

«Die Marke gehört den Bauern»

Christoph Inauen hat eine Managerstelle im Schokoladengeschäft bei Coop aufgegeben, um einen wirklich alternativen Schokoladenmarkt aufzubauen. An seiner Firma sind 35 Kakaobauern aus Peru beteiligt.

Mit Christoph Inauen sprach Matthias Morgenthler

Sie haben Ihren Job als Manager bei der Coop-Division Halba aufgegeben, um eine eigene Schoggimarke aufzubauen. Hat sich der Schritt gelohnt?
Finanziell sicher nicht, ich arbeite derzeit ohne Lohn. Aber es gibt wichtigere Dinge als die Optimierung des Einkommens. Für mich ist der zentrale Antriebsmotor, eine Schokoladenrevolution durchzuführen und die Machtverhältnisse in diesem Geschäft auf den Kopf zu stellen.

Was läuft falsch?

Die Schokoladenindustrie ist ein gutes Beispiel für die Auswüchse der Globalisierung. Die drei Multis Barry Callebaut, Cargill und Olam produzieren 75 Prozent der Flüssigschokolade, die als Grundlage für alle Schokoladentafeln dient. Damit kontrollieren sie den Markt und die Preisgestaltung. Es liegt auf der Hand, dass diese Player kein Interesse an steigenden Kakaopreisen haben. Auf der anderen Seite stehen 6 Millionen Kakaobauern, die nicht organisiert sind und keine Verhandlungsmacht haben. Der Kakaopreis, der aus dieser Konstellation resultiert, ist eine Farce. Darum braucht es einen Parallelmarkt, eine alternative Schokoladenwelt.

Wäre es nicht wirkungsvoller, Sie hätten die Revolution bei Ihrem früheren Arbeitgeber gestartet?

Ich konnte dort keine Revolution starten, weil die Grundmotivation der Halba darin liegt, Geld zu verdienen, und nicht, einen sozialen Wandel zu verursachen. Zwar konnte ich für Industrieverhältnisse viel bewegen, denn vor meinem Eintritt hatte die Firma in ihrer 75-jährigen Geschichte kein einziges Mal direkten Kontakt zu einem Kakaobauern gehabt. Ich war die meiste Zeit in Afrika und Südamerika unterwegs. Durch die direkten Kontakte zu den Kakaobauern sah ich, wie wenig die Nachhaltigkeitsbestrebungen der Industrie, insbesondere die Zertifizierungen wie Utz, Rainforest oder Fairtrade, beim schwächsten Glied der Kette bewirken.

Weil die Preise zu niedrig bleiben?

Nehmen wir das Beispiel Max Havelaar. Das Label garantiert, dass die Bauern einen Minimalpreis von 2000 Dollar pro Tonne Kakaobohnen erhalten; dazu kommen 200 Dollar Fairtrade-Prämie für die Kooperative. Das ist ein erster Schritt, aber davon kann ein Bauer noch immer kaum leben. Seine Lebensrealität steht in extremem Kontrast zu den Bildern glücklich lächelnder Bauern, welche die Schokoladenmarken in der Werbung verwenden.

Wie sieht die Realität aus?

Als ich für Helvetas ein Jahr in Mali arbeitete, sah ich, wie eine Familie ihr achtjähriges Kind für 25 Euro an die Betreiber einer Kakaofarm in der Elfenbeinküste verkaufte. Die Not ist so gross, dass Familien ihre Kinder in den Sklavenhandel schicken. Weltweit werden jährlich 4 Millionen Tonnen Kakaobohnen produziert, 95 Prozent davon von Kleinbauern, die im Schnitt 3 Hektaren bewirtschaften und in guten Jahren 1,5 Tonnen ernten. Mit den Prämien von Zertifizierungen erhalten sie dafür 3000 Dollar. Bei einer sechsköpfigen Familie ergibt das Bruttoeinkommen von bloss 1.40 Dollar pro Kopf und Tag.

Wie kann man diese Verhältnisse auf den Kopf stellen?

Wir haben uns entschieden, einen Parallelmarkt mit anderen Spielregeln zu schaffen. Bei Choba Choba kauft der Kunde die Schokolade direkt den Kakaobauern ab. Die Marke gehört den Bauern. Es gibt keine Mittelsmänner.

Wie sieht das in Zahlen aus?

4 Prozent jeder verkauften Schokoladenbox fließen als Cash oder Aktien an die Bauern, ein weiteres Prozent geht in ein Projekt, das 300 Hektaren Regenwald vor der Abholzung schützen soll.

Das ist im Moment eine eher symbolische Beteiligung.



Christoph Inauen: «Der Kakaopreis ist eine Farce.» Foto: Nicolas Villaume



Die alternative Schokolade von Choba Choba. Drei Tafeln kosten 30 Franken. Foto: PD

Die erste Folge ist, dass die Bauern das Doppelte für ihren Kakao erhalten, verglichen mit dem Preis auf dem Kakaomarkt. Das macht für sie einen grossen Unterschied. Zweitens ist in unserem Businessplan festgelegt, dass die Bauern bis 2020 ein Drittel, mittelfristig die Mehrheit des Unternehmens besitzen. Dadurch sind sie keine Zulieferer, sondern Unternehmer. Schon heute legen wir die Preise bottom-up fest, sprich, die Bauern definieren den Preis des Kakaos. Unsere Aufgabe ist es auch, ihnen die Auswirkungen eines zu hohen Preises vor Augen zu führen. Wenn eine Tafel 100 Franken kostet, gibt es keine Nachfrage mehr.

