Make
Chocolate
Fair
UNITE * ACT * CHANGE
Ein
Aktionshandbuch
von:
INKOTA
netzwerk

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
INKOTA-netzwerk e.V.
Chrysanthemenstr. 1-3
10407 Berlin
Telefon: 030-4208202-0
Email: inkota@inkota.de
Web: www.inkota.de und
www.de.makechocolatefair.org

AUTOR/INNEN: Johannes Heeg,
Johannes Schorling, Lina Gross

REDAKTION: Lina Gross

LAYOUT: 10Hoch16

JULI 2014

Gedruckt auf Recyclingpapier mit
Farben aus natürlichen Rohstoffen.

INKOTA netzwerk

Make Chocolate Fair

Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union, der Stiftung Nord-Süd-Brücken, der Landesstelle für Entwicklungszusammenarbeit des Berliner Senates und Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst erstellt. Der Inhalt dieser Publikation liegt in der alleinigen Verantwortung von INKOTA und stellt nicht die Meinung der Förderer dar.

INHALT

VORWORT 1
WAS IST EIGENTLICH DAS PROBLEM? 2
MAKE CHOCOLATE FAIR! – DIE KAMPAGNE 4
WAS WIR FORDERN 6

AKTIV WERDEN FÜR FAIRE SCHOKOLADE 8
Weihnachtsmann-Streik 10
Der Schokoindustrie eine kleben 12
...und alle so yeah! 13
Entschuldigung, aber wussten Sie schon...? 14
Wer hat Angst vor'm Schokomonster? 15
Deine Stimme für faire Schokolade 16
Ein Herz für Unternehmen 17
Nachgehakt 18
Die Schokoladen-Tafel 19
Quadratisch, praktisch – fair? 20
Feiern für Fairness 21

10 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN AKTION 22
FRAGE? ANTWORT! 26
NOCH MEHR INFOS 28
PETITION 29
CHECKLISTE 30
IHR HABT NOCH NICHT GENUG? 31

VORWORT

Was wäre das Leben bloß ohne Schokolade! Aber macht sie wirklich alle glücklich? **Immer noch schuften Millionen von Kakaobauern und -bäuerinnen unter menschenunwürdigen Bedingungen für unseren Schokoladengenuss.** Währenddessen streicht eine Handvoll großer Unternehmen hohe Profite für ihre Schokoladenprodukte ein. Diese Ungerechtigkeit muss ein Ende haben!

Deswegen ist es wichtig, dass viele Menschen in Deutschland und ganz Europa auf dieses Problem aufmerksam werden und sich für die Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte und eine nachhaltige Landwirtschaft im Kakaoanbau und -handel stark machen. **Gemeinsam können wir es schaffen, dass Schokolade alle glücklich macht!**

Dieses Aktionshandbuch richtet sich an Einzelpersonen und Gruppen, die sich aktiv für faire Schokolade einsetzen möchten.

Es soll euch helfen eigene Aktionen zum Thema Kakao und Schokolade zu planen und durchzuführen. Informiert euch über die Probleme innerhalb der Kakaoproduktion, erfahrt mehr über Make Chocolate Fair! und lasst euch von unseren Aktionsideen inspirieren.

Hunger bekämpfen, Armut besiegen, Globalisierung gerecht gestalten – mit diesen Zielen setzt sich das INKOTA-netzwerk seit mehr als 40 Jahren aktiv für eine friedliche Welt ohne Armut und Ungerechtigkeit ein, in der alle Menschen ein selbstbestimmtes Leben in Würde führen, die natürlichen Ressourcen wahren und die Bedürfnisse zukünftiger Generationen achten. Unter dem Motto „Hunger auf Veränderung" unterstützen wir Projektpartner in den Ländern des Südens bei der Etablierung gerechter gesellschaftlicher Strukturen. In Deutschland fördern wir die Vernetzung zivilgesellschaftlicher Basisgruppen undund betreiben entwicklungspolitische Bildungs- und Kampagnenarbeit. Denn Entwicklung beginnt im eigenen Kopf und eigenen Land.

INKOTA koordiniert die europäische Kampagne Make Chocolate Fair!, die von einer wachsenden Zahl von Menschen und Initiativen aus Europa, Afrika und Lateinamerika getragen wird. Mit vereinten Kräften fordern wir von den Schokoladenunternehmen die Übernahme sozialer und ökologischer Verantwortung für ihre Unternehmenspraxis, damit sich die Situation in den Kakaoanbauländern nachhaltig verbessert.

Wir wünschen euch viel Spaß beim Planen, Diskutieren, Basteln und Aktivwerden! Solltet ihr Fragen oder Besprechungsbedarf haben, wendet euch gerne an uns: www.makechocolatefair@inkota.de

WAS IST EIGENTLICH DAS PROBLEM?

Kakao ist die wichtigste Zutat für eine der beliebtesten Süßigkeiten der Welt: Schokolade. 70 Prozent des weltweit angebauten Kakaos stammen aus den westafrikanischen Ländern Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria und Kamerun. Produziert wird er hier vor allem von Kleinbäuerinnen und -bauern: 90 Prozent von ihnen bewirtschaften weniger als 5 Hektar Land. Andere wichtige Anbauländer sind Indonesien, Brasilien und Ecuador – denn Kakaobäume gedeihen nur in Äquatornähe bei hoher Luftfeuchtigkeit und konstanter Temperatur. Insgesamt ist Kakao für rund 5,5 Millionen Bäuerinnen und Bauern im Globalen Süden die Haupteinnahmequelle. Er sichert darüber hinaus den Lebensunterhalt von bis zu 14 Millionen ArbeiterInnen und deren Familien.

DIE PREISE: UNFAIR

Während eine Handvoll großer Kakao- und Schokoladenunternehmen den globalen Markt beherrschen und Milliardengewinne einstreichen, leben die meisten Kakaobäuerinnen und -bauern am Rande ihrer Existenz. Der Weltmarktpreis für Kakao hat sich in den vergangenen 30 Jahren mehr als halbiert und unterliegt außerdem starken Schwankungen. Oftmals ist der tatsächliche Kaufpreis für Kakao aufgrund intransparenter Handelsketten, Steuern und Qualitätsunterschieden sogar noch geringer. Der Großteil der Kakaobauernfamilien muss so mit weniger als 1,25 US-Dollar am Tag auskommen. Durch die fehlende Planungs- und Einkommenssicherheit der Bauern und Bäuerinnen wird nicht mehr in den überalterten Baumbestand investiert, wodurch die Erträge und damit die Einnahmen immer weiter sinken. Ein Teufelskreis entsteht.

DIE ARBEITSBEDINGUNGEN: AUSBEUTERISCH

Das niedrige Einkommen führt zu gravierenden Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen auf den Kakaofarmen. Die Kakaobauern und -bäuerinnen können ihren ArbeiterInnen keine ausreichenden Löhne bezahlen, geschweige denn eine angemessene Unterkunft oder Gesundheitsversorgung bereitstellen. Oft sind sie gefährlicher Arbeit ohne Gesundheitsschutz ausgeliefert und leiden unter mangelhafter Ernährung.
Eine Folge der Verarmung der Kakaobäuerinnen und -bauern ist auch, dass Kinder unter ausbeuterischen und gefährlichen Bedingungen auf den Kakaoplantagen arbeiten müssen. Alleine in der Elfenbeinküste und Ghana, die hauptsächlich für den europäischen Schokoladenmarkt produzieren, arbeiten etwa zwei Millionen Kinder, Hunderttausende von ihnen unter ausbeuterischen Bedingungen. Insbesondere in der Elfenbeinküste werden Kinder aus Nachbarländern für wenig Geld von Händlern gekauft und als billige Arbeitskräfte missbraucht. Ausbeuterische Kinderarbeit und Kinderhandel werden von der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) als ernsthafte Menschenrechtsverletzungen eingestuft und sind damit verboten.

DIE UMWELTFOLGEN: KATASTROPHAL

Die unfaire Bezahlung der Bäuerinnen und Bauern hat auch ökologische Folgen: Es fehlen die Mittel, um in Pflanzenschutz zu investieren, nachhaltige Düngemittel einzusetzen, alte und kranke Bäume zu ersetzen und junge Bäume zu pflegen. Ohne solche produktionssteigernden Maßnahmen sinken die Erträge weiter, so dass die Kakaobauern und -bäuerinnen gezwungen sind, ihre Anbauflächen auszuweiten. Das hat die Verdrängung anderer Pflanzenkulturen und Waldrodungen zur Folge. Neben dem Rückgang der Biodiversität verschlechtert die exzessive Bewirtschaftung die Trinkwasserqualität und erhöht den Schädlingsbefall und Krankheitsanfall der Kakaobäume. Außerdem kommt es aufgrund fehlender Bildung oftmals zum falschen Umgang mit Pestiziden und Düngemitteln, was eine zusätzliche Belastung der Umwelt bedeutet. Nicht zuletzt erhöht der einseitige Anbau von Kakao die Abhängigkeit vom schwankenden Kakaopreis, was wiederum die Einkommensstabilität der Betriebe schwächt und die Erträge sinken lässt.

DIE UNTERNEHMEN: ÜBERMÄCHTIG

Den 5,5 Millionen Bäuerinnen und Bauern im Globalen Süden stehen nur sieben Unternehmen gegenüber, die zusammen zwei Drittel des Weltmarkts beherrschen. Die fünf größten Konzerne sind Mars (USA), Mondelēz (USA), Nestlé (Schweiz), Ferrero (Italien) und Hershey´s (USA). Zusammen dominieren sie über die Hälfte des weltweiten Marktes. Derzeit liegt der Nettoumsatz der Schokoladenindustrie bei rund 100 Milliarden US-Dollar - Tendenz steigend. Der Löwenanteil der globalen Wertschöpfung von Schokolade geht damit an die Schokoladenunternehmen im Globalen Norden.

