

Q&A zur Make Chocolate Fair! Aktion „ALDI, EDEKA, REWE stoppt die Ausbeuter-Schokolade!

Zahlen und Fakten auf einen Blick

Rund 60 Prozent des weltweit angebauten Kakaos stammen aus Ghana und Côte d'Ivoire.

55 Prozent der ghanaischen Kakao-Haushalte erreichten laut einer aktuellen Studie[1] in der Saison 2024/2025 kein existenzsicherndes Einkommen von derzeit 4.333 US-Dollar/Jahr. Dies ist schon eine erhebliche Verbesserung im Vergleich zu zur Vergleichsstudie aus 2024, die die Einkommenssituation der Saison 2022/2023 untersuchte. Damals lag der Anteil der Kakao-Haushalte, die kein existenzsicherndes Einkommen erreichten, noch bei 91 Prozent. Die deutliche Verbesserung ist auf eine starke Erhöhung des Erzeugerpreises für Kakao zurückzuführen von GHS 12.8 per kg in

[1] COCOBOD/SWISSCO (2026): Income Study of Cocoa-Producing Households in Ghana. An evaluation of household income, living income gaps, and determinants.

2022/23 zu GHS 48.4 per kg in 2024/25 (Angabe in der Landeswährung). Dies zeigt, dass die Armut vieler Kakao-Familien mit einer Zahlung höherer Kakao-Preise durchbrochen werden kann.

Fairtrade-LIRP (LivingINcomeReferencePrice) 2026:

Ghana: 3.950 US-Dollar/Tonne;
Côte d'Ivoire: 3.110 US-Dollar/Tonne

Staatlich festgelegte Erzeugerpreise für die Ernte 2026/2027:

Ghana: 3.630 US-Dollar/Tonne
Côte d'Ivoire: 2.050 US-Dollar/Tonne

Lidl zahlt nach eigenen Angaben seit August 2026 für alle Eigenmarken-Schokoladen existenzsichernde Kakao-Preise.

Ziel der Kampagne: Aldi, Edeka und Rewe sollen für ihre Eigenmarken-Schokolade ebenfalls existenzsichernde Kakao-Preise zahlen.

Warum die Kampagne notwendig ist

1. Warum braucht es die Kampagne „Stoppt die Ausbeuter-Schokolade!"?

Millionen Kakaobäuerinnen und -bauern in Westafrika leben trotz harter Arbeit in Armut. Nach einer aktuellen Studie von COCOBOD und SWISSCO erzielen nur 45 Prozent der ghanaische Kakao-Haushalte ein existenzsicherndes Einkommen von etwa 4.333 US-Dollar.[2]

Armut gilt als zentrale Ursache vieler Probleme im Kakaosektor: Kinderarbeit, mangelnde Investitionen in die Farmen, schlechte Arbeitsbedingungen und die Ausweitung des Anbaus auf Waldflächen. Die Kampagne setzt deshalb an der Wurzel des Problems an: den zu niedrigen Einkommen vieler Kakaofamilien.

2. Was bedeutet „existenzsicherndes Einkommen"?

Ein existenzsicherndes Einkommen ermöglicht einer Familie einen angemessenen Lebensstandard aus eigener Arbeit. Dazu gehören ausreichend Nahrung, angemessener Wohnraum, Gesundheitsversorgung, Bildung, Kleidung, finanzielle Rücklagen sowie Investitionen in die eigene Farm.

Existenzsichernde Einkommen orientieren sich nicht am Existenzminimum, sondern an dem Einkommen, das für ein Leben in Würde notwendig ist.

---

[2] Ebd.

Dieses Prinzip findet sich auch in der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen. Artikel 23 garantiert das Recht auf eine gerechte Entlohnung, die einer Familie eine menschenwürdige Existenz sichert.

3. Warum sind höhere Kakaopreise notwendig?

Für die meisten Kakaobauernfamilien ist Kakao die wichtigste Einkommensquelle. Liegt der Erzeugerpreis dauerhaft unter den tatsächlichen Kosten einer nachhaltigen Produktion, bleibt Armut strukturell bestehen.

Existenzsichernde Preise ermöglichen Investitionen in die Farmen, höhere Erträge, bessere Arbeitsbedingungen und mehr Widerstandsfähigkeit gegenüber Klimarisiken. Ohne gerechte Preise lassen sich Verbesserungen im Kakaosektor langfristig nicht absichern.

4. Reichen höhere Preise allein aus?

Nein. Höhere Preise sind eine notwendige Voraussetzung, lösen jedoch nicht alle Probleme des Kakaosektors.

