

Agenda-Büro: Arbeitspapier „Stadt-Schokoladen“



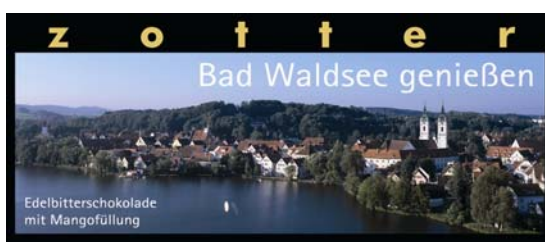
Wie gewinne ich die Menschen für einen nachhaltigen Konsum? Also für fair gehandelte, ökologisch hergestellte oder regionale Produkte? In den letzten Jahren waren dabei „eigene“ kommunale oder regionale Produkte erfolgreich. Nach den guten Erfahrungen öko-fairer Agenda- oder Partnerschaftskaffees mit entsprechenden ortstypischen Namen können jetzt öko-faire „Stadtsschokoladen“ ähnliche Erfolge aufweisen.

Das Arbeitspapier zeigt anhand von Beispielen, wie dies vor Ort von Kommunen, Agenda- oder Eine-Welt-Gruppen und Weltläden einfach umgesetzt werden kann.

Die Deutschen sind gemeinsam mit den Schweizern Weltmeister im Schokoladeessen. Pro Person verzehrten sie im Jahr 2008 rund zehn Kilogramm der süßen Leckerei. Die Kakaobohnen für die Herstellung der Schokoladen stammen zumeist von der Elfenbeinküste. Rund 50 Prozent der weltweit produzierten Kakaobohnen liefert das kleine Land im Westen Afrikas. Doch schon lange sorgt die dortige Bewirtschaftung der Kakaofelder für negative Schlagzeilen: in den vielen kleinen Kakaoplantagen der Elfenbeinküste werden Kinder gezwungen, wie Sklaven für Hungerlöhne zu arbeiten. Die Organisation Anti-Slavery International spricht von rund 200 000 Kinderarbeitern.

Zwar verpflichtete sich die Schokoladenindustrie, diese Missstände zu beheben, doch die aktuelle Studie des kirchennahen Instituts Südwind belegt, dass sich die Situation auf den Kakaofeldern in den vergangenen Jahren nur unwesentlich verändert hat. Als Grund für die ausbeuterische Kinderarbeit nennen Hilfsorganisationen unter anderem die stark schwankenden Preise an der Kakaobörse und das damit verbundene hohe finanzielle Risiko, unter dem die Kakaobauern leiden.

Der Faire Handel bietet hier Sicherheit. Er garantiert den Kakaobauern Mindestpreise sowie Zuschläge für die faire bzw. für die ökologische Produktion. Bislang stammen nur 0,1 Prozent der



Kakaobohnen aus Fairem Handel. Viele Weltläden bemühen sich, die fair gehandelte Schokolade bekannt zu machen. Eine Strategie dabei ist die Einführung einer Stadt-Schokolade. Das Konzept ist einfach: Ein Handelshaus bietet die Schokolade aus Fairem Handel an, ein Weltladen-Team oder eine engagierte Aktions-Gruppe erstellen die Banderole nach ihren Wünschen. Die Schokolade wird dabei zum Werbeträger sowohl für die Stadt als auch für den Fairen Handel.

Schritte zur Stadt-Schokolade

Wahl des Partners

Hat sich ein Team geeinigt, eine Stadt-Schokolade einzuführen, muss geklärt werden, mit welchem Fair-Handelshaus zusammengearbeitet werden soll. Die beiden Handelshäuser dwp und EL PUENTE bieten Stadt-Schokoladen an. Sie unterscheiden sich in den Schokoladensorten und den Konditionen. Eine Übersicht über die Angebote der Handelshäuser findet sich im Anhang.

