

LEITLINIE FÜR

Kakaoerzeugnisse



I. VERSTÄNDNIS UND GELTUNGSBEREICH

Die REWE Group bietet innerhalb ihrer Vertriebslinien REWE und PENNY in Deutschland eine große Auswahl an Eigenmarkenprodukten an, die jeweils unterschiedlich hohe Kakaoanteile enthalten¹. Zum Sortiment zählen neben Süßwaren wie Schokoladentafeln und Schokoriegeln auch Kakao-Getränke, Nuss-Nougat-Brotaufstriche oder Gebäck.

Als international führendes Handels- und Touristikunternehmen weiß die REWE Group um ihre besondere Rolle als Mittler zwischen Herstellern, Dienstleistern und Konsumenten². Die Herstellung der Eigenmarkenprodukte der REWE Group hat Auswirkungen auf Mensch (sozial), Tier und Umwelt (ökologisch). Die Kunden der REWE Group setzen voraus und sollen darauf vertrauen können, dass sich die REWE Group als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich der Auswirkungen annimmt. In ihrer „Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften“ bekennt sich die REWE Group zu ihrer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Die darin beschriebene Wertebasis ist Grundlage des verantwortlichen Handelns des Unternehmens (REWE Group 2011).

Die REWE Group setzt sich für einen nachhaltigeren Kakaoanbau ein und verfolgt das Ziel, die sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedingungen in den Anbauländern zu verbessern. Dafür setzt das Unternehmen auf den Einkauf von nachhaltigeren Kakaoerzeugnissen, um Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung des Kakaoanbaus nehmen zu können. In der vorliegenden Leitlinie sind diese Anforderungen definiert.

Der Geltungsbereich dieser Leitlinie umfasst alle Eigenmarken der REWE Group, die wesentliche Kakaobestandteile beinhalten, welche bei REWE und PENNY in Deutschland vertrieben werden. Auf Basis des hier beschriebenen und systematischen Nachhaltigkeitsengagements kann das PRO PLANET-Label³ für die entsprechenden Produkte vergeben werden.

Mit dieser Leitlinie möchte die REWE Group ihre Mitarbeiter und Partner in der Lieferkette für die Bedeutung eines nachhaltigeren Kakaoanbaus sensibilisieren sowie Maßnahmen und Ziele aufzeigen. Die vorliegende Leitlinie definiert einen verbindlichen Handlungsrahmen für die REWE Group und ihre Geschäftsbeziehungen mit Vertragspartnern. Festgelegte Anforderungen und Ziele werden konsequent überprüft, bei Bedarf werden neue Maßnahmen und Ziele vereinbart. Darüber hinaus wird die Leitlinie auf Basis aktueller Trends und Entwicklungen aktualisiert.

¹Im Folgenden wird der Begriff Kakao synonym für die Erzeugnisse Kakaomasse, Kakaobutter und Kakaopulver verwendet.

²Allein aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für alle Geschlechter.

³Das PRO PLANET-Label wurde von der REWE Group als eine Orientierungshilfe für den Verbraucher entwickelt, um nachhaltigeren Konsum in der Breite zu fördern.

II. PROBLEMSTELLUNGEN IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE VON KAKAOERZEUGNISSEN

Von Tafelschokolade über Schokogetränke bis hin zu Schokokekse: Zahlreiche Lebensmittel enthalten Kakaoerzeugnisse wie Kakaomasse, Kakaobutter oder Kakaopulver. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladenwaren liegt in Deutschland bei rund neun Kilogramm pro Jahr (BDSI 2018). Außerdem verarbeitet Deutschland jährlich rund 400.000 Tonnen Kakaobohnen (International Cocoa Organization 2018) und ist weltweit größter Exporteur von Schokoladenwaren (BMZ 2018).

Der Kakaobaum findet rund um den Äquator optimale klimatische Bedingungen vor, weshalb dort die Hauptanbauregionen liegen: Mit 76 Prozent findet die landwirtschaftliche Produktion von Kakao überwiegend auf dem afrikanischen Kontinent statt. Weltweit größter Produzent ist die Elfenbeinküste, gefolgt von Ghana (BMZ 2018). Weitere Regionen sind Mittel- und Südamerika, die Karibik sowie einige Gegenden in Asien. Rund 5,5 Millionen Menschen arbeiten direkt im Kakaoanbau, während insgesamt 40 Millionen Menschen weltweit in den Lieferketten beschäftigt sind (BMZ 2018). Für viele Entwicklungsländer ist der Rohstoff Kakao somit ein wichtiges Exportprodukt.

Der Anbau von Kakao erfolgt zu rund 90 Prozent in kleinbäuerlichen Betrieben mit Anbauflächen von meist ein bis drei Hektar (BMEL 2018). Nach der Ernte werden die Kakaofrüchte geöffnet und die Bohnen fermentiert, getrocknet und in Säcke verpackt. Anschließend werden die Kakaobohnen per Seefracht zu den (Schokoladen-)Verarbeitern transportiert. Nach der Weiterverarbeitung der Bohnen, die die Reinigung, die Röstung und das Vermahlen umfasst, kann die Kakaomasse für die Herstellung von Schokoladen- oder Kakaoerzeugnissen verwendet werden.

