



Forum Nachhaltiger Kakao
German Initiative on Sustainable Cocoa

Forum Nachhaltiger Kakao e.V. Monitoring Geschäftsjahr 2015



Nachhaltigkeits-
strategie
für Deutschland

– Leuchtturmprojekt 2016 –



Strategiekonzept*

Ziel

Strategielemente

Ergebnisse
(Aktivitäten)

Wirkung

Zielsetzung des Forums Nachhaltiger Kakao e.V. ist es:

1. die Lebensumstände der Kakaobauern und ihrer Familien zu verbessern und zu einem gesicherten Lebensunterhalt beizutragen
2. die natürlichen Ressourcen und die Biodiversität in den Anbauländern zu schonen und zu erhalten
3. den Anbau und die Vermarktung nachhaltig erzeugten Kakaos zu erhöhen

1. Gemeinsame Wirkung und Ergebnisorientierung vor Ort vorantreiben, inkl. Partnerschaften eingehen

PRO-PLANTEURS wird erfolgreich umgesetzt und gilt als **Musterbeispiel** für nachhaltige Kakaoproduktion

CCE wird erfolgreich flächendeckend umgesetzt (sofern die Relevanzprüfung positive Ergebnisse aufweist)

Intensiver, kontinuierlicher Austausch zwischen dem Forum und **den Kakaobaugebieten** ist etabliert

Partnerschaften mit WCF/CocoaAction und anderen Partnern bewirkt Nutzung von Synergien und breitenwirksame Umsetzung von nachhaltigen Ansätzen **in den Kakaobaugebieten**

2. Dialog & Service: Mitgliederservice, interne und externe Kommunikation,

Mitgliederbasis ist breiter aufgestellt

Höhere Bekanntheit des Forums und stärkere mediale Berichterstattung

Attraktiver Service für Mitglieder des Forums ist etabliert

3. Anstieg von nachhaltigem Kakao in Deutschland gemeinsam vorantreiben und sichtbar machen

Anstieg des Anteils des Kakaos aus nachhaltigem Anbau **in in Deutschland verkauften** Produkten

1. Gemeinsame Wirkung und Ergebnisorientierung vor Ort vorantreiben, inklusive Partnerschaften eingehen

Ergebnisse	Indikatoren	Details
1.Intensiver kontinuierlicher Austausch zwischen dem Forum und der Côte d'Ivoire ist etabliert	<ul style="list-style-type: none"> ■ 5 Berichte nationaler Mitarbeiter ■ Positive Äußerungen CCC und andere ■ Teilnahme an mindestens 2 PPPPlatform Treffen ■ 4 Treffen pro Jahr der GISCO Vertreter vor Ort ■ Regelmäßige Bereitstellung Informationen (alle 3 Monate) 	<p style="text-align: center;">✓</p> <p>Besuch in Cdl</p> <p style="text-align: center;">April 2015 Max. 2 Mitgliederinfo</p>
2.Partnerschaften mit WCF/CocoAction und anderen Partnern bewirkt die Nutzung von Synergien und die breitenwirksame Umsetzung von nachhaltigen Ansätzen in der Côte d'Ivoire	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1 gemeinsamer Workshop/andere inhaltliche Aktivität mit CCC/WCF pro Jahr ■ Mindestens 2 Ansätze zur Verbesserung der Situation und des Einkommens der Bauern ■ Kooperationsvereinbarung mit 2 Initiativen sind geschlossen ■ Ko-Finanzierung von min. 1 nachhaltigkeitsorientieren Veranstaltung vor Ort ■ Investitionen in Projekte (Mitgliederbefragung) 	<p>Alinierung der Indikatoren ICCO Studie BMZ WCF, CCC 0</p> <p>in Umsetzung</p>
3.PRO-PLANTEURS wird erfolgreich umgesetzt und gilt als Beispielprojekt für nachhaltige Kakaoproduktion für andere Akteure	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teilnahme an 4 Treffen des technischen Komitees ■ Teilnahme an 2 Treffen des Steuerungskomitees ■ Indikatoren reflektieren nachhaltigen Ansatz ■ Anzahl Produzenten mit Zugang zu nachhaltigen Ansätzen ■ Anzahl geschulter Bauern in Agroforstsystemen ■ Anzahl der in AFS eingebrachten Bäume ■ Alle 3 Monate Bericht ■ Finanzierung (1.Zahlung CCC an Technoserve) ■ Ansätze über Wissensplattformen verbreiten ■ Gemeinsame Aktionen im Rahmen von CocoaAction 	<p>0 Treffen März 2016</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">12.410</p> <p style="text-align: center;">0</p> <p style="text-align: center;">0</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p>CCC, 26 MG ISM 2016 Koop. WCF</p>
4.CCE wird erfolgreich flächendeckend umgesetzt (sofern die Relevanzprüfung positive Ergebnisse aufweist)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl nach CCE fortgebildete Bauern ■ Anzahl aktiver CCE Trainer und Organisationen die CCE nutzen 	<p>96.872 137 (Master) 1705 (Farmer) 12 Organ./UN</p>