Zusätzlich braucht es: starke Produzentenorganisationen, Einkommensdiversifizierung, Zugang zu Bildung, Gleichstellung der Geschlechter, nachhaltige Anbaumethoden, die Klimaresilienz stärken, wirksame Maßnahmen gegen Kinderarbeit, verantwortungsvolle Einkaufspraktiken der Unternehmen, staatliche Regulierung von Mindeststandards.

Ohne ausreichende Einkommen greifen diese Maßnahmen jedoch oft zu kurz.

Existenzsichernde Preise und LIRP

5. Was ist ein Living Income Reference Price (LIRP)?

Ein Living Income Reference Price (LIRP) ist ein Referenzpreis, der angibt, welchen Preis Kakaobäuerinnen und -bauern mindestens erhalten müssten, um bei nachhaltiger Bewirtschaftung ihrer Farm ein existenzsicherndes Einkommen erzielen zu können.

Bei der Berechnung werden unter anderem Lebenshaltungskosten, Produktionskosten, realistische Erträge und wirtschaftlich tragfähige Farmgrößen berücksichtigt.

Der Ansatz wurde von Fairtrade International entwickelt und gilt als einer der transparentesten und am besten dokumentierten Ansätze zur Berechnung existenzsichernder Preise.[3]

---

[3] https://reference-prices.fairtrade.net/de/faqs-de
https://www.fairtrade.net/uk-en/get-involved/resources/media-centre/fairtrade-announces-new-living-income-reference-prices-for-cocoa.html

Für 2026 wurden von Fairtrade folgende Referenzpreise veröffentlicht:

- Ghana: 3.950 US-Dollar pro Tonne Kakao
- Côte d'Ivoire: 3.110 US-Dollar pro Tonne Kakao

6. Ich dachte, Fairtrade zahlt bereits faire Preise?

Fairtrade garantiert in seinem Kakao-Standard Mindestpreise und zahlt zusätzlich eine Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte der Kooperativen. Der Fairtrade-Mindestpreis dient jedoch in erster Linie als Schutz vor starken Preisverfällen. Er wurde nicht entwickelt, um ein existenzsicherndes Einkommen sicherzustellen.

Fairtrade hat zusätzlich den Living Income Reference Price entwickelt. Er ist höher als der Mindestpreis. Unternehmen können freiwillig über den Mindestpreis hinaus Zahlungen leisten, um die Einkommenslücke zu schließen.

7. Weltmarktpreise für Kakao sind stark gestiegen. Reicht das nicht aus?

Nein. Hohe Weltmarktpreise bedeuten nicht automatisch existenzsichernde Einkommen.

Erstens kommt nicht jeder Anstieg des Börsenpreises vollständig bei den Produzent*innen an. Zwischen Weltmarkt und Farm stehen staatliche Vermarktungssysteme, Exporteure, Verarbeiter, Hersteller und Handel.

Zweitens unterliegen Kakaopreise starken Schwankungen. Familien benötigen jedoch langfristig stabile Einkommen.

Drittens steigen gleichzeitig auch die Kosten für Lebensmittel, Transport, Dünger und Arbeitskräfte.

Viertens sind in den beiden Kakao-Hauptanbauländern - Côte d'Ivoire und Ghana – die Erzeugerpreise an die Farmer staatlich festgelegt (siehe Frage 8).

Entscheidend ist daher nicht der Weltmarktpreis allein, sondern das tatsächlich erzielte Einkommen der Produzent*innen.

---

https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/library/2026/west-africa-cocoa-living-income-reference-prices-2026/Living-income-reference-price-cocoa-ghana-cote-divoire-explanatory-note-2026.pdf

8. Warum ist der Kakao-Erzeugerpreis in Côte d'Ivoire und Ghana für die nächste Ernte trotz steigender Börsenpreise von den dortigen Behörden so niedrig festgelegt worden?

In Ghana und Côte d'Ivoire verkaufen Kakaobäuerinnen und -bauern ihren Kakao nicht direkt zum Weltmarktpreis. Staatliche Vermarktungsbehörden legen zu Beginn jeder Saison einen garantierten Erzeugerpreis fest.

Dabei orientieren sich die Behörden vor allem an den erwarteten Export-Erlösen und der Stabilisierung des Sektors, nicht an der Frage, welches Einkommen Familien für ein menschenwürdiges Leben benötigen.

Deshalb können selbst bei hohen Börsenpreisen erhebliche Lücken zwischen dem tatsächlichen Einkommen der Produzent*innen und einem existenzsichernden Einkommen bestehen bleiben.

