

Kinderarbeit: So transparent sind die Schokoladenfirmen

Kakao Ostern ist Schoggizeit. Hinter manchen süssen Hasen steckt aber noch immer Kinderarbeit. Schweizer Schokoladenhersteller schneiden in einem Transparenz-Ranking unterschiedlich ab.

Leah Süss

Es ist eines der ältesten Probleme im Kakaosektor: Kinderarbeit auf Plantagen. Die Minderjährigen hantieren mit Macheten und Chemikalien, klettern auf Bäume und tragen schwere Säcke.

Trotz jahrzehntelanger Programme gegen Kinderarbeit arbeiten laut dem globalen NGO-Netzwerk Voice weiterhin schätzungsweise 1,5 Millionen Kinder auf Plantagen in Ghana und Côte d'Ivoire, den beiden grössten Kakaoproduzenten der Welt. «Mit dem Thema Kinderarbeit beschäftigt sich der Sektor schon seit 25 Jahren», sagt Andrea Hüsser, Mitgründerin und Geschäftsleiterin des Good Chocolate Hub im Gespräch mit der Nachrichtenagentur AWP. Sie setzt sich für fair produzierte Schokolade ein. «Die Branche hat noch keinen systematischen Weg gefunden, das Problem anzugehen», meint sie.

Die Kinderarbeit habe sich bisher nicht wesentlich reduziert, allerdings gebe es heute deutlich mehr Transparenz. «Die Unternehmen überwachen ihre Lieferkette besser und setzen Hilfsprojekte vor Ort um», erklärt Hüsser. Immer mehr Konzerne seien zu dem bereit, das Problem öffentlich anzuerkennen.

82 Prozent legen Daten offen

Diese Offenheit zeigt sich in der «Chocolate Scorecard», einer internationalen Branchenstudie, die von NGOs und Universitäten durchgeführt wird. Bei der letztjährigen Ausgabe reichten 82 Prozent der Schokoladenproduzenten ihre Daten zu Kinderarbeit ein, gegenüber 58 Prozent und 45 Prozent in den beiden Vorjahren.

Die Studie wertet jährlich die Fortschritte von Schokoladenunternehmen in sechs sozialen und ökologischen Bereichen aus. Bewertet werden etwa die Transparenz der Lieferketten, die Vermeidung von Kinderarbeit und Abholzung sowie der Umgang mit Pestiziden. In der letzten Ausgabe nahmen 39 grosse Schokoladenhersteller mit einem Einkaufsvolumen von je mehr als 1000 Tonnen teil.

Von den Schweizer Unternehmen schneidet Halba am besten ab. Die Coop-Tochter erreicht im Ranking den zweiten Platz – besser ist nur der niederländische Produzent Tony's Chocolonely. Halba setzt sich laut eigenen Angaben seit über 15 Jahren für eine faire Beschaffung und einen umweltschonenden Anbau ein.

Lindt und Barry im oberen Mittelfeld

Einen guten Platz erhält mit Rang 5 auch Nestlé mit Marken wie Cailler. Der Schokoladenriese ist besonders bei der Rückverfolgbarkeit der Bohnen und der Bekämpfung von Kinderarbeit weit fortgeschritten. Dazu hilft ein Programm, in dem Bauern Bargeld erhalten, wenn sie ihre Kinder in die Schule schicken. Der Goldha-

sen-Produzent Lindt & Sprüngli landet auf Platz 13. «Uns ist bewusst, dass wir uns in den Bereichen existenzsicherndes Einkommen, Agroforstwirtschaft und Pestizidmanagement noch verbessern können», sagt ein Sprecher. Lindt hat sich aber besonders in den Bereichen Kinderarbeit und Entwaldung verbessert und damit im Ranking sieben Plätze zugelegt. Ab 2026 ist laut dem Sprecher zudem der gesamte Kakao von der Rainforest Alliance zertifiziert. Um das Label zu erhalten, müssen die Bauern gewisse Standards einhalten.

Der weltweit grösste Schokoladenhersteller Barry Callebaut erreicht Rang 18. Die Nachhaltigkeitsverantwortliche lässt verlauten: «Wir begrüssen den Dialog mit den Prüfern sehr.» Al-

lerdings findet sie, dass die Scorecard die Bemühungen von Barry Callebaut «nicht angemessen würdigt». Der Konzern will «der führende Partner für nachhaltige Schokolade» werden.