Aktuell bieten Sie die Box mit drei Tafeln à 100 Gramm für 30 Franken

an. Das ist ein sehr stolzer Preis.

Ja, aber er ist durch unsere Qualität gerechtfertigt. Konsumenten sind gewillt, einen höheren Preis zu bezahlen, weil sie mit ihrem Kauf zu Revolutionären werden und eine gerechtere Schokoladenwelt schaffen.

Konsumenten kaufen doch nicht ein, um die Welt zu verbessern.

Doch, es gibt diese Konsumenten. Wir haben zur Finanzierung der ersten drei Tafeln eine Crowdfunding-Kampagne lanciert. Das Ziel war, 45 000 Franken einzunehmen. Nach drei Tagen hatten wir diesen Wert erreicht, nach 30 Tagen waren es 115 000 Franken. 1000 Kunden aus 35 Ländern hatten Geld gesprochen für ein Produkt, das es noch gar nicht gab. Aber natürlich haben Sie recht: Wir

Christoph Inauen

Schokolade aus dem Webshop

Der 34-Jährige war während acht Jahren für Chocolats Halba von Coop tätig, vier Jahre in der Geschäftsleitung. Im März 2015 gründete er mit dem Franzosen Eric Garnier in Bern die Choba Choba AG, an der 35 Bauern aus Peru beteiligt sind. Bis 2020 sollen die Kakaobauern mindestens 33 Prozent besitzen. 4 Prozent des Umsatzes gehen direkt an die Bauern. Alle zwei Monate lanciert Choba Choba eine neue Box mit drei Tafeln, die aus einer einzigen Kakaosorte einer Familienfarm produziert werden. Vertrieben wird die bei Felchlin produzierte Schokolade über den Webshop. Inauen ist verheiratet und Vater einer einjährigen Tochter. (mmw)

müssen mehr bieten als ein wenig Weltverbesserung.

Und das wäre?

Ein erstklassiges Produkt und ein Design, das die Schokolade zu einem populären Geschenk macht. Bei uns besteht jede Tafel aus sortenreinem Kakao einer einzigen Bauernfamilie aus dem Alto-Huayabamba-Tal im peruanischen Amazonas. Sie wissen genauso gut Bescheid über die Schokolade, wie wenn Sie dem Biobauern Müller in Ihrem Dorf seinen Salat abkaufen. Und: Die Schokolade besteht aus genau drei biologischen Zutaten: Kakaobohnen, Kakaobutter und Rohrzucker. Kein Sojalecithin, kein Palmöl, kein Vanillin, kein Milchpulver, kein Kristallzucker.

Sie beziehen auch im zweiten Jahr keinen Lohn. Wie soll das Geschäft wirtschaftlich eine stabile Basis bekommen?

Wir haben seit dem Markteintritt letzten Oktober 200 000 Franken Umsatz gemacht; für dieses Jahr sind 500 000 Franken budgetiert, danach zeigt die Kurve steil nach oben. Die Aussichten sind gut, denn der Onlinehandel mit Schokolade steckt noch in den Kinderschuhen. Obwohl 2016 bei uns niemand mehr als 2000 Franken monatlich verdient, haben wir hervorragende Bewerbungen erhalten. Motivierte Fachleute, die bei grossen Arbeitgebern tätig waren, wollen bei uns zu Praktikantenlöhnen mitwirken.

Welche Perspektive können Sie diesen Mitarbeitern bieten?

2017 werden wir marktgerechte Start-up-Löhne zahlen können. Mittelfristig wollen wir wirtschaftlich so gesund sein, dass wir Shops in Bern, Zürich, Paris, London und Manhattan betreiben.

Mit externen Kapitalgebern ginge das schneller.

Wir brauchen bis 2020 tatsächlich rund eine Million Franken. Aber man darf nie nur die Summe anschauen. Vor kurzem fragte mich ein Goldman-Sachs-Banker via LinkedIn an, ob er 15 Millionen Franken bei uns investieren könne. Ich lehnte freundlich ab, denn es liegt auf der Hand, dass sich seine Ziele nicht mit unseren decken. Aber wir sind mit Investoren im Gespräch. Ideal wäre, rund 20 Prozent der Aktien an Partner zu verkaufen, die sich auch im Verwaltungsrat einbringen und die ihre Anteile später an die Bauern verkaufen würden. Wir wollen keine ungesunden Abhängigkeiten eingehen.

Welches ist die wichtigste Lektion nach dieser Startphase?