Die Folge: Trotz staatlicher Preisregulierung, die eigentlich vor dem volatilen Weltmarktpreis schützen soll, leben viele Kakaobauernfamilien weiterhin deutlich unter dem Existenzsicherungsniveau. INKOTA fordert deshalb, dass Unternehmen Einkaufspreise zahlen, die sich an existenzsichernden Einkommen orientieren und nicht an staatlichen Mindestpreisen.

Warum Supermärkte im Fokus stehen

9. Warum konzentriert sich die Aktion auf Supermärkte?

Supermärkte gehören zu den mächtigsten Akteuren der Lebensmittelbranche. Sie entscheiden über Sortimente, Einkaufsstrategien und die Preisgestaltung bei Eigenmarken.

Bei ihren Eigenmarken können Handelsunternehmen unmittelbar Vorgaben zu Herkunft, Rückverfolgbarkeit und Preisgestaltung machen.

10. Warum richtet sich die Kampagne nicht gegen Mars, Ferrero, Nestlé oder Mondelez?

Auch Schokoladenhersteller und Kakaoverarbeiter tragen Verantwortung für die Situation im Kakaosektor. Frühere Make Chocolate Fair!-Kampagnen haben bereits die Hersteller adressiert.

Diese Kampagne richtet sich an den Einzelhandel, weil Supermärkte eine enorme Marktmacht besitzen und damit auch in der Verantwortung stehen, gerechte Preise an Produzent*innen zu zahlen.



Bei ihren Eigenmarken kontrollieren Supermärkte zudem direkt die Einkaufspraktiken. Ein Drittel aller Tafelschokoladen, die in Deutschland verkauft werden, sind Eigenmarken. Dies ist ein relevanter Marktanteil. Wenn die vier großen deutschen Lebensmitteleinzelhändler auf existenzsichernde Kakao-Preise umsteigen würden, wäre dies ein erheblicher Fortschritt für die gesamte Kakao-Branche.[4]

11. Haben Aldi, Edeka und Rewe nicht bereits Fairtrade-Produkte und Nachhaltigkeitsprojekte?

Ja. Die Unternehmen bieten zertifizierte Produkte an und unterstützen verschiedene Nachhaltigkeits- und Entwicklungsprojekte.

Die entscheidende Frage lautet jedoch: Reichen diese Maßnahmen aus, damit Kakaobauernfamilien dauerhaft von ihrer Arbeit leben können?

Nach Einschätzung von INKOTA besteht weiterhin eine erhebliche Einkommenslücke. Projekte allein ersetzen keine strukturelle Verbesserung der Preise.

12. Hat Aldi mit Tony's Chocolonely nicht bereits Fortschritte gemacht?

Ja. Die Kooperation zeigt, dass alternative Beschaffungsmodelle praktisch umsetzbar sind. INKOTA fordert mit „Stoppt die Ausbeuter-Preise!“ jedoch eine systematische Umstellung des gesamten Eigenmarkensortiments, nicht nur von einzelnen Tafelschokoladen.

13. Ist Lidl tatsächlich ein belastbares Vorbild? Gibt es bereits erste Erkenntnisse über die Wirkung?

Lidl gehört derzeit zu den wenigen großen europäischen Handelsunternehmen, die öffentlich angekündigt haben, zusätzliche Zahlungen zur Schließung der Einkommenslücke von Kakaobäuer*innen in ihre Lieferkette zu integrieren.

Das macht Lidl zu einem wichtigen Praxisbeispiel.

Gleichzeitig sind Aussagen über langfristige Einkommenswirkungen derzeit nur eingeschränkt möglich. Entscheidend sind Transparenz, die Höhe der Zahlungen, die Laufzeit der Maßnahmen und unabhängige Evaluierungen über mehrere Jahre.

INKOTA wird in den kommenden Jahren beobachten, wie das Versprechen von Lidl umgesetzt wird.

---

[4] Le BASIC (2022): German Cocoa and Chocolate Value Chains.

Umsetzbarkeit und Wirkung

14. Warum nicht gleich alle kakaohaltigen Produkte?

Langfristig sollte existenzsichernder Kakao für den gesamten Einkauf gelten.

Der Einstieg über Tafelschokolade ermöglicht jedoch einen klar definierten, überprüfbaren und kurzfristig umsetzbaren ersten Schritt, der später auf weitere Produktgruppen ausgeweitet werden kann.

15. Welche Unternehmen bezahlen bereits einen existenzsichernden Preis??

Der Infoflyer „Welche Schokolade ist wirklich fair?“ führt Unternehmen auf, die bereits existenzsichernde Kakao-Preise zahlen:
https://webshop.inkota.de/info-flyer-welche-schokolade-ist-wirklich-fair

16. Ist eine Umstellung auf existenzsichernde Kakao-Preise für alle Unternehmen möglich?

Immer mehr der internationalen Kakaohändler bieten Strukturen an, über die ein Referenzpreis für existenzsichernde Preise bezahlt werden kann, darunter Barry Callebaut und Cargill.