Als Reaktion auf die Berichte über Menschenrechtsverletzungen im Kakaoanbau haben die weltweit größten Schokoladenproduzenten 2001 ein internationales freiwilliges Abkommen (Harkin-Engel-Protokoll) geschlossen, durch das die schlimmsten Formen von Kinderarbeit abgeschafft werden sollten. 10 Jahre später:
Noch immer schuften hunderttausende Kinder unter ausbeuterischen Bedingungen auf Kakaoplantagen!

Die europäische Kampagne Make Chocolate Fair! setzt sich für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kakaobauern und -bäuerinnen und eine nachhaltige und diversifizierte Landwirtschaft in den Anbauländern ein.

WER STECKT DAHINTER?

Make Chocolate Fair! wird von zivilgesellschaftlichen Organisationen aus 16 europäischen Ländern getragen und von einer wachsenden Zahl von Menschen aus Europa, Afrika und Lateinamerika unterstützt. INKOTA koordiniert die Kampagne in Deutschland.
Alle Mitträger in Deutschland findet ihr unter www.de.makechocolatefair.org/mittraeger.

DAS HERZSTÜCK: DIE PETITION

Die Petition ist das Herzstück der Kampagne Make Chocolate Fair!. Mit vier konkreten Forderungen richten wir uns an die großen Schokoladenunternehmen, die endlich die soziale und ökologische Verantwortung für ihr Handeln übernehmen müssen! Bis zum Sommer 2015 wollen wir mindestens 100.000 Unterschriften in ganz Europa sammeln, um sie schließlich VertreterInnen der Schokoladenindustrie in Brüssel zu übergeben. Dort werden alle großen Schokoladenhersteller im Rahmen des Dachverbands der europäischen Schokoladen- und Süßwarenindustrie (COABISCO) zusammenkommen.

WAS WIR FORDERN

FAIRE BEZAHLUNG

Schokoladenunternehmen müssen ein ausreichendes Einkommen für Kleinbauern und -bäuerinnen und ihre Angestellten garantieren. Dieses muss ihnen und ihren Familien ein menschenwürdiges Leben ermöglichen und den Lebenshaltungskosten des jeweiligen Landes entsprechen. Insbesondere in Westafrika liegt das durchschnittliche Einkommen der Bauern und Bäuerinnen und ihrer ArbeiterInnen momentan weit unterhalb der absoluten Armutsgrenze. Viele müssen mit weniger als 1,25 US-Dollar pro Tag auskommen.
Eine faire Bezahlung heißt: Das Einkommen muss zumindest die Grundbedürfnisse decken. Hierzu zählen eine angemessene Unterkunft, gesunde Nahrung, sauberes Trinkwasser, eine ausreichende Gesundheitsvorsorge, Bildung sowie die Möglichkeit, Steuern und Transportkosten zu begleichen.
Erst wenn Unternehmen einen fairen Preis für Kakaobohnen zahlen, können Kakaobauern und -bäuerinnen ein ausreichendes Einkommen erzielen. Nur so können sie existenzsichernde Löhne an ihre ArbeiterInnen zahlen, auf Kinderarbeit in der Kakaoproduktion verzichten und die Schulkosten für ihre Kinder aufbringen.

DESHALB FORDERN WIR:
Faire Bezahlung von Kakaobauern und -bäuerinnen und ihren Arbeiterinnen!

EINHALTUNG DER MENSCHEN- UND ARBEITSRECHTE

Schokoladenunternehmen müssen die Einhaltung der Menschenrechte und menschenwürdige Arbeitsbedingungen innerhalb der Kakao- und Schokoladenproduktion ohne Einschränkungen gewährleisten. Das heißt, dass sie die international anerkannten Prinzipien der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen (UN) und die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) respektieren und aktiv umsetzen.
Allein in der Elfenbeinküste und in Ghana arbeiten fast zwei Millionen Kinder auf Kakaoplantagen, Hunderttausende davon unter Bedingungen, die nach internationalen Standards verboten sind. Die Schokoladenunternehmen müssen daher in ihrer gesamten Zulieferkette uneingeschränkt das Verbot von Kinderarbeit gemäß der ILO-Konventionen 182 und 138 einhalten.

WIR FORDERN: Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte entlang der gesamten Kakaowertschöpfungskette und Ablehnung ausbeuterischer Kinderarbeit!

Nachhaltige und diversifizierte Landwirtschaft

Schokoladenunternehmen müssen zum Erhalt eines intakten Ökosystems und zum Klimaschutz sowie zu einer guten Wasser- und Bodenqualität beitragen, indem sie eine nachhaltige Kakaoproduktion fördern. Außerdem müssen sie das Wissen und die Fähigkeiten von Kleinbauern und -bäuerinnen zur landwirtschaftlichen Diversifizierung stärken, da diese eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Lebenssituation spielt: Wenn Bauern und Bäuerinnen verschiedene Agrarprodukte anbauen, sind sie weniger abhängig vom Kakaoanbau und können ihr Einkommen stabilisieren.

Die Kultivierung verschiedener Nutzpflanzen bietet Schutz vor Wetterextremen, fängt die negativen Effekte großer Preisschwankungen auf und stärkt die Ernährungssicherheit des jeweiligen Landes. Schokoladenunternehmen müssen zur Gewährleistung von Nachhaltigkeit und Diversifizierung regelmäßige Schulungen der KakaoproduzentInnen sicherstellen.

DESHALB FORDERN WIR: Unterstützung von Kakaobauern und -bäuerinnen bei der Umsetzung einer nachhaltigen und diversifizierten Landwirtschaft!

UNABHÄNGIGES ZERTIFIZIERUNGSSYSTEM

Schokoladenunternehmen müssen zur Umsetzung der obenstehenden Forderungen ein unabhängiges Zertifizierungssystem und ein externes Monitoring in ihrer Produktion anwenden. Nur so kann die Einhaltung der sozialen und ökologischen Standards garantiert werden.
Der Anteil zertifizierter Schokoladenprodukte in der Gesamtproduktion ist immer noch sehr gering. Schokoladenproduzenten müssen ihren Erwerb von zertifiziertem Kakao daher substanziell erhöhen. Mittelfristig muss ihr gesamtes Sortiment kakaohaltiger Produkte von unabhängigen Zertifierungsorganisationen geprüft werden.

WIR FORDERN:
Anwendung eines unabhängigen zertifizierungs- und Kontrollsystems!

UND WO KÖNNT IHR UNTERSCHREIBEN?

Die Petition kann wahlweise online unter www.de.makechocolatefair.org oder offline auf einer Unterschriftenliste unterzeichnet werden. Für eure Aktionen könnt ihr euch die Unterschriftenlisten entweder als PDF unter www.de.makechocolatefair.org/material herunterladen, per Post zukommen lassen oder mit der Vorlage auf Seite 29 einfach kopieren. Zusätzlich gibt's die Online-Petition auch als Widget, das ihr auf eurer Webseite einbetten könnt. Damit können die BesucherInnen eurer Webseite die Petition direkt unterzeichnen, ohne die Seite verlassen zu müssen. Es ist ganz einfach, das Widget einzubetten – wie es geht, erfahrt ihr unter www.de.makechocolatefair.org/petition-widget.

Übrigens: Die personenbezogenen Daten werden von INKOTA vertraulich behandelt und in keinem Fall an Dritte weitergegeben. Wir verwenden sie lediglich, um Informationsmaterial von INKOTA zu versenden – falls erwünscht.

Make Chocolate Fair! lebt davon, dass viele Menschen mitmachen und die Kampagne weiterverbreiten, Unterschriften sammeln und kreative Aktionen durchführen. Seid dabei!

Die nachfolgenden Aktionsideen haben dabei gleich mehrere Ziele: Einige wollen die Menschen erst einmal wachrütteln. Andere dienen dazu, viele Unterschriften zu sammeln. Die nächsten haben das Ziel, die Medien auf die Kampagne aufmerksam zu machen. Und wieder andere richten sich direkt an die Unternehmen.

Ganz egal ob alleine oder im Team, ob in einer Aktionsgruppe, einem Weltladen, einer Hochschulgruppe oder in einer Gemeinde - es ist nicht schwer sich für faire Schokolade einzusetzen! Wir stellen euch verschiedene Ideen vor, wie ihr das Thema in die Öffentlichkeit bringen könnt.

Es gibt natürlich noch viele andere Aktionsformen und wir freuen uns über weitere Ideen von euch. Selbstverständlich könnt ihr bei der Planung eurer Aktion auf uns zählen: Wir stellen euch gerne unsere Kampagnenmaterialien zur Verfügung, beraten euch bei euren Aktionsideen und sind bei Fragen und Problemen für euch da!

WEIHNACHTSMANN-STREIK

PHOTOSTUNT

ZIEL: Es wird ein medienwirksames Bild erzeugt, das JournalistInnen nutzen, um über die Kampagne zu berichten. PassantInnen werden zu den Problemen im Kakaoanbau sensibilisiert, lernen die Kampagne kennen und unterschreiben die Petition. **PERSONEN:** mind. 5 **AUFWAND:** mittel **MEDIENTAUGLICHKEIT:** hoch **DURCHFÜHRUNGSZEIT:** 2 Stunden **ORT:** Weihnachtsmarkt, Kaufhaus o.ä. **MATERIAL:** Weihnachtsmannkostüme, Pappkartons, Holzstecken, Klebeband, Scheren, dicke Filzstifte oder Pinsel und Farbe, Instrumente (Rasseln, Trommeln, Trompete o.ä.), Kampagnenmaterial

VORBEREITUNG:

Sucht euch einen geeigneten Aktionsort, der einen Weihnachts- oder Schokoladenbezug aufweist. Meldet die Aktion beim Ordnungsamt an und schreibt eine Pressemitteilung, die neugierig macht. Betont dabei, dass sich die Aktion sehr gut für Bild- und Filmberichterstattung eignet. Leiht euch Weihnachtsmannkostüme aus.