Im Kakaosektor herrschen zahlreiche Probleme vor: Vor allem die wirtschaftlich instabile Situation und die damit einhergehenden sozialen Rahmenbedingungen für viele Kleinbauern, der Klimawandel sowie die Entwaldung und Biodiversitätsverluste beschreiben grundlegende Herausforderungen. Die wichtigsten Problemstellungen werden im Folgenden auszugsweise aufgezeigt:

Kakaoanbauggebiete weltweit

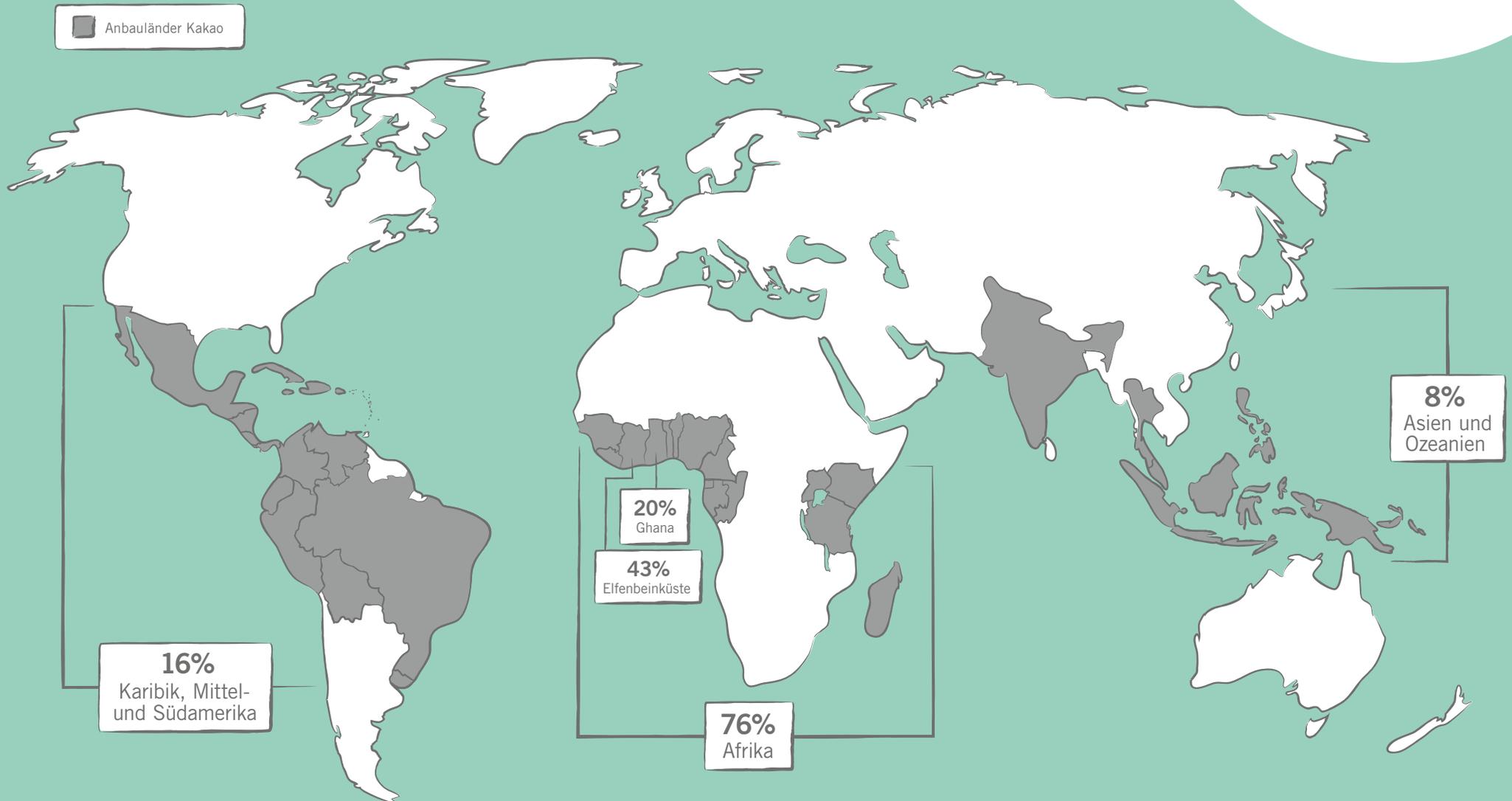


Abbildung 1: Kakaoanbauggebiete weltweit

Der Verarbeitungsprozess von Kakao

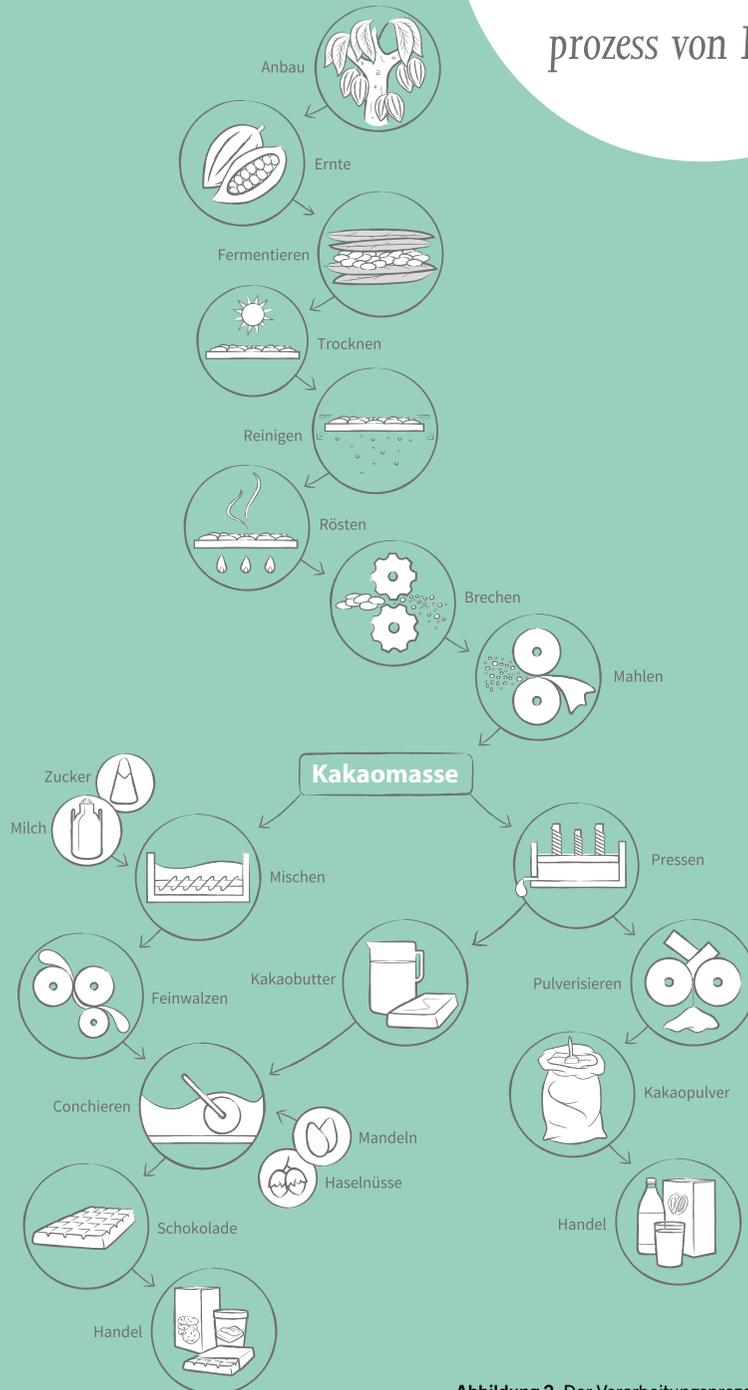


Abbildung 2: Der Verarbeitungsprozess von Kakao

Die Lieferketten von Rohkakao sind komplex und diversifiziert – sowohl im Anbau als auch in der industriellen Weiterverarbeitung. Die Schaffung von Transparenz und Rückverfolgbarkeit stellt somit eine große Herausforderung dar. Und doch sind genau diese Elemente zentral für die Sicherung von Menschenrechten und eine nachhaltige Entwicklung.

2.1 Mensch

Armut der Kakaobauern

Armut ist die Wurzel vieler Probleme, denen sich die Bauern im Kakao-sektor gegenübersehen. Schwankungen des Weltmarktpreises haben vielerorts unmittelbaren Einfluss auf die wirtschaftliche Situation der Kleinbauern. Das durchschnittliche Einkommen der Kakaofarmer und ihrer Familien liegt in Anbetracht des aktuellen Kakaopreises weit unter dem Existenzminimum (Fountain & Hütz-Adams 2018: 3ff.). Es reicht demnach oft nicht aus, um einen angemessenen Lebensstandard sicherzustellen (Fountain & Hütz-Adams 2018: 3 ff.). Ein Großteil der weltweit geschätzt fünf Millionen Bauern ist zudem nicht organisiert – mit der Folge, dass ihre Situation in der Wertschöpfungskette massiv geschwächt wird (GIZ 2018: 4). Ihre wirtschaftliche Situation erlaubt den Kakaobauern in der Regel nicht, ausreichend in Neupflanzen oder Pflanzenschutzmittel zu investieren und ihre Situation aus eigener Kraft zu verbessern. Auch notwendige Landarbeiter können sie häufig nicht bezahlen (Forum Nachhaltiger Kakao o. J.). Die Veränderungen durch

