

INKOTA 

Make
Chocolate
Fair



AKTIV FÜR FAIRE SCHOKOLADE

mit kreativem Protest für mehr Gerechtigkeit!

IMPRESSUM

INKOTA-netzwerk e.V. Tel.: +49 30 420 8202-0
Chrysanthemenstr. 1-3 Mail: info@inkota.de
10407 Berlin Web: www.inkota.de

Vorsitzende: Dr. Magdalena Freudenschuss
Vereinsregisternummer: VR 12602 B AmtsG Charlottenburg
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 263662401

Autor*innen: Juliane Bing, Birgit Eichmann, Lina Gross (für die 1. Auflage)
und Katja Mollenhauer

Redaktion: Birgit Eichmann

Design, Layout und Illustration: Claudia Machnik, claudiamachnik.de

Fotos: Soweit nicht anders angegeben, sind alle Fotos von INKOTA-netzwerk e.V.,
Fotograf der INKOTA-Fotos auf den Seiten 10, 12 und 31 ist Mohamed Aly Diabaté.
Seite 24: iStock ©Aaron Amat; Seite 30: Shutterstock ©Galyna Nesterenko

Druck: dieUmweltDruckerei GmbH, Lindenallee 3a, 29393 Groß Oesingen
Gedruckt auf 100 % Recycling-Papier mit Farben auf Pflanzenölbasis

Erscheinungsdatum: 2. überarbeitete Auflage, November 2024

Gefördert durch Brot für die Welt aus Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes, die
Landesstelle für Entwicklungszusammenarbeit des Landes Berlin, die Deutsche Postcode
Lotterie sowie Engagement Global im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ).

Das Problem und die Kampagne ... 4

| | |
|---|----|
| Vorwort ... | 4 |
| Was ist das Problem? ... | 6 |
| Make Chocolate Fair! – die Kampagne ... | 8 |
| Was wir fordern ... | 10 |
| Unsere Partnerorganisationen ... | 12 |

Aktionen für faire Schokolade ... 14

| | |
|---|----|
| Finde deinen Weg aktiv zu werden ... | 14 |
| Gemeinsam aktiv ... | 16 |
| Aktionsbeschreibungen ... | 17 |
| Erfolgreiche Aktion in 12 Schritten ... | 33 |
| Frage? Antwort! ... | 36 |
| Checkliste ... | 38 |
| Weitere Infos und Quellen ... | 39 |

AKTIONS- HANDBUCH



58%
DES WELTWEIT
ANGEBAUTEN KAKAOS
stammen aus Côte
d'Ivoire und Ghana

9KG
SCHOKO
LADE
essen wir in
Deutschland
im Schnitt
pro Person
und Jahr.

FAIRE
SCHOKOLADE
JETZT!

FAIRER KAKAO!

WAS WOLLEN WIR MIT Make Chocolate Fair! ERREICHEN?

Habt ihr diese Woche schon Schokolade gegessen? Oder ein kakaohaltiges Produkt wie Kekse, Eis oder Kuchen verzehrt? Dann habt ihr eine von unzähligen Kakaobohnen konsumiert, die Millionen von Kakaofarmer*innen jährlich in Ghana oder Côte d'Ivoire anbauen und ernten.

Schokolade ist eine der beliebtesten Süßigkeiten der Welt. Allein in Deutschland essen wir geschätzte neun Kilogramm davon – pro Jahr und Person. Wir alle können uns Schokolade leisten und genießen die Leckerei zu zahlreichen Anlässen. Doch dieser Genuss hat einen bitteren Beigeschmack: die Kakaofarmer*innen bauen den Kakao unter menschenunwürdigen Lebens- und Arbeitsbedingungen an. Wie kann es sein, dass sie noch immer in großer Armut leben, aber Schokoladenunternehmen viele Milliarden Dollar Gewinne erzielen? Das muss ein Ende haben.

DAS ZIEL DES AKTIONS- HANDBUCHS

Ihr habt schon häufiger überlegt, wie ihr euch für faire Schokolade einsetzen könnt? Dabei wisst ihr nicht, wo ihr anfangen sollt? Mit dem Aktionshandbuch wollen wir euch dafür begeistern, euch mit uns für faire Kakaopreise und würdige Arbeits- und Lebensbedingungen der Kakaofarmer*innen einzusetzen.

Es soll euch helfen, die für euch passende Aktionsform zu finden, euch inspirieren, eigene Aktionsideen zu entwickeln und alles gut zu planen. Die hier vorgeschlagenen Aktionen richten sich an große und kleine Gruppen, Ehrenamtliche und hauptamtlich aktive Menschen oder auch an jede einzelne Schokoladenliebhaber*in. Gemeinsam wollen wir mit den Aktionen Schokoladenunternehmen, Supermarktketten oder Konsument*innen über Missstände im Kakaoanbau informieren und Verbesserungen einfordern. Ihr könnt auswählen, wen ihr ansprechen und zum Handeln bewegen möchtet. Wir unterstützen euch gern! Denn wir sind der festen Überzeugung: Veränderung beginnt mit uns selbst.



UNFAIRE PREISE:

Kakao wird hauptsächlich an den Rohstoffbörsen in London und New York gehandelt. Der Kakaopreis unterliegt immer wieder starken und abrupten Schwankungen. Die Gründe dafür können Ernteeinbußen, politische Unruhen, Preisspekulationen an Rohstoffbörsen oder ein Überangebot an Kakao sein.

Die Preise für Kakaobohnen haben sich im Jahr 2024 fast vervierfacht. Grund dafür sind Ernteeinbußen durch Extremwetterereignisse in Ghana und Côte d'Ivoire. Die überalterten Kakaobäume konnten dem Starkregen oder den Trockenperioden nicht standhalten. Doch nicht alle Kakaofarmer*innen profitieren von den stark erhöhten Preisen. Denn wer weniger erntet, kann weniger Kakao verkaufen. Zudem kommen bei vielen Bäuer*innen die hohen Preise aufgrund von Zwischenhändlern oder staatlichen Vermarktungssystemen nicht an. Keines der großen Schokoladenunternehmen hat bisher zugesichert, den Kakaofarmer*innen langfristig existenzsichernde Preise zu garantieren. Den Schwankungen am Weltmarkt sind die Farmer*innen daher schutzlos ausgeliefert.

Eine sechsköpfige Familie, die in Ghana Kakao anbaut, verdiente 2020 pro Tag ungefähr 3,50 Dollar². Dieser Betrag ist nicht existenzsichernd. Das bedeutet, dass die Familie nicht über ausreichend Geld für Nahrung, Wohnen oder Bildung verfügt und gleichzeitig in Löhne für Erntehelfer*innen oder junge Kakaopflanzen investieren kann.



8 Cent erhalten Kakaobauernfamilien vom Preis einer durchschnittlichen Tafel Schokolade.

WAS IST DAS PROBLEM?

Kakao ist die wichtigste Zutat für eine der beliebtesten Süßigkeiten: Schokolade. 70% des weltweit angebauten Kakao stammen aus den westafrikanischen Ländern Côte d'Ivoire, Ghana, Nigeria und Kamerun.

Dort wird Kakao von Bäuer*innen angebaut, von denen 90 Prozent nur sehr kleine Flächen von 2-5 Hektar bewirtschaften. Andere wichtige Anbauländer sind Indonesien, Brasilien und Ecuador. Insgesamt ist Kakao für 5,5 Millionen¹ Farmer*innen in Ländern des Globalen Südens die Haupteinnahmequelle.



36% der Kinder im Kakaoanbau müssen mit schwerem Gerät arbeiten.

77% der Kakaofarmer*innen setzen giftige Pestizide ein.

AUSBEUTERISCHE ARBEITSBEDINGUNGEN:

Das niedrige Einkommen führt zu gravierenden Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen auf den Kakaoplantagen. Denn Kakaofarmer*innen verrichten schwere körperliche Arbeit, ihnen fehlt Schutzkleidung, und sie arbeiten mit gefährlichen Pestiziden.

DRAMATISCHE FOLGEN FÜR DIE UMWELT:

Die unfaire Bezahlung der Farmer*innen hat ökologische Folgen: Es fehlen die Mittel, um den Baumbestand zu verjüngen und gegen den Klimawandel zu wappnen. Um den Ertrag zu steigern, werden die Anbauflächen ausgeweitet. Dafür wird Wald gerodet. Côte d'Ivoire hat in den letzten Jahrzehnten rund 90% des Regenwaldes verloren. Die Schokoladenunternehmen haben jahrelang weggeschaut und Kakao aus entwaldeten Gebieten toleriert. Hinzu kommt, dass es in vielen Kakaobaueregionen zu einer starken und unsachgemäßen Verwendung von Pestiziden und chemischen Düngemitteln kommt. Dadurch werden die Böden ausgelaugt und Trinkwasser wird verunreinigt.



