

TONY'S OPEN CHAIN: KONKURRENTEN AM MARKT WERDEN PARTNER

Wie die Tony's Open Chain Rohstoff-Lieferketten neu denkt

Eine der wichtigsten Geschäftssäulen für das niederländische Schokoladenunternehmen Tony's Chocolonely ist das Ziel, direkte Konkurrenten auf dem Markt zum Handeln zu inspirieren und gemeinsam die Mission zu verfolgen, Schokolade 100 % frei von Kinderarbeit und moderner Sklaverei zur Norm zu machen. Dabei konnte Tony's bereits einige Partner gewinnen: 3 von 4 Unternehmen, die die Tony's Open Chain aktuell für ihre eigene Produktion nutzen, kommen aus Deutschland. Darunter auch eins von Deutschlands bekanntesten Unternehmen, ALDI, ebenso wie das vegane Start Up "Vly" aus Berlin. Weitere marktführende Unternehmen aus verschiedenen Bereichen, die Kakao als Rohstoff für ihre Produkte nutzen, sollen in 2022 folgen.

Was ist die Tony's Chocolonely Open Chain?

Die Tony's Open Chain ist eine kollaborative Initiative, die Unternehmen hilft, ihre Nachhaltigkeitsziele nicht nur zu erfüllen, sondern über aktuelle Standards hinaus zu übertreffen, die Kakao-Lieferkette zu transformieren und so die Gleichheit in der Partnerschaft mit den produzierenden Ländern zu fördern und das Living Income mittelfristig zu stärken, sodass langfristig auch Kinderarbeit und moderne Sklaverei bekämpft werden können.

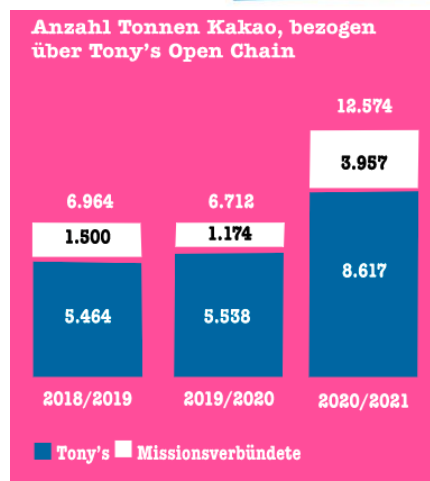
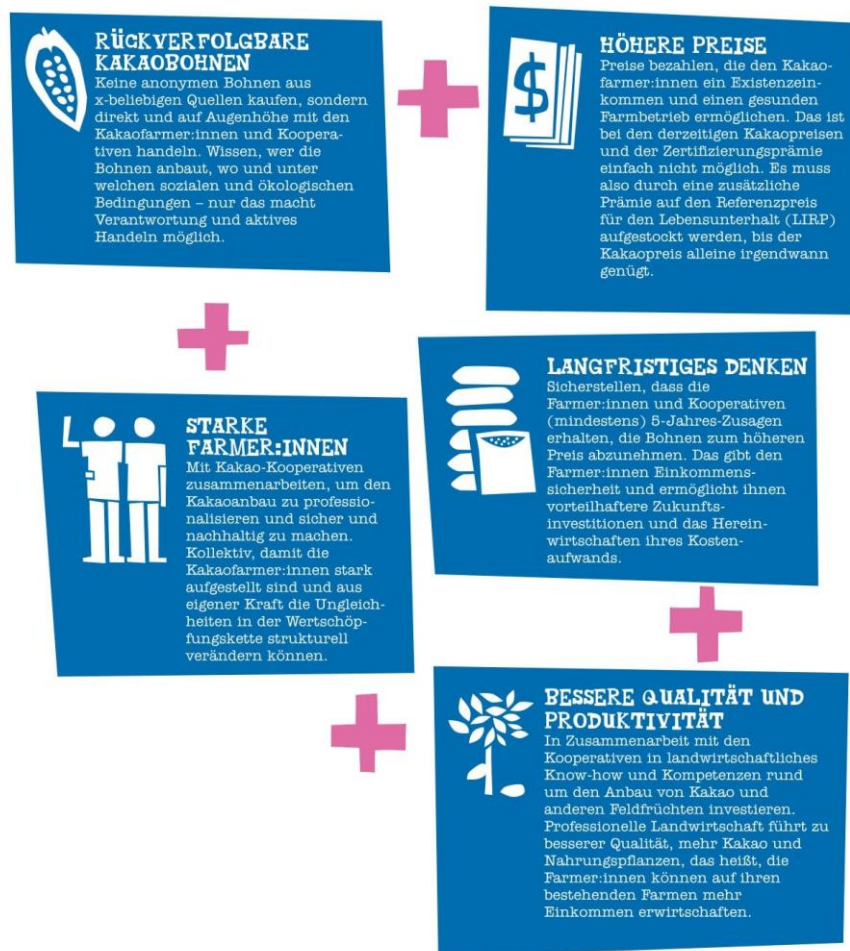
Dieses Modellkonzept für einen Wandel in der Industrie bildet den Ausgangspunkt, und ruft etablierte Marktkonkurrenten und Wettbewerber dazu auf, sich die fünf Sourcing-Prinzipien (siehe Schaubild nächste Seite) von Tony's zu eigen zu machen. Die Partner erhalten Zugang zu einem transparenten und direkten Modell für Prognosen und die Bestellung von Kakaobohnen sowie verschiedene, hilfreiche Datensätze.