Ein Tipp: In einigen Städten gibt es eine „Weihnachtsmannvermittlung" von Studentenwerken oder Arbeitsagenturen, über die ihr die Kostüme bekommen könnt.

Schneidet die Pappkartons zu Schildern und beschriftet sie mit Protest-Slogans (z.B. „Wir streiken!"). Befestigt anschließend die Holzstecken an den Schildern.

DURCHFÜHRUNG:

In Kostümen und mit Protestschildern stellt ihr euch gemeinsam an eurem Aktionsort auf. Skandiert Parolen wie „Ho-ho-ho, es sind nicht alle froh!" oder „Unfair geht nicht mehr!". Mit Rasseln, Trommeln und anderen Instrumenten macht ihr kräftig Lärm. Wenn die Presse euch fotografiert und ihr alle Fragen beantwortet habt, setzt ihr euren Demozug in Bewegung und verteilt Kampagnenflyer an PassantInnen und fordert sie zum Unterschreiben der Petition auf.

Wenn ihr einen Raum in der Nähe des Aktionsortes organisieren könnt und genug Medienkontakte habt, könnt ihr auch eine „Pressekonferenz der Weihnachtsmänner" abhalten. In diesem Fall beginnt ihr mit der Demonstration auf dem Weihnachtsmarkt und lauft dann zum Ort der Pressekonferenz, wo ihr eine Erklärung verlest, die ihr zuvor vorbereitet habt.

ALTERNATIVE:

Die Aktion kann auch sehr gut vor Ostern mit protestierenden Osterhasen durchgeführt werden.

Fotos und Videos zu einem gelungen Weihnachtsmannstreik findet ihr auf Seite 8 und hier: www.de.makechocolatefair.org/news/streikwelle-bedroht-das-suesse-fest

Ein Video der protestierenden Osterhasen gibt es hier: www.youtube.com/watch?v=N2f_FKMM7r4

KURZ GESAGT: MEDIEN/RAUSCHEBÄRTE/IRRITATION

DER SCHOKOINDUSTRIE EINE KLEBEN

GUERILLA-AKTION

VORBEREITUNG:

Auch alleine kannst du aktiv werden für faire Schokolade! Kaufe dir einen Post-it-Block und schreibe deine Botschaft darauf – z.B. „Diese Schokolade ist unfair!“, „Enthält Kinderarbeit und Armut“ oder „Gib deine Stimme für faire Schokolade!“. Achte darauf, dass du auch immer den Link zur Kampagnenwebseite auf dem Zettel notierst (de.makechocolatefair.org). Du kannst auch bekannte Werbeslogans aufgreifen und verändern (siehe Seite 20).

DURCHFÜHRUNG:

Bei deinem nächsten Einkauf klebst du die Zettel unauffällig auf die Schokoladenprodukte im Supermarktregal. Je nach Slogan kannst du sie z.B. auch auf dem Spiegel der Kundentoilette eines Kaufhauses anbringen – jeder, der auf die Toilette geht, wird auch den Zettel lesen! Auf diese Weise lassen sich Menschen mit sehr geringem Aufwand erreichen.

KURZ GESAGT: KLEIN/GELB/BLITZSCHNELL

ZIEL: Einzelpersonen werden bei ihrem Einkauf irritiert. Sie überdenken ihr Konsumverhalten, besuchen die Kampagnenwebseite und unterzeichnen die Petition.
PERSONEN: mind. 1
AUFWAND: niedrig
MEDIENTAUGLICHKEIT: niedrig
DURCHFÜHRungszeit: beliebig
ORT: Verkaufsstellen für unfaire Schokolade, z.B. Supermarkt oder Kaufhaus
MATERIAL: Post-it-Block, Kugelschreiber

GUERILLA-AKTIONEN

Guerilla-Aktionen erzielen mit kleinen Mitteln eine große Wirkung, indem sie Botschaften kreativ, subversiv und dezentral verbreiten. Personen werden bei dieser Aktionsform in ihrem Alltag überrascht und irritiert. Guerilla-Aktionen solltet ihr im Vorfeld nicht bekannt geben. Ihr wollt eine Pressemitteilung schreiben? Dann versehe sie mit einer Sperrfrist! So wird erst nach der Aktion darüber berichtet.

...UND ALLE SO YEAH!

JUBELDEMO

ZIEL: PassantInnen werden durch satirische „Überaffirmation“ des Problems irritiert. Sie lernen die Kampagne kennen und unterschreiben die Petition. Es wird ein medienwirksames Bild erzeugt, das JournalistInnen nutzen, um über die Kampagne zu berichten.
PERSONEN: mind. 10
AUFWAND: mittel
MEDIENTAUGLICHKEIT: mittel
DURCHFÜHRUNGSZEIT: 1 Stunde
ORT: öffentliche Plätze, z.B. Fußgängerzone
MATERIAL: Schicke Anzüge, bzw. Kostüme, Schilder, Transparent, Kampagnenflyer, evtl. Trommeln, Rasseln, Megafon

VORBEREITUNG:

Überlegt euch eine Demo-Route, auf der ihr möglichst viele Menschen erreicht. Meldet die Aktion beim Ordnungsamt an und schreibt eine Pressemitteilung dazu. Schmeißt euch in ein Geschäftsoutfit und tragt die Logos unfairer Schokoladenunternehmen gut sichtbar auf Rücken und Brust (z.B. durch übergroße Papierbuttons). Bastelt Schilder mit euren Slogans (z.B. „Hungerlöhne? Mir doch egal!“ oder „Kinderarbeit? Supergeil!“), malt ein Transparent und denkt euch einige ironische Parolen für die Demo aus. Bereitet einen satirischen Redebeitrag mit euren Forderungen vor: Senkung des Kakaopreises, Ausbau der Kinderarbeit, Erhalt der Monokultur, etc.

DURCHFÜHRUNG:

Als VertreterInnen der Schokoladenindustrie verkleidet trefft ihr euch an einem öffentlichen Platz, posiert für die Presse, verlest euren Redebeitrag und beantwortet Fragen. Danach marschiert ihr mit euren Schildern und eurem Transparent durch die Innenstadt und skandiert lautstark Parolen wie „Hoch lebe die – Schokoindustrie“, „Kinderarbeit ist kein Verbrechen!“ Je mehr Lärm ihr macht, desto mehr Aufmerksamkeit werdet ihr erzeugen. An Plätzen mit besonders viel Publikum könnt ihr weitere Zwischenkundgebungen abhalten. Je besser die Aktion inszeniert ist, desto größer die Irritation. Wichtig ist, dass bei all dem Spaß euer Anliegen nicht zu kurz kommt. Daher sollten einige von euch dafür verantwortlich sein, irritierte PassantInnen anzusprechen und ihnen den Kampagnenflyer in die Hand zu drücken.

Tipp: Die Aktionsform eignet sich zur Kombination mit dem „Versteckten Theater“ (siehe „Entschuldigung, aber wussten Sie schon...?): Falls ihr genug Leute seid, könnt ihr z.B. eine lautstarke Diskussion zwischen „falschen“ DemonstrantInnen und „falschen“ PassantInnen inszenieren.

KURZ GESAGT: SATIRE/JUBEL/VERKEHRTE WELT

„ENTSCHULDIGUNG, 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 der Kampagne kennen und unterschreiben die Petition.
PERSONEN: 2-4
AUFWAND: mittel
MEDIENTAUGLICHKEIT: niedrig
DURCHFÜHRUNGSZEIT: 10 Minuten, wiederholbar
ORT: beliebig, z.B. im Supermarkt oder in der U-Bahn
MATERIAL: Kampagnenflyer

VORBEREITUNG:

Lest euch Kampagnenmaterial zu Make Chocolate Fair! durch. Es ist wichtig, dass ihr euch inhaltlich so sicher fühlt, 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 bemerken, dass ihr euch kennt. Wenn genug andere Menschen in der Nähe sind, legt eine Person eine Tafel konventionelle Schokolade in ihren Einkaufswagen (bzw. beginnt in der U-Bahn, einen Schokoriegel zu essen).
Daraufhin wird sie von der zweiten Person, die scheinbar zufällig vorbeikommt, in ein Gespräch über die Probleme im Kakaoanbau verwickelt („Entschuldigung, dass ich mich einmische, aber wussten Sie schon...?“).
Wenn ihr mehr als 2 Personen seid, schalten sich die anderen nun nach und nach in das Gespräch ein. Versucht auch unbeteiligte PassantInnen in das Gespräch zu verwickeln („Was denken Sie denn dazu...?“).
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.

KURZ GESAGT: SUPER/MARKT/SUBVERSIV

WER HAT ANGST VOR'M SCHOKOMONSTER?

