http://www.icco.org/about-cocoa/processing-cocoa.html> [Stand 2016-01-28].
- ICCO (International Cocoa Organization). *Trading & Shipping: Shipping.* URL: <http://www.icco.org/about-cocoa/trading-a-shipping.html> [Stand 2016-03-08].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2010. *The World Cocoa Economy: Past and Present, 30 July 2010.* URL: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/45-statistics-other-statistics.html [Stand 2015-05-14].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2012a. *Global Cocoa Agenda.* URL: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/57-world-cocoa-conference-2012-abidjan.html [Stand 2015-10-19].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2012b. *Cocoa Certification: Study on the costs, advantages and disadvantages of cocoa certification commissioned by The International Cocoa Organization (ICCO).* URL: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/37-fair-trade-organic-cocoa.html [Stand 2016-02-29].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2014. *The World Cocoa Economy: Past and Present, 26 July 2012.* URL: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/45-statistics-other-statistics.html [Stand 2015-05-14].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2015a. *Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics: Cocoa year 2014/15.* (Vol. XLI). URL: http://www.icco.org/about-us/international-cocoa-agreements/cat_view/30-related-documents/48-statistics-grindings.html [Stand 2016-01-28].
- ICCO (International Cocoa Organization) 2015b. *Fine or Flavour Cocoa.* URL: <http://www.icco.org/about-cocoa/fine-or-flavour-cocoa.html> [Stand 2016-01-28].

- International Cocoa Initiative (ICI). *About us*. URL: <http://www.cocoainitiative.org/en/about-us/about-us> [Stand 2015-10-19].
- International Cocoa Initiative (ICI) o. J.a. *child labour in cocoa*. URL: <http://www.cocoainitiative.org/en/about-us/child-labour-in-cocoa> [Stand 2016-02-23].
- International Cocoa Initiative (ICI) o.J.b. *Child Labour in Cocoa Growing*. URL: <http://www.cocoainitiative.org/en/documents-manager/english/20-ici-fact-sheet-child-labour-in-cocoa/file> [Stand 2016-02-23].
- International Programme on the Elimination of Child Labour (IPEC) 2005. *Combating Child Labour in Cocoa Growing*. Genf. URL: http://www.ilo.org/public/english/standards/ipecc/themes/cocoa/download/2005_02_cl_cocoa.pdf.
- International Trade Center 2015. *Standards Map*. URL: <http://standardsmap.org/> [Stand 2016-03-02].
- InterPenn Kapital AG. *Futuresmechanismus: Standardisierung*. URL: <http://interpennfutures.com/standardisierung.html> [Stand 2016-01-12].
- Ismar, Georg 2015. Raubbau in Südamerika: Goldminen sind das neue Kokain. *Spiegel Online* 21. Dezember. Online im Internet: URL: <http://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/illegale-goldminen-in-suedamerika-frueher-kokain-jetzt-gold-a-1068596.html> [Stand 2016-03-22].
- Juso 2016. *Spekulationsstopp Initiative*. URL: <http://spekulationsstopp.ch> [Stand 2016-02-03].
- Kaiser, Robert 2014. *Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*: Springer-Verlag.
- Kaplinsky, Raphael 2000. Globalisation and unequalisation: What can be learned from value chain analysis? *Journal of development studies* 37(2), 117–146.
- Kaplinsky, Raphael 2004. Competitions policy and the global coffee and cocoa value chains. *UNCTAD, Geneva*.
- Kolavalli, Shashi & Vigneri, Marcella 2011. Cocoa in Ghana: Shaping the success of an economy. *Yes, Africa can: success stories from a dynamic continent* 201.
- Konzernverantwortungsinitiative Trägerschaft. *Konzernverantwortungsinitiative: Sammelfrist 21. Oktober 2016*. URL: <http://konzern-initiative.ch> [Stand 2016-02-03].
- Kückmann, Franziska 2014. Metalle aus Konfliktregionen: Rohstoffe im Kongo: Der Krieg und unsere Handys. *Osnabrücker Zeitung* 14. Februar. Online im Internet: URL: <http://www.noz.de/deutschland-welt/politik/artikel/451011/rohstoffe-im-kongo-der-krieg-und-unsere-handys#gallery&34457&0&451011> [Stand 2016-03-22].
- Laven, A. C. 2010. The risks of inclusion: shifts in governance processes and upgrading opportunities for cocoa farmers in Ghana. Dissertation.
- Lee, Joonkoo, Gereffi, Gary & Beauvais, Janet 2012. Global value chains and agrifood standards: challenges and possibilities for smallholders in developing countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 109(31), 12326–12331.
- Leonard, Madeline & Berlan, Amanda 2009. Child labour and cocoa: whose voices prevail? *International Journal of Sociology and Social Policy* 29(3/4), 141–151.
- Liebold, Renate & Trinczek, Rainer (Hg.) 2009. *Handbuch Methoden der Organisationsforschung: Quantitative und qualitative Methoden*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.
- Lindt & Spüngli. *Lindt & Spüngli Cocoa Farming Project*. URL: <http://www.chocolate.lindt.com/world-of-lindt/sustainability/our-commitment> [Stand 2016-04-13].
- Losch, Bruno 2002. Global Restructuring and Liberalization: Côte d'Ivoire and the End of the International Cocoa Market? *Journal of Agrarian Change* 2(2), 206–227.
- Mars. *Sustainable Cocoa Initiative: Securing Cocoa's Future*. URL: <http://www.mars.com/global/brands/cocoa-sustainability-home.aspx> [Stand 2016-03-29].