25% des Kakaoanbaus in Côte d'Ivoire findet in geschützten Wäldern statt.

90% des Regenwaldes hat Côte d'Ivoire in den letzten Jahrzehnten verloren.

Armut ist auch die Hauptursache von Kinderarbeit. Kakaobäuerinnen und -bauern können es sich zumeist nicht leisten, Erntehelfer*innen einzustellen. In Côte d'Ivoire und Ghana arbeiten etwa 1,5 Millionen Kinder unter ausbeuterischen Bedingungen auf Kakaoplantagen. Sie öffnen mit gefährlichen Werkzeugen Kakaobohnen, kommen mit giftigen Pestiziden in Berührung oder müssen schwere Kakaosäcke tragen. Die Kinderarbeit hat in den letzten zwanzig Jahren immer weiter zugenommen – obwohl Schokoladenunternehmen wie Mars und Nestlé bereits 2001 versprochen hatten, die „schlimmsten Formen der Kinderarbeit in Ghana und Côte d'Ivoire zu eliminieren“. In extremen Fällen kommt es in den beiden Ländern zu Kindersklaverei. Davon sind schätzungsweise 10.000 Kinder betroffen.³



Klagen wegen Beihilfe zur Kindersklaverei konnten gegen Schokoladenunternehmen gewonnen werden.

Das Vermögen der Familien Ferrero und Mars ist größer als das Brutto-Inlands-Produkt von Ghana und Côte d'Ivoire zusammen.

ÜBERMÄCHTIGE UNTERNEHMEN:

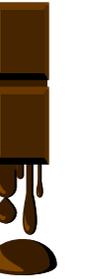
Den 5,5 Millionen Kakaofarmer*innen stehen vier Großkonzerne gegenüber, die Kakao vermahlen oder den Kakaohandel dominieren. Das sind Barry Callebaut, Cargill, Olam und ECOM. Hinzu kommen sieben Schokoladenunternehmen, die den Großteil des Weltmarktes beherrschen: Mars, Ferrero, Mondelez, Meiji, Hershey, Nestlé und Lindt. Der globale Nettoumsatz der Schokoladenindustrie liegt geschätzt bei über 110 Milliarden US-Dollar – im Jahr. Der Löwenanteil der globalen Wertschöpfung geht damit an Konzerne in Ländern des Globalen Nordens.



SEIT ÜBER 10 JAHREN

setzt sich INKOTA mit der Kampagne „Make Chocolate Fair!“, zusammen mit vielen Unterstützer*innen, für faire und existenzsichernde Kakaopreise ein.

Make Chocolate Fair



Make Chocolate Fair!

Gemeinsam mit Weltläden, Kirchengemeinden, Jugendgruppen, Umweltorganisationen, Fair-Handels-Gruppen, Schulen und vielen interessierten Schokoladenliebhaber*innen bringen wir die Missstände in der globalen Kakaolieferkette auf den Tisch und machen klar: Schokoladenunternehmen und Supermärkte tragen eine Verantwortung und müssen handeln! Zusammen mit den Partnerorganisationen von INKOTA in Ghana und Côte d'Ivoire setzen wir uns für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Kakaobauernfamilien ein.

WIR SIND NOCH NICHT AM ZIEL: Nach 10 Jahren Kampagnenarbeit können wir durchaus auf Erfolge zurückblicken. Die vielen kritischen Verbraucher*innen-Nachfragen, Unterschriften auf Petitionslisten, öffentliche Aktionen und Medienberichterstattungen haben dazu geführt, dass Schokoladenunternehmen mit uns das Gespräch suchen.



Ein Beispiel: Noch vor 10 Jahren lehnten die Schokoladenunternehmen Gespräche über die Notwendigkeit von existenzsichernden Einkommen ab. Eine Mitverantwortung für die bittere Armut der Bäuer*innen in den Kakaolieferketten wurde kaum anerkannt. Heute ist die Frage, wie die Lücke zum existenzsichernden Einkommen geschlossen werden kann, das zentrale Thema in vielen Gesprächen mit Unternehmen. Immer mehr Unternehmen setzen Pilotprojekte um, um die Zahlung von höheren Prämien oder Preisen zu testen.

Doch Pilotprojekte und Lippenbekenntnisse reichen nicht. Existenzsichernde Einkommen sind ein Menschenrecht, und Unternehmen tragen die Verantwortung dafür, dass Kakaobäuerinnen und -bauern einen fairen Preis erhalten! Bisher hat keines der großen Kakao- und Schokoladenunternehmen dafür eine Zusage gegeben. Zudem ist Armut nicht das einzige Problem: Massiver Pestizideinsatz gefährdet die Gesundheit der Kakaofarmer*innen, Kinderarbeit ist noch immer an der Tagesordnung, und in vielen Ländern sind Wälder durch den Kakaoanbau bedroht.

WIR LASSEN WEITERHIN NICHT LOCKER!





Infografik am Beispiel von Ghana: Existenzsicherndes Einkommen verhindert Kinderarbeit⁴

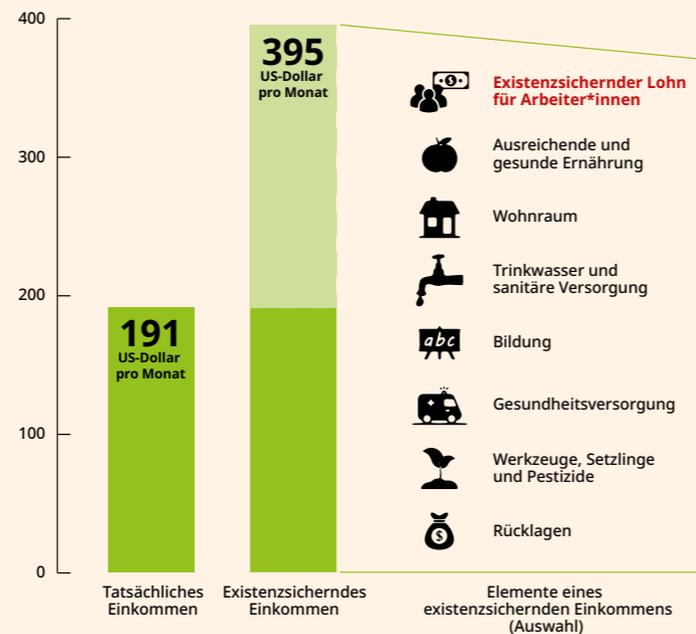
WAS WIR FORDERN



Faire Preise bezahlen

Schokoladenunternehmen müssen den Kakaobäuerinnen und -bauern faire Kakaopreise garantieren.

Diese Preise müssen so hoch sein, dass sie den Kakaobauernfamilien mindestens ein existenzsicherndes Einkommen entsprechend den Lebenshaltungskosten ihres Landes ermöglichen. Nur wenn Kakaoproduzent*innen über ein existenzsicherndes Einkommen verfügen, können sie auch existenzsichernde Löhne an ihre Arbeiter*innen und Erntehelfer*innen zahlen und so auf Kinderarbeit in der Kakaoproduktion verzichten. Existenzsichernde Einkommen sind ein Menschenrecht.



Ausbeuterische Kinderarbeit beenden

Schokoladenunternehmen müssen Maßnahmen umsetzen, die die Einhaltung der Menschenrechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen entlang ihrer gesamten Lieferkette gewährleisten. Das gilt insbesondere für die Beendigung ausbeuterischer Kinderarbeit.



Einsatz hochgefährlicher Pestizide stoppen

Schokoladenunternehmen müssen den Einsatz von Pestiziden, die in der EU aufgrund ihrer gefährlichen Wirkung für Umwelt und Gesundheit verboten sind, in ihren Lieferketten bis 2025 beenden. Arbeits- und Gesundheitsschutz ist ein Menschenrecht und muss Teil der Sorgfaltspflicht von Schokoladenunternehmen sein.



Entwaldung ausschliessen

Schokoladenunternehmen müssen ihren umweltbezogenen Sorgfaltspflichten nachkommen. Dazu gehört, die Entwaldung durch den Kakaoanbau zu beenden und zum Klimaschutz beizutragen. Um dies zu erreichen, müssen die Schokoladenunternehmen ihre Lieferkette bis zur Plantage vollständig und transparent rückverfolgbar machen. Außerdem müssen sie Investitionsprogramme aufstellen, die die Kakaobäuerinnen und -bauern beim Umstieg von konventionellen auf ökologischen Kakaoanbau unterstützen sowie den Aufbau von Agroforstsystemen fördern.