FLASHMOB

ZIEL: Unbeteiligte PassantInnen werden aus ihrer Routine herausgerissen – mit einem Bild, das nachhaltig in Erinnerung bleibt. Sie erfahren von der Kampagne und unterzeichnen die Petition. PERSONEN: mind. 5 AUFWAND: mittel MEDIENTAUGLICHKEIT: mittel DURCHFÜHRUNGSZEIT: 5 Minuten, an anderen Orten wiederholbar ORT: belebte öffentliche Plätze MATERIAL: mind. 1 x1 Meter großer Pappkarton, Pinsel, Farben (braun und schwarz, evtl. auch weiß oder rot), Schere oder Teppichmesser, Kampagnenflyer

VORBEREITUNG:

Schneidet den Pappkarton so zurecht, dass ihn sich eine Person über den Kopf stülpen kann – hier ist eure Kreativität gefragt! Denkbar sind z.B. nur Sehschlitze oder Löcher für Kopf und Arme. Bemalt den Karton danach zu einer überdimensionalen Schokoladentafel. Auch hier könnt ihr euch austoben und der Schokoladentafel noch ein grimmiges Gesicht verpassen.

Tipp: Sehr große und längliche Pappkartons, die sich gut für die Aktion eignen, kann man unter anderem in Fahrradgeschäften bekommen. Einfach mal nachfragen!

Einigt euch dann auf eine belebte Straße oder einen Platz, an dem ihr den Flashmob durchführen wollt. Besprecht dabei auch, in welche Richtung ihr laufen wollt und wo die Aktion enden soll.

KURZ GESAGT: PAPPE/MONSTER /SPORT

DURCHFÜHRUNG:

An einer unauffälligen Stelle kleidet ihr eine Person von euch mit dem Schokoladenkostüm ein. Und dann geht es auch schon los: Laut schreiend lauft ihr davon, während die Schokoladentafel die Verfolgungsjagd aufnimmt. Bleibt dicht zusammen und achtet darauf, dass ihr dabei ernst bleibt – und dass ihr nicht zu schnell lauft! Schließlich wollt ihr das Schokomonster nicht wirklich abhängen. Auf eurer Flucht lasst ihr die Kampagnenflyer fallen, welche die erschrockenen PassantInnen aufheben und durchlesen.

Unter www.flash-mob.de könnt ihr euren Flashmob nach Region eintragen.

DEINE STIMME FÜR FAIRE SCHOKOLADE

PROTESTSPAZIERGANG

ZIEL: PassantInnen werden neugierig und auf die Forderungen der Kampagne aufmerksam gemacht.
PERSONEN: mind. 3 – je mehr, desto besser!
AUFWAND: niedrig
MEDIENTAUGLICHKEIT: niedrig
DURCHFÜHRUNGSZEIT: je nach Wunsch
ORT: Fußgängerzone, Einkaufszentren o.ä.
MATERIAL: Pappkarton, Schere, Messer, Stifte, Holzstecken, Klebeband, Kampagnenmaterial

VORBEREITUNG:

Schneidet die Pappkartons zu großen Sprechblasen aus und schreibt darauf eure Slogans (z.B. „I want my chocolate fair!“ oder „Für Schokolade ohne Kinderarbeit“). Befestigt einen Holzstecken an der Hinterseite jeder Sprechblase.

DURCHFÜHRUNG:

Mit den Schildern geht ihr in der Stadt bummeln und verhaltet euch wie normale PassantInnen. Da dies offiziell keine angemeldete Demonstration ist, dürfen max. 2 Personen zusammen laufen! Am besten lauft ihr immer im Abstand von zehn Metern hintereinander und tut so, als würdet ihr euch nicht kennen. Je mehr ihr seid, desto auffälliger wird eure Aktion. Achtet darauf, dass die Sprechblasen immer gut lesbar sind. Wenn ihr angesprochen oder interessiert angeguckt werdet, drückt den Leuten einen Kampagnenflyer in die Hand.

KURZ GESAGT: BUMMEL/SPRECHBLASEN/PROTEST

EIN HERZ FÜR UNTERNEHMEN

GUERILLA-AKTION

ZIEL: Einzelnen PassantInnen werden durch eine satirische Ansprache irritiert und provoziert und dadurch zum Nachdenken angeregt. Sie lernen die Kampagne kennen und unterzeichnen die Petition.
PERSONEN: mind. 2
AUFWAND: niedrig
MEDIENTAUGLICHKEIT: niedrig
DURCHFÜHRUNGSZEIT: 2-3 Stunden
ORT: Fußgängerzone, öffentliche Plätze
MATERIAL: Spendendosen, Hinweisschilder, Make Chocolate Fair!-Unterschriftenlisten und –Kampagnenmaterial, ggf. Bauchladen

VORBEREITUNG:

Bastelt ein Hinweisschild mit der Aufschrift „Ein Herz für Unternehmen – Hier spenden!“. Übt das gezielte Ansprechen von PassantInnen. Überlegt euch, was mit dem gesammelten Geld geschehen soll. Sammelt Infos zu einzelnen Unternehmen, um sie während der Aktion parat zu haben.

DURCHFÜHRUNG:

Mit euren Spendendosen und dem Hinweisschild geht ihr durch die Innenstadt und sprecht gezielt Leute an, ob sie nicht für ein Schokoladenunternehmen spenden wollen. Den verdutzten PassantInnen erklärt ihr, dass die Unternehmen ihr hart erarbeitetes Geld leider für andere Dinge benötigen (wie z.B. Werbung oder Verpackungsdesign) und den Kakaobauern und -bäuerinnen daher keinen fairen Preis zahlen können, der ihre Grundbedürfnisse abdeckt. Deshalb sind nun die BürgerInnen gefragt! Erwähnt z.B., dass Ferrero im letzten Jahr leider „nur“ ca. 800 Millionen Euro Gewinn gemacht hat und über 300 Millionen Euro für Werbung ausgeben musste.
Versucht, über die Spendenwerbung mit den Leuten ins Gespräch zu kommen. Macht ihnen anschließend klar, dass es sich um eine ironische Aktion handelt. Informiert sie über die Kampagne, gebt ihnen den Flyer mit und lasst sie die Petition unterschreiben.

KURZ GESAGT: SPENDEN/VERWIRRUNG/HERZ

NACHGEHAKT

SOCIAL MEDIA-AKTION

ZIEL: Auf der Internetseite, dem Facebook-Auftritt oder dem Blog eines Schokoladenunternehmens entsteht eine Diskussion über die Missstände im Kakaoanbau. Das Unternehmen ist zu einer Stellungnahme gezwungen. Andere UserInnen werden über die Probleme beim Schokoladenkauf und die Kampagne informiert.
PERSONEN: mind. 10 – je mehr, desto besser!
AUFWAND: niedrig
MEDIENTAUGLICHKEIT: niedrig (im Sinne der Medienberichterstattung)
DURCHFÜHRUNGSZEIT: über mehrere Tage hinweg, jeweils 10-20 Minuten
ORT: im Internet
MATERIAL: Laptop und Internetzugang, Kampagnenmaterial

KURZ GESAGT: WEB2.0/LIEBLINGS-SCHOKI/NERVEN

VORBEREITUNG:

Bei dieser Aktion ist es wichtig, dass ihr euch inhaltlich gut vorbereitet, damit ihr in einer Diskussion überzeugend argumentieren könnt. Lest hierzu nochmal das Kampagnenmaterial von Make Chocolate Fair!. Sucht euch eine geeignete Plattform für eure Aktion, z.B. den Facebook-Auftritt oder den Blog des Herstellers eurer Lieblingsschokolade.

DURCHFÜHRUNG:

Eine Person legt los und schreibt in einem Kommentar, dass sie von Missständen im Kakaoanbau gehört hat. Direkte Fragen („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 dem Unternehmen, sich zu positionieren. Im Idealfall mischen sich weitere, vorher nicht eingeweihte UserInnen in die Diskussion ein. Sie erfahren von der Kampagne und das Unternehmen muss Stellung beziehen.

Tipp: Ihr könnt auch selbst über Mail-Verteiler, Facebook-Seiten oder Blogs zur Teilnahme an der Aktion aufrufen – vielleicht finden sich so noch mehr MitstreiterInnen!

DIE SCHOKOLADEN-TAFEL

FAIRES FRÜHSTÜCK

VORBEREITUNG:

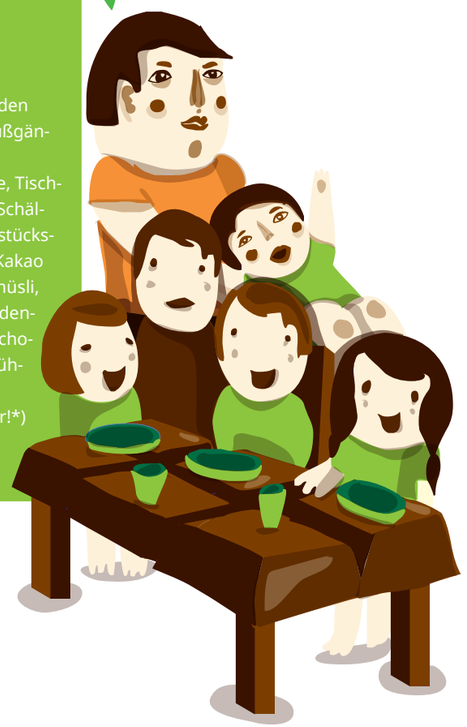
Meldet die Veranstaltung an, falls ihr sie an einem öffentlichen Ort durchführen wollt. Sobald ihr einen Ort gefunden und alle Materialien beisammen habt, macht ordentlich Werbung für eure Veranstaltung! Ihr könnt z.B. eine Pressemitteilung schreiben, Plakate aufhängen oder Flyer austeilen. Lest euch auch das Kampagnenmaterial noch einmal durch, damit ihr die Themen vorstellen und diskutieren könnt. Am Tag der „Schokoladen-Tafel“ trefft ihr euch mindestens eine Stunde vor Beginn, um die Tische aufzubauen, zu decken und das Kampagnenmaterial auszulegen.