Mein Gründungspartner und ich hätten früher in Personal investieren sollen. Die ersten Monate haben wir sieben Tage à 15 Stunden pro Tag durchgearbeitet. Ich hatte allein im Oktober 2500 Kundenkontakte, was kaum zu bewältigen war. Es führte zu intensiven Diskussionen mit meiner Frau, die im Moment für unseren Lebensunterhalt aufkommt und gleichzeitig den Grossteil des Haushaltes managt. Die zweite Lektion: Wir waren unglaublich naiv, die Schokolade zu Beginn weltweit anzubieten. Eine Box nach Namibia zu liefern, stellt einen vor viele Herausforderungen. Aber Naivität hat auch Vorteile. Man würde sich sonst zu stark beschränken.

Die UBS-Affäre als französisches Medienereignis

«Le Monde» enthüllt Details aus den Verfahrensakten gegen die Grossbank.

Jorgos Brouzos

Die UBS hat in Frankreich Ärger mit der Zeitung «Le Monde». Das Blatt berichtet seit einigen Tagen ausführlich über immer neue Details aus dem Verfahren gegen die UBS. Der Bank wird in Frankreich Beihilfe zum Steuerbetrug vorgeworfen. Sie soll zwischen 2004 und 2012 Tausenden Kunden dabei geholfen haben, ihr Geld vor dem französischen Fiskus zu verstecken. Wie sie dabei vorgeht, zeigt das Blatt im Detail auf.

Die Bank hält fest, dass sie sich an die Gesetze gehalten habe. Zudem hat sie eine Strafanzeige eingereicht. Sie will klären, wie die vertraulichen Gerichtsakten bei der Zeitung gelandet sind.

Offenbar haben die Journalisten Zugang zu den Akten von Untersuchungsrichter Guillaume Daëff, aus denen sie detailliert berichten. Am Mittwoch schlüsselten sie auf, wie hoch die Vermögen des typischen UBS-Kunden in Frankreich sind. Am Donnerstag kam das belastende Protokoll des wichtigen «Zeugen 119» zum Zug. Und am Freitag legte «Le Monde» noch einmal nach und präsentierte eine fiktive Rechnung für ruheige französische Steuersünder.

Die Journalisten rechneten vor, wie teuer es die Franzosen nun zu stehen kommt, dass sie die Steuern in ihrer Heimat umgangen haben. Die Zeitung zeigt dies an einem Beispiel. Hatte ein Kunde ein Konto über 300 000 Euro, bleiben ihm nach diversen Steuerabzügen und Strafsteuern noch etwas mehr als 231 000 Euro. Vorausgesetzt, er hat das Geld geerbt und selber nichts auf das Konto einbezahlt. Andernfalls wird der Deal mit den Behörden teurer. Die Regularisierung sei vielen Kunden schwerkfallen, weil es sich bei den Konten um ein Familiengeheimnis gehandelt habe.

Es ist unklar, wie viele Steuersünder unter den französischen UBS-Kunden sind. Insgesamt sollen rund 38 000 Konten mit einem Vermögen von rund 8,4 Milliarden Euro von den Ermittlungen betroffen sein. Unter den Kunden befinden sich auch prominente Personen wie Fussballer, Modemacher und Schauspieler. Der UBS wird unter anderem vorgeworfen, diese Kunden illegal angeworben sowie bei Steuerbetrug und Geldwäsche unterstützt zu haben.

«Zeuge 119» packt aus

In «Le Monde» packt auch der «Zeuge 119» aus. Er soll zwischen 2000 und 2010 für die UBS in Lausanne gearbeitet haben, wo er Hunderte sehr reiche Kunden aus Frankreich betreute. Seit 2014 arbeitet der Zeuge mit der französischen Justiz zusammen und schildert die Praktiken der Grossbank.

Laut seinen Ausführungen habe die Bank viel unternommen, damit die Post an die Kunden und die Berater der Bank nicht als solche erkannt wurde. «Zeuge 119» behauptet zudem, dass nur ein Bruchteil der Kundengelder korrekt versteuert gewesen sei. Je nach Kundensegment sollen 1 bis 2 Prozent deklariert gewesen sein.

Die UBS hat nun eine Beschwerde gegen die Berichterstattung eingereicht. Die Artikel sind laut einer Mitteilung der Bank einseitig und würden das Untersuchungsgeheimnis verletzen. Das untergrabe die Unschuldsvermutung. Die Bank behält sich weitere rechtliche Schritte vor. Seit 2014 gebe es keine irregulären Konten mehr, sagte UBS-Frankreich-Chef Jean-Frédéric de Lesus den französischen Medien vor kurzem. Zudem habe die Bank mit den Steuerbehörden kooperiert.

Das Verfahren in Frankreich beschäftigt die UBS schon lange. Die Grossbank hat 2014 eine Kautions von 1,1 Milliarden Euro hinterlegt. Letztes Jahr wurde gegen die lokale Tochter eine Busse über 10 Millionen Franken ausgesprochen. Gegen ehemalige UBS-Angestellte laufen Ermittlungen. Wann das Verfahren abgeschlossen wird und ob die Bank eine Busse bezahlen muss, ist nicht klar.

Die Bank wehrt sich gegen das Vorgehen der französischen Justiz und ficht es vor dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte in Strassburg an.