SO SETZEN WIR UNS FÜR UNSERE FORDERUNGEN EIN:

Unsere Petitionen sind ein zentraler Baustein der Kampagnenarbeit „Make Chocolate Fair!“. Mit konkreten Forderungen richten wir uns an die großen Schokoladenunternehmen, damit sie endlich Verantwortung für ihr Handeln entlang der Kakaolieferketten übernehmen.

INKOTA FÜHRT außerdem Gespräche mit Unternehmen, unterstützt bundesweite Aktionen, betreibt Hintergrundrecherchen, stellt Informationsmaterial zur Verfügung und bietet Bildungsmaterial und Workshops an. Die Angebote sind auf der vorletzten Seite verlinkt.



LINK: www.makechocolatefair.org



STARKES NETZWERK FÜR FAIRE SCHOKOLADE

INKOTA-Partnerorganisationen in Côte d'Ivoire und Ghana vernetzen die Kakaobauernfamilien, informieren sie zu ihren Rechten und bestärken sie, sich zusammenschließen.

Sie führen Schulungen durch und vertreten die Interessen der Kakaofarmer*innen gegenüber den jeweiligen Landesregierungen, den Schokoladenunternehmen und im internationalen politischen Dialog. Kurz: sie machen sich stark für faire Preise. Zusammen mit INKOTA formulieren die Partnerorganisationen Forderungen und entwickeln Strategien zu deren Umsetzung.

ZIVILGESELLSCHAFT



KAKAO-FARMER*INNEN



FINDE DEINEN WEG AKTIV ZU WERDEN

Die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ lebt davon, dass viele Menschen mitmachen und die Botschaften und Forderungen der Kampagne weiterverbreiten, Unterschriften sammeln und kreative Aktionen durchführen. Wir haben schon viel erreicht – aber noch lange nicht genug! Macht mit und seid dabei!

Was bin ich für ein Aktionstyp?

Die jährliche Osteraktion ist unsere prominenteste Aktion. Doch es gibt auch zahlreiche andere Möglichkeiten, Menschen zu informieren, wachzurütteln oder fürs Mitmachen zu begeistern. Manche Aktionen haben auch schlicht das Ziel, Öffentlichkeit zu erzeugen. Ganz egal ob allein oder im Team, ob in einer Aktionsgruppe, in einem Weltladen, einer Hochschulgruppe oder in einer Gemeinde – es ist nicht schwer, sich für faire Schokolade einzusetzen! Wir stellen euch verschiedene Aktionen vor. Hier könnt ihr einschätzen, welche Aktionsform am besten zu euch passt.



Selbstverständlich könnt ihr bei der Planung eurer Aktionen auf uns zählen: wir stellen euch gerne unsere Kampagnenmaterialien zur Verfügung, beraten euch bei eurer Aktionsidee und sind bei Fragen und Problemen für euch da.

UNTERSTÜTZUNG BEI DER AKTIONSPANUNG UND KAMPAGNENMATERIALIEN GIBT'S HIER:
MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE

| | planen und organisieren | kreativ sein | gut reden, verhandeln, andere überzeugen | recherchieren und schreiben | basteln und bauen | im Rampenlicht stehen, in Rollen schlüpfen | mit Medien und Technik arbeiten | allein arbeiten | in Gruppen unterwegs sein |
|---|-------------------------|--------------|--|-----------------------------|-------------------|--|---------------------------------|-----------------|---------------------------|
| Streik der Osterhasen s. Seite 17 | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ● |
| Protest der Weihnachtsmänner s. Seite 18 | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● |
| Verstecktes Theater s. Seite 19 | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● |
| Briefe an Schokoladenunternehmen s. Seite 20 | ○ | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● | ● |
| Valentinspost s. Seite 23 | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● |
| Social-Media-Challenge s. Seite 24 | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● |
| Social-Media-Aktion s. Seite 25 | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ● | ● |
| Strasseninterviews s. Seite 26 | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● |
| Unfares Sponsoring s. Seite 27 | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● |
| Carrotmob s. Seite 28 | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ○ | ○ | ● |
| Wunschbaum s. Seite 29 | ○ | ● | ○ | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ |
| Fairer Kuchenverkauf s. Seite 30 | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ | ● |
| Schokofaire Weihnachtsgrüsse s. Seite 32 | ● | ● | ○ | ○ | ● | ○ | ○ | ● | ○ |

Das kannst du gut
 Diese Aktion passt zu dir

GEMEINSAM AKTIV FÜR FAIRE SCHOKOLADE



Unsere größte und erfolgreichste Aktion ist die jährliche Osteraktion. Seit über 10 Jahren beteiligen sich bundesweit jedes Jahr mehr als 30 Gruppen.

Viele arbeiten in Weltläden und engagieren sich seit jeher als Pioniere für den Verkauf fair gehandelter Schokolade. Aber auch andere Akteur*innen wie Fair-Trade-Towns, Umweltzentren oder Schulen sind dabei. Gemeinsam sind wir schlagkräftiger. Jede*r bringt seine Expertise ein. Zusammen erreichen wir sehr viel mehr Menschen, die unser Anliegen und unsere jährliche Petition unterstützen.

Die Aktion macht mit vielen Gruppen nicht nur mehr Spaß, sondern ist auch für unsere Partnerorganisationen in Westafrika ein wichtiges Zeichen: wir bedeuten ihnen, dass wir weiter dranbleiben im Kampf um faire Kakaopreise und existenzsichernde Einkommen für die Farmer*innen in Ghana und Côte d'Ivoire.

IHR MÖCHTET TEIL DER OSTERAKTION SEIN?
DANN MELDET EUCH UNTER
MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE



STREIK DER OSTERHASEN

KURZ GESAGT

ZIEL: Passant*innen werden während ihrer vorösterlichen (Schokoladen-)Einkäufe mit den Anbaubedingungen von Kakao konfrontiert. Sie informieren sich im Gespräch und überdenken ihr Einkaufs- und Konsumverhalten. Die Passant*innen werden motiviert, sich an der Petition zu beteiligen und ihre Oster-Schokoladen-Einkäufe fairer zu gestalten.

AUFWAND: 2–5 Personen, mittel

WIRKUNG: Medienberichterstattung hoch

ZEIT: einschließlich Vorbereitung mindestens 3 Tage

ORT: belebte öffentliche Plätze wie Fußgängerzonen, Einkaufsstrassen, Märkte oder Shoppingmalls

MATERIAL: Osterkostüme, Schminke, Plakate und Plakathaltungen, Infoblätter zu fairen Kakaolieferketten, Flyer, Petitionslisten, Tisch, eventuell Kakaobohnen und faire Schokolade

VORBEREITUNG: Der Streik der Osterhasen findet einmal jährlich vor Ostern statt. Es beteiligen sich bundesweit regelmäßig zahlreiche Gruppen. Wenn ihr auch dabei sein möchtet, schreibt eine E-Mail. INKOTA unterstützt eure Aktion durch ein Paket mit Aktionsmaterialien: Infomaterial, Hintergrundinformationen, Kostüme, Poster und Petitionslisten. Außerdem bieten wir euch eine inhaltliche Vorbereitung in Form eines Workshops sowie Unterstützung bei der Presse- und Medienarbeit an.

Ihr überlegt, wie ihr euch einbringen möchtet: Wie sieht die Aktion genau aus? Wer ist im Team dabei und wer macht was? Dann plant ihr, wie ihr die Aktion von eurer Seite aus durch Öffentlichkeitsarbeit begleiten möchtet. Insta-Posts, Kommunikation über eure Website, Pressemitteilungen und die direkte Ansprache von Journalist*innen haben sich bewährt. Dafür bekommt ihr von uns Vorlagen, die ihr direkt einsetzen könnt.

DURCHFÜHRUNG: Wenn ihr mit Osteraktionsmaterial ausgestattet und inhaltlich gut vorbereitet seid, euer Team und dessen Aufgaben zusammengestellt und die Aktion an einem geeigneten Ort angemeldet habt, legt ihr am vereinbarten Tag los. Frisch geschminkt und in Osterhasenkostümen sprecht ihr die Passant*innen an. Überlegt euch, wie ihr sie in ein Gespräch verwickeln möchtet. Am besten, ihr fangt mit dem Schokoladen-Ostereinkauf an.



Die jährliche Petition ist ein zentraler Baustein der Kampagnenarbeit „Make Chocolate Fair!“. Mit konkreten Forderungen wenden wir uns an die großen Schokoladenunternehmen, damit sie endlich die Verantwortung für ihr Handeln entlang der Kakaolieferketten übernehmen.



PETITION:

Make Chocolate Fair!
www.makechocolatefair.org



PROTEST DER WEIHNACHTSMÄNNER

SMARTMOB

ZIEL: Unbeteiligte Passant*innen werden aus ihrer Vorweihnachts-Einkaufsroutine herausgerissen – mit einer Aktion, die überrascht.