Die Banderole gestalten

Ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg der Stadt-Schokolade ist die Gestaltung der Banderole. Für die spätere Vermarktung ist es sinnvoll, wenn diese einen erkennbaren Bezug zur Stadt bzw. zur Region herstellt. Die Möglichkeiten sind dabei vielfältig. Es gibt Stadt-Schokoladen, deren Banderole prägnante Bauten (z.B. Stadt-Schokolade Ravensburg mit dem „Mehlsack“) oder Landschaftselemente (Stadt-Schokolade Bad Waldsee mit See) als Fotos oder als Kunstwerk gestaltet abbilden. Darüber hinaus können witzige Zeichnungen eine Verbindung zur Stadt bzw. zur Region schaffen, wie dies beispielsweise die Stadt-Schokolade aus Albstadt beweist.



Die Handelshäuser sind gegen ein Entgelt bei der Gestaltung behilflich. Viele Weltläden oder Aktionsgruppen haben Graphiker oder Künstler im Team, die das Design übernehmen.

Öffentlichkeitsarbeit

Je nach Kapazität des Teams ist zu überlegen, wie intensiv die Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden kann. Wichtig ist, die geplanten bzw. durchgeführten Initiativen in der Öffentlichkeit bekannt zu machen, beispielsweise durch eigene Presseartikel, Texte im Internet oder in Rundbriefen sowie durch Einladungen an die Presse bei Veranstaltungen.

Sind nur geringe Kapazitäten vorhanden, helfen Plakate, die Schokolade publik zu machen.



Beispiele für öffentlichkeitswirksame Aktionen:

„Welche Schokolade schmeckt am besten?“

Öffentlicher Wettbewerb, um die beliebteste Schokoladensorte für die geplante Stadt-Schokolade zu bestimmen.

„Prominenz wirbt mit“

Stadtbekannte Persönlichkeit wählt die geeignete Schokoladensorte aus.

„Schokolade sucht Kunst“

Kunstwettbewerb zur Gestaltung der Banderole.

Bei einem solchen Wettbewerb muss bedacht werden, welche räumlichen und personellen Kapazitäten zur Verfügung stehen. Schulen sind gerne bereit, an einem solchen Wettbewerb teilzunehmen. Die dabei entstehende Bilderflut bedarf jedoch guten Managements. Durch eine Altersbegrenzung oder eine entsprechende zeitliche Befristung des Abgabetermins kann die Bilder- bzw. Fotomenge gesteuert werden.

„Prominenz hält den Schirm“

Bekannte Persönlichkeiten wie beispielsweise Bürgermeister, Sportler, Künstler übernehmen die Schirmherrschaft über die Schokolade. Dies sichert die Aufmerksamkeit der Presse und hilft, Menschen anzusprechen, die den Weltladen zuvor noch nicht betreten haben.

Angebot außerhalb des Weltladens

Wenn möglich, sollte versucht werden, Partner für die Vermarktung und den Verkauf der Schokolade zu gewinnen. Ist eine Agenda-Gruppe in der Stadt vorhanden, fällt es oft nicht allzu schwer, die Stadt als Partner zu gewinnen. In Friedrichshafen unterstützte die Stadt beispielsweise den örtlichen Weltladen mit einer Abnahmegarantie. Hier ist die Schokolade ein Teil des Sortiments der städtischen Präsente.

Auch Bäckereien, Cafés, Hotels oder Einzelhandelsgeschäfte wie beispielsweise Buchhandlungen bzw. Blumenläden führen mancherorts faire Stadt-Schokoladen in ihrem Sortiment. Je nach Absprache verkaufen diese Verkaufsstellen die faire Schokolade im Auftrag des Weltladens oder sie sind am Gewinn beteiligt. Vorteilhaft ist hierbei, dass neue Verbraucherschichten für den Fairen Handel interessiert werden können.

Sonstiges

Die Stadt-Schokoladen können von mehreren Weltläden gemeinsam als Landkreis-Schokoladen vermarktet werden. Einen größeren Absatz und die Erschließung neuer Kunden verspricht auch die gemeinsame Vermarktung der Schokolade mit einem anderen regionalen Anbieter, wie beispielsweise einer Winzervereinigung.

