

## Die koloniale Geschichte der Schokolade

Seit dem 15. Jahrhundert sind Kakao und das daraus hergestellte Genussmittel Schokolade in Europa bekannt und beliebt. Weniger bekannt ist die historische Verknüpfung dieser Nahrungsmittel mit Versklavung und Kolonialismus.

Der Kakaobaum benötigt ein feuchtwarmes und schattiges Klima, das nur in den Tropen zu finden ist. Daher werden die Kakaobohnen nicht in Europa angebaut, sondern aus Lateinamerika und Afrika importiert. Früher war der Anbau von Kakao mit der Versklavung und Ausbeutung von Menschen in den von Europa kolonisierten Gebieten verbunden – so auch in den von Deutschland kolonisierten Gebieten des heutigen Togo, Kamerun und Samoa.

In Mittel- und Südamerika wurde Kakao schon lange vor der europäischen Kolonialisierung kultiviert. Die Aztek\*innen verehrten ihn sogar als heilige Pflanze. Kakaobohnen wurden u. a. als Zahlungsmittel und als Zutat für ein herb-würziges Getränk gebraucht. Der Begriff „Kakao“ stammt vom aztekischen Wort „cacahuatl“ ab. Das Wort „Schokolade“ hat sich aus dem Namen eines kakaohaltigen Getränkes der Aztek\*innen entwickelt – dem „Xocóatl“, das Wasser, Kakao, Vanille und Pfeffer enthielt.

In Europa wurde dieses Getränk als zu bitter empