

Themenpaket 2: Produktion und Transport

Auftrag zum Ausstellungsbesuch

1. Ihr erhaltet ein Bild einer Figur aus der SCA-Ausstellung.

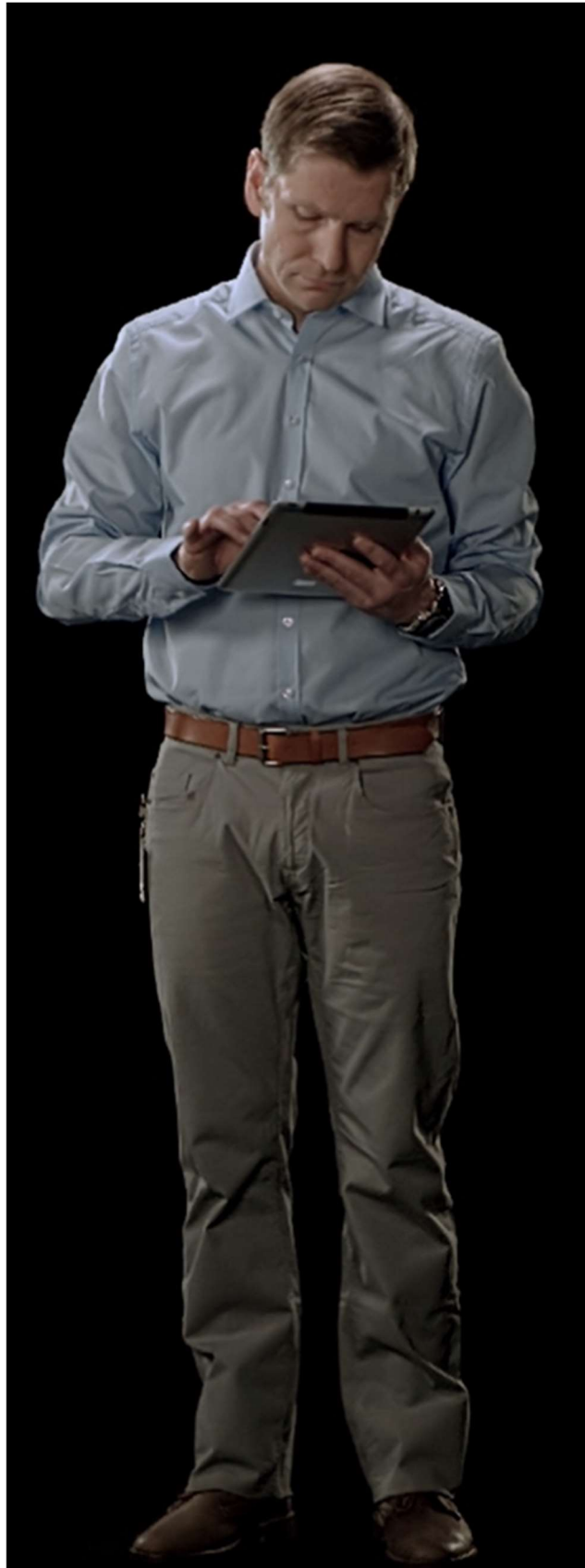
Sucht in der Ausstellung nach dieser Figur.

Welche Informationen erhaltet ihr von dieser Person?

Welche Zusammenhänge gibt es zu eurem Themenschwerpunkt, den ihr im Unterricht vorbereitet habt?

Haltet nach dem Ausstellungsbesuch auf diesem Blatt eure Antworten fest.














1. Kakao – vom Baum zum Schokoladenproduzenten

D1 Stationen zu «Kakao – vom Baum zum Schokoladenproduzenten»

	Stationen	Beschreibung
1		
2		

	Stationen	Beschreibung
3		
4		
5		

	Stationen	Beschreibung
6		
7		
8		

D2

Container-Schiffe bringen die Kakaobohnen-Ladung für die Produktion von Schweizer Schokolade vom Anbaugebiet in Westafrika nach Amsterdam. Durchschnittlich benötigen die Schiffe etwa zehn Tage für diese Reise.

D3

Kakaobauern in Ghana bringen ihre Ernte zu lokalen Sammellagern.

D4

Abgefüllt in Jute- oder Sisalsäcke von durchschnittlich etwa 60-70 Kilogramm, gelangen die Kakaobohnen in der Regel mit LKWs zu den Häfen, wo sie die Schiffsreise von den Anbauländern zu den Schokoladenherstellern antreten.

D5

Schweizer Schokoladenhersteller brauchen grosse Mengen des Rohstoffs Kakao. Schweizer Einkäufer der Schokoladenfabriken bestellen bei ihren Händlern Kakao. Der Preis hängt von vielen Faktoren ab, genauso wie die Qualität des Kakaos. Vor jeder Lieferung wird eine Probe genommen und diese im Labor der Schokoladenfabrik untersucht. Wenn alles in Ordnung ist, wird der Kakao aus Amsterdam mit der Eisenbahn, in Schüttgutwaggons, direkt in die Fabrik gebracht. Auch Lastwagen transportieren die Container europaweit in die Schokoladenfabriken.

D6

Die Kakaobohnen in Container geschichtet und dann auf grosse Container-Schiffe verladen.

D7

In den lokalen Sammellagern prüfen Kakaoverwalter die Qualität und sorgen für den Transport bis in den nächstgelegenen Hafen.

D8

Nach ihrer Ankunft in den europäischen Zielhäfen werden die Kakaobohnen zunächst kontrolliert und eingelagert. Die Bohnen werden nach ihrer Ankunft bis zum Weitertransport möglichst kühl und trocken gelagert. Die Lagerung der Bohnen dauert oftmals bis zu einem Jahr, da die Schokoladenhersteller durch die entstehende Reserve an Bohnen Preis- oder Nachschubschwankungen ausgleichen können.

D9

In Ghana: Ernte der Kakaofrüchte vom Stamm des Baumes. Über zwei Drittel der jährlichen Weltkakaoproduktion werden in Westafrika produziert.