In der Elfenbeinküste beträgt das durchschnittliche Haushaltseinkommen nur

37%

eines existenzsichernden Einkommens⁴ (Rusman, de Adelhart Toorop, de Boer & de Groot Ruiz 2018: 12).

⁴Ein existenzsicherndes Einkommen umfasst zum Beispiel Kosten für eine ausgewogene Ernährung, Unterkunft, Bildung, Gesundheit, Kleidung sowie Rücklagen für unvorhergesehene Ereignisse (Fairtrade/TransFair e. V. 2017).

den Klimawandel erhöhen die Unsicherheit für die Kakaobauern und gefährden ihre Lebensgrundlage zusätzlich (World Food Programme 2018).

Kinder- und Zwangsarbeit

Aufgrund der strukturellen Armut und des Mangels an Schulen ist Kinderarbeit auf Kakaoplantagen weit verbreitet. Um Kosten so niedrig wie möglich zu halten, müssen insbesondere in familienbasierten Kleinbetrieben Kinder während der Erntezeit mithelfen (Fountain & Hütz-Adams 2018: 18 ff.). Die wirtschaftlichen Bedingungen führen auf vielen Kakaofarmen sogar zur Ausbeutung von Arbeitskräften bis hin zur Zwangsarbeit. Hinzu kommt, dass Opfer von Menschenrechtsverletzungen in Wertschöpfungsketten oft keinen oder nur unzureichenden Zugang zu Beschwerdeverfahren und Entschädigungen haben (Fountain & Hütz-Adams 2018: 64 ff.).

Mangelndes fachliches Know-how

Häufig fehlen den Kakaobauern Kenntnisse hinsichtlich guter Agrarpraktiken, was z. B. zu gesundheitsgefährdenden Arbeitsbedingungen bei dem Einsatz von Agrochemikalien führen kann (Forum Nachhaltiger Kakao 2018). Staatliche Beratungsprogramme für die Landwirtschaft sind nur unzureichend oder gar nicht vorhanden.