DURCHFÜHRUNG:

Setzt euch an die Tische – und frühstückt nach Herzenslust! Wenn ihr an einem öffentlichen Ort seid, dann ladet PassantInnen dazu ein, sich zu euch zu setzen. Verwickelt sie in ein Gespräch, erzählt ihnen von der Kampagne und lasst sie die Petition unterschreiben.

ZIEL: Menschen lernen faire Schokoladenprodukte kennen und werden in Gespräche über Probleme im Kakaoanbau und den fairen Handel verwickelt. Sie werden über die Kampagne aufgeklärt und unterzeichnen die Petition.
PERSONEN: mind. 4
AUFWAND: hoch
MEDIENTAUGLICHKEIT: mittel
DURCHFÜHRUNGSZEIT: 2 Stunden
ORT: beliebig, z.B. in der Fußgängerzone oder im Weltladen
MATERIAL: Tische und Stühle, Tischdecken, Tassen, Teller und Schälchen, Besteck, Gläser; Frühstückssachen mit zertifiziertem* Kakao (z.B. Brotaufstrich, Schokomüsli, selbstgebackener Schokoladenkuchen, Trinkschokolade, Schokostreusel o.ä.) ; weitere Frühstücks-Lebensmittel wie Brötchen, Saft, (zertifizierter!*) Kaffee und Milch, Kampagnenmaterial

KURZ GESAGT: FRÜHSTÜCK/TAFEL/LECKER



*ZERTIFIZIERT VON FAIRTRADE, UTZ ODER RAINFOREST ALLIANCE

QUADRATISCH, PRAKTISCH – FAIR?

ADBUSTING

ZIEL: PassantInnen und KundInnen werden irritiert und hinterfragen die Werbung für ihre Lieblingsschokoladenprodukte. Sie erfahren von der Kampagne und unterschreiben die Petition **PERSONEN:** mind. 2 **AUFWAND:** hoch **MEDIENTAUGLICHKEIT:** mittel **DURCHFÜHRUNGSZEIT:** 2-3 Stunden **ORT:** belebter öffentlicher Ort **MATERIAL:** dünne Pappe, Teppichmesser, Kreide oder Kreidespray

ADBUSTING

Bei Adbusting-Aktionen werden Logos, Schriftarten oder Slogans von Unternehmen verfremdet, um eigene Botschaften zu verbreiten. Häufig wird dabei kommerzielle Werbung im öffentlichen Raum überklebt oder übermalt. Oder aber es werden völlig neue Botschaften erstellt, die dann z.B. auf Fußwege gesprayt oder als gefälschtes Werbematerial verteilt werden können.

Zeichnet diese Adbusts auf die Pappen und schneidet mit den Teppichmessern daraus Schablonen. Erstellt auch eine Schablone mit dem Logo von Make Chocolate Fair! und dem Link zur Kampagnenwebseite. Wer noch kreativer sein will, kann auch Schokotafeln, -eier oder –hasen dazuzeichnen, die auf die jeweilige Marke verweisen.

VORBEREITUNG:

Für eine Adbusting-Aktion braucht ihr viel Kreativität und ein wenig Geschick. Sucht euch Werbeslogans oder Logos von Schokoladenunternehmen, die ihr verfremden möchtet. Denkbare Adbusts sind z.B.:

- Blindt-Schokolade (statt Lindt-Schokolade)
- Bitter Sport (statt Ritter Sport)
- Merci... für nichts! (Schokolade von Storck)

DURCHFÜHRUNG:

Bringt eure Adbusts im öffentlichen Raum an – dazu gibt es viele Möglichkeiten! Sprayt z.B. eure verfremdeten Logos auf den Fußweg vor einem Schokoladengeschäft oder auf alte Wahlplakate. Bringt immer auch ein Make Chocolate Fair-Logo mit Link zur Kampagnenwebseite an. Anstatt Schablonen zu basteln, könnt ihr eure Adbusts auch als Aufkleber, Post-its oder Flyer in der Öffentlichkeit bringen. Dokumentiert eure Aktion und stellt sie ins Internet, um so zusätzliche Aufmerksamkeit zu erregen!

KURZ GESAGT: SCHABLONE/KREATIV/SPRAY

FEIERN FÜR FAIRNESS

PARTY

ZIEL: Viele Menschen werden auf die Kampagne aufmerksam und unterzeichnen die Petition. Die Kampagne verbreitet sich über soziale Netzwerk **PERSONEN:** mind. 5 **AUFWAND:** hoch **MEDIENTAUGLICHKEIT:** niedrig **DURCHFÜHRUNGSZEIT:** je nach Feierwütigkeit **ORT:** Kulturzentrum, Bar, Club oder Partykeller **MATERIAL:** Soundsystem, Diskokugel, Getränke, Deko, Plakate, Partyflyer, Kampagnenmaterial, Petitionslisten, Spendenbox

VORBEREITUNG:

Eine ganze Party zu stemmen ist ganz schön viel Aufwand! Deshalb ist es hier besonders wichtig, dass ihr eine Planungsgruppe bildet, die für die Vorbereitung und Durchführung verantwortlich ist. Denkt euch ein geeignetes Partymotto aus, das mit der Kampagne in Verbindung steht (z.B. „Feiern für faire Schokolade“). Organisiert einen geeigneten Raum, kümmert euch um technisches Equipment und fragt Bands und DJs für die Musik an. Faire Schokosnacks oder -getränke sollten natürlich nicht fehlen. Erzählt euren FreundInnen von der Party, verbreitet sie über soziale Netzwerke und macht mit Flyern und Plakaten Werbung an geeigneten Orten. Falls es euch gelingt, bekannte lokale DJs zu gewinnen, könnt ihr das Event auch im größeren Stil bewerben. Für die Party braucht ihr viele helfende Hände, z.B. für Auf- und Abbau, Einlass und Barschichten. Kümmert euch rechtzeitig um Unterstützung, macht einen Schichtplan und sorgt dafür, dass die Verantwortlichkeiten klar sind – damit ihr nicht am Ende alles alleine machen müsst.

Tipp: Oft vermieten Kneipen oder Bars für gemeinnützige Projekte ihre Räumlichkeiten kostenlos, solange die Getränkeeinnahmen an sie gehen. Einfach mal nachfragen!

KURZ GESAGT: EKSTASE/DISKOKUGEL/SPASS

DURCHFÜHRUNG:

Bei diesem Event geht es nicht um Informationstiefe, sondern der Spaß steht hier im Vordergrund! Trotzdem solltet ihr dafür sorgen, dass die Inhalte der Kampagne nicht völlig untergehen. Fordert z.B. als „Eintritt“ eine Unterschrift für die Petition und stellt eine Spendendose auf. Legt den Kampagnenflyer aus und verweist zwischen den Musik-Acts kurz auf Make Chocolate Fair!.

10 SCHRITTE ZUR ERFOLGREICHEN AKTION

1. DIE GRÜNDUNG EINER PLANUNGSGRUPPE

Ihr habt MitstreiterInnen gefunden und möchtet nun aktiv werden? Bestimmt auf jeden Fall eineN AktionsleiterIn, der/die den Überblick behält. Verteilt die Aufgaben genau und klärt die Rollen der jeweiligen AktivistInnen (z.B. zuständig für die Aktionsregie, Presse, Unterschriftensammlung, Dokumentation, etc). Erstellt einen Zeitplan, in dem ihr die einzelnen Schritte bis zur Aktion festlegt.
Am Ende jeder Zusammenkunft sollte klar sein: Wer? Macht was? Bis wann? Mit wem? Was wird benötigt? Wichtig: Haltet die Ergebnisse eurer Planungstreffen in einem Protokoll fest und plant genügend Vorbereitungszeit für eure Aktion ein!

2. THEMENFINDUNG

Klar ist, es geht um unfaire Schokolade. Dennoch solltet ihr euch auf ein genaues Aktionsthema einigen: Wollt ihr einfach generell die Botschaft von Make Chocolate Fair! verbreiten? Oder geht es darum, ein spezifisches Problem im Kakaoanbau (z.B. ausbeuterische Kinderarbeit oder unfaire Preise) hervorzuheben? Hintergrundinformationen zu den Zielen und Forderungen der Kampagne findet ihr unter www.de.makechocolatefair.org. Oder ruft uns an, wir unterstützen euch gerne bei der Konkretisierung eures Aktionsthemas.

Zusätzlich empfiehlt es sich zu überlegen, ob ihr einen Bezug zu einem regionalen Ereignis wie einer kulturellen oder politischen Veranstaltung oder einem Straßenfest herstellen könnt. Zaungäste mit und ohne Presseausweis finden sich so viel leichter!

3. DIE ZIELGRUPPE

An wen soll sich eure Aktion richten? Definiert eure Zielgruppe und überlegt euch, wie ihr diese gut erreichen könnt. Überlegt, welche Informationen für die Zielgruppe von besonderer Bedeutung sein könnten und wie ihr diese am besten vermitteln könnt. Bei einem einkaufsfreudigen Publikum in der Fußgängerzone sind z.B. andere Informationen und Vermittlungsformen gefragt als bei Studierenden, die an einem Workshop teilnehmen. Falls ihr euch an die Presse richtet, gilt es, ein paar besondere Regeln zu beachten, damit eure Aktion für die Berichterstattung attraktiv wird (siehe dazu Schritt 9).
Egal um welche Zielgruppe es sich letztlich handelt, versucht eure Aktion spannend und ggf. interaktiv aufzubauen.