Schlusslicht: Die Migros hinkt hinterher

Schlusslicht unter den Schweizer Produzenten ist die beliebte Migros-Marke Chocolat Frey. Das Unternehmen erreicht nur Platz 26. Am meisten Aufholbedarf hat die Migros laut der Auswertung bei der Transparenz und dem Pestizideinsatz. «Wir sind uns bewusst, dass wir im Bereich Kakao Verbesserungspotential haben», schreibt eine Sprecherin. Deshalb habe die Migros seit vergangenem Jahr eine neue Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Da-

mit erwartet die Detailhändlerin künftig bessere Resultate im Branchenvergleich. Seit letztem Jahr beziehe die Migros rückverfolgbare Kakaobohnen und Kakaobutter, die von Labels wie Rainforest Alliance zertifiziert sind. Zudem werde in Ghana zum Beispiel ein Projekt gegen Kinderarbeit unterstützt.

Je grösser der Konzern, desto schwieriger ist es grundsätzlich, die ganze Lieferkette zu kennen. Allerdings verfügen Branchenführer auch über mehr Budget als kleinere Anbieter. Dass sich etwas tut, hängt auch mit kommenden Regulierungen zusammen. Angekündigt sind in der EU etwa ein Entwaldungs- und Lieferketten-gesetz. Damit könnte im Bereich der Kinderarbeit auch mehr Licht ins Dunkel kommen.



Mit dem Thema Kinderarbeit beschäftigt sich der Kakao-Sektor schon seit Jahrzehnten.

Bild: KEYSTONE/EPA/Rayner Peña R



23,7 Kilogramm Käse isst die Schweiz pro Kopf

Konsum Die Gesamtmenge des verzehrten Käses aus dem In- und Ausland betrug gemäss Mitteilung 217 596 Tonnen – 7323 Tonnen mehr als im Jahr zuvor. Der Anteil an inländischen Käsesorten lag bei 63,3 Prozent und blieb damit über die letzten drei Jahre stabil.

Am meisten konsumiert wurde Frischkäse und Quark, gefolgt von Halbhartkäse, wie aus der Statistik hervorgeht. Das entspricht über zwei Dritteln der verzehrten Käsemenge. Der Konsum von Weich- und Hartkäse, von Schaf-, Ziegen- und Büffelmilchkäse sowie von Schmelzkäse und Fertigfondues ging 2025 zurück. Mit Rückgängen um 8,2 beziehungsweise 7,1 Prozent war dies vor allem bei den Schaf-, Ziegen- und Büffelmilchkäsen und beim Hartkäse ausgeprägt.

Der hohe Anteil an Frischkäse und Quark ist für die Milchproduzentinnen und -produzenten keine gute Nachricht. Denn für die Produktion dieser Sorten wird gemäss Mitteilung deutlich weniger Milch verbraucht. (sda)

NACHRICHTEN

Kurzarbeit bleibt Thema

Arbeitsmarkt Die befristete Erhöhung der maximalen Bezugsdauer der Kurzarbeitsentschädigung könnte verlängert werden. Der Bundesrat erwägt angesichts der angespannten Wirtschaftslage einen entsprechenden Entscheid, wie das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF) am Donnerstag mitteilte. Das WBF werde im Sommer je nach wirtschaftlicher Entwicklung der Landesregierung einen entsprechenden Antrag stellen, hiess es. (sda)

Preise steigen im März nur leicht an

Inflation Mit dem Ölpreisschub im Zuge des Iran-Krieges hat die Inflation in der Schweiz weniger stark angezogen als erwartet. Im März sind die Konsumentenpreise im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozent gestiegen. Von der Nachrichtagentur AWP befragte Experten hatten mit einem Anstieg um 0,3 bis 0,6 Prozent gerechnet. Die Teuerungsrate lag damit am unteren Ende der Erwartungen.