AUFWAND: mind. 10 Personen, mittel

WIRKUNG: Medientauglichkeit hoch

ZEIT: 20 min, an anderen Orten wiederholbar, geeignet für die Vorweihnachtszeit

ORT: belebte öffentliche Plätze wie Fußgängerzonen oder Shoppingmalls

MATERIAL: eine rote Weihnachtszippelmütze, einen Bart aus Filz oder Watte, wenn möglich ein Weihnachtsmannkostüm oder rote Kleidung, Schilder mit dem Aufdruck „Wir streiken – für faire Kakaopreise!“, Pappen, Besenstiele, Klebeband und Kampagnenflyer

VORBEREITUNG: Überlegt, an welchem Ort ihr den Flashmob durchführen möchtet. In der Vorweihnachtszeit eignet sich die Fußgängerzone oder auch ein Weihnachtsmarkt. Schaut, dass ihr zu Beginn mindestens 10 Personen seid, damit ihr als Gruppe wahrgenommen werdet. In jedem Fall könnt ihr mehr Menschen einladen – je mehr desto besser. Besorgt die Verkleidung und findet eine Person, die den Slogan „Wir streiken – für faire Kakaopreise!“ oder „Zum Fest der Liebe faire Preise“ gestaltet. Druckt oder schreibt den Aufruf jeweils auf A3 aus und montiert ihn auf eine Pappe, die ihr mit einem Besenstil hochhalten könnt. Achtung: die Veranstaltung muss angemeldet werden.

DURCHFÜHRUNG: Ihr verabredet euch für einen Tag und zu einer Uhrzeit an einem vereinbarten Ort. Eure Utensilien habt ihr im Gepäck, möglichst verdeckt. Eine Person gibt das Kommando und alle verkleiden sich als Weihnachtsmänner (und -frauen). Ihr haltet eure Forderung schweigend hoch und bewegt euch als Gruppe durch die Passant*innen. Achtet darauf, dass ihr ernst bleibt. Drückt den Menschen die Kampagnenflyer „Make Chocolate Fair!“ in die Hand (s. vorletzte Seite).

ENTSCULDIGUNG, ABER WUSSTEN SIE SCHON?

VERSTECKTES THEATER

ZIEL: Menschen werden in einer Alltagssituation in ein Gespräch verwickelt. Sie erfahren von den Problemen im Kakaoanbau, lernen die Forderungen von „Make Chocolate Fair!“ kennen und möchten aktiv für faire Schokolade werden.

AUFWAND: 2–4 Personen, mittel

WIRKUNG: Medientauglichkeit niedrig

ZEIT: 10 min., beliebig wiederholbar

ORT: beliebig, z. B. im Supermarkt oder in der U-Bahn

MATERIAL: Kampagnenflyer

VORBEREITUNG: Lest euch das Kampagnenmaterial zu „Make Chocolate Fair!“ durch. Es ist wichtig, dass ihr die Positionen der Kampagne in einer Diskussion überzeugend vertreten könnt. Übt dann eine Gesprächssituation, in der eine Person auf die Missstände im Kakaoanbau angesprochen und über die Kampagne informiert wird.

DURCHFÜHRUNG: Geht nacheinander an den Durchführungsort – niemand soll merken, dass ihr euch kennt. Wenn genug andere Menschen in der Nähe sind, legt eine Person eine Tafel konventionelle Schokolade in ihren Einkaufswagen oder beginnt in der U-Bahn einen Schokoriegel zu essen. Daraufhin wird sie von der zweiten Person, die scheinbar zufällig vorbeikommt, in ein Gespräch über Probleme im Kakaoanbau verwickelt. Wenn ihr mehr als zwei Personen seid, schalten sich die anderen nach und nach in das Gespräch ein. Versucht auch unbeteiligte Passant*innen in das Gespräch zu verwickeln. Am Ende löst ihr die Szene auf und verteilt Kampagnenflyer an die umstehenden Personen. Oder ihr lasst eine dritte Person Flyer verteilen, sobald die anderen den Ort verlassen haben.





RECHT AUF MENSCHENWÜRDE

.. BRIEFE AN SCHOKOLADENUNTERNEHMEN

ZIEL: Die Schokoladenunternehmen erhalten zahlreiche Protestbriefe, in denen sie aufgefordert werden, ihre Sorgfaltspflichten einzuhalten. Nach dem deutschen Lieferkettengesetz sind sie seit dem 1. Januar 2023 dazu verpflichtet.

AUFWAND: möglichst viele Personen, mittel

WIRKUNG: Medientauglichkeit niedrig

ZEIT: 1–2 Tage

ORT: per Brief oder online

MATERIAL: Briefpapier (analog oder digital)

VORBEREITUNG: Nach dem Lieferkettengesetz sind folgende Schokoladenunternehmen dazu verpflichtet, ihre Sorgfaltspflichten entlang ihrer gesamten Lieferkette einzuhalten: Mars, Ferrero, Mondeléz, Lindt & Sprüngli, Nestlé sowie Ritter Sport (Stand November 2024). Auch wenn deren Hauptsitze in der Schweiz, Italien oder den USA liegen, beschäftigen sie in Deutschland so viele Mitarbeiter*innen, dass sie unter das Gesetz fallen.

DURCHFÜHRUNG: Am besten, ihr wendet euch als Privatperson an die Schokoladenunternehmen. Sucht euch die entsprechenden Adressen der Standorte in Deutschland heraus. Folgende Textbausteine könnt ihr nutzen:



TIPP: Ihr könnt auch eine ganz andere, sehr persönliche Ansprache wählen. Formuliert einen Brief, in dem ihr die Geschäftsführer*in des jeweiligen Schokoladenunternehmens bittet, sich in die Lage der Kakaobäuerinnen und -bauern zu versetzen. Ihr könnt konkret fragen: würden Sie Ihre Kinder im Kakaoanbau und unter ausbeuterischen Bedingungen arbeiten lassen?

Sehr geehrte*r (Name der Geschäftsführung),

als Schokoladenunternehmen sind Sie gemäß des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) dazu verpflichtet, Menschenrechte und Umweltstandards einzuhalten. Das gilt auch für Ihre mittelbaren Zulieferer wie Farmer*innen auf Kakaoplantagen. Noch immer kommt es dort zu massiven Menschenrechtsverletzungen, u.a.:

1. ausbeuterische Kinderarbeit
2. Gefährdung der Gesundheit und des Arbeitsschutzes durch den Einsatz hochgefährlicher Pestizide, die teilweise in der EU verboten sind
3. Vorenthalt einer angemessenen Entlohnung der Kakaofarmer*innen und deren Erntehelfer*innen

Nach dem deutschen Lieferkettengesetz sind Sie dazu verpflichtet, menschenrechtliche Risiken sowie Umwelt Risiken zu minimieren, Verstöße zu adressieren und Menschenrechtsverletzungen wiedergutzumachen. Bitte erläutern Sie, wie Ihr Unternehmen den oben genannten Menschenrechtsverletzungen begegnet.

Vielen Dank und mit freundlichen Grüßen
Unterstützer*in von „Make Chocolate Fair!“



LIEBESGRÜSSE GEGEN KINDERARBEIT

VALENTINSPOST

ZIEL: Menschen erfahren, dass in schokoladigen Valentinsgrüßen Kinderarbeit steckt. Sie informieren sich über die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ und entwickeln Alternativen für eine Valentinsüberraschung.

AUFWAND: mind. 2-5 Personen, eher niedrig

WIRKUNG: Medienberichterstattung hoch

ZEIT: 1-2 Stunden

ORT: Plattformen wie Instagram, TikTok oder Messenger wie WhatsApp

MATERIAL: euer Handy, ein Bildbearbeitungsprogramm wie z. B. Canva, Zugang zu rechtfreien Bildern, z. B. über Pixabay

VORBEREITUNG: Formuliert einen Text zum Valentinstag, z. B.: „Für unsere Liebsten nur das Beste: faire Schokolade OHNE Kinderarbeit“ oder „Kinderarbeit für unseren Genuss? Nicht mit mir. Schokofaire Grüße zum Valentinstag!“

Ihr könnt auch aktivistischere Posts wählen, z. B.: „Diese fünf Markenschokoladen im Supermarkt sind garantiert ohne Kinderarbeit produziert: – . Richtig, es gibt keine. Noch immer arbeiten 1,5 Millionen Kinder in Ghana und Côte d'Ivoire im Kakaoanbau. Schluss damit!“

Oder: „Nieder mit den gebrochenen Versprechen der Schokoladenindustrie – stoppt Ausbeutung und Menschenrechtsverletzungen im Kakaoanbau!“

DURCHFÜHRUNG: Ihr sucht euch ein passendes Foto. Achtet darauf, dass die Bilder rechtfrei sind. Oder ihr macht selbst ein Foto und überlegt euch zu dem Bild einen passenden Spruch. Lasst euch von unseren Vorschlägen hier im Heft, dem INKOTA-Instagram-Account oder durch die Website „[Make Chocolate Fair!](#)“ inspirieren. Kreiert einen Social-Media-tauglichen Post. Benutzt in der Bildbeschreibung Hashtags, um möglichst viele Nutzer*innen auf den Post aufmerksam zu machen. Postet und versendet ihn zum Valentinstag und teilt ihn mit möglichst vielen Menschen. Das Ganze funktioniert natürlich auch zu Ostern oder zum Muttertag.