Nach der Einführung

Nach der Einführung wird die Schokolade meist sehr stark nachgefragt, dann nimmt das Interesse ab und die Verkaufszahlen sinken. Um die Attraktivität zu erhalten, müssen immer wieder Marketingaktionen durchgeführt werden. Günstig ist es, wenn eine (hauptamtliche) Kraft die Verantwortung für die Stadt-Schokolade übernehmen kann.



Erfahrungen einiger Weltläden (aus Südzeit, Eine Welt Journal, Oktober 2009)

Viele Weltläden in Baden-Württemberg haben in den vergangenen Jahren gute Erfahrung mit der so genannten Stadt-Schokolade gemacht. „Unsere Stadt-Schokolade ist ein sehr großer Erfolg“, sagt beispielsweise Claudia Irion-Kurle, Mitarbeiterin des Weltladens Reutlingen.



Hergestellt wurde die Reutlinger Schokolade mit der Geschmacksrichtung Nougat vom Chocolatier Zotter, bezogen wird sie über die Fairhandelsgenossenschaft dwp. Auf der Banderole ist eine Reutlinger Stadtansicht zu sehen. Das Weltladen-Team bot seine Stadt-Schokolade nach der Sommerpause im Jahr 2007 an. Innerhalb eines Jahres stieg der Umsatz auf 4.000 Tafeln. Weder Werbung noch sonstige Marketingaktionen waren für diesen Erfolg nötig. Irion-Kurle: „Es ist völlig unkompliziert, eine Stadt-Schokolade zu initiieren. Wichtig ist, dass die Sorte nicht zu exotisch, das Motiv allgemein ansprechend ist.“ Inzwischen hat das Weltladen-Team eine zweite Stadt-Schokolade mit einem neuen Reutlinger Motiv ins Sortiment aufgenommen.

„Wir haben ungefähr 30 Stunden Arbeit investiert, dann lief der Verkauf unserer Stadt-Schokolade wie von selbst“, resümiert Simone Kegelman, Weltladen Friedrichshafen. Als die Friedrichshafener Gruppe ihre Stadt-Schokolade im Herbst 2006 einführte, war der Boden durch den Städte-Kaffee Frederico bereits geebnet. „Die Stadtverwaltung hat sich bereit erklärt, unsere Schokolade in ihre Geschenkarbeit aufzunehmen“ so Kegelman. Sind genügend Kapazitäten im Team vorhanden, plädiert Kegelman dafür, prominente Kooperationspartner zu gewinnen, Marketingaktionen durchzuführen und Pressearbeit zu leisten.

Der Erfolg der Stadt-Schokoladen spricht für sich. Mittlerweile haben 19 Weltläden in Baden-Württemberg eigene Stadt-Schokoladen aufgelegt. Seinen Anfang nahm der Siegeszug dieser Marketingidee im Weltladen Ravensburg, der zur Fairhandelsgenossenschaft dwp gehört. Hier wird die Mango-Schokolade von einem typisch städtischen Motiv, dem Mehlsack, geschmückt. Weitere Geschmacksrichtungen und Motive ergeben zusammen eine eigene kleine Edition. Weltladen-Mitarbeiter Georg Schmitz resümiert: „Die Stadt-Schokolade ist sehr hilfreich für den Fairen Handel in unserer Stadt“. Nach der ersten Euphorie lasse die Nachfrage zwar leicht nach, doch zusätzliche Motive und neue Aktionen, bei denen die Tafeln zum Einsatz kommen, machen die Schokolade für Kundinnen und Kunden immer wieder aufs Neue interessant.

Einige Weltladen-Mitarbeitende nannten die kurze Haltbarkeit der Schokolade als Problem, insbesondere, wenn sie von anderen Geschäften abverkauft werde. Aus Frische- und Qualitätsgründen ist diese deutlich kürzer als z.B. gesetzlich vorgeschrieben.