D10

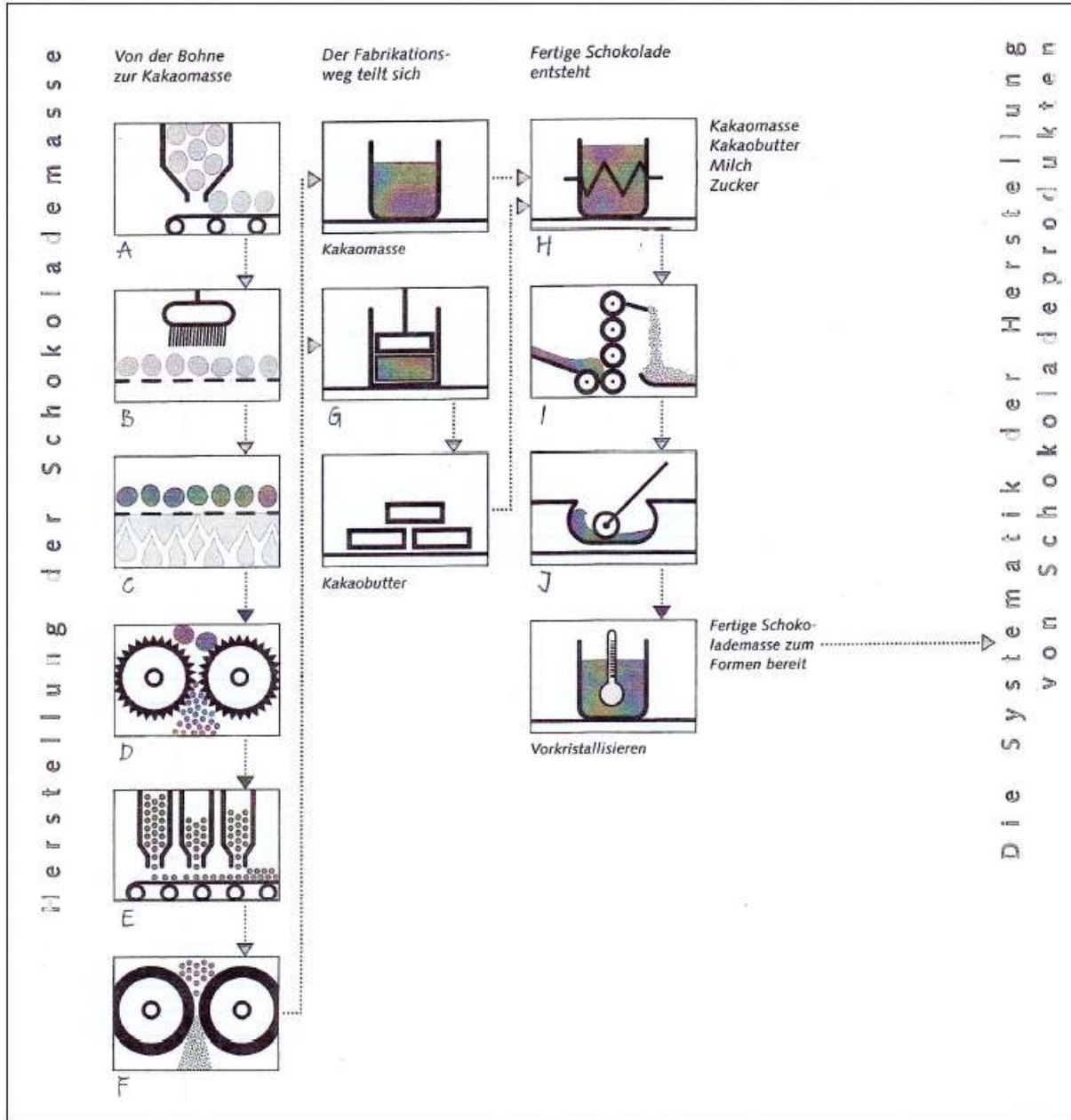


Aufgaben

1. Schau dir in D1 Stationen zu «Kakao – vom Baum aufs Schiff» die Bilder der jeweiligen Stationen genau an und beschreibe Sie einzeln mit einigen Stichworten direkt in der Tabelle.
2. Ordne die Bildlegenden D2-D9 den richtigen Stationen zu. Notiere D2-D9 direkt zu den Bildern in der Tabelle.
3. Trage auf der Weltkarte D10 den Weg der Stationen D2-D9 farbig ein. Beschrifte mit D2-D9. Ein Schulatlas kann dir bei der Orientierung helfen.

2. Chocolate – the Production

D1 Herstellung der Schokoladenmasse



Mischen		Presseb		Lagern	
Rösen		Conchieren		Walzen	
Reinigen		Mahlen		Brechen	
Mischen, kneten					

D2

Mit dem bezweckt man vor allem die Entwicklung des Aromas. Schon seit langem weiss man dass dadurch bestimmte Nahrungsmittel nicht nur bekömmlicher, sondern auch aromatischer werden, man denke an Kaffee, Mandeln, Haselnüsse. Je nach Verwendungszweck werden die Kakaobohnen mehr oder weniger stark

D3

Noch ist die Schokoladenmasse zu bitter und zu herb, die einzelnen Bestandteile haben sich geschmacklich noch nicht miteinander verbunden, das edle runde Aroma fehlt. In den sogenannten erwärmt sich die Schokoladenmasse durch die innere Reibung, hervorgerufen durch intensive Bewegung und starke Scherkräfte, auf ca. 80°C und verflüssigt sich. Die starke und stundenlange Bewegung bewirkt nun eine «Belüftung» der Schokolade: Nach und nach verflüchtigen sich die unerwünschten herben Duftkomponenten, die erwünschten Aromen kommen voll zur Entfaltung. Gleichzeitig vervollkommnet sich die Homogenität der Schokoladenmasse, ein feiner Film aus Kakaobutter legt sich um jedes der mikroskopisch kleinen Teilchen. Jetzt zergeht die Schokolade schmelzend auf der Zunge.

D4

In grossenwerken wird die Masse mit Druck zerkleinert und verfeinert bis auf eine Teilchengrösse von nur noch 15 bis 20 Tausendstelmmillimeter (15-20 Mikron).

D5

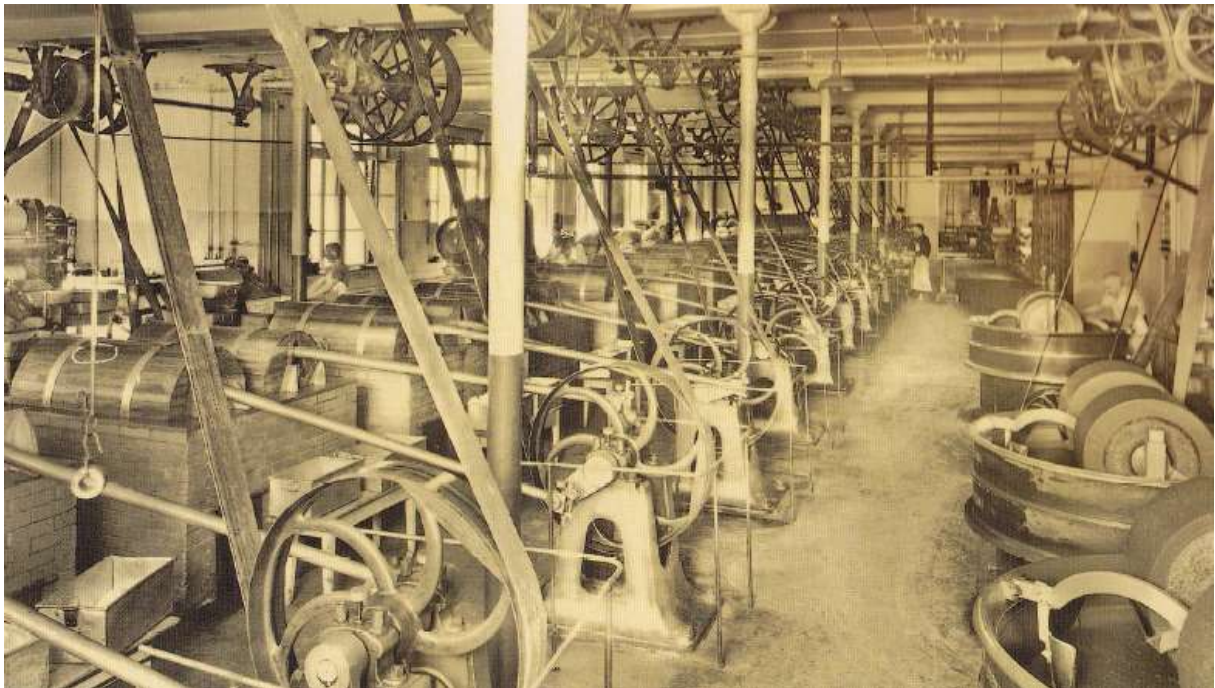
Kakaomasse, Kakaobutter, Zucker und Milchpulver sind die vier Grundstoffe, aus denen die Schokolade besteht. Indem man sie nach bestimmten Basisrezeptenund, erhält man die drei Schokoladengrundtypen, die gleichzeitig Ausgangspunkt aller weiteren Produktentwicklungen sind:

DUNKLE SCHOKOLADE	Kakaomasse + Kakaobutter + Zucker + Vanille/Vanillin
MILCHSCHOKOLADE	Kakaomasse + Kakaobutter + Zucker + Milchpulver + Vanille/Vanillin
WEISSE SCHOKOLADE	Kakaobutter + Zucker + Milchpulver + Vanille/Vanillin

Q1



Q2



Q3



D6

«Man röste die Kakaobohnen so lange, bis sie anfangen zu knacken oder bis die Schale gut heruntergeht. Dann reinigt man sie von der Schale und thut eine gewisse Quantität derselben in die Chokolademaschine (einen eisernen halbrunden Kessel mit einer an der Wand befestigten Keule). Unter diese Maschine macht man ein nicht starkes Kohlenfeuer und reibt so lange mit der Keule, bis sie ganz flüssig geworden sind, und man nichts Körniges mehr fühlt. Nach dem Zartreiben thut man die erforderliche Menge Zucker hinzu und reibt alles gehörig unter einander. Die abgewogenen Portionen drückt man in Formen und schüttelt und schlägt sie so lange auf einem Tische, bis sie oben ganz glatt geworden sind.»

D7 Industrialisierung – 3 technische Revolutionen

1. Erste Technische Revolution (1770-1870)
 - Ersatz der Muskelarbeit durch Dampf- und Wasserkraft
 - Dampfmaschine, Spinn- und Webmaschine
 - Eigentümergeellschaften

 2. Zweite Technische Revolution (1870-1960)
 - Erleichterung der Wahrnehmungs- und Kommunikationsarbeit durch Elektrizität und Erdöl
 - Eisenbahn, Glühbirne, Telegraf, Telefon, Radio, Film

 3. Dritte Technische Revolution (seit 1960)
 - Erleichterung der programmierbaren Denkarbeit durch Kernkraft (als neue Energiequelle)
 - Elektronik, Computer, Internet
- Jede Revolution hängt mit einem Konjunkturzyklus zusammen, der am Zenith am höchsten steht und vor dem nächsten Zyklus wieder sinkt. Diese Entwicklung verlief in den einzelnen Volkswirtschaften unterschiedlich.

Aufgaben

Schau dir die Grafik D1 genau an. Sie zeigt den Prozess der Herstellung von Schokoladenmasse. Unter den meisten Zeichnungen findest du je einen Buchstaben (A-J) – einige sind bereits beschriftet. In der Tabelle darunter findest du verschiedene Begriffe, die jeweils zu einem Schritt im Herstellungsprozess gehören.

Ordne Buchstaben A-J den richtigen Begriffen in der Tabelle zu. Beschrifte auch die einzelnen Zeichnungen.

1. In D2-D5 findest du die Beschreibungen von drei Schritten im Herstellungsprozess von Schokolade. Zu welchen passen sie? Ordne D2-D5 je den passenden Begriff zu. Die Grafik D1 kann dir dabei helfen.
2.
 - Ordne den Bildern Q1 – Q3 die richtige Jahrzahl zu:
 - o A um 1900
 - o B um 1920
 - o C 1994
 - Es handelt sich bei allen drei Bildern Q1-Q3 um einen sogenannten «Reibsaal», wo die Schokoladenmasse hergestellt wurde.
Welche Bildlegende passt zu welchem Bild Q1-Q3?

Q1-Q3		Bildlegenden
	A	Der «Reibsaal» im Jahr Links Walzen, in der Mitte die in Betrieb genommene Füllmassen-Linie, rechts ein Ausschnitt aus der elektronisch gesteuerten Masse-Mischanlage, dahinter Walzen.
	B	Der «Reibsaal» um das Jahr..... Links erkennt man die lange Reihe der Doppelconchen mit ihren hölzernen Abdeckungen, rechts die drei Melangeure. Den Antrieb besorgten zentrale Motoren – damals bereits elektrisch betrieben – die Kraft wurde über Wellen und Räder an der Decke und lange Transmissionsriemen zu den einzelnen Anlagen übertragen. Diese Art der Kraftübertragung macht die Arbeit an den Maschinen nicht ungefährlich, unter anderem glitten die Riemen gern von den Antriebsrädern und schlugen dann wild umher.
	↓↓↓	

	C	Der Sprüngli-»Reibsaal« in der Fabrik umVon links nach rechts erkennt man Walzen, Mühlen und Melangeure. Conchen waren hier noch keine installiert. Für den Transport des Produktionsgutes von Maschine zu Maschine wurden schwere 50kg-Formen verwendet.
--	---	---

- Vergleiche Q1, Q2 und Q3. Nimm auch die jeweiligen Bildlegenden zu Hilfe. Welche Unterschiede kannst du festhalten? Gibt es Gemeinsamkeiten? Kannst du je eine Phase der Industrialisierung D7 einem Bild zuordnen?
- Zu welchem Bild Q1-Q3 passt D6 am besten? Begründe deine Zuordnung.

3. Schokolade und die Wertschöpfungskette

D1

Textzeilen eines in den 1950er Jahren in Ghana populären Songs:

*Wenn du deine Kinder zur Schule schicken willst, dann ist es Kakao
Wenn du dir ein Haus bauen willst, dann ist es Kakao
Wenn du heiraten willst, dann ist es Kakao
Wenn du Stoff kaufen willst, dann ist es Kakao
Wenn du dir einen Laster kaufen willst, dann ist es Kakao
Was immer du in dieser Welt tun willst
Ist es Kakaogeld, mit dem du es tust*

Aus: Ryan, Órla, Chocolate Nations. Living and Dying for Cocoa in West Africa, 2011, S. 9.

D2

Ursprünglich wurde der Begriff Wertschöpfungskette angewendet, um die Abläufe der Beschaffung und Produktion innerhalb von Unternehmen zu beschreiben. Mittlerweile wird die Bezeichnung auch verwendet, um die gesamte Produktionskette vom Anbau oder Abbau eines Rohstoffes, die Weiterverarbeitung, den Handel und die Kundinnen und Kunden bis hin zur Entsorgung zu erfassen.

Die genaue Betrachtung der Wertschöpfungskette sollte ursprünglich Hinweise darauf geben, wo die Effizienz gesteigert werden kann, um so Ansätze zur Senkung von Kosten zu identifizieren. Es können jedoch auch weitere Aspekte einbezogen werden, darunter die Frage, wie die Machtverteilung zwischen den einzelnen Beteiligten der Wertschöpfungskette aussieht sowie welche politischen und arbeitsrechtlichen Regelungen von Bedeutung sind.

Zunehmend ins Blickfeld gerieten in den letzten Jahren die Folgen von Machtverschiebungen zwischen den einzelnen Beteiligten in der Produktions- und Vertriebskette. Dabei ist vor allen Dingen diskutiert worden, wie sich steigende Marktanteile einzelner Markenhersteller in der Produktion sowie von Supermarktketten im Handel auswirken.

Aus: http://www.suedwind-institut.de/fileadmin/fuerSuedwind/Publikationen/2012/2012-18_Vom_Kakaobaum_zum_Konsumenten._Die_Wertschoepfungskette_von_Schokolade_download.pdf (nicht mehr aktiv)

D3 Von der Kakaobohne zur Schokolade

Kakaoanbau und erste Verarbeitungsschritte	Produktion von Dünger und Pestiziden
Pflanzen und pflegen der Kakaobäume	
Ernte	
Öffnen der Früchte	
Fermentieren und trocknen	
Verpacken in Säcke und lagern	
Handelsstufe	
Bauern und Genossenschaften verkaufen an Kleinhändler/Ankauforganisationen/Exporteure	Finanzierung durch Banken und Investoren
Transport in die Häfen	
Export oder Weiterverarbeitung im Anbaugebiet	
Weiterverarbeitung der Bohnen	
Lagern	
Reinigen und rösten	
Brechen	
Vermahlen zu Kakaomasse	
Herstellung der Schokolade	
Verarbeiten der Kakaomasse	Produktion von Milch, Zucker, etc.
- Zu Schokolade (mit Milch, Zucker, Haselnüssen, Nougat, Kakaobutter, etc.)	
- oder: Auspressen der Kakaomasse zu Kakaobutter und Kakaopulver	
→ Kakaobutter: Verwendung in Schokolade (sowie Kosmetika, pharmazeutischen Produkten)	
→ Kakaopulver: Weiterverarbeiten zu Kakaoerzeugnissen	
Verpackung	Produktion von Verpackungsmaterialien
Der Weg zum Kunden	
Transport in die Geschäfte	
Verkaufen	
Verbrauchen	

D4

Weltmarkt in 1'000 Tonnen*

	1960/61	1980/81	2000/01	2010/11	2021/22
Produktion	1.172	1.695	2.865	4.304	4.890
Verarbeitung	1.002	1.558	3.065	3.914	5.071

* jeweils vom 01.10. eines Jahres bis zum 30.09 des Folgejahres

Quelle: <https://www.icco.org/>

D5

Kostenanteil des Rohkakaos an einer Tafel Lindt Vollmilchschokolade (100g, 1.49 €)	
Ertrag von Kakaomasse aus 1 kg Rohkakao	800g
Kosten des Rohkakaos (12/2022)	2.301 €
Anteil der Kakaomasse an Milchsokolade	30%
Zahl der Tafeln Schokolade aus 800g Kakaomasse	26.7
Kosten des Rohkakaos je Tafel:	11.9 Cent
- Anteil am Preis der Tafel Schokolade	8%
Anteil der Bauern in Ghana (70% des Weltmarktpreises)	9.8 Cent
- Anteil am Preis der Tafel Schokolade	6.6%
Anteil der Bauern an der Elfenbeinküste (50% des Weltmarktpreises)	8.9 Cent
- Anteil am Preis der Tafel Schokolade	6%
<p>Note: Der Preis des Rohkakaos ist der Stand an der Londoner Börse vom 12.12.2022. Die Kalkulation basiert auf dem Durchschnittspreis von einer Tafel Lindt Schokolade von 1.49 €.</p> <p>(Quellen: https://www.icco.org/, https://de.makechocolatefair.org) Bei Billigangeboten oder hochpreisiger Schokolade gibt es erhebliche Abweichungen von den errechneten Durchschnittswerten.</p>	

D6

Die 2013 weitgehend stabile und sich gegen Jahresende sogar aufhellende Konsumentenstimung hat sich in der Schweiz positiv auf die Nachfrage nach Schweizer Schokoladeprodukten ausgewirkt. Zum mengenmässigen Mehrabsatz von 1.4% dürften das lang anhaltende winterliche Wetter und ein Sommer mit kurzen Hitzeperioden beigetragen haben. Ferner haben sich auch die gegenüber dem Vorjahr gesteigerten Tourismusfrequenzen positiv auf die Verkäufe ausgewirkt. Die Inlandverkäufe beliefen sich auf 69'399 Tonnen.

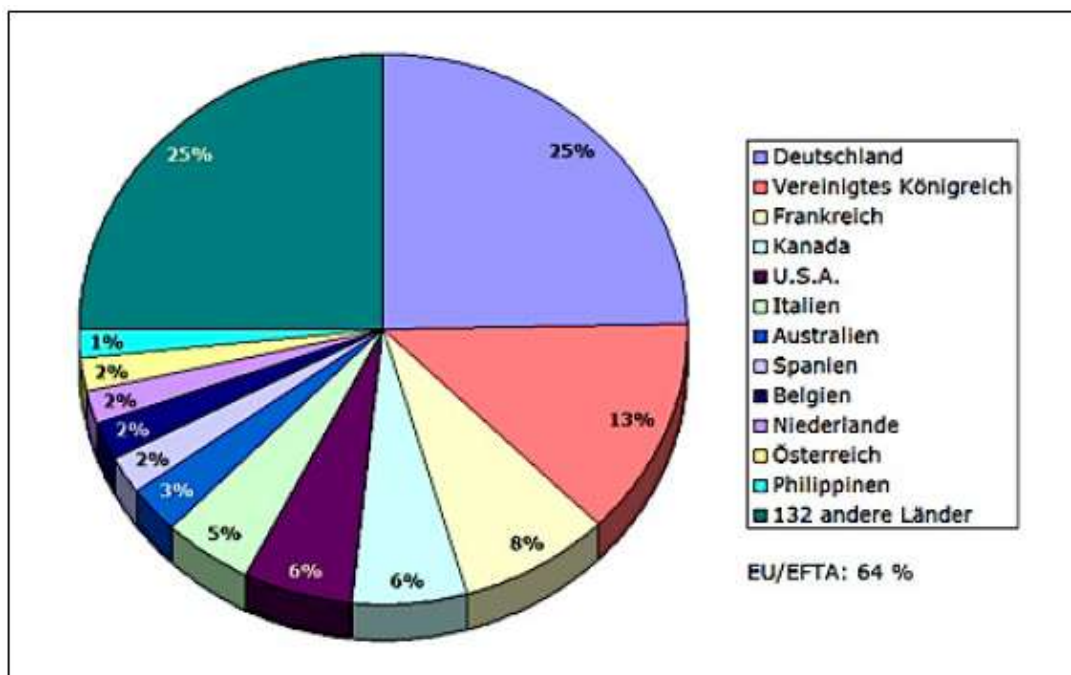
D7

Schweizerinnen und Schweizer mögen Schokolade. 2013, wie auch schon in den vorangegangenen Jahren, hatten sie mit 12,0 kg den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch. Allerdings sind dabei die Einkäufe der Feriengäste und Grenzgänger inbegriffen.

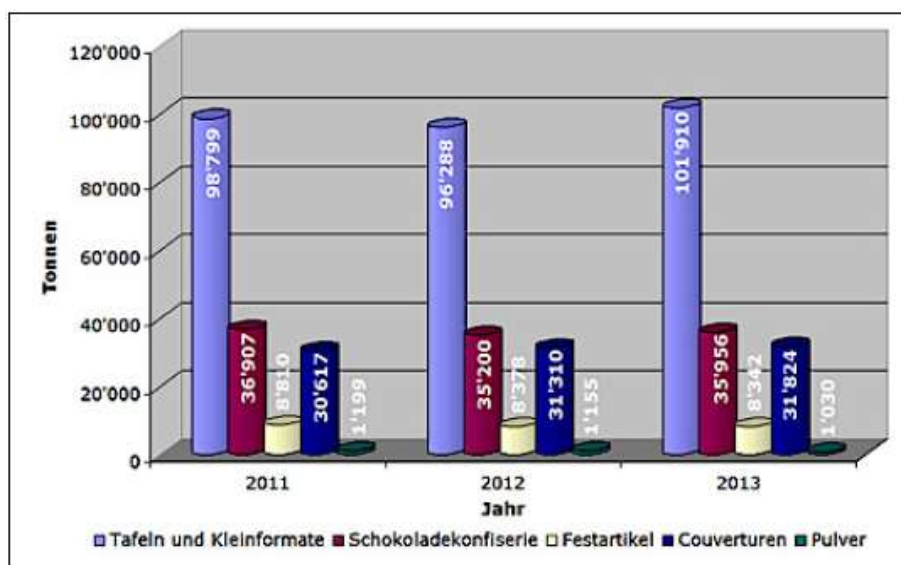
D8

Die Schweizer Schokoladenindustrie konnte das Exportgeschäft im Jahr 2013 signifikant ausbauen. Die Verkäufe ins Ausland erreichten 109'662 Tonnen, was einem Anstieg von 5.6% entspricht. An der Spitze der 150 Exportmärkte stand erneut Deutschland (24.7% Exportanteil) vor dem Vereinigten Königreich (12.8% Exportanteil), Frankreich (8.0% Exportanteil) und Kanada (6.3% Exportanteil). Die Verkäufe in Länder der EU legten gegenüber dem Vorjahr sowohl mengen- (+18.5%) als auch wertmässig (+5.2%) zu. Ausserhalb der EU konnte die Branche in China, der Russischen Föderation, Saudi-Arabien, der Türkei und den Vereinigten Arabischen Emiraten beeindruckende Mehrverkäufe realisieren.

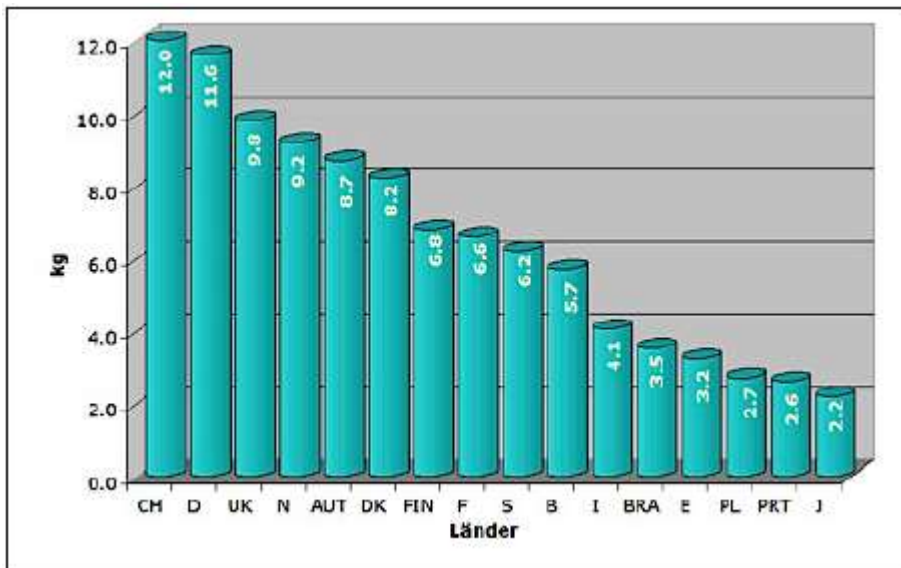
D9



D10



D11



Aufgaben

1.
 - Schau dir den Songtext in D1 genau an. Was will dieser Song aussagen? Fasse die Hauptaussage zusammen.
 - Formuliere mögliche Konsequenzen, die du daraus ablesen kannst.
2.
 - Erkläre den Begriff Wertschöpfungskette (D2)
 - Was war der ursprüngliche Zweck? Was kann damit aber auch erreicht werden? Halte eine Antwort in Stichworten fest.
3. Beschreibe mithilfe von D3 die Wertschöpfungskette von Schokolade.
4. Übertrage die Daten von D4 in ein Liniendiagramm. Welche Aussagen kannst du über die Entwicklung des Weltmarktes für Kakao machen? Halte sie in einigen Sätzen fest.
5. Schau dir die Grafik D5 genau an. Was wird genau dargestellt? Welche Folgen werden ersichtlich?
6. Formuliere mindestens 4 verschiedene Aussagen.
7.
 - Ordne die Titel A -C den Texten D6 – D8 passend zu.
 - A: Export
 - B: Inlandmarkt
 - C: Schokolade-Pro-Kopf-Verbrauch
 - Welches Diagramm könnte zu welchem Text passen? Ordne die Diagramme D9-D11 den passenden Texten D6-D8 zu.

4. Das «süsse Glück» – Schokolade und die Werbung

D1 Schokolade wird zum Markenartikel und braucht Werbung

Die Geschichte der Werbung reichte weiter zurück als bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts – durch die zunehmende Industrialisierung und die Entstehung immer grösserer Fabriken erlangte die Werbung um 1900 aber ein bis dahin ungeahntes Ausmass.

Die seit den 1870er-Jahren rasch wachsende Schokoladenindustrie, die zunehmende Konkurrenz im internationalen Schokoladenmarkt und die grösser werdende Distanz zwischen Produzent und Konsument liessen die Werbung für die einzelnen Fabrikanten zu einer Notwendigkeit werden. Neue Kunden mussten mit den Produkten zunächst vertraut gemacht werden, und die sich entwickelnde Konsumgesellschaft, in der die städtischen Verbraucher aus einer immer grösseren Fülle von Produkten auswählen konnten, benötigte für die Positionierung der Waren im Markt neue Wege der Vermittlung. Die Werbung wurde jetzt stärker als Mittel zur Absatzsteigerung eingesetzt, verkürzt formuliert beginnt die Geschichte der Werbung mit dem Aufkommen der Markenprodukte: Wenn die speziellen Eigenschaften einer Schokolade, wie Form, Farbe und Geschmack, wahrgenommen werden sollen, muss sie einen eigenen Namen haben, der die Käufer zugleich an das Produkt binden soll und ihnen die Möglichkeit bietet, sich auf dem immer unübersichtlicheren Markt zurechtzufinden.

Bis 1900 setzte sich zusammen mit dem Gedanken des Markenartikels ein erstaunlich reichhaltiges Sortiment von Werbeträgern durch: Firmennamen und -symbole erschienen auf Buchzeichen und vorgedruckten Speisekarten, auf Spielkarten und Gläsern, Tassen und Tellern, auf Plakaten und Schildern aus Blech oder Emaille – und dies europaweit. Auch das obere Viertel von Briefen und Formularen wurde zu einer reich genutzten Werbefläche. In Schwarzweissen Stichen wurden die Fabriken, aber auch die Geschäfte, wo die Schokolade verkauft wurde, gezeigt.

Q1

Sehr frühe Werbung für Schokolade – ein Zeitungsinserat aus dem Jahr 1882 wirbt für die Firma Lindt & Sprüngli



Q2

«Die bisherige Entwicklung der schweizerischen Chocolateindustrie und die gegenwärtige Lage des Marktes lassen gewiss für die nächste Zeit auf eine günstige Weiterentwicklung hoffen. Die Schweizer Chocolate, sowohl die westschweizerischen, die bernischen wie die ostschweizerischen Marken, hat von Jahr zu Jahr immer weitere Gebiete auf dem Weltmarkt erobert und die Produkte der französischen wie der deutschen Fabriken weit hinter sich gelassen. Seit zehn Jahren hat die schweizerische Chocolateausfuhr sich verzehnfacht, dem Wert nach ist sie um das 20fache gestiegen! 1884 wurden 5320 Doppelzentner Chocolate ausgeführt mit einem Werte von 1'300'000.- In den beiden letzten Jahren betrug die Ausfuhr dagegen: 1902: 47'457 Doppelzentner (Fr. 18'118'155.-); 1903: 59'243 Doppelzentner (Fr. 22'912'135.-). [...]

Aus dem Tagesanzeiger für Stadt und Kanton Zürich, 26. Aug. 1904.

Q3

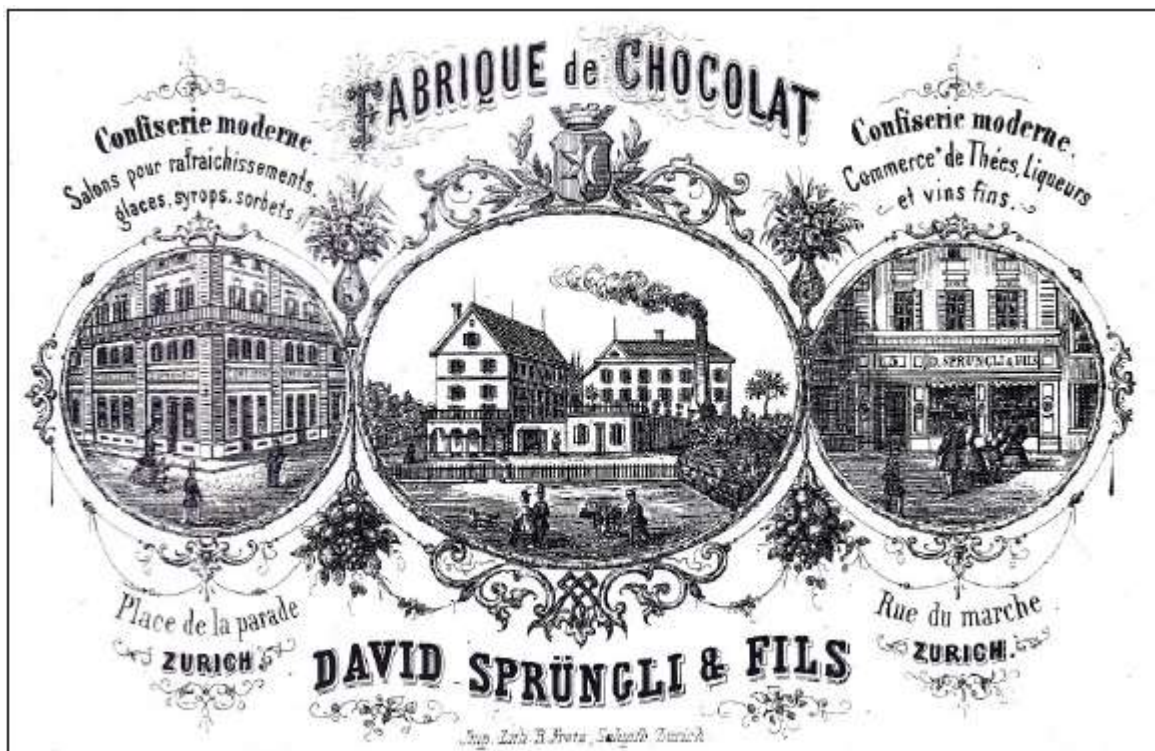
Sehr seltenes Werbeplatkat aus den 1890er-Jahren für die damalige Firma Rudolf Sprüngli Fils. Für den Hintergrund der reizenden Szene wählte der Entwerfer die Sicht auf Zürich, das untere Seebecken und das Alpenpanorama. Auch technisch stellt es eine Besonderheit dar: eine mehrfarbige Chromolithographie auf Blech.



D3 Militärschokolade

Der hohe Nährwert, die leichte Zubereitung und die gute Transportfähigkeit machten die Schokolade zu einem idealen militärischen Proviant, der von den Soldaten problemlos mitgeführt werden konnte. Seit Beginn der 1870er-Jahre versuchte Suchard ein billiges, speziell hergestelltes Schokoladenpulver als neues Frühstücksgetränk in der Schweizer Armee einzuführen und verschickte seine «Militärschokolade» zu diesem Zweck an verschiedene Kasernen und Truppenkommandanten, die das neue Produkt testen sollten. [...] Eine breitere Durchsetzung der Schokolade im Militär erfolgte mit dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs, als die Schokoladenfabriken für die Versorgung der Truppen mobilisiert wurden. Mit der wachsenden Nahrungsmittelknappheit und der Verschlechterung der Ernährung wurden die Vorzüge der Schokolade als Nahrungsmittel rasch deutlich. [...] 1919 wurde festgehalten, dass Kakao und Schokolade in der Schweizer Armee nun «grösstenteils an die Stelle des Frühstückskaffees getreten» sei und bereits 1917 hatte Theodor Tobler die Veränderung wie folgt beurteilt: «Wenn vor dem Kriege das weibliche Geschlecht zusammen mit den Kindern das Hauptkontingent der Schokolade-Konsumentenschaft darstellte, so haben jetzt vor allem die in den Armeen eingereichten Männer Kakao trinken und Schokolade essen gelernt.»

Q4



Sehr frühe Werbung – Briefkopf von Lindt&Sprüngli, um 1860 – Kopf von Brief- und Rechnungsformularen bot billige Werbefläche, die rege genutzt wurde.

Q5 Schweizer Militärschokolade im 20. Jahrhundert



Q6 Wehrhafte Schweiz

Seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert versuchte die Schokoladenindustrie das Militär als Kunde zu gewinnen und ihre Produkte als stärkende Nahrungsmittel und Notration für Männer durchzusetzen.

Werbung für Tobler-Schokolade, um 1940.



Q7

Mit aggressivem Marketing zu wirtschaftlichem Erfolg: Magazin für Werbematerial in der Chocolat Tobler in Bern, 1908.



Q8:

Schon in frühen Zeiten der Werbung gab es Werbedeals mit Berühmtheiten. Hier hat sich Daniel Peter mit Flugpionierin Amelia Earhart (1897-1937) zusammengetan.



Quelle: <https://peterschocolate.com/our-story/>

Aufgaben

1. Erkläre mithilfe von D1, warum für die Schokoladenproduzenten gegen Ende des 19. Jahrhunderts Werbung enorm wichtig wurde.
2. Welche Bilder passen zu welchen Texten? Suche die passenden Illustrationen für die folgenden Texte. Markiere die korrekten Verbindungen mit Pfeilen und notiere jeweils Stichworte, die deine Zuordnung begründen.

Texte	Bilder	Begründung
	Q1	
D1	Q3	
	Q4	
	Q5	
D3	Q6	
	Q7	

3.
 - Fasse die Hauptaussage von Q2 zusammen.
 - Welche Bilder passen zu Q2? Begründe auch wiederum deine Zuordnung.
4. Vergleiche Q3 mit Q6 und halte entsprechende Stichworte in der unteren Tabelle fest.

	Q3	Q7
Gib dem Bild einen passenden Titel		
Was ist dargestellt?		
Wie ist es dargestellt?		
Von wem stammt das Bild?		

Wann ist das Bild entstanden?		
An wen richtet sich das Bild?		
Was will das Bild erreichen?		
Wie könnte ein Bild mit dem gleichen Zweck heute aussehen?		

Auftrag nach dem Ausstellungsbesuch

1. Welche Texte passen am besten zu eurer Figur aus der Ausstellung? Entscheidet euch und begründet eure Wahl.

Schokoladenwerbung und Verkehr

2. Sucht im VHS in der Halle Schienenverkehr nach einem Verkehrsmittel, das eine Schokoladenwerbung trägt. Beantwortet im Anschluss die Fragen in der Tabelle.

Um welches Verkehrsmittel handelt es sich?	
Welche Informationen findet ihr dazu?	
Welche Werbung findet ihr?	
Überlegt euch, was man sich von dieser Werbung versprochen hat. Formuliert mindestens zwei Vermutungen.	1.
	2.

Schokoladenwerbung heute

3. Sucht im Shop des VHS nach Schokoladenwerbung. Wie wird heute für Schokolade geworben? Beschreibt es an einem konkreten Beispiel und sucht nach möglichen Begründungen.

Schokoladenwerbung	
Beschreibung	Begründungen

4. Entwerft auf diesem Blatt eine eigene Werbung für ein Schokoladenprodukt. Begründet, warum ihr euch für diese Werbung entschieden habt.

Transkripts

Text A

Allô bonjour... da sind Sie ja! Schauen Sie! Gerade werden die Güterwagen mit dem Kakao aus Amsterdam entladen. Dann beginnt meine Arbeit als Schokoladenmeisterin. Zuerst mischen wir die verschiedenen Kakaosorten. Da hat jeder Hersteller sein eigenes Rezept. Es macht seine Schokolade unverwechselbar. Und es ist ab-so-lu-ment streng geheim. Ich kenne es natürlich. Aber von mir erfahren Sie nichts!

Naturellement müssen die Bohnen ganz sauber sein. Deshalb werden sie zuerst gründlich gereinigt. Als nächstes werden die Bohnen geschält und die Kerne zu Splintern gebrochen.

Jetzt kommt ein ganz wichtiger Schritt ... die Kakaobohnen werden geröstet. Dabei entwickeln sich die Aromen. Ich stimme Temperatur und Dauer genau auf Sorte und Qualität der Bohnen ab.

Text B

Grüezi! Als Chocolatier kreierte ich die Schoggirezepte... Ich bin quasi Komponist der Gaumenfreuden. Mein persönlicher Favorit ist die dunkle Schokolade. Sie besteht vor allem aus Kakaomasse, Kakaobutter und etwas Zucker – je höher der Kakaoanteil, desto kräftiger der Geschmack.

Meine Frau hat lieber Milkschokolade; für Sie mische ich Milchpulver unter die dunkle Schokolade. Ganz anders meine Töchter. Denen schmeckt weisse Schokolade am besten. In weisser Schokolade, das wissen die wenigsten, hat es gar keine Kakaomasse, sondern nur ein Extrakt der Kakaomasse, nämlich die Kakaobutter, dann noch Zucker und Milchpulver. Voila.

Text C

Der Kakao gelangt mit dem Schiff von Ghana nach Amsterdam. Die Säcke mit den Kakaobohnen werden in Containern transportiert. Die müssen sauber, trocken und gut belüftet sein, damit kein Schimmel entstehen kann. Vor jeder Lieferung untersuchen wir eine Probe in unserem Labor. Ist alles in Ordnung, kommt der Kakao aus Holland mit der Eisenbahn direkt in die Fabrik.

Text D

Agya, m'aaha – Guten Tag! Ich bin Verwalter in einem Kakaolager in Ghana, Westafrika. Was, bitte, haben Kakao und Ghana mit Schweizer Schokolade zu tun? Und wie wird ein Alpenland zum Schoggiland?

Ich sag' Ihnen – für die Bauern mit ihren kleinen Anbauflächen ist die Kakaoernte wirklich harte Arbeit. Die schlechten Strassen machen das Ganze auch nicht einfacher, und manchmal fehlen auch die Fahrzeuge. Deshalb arbeiten wir hier in Ghana mit lokalen Sammellagern: Die Bauern bringen mir ihre Ernte, ich lasse die Qualität prüfen und kümmere mich um den Transport zum Hafen. Entschuldigung (schmunzelt). Mit Unterstützung durch Schweizer Schokoladenherstellerschule ich die Bauern zudem, wie sie ihre Kakaobäume nachhaltiger und mit mehr Ertrag bewirtschaften können.

Text E

Nun mahlen wir die Splitter in mehreren Schritten. Beim Mahlen entsteht Wärme, und die Kakaomasse wird flüssig. Diese Masse schmeckt bitter und fühlt sich rau an auf der Zunge. Vraiment, das wäre noch kein grosser Genuss! Doch zum Glück haben die Schweizer Schokoladenpioniere Maschinen entwickelt, um die Schokolade zu verfeinern. Sie möchten mehr wissen? Also... vorwärts in die Vergangenheit. Bon voyage!

Text F

Die Kakaobohne stammt aus Mittel- und Südamerika. «Ka-ka-wa» heisst sie bei den Maya vor über 1000 Jahren. Sie und auch die Azteken trinken den Kakao ungesüsst... brrr! Bitter, echt bitter! Jedenfalls bringen die spanischen Seefahrer vor 600 Jahren die Bohnen nach Europa. Die Adligen lieben das Getränk – aber nur mit Zucker. Später pflanzt man Kakaobäume in allen tropischen Kolonien. Heute produzieren wir hier in Westafrika weltweit am meisten Kakao.

Text G

Ah ... Sie sind pünktlich wie eine Schweizer Uhr, gut so! Zuverlässigkeit ist für mich als Einkäufer einer Schokoladenfabrik nämlich ganz wichtig. Die braucht es bei den weltweit vernetzten Transport- und Logistiksystemen. Sonst könnten wir hier in der Schweiz keine Schoggi produzieren. Denn egal, ob wir Kakao importieren oder Schokolade exportieren: Ohne Schiffe, ohne Eisenbahnen, ohne Lastwagen würde nichts laufen. Gar nichts.

Bei meinem Händler bestelle ich ausdrücklich Kakao aus Ghana. Wichtig ist natürlich auch der Preis. Der geht munter rauf und runter, sag ich Ihnen... Er hängt von vielen Faktoren ab. Unter anderem vom Wetter: In einem trockenen Jahr zum Beispiel ist die Ernte kleiner. Wir Einkäufer müssen dann schauen, dass wir genügend Kakao in erstklassiger Qualität finden – und prompt steigt der Preis.

Text H

Für Tafelschokolade lasse ich sie in angewärmte Kunststoffformen fliessen. Beim Abfüllen achte ich genau auf die Temperatur, damit die Schokolade schön glänzt und knackig bricht. Luftbläschen verschwinden durch kräftiges Rütteln. Im Kühlschrank wird die Schokolade langsam fest. Wir lösen sie aus der Form. Bingo! Jetzt braucht's nur noch eine Verpackung.

Die fertige Schokolade muss bei konstant 14 Grad gelagert und transportiert werden. Da verlasse ich mich auf meine Kollegen von der Logistik – sie organisieren die Transporte und überwachen weltweit die Temperaturen in den klimatisierten Kühlcontainern.