2.2 Umwelt

Einsatz von Agrochemikalien

Durch den Intensivanbau in Monokulturen können sich Schädlinge schneller verbreiten, sodass mehr Pflanzenschutzmittel zum Einsatz kommen. Negative Auswirkungen einer unsachgemäßen Anwendung der Pestizide sind die Kontamination von Ökosystemen und Schädlingsbefall sowie die Entstehung von Krankheiten (Fountain & Hütz-Adams 2018: 54 f.).

Entwaldung

Der extensive und monokulturelle Kakaoanbau führt dazu, dass immer wieder neue Flächen erschlossen werden müssen. Dafür werden intakte Waldflächen in landwirtschaftliche Nutzflächen umgewandelt (BMZ 2018). Als Folge nimmt die Biodiversität in vielen Anbaugebieten ab – Tiere und Pflanzen verlieren ihren Lebensraum. Ein weiterer Grund für die Entwaldung ist der Klimawandel, da bestehende Gebiete für den Kakaoanbau zunehmend ungeeignet sind und neue Flächen in anderen Regionen benötigt werden (Fountain & Hütz-Adams 2018: 20).

III. MANAGEMENTANSATZ DER REWE GROUP

Mit einem klaren strategischen Bekenntnis und entsprechenden Maßnahmen will die REWE Group aktiv zur Verringerung und Beseitigung sozialer und ökologischer Auswirkungen von Kakaoerzeugnissen beitragen.

Nachhaltigkeit ist bei der REWE Group fest in der Unternehmensstrategie verankert. Für die REWE Group bedeutet dies: Sie fördert nachhaltigere Sortimente und achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten, sie handelt umwelt- und klimabewusst, übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter und setzt sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft ein.

Innerhalb der Nachhaltigkeitsstrategie bündelt die Säule „Grüne Produkte“ alle Aktivitäten, die auf die nachhaltigere Gestaltung der Einkaufs- und Produktionsprozesse und damit den Ausbau nachhaltigerer Sortimente abzielen. Die Kunden der REWE Group setzen voraus und sollen darauf



vertrauen können, dass sich die REWE Group als Handelsunternehmen der Verantwortung in den Lieferketten ihrer Eigenmarken bewusst ist und sich der Auswirkungen annimmt. Im Rahmen aller Aktivitäten in der Säule „Grüne Produkte“ möchte die REWE Group diese Erwartungen erfüllen und hat eine Strategie entwickelt, mit der die Auswirkungen identifiziert, bewertet und effektive Gegenmaßnahmen ergriffen werden. Die Strategie wird durch einen umfangreichen Managementansatz umgesetzt, welcher die Prinzipien und Instrumente zur Umsetzung der Maßnahmen definiert. Alle Ebenen des Managementansatzes orientieren sich inhaltlich an den drei definierten Handlungsfeldern:

- Mensch
- Tier
- Umwelt

Für den Rohstoff Kakao sind die Handlungsfelder Mensch und Umwelt von Bedeutung. Diese werden auf drei Ebenen bearbeitet, die den Managementansatz bilden:

Internes Management

Ziel ist es, nachhaltige Beschaffung weiter in die Einkaufsprozesse der REWE Group zu integrieren, um Nachhaltigkeitsaspekte bei jeder Einkaufsentscheidung zu berücksichtigen. Dabei legt das Unternehmen durch strategische und organisatorische Projekte die Basis für konkrete Aktivitäten. Die REWE Group trägt beispielsweise durch die Bereitstellung von Risikoanalysen und Briefings, die Abstimmung von verbindlichen Zielen mit den Einkaufsbereichen sowie Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen zur internen Sensibilisierung bei. Interne Reportings ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung innerhalb der einzelnen Nachhaltigkeitsthemen. Die externe Kommunikation schafft Transparenz gegenüber Stakeholdern.

Lieferkettenmanagement

Risiken in der Lieferkette werden den Handlungsfeldern Mensch, Tier und Umwelt zugeordnet. Die Nachhaltigkeitsrisiken, die bezüglich dieser Handlungsfelder in der Lieferkette auftreten, geht die REWE Group gezielt durch systematisches Lieferkettenmanagement an, welches von enger Zusammenarbeit mit Lieferanten sowie dem Engagement auf Ebene der Produktionsstätten und der Rohstoffherzeugung geprägt ist. Durch das Lieferkettenmanagement erhöht die REWE Group zunächst, wo noch nicht vorhanden, die Transparenz entlang der Lieferkette für die



Eigenmarkenprodukte. So können Risiken identifiziert und dann besser vermieden oder zumindest verringert werden.

Darüber hinaus wird die Integration von Nachhaltigkeit als Teil der Lieferantenbewertung gefördert. Durch Sensibilisierung und Verpflichtungen der Vertragspartner werden konkrete Regeln geschaffen, um Nachhaltigkeit über die gesamte Lieferkette umzusetzen. Soweit dies in den Anforderungen vermerkt ist, sind diese auch fester Bestandteil der Lieferantenverträge und werden von der Nachhaltigkeitsabteilung der REWE Group im Einkaufsprozess überprüft.