Zudem bietet Fairtrade mit dem Fairer Futures Standard allen Unternehmen die Möglichkeit, die Zahlung von Living Income Reference Preisen umzusetzen.

Auch das Unternehmen Tony's Chocolonely bietet Unternehmen an, die Lieferkette von Tony's Open Chain mit zu nutzen und damit einen existenzsichernden Preis zu zahlen.

Das zentrale Hindernis ist weniger die Verfügbarkeit des Kakaos zu existenzsichernden Preisen als die Bereitschaft großer Abnehmer, diese Preise dauerhaft zu bezahlen.

17. Kommt das zusätzliche Geld tatsächlich bei den Bäuerinnen und Bauern an?

Genau deshalb sind Transparenz und Rückverfolgbarkeit entscheidend.

Unternehmen sollten offenlegen, wie zusätzliche Zahlungen berechnet werden, welche Kooperativen davon profitieren und wie die Auszahlung kontrolliert wird.

Unabhängige Überprüfungen sind notwendig, um die tatsächliche Wirkung nachzuweisen.

18. Können höhere Einkommen Kinderarbeit reduzieren?

Kinderarbeit hat viele Ursachen. Internationale Organisationen wie die ILO sehen Armut jedoch als wichtigsten Risikofaktor.

Wenn Familien ihren Lebensunterhalt sichern können, sinkt der wirtschaftliche Druck, Kinder auf den Plantagen einzusetzen. Höhere Einkommen allein lösen das Problem nicht vollständig, gelten aber als zentrale Voraussetzung für dauerhafte Verbesserungen.

Kosten, Verbraucher*innen und Markt

19. Wird Schokolade teurer und wer bezahlt die höheren Kosten?

Kleinbäuerinnen und -bauern haben die geringste Verhandlungsmacht in der Lieferkette. Neue Kosten werden häufig auf sie abgewälzt. Sie tragen deshalb einen großen Teil des wirtschaftlichen Risikos entlang der Lieferkette.

Das Beispiel einer Tafel Schokolade zeigt (siehe Grafik): Alle Beteiligten in der Lieferkette machen Gewinn, nur die Kakao-Bäuerinnen und -Bauern gehen leer aus. INKOTA fordert eine gerechtere Verteilung der Wertschöpfung zwischen Handel, Herstellern, Verarbeitern und Produzent*innen.



Der Rohstoff Kakao macht nur einen kleinen Anteil des Verkaufspreises einer Tafel Schokolade aus. Deshalb führen höhere Erzeuger-Preise nicht automatisch zu proportionalen Preissteigerungen im Supermarkt. Tatsächlich müssten nur etwa 3 Cent mehr pro Schokoladentafel in den Kakao-Preis für die Farmer*innen investiert werden, um ihnen existenzsichernde Preise zu zahlen.

Wenn Handel und Hersteller einen Teil der Wertschöpfung an die Produzent*innen abtreten, könnten Kakao-Preise also sogar kostenneutral für die Verbraucher eingeführt werden.

Lidl hat nach eigenen Angaben die Verbraucherpreise nicht erhöht, als die Eigenmarke-Schokoladen auf existenzsichernde Kakao-Preise umgestellt wurden.

20. Sollte in Zeiten hoher Verbraucherpreise überhaupt der Fokus auf höhere Rohstoffpreise gelegt werden?

Die Frage ist berechtigt. Gleichzeitig leben viele Kakaoproduzent*innen seit Jahren deutlich unter einem existenzsichernden Einkommensniveau.

Die Debatte sollte daher nicht als Gegensatz zwischen Verbraucherinnen in Deutschland und Produzentinnen in Westafrika geführt werden. Vielmehr geht es darum, wie die Wertschöpfung entlang globaler Lieferketten fairer verteilt werden kann.

21. Die Weltmarktpreise steigen gerade. Ist das nicht ausreichend, damit Kakaobäuer*innen genug verdienen?

Nein. Steigende Weltmarktpreise können Einkommen verbessern, garantieren aber weder Stabilität noch Existenzsicherung.

Einkommensarmut im Kakaosektor ist ein strukturelles Problem. Solange die Mehrheit der Produzent*innen kein existenzsicherndes Einkommen erzielt, bleiben zusätzliche Maßnahmen notwendig, um Armut, Kinderarbeit und andere Missstände dauerhaft zu bekämpfen.