#SPEAK UP FOR HUMAN RIGHTS

SOCIAL-MEDIA-CHALLENGE

ZIEL: Über Plattformen wie Instagram oder TikTok werden Nutzer*innen über die Menschenrechtsverletzungen im Kakaoanbau informiert. Mit der Challenge greifen sie eine zentrale Forderung auf und rufen möglichst viele Nutzer*innen zum Mitmachen auf.

AUFWAND: mind. 1 Person, hoch

WIRKUNG: Medienberichterstattung hoch

ZEIT: 1 Woche inkl. Hintergrundrecherche

ORT: Plattformen wie Instagram oder TikTok

MATERIAL: Handykamera, Bilder und Grafiken, Requisiten

VORBEREITUNG: Sucht euch eine Forderung oder Botschaft der Kampagne „Make Chocolate Fair!“ heraus, z. B.: „Kauft faire Schokolade – ohne Kinderarbeit“. Sucht euch dann eine Challenge aus, zu der ihr aufrufen möchtet: „Die beste Nachtischidee mit fairer Schokolade“ oder „Der schokofairste Dank“. Oder ihr ruft eine Challenge zu einem Poetry-Slam „Ich mag faire Schokolade“ aus. Ihr könnt auch euren Lieblingssong auf faire Schokolade dichten. Oder aber ihr dreht einen Stopp-Motion-Film zu „Wir brauchen faire Schokolade – ohne Kinderarbeit!“. Was ist eure Challenge?

DURCHFÜHRUNG: Wenn ihr eure Challenge ausgesucht habt, überlegt ihr, wie ihr euer Reel gestalten wollt. Und was in sehr kurzer Zeit gezeigt werden kann. Kurz: überlegt euch ein kleines Storyboard. Wählt einen passenden Drehort und eure Utensilien aus. Braucht ihr Unterstützung? Denkt an rechtfreie Bilder und kurze Beiträge. Und: Markiert INKOTA, wenn ihr einen Beitrag teilt. Dann können wir eure Aktion verstärken.



TIPP: Ihr könnt auch ganz anders vorgehen und ein politisches Format wählen. Dabei erläutert ihr den Teufelskreis der Menschenrechtsverletzungen, damit möglichst viele Personen kurz und knapp informiert werden. Lasst euch dafür z. B. von den Karakaya Talks inspirieren:

LINK:
[Tiktok-Profil von Karakaya Talks](#)

NACHGEHAKT

SOCIAL-MEDIA-AKTION

ZIEL: Schokoladenunternehmen werden dazu bewegt, zu ihrer Preispolitik Stellung zu beziehen. Andere Nutzer*innen von Social Media werden über die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ informiert.

AUFWAND: mind. 10 Person (je mehr, desto besser), mittel

WIRKUNG: Medienberichterstattung hoch

ZEIT: ca. 10–20 Minuten pro Tag, eventuell über mehrere Tage

ORT: Plattformen wie Instagram oder TikTok

MATERIAL: Laptop und Internetzugang

VORBEREITUNG: Bei dieser Aktion ist es wichtig, dass ihr euch inhaltlich gut vorbereitet, damit ihr in einer Diskussion überzeugend argumentieren könnt. Lest hierzu die Hintergrundinformationen in diesem Aktionshandbuch durch. Zusätzlich findet ihr vertiefende Informationen unter www.makechocolatefair.org. Wir empfehlen euch, euch auf ein konkretes Thema wie Kinderarbeit oder den Einsatz von Pestiziden zu fokussieren. Sucht euch eine passende Plattform für eure Aktion aus. Geeignet sind die Seiten von Schokoladenunternehmen, kommentierbare Zeitungsartikel oder Instagram-Posts. Auch die Plattformen X oder TikTok bieten sich an.

DURCHFÜHRUNG: Eine Person legt los und schreibt in einem Kommentar, dass sie von Missständen im Kakaoanbau gehört hat. Direkte Fragen wie „Stimmt es, dass...?“ eignen sich gut, um Reaktionen zu provozieren. Nach und nach schaltet sich der Rest eurer Gruppe ein: ihr antwortet auf den Kommentar, berichtet von der Kampagne, stellt weitere Fragen und fordert von den Unternehmen, sich zu positionieren. Im Idealfall mischen sich weitere, vorher nicht eingeweihte Nutzer*innen in die Diskussion ein. Sie erfahren von der Kampagne, und das Unternehmen muss Stellung beziehen.

TIPP: Ihr könnt auch selbst über E-Mail-Verteiler, Insta-Posts, WhatsApp oder Signal zur Teilnahme an der Aktion aufrufen – so finden sich vielleicht mehr Mitstreiter*innen. Teilt eure Aktion mit möglichst vielen Menschen, taggt andere Accounts und kommentiert andere Unterhaltungen.

ACHTUNG: Bei den Instagram-Seiten ist es wichtig, dass ihr genau prüft, ob ihr auch auf den Unternehmensseiten seid.



SCHON GEWUSST?

STRASSENINTERVIEWS

ZIEL: Passant*innen werden zu den Anbaubedingungen im Kakaosektor befragt. Durch die Fragen überprüfen sie ihr Wissen, werden neugierig und setzen sich im besten Fall für die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ ein.

AUFWAND: 2–3 Personen, mittel

WIRKUNG: Medientauglichkeit gering

ZEIT: 3 Tage, inkl. Vorbereitung

ORT: auf der Straße, in einer Fußgängerzone, Bahnhofsvorplatz

MATERIAL: ein kleiner Tisch mit Informationsmaterial zur Kampagne „Make Chocolate Fair!“, eventuell ein selbstgemachtes Mikrofon



VORBEREITUNG: Bereitet euch inhaltlich gut vor. Dafür könnt ihr dieses Heft oder besser noch die Kampagnenmaterialien zu „Make Chocolate Fair!“ nutzen. Überlegt euch dann eine Reihe von Fragen, die ihr den Passant*innen stellen möchtet. Wählt einfache Fragen und verpackt relevante Informationen, z. B. „Wussten Sie, dass bis heute 1,5 Millionen Kinder im Kakaoanbau tätig sind?“. Überlegt euch ein paar passende Ansprachen, um die Menschen in ein Gespräch zu verwickeln. Probt die Ansprache und die Fragen bei Bedarf vorab. Um sicher zu gehen, meldet ihr die Aktion an (s. rechtlicher Rahmen auf Seite 35).

DURCHFÜHRUNG: Ihr sucht euch einen gut frequentierten Platz. Geht auf die Menschen zu, vielleicht mit der Frage, ob sie auch gern Schokolade essen oder „Welche Schokolade ist Ihre Lieblingsschokolade?“ und „Wussten Sie, dass sie Kinderarbeit und Armut verursacht?“. Verteilt Infomaterial, am besten den Kampagnenflyer zu „Make Chocolate Fair!“. Wenn es eine aktuelle Petition gibt, könnt ihr dazu beitragen, Unterschriften zu sammeln und die Wirkung der Petition zu stärken.

TIPP: Diese Aktion ähnelt der Osteraktion. Sie ist aber das ganze Jahr über durchführbar. Bei Bedarf bieten wir kurze Onlineschulungen an, damit ihr euch inhaltlich gut vorbereiten könnt.

IHR BRAUCHT FLYER, INFOBLÄTTER ODER UNTERSTÜTZUNG? DANN MELDET EUCH UNTER MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE



VORBEREITUNG: Recherchiert, welche Sportvereine von welchen Unternehmen gesponsert werden. Dabei könnt ihr mit den Fußballvereinen beginnen. Bayern München wird z. B. von Milka (Mondelēz) gesponsert. Besorgt euch bannertauglichen Stoff und gestaltet einen passenden Protestslogan. Dabei könnt ihr z. B. altbekannte Werbeslogans wie „Milka, die zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt“ als Inspiration nutzen. Klassische Forderungen der Kampagne „Make Chocolate Fair!“ sind die Zahlung von existenzsichernden Preisen an Kakaofarmer*innen und die Verhinderung von Kinderarbeit im Kakaoanbau. Recherchiert auch, wann der Verein in eurer Nähe spielt.