Audits und Standards sollen Nachhaltigkeit in der Breite verbessern. Werden die Anforderungen nicht erfüllt, wird das weitere Vorgehen auf Basis einer Empfehlung durch die Nachhaltigkeitsabteilung diskutiert und entschieden. Im Falle vorsätzlicher grober Missachtung der Anforderungen behält sich die REWE Group Sanktionen vor. Grundsätzlich setzt die REWE Group aber auf individuelle Maßnahmen und Nachhaltigkeitsprojekte zur Lieferantenentwicklung. Beispielsweise zielen Trainingsprogramme darauf ab, Auswirkungen entlang der Lieferkette gezielt zu reduzieren. Bei Auditierungen und vornehmlich auch bei Trainings wird auf bestehende Systeme gesetzt, um die eigenen Kräfte mit weiteren Partnern zu bündeln und gemeinsam Verbesserungen zu bewirken.

Stakeholder Management

Die Herausforderungen im Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken in der Produktion der Eigenmarkenprodukte liegen oft in den globalen Handelsstrukturen und sind beeinflusst durch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen. Ein wichtiger Ansatzpunkt zur Identifizierung der relevanten Themen und zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie ist daher ein gutes Stakeholder Management. Dazu steht die REWE Group mit Stakeholdern wie dem Fachbeirat Nachhaltigkeit in kontinuierlichem Austausch. Zudem lädt die REWE Group regelmäßig zu Dialogveranstaltungen ein. Auch die Konsumentenaufklärung spielt im Stakeholder Management eine wichtige Rolle. Nur wenn die Bedeutung nachhaltiger Produkte vom Konsumenten verstanden wird, können sich diese langfristig am Markt halten. Daher informiert die REWE Group ihre Kunden besonders mit Blick auf die Schokoladen-Eigenmarkenprodukte über deren Herkunft und Besonderheiten.

Wichtige Elemente sind auch die Teilnahme an externen Veranstaltungen, Multi-Stakeholder-Initiativen, Partnerschaften, das Engagement für die Weiterentwicklung von Nachhaltigkeitsstandards sowie die Verfolgung von relevanten Entwicklungen auf politischer und regulativer Ebene. Für einen nachhaltigeren Kakaoanbau engagiert sich die REWE Group z. B. in der Multi-Stakeholder-Initiative Forum Nachhaltiger Kakao und arbeitet mit verschiedenen Standards und Zertifizierungsprogrammen zusammen. Wichtige Standardgeber sind unter anderem Fairtrade und Rainforest Alliance/UTZ⁵. Diese Programme zielen auf eine Verbesserung sozialer und ökologischer Standards im Kakaoanbau sowie die Schaffung transparenterer Lieferketten ab.

Fairtrade: Das Fairtrade-Siegel steht für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der Bauern und Beschäftigten in der landwirtschaftlichen Produktion in Afrika, Asien und Lateinamerika. Die Einhaltung der international gültigen Standards wird durch unabhängige Instanzen kontrolliert. Festgesetzte Mindestpreise und Prämien für Gemeinschaftsprojekte sollen den Bauern und Beschäftigten eine höhere Planungssicherheit bieten sowie faire Handelsbedingungen schaffen. Kinderarbeit und Zwangsarbeit sind verboten. Umfangreiche Umweltkriterien umfassen Anbau Richtlinien, Abfall- und Wassermanagement sowie Maßnahmen zum Klima- und Biodiversitätsschutz. Entwaldung und die Verwendung von gentechnisch veränderten Pflanzen

sind verboten. Fairtrade hat eine umfassende Verbotsliste für Pestizide im konventionellen Bereich und fördert darüber hinaus den Bio-Anbau. Die Fairtrade-Produzentennetzwerke beraten und schulen Produzenten vor Ort und setzen Projekte um.

Bei den Fairtrade-Programmen steht der faire Rohstoffeinkauf im Fokus. So bringt das **Fairtrade-Kakaoprogramm** Kleinbauern mit Unternehmen zusammen, die zertifizierte Kakao-Rohware einkaufen. Umfangreiche und oft langfristige Abnahmeverpflichtungen stärken die wirtschaftliche Situation von Kleinbauern und ihren Familien.

Rainforest Alliance/UTZ: Die Organisation arbeitet an der Schnittstelle zwischen Unternehmen, Land- und Forstwirtschaft, um sozialen und ökologischen Herausforderungen zu begegnen. Die Macht der Märkte wird genutzt, um Lieferketten nachhaltiger zu gestalten. Produzenten können beim Verkauf zertifizierter Produkte einen höheren Preis erzielen.

Der Fokus der Rainforest Alliance liegt auf ökologischen und sozialen Kriterien. Dabei stehen die Erhaltung von Biodiversität sowie die Sicherung einer nachhaltigen Existenzgrundlage durch die Veränderung von Landnutzungsmethoden und Geschäftspraktiken im Mittelpunkt. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln sowie werteorientiertes Verbraucherverhalten sind weitere thematische Schwerpunkte.

EU-Bio-Logo: Das Siegel kennzeichnet Produkte, die aus dem ökologischen Landbau stammen und nach den Richtlinien der EU-Ökoverordnung hergestellt wurden. Die ökologische Landwirtschaft verzichtet unter anderem auf chemisch-synthetische Pflanzenschutz- und Düngemittel, um die Erhaltung der Biodiversität zu fördern und das Klima zu schützen. Die Vorschriften

⁵Im Januar 2018 schlossen sich die Standardorganisationen UTZ und Rainforest Alliance zusammen und operieren seitdem unter dem gemeinsamen Namen Rainforest Alliance. Der neue gemeinsame Standard wird ab Anfang 2020 zur Verfügung stehen; bis Ende 2019 können sowohl Siegel von UTZ als auch von Rainforest Alliance genutzt werden.



beziehen sich sowohl auf den Anbau und die Verarbeitung als auch auf den Handel und werden durch regelmäßige Kontrollen überprüft.