Die Missionsverbündeten in Deutschland:

- **ALDI Choceur CHOCO CHANGER:** ALDI kam als zweiter Missionsverbündeter an Bord. Von Aufklärungsvideos zu den 5 Sourcing Prinzipien zu Webinaren über die Zahlung höherer Kakaopreise setzt sich ALDI, als erster weltweiter Discounter, ein, grundlegende Veränderungen zu bewirken.
- **JOKOLADE:** Die Schokolade von Joko Winterscheidt ist als dritter Partner der Open Chain beigetreten. Die Partnerschaft mit den beliebten Tafeln

zeigt, dass die Tony's Open Chain skaliert wird und der realen und messbare Impact gesteigert wird.

- **vly:** Der jüngste Missionsverbündete ist zwar keine Schokoladenmarke, aber eine Marke für pflanzliche Milchprodukte die großen Wert auf ethische Beschaffung der Zutaten legt - einschließlich Kakao für ihre Schokoladenmilch.



Aktuell ist Tony's Chocolonely's mit 33 potenziellen, neuen Partnern im Gespräch - das wären 37.000 Tonnen Bohnen, die durch eine Zusammenarbeit nachverfolgt werden könnten. Ein höheres Bohnenvolumen ist der wichtigste Hebel für Veränderung, und Missionsverbündete tragen dazu bei, die Wirkung dieses Hebels weiter zu maximieren. Die Kombination der 5 Sourcing-Prinzipien garantiert fairen Kakao. Angefangen bei der Rückverfolgbarkeit über die gesamte Lieferkette. Denn die Ernte der Kakaobohnen findet nicht im Vakuum statt. Tony's glaubt, dass jedes Schokoladenunternehmen die Verantwortung hat, bei jedem Gramm Kakao in seiner Schokolade zu wissen, welche sozialen, ökologischen und logistischen Aspekte dahinter stecken. Nur dann können gemeinsam höhere Standards gesetzt werden.

PR Kontakt

HEROES & HEROINES
tonyschocolonely@heroes-heroines.com


Über Tony's Chocolonely

Tony's Chocolonely kommt aus den Niederlanden, wurde 2005 von einem TV-Journalisten gegründet und ist in seiner Heimat Schokoladen-Marktführer - vor Big Playern wie Nestlé, Mars und Mondelez. Als Impact-Unternehmen macht Tony's Chocolonely nicht nur auf Missstände aufmerksam, sondern unternimmt aktiv etwas dafür, dass sich unhaltbare Zustände endlich ändern - weg vom Paternalismus hin zu Gleichheit in der Geschäftsbeziehung mit ihren Partnern in den afrikanischen Ländern. Dafür hat Tony's Chocolonely verschiedene Programme ins Leben gerufen, setzt sie konsequent und transparent um, und beweist, dass es auch anders geht. Tony's Chocolonely teilt sein Know-how gerne mit allen Schokoladen-Produzenten, lädt sie ein, nach denselben Prinzipien zu handeln und damit endlich für Gerechtigkeit im Kakaoanbau zu sorgen – eine Schokolade ohne bitteren Beigeschmack.

Ausführliche Informationen finden sich im jährlichen FAIR REPORT sowie unter www.tonyschocolonely.com.

Noch Fragen? presse@tonyschocolonely.com



 crazy about chocolate,
serious about people