4. DAS „DREHBUCH"

Bei der Durchführung von Aktionen empfiehlt sich eine Art „Drehbuch", der den geplanten Ablauf der Aktion skizziert. Gliedert eure Aktion in verschiedene Einzelschritte und listet diese auf. Folgende Angaben gehören dazu: Chronologischer Ablauf mit Zeitangaben, die genauen Aufgaben und die dafür verantwortlichen Personen mitsamt ihrer Handynummern. Sinnvoll ist auch eine Liste von Ersatzkräften, die bei einem Ausfall kurzfristig einspringen können. Wenn ihr mit Hausmeistern, Technikern, Platzwarten, etc. zusammenarbeitet, bzw. auf deren Unterstützung angewiesen seid, lasst auch diesen das Drehbuch zukommen.
Je nach Koordinationsaufwand empfiehlt es sich, eineN RegisseurIn zu bestimmen, die die einzelnen Handlungsabläufe aufeinander abstimmt.

5. DER ORT

Der Ort der Aktion beeinflusst wesentlich die Art und Weise, wie ihr die Inhalte eurer Aktion transportiert. Schaut euch den Ort vorher schon mal in Ruhe an, um zu überlegen, was dort machbar ist und was nicht. Werdet ihr an diesem Ort von PassantInnen wahrgenommen? Haben diese die Möglichkeit, näher zu kommen und für ein Gespräch stehen zu bleiben? Eignet sich der Ort für ein gutes Pressefoto (siehe Seite 10)? Oder auch ganz technisch: Woher bekommt ihr Strom, falls ihr für die Aktion welchen benötigt? Kann ggf. ein Transportauto am Ort abgestellt werden? Bei Aktionen im Freien überlegt euch Ausweichmöglichkeiten für den Fall, dass es am Aktionstag regnet.

6. DER ZEITPUNKT

Die Wahl des richtigen Zeitpunktes ist nicht zu unterschätzen! Da ihr mit eurer Aktion möglichst viele eurer Zielgruppe ansprechen möchtet, solltet ihr darauf achten, dass keine größeren Veranstaltungen zur selben Zeit am selben Ort, bzw. in der näheren Umgebung stattfinden. Sucht euch ggf. einen bestimmten Jahrestag für eure Aktion wie z.B. den Tag der Menschenrechte oder den Tag gegen Kinderarbeit. Jahrestage sind gerade für die Presse ein guter Anlass, über eine passende Aktion zu berichten. Außerdem können hier leichter Kooperationen mit anderen Gruppen eingegangen werden. Oder wählt einen Zeitraum aus, in dem der Schokoladenkonsum besonders hoch ist wie z.B. vor Weihnachten oder Ostern.
Wichtig: Plant bei der Wahl des Zeitpunktes auf jeden Fall genug Vorbereitungszeit für die Aktion ein!

7. DAS MATERIAL

Aktionsmaterial

Je origineller eure Materialien bei der Aktion sind, desto eindrücklicher ist die Wirkung. Riesentransparente, Großpuppen, Plakate, Kostüme etc. ziehen die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich. Es gilt die Faustregel: Je mehr Sinne angesprochen werden, desto besser. Entscheidend bei der Wahl eurer Materialien sind folgende Überlegungen: Sind die Materialien ansprechend? Passen Sie zur Thematik und zum Ort? Fühlt sich die Zielgruppe davon angesprochen?

Werbe- und Infomaterial

Damit möglichst viele Menschen von eurer Aktion erfahren, solltet ihr im Vorfeld durch Flugblätter, Plakate und andere Informationsmaterialien darauf aufmerksam machen. Bewerbt die Aktion vor allem an Orten, wo sich eure Zielgruppe besonders häufig aufhält.
Falls ihr eigene Flugblätter oder Plakate kreiert, denkt daran: Flugblätter und Plakate sollen die Leute im Vorbeigehen informieren und ihr Interesse wecken. Deshalb sollte alles Wichtige auf einen Blick zu erfassen sein! Natürlich solltet ihr nach Möglichkeit eure Aktion auch in den sozialen Netzwerken und über Email-Verteiler bekanntgeben.
INKOTA stellt euch das Make Chocolate Fair!-Logo und Textbausteine zur Kampagne gerne zur Verfügung und hilft euch bei der Werbung. Für die Aktion selbst schicken wir euch außerdem, wenn ihr wollt, Flyer, Unterschriftenlisten und Infoblätter von Make Chocolate Fair! zu.

8. DIE GENERALPROBE

Eine Generalprobe ist immer zu empfehlen – nicht nur dann, wenn ihr zum ersten Mal eine Aktion durchführt. Bei einer guten Aktion muss das Timing stimmen, denn verschiedene Akteure müssen präzise zusammenarbeiten. Je mehr Koordination dafür erforderlich ist, desto wichtiger wird es, die Abläufe vorher schon einmal gemeinsam durchzugehen. Denkt daran, technische Geräte nochmals auf ihre Funktionstüchtigkeit zu überprüfen!

9. DIE PRESSE

Pressearbeit ist ein gutes Mittel, um eure Gruppe, bzw. eure Aktion bei möglichst vielen Menschen bekannt zu machen. Verschickt eine Pressemitteilung an eure lokalen Medien und ladet JournalistInnen zu eurer Aktion ein oder veranstaltet ein Pressegespräch. Wenn ihr eine eigene Webseite habt, stellt auch dort die Pressemitteilung und Fotos zum Download zur Verfügung und verweist JournalistInnen auf den Link.

Pressemitteilung

Bei Pressemitteilungen gilt: Das Wichtigste kommt zuerst! Die fünf W's – Wer? (Veranstalter), Wo? (Ort), Wann? (Termin), Warum? (Grund), Was? (Ablauf) – sollten gleich am Anfang beantwortet werden. Überlegt euch eine Hauptaussage, die ihr transportieren wollt und baut den Text danach auf. Konzentriert euch ansonsten auf zentrale Informationen und formuliert kurze und einfache Sätze. Baut geeignete Zitate ein, um den Text aufzulockern und ihm eine persönliche Note zu geben. Die Mitteilung sollte insgesamt nicht länger als eine Seite werden. Vergesst nicht, für Rückfragen jemanden aus eurer Gruppe als Ansprechperson mit Telefonnummer und Adresse anzugeben. Verschickt die Pressemitteilung etwa sieben Tage vor der Aktion an relevante Medieninstitutionen. Soll eure Aktion geheim bleiben und erst im Nachhinein darüber berichtet werden, so muss auf der Pressemitteilung als Sperrfrist das Datum und die Uhrzeit der Aktion angegeben werden. Die JournalistInnen dürfen erst nach dessen Ablauf den Inhalt eurer Pressemitteilung veröffentlichen.

INKOTA unterstützt euch gerne beim Schreiben der Pressemitteilung und kann sie auch über seinen Presseverteiler schicken.

Pressegespräch:

Es kann sein, dass JournalistInnen am Aktionsort ein Interview mit euch führen möchten. Überlegt euch im Voraus, welche Fragen euch erwarten könnten und haltet die wichtigsten Kernaussagen in kurzen, verständlichen Sätzen schriftlich fest. Im Pressegespräch gilt das Motto „weniger ist mehr": Bringt knackige Botschaften unter und wartet auf Nachfragen, um weitere Details zu schildern.

10. NACHBEREITUNG

Nachdem ihr eure Aktion durchgeführt habt, sorgt dafür, dass ihr euren Aktionsort wieder vollständig herstellt und entstandenen Müll beseitigt. Wenn ihr Bilder oder Videos von der Aktion gemacht habt, ladet eine Auswahl auf eure Webseite oder auf Social Media-Plattformen und ruft nochmal zum Unterschreiben der Petition auf.

Außerdem gilt: Nach der Aktion ist vor der Aktion! Wertet eure Aktion zeitnah aus: Was war gut? Was könnt ihr beim nächsten Mal besser oder anders machen? Wer hat über eure Aktion berichtet? Haben sich irgendwelche neuen Kontakte ergeben, die für weitere Aktionen genutzt werden können? Wie könnte eine nächste Aktion aussehen?

DIE CHECKLISTE: Jetzt müsstet ihr eigentlich für eure Aktion startklar sein. Oder? Um euch zu vergewissern, finden ihr auf Seite 30 des Aktionshandbuches eine Checkliste, die euch hilft, eure Aktion nochmals zu durchdenken. Na dann: Auf die Plätze....fertig.....los!

RECHTLICHER RAHMEN

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. In der Anmeldung müssen folgende Informationen enthalten sein:

- Beginn, Dauer, Ort der Versammlung
- Das Thema der Versammlung
- Veranstalter/Organisatoren
- Erwartete TeilnehmerInnenzahl
- Geplante einsetzbare Mittel (Fahrzeuge, Megafon, Musik, Transparente, etc.)
- Verantwortliche Person

Die verantwortliche Person ist dann tatsächlich auch für alles verantwortlich, was auf der Versammlung/Demonstration passiert. Sie ist AnsprechpartnerIn 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 im öffentlichen Raum aufzustellen, beachtet, dass diese genehmigt werden müssen. Eine Sondernutzungserlaubnis kann in der Regel beim Ordnungsamt erhalten werden. Erkundigt euch einfach in eurem Rathaus, an wen ihr euch diesbezüglich wenden solltet. Wer den Stand anmeldet, muss auch dort bleiben. Deswegen meldet den Stand besser als Gruppe an, dann müssen nicht durchgehend dieselben Leute am Stand stehen. Plant ihr einen Infostand im Rahmen eines Straßenfestes, wendet euch an die Veranstalter.