Naturland: Der ökologische Anbauverband Naturland definiert für seine Mitglieder strenge Richtlinien für den Anbau von Bio-Lebensmitteln. Im Zentrum dieser Richtlinien stehen ein ganzheitlicher Ansatz, nachhaltiges Wirtschaften, praktizierter Natur- und Klimaschutz, die Sicherung und der Erhalt von Boden, Luft und Wasser sowie der Schutz des Verbrauchers. Naturland deckt mit seinen Richtlinien auch Bereiche ab, die durch das EU-Bio-Logo nicht geregelt sind – bspw. fließenden Anforderungen an Menschenrechte und Arbeitsverhältnisse wie die freie Arbeitsplatzwahl, Versammlungsfreiheit und Zugang zu Gewerkschaften, Gleichstellung, Kinderrechte sowie Gesundheit und Sicherheit ebenfalls in die Zertifizierung ein. Der Verband ist international aktiv und fördert den ökologischen Landbau weltweit.

PRO PLANET-Label: Mit dem PRO PLANET-Label hat die REWE Group eine verlässliche Orientierungshilfe für Verbraucher entwickelt. Das Label findet neben Kakao bei weiteren Produkten Anwendung und benennt konkret, welchen sozialen oder ökologischen Mehrwert das jeweilige Produkt bietet. Im Rahmen ihres Nachhaltigkeitsengagements setzt sich die REWE Group durch die Vergabe des PRO PLANET-Labels dafür ein, Probleme in der Wertschöpfungskette zu analysieren und systematisch zu lösen. Ein klar geregelter Vergabeprozess, der durch einen unabhängigen Fachbeirat Nachhaltigkeit begleitet wird, stellt sicher, dass das PRO PLANET-Label für wirksame Verbesserungen steht. So ermöglicht das PRO PLANET-Label eine Kaufentscheidung basierend auf umfassenden Informationen und trägt dazu bei, nachhaltigeren Konsum in der Breite zu fördern.

Forum Nachhaltiger Kakao: Als Gründungsmitglied engagiert sich die REWE Group im Rahmen des Forums für einen nachhaltigeren Kakaoanbau. So verfolgt sie gemeinsam mit den anderen Mitgliedern das Ziel, die Lebensumstände der Kakaobauern zu verbessern und nachhaltig erzeugten Kakao zu fördern. Das Projekt PRO-PLANTEURS konzentriert sich konkret auf eine Verbesserung der Bedingungen in kleinbäuerlichen Familienbetrieben und ihren Kooperativen in den südöstlichen Regionen der Elfenbeinküste. Im Rahmen des Projekts können rund 20.000 Bauern erreicht werden.

IV. ANFORDERUNGEN UND MASSNAHMEN

In der Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften hat die REWE Group die grundlegenden Werte festgeschrieben, die für alle Geschäftsbeziehungen mit den Vertragspartnern der REWE Group gelten. Dies umfasst die Achtung der Menschenrechte und die Einhaltung von Arbeits- und Sozialstandards ebenso wie Tierwohl und Umweltschutz. Mit den nachfolgend beschriebenen Anforderungen konkretisiert die REWE Group die in der Leitlinie dargelegten Grundprinzipien für die Lieferanten von Kakaoerzeugnissen der Eigenmarken.

4.1 Mensch

Die REWE Group setzt sich dafür ein, dass kakaohaltige Erzeugnisse in ihren Sortimenten unter Achtung der Menschenrechte und Einhaltung von anerkannten Sozial- und Arbeitsstandards hergestellt werden.

Alle Geschäftspartner in den Eigenmarken-Lieferketten der REWE Group sind verpflichtet, Mindestanforderungen wie international und national geltende Gesetze sowie die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) einzuhalten und sich zur Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften zu bekennen. Die Lieferanten der Eigenmarken-Kakaoerzeugnisse der REWE Group sind dazu verpflichtet, die Einhaltung der Kernprinzipien auch entlang ihrer Lieferkette zu gewährleisten und dies durch die Zertifizierungen Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ oder Naturland nachzuweisen. Mit den Zertifizierungsprogrammen geht die Verpflichtung einher, insbesondere folgende Prinzipien einzuhalten:

- Einhaltung nationaler Gesetze; z. B. Mindestlöhne für Arbeitnehmer und Einhaltung gesetzlicher Arbeitszeiten
- Verbot von Zwangsarbeit
- Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit auf allen Farmen

- Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen
- Verbot jeglicher Form von Diskriminierung
- Bereitstellung von Verfahren zur anonymen Einreichung von Beschwerden. So erhalten Mitarbeiter die Möglichkeit, Missstände auch unabhängig von Audits frühzeitig gezielt anzusprechen.
- Weiterbildung der Bauern zum Thema nachhaltiges und effektiveres Wirtschaften
- Schutz von Gesundheit und Sicherheit der Arbeitnehmer

Fairtrade garantiert darüber hinaus Mindestpreise, die sich jeweils auf eine Tonne des gehandelten Rohstoffes beziehen. Diese sollen das Einkommen bei einem sinkenden Weltmarktpreis absichern. Zusätzlich unterstützt die Fairtrade-Prämie soziale, ökonomische und ökologische Gemeinschaftsprojekte der jeweiligen Kooperativen. Die Themen und Ausgestaltung dieser Projekte bestimmt jede Bauernorganisation selbst.