Ein Beispiel: Landkreis-Schokolade (EL PUENTE)

Im Frühjahr 2009 beschloss das Weltladen-Team in Tauberbischofsheim eine Landkreis-Schokolade mit dem Handelshaus EL PUENTE aufzulegen. EL PUENTE bot diesen Service im vergangenen Jahr erstmals an.

Das Design der Banderole wurde durch einen Kunst-Wettbewerb ermittelt. Zahlreiche große und kleine Künstler aus der näheren und weiteren Umgebung (eine Rückmeldung kam aus den USA), folgten dem Aufruf des Weltladens Tauberbischofsheim und beteiligten sich am Wettbewerb. Die Ergebnisse dieses künstlerischen Engagements konnten im Weltladen während der Fairen Woche im Rahmen einer Ausstellung bewundert werden. Spannungsgeladener Höhepunkt des Wettbewerbs war die Finissage, während der eine fachkundige Jury das beste Kunstwerk auswählte. Bald darauf machten Plakate auf die neue Schokolade aufmerksam. Sie zeigten das Design der Banderole, die Anschrift der drei Weltläden, welche die Schokolade anbieten sowie das voraussichtliche Verkaufsdatum.



Am ersten Advent war es schließlich soweit: Die Schokolade wurde der Öffentlichkeit vorgestellt. Landrat Reinhard Frank sprach im Weltladen ein Grußwort, bei dem er die Vorzüge des Fairen Handels betonte und die Besucherinnen und Besucher aufforderte: „Essen Sie Schokolade! Achten Sie nicht auf Ihre Linie, essen Sie Schokolade!“.

Dieser Aufforderung kamen viele Menschen in Tauberbischofsheim nach. Das Interesse an der Landkreis-Schokolade war viel höher als erwartet: Am ersten Verkaufstag war die Schokolade ausverkauft. Die nächste Bestellung kam schnell und so konnte der kleine Weltladen bis Ende Dezember fast 1.000 Tafeln seiner fairen Landkreis-Schokolade verkaufen. Die beiden neu eröffneten Weltläden in Bad Mergentheim und Weikersheim nahmen darüber hinaus kleinere Mengen der Schokolade ab. Der Weltladen Bad Mergentheim wird im Frühjahr 2010 voraussichtlich über einen Laden im beliebten Kurpark die faire Schokolade verkaufen. Derzeit berät das Weltladen-Team in Tauberbischofsheim, ob die Schokolade an weiteren Verkaufsstellen im Landkreis angeboten werden soll. Gespräche mit den für Tourismus Verantwortlichen der Stadt bzw. des Landkreises zum Marketing der Schokolade sind ebenfalls geplant.

Kommunale Nachhaltigkeitsbausteine – gut umgesetzt

In den Arbeitspapieren des LUBW Agenda-Büros werden auch „Gute Beispiele“ aus der kommunalen Praxis geschildert, die als „Kommunale Nachhaltigkeitsbausteine“ zur Zukunftsfähigkeit von Gemeinden und Land Baden-Württemberg beitragen. Diese Bausteine wurden in Kommunen schon erfolgreich in der Praxis umgesetzt und sollen an möglichst vielen Orten Nachahmer finden. Sie unterstützen damit die Umsetzung der landesweiten Nachhaltigkeitsstrategie. Diese will gemeinsam mit allen gesellschaftlichen Gruppen unsere künftige Entwicklung nachhaltig, also gleichermaßen ökonomisch, ökologisch und sozial gestalten. Die Beispiele sollen hierfür konkrete Lösungen aufzeigen, die auf eine langfristige Perspektive zielen.