- Matissek, Reinhard, u.a. 2012. Sustainability in the Cocoa Sector-Review, Challenges and Approaches. *Moderne Ernährung Heute, Official Journal of the Food Chemistry Institute of the Association of the German Confectionery Industry*, 1–27.
- Mayer, Frederick & Gereffi, Gary 2010. Regulation and economic globalization: Prospects and limits of private governance. *Business and Politics* 12(3).
- Mayring, Philipp & Fenzl, Thomas 2014. Qualitative Inhaltsanalyse, in Baur, Nina & Blasius, Jörg (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 543–556.
- McLaren, John 2013. *International Trade: Economic Analysis of Globalization and Policy*: Wiley.
- Merkel, Karen 2014. Geht den Schweizern die Schokolade aus? *Handelszeitung* 18. November. Online im Internet: URL: <http://www.handelszeitung.ch/unternehmen/geht-den-schweizern-die-schokolade-aus-699132> [Stand 2016-03-02].
- Mistrati, Miki 2010. *The Dark Side of Chocolate*: Bastard Film & TV, Barbara Biemann (NDR). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7Vfbv6hNeng> [Stand 2016-01-21].
- Mistrati, Miki 2012. *Schmutzige Schokolade II*: Bastard Film & TV, Barbara Biemann (NDR). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7Vfbv6hNeng> [Stand 2016-01-21].
- Musselli, Irene 2008. *Cocoa Study: Industry Structures and Competition*.
- Nagle, Luz E. 2008. Selling souls: the effect of globalization on human trafficking and forced servitude. *Wisconsin International Law Journal* 26(1).
- Nestlé Cocoa Plan. *Nestlé Cocoa Plan*. URL: <http://www.nestlecocoaplan.com/index.html> [Stand 2016-03-02].
- NZZ. *Rohstoffe: Von Minen und Milliardenengeschäften*. (2014).
- o.V. 2016. Kobaltminen im Kongo: Amnesty prangert Kinderarbeit bei Smartphone-Rohstoffen an. *Süddeutsche Zeitung* 19. Januar. Online im Internet: URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/kobaltminen-im-kongo-amnesty-prangert-kinderarbeit-bei-smartphone-rohstoffen-an-1.2824230> [Stand 2016-03-22].
- Olam Group 2016. *Cocoa*. URL: <http://olamgroup.com/products-services/confectionery-beverage-ingredients/cocoa/> [Stand 2016-03-15].
- Phillips, David & Tallontire, Anne 2007. *Drivers and barriers to sustainable purchasing practices in the cocoa sector*: University of Greenwich at Medway]. Natural resources institute (NRI). Natural resources & ethical trade (NRET).
- Ponte, Stefano & Gibbon, Peter 2005. Quality standards, conventions and the governance of global value chains. *Economy and Society* 34(1), 1–31.
- Port of Amsterdam 2014. *Annual Report 2014*.
- Raikes, Philip, Friis Jensen, Michael & Ponte, Stefano 2000. Global commodity chain analysis and the French filière approach: comparison and critique. *Economy and Society* 29(3), 390–417.
- Rainforest Alliance. *Über Uns*. URL: <http://www.rainforest-alliance.org/de/about> [Stand 2016-02-26].
- Russillo, Aimee 2014. *Sustainable Cocoa and Certification: Working Document for Direct Dialogues workshop March 6th- 7th, 2014*.
- Schmidt, Christiane 2004. Analyse von Leitfadeninterviews. Uwe Flick, Ernst von Kardorff, Ines von Steinke (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch (3. Auflage)*(S. 447-456). Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 447–456.
- Seibt, Philipp 2015. *Rohstoff für Schokolade: Millionen Kinder müssen auf Kakaoplantagen schuf-*ten. URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/schokolade-kinderarbeit-auf-kakaoplantagen-nimmt-zu-a-1046525.html> [Stand 2016-01-21].