4.2 Umwelt

Der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen und der Artenvielfalt ist ein wichtiges Anliegen der REWE Group. Aus diesem Grund setzt sie sich auch in ihren Lieferketten für umweltverträgliche und ressourcenschonende Produktionsbedingungen ein. Das bedeutet, dass Geschäftspartner der REWE Group dazu angehalten sind, Ressourcen wie Energie, Chemikalien oder Wasser effizient einzusetzen und Emissionen zu minimieren.

Alle Geschäftspartner in den Eigenmarken-Lieferketten sind verpflichtet, die Mindestanforderungen allgemein anerkannter Umweltschutzstandards sowie international und national geltender Gesetze innerhalb der einzelnen Produktionsstufen zu erfüllen. Darüber hinaus müssen sie die Einhaltung der Standards auch entlang ihrer Lieferkette gewährleisten und durch die Zertifizierungen Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ, Naturland oder EU-Bio nachweisen. Damit gehen folgende Anforderungen an die Erzeuger einher:

- Das Vorbeugen von Schädlingen und Pflanzenkrankheiten anstelle des Pestizideinsatzes. Im ökologischen Anbau gibt es bspw. eine explizite Liste mit für den Pflanzenschutz zugelassenen Wirkstoffen.

- Schutz der Biodiversität sowie die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit und die Verhinderung von Bodenerosion
- Nachhaltige Nutzung von Wasserressourcen und die Prävention von Wasserverschmutzung
- Die Umsetzung von Klimaschutzprojekten, wie zum Beispiel die Umstellung auf erneuerbare Energien und die Reduktion von Treibhausgasen

Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Kakao-Lieferkette sind wichtige Instrumente für einen nachhaltigeren Kakaosektor. Alle Standards garantieren eine Rückverfolgbarkeit mindestens nach dem Lieferkettenmodell „Mass Balance“⁶. Mithilfe des Fairtrade-Codes bietet das Zertifizierungsprogramm Fairtrade die Möglichkeit der Rückverfolgbarkeit und Transparenz für den Konsumenten.

⁶Das Verfahren „Mass Balance“ verlangt, dass eine äquivalente Kakaomenge angebaut und entsprechend zertifiziert werden muss, die zur Herstellung eines Endproduktes benötigt wird.



V. ZIELE

Für die Umsetzung der definierten Maßnahmen setzt sich die REWE Group ambitionierte Ziele. Diese geben dem Engagement des Handelskonzerns eine eindeutige Ausrichtung und unterliegen einer kontinuierlichen Fortschrittsprüfung.

- **Ziel 1: Zertifizierter Kakao.** Der Einkauf zertifizierter Rohware leistet einen wichtigen Beitrag zur Förderung eines nachhaltigeren Kakaosektors. Deshalb hatte sich die REWE Group zum Ziel gesetzt, ihre REWE- und PENNY-Eigenmarken bis Ende 2015 zu 100 Prozent auf zertifizierten Kakao umzustellen. Dieses Ziel konnte bis zum Ende des

Berichtsjahres 2018 jedoch erst zu 99 Prozent erreicht werden, da der Zertifizierungsprozess teilweise noch anhält. Aus diesem Grund hat sich die REWE Group nun zum Ziel gesetzt, die Lücke zum 100-Prozent-Ziel bis Ende 2020 bei den REWE- und PENNY-Eigenmarken⁷ in Deutschland zu schließen.

Ziel 1.1: Bis Ende 2020 werden 100 % unserer Schokoladenartikel⁸ sowie Instantkakao, Nuss-Nougat-Brottaufstriche und Süßgebäck auf Fairtrade bzw. das Fairtrade-Kakao-programm umgestellt.

Ziel 1.2: Bis Ende 2020 werden 100 % unserer Bio-Artikel mit Kakaobestandteilen zusätzlich nach einem Sozialstandard⁹

zertifiziert.

- **Ziel 2: Transparenz in der Lieferkette.** Es ist das Bestreben der REWE Group, die Transparenz und Rückverfolgbarkeit in der Kakao-Lieferkette zu erhöhen und Informationen über die Herkunft der

Die REWE Group ist sich darüber bewusst, dass Zertifizierungssysteme die Herausforderungen im Kakaosektor nicht alleine lösen können. Aus diesem Grund hat sich das Unternehmen weiterführende Ziele gesetzt, um zur Förderung eines nachhaltigeren Kakaosektors beizutragen.

Schokoladenprodukte künftig auch für ihre Kunden sichtbar zu machen. Dazu soll, sofern strukturell möglich, eine Umstellung ausgewählter Schokoladenerzeugnisse auf das Lieferkettenmodell „Segregation“¹⁰ erfolgen.

- **Ziel 3: Existenzsichernde Einkommen.** Die REWE Group hat sich zum Ziel gesetzt, im Dialog mit Standardgebern, der Branche und weiteren Stakeholdern auf ein existenzsicherndes Einkommen hinzuwirken und Maßnahmen zu unterstützen, die die Lebensumstände der Kakaobauern und ihrer Familien verbessern.
- **Ziel 4: Schutz natürlicher Ressourcen.** Es ist das Bestreben der REWE Group, die Anwendung nachhaltiger Anbausysteme zu unterstützen, die die natürlichen Ressourcen schonen und die Biodiversität fördern, und im Dialog mit Standardgebern, der Branche und weiteren Stakeholdern zum Erhalt der Waldflächen beizutragen.