Bei Flugblättern und Plakaten, die ihr selbst entwickelt und druckt, muss immer irgendwo am Rand in kleiner Schriftgröße ein „Verantwortlicher im Sinne des Pressegesetzes" (V.i.S.d.P.), also eure Organisation oder euerE AktionsleiterIn mit Name und Adresse stehen. Um Flugblätter zu verteilen, bedarf es keiner Genehmigung. Solltet ihr die Flugblätter in einem Geschäft oder auf Privatgelände verteilen wollen, müsst ihr vorher die Geschäftsführung bzw. die Verantwortlichen um Erlaubnis fragen.

Falls die Gesetzeslage euch unklar ist, fragt nach – entweder direkt bei den Behörden, bei eurer Organisation oder auch bei INKOTA.
Bei Guerilla- und Adbusting-Aktionen (siehe Seite 12 und 20) macht euch bewusst, dass ihr euch ggf. in einer rechtlichen Grauzone bewegt, da Veränderungen an kommerziellen Werbeflächen oder Produkten nicht erlaubt sind. Wägt ab, ob ihr die Aktion dennoch durchführen wollt.

FÜR ALLE EURE AKTIONEN GILT:
Wir würden uns sehr freuen, wenn ihr uns über eure Aktionen informiert und uns Fotos und Videos zukommen lasst! Gerne berichten wir davon auf unseren Webseiten, im Newsletter und auf unseren Social Media-Plattformen und hoffen, dass sich viele weitere engagierte Menschen von eurem Beispiel inspirieren und mobilisieren lassen!

FRAGE? ANTWORT!

Warum liegt der regionale Fokus der Kampagne auf Westafrika?

Rund 70% des weltweit angebauten Kakaos stammen aus den westafrikanischen Ländern Elfenbeinküste, Ghana, Nigeria und Kamerun. Die Mehrheit der 5,5 Millionen Kakaobäuerinnen und -bauern lebt in diesen Ländern. Sie produzieren überwiegend konventionellen Kakao für den Massenmarkt: Europa, der weltweit größte Schokoladenkonsument, importiert 90% seines Kakaos aus diesen Ländern. Neben der Tatsache, dass der Großteil des Kakaos aus Westafrika kommt, leben hier die meisten Kakaobäuerinnen und -bauern unterhalb der Armutsgrenze. Alleine in der Elfenbeinküste und Ghana arbeiten zudem etwa 2 Millionen Kinder auf den Kakaoplantagen, Hundertausende von ihnen unter ausbeuterischen Bedingungen.

Warum werden nur 100.000 Unterschriften gesammelt? Warum nutzt ihr nicht Online-Petitionen wie Avaaz oder Change.org

Es macht bei jeder Kampagne Sinn, sich ein konkretes Ziel zu setzen. Natürlich hören wir bei 100.000 Unterschriften nicht auf zu sammeln, es dürfen also gerne mehr Unterschriften werden. Die Kampagne ist insbesondere in osteuropäischen Ländern aktiv. Hier ist es oft schwieriger, Menschen für entwicklungspolitische Themen und für ein aktives Handeln zu mobilisieren. Im Internet gibt es inzwischen eine Vielzahl von Petitions-Plattformen, mit denen man sehr schnell sehr viele Unterschriften sammeln kann. Oft schwindet die Aufmerksamkeit für ein Thema dann aber wieder genauso schnell, wie sie aufgekommen ist. Unser Anspruch ist, dass die Menschen, die unsere Petition unterschreiben, sich wirklich mit dem Thema auseinandersetzen, ihr Konsumverhalten hinterfragen und über die Unterschrift hinaus aktiv werden. Deshalb haben wir uns für „echte“ Unterschriftenlisten entschieden, die wir mit vielen öffentlichen Aktionen und Veranstaltungen kombinieren.

Kann das Instrument Petition überhaupt etwas bewirken? Petitionen werden doch heutzutage inflationär gebraucht!

Petitionen bewirken dann nur wenig, wenn die Aufmerksamkeit schnell wieder schwindet. Wenn sie aber von öffentlichen Aktionen und Veranstaltungen vieler Menschen flankiert werden, können Unternehmen schnell kalte Füße bekommen und um ihren Ruf und die Kundschaft bangen. Die Kampagne für saubere Kleidung (CCC), die von INKOTA mitgetragen wird, hat in zahlreichen Fällen bereits erreicht, dass Unternehmen ihre Einkaufsstrategien geändert und sich die Arbeitsbedingungen aufgrund des öffentlichen Drucks verbessert haben. So haben zum Beispiel ehemalige Beschäftigte von Adidas in Indonesien nach einer CCC-Eilaktion im April 2013 endlich Entschädigungszahlungen erhalten. Auch Make Chocolate Fair! wird von den großen Schokoladenunternehmen bereits wahrgenommen und kritisch beobachtet. Das zeigt sich durch die Präsenz von Industrievertretern auf Veranstaltungen und Pressekonferenzen und durch diverse Kontaktaufnahmen vor und nach Aktionen.

Der Kakaopreis steigt doch seit einiger Zeit wieder, wo ist also das Problem?

Zwischen den 1980er und den 2000er Jahren hat sich der Weltmarktpreis für Kakao halbiert. Durch die daraus resultierenden sozialen und ökologischen Probleme geht in den letzten Jahren auch das Angebot zurück, während die Nachfrage bis heute weiter steigt. Dadurch steigt der Weltmarktpreis für Kakao seit einigen Jahren wieder an, zuletzt lag er erstmals seit langer Zeit wieder bei 3.000 US-Dollar pro Tonne. Das Problem: Erstens liegt dieser Preis immer noch deutlich unterhalb des Preisniveaus aus den 1980er Jahren. Zweitens erhöhen sich die Einnahmen der Kakaobauern und -bäuerinnen durch den gestiegenen Weltmarktpreis kaum: Der Preis, den die Bauernfamilien tatsächlich für ihre Kakaobohnen bekommen, ist nämlich oftmals noch niedriger als der Weltmarktpreis: Durch die schlechte Verhandlungsposition, die sich durch den mangelnden Zugang zu Marktinformationen ergibt, sind die Bäuerinnen und Bauern abhängig vom Preisdiktat der Zwischenhändler, die ihren Kakao aufkaufen. Im Gegensatz zu den kleinbäuerlichen Kakaobetrieben können sich die Unternehmen durch langfristige Lieferverträge und Absicherungsgeschäfte an der Börse gegen Preisschwankungen schützen.

Was kann die Zertifizierung von Kakao leisten?

Grundsätzlich sorgt eine Zertifizierung für einen vergleichsweise höheren Lebensstandard, trägt zum Schutz von Umwelt und Klima bei und führt zu mehr Transparenz innerhalb der Wertschöpfungskette von Kakao und Schokolade. Die Zertifizierungsorganisationen Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ zeichnen sich durch unabhängig Kontrollsysteme aus. Obwohl sie unterschiedliche Schwerpunkte verfolgen, garantieren alle die Einhaltung von sozialen, ökonomischen und ökologischen Standards. Daher fordern wir von den Schokoladenunternehmen, dass sie sich ihren Kakao von einer dieser Organisationen zertifizieren lassen. Aber Zertifizierung allein wird die Probleme im Kakaoanbau und -handel nicht vollständig lösen. Bisher liegen nur unzureichende Ergebnisse vor, welche Wirkung die verschiedenen Zertifizierungssysteme auf die Situation der Bauern und Bäuerinnen hat. Außerdem können die Zertifizierungsorganisationen nur bestimmte Mindeststandards setzen und durch ihre Maßnahmen lediglich bedingt Einfluss auf die Situation nehmen. Zur vollständigen und nachhaltigen Verbesserung der Situation in den Anbauländern bedarf es weitergehender Schritte, welche u.a. von Unternehmensseite getätigt werden müssen. Schließlich müssen auch strukturelle Probleme in der Kakaowertschöpfungskette angegangen werden, hier ist in erster Linie die Politik gefragt.

Warum ist die Schokoladenindustrie Adressat der Kampagne und nicht die Politik?

INKOTA hat in den vergangenen Jahren sehr gute Erfahrungen mit Kampagnen gemacht, die sich mit konkreten Forderungen an Unternehmen richten. Diese haben Angst vor Imageschäden und dem Verlust von KundInnen. Durch die Mobilisierung von KonsumentInnen können somit in kurzer Zeit Erfolge erzielt werden.
Trotzdem halten wir es für genauso wichtig, dass auch die Politik Rahmenbedingungen schafft, die Unternehmen gesetzlich in die Pflicht nehmen, Sozial- und Umweltstandards einzuhalten. Bei Verstößen muss es die Möglichkeit geben, die Unternehmen zu verklagen. Deshalb ist INKOTA unter anderem auch im CorA-Netzwerk engagiert. CorA ist ein Netzwerk von zivilgesellschaftlichen Organisationen, die sich dafür einsetzen, dass Unternehmen verpflichtet werden, die Menschenrechte sowie international anerkannte soziale und ökologische Standards zu respektieren.