- SRF. *Die Schweiz und der «Rohstoff-Fluch»*. URL: <http://www.srf.ch/news/wirtschaft/die-schweiz-und-der-rohstoff-fluch> [Stand 2016-04-12].
- Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO). *Nachwachsende agrarische Rohstoffe*. URL: <http://www.seco-cooperation.admin.ch/themen/05404/05405/05408/index.html?lang=de> [Stand 2016-03-26].
- Stienhans, Ricarda 2015. *Der Kakaosektor in Ecuador*. (2015). URL: http://www.suedwind-institut.de/fileadmin/fuerSuedwind/Publikationen/2015/2015-23_Der_Kakaosektor_in_Ecuador.pdf [Stand 2015-03-02].
- STSA. *Home*. URL: <http://www.stsaswiss.ch/> [Stand 2015-07-05].
- Supply Change, Global 2000 & Südwind 2016. *Osterhasen-Check 2016*. URL: http://doku.cac.at/osterhasen_check_2016+pz_sc_web.pdf [Stand 2016-03-29].
- Swissaid. *Rohstoffe – Fluch oder Segen?* URL: https://www.swissaid.ch/de/rohstoffe?gclid=CjwKEAjlq24BRDMjdK7g8mD6BAS-JABBl8n3dlgKFXoU6bRt0ZZ7ygSvAzTR8rz3tJasVnzewCy8hxoCIdnw_wcB [Stand 2016-04-12].
- Tulane University 2015. *FINAL REPORT: 2013/14 Survey Research on Child Labor in West African Cocoa Growing Areas*. URL: http://www.childlaborcocoa.org/images/Payson_Reports/Tulane%20University%20-%20Survey%20Research%20on%20Child%20Labor%20in%20the%20Cocoa%20Sector%20-%2030%20July%202015.pdf [Stand 2016-02-23].
- UNCTAD & WTO 2001. *Cocoa: A guide to trade practices*. Genf. URL: <http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Cocoa%20-%20A%20Guide%20to%20Trade%20Practices%20French.pdf> [Stand 2016-01-12].
- UTZ Certified. URL: <https://www.utzcertified.org/de/produkte/kakao> [Stand 2015-11-04].
- Vries, Daan de 2009. *Certification and a “SCE”: RSCE2, Port of Spain*. URL: <http://www.icco.org/sites/www.roundtablecocoa.org/documents/UTZ%20-%20Daan%20de%20Vries.pdf> [Stand 2016-03-27].
- World Bank 2015. *FAQs: Global Poverty Line Update*. URL: <http://www.worldbank.org/en/topic/poverty/brief/global-poverty-line-faq> [Stand 2016-03-08].
- World Cocoa Foundation (WCF). *About WCF*. URL: <http://worldcocoafoundation.org/about-wcf/> [Stand 2015-10-19].
- World Cocoa Foundation (WCF) 2012. *Cocoa Market Update*. URL: <http://www.worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/Cocoa-Market-Update-as-of-3.20.2012.pdf> [Stand 2016-03-26].
- World Cocoa Foundation (WCF) 2014. *26th Partnership Meeting & Cocoa Sustainability Trade Fair: Connecting Sustainability, Standards, and Certification*. URL: http://www.worldcocoafoundation.org/wp-content/uploads/files_mf/1414170724FINALProgram-BookWCFPartnershipMeetingCopenhagen.pdf [Stand 2016-03-27].

Anhang

Fragebogen Nr.:

Firma:

Interviewpartner:

Datum:

Ort:

Leitfaden

Block 1: Unternehmen

- Was für eine Rolle spielt der Kakao-Handel für das Unternehmen; was für eine Stellung nimmt er innerhalb der Organisation ein?
- Als kleines Handelsunternehmen: Wie positionieren Sie sich innerhalb der gesamten Kakao-Branche, neben den grossen Multinationalen? → Vertikale Integration; Horizontale Konzentration

Block 2: Praktiken

- Ich interessiere mich sehr für die Praxis des Kakao-Handels – wie genau funktioniert dieser in Ihrem Unternehmen?
- Was machen Sie konkret, wenn Sie Kakao einkaufen? Und wieder verkaufen? Welche Zwischenschritte, Welche Produkte, Welche Kontrolle, Welche Kriterien, ..

Block 3: Aktuelle Debatte

- Die Öffentlichkeit ist sensibler geworden für Themen wie Ernährung und woher die konsumierte Ware kommt, wie sie produziert wird. Der Kakaosektor steht da vor grossen Problemen, die nicht einfach zu lösen sind. Zertifizierter Kakao gehört zu ihrem Portfolio - was für Lösungsansätze werden diskutiert, und welche umgesetzt, um diesen Problemen entgegenzuwirken?
- Verschiedenste Initiativen aus der Industrie und Zivilgesellschaft zum Thema Nachhaltigkeit und Transparenz (Cocoa Agenda, sustainable cocoa initiative, etc.) wurden in den letzten Jahrzehnten lanciert. Wie wird der Handelssektor in diese Initiativen integriert?
- Dem Rohstoffhandel wird oft vorgeworfen intransparent zu sein. Wie nehmen Sie diese Debatte wahr? Was für Schwierigkeiten/Probleme sind damit verbunden? Wie unterscheidet oder manifestieren sich die Intransparenz? → Finanzen und Ware
- Wie wird sich der Sektor in Zukunft verändern und was sind dort die möglichen Schwierigkeiten/Chancen?

Persönliche Erklärung:

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und die den verwendeten Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe.

Datum

Unterschrift