DURCHFÜHRUNG: Stellt euch vor Spielbeginn mit eurem Banner dort auf, wo viele Menschen von den öffentlichen Verkehrsmitteln oder den Parkplätzen zum Stadium strömen. Verteilt euch so, dass ihr an mehreren Plätzen gleichzeitig zu sehen seid. Kalkuliert pro Standort 2–3 Personen und sprecht die Fans aktiv an. Wichtig ist, dass ihr die Menschen mit prägnanten Botschaften erreicht. Verteilt dabei die Kampagnenflyer und fordert sie auf, „Make Chocolate Fair!“ zu unterstützen.

AUFGEDECKT

UNFAIRES SPONSORING

ZIEL: Sportvereine und ihre Fans werden damit konfrontiert, dass Sponsoren an Menschenrechtsverletzungen wie Kinderarbeit beteiligt sind.

AUFWAND: mind. 6 Person (je mehr, desto besser), mittel

WIRKUNG: Medienberichterstattung hoch

ZEIT: über einen längeren Zeitraum

ORT: in Präsenz vor oder nach dem Sportevent

MATERIAL: Banner, Flyer und Infoblätter

EUER EINKAUF FÜR FAIRE SCHOKOLADE

CARROTMOB

ZIEL: Bürger*innen motivieren Geschäfte, Kioske, Kantinen, Kinos oder andere Orte dazu, ihr Schokoladensortiment so zu verändern, dass nur faire Schokolade angeboten wird.

AUFWAND: mind. 20 Personen, mittel

WIRKUNG: Medienberichterstattung mittel

ZEIT: inkl. Vorbereitung 3 Tage

ORT: wenn möglich an einem frequentierten Ort am Bahnhof, im Wohngebiet, in der Mensa einer Universität oder in einer Einkaufsstraße

MATERIAL: INKOTA-Infoblätter zur Kampagne „Make Chocolate Fair!“, Kampagnenflyer

VORBEREITUNG: Ihr findet euch als Vorbereitungsteam zusammen und sprecht einen Laden oder Kiosk an, mit dem ihr die Aktion durchführen möchtet. Es geht darum, ihn davon zu überzeugen, sein Schokoladensortiment dahingehend zu verändern, dass nur Sorten angeboten werden, die den Kakao-bäuerinnen und -bauern ein existenzsicherndes Einkommen garantieren. Informationen dazu findet ihr im den INKOTA-Infoblättern „Schokolade mit Siegel“ und „Die bittere Wahrheit über Schokolade“ (s. Seite 39). Überlegt euch dann, wie ihr möglichst viele Menschen für die Aktion gewinnen könnt.

DURCHFÜHRUNG: Eure Gruppe trifft sich zu einem verabredeten Zeitpunkt vor einem Geschäft, um dort gemeinsam einzukaufen und dem Laden einen nie gekannten Umsatz zu bescheren. Die Kaufaktion läuft innerhalb eines kurzen, zuvor definierten Zeitraumes ab. Der Ladeninhaber hat sich zuvor verpflichtet, die Gewinne aus dieser Aktion in einen schokofairen Umbau seines Ladens zu investieren. Oder faire Schokolade in sein Sortiment aufzunehmen.

SIEGEL UND PROGRAMME IM VERGLEICH – WICHTIGE UNTERSCHIEDE

| |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Existenzsichernde Preise | ✓ * | ✓ ** | ✗ | ✓ *** | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Mindestpreis | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Faire Milchpreise | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Verbot von hochgefährlichen Pestiziden | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Mitbestimmung der Kooperativen | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |
| Herstellung im Anbaugebiet | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |

* Zusätzliche Prämie von 600,00 US-Dollar: www.fairafric.com/pages/fairchain

** Kakao-Plus-Preis: www.gepa.de/gepa/themenspecials/faireschokowelten/kakao-plus-preis

*** Berechnung des Living Income Reference Preises von Fairtrade: <http://tinyurl.com/3j29kss8>

©INKOTA

STILLER PROTEST

WUNSCHBAUM

ZIEL: Passant*innen werden beim Einkaufen über die Anbaubedingungen im Kakaosektor informiert. Sie interessieren sich für die dekorierten Bäume und werden durch die Baumbotschaften neugierig auf die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ gemacht.

AUFWAND: 1-2 Personen, niedrig

WIRKUNG: Medientauglichkeit gering

ZEIT: 1-2 Tage

ORT: überall, wo in der Nähe Schokolade verkauft wird

MATERIAL: Papier, Locher, Stifte, Schnur, Schere, Leiter

VORBEREITUNG: Ihr informiert euch auf der Seite „Make Chocolate Fair!“, was die Hauptforderungen der Kampagne sind. Formuliert daraus eure Wünsche oder Aktionsaufrufe, z. B.: „Keine Dumpingpreise – für niemand!“, „Kakaofarmer*innen verdienen faire Preise!“, „Wir stehen für faire Schokolade – ohne Kinderarbeit.“ oder „Wir alle wollen fair bezahlt werden!“

DURCHFÜHRUNG: Erstellt kleine Schilder mit den Botschaften und Aktionsaufrufen, die groß genug sind, dass man den Text im Vorbeigehen gut lesen kann. Dekoriert die Texte bei Bedarf und kommuniziert die Kampagnenseite www.makechocolatefair.org auf den Karten mit. Montiert mehrere Botschaften an einem Baum so, dass sie von den Passant*innen gut gelesen und als Wunschbaum wahrgenommen werden können. Um die Botschaften wetterfest zu machen, wählt Karton und wasserfeste Stifte.

TIPP: Alternativ könnt ihr die Botschaften auch am Baumstamm montieren.

Ein Carrotmob ist eine Aktionsform, mit der Aufmerksamkeit für den Klimawandel erzeugt und Mittel für Klimaschutzmaßnahmen erwirtschaftet werden. Und tatsächlich verstärkt der Kakaoanbau den Klimawandel, indem seit Jahren Waldflächen gerodet werden, um sie in Kakaoplantagen umzuwandeln. Dieser Trend konnte bis heute nicht gestoppt werden. Ihr könnt für euren Carrotmob speziell den Zusammenhang zwischen Kakaoanbau und Klimawandel herausarbeiten.

TIPP: Detailliertere Infos finden sich im Leitfaden des Weltladendachverbandes „Carrotmobs – eine Aktionsidee für Weltläden zum Klimaschutz“.



LINK:
Leitfaden Carrotmob



DIE SCHOKOLADEN-TAFEL

FAIRER KUCHENVERKAUF

ZIEL: Über den Genuss von Kuchen kommen Menschen mit dem Thema existenzsichernde Kakaopreise in Berührung. Sie informieren sich und unterstützen die Kampagne „Make Chocolate Fair!“ – sei es durch eine Spende oder durch das Unterzeichnen der Petition.

AUFWAND: mind. 2 Personen, mittel

WIRKUNG: Medientauglichkeit gering

ZEIT: 1 Tag

ORT: Schule, Universität, Sportverein, Unternehmen, Straßenfest, Geburtstagsfeier

MATERIAL: Tisch oder Stand, Schokoladenkuchen, Geschirr und Besteck, Preisschilder, Werbeplakate, Kasse, Infomaterial zu „Make Chocolate Fair!“



VORBEREITUNG: Überlegt euch zuvor, wo genau ihr den Kuchenstand machen möchtet. Wichtig ist, dass ihr gut gesehen werdet. Wenn ihr das geklärt habt, bewerbt den Stand – durch Aushänge, interne Newsletter und Portale oder durch Social Media. Welche drei Hauptbotschaften wollt ihr vermitteln? Überlegt, welche Kuchen ihr backen möchtet und welche Schokolade ihr dafür verwenden wollt.

DURCHFÜHRUNG: Backt ein bis zwei Tage vor der Aktion eure Kuchen. Baut euren Stand auf und ladet Mitschüler*innen, Kommiliton*innen oder Kolleg*innen zu einem Stück Kuchen ein und verwickelt sie in ein Gespräch. Erzählt ihnen von der Kampagne und ermuntert sie, diese zu unterstützen. **Wenn ihr den Kuchen verkauft, könnt ihr mit den Erlösen die Kakaobäuerinnen und -bauern in Westafrika durch eine Spende unterstützen (s. nächste Seite).**

TIPP: Auch hier könnt ihr gut auf die jährliche Petition hinweisen.