Gleichwohl haben sich mit dem höheren Ölpreis auch vor allem Importgüter verteuert. Wie das Bundesamt für Statistik (BFS) mitteilte, lag die Jahresinflation hier noch bei -0,3 Prozent. Im Dezember hatte sie mit -1,6 Prozent noch deutlich im Minus gelegen. Im Vergleich zum Februar zogen die Importpreise um 1,8 Prozent an. Die Inflation bei den Inlandgütern betrug im Jahresvergleich plus 0,5 Prozent und veränderte sich damit kaum. (sda/awp)

DIESE KLEINEN SCHOKOLADENMANUFAKTUREN KENNEN IHRE LIEFERKETTEN

Während grosse Schokoladenkonzerne oft mehrere Zwischenhändler haben, sind kleine Produzenten transparenter. Viele importieren ihre Kakaobohnen direkt und stellen ihre Tafeln von Hand her. Allerdings ist der Preis dafür auch deutlich höher. Hier eine Auswahl an Schweizer Manufakturen.

■ **Laflor** Die Zürcher Manufaktur kennt ihre Produzenten in Brasilien, Ecuador, Kolumbien, Venezuela und Peru persönlich. 70 Gramm gibt es ab rund 11 Franken.

■ **Taucherli** Die Firma startete 2009 als Start-up. Sie stellt ihre Schokolade in Adliswil «von A bis Z» selbst her. 100 Gramm kosten rund 8 Franken.

■ **Choba Choba** Die Berner Marke gehört den Bäuerinnen und Bauern. Konkret ist der grösste Aktionär eine peruanische Genossenschaft. Für 91 Gramm zahlt man gut 10 Franken.

■ **Cacao de Corazon** Das Appenzeller Unternehmen verkauft handgemachte «Slow Chocolate». Das bedeutet, dass die Tafeln langsam und bewusst konsumiert werden sollen. 65 Gramm kosten knapp 10 Franken.

■ **Garçoa** Die Manufaktur stellt in Zürich Schokolade her und setzt dabei auf «Single Origin», also Kakao von Einzelfarmen oder Kooperativen. 85 Gramm gibt es ab rund 13 Franken.

■ **Nala Chocolatière** Produziert werden in Rifferswil ZH unter anderem farbige Pralinen. Die Manufaktur verlangt für eine 75-Gramm-Tafel 12 Franken.

■ **Kürzi Kakao** Das Familienunternehmen stellt in Schindellegi vegane Schokolade her und beschäftigt fünf Personen. Die Kreationen (75 Gramm) kosten 11 Franken.

■ **Asante Chocolates** Die Tafeln werden in einer Privatwohnung in Zürich hergestellt. Der Sohn der Familie kreiert die Rezepte, seine Eltern setzen sie um. 16 Franken ist der Preis für 100 Gramm.

■ **Quimbaya** Das Berner Familienunternehmen mit kolumbiani-

schen Wurzeln arbeitet direkt mit Kleinbauern zusammen. 80 Gramm gibt es ab gut 10 Franken.

■ **Notes de Fève** Für die Freiburger Manufaktur haben Ethik und Transparenz Priorität. Eine Tafel wird für knapp 10 Franken verkauft.

■ **Carrack** Die Firma verarbeitet seit 2021 fair gehandelte Bio-Zutaten in Genf. 80 Gramm kosten gut 14 Franken.

■ **Orfève** Daus Unternehmen aus Satigny weist Herkunft und Jahrgang ihres Kakaos aus. Eine 70-Gramm-Tafel gibt es für rund 10 Franken.

■ **Treegether** Die Firma aus Vevey zahlt seinen Produzenten ei-

nen fairen Preis. 75 Gramm kosten knapp 11 Franken.

■ **Claro** Das Bieler Unternehmen fördert einen fairen Handel und eine vollständige Herstellung in den Ursprungsländern. 80 Gramm gibt es ab knapp 5 Franken.

■ **Gebana** Das Unternehmen schreibt sich seit 1998 fairen Handel auf die Fahne und kennt seine Produzenten persönlich. Ein Schokoladen-Gorilla kostet 7 Franken.

■ **Cuisine Sans Frontières** Die gemeinnützige Organisation betreibt seit 2020 ein Schokoladenprojekt im ecuadorianischen Amazonas. Für eine Tafel zahlt man 10 Franken. (sda/awp)