NOCH MEHR INFOS

Infos rund um's Thema Kakao und Schokolade und zu Make Chocolate Fair! findet ihr unter www.de.makechocolatefair.org
Weitere INKOTA-Kampagnen und -Aktionen gibt's unter www.inkota.de/themen-kampagnen/

HINTERGRUNDINFOS ZUM KAKAOANBAU UND -HANDEL

- Cocoa Barometer (2012): www.cocoabarometer.org/Cocoa_Barometer/Download.html
- Hütz-Adams, Friedel/Südwind e.V. (2012): Vom Kakaobaum bis zum Konsumenten. Die Wertschöpfungskette von Schokolade. www.suedwind-institut.de/fileadmin/fuerSuedwind/Publikationen/2012/2012-18_Vom_Kakaobaum_zum_Konsumenten._Die_Wertschoepfungskette_von_Schokolade_download.pdf
- Hütz-Adams, Friedel/Südwind e.V.(2011): Ghana: Vom bitteren Kakao zur süßen Schokolade. Der lange Weg vom Handel in den Mund. www.steyler.de/media/svd/docs/Dokumente-Nachrichten/2011/2011-4-Ghana-Vom-bitteren-Kakao-zur-suessen-Schokolade.pdf
- Payson Center for International Development and Technology Transfer/Tulane University (2010): Oversight of Public and Private Initiatives to Eliminate the Worst Forms of Child Labor in the Cocoa Sector in Côte d'Ivoire and Ghana. www.childlabor-payson.org/Final%20Fourth%20Annual%20Report.pdf

DOKUMENTARFILME

- BBC (2010): Chocolate - The Bitter Truth (eng.): www.youtube.com/watch?v=LD85fPzLUjo&playnext=1&list=PLA5F7D4302C9ED514&feature=results_main
- 3Sat (2010): Schuften für Schokolade. www.3sat.de/mediathek/index.php?display=1&mode=play&obj=17898
- Kontraste (2013): Kinderarbeit für Schokoträume. www.youtube.com/watch?v=mNLh0LCMI0I

CLIPS

- Clip zur Osterhasen-Aktion von INKOTA (2014). www.youtube.com/watch?v=N2f_FKMM7r4
- Ruptly TV-Beitrag zur Weihnachtsmann-Aktion von INKOTA (2013). www.youtube.com/watch?v=wP6mHPgzV4E
- N24-Beitrag zu Weihnachtsmann-Aktion von INKOTA (2013). www.n24.de/n24/Mediathek/videos/d/3945946/fair-trade-schokolade-gegen-kinderarbeit.html
- Recafair (2013): Du bewegst mehr als du denkst www.recafair.de/mehr-als-du-denkst
- Recafair (2013): Du hast es in der Hand www.youtube.com/watch?v=QckbxOK9YGA

HILFREICHE WEBSEITEN

- International Cocoa Organization – www.icco.org
- World Cocoa Foundation – www.worldcocoafoundation.org
- International Labour Organization – www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--en/index.htm
- International Labor Rights Forum – www.laborrights.org/stop-child-labor/cocoa-campaign und www.laborrightsblog.typepad.com/international_labor_right/cocoa
- Kampagne „Aktiv gegen Kinderarbeit": www.aktiv-gegen-kinderarbeit.de

EUROPÄISCHE PETITION

Make Chocolate Fair

INKOTA

Wir fordern von den Schokoladenunternehmen:

- eine faire Bezahlung von Kakaobauern und -bäuerinnen und ihren ArbeiterInnen
- die Einhaltung der Menschen- und Arbeitsrechte entlang der gesamten Kakao-Wertschöpfungskette und die Ablehnung ausbeuterischer Kinderarbeit
- die Unterstützung von Kakaobauern und -bäuerinnen bei der Umsetzung einer nachhaltigen und diversifizierten Landwirtschaft
- die Anwendung eines unabhängigen Zertifizierungs- und Kontrollsystems

JETZT AKTIV WERDEN PETITION UNTERSCHREIBEN!

VOR- UND NACHNAME	UNTERSCHRIFT	Ich möchte den kostenlosen INKOTA-NEWSLETTER erhalten (bitte Email-Adresse angeben)

Die Petition wird den Schokoladenunternehmen auf ihrer Vollversammlung im Sommer 2015 überreicht. Wir behalten uns vor, bei passendem Anlass frühere Übergabeaktionen an bestimmte Unternehmen durchzuführen. Darüber hinaus werden personenbezogene Daten ausschließlich zur Versendung von Informationen des INKOTA-netzwerk e.V. verwendet und in keinem Fall an Dritte weitergegeben.

Schickt eure Unterschriften am besten zeitnah, aber spätestens bis April 2015 an: INKOTA-netzwerk e.V., Chrysanthemenstraße 1-3, 10407 Berlin

www.de.makechocolatefair.org

CHECKLISTE

WAS?	ABGEHAKT!
VOR DER AKTION	
Sind alle Einladungen an UnterstützerInnen, die Zielgruppe, JournalistInnen rausgegangen?	
Sind alle beteiligten AktivistInnen auf dem aktuellsten Stand der Information?	
Haben alle Zuständigen ein Drehbuch erhalten?	
Wissen auch die Personen vor Ort Bescheid, die bei den Planungen nicht dabei waren?	
Habt ihr eine schriftliche Genehmigung für eure Aktion? Habt ihr sie vor Ort dabei?	
Gibt es Ersatzpersonen, die auch über ihren möglichen Einsatz Bescheid wissen?	
Stehen sämtliche Materialien bereit, inklusive die Technik?	
Habt ihr euch eine Schlechtwetter-Variante überlegt?	
Ist der Aufbau der Materialien klar? Auch der Abbau? Habt ihr genügend HelferInnen dafür?	
Ist der Ort, an dem die Aktion stattfinden soll, gut gekennzeichnet? Macht es Sinn, Hinweisschilder aufzustellen?	
Gibt es eineN AktionsleiterIn?	
Sind die JournalistInnen mit Informationen versorgt? Gibt es für sie eine Ansprechperson vor Ort?	
Habt ihr eine Person für Foto- und/oder Videoaufnahmen?	
Gibt es eine Person, die die PassantInnen informiert?	
Gibt es einen Ort, an dem ihr mit allen AktivistInnen die Aktion noch mal auswerten könnt – eventuell mit einer Tasse heißer Schokolade?	
NACH DER AKTION	
Habt ihr über die Aktion in euren eigenen E-Mail-Newsletter, Webseiten oder anderen Publikationen berichtet?	
Habt ihr eine Auswahl von Fotos und/oder Videomaterial mit einem kurzen Bericht an INKOTA geschickt, damit wir auf unserer Webseite, Facebook und Newsletter über eure Aktion berichten können?	
Habt ihr ein kleines Dankeschön für alle ehrenamtlichen Helfer verteilt oder eine Dankes-Email verschickt?	

IHR HABT NOCH NICHT GENUG?

WERDET MITTRÄGER!

Ihr seid in einem Verein, einer Initiative oder einer Aktionsgruppe organisiert? Super! Werdet Mitträger der Kampagne und steht mit eurem Namen hinter den Forderungen der Kampagne.

Mehr Infos findet ihr unter:
www.de.makechocolatefair.org/mittraeger

VERLINKT UNS!

Verlinkt auf die Webseite von Make Chocolate Fair! und verbreitet Kampagnen-News auf Facebook.

KAUFT FAIR!

Kauft zertifizierte Schokolade oder fragt im Supermarkt oder bei den Unternehmen nach, wann eure Lieblingsschokolade fair verkauft wird.

LADET UNS EIN!

Unsere ReferentInnen kommen gerne zu euch, informieren über das Thema, stellen die Kampagne vor und unterstützen euch bei der Vorbereitung von Aktionen.

BESTELLT!

Wir schicken euch gerne unsere Kampagnenmaterialien zu. Hier geht's zur Bestellung:
www.de.makechocolatefair.org/material

SPENDET!

Eure Spende ermöglicht weitere Kampagnenaktionen und -veranstaltungen, mit denen wir den Druck auf die Schokoladenunternehmen erhöhen können!

Spendenkonto:
Konto: 155 500 0010, BLZ 350 601 90, KD-Bank
IBAN: DE06 3506 0190 1555 0000 10
BIC: GENODED1DKD
Stichwort: Make Chocolate Fair

WANTED: MITTRÄGER FÜR MAKE CHOCOLATE FAIR!

Ihr seid in einem Verein, einer Initiative oder einer Aktionsgruppe organisiert? Super! Werdet Mitträger der Kampagne und steht mit eurem Namen hinter den Forderungen von Make Chocolate Fair!

Je mehr wir sind, desto weniger können die Unternehmen unsere Botschaft ignorieren!

Einfach die folgende Erklärung ausfüllen und als Scan per Email oder als Kopie per Post an uns schicken:

ERKLÄRUNG ZUR MITTRÄGERSCHAFT DER KAMPAGNE MAKE CHOCOLATE FAIR!

Organisation: .....

Kontaktperson: .....

E-Mail Adresse: .....

Internetadresse: .....

Adresse (Str, Hausnr, PLZ, Ort): .....

.....

.....

.....

Hiermit werden wir Mitträger der Kampagne Make Chocolate Fair!*

- ☐ Wir möchten auf die Kampagne verlinken
- ☐ Wir möchten die Petition als Online-Tool auf unserer Webseite einbinden
- ☐ Wir entrichten einen Jahresbeitrag von
  - ☐ 50 Euro
  - ☐ 100 Euro
  - ☐ 500 Euro
  - ☐ . . . Euro
- ☐ Wir können leider keinen finanziellen Beitrag leisten

.....

Ort, Datum Unterschrift

*Die Mitträgerschaft ist bis 2015 befristet und kann jederzeit über eine formlose Mitteilung gekündigt werden

Als Mitträger führen wir euch mit Logo und Verlinkung unter www.de.makechocolatefair.org/mittraeger auf!

KONTAKT: LINA GROSS, KAMPAGNE MAKE CHOCOLATE FAIR!, EMAIL: MAKECHOCOLATEFAIR@INKOTA.DE, TELEFON: 030-4208202-57