2. Dialog & Service: Mitgliederservice, Kommunikation

Ergebnisse	Indikatoren	Details
1. Mitgliederbasis ist qualitativ breiter aufgestellt	<ul style="list-style-type: none"> ■ Neue Mitglieder: <ul style="list-style-type: none"> ■ 2 aus dem Handel ■ 10 aus der Industrie ■ 2 aus der Zivilgesellschaft ■ Nennung & Kontaktaufnahme mit potentiellen Mitgliedern ■ Höhere Bekanntheit und stärkere mediale Berichterstattung 	<p>3 Handel 2 Industrie 3 Zivilgesellschaft 2 Fördermitglieder ✓</p> <p>Bericht folgt</p>
2. Höhere Bekanntheit des Forums und stärkere mediale Berichterstattung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Halbjährliche Berichte zur Pressedarstellung ■ Teilnahme an Veranstaltungen/Konferenzen/messen mit eigenem Beitrag ■ Kommunikationskonzept dient zur Orientierung ■ Überarbeitung der Website ■ Formulierung der Kernbotschaften 	<p>Pressespiegel Unter anderem ISM, ANUGA ✓ Geplant 2016 ✓</p>
3. Attraktiver Service für Mitglieder des Forums ist etabliert	<ul style="list-style-type: none"> ■ Forum nimmt an 2 Veranstaltungen mit Beiträgen teil (allgemein) ■ Mitglieder bestätigen den Service (Mitgliederbefragung) ■ Forum nimmt an 2 Veranstaltungen der Mitglieder mit Beiträgen teil ■ Mindestens zwei neue Serviceleistungen auf Basis der Mitgliederbefragung ■ 4-5 Mitgliederinformationen ■ Entwicklung und Bereitstellung eines Kommunikationspakets 	<p>Keine Angaben</p> <p>In Umsetzung</p> <p>Cargill (November)</p> <p>In Umsetzung</p> <p>April, August, Oktober, Februar</p> <p>✓</p>

3. Anstieg von nachhaltigem Kakao in Deutschland gemeinsam vorantreiben und sichtbar machen

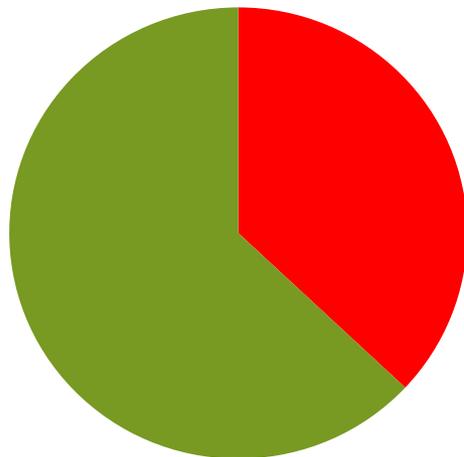
Ergebnisse	Indikatoren	Details
1. Anstieg des Anteils des Kakaos aus nachhaltigem Anbau in (a) Deutschland hergestellten und (b) Deutschland verkauften Produkten	<ul style="list-style-type: none">■ Bedarfsabfrage während des KMU Workshop■ Monitoring der Mitglieder■ % Anstieg von in Deutschland verwendetem Kakao aus nachhaltigen Quellen	8. März In Umsetzung 27% → 39%

Resonanz Mitgliederbefragung 2015

Versendung der Einladungsmail erfolgte am 11. Februar

Erinnerungsmails erhielten alle noch offenen Teilnehmer am 23. Februar & 9. März

Gruppe B und C

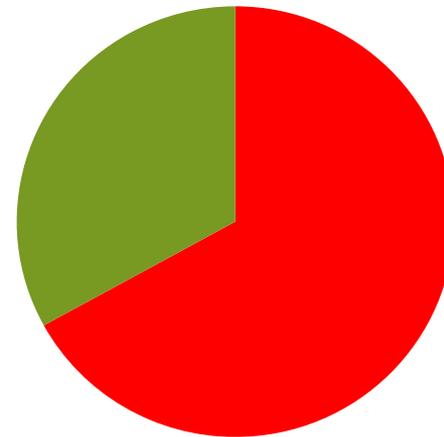


■ nicht
teilgenommen

■ teilgenommen

Rücklaufquote:
63% / 31 von 49 Teilnehmern

Gruppe D



Rücklaufquote:
33% / 6 von 18 Teilnehmern)