VI. BERICHTERSTATTUNG UND KOMMUNIKATION

Die REWE Group ist überzeugt, dass Transparenz und die Bereitstellung umfangreicher Informationen wichtige Bestandteile eines erfolgreichen Nachhaltigkeitsmanagements sind und zur Förderung ökologischer und sozialer Aspekte in der Kakao-Lieferkette beitragen können. Über Fortschritte bei der Umsetzung der Maßnahmen und der Erreichung der aufgezeigten Ziele erstattet die REWE Group regelmäßig und öffentlich Bericht. Dies geschieht im Rahmen von Pressemeldungen, über die Homepage der REWE Group oder über den Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmensgruppe. Darüber hinaus führt die REWE Group Kommunikationsmaßnahmen für ihre Kunden durch, um diese für einen nachhaltigeren Kakaoanbau zu sensibilisieren.

⁷ Dafür nutzt die REWE Group die Zertifizierungen nach Fairtrade, Rainforest Alliance/UTZ, Naturland und EU-Bio.

⁸ Diese Artikel umfassen die Warengruppen Schokoladentafeln, Schokoriegel, Pralinen, Oster- und Weihnachtssüßwaren.

⁹ Als Sozialstandard gelten die Zertifizierungen nach Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade bzw. Fairtrade-Kakaoprogramm und Naturland.

¹⁰ Bei „Segregation“ werden die zertifizierten Kakaovolumina zusammengefasst und vollständig von herkömmlichen Warenströmen getrennt gehandelt – so kann sichergestellt werden, dass in jedem Endprodukt zu 100 Prozent zertifizierte Rohstoffe enthalten sind.

Quellenverzeichnis

BMEL (2018):
Kakao – Anbau, Export und Verarbeitung

BMZ (2018): **Daten und Fakten Kakaoanbau**,
http://www.bmz.de/de/zentrale_downloadarchiv/gruene_woche_2018/Faktenblatt-Kakao_IGW.PDF
Zugriff: 16.11.2018

Fairtrade/ TransFair e. V. (2017): **Fairtrade-Strategie für existenzsichernde Einkommen**,
https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/01_was_ist_fairtrade/04_fokusthemen/fairtrade_living_income_strategy_DE.pdf
Zugriff: 29.11.2018

Forum Nachhaltiger Kakao (2018): **Bericht über das Monitoring des Forum Nachhaltiger Kakao e.V.**,
https://www.kakaoforum.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Oeffentliche_Downloads/Monitoring/Monitoringbericht_2017_merge_adapted_FINAL.pdf
Zugriff: 12.03.2019

BDSI (2018): **Pro-Kopf-Verbrauch von Süßwaren 2018**,
https://www.bdsi.de/index.php?eID=txcms_showpic&file=4757&md5=7a68a85d-236f96ef0c1fa8ff948c4b111e-0d4ea8¶meters%5B0%5D=YTo0OntzOjU6IndpZHRoJltzOjQ6IlgwMG0iOi03M6NjoiaGVpZ2h0JltzOjQ6IjYw-¶meters%5B1%5D=MG0iOi03M6NzoiYm9keVRhZyl7czo0MTo-iPGJvZHkgc3R5bGU9Im1hcmdpbjowOyBi¶meters%5B2%5D=YWNrZ-3JvdW5kOiNmZmY7Ij4iO3M6ND-oid3JhcCI7czoZnZoiPGEgaHJIZj0i-amF2¶meters%5B3%5D=YXNjc-mlwdDpbjG9zZSgpOyI%2BIHwgPC9hPi-I7fQ%3D%3D
Zugriff: 24.01.2019

Forum Nachhaltiger Kakao (o. J.): **Herausforderungen im Kakaosektor**,
<https://www.kakaoforum.de/unsere-arbeit/herausforderungen-im-kakaosektor/#c1126>
Zugriff: 17.12.2018

Fountain, A. C. & Hütz-Adams, F. (2018):
Kakao-Barometer 2018

GIZ (2018): **Preisgestaltung in der Wertschöpfungskette Kakao – Ursachen und Auswirkungen**,
https://suedwind-institut.de/files/Suedwind/Publikationen/2018/2018-01%20Preis-gestaltung%20in%20der%20Wertschoep-fungskette%20Kakao_Ursachen%20und%20Auswirkungen.pdf
Zugriff: 16.11.2018

International Cocoa Organization (2018):
Statistics,
<https://www.icco.org/statistics/other-statistical-data.html>
Zugriff: 27.11.2018

REWE Group (2011): **Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften**,
<https://www.rewe-group.com/de/presse-und-medien/publikationen/leitlinien/leitlinie-fuer-nachhaltiges-wirtschaften/>
Zugriff: 16.11.2018

Rusman, Andrea, de Adelhart Toorop, Reinier, de Boer, Jelmer, de Groot Ruiz, Adria (2018): **Cocoa Farmer Income. The household income of cocoa farmers in Côte d'Ivoire and strategies for improvement. True Price/Fairtrade, April 2018**,
https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/01_was_ist_fairtrade/05_wirkung/studien/fairtrade_international_response_study_cocoa_farmer_income_2018.pdf
Zugriff: 02.05.2019

World Food Programme (2018): **Kleinbauern**,
<https://de1.wfp.org/kleinbauern>
Zugriff: 13.03.2019



Impressum

Herausgeber: REWE Group
Unternehmenskommunikation
50603 Köln

Telefon: +49 221 149-1791

Der Dialog zum Thema Kakaoerzeugnisse ist uns ein wichtiges Anliegen. Für Anregungen und Rückfragen kontaktieren Sie uns unter: nachhaltigkeit@rewe-group.com

Stand: Mai 2019