LUBW Landesanstalt für Umwelt, Messungen und
Naturschutz Baden-Württemberg
Agenda-Büro

Postfach 10 01 63, 76231 Karlsruhe

Tel. 0721/5600-1406

agendabuero@lubw.bwl.de

<http://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/42281/>

Anhang

Angebote der Handelshäuser im Vergleich

Angebot von dwp (Stand Januar 2010)

Anzahl Sorten:

Aus dem jeweilig aktuellen Standardsortiment Zotter, circa. 40 Schokoladen und Labookos

Größe der Schokolade: 70 Gramm

Fair-Handelsanteil der angebotenen Sorten: Kakao und Zucker stammen generell aus Fairem Handel, daher von 50% (z.B. Himbeer und Kokos) bis 100% (pure Labookos)

Bio-Qualität: ja (außer Mangoschokolade)

Mindestmenge der Abnahme bei Schokolade: 100 Stück pro Sorte

Druckauflage der Banderolen mindestens: 100 Stück

Durchschnittliche Haltbarkeit der Schokolade: gefüllte Schokoladen 6 Monate ab Produktion, pure Labookos 12 Monate ab Produktion ([Selbst auferlegte Frist des Herstellers, um immer erstklassige Qualität zu garantieren](#))

Empfohlener Verkaufspreis: 2,90 – 3,10 Euro

Besonderheit: Angeboten werden auch 20g Trinkschokoladen, hier stehen circa 10 Sorten zur Verfügung, beachtet werden muss immer natürlich auch die Sommerpause von Zotter. In dieser Zeit wird nicht produziert.

Anschrift:

dwp eG, Hinzistobler Str. 10, 88212 Ravensburg, Tel. 0751/36155-0, Fax: 0751/36155-33,
www.dwp-rv.de

Angebot von EL PUENTE GmbH (Stand Januar 2010)

Anzahl Sorten:

EL PUENTE Pralinenschokoladen, auch mit eigenen Kreationen (siehe Weinschokolade Würzburg), Mascao-BioSchokoladen aus dem EL PUENTE Standardsortiment nur auf Anfrage

Größe der Schokolade:

Pralinenschokoladen 75 g

Standardsortiment 80 g oder 100 g

Fair-Handelsanteil der angebotenen Sorten (von/bis):

mindestens 51%, abhängig von Sorte und Füllung

Bio-Qualität:

Pralinenschokolade mit Bio-Kakao aus Papua-Neuguinea, Füllung keine Bio-Qualität
Standardsortiment in Bio-Qualität

Mindestmenge der Abnahme bei Schokolade:

800 Stück bei Pralinenschokoladen

Standardsortiment nur auf Anfrage

Druckauflage der Wickel mindestens:

Prinzipiell ist jede Auflage möglich. Kosten abhängig von Auflage und Farbgestaltung.

Z.B.: 3000 Stück für 12 Cent/Wickel; 15.000 Stück für 4,5 Cent/Wickel.

Durchschnittliche Haltbarkeit der Schokolade:

7-9 Monate

Empfohlener Verkaufspreis:

Im EL PUENTE Katalog derzeit 2,99 € für 75 g.

Besonderheit:

Eigene Kreationen möglich, beispielsweise in Kombination mit weiteren Produkten der Region (Beispiel Weltladen Würzburg: Pralinenschokolade gefüllt mit Ganache aus Weinen der Region).

Anschrift

EL PUENTE, GmbH, Lise-Meitner-Str. 9, 31171 Nordstemmen, Tel. 05069-3489-0,

Fax: 05069-3489-28, info@el-puente.de, www.el-puente.de

<mailto:vertrieb@el-puente.de>

Übersicht Stadt-Schokoladen in Baden-Württemberg

Mit Ausnahme der Schokolade aus Tauberbischofsheim stammen alle Stadt-Schokoladen vom Handelshaus dwp.

