

## ► PRESSEMITTEILUNG

# Schokoladen-Weihnachtsmänner auch dieses Jahr nur selten nachhaltig

### Der größte Teil der kakaoanbauenden Familien lebt weiterhin in Armut

**Bonn, 08.12.2021:** Industrieverbände und einige Unternehmen verkünden gerne die frohe Botschaft, dass rund drei Viertel des in Deutschland verkauften Kakao nachhaltig seien. Doch der größte Teil der Kakao anbauenden Familien in Westafrika lebt weiterhin in Armut. In vielen Familien müssen Kinder mitarbeiten. Verbände und Unternehmen sollten sich endlich einer ehrlichen Diskussion darüber stellen, dass Menschenrechte nur dann eingehalten werden können, wenn der Preis für Kakao existenzsichernde Einkommen ermöglicht.

Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) behauptet weiterhin öffentlich, 77 % der deutschen Kakaoimporte im Jahr 2020 seien nachhaltig erzeugt worden. „Echte Nachhaltigkeit würde jedoch heißen, dass Familien, die Kakao anbauen, davon menschenwürdig leben können. Die meisten von ihnen leben jedoch weit unter der Armutsgrenze, viele haben zeitweise Probleme, drei Mahlzeiten auf den Tisch zu stellen. Hinzu kommen häufig Kinderarbeit, schlechte Arbeitsbedingungen, unsachgemäßer Umgang mit Pestiziden und viele weitere Probleme. Von Nachhaltigkeit kann noch lange nicht die Rede sein“, so Friedel Hütz-Adams, der seit Jahren die Entwicklungen im Kakaosektor untersucht.

### Menschenrechtsverletzungen sind schon lange bekannt

„Wir haben bereits vor Ostern gefordert, dass die Schönfärberei und die Verbraucher\*innentäuschung endlich beendet wird“, führt SÜDWIND-Mitarbeiter Friedel Hütz-Adams weiter aus. Geschehen ist das Gegenteil. Im Sommer verabschiedete der Bundestag das Sorgfaltspflichtengesetz, das Unternehmen zur Einhaltung der Menschenrechte in ihren Lieferketten verpflichtet. Die Menschenrechtsverletzungen im Kakaosektor sind hinlänglich bekannt. Deshalb wäre zu erwarten gewesen, dass die Branche nun endlich handelt. Verbände wie der BDSI, der Handelsverband Deutschland (HDE) und der Bundesverband des deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) verweisen jedoch gerne darauf, dass der größte Teil des nach Deutschland importierten Kakao bereits nachhaltig, da zertifiziert sei. Zertifizierungen können aber kein ausreichender Indikator für unternehmerische Sorgfalt sein, was auch die Zertifizierer selbst immer wieder betonen.

Am Beispiel des inflationsbereinigt seit Jahrzehnten sinkenden Kakaopreises liegt es auf der Hand, dass Unterstützungsmaßnahmen der lokalen Regierungen den Kakaosektor allein nicht ausreichend verändern können. Nachhaltigkeit wird nur möglich sein, wenn Preise bezahlt werden, die dies ermöglichen. Deutschland hat dabei eine besondere Verantwortung, denn rund 10 % der Welternte von Kakao werden hier verarbeitet.



INSTITUT FÜR ÖKONOMIE  
UND ÖKUMENE

**FÜR EINE GERECHTE  
WELTWIRTSCHAFT!**

**INES BRESLER**  
Presse- &  
Öffentlichkeitsarbeit

**SÜDWIND E.V.**  
Kaiserstraße 201  
53113 Bonn

+49 (0) 228-76 36 98-14  
bresler@  
suedwind-institut.de  
www.suedwind-institut.de

„Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie und seine Mitglieder sollten endlich funktionierende Strategien entwickeln, damit den Bäuer\*innen mehr Geld zum Überleben bleibt. Der Milliardenmarkt Schokolade bietet den Spielraum, einige Cent pro Tafel Schokolade mehr in den Kakao zu investieren, als derzeit der Fall ist. Statt Schönfärberei sollte nach 20 Jahren Diskutieren endlich gehandelt werden“, wiederholt Friedel Hütz-Adams seine Schlussfolgerungen aus dem Frühjahr.

- ▶ [Studie Assessing Progress in Reducing Child Labor in Cocoa Growing Areas of Côte d'Ivoire and Ghana](#)
- ▶ [Kakaobarometer 2020](#)

#### **Kontakt:**

Friedel Hütz-Adams  
Wissenschaftlicher Mitarbeiter  
Tel.: +49 (0) 228-763 698-15  
E-Mail: [huetz-adams@suedwind-institut.de](mailto:huetz-adams@suedwind-institut.de)

▶ **SÜDWIND setzt sich für wirtschaftliche, soziale und ökologische Gerechtigkeit ein – weltweit. Wir recherchieren, decken ungerechte Strukturen auf, machen sie öffentlich und bieten Handlungsalternativen. Wir verbinden entwicklungspolitische Bildungs-, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit und tragen Forderungen in Kampagnen, Gesellschaft, Unternehmen und Politik. Seit 30 Jahren.**