MIT SPENDEN AKTIV WERDEN

Immer mehr Kakaofarmer*innen sind in ihrer Existenz bedroht. Sie müssen endlich einen fairen Preis für Kakao erhalten, auch in Krisen. Mit Spenden könnt ihr den Kakaobäuerinnen und -bauern helfen. Leticia und Désiré haben sich in Kooperativen zusammengeschlossen. Sie stellen selbst Kakaoprodukte her, stehen gemeinsam für faire Preise ein und wollen so einen Weg aus der Armut finden. Die INKOTA-Partnerorganisationen in Westafrika helfen dabei.

Was ist deine Botschaft an Verbraucher*innen in Europa?

„Liebe Verbraucher*innen, Ihr seid es, die Schokolade kauft. Aber hinter jeder Schokolade steckt eine Menge Arbeit, die von Kleinbauern geleistet wird. Trotz der harten Arbeit ist es uns nicht möglich, damit das nötige Geld zu verdienen. Wir wünschen uns, dass ihr euch an die Schokoladenhersteller wendet und sie dazu auffordert, sich mit uns an einen Tisch zu setzen. Wir möchten die Unternehmen davon überzeugen, dass sie uns einen Kakaopreis bezahlen, der es uns ermöglicht, weiterhin Kakao für euch zu produzieren.“



Désiré Adon, Kakaobauer und Vorsitzender der ivoirischen Kakaokooperative COOPASA

Wie ist die aktuelle Situation im Kakaoanbau?

„Wegen des Klimawandels haben wir dieses Jahr nicht ausreichend Kakaobohnen und haben viel weniger geerntet als wir erwartet hätten. Wir sind sehr enttäuscht. Wir machen momentan Verluste und können unsere Produktionskosten nicht decken.“



Leticia A. Yankey, Kakaobäuerin aus Ghana und Vorsitzende der Kooperative Cocoa Mmaa

INKOTA-SPENDENKONTO:

Mit eurer Spendensammlung unterstützt ihr Menschen wie Leticia und Désiré in Westafrika. Sie stehen stellvertretend für die Kakaofarmer*innen, die Mitsprache bei der Festlegung der Preise und Prämien für Kakao brauchen. Wir helfen euch gern bei der Durchführung einer Spendenaktion mit Ideen, Infomaterialien und Beratung zu aktuellen Projekten.

IBAN: DE06 3506 0190 1555 0000 10 | **BIC:** GENODED1DKD
Spendenzweck: Westafrika – (Eure Veranstaltung)

FAIRES FEST

SCHOKOFAIRE WEIHNACHTSGRÜSSE

ZIEL: Menschen erfahren durch schokoladige (Vor-)Weihnachtsgrüße, welche Schokoladenunternehmen faire Kakaopreise bezahlen. Sie probieren verschiedene Sorten fairer Schokolade und erhalten Hintergrundinformationen zu den Arbeitsbedingungen im Kakaosektor.

AUFWAND: mind. 1 Person (je mehr, desto besser), niedrig

WIRKUNG: Medientauglichkeit mittel

ZEIT: 1-2 Stunden

ORT: zu Hause und überall

MATERIAL: je eine Tafel faire Schokolade und einen INKOTA-Flyer „Faires Fest“

VORBEREITUNG: Bestellt bei INKOTA die Flyer „Faires Fest“. Nehmt bei Bedarf auch das Infoblatt 3 „Schokolade mit Siegel“ hinzu. Kauft faire Schokoriegel oder faire Tafeln Schokolade, z. B. von GEPA, Tony's Chocolonely oder fairafric.

DURCHFÜHRUNG: Schneidet die Weihnachts- oder Schneemänner des Flyers aus. Legt ihn auf die faire Schokolade und befestigt sie mit dem Gürtel oder dem Schal. Verteilt oder schickt die schokofairen Advents-, Nikolaus- oder Weihnachtsgrüße an eure Familie, Freund*innen, Nachbar*innen oder Kolleg*innen. Legt ein paar Faires-Fest-Flyer zum Weitermachen dazu. Und schickt uns ein paar Fotos eurer Aktion, die wir über Social Media veröffentlichen dürfen.



Make
Chocolate
Fair

ERFOLGREICHE AKTION IN 12 SCHRITTEN



1. Die Gründung einer Planungsgruppe

Ihr habt Mitstreiter*innen gefunden und plant eine Aktion? **Bestimmt auf jeden Fall eine Aktionsleitung, verteilt die Aufgaben genau und klärt die Zuständigkeiten der Beteiligten wie z. B. Presse, Unterschriftensammlung oder Material.** Erstellt dann einen Zeitplan und fangt rechtzeitig an. Wichtig: haltet alle Ergebnisse eurer Planungstreffen fest.



2. Einen Themenschwerpunkt finden

Klar, es geht um existenzsichernde Preise für Kakaofarmer*innen, denn die Armut der Bauern ist die Hauptursache von vielen Menschenrechtsverletzungen und von Umweltzerstörung. Dennoch solltet ihr euch auf ein genaues Aktionsthema einigen: **Wollt ihr generell die Botschaft von „Make Chocolate Fair!“ verbreiten? Oder geht es darum, ein spezifisches Problem im Kakaoanbau wie Kinderarbeit oder den Pestizideinsatz hervorzuheben?** Hintergrundinformationen finden sich auf der Kampagnenseite. Dort findet ihr auch die Reihe der Infoblätter, durch die ihr Themen vertiefen könnt. Diese könnt ihr über den Webshop bestellen.



3. Die inhaltliche Vorbereitung

Bereitet euch inhaltlich gut auf die Aktion vor. **Was ist euer Anliegen? Und was sind eure stärksten Argumente?** Habt ihr euch mit möglichen Gegenargumenten befasst? Egal wie stark der Gegenwind ist: bleibt auch in Konflikten freundlich und versucht sachlich zu diskutieren.



4. Die Zielgruppe genauer definieren

An wen soll sich die Aktion richten? Definiert eure Zielgruppe und überlegt euch, wie ihr sie gut erreichen könnt. Welche Informationen sind für eure Zielgruppe relevant? Und wie könnt ihr sie am besten vermitteln? Passant*innen in der Fußgängerzone würdet ihr anders ansprechen als Studierende. In Präsenz geht ihr anders vor als digital. Egal an wen ihr euch wenden möchtet, versucht die Aktion möglichst interaktiv zu gestalten.



5. Mit einem Drehbuch den Ablauf planen

Bei der Durchführung von Aktionen empfehlen wir eine Art „Drehbuch“, das den Ablauf festhält. **Gliedert eure Aktion in Einzelschritte. Folgende Angaben gehören dazu: chronologischer Ablauf mit Zeitangaben, verantwortliche Personen mit Handynummern.** Plant Ersatzpersonen mit ein. Wenn ihr die Aktion in Kooperation mit Dritten durchführt, lasst ihnen auch den Ablauf zukommen. Und: wer hat an dem Tag den Hut auf?



6. Den Ort unter die Lupe nehmen

Der Ort beeinflusst eure Aktion wesentlich. Schaut ihn euch daher vorher genau an. **Werdet ihr von Passant*innen gut genug wahrgenommen? Habt ihr die Möglichkeit, ins Gespräch zu kommen?** Eignet sich der Ort für ein Pressefoto? Und: gibt es eine Regenvariante?



7. Den passenden Zeitpunkt festlegen

Die Wahl des richtigen Zeitpunktes ist nicht zu unterschätzen! Da ihr mit eurer Aktion möglichst viele Menschen ansprechen wollt, solltet ihr darauf achten, dass keine größeren Veranstaltungen zur selben Zeit am selben Ort stattfinden. Sucht euch eventuell einen Jahrestag für eure Aktion, z. B. den Tag der Schokolade oder den Tag der Menschenrechte. **Jahrestage sind für die Presse gute Anlässe, um über eine passende Aktion zu berichten. Oder ihr wählt eine Zeit, in der der Schokoladenkonsum sehr hoch ist, wie Ostern oder Weihnachten.**



8. Das Material vorbereiten

Je origineller eure Materialien sind, desto besser ist die Wirkung. **Riesentransparente, Kostüme oder Großpuppen ziehen die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich. Es gilt die Faustregel: je mehr Sinne angesprochen werden, desto besser.** Damit möglichst viele Menschen von eurer Aktion erfahren, werbt sie gut.



9. In einer Generalprobe den Ablauf durchspielen

Eine Generalprobe ist immer empfehlenswert. Bei einer guten Aktion muss das Timing stimmen, denn die verschiedenen Akteur*innen müssen präzise zusammenarbeiten.



10. Die Presse informieren und Social Media nutzen

Pressearbeit ist ein gutes Mittel, um eure Gruppe und eure Aktion bei möglichst vielen Menschen bekannt zu machen. **Ver-schickt eure Pressemitteilung an lokale Medien und ladet Journalist*innen zu eurer Aktion ein. Stellt eure Aktion auf eure Website und teilt sie über Social Media.** Achtet darauf, dass ihr rechtfreie Bilder und Grafiken nutzt. Taggt uns und andere, damit ihr möglichst viel Reichweite erzielt.



11. Die Nachbereitung nicht vergessen

Ladet eure Fotos auf Social Media hoch und taggt **INKOTA**. Ladet dazu ein, die Petition zu unterschreiben. **Wir empfehlen euch auch, die Aktion zeitnah auszuwerten.** Was war gut? Was könnt ihr beim nächsten Mal besser oder anders machen? Haben sich Kontakte ergeben, die ihr bei der nächsten Aktion gut nutzen könnt?



12. Den rechtlichen Rahmen beachten

Wenn ihr eine Aktion auf einem öffentlichen Platz durchführen möchtet, beachtet, dass nach dem Versammlungsgesetz jede Versammlung unter freiem Himmel mit drei oder mehr Menschen 48 Stunden im Vorfeld schriftlich beim Ordnungsamt oder bei der Polizei angemeldet werden muss.

Die verantwortliche Person ist dann tatsächlich für alles zuständig, was auf der Versammlung passiert. Sie ist Ansprechpartner*in für die Polizei und sollte deswegen auch ständig anwesend sein. Denkt daran, eure Genehmigung griffbereit zu haben, da diese kontrolliert werden kann.

Wenn ihr beabsichtigt, Infotische aufzustellen, beachtet, dass diese genehmigt werden müssen. Eine Sondernutzungserlaubnis kann in der Regel beim Ordnungsamt beantragt werden. Erkundigt euch einfach in eurem Rathaus, an wen ihr euch wenden solltet. Wer den Stand anmeldet, muss auch dortbleiben. Meldet ihn daher lieber als Gruppe an. Wenn ihr bei einem Straßenfest oder einer größeren Veranstaltung dabei sein möchtet, wendet euch an den Veranstalter.



FÜR ALLE AKTIONEN GILT: Informiert uns gern über eure Aktionen und lasst uns Fotos und Videos zukommen.

Gern berichten wir davon auf unserer Webseite und über Social Media. Wir freuen uns auch über neue Aktionsideen, die ihr ausprobiert habt. Die besten nehmen wir in die nächste Auflage des Aktionshandbuchs auf.



IN DER ANMELDUNG DER AKTION MÜSSEN FOLGENDE INFORMATIONEN ENTHALTEN SEIN:

- Beginn, Dauer, Ort der Versammlung
- das Thema der Versammlung
- Veranstalter/Organisatoren
- erwartete Teilnehmer*innenzahl
- geplante einsetzbare Mittel (Fahrzeuge, Megafon, Musik, Transparente u.a.)
- verantwortliche Person

IHR BRAUCHT INFOBLÄTTER, FLYER ODER UNTERSTÜTZUNG? DANN MELDET EUCH UNTER MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE

Bei Flugblättern oder Plakaten, die ihr selbst entwickelt habt, muss irgendwo am Rand eine „Verantwortliche*r im Sinne des Pressegesetzes“ (V.i.S.d.P.) stehen, das ist eure Organisation oder die Aktionsleiter*in mit Namen und Adresse. Flugblätter dürfen ohne Genehmigung verteilt werden. Möchtet ihr die Flugblätter in einem Geschäft verteilen, müsstet ihr dort um Erlaubnis bitten.

Falls euch die Gesetzeslage unklar ist, fragt bei den Behörden oder bei INKOTA nach.

CHECKLISTE

Vor der Aktion

- Seid ihr die Aktion gründlich durchgegangen und konntet alle **offenen Fragen klären**?
- Habt ihr das benötigte **Material** besorgt?
- Fühlt ihr euch **inhaltlich** gut vorbereitet?
- Habt ihr, wenn nötig und möglich, einen **Probedurchlauf** machen können?
- Konntet ihr ausreichend **Unterstützer*innen** gewinnen?
- Sind alle Unterstützer*innen auf dem **aktuellsten Stand** der Information?
- Haben alle Zuständigen ein **Drehbuch** erhalten?
- Seid ihr darauf vorbereitet, was ihr macht, wenn es **Gegenwind** gibt?
- Habt ihr eure **Veranstaltung angemeldet** (falls nötig)? Und habt ihr die Genehmigung vor Ort dabei?
- Habt ihr **rechtefreie Bilder** genutzt?
- Habt ihr euch eine **Schlechtwetter-Variante** überlegt?
- Gibt es ausreichend **Ersatzmaterial**?
- Stehen euch genügend Helfer*innen für den **Auf- und Abbau** zur Verfügung?
- Gibt es eine **Aktionsleiter*in**?
- Ist der **Aktionsort** gut genug gekennzeichnet?
- Habt ihr die **Presse informiert**?
- Und habt ihr eure **Einladung verschickt**?
- Gibt es eine Person, die **Fotos oder Videoaufnahmen** macht?
- Habt ihr eine Person, die sich um das **Wohl der Gruppe** kümmert?

Nach der Aktion

- Habt ihr **über die Aktion** in euren eigenen Newslettern, über Instagram oder Publikationen **berichtet**?
- Konntet ihr eine Auswahl an (rechtefreien) **Fotos an INKOTA schicken**, damit wir über eure Aktionen berichten?
- Habt ihr eine **Dankesmail** an eure Helfer*innen geschickt oder euch mit einem kleinen Geschenk bedankt?



WEITERE INFOS UND QUELLEN

Quellen

- 1: **Preisgestaltung in der Wertschöpfungskette Kakao – Ursachen und Auswirkungen**, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) und Institut für Ökonomie und Ökumene (Südwind), 2018
- 2: **Analysis of the income gap of cocoa producing households in Ghana**, Royal Tropical Institute (KIT), 2018
- 3: **NORC-Studie der University of Chicago**, 2020
- 4: **Living Income Community of Practice**, 2018

Weiterführende Informationen zum Kakaoanbau und -handel:



WEBSITE:
Make Chocolate Fair!
www.makechocolatefair.org



WEBSHOP:
INKOTA Webshop
www.webshop.inkota.de

Folgende und weitere Materialien, darunter auch der Kampagnenflyer und die Petitionslisten, können im Webshop von INKOTA bestellt werden:

Infoblatt 1: Die bittere Wahrheit über Schokolade

Infoblatt 3: Schokolade mit Siegel

Infoblatt 5: Kinderarbeit im Kakaoanbau

Infoblatt 7: Pestizide im Kakaoanbau

Cocoa Barometer, Fountain, Antonie C. und Hütz-Adams, Friedel, 2022

Andere informieren!

Ihr möchtet eure Aktion mit Workshops, Ausstellungen oder Filmevents begleiten? Da können wir euch weiterhelfen:

WIR VERLEIHEN AUSSTELLUNGEN

Roll-Up-Ausstellung „Make Chocolate Fair!“ und die Wanderausstellung „Süß & Bitter“



WIR EMPFEHLEN FOLGENDE FILME UND ERKLÄRVIDEOS

Wie wird Schokolade fair? Wir haben die Kakaobauern gefragt!, INKOTA, 4 min, 2018

The Chocolate War, Regie: Miki Mistrati, 58 min, 2022

Was ist ein fairer Kakaopreis?, INKOTA, 5 min, 2022

Die Wahrheit hinter dem Schokohasen – Kinderarbeit in der Kakaoindustrie?, Regie: Michael Höft, 44 min, 2024

WIR BIETEN WORKSHOPS AN UND KOMMEN ALS REFERENT*INNEN BEI EUCH VORBEI

Egal ob ihr euch im Alltag für faire Schokolade engagieren wollt, selbst eine Aktion organisieren oder eine Veranstaltung planen möchtet – wir unterstützen euch!

IHR BRAUCHT UNTERSTÜTZUNG? IHR ERREICHT UNS PER MAIL UNTER: MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE

**WERDET FÖRDERMITGLIED IM
INKOTA-NETZWERK E.V.
UND STÄRKT UNSEREN EINSATZ FÜR
EXISTENZSICHERNDE PREISE IM KAKAOANBAU!
FÜR EINE WELT OHNE HUNGER UND ARMUT.**

Hunger besiegen, Armut bekämpfen, Globalisierung gerecht gestalten:

Mit diesen Zielen engagieren sich bei INKOTA Menschen für eine gerechte Welt – seit mehr als 50 Jahren. Als Mitglied, Fördermitglied oder in einer Aktionsgruppe kannst du Teil der Bewegung werden.

**INKOTA ist als gemeinnützige Organisation anerkannt
und mit dem DZI-Spendensiegel ausgezeichnet.**

Spendenkonto: IBAN DE06 3506 0190 1555 0000 10



NEWSLETTER:

Folgt und abonniert INKOTA
www.inkota.de/inkota-newsletter



INKOTA 