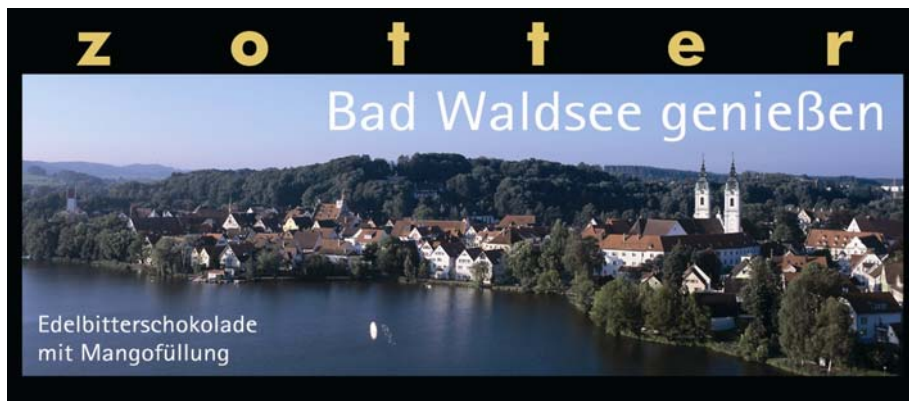
71254	Ditzingen	Weltladen Ditzingen „Edles aus Ditzingen“	0162/1580850	
71665	Vaihingen	Weltladen Vaihingen „Vaihingen an der Enz“	07042/940928	www.weltladen-vaihingen.de
72108	Rottenburg	Weltladen Rottenburg „Rottenburg Stadt am Neckar“	07472/24876	www.weltladen-rottenburg.de
72458	Albstadt-Ebingen	Weltladen Ebingen „Neues aus Albstadt“	07431/933989	
72622	Nürtingen	Weltladen Nürtingen „Nürtinger Schokoladenseite“	07022/211713	www.nuertinger-weltladen.de
72764	Reutlingen	Weltladen Reutlingen „Edles aus Reutlingen“ „Reutlingen – ein Genuss“	07121/339200	www.weltladen-reutlingen.de
73230	Kirchheim/Teck	Weltladen Kirchheim „Kirchheim schleckt anders“	07021/509797	www.weltladen-kirchheim.de
73479	Ellwangen	Weltladen Ellwangen „Genuss hat viele Seiten“	07961/53966	
73614	Schorndorf	Weltladen el mundo „Schorndorfer Schokolade“	07181/258150	www.eldmundo.de
73728	Esslingen	Weltladen Esslingen Jubiläumsschokolade	0711/3510088	www.weltladen-esslingen.de
76133	Karlsruhe	Weltladen Karlsruhe Karlsruhe Stadtschokolade	0721/32050	www.apdw.de
77743	Neuried	Globus Weltladen Jubiläumsschokolade	07807/2977	
79669	Zell	Cabanja Weltladen „Constanzes Traum“	07625/928600	
88045	Friedrichshafen	Weltladen Friedrichshafen „Häflers Genuss“	07541/33093	www.weltladen-fn.de
88212	Ravensburg	Weltladen Ravensburg „Ravensburger Impressionen“ „Labookos Ravensburger Schokolade“	0751/33132	
88250	Bad Waldsee	Weltladen Bad Waldsee „Bad Waldsee genießen“	07524/48300	www.waldseer-weltladen.de
88316	Biberach	Eine Welt Laden „Biber-Traum“	07351/13920	www.eineweltladen-bc.de
88400	Herbertingen	Eine Welt Laden „Herbertinger Genusswelt“	07586/1322	
88518	Ehingen	Eine Welt Laden „Ehinger Schokolade“	07391/71113	
97941	Tauberbischofsheim	Weltladen Tauberb. „Taibertäler Schokolade“	09341/13247	www.weltladen-tbb.de

Anschrift Eine Welt Journal Südzeit
Probeexemplar anfordern bei:
Redaktion Südzeit
Mühlrainstr. 15
97941 Tauberbischofsheim
suedzeit@deab.de



Beispiele von Stadt-Schokoladen





NEU! Die faire Karlsruher Stadtschokolade!

Zum *fair* naschen
oder *fair* schenken!



Jetzt neu!
Nur hier im
Weltladen!



Weltladen

Und wie wird Ihre Stadt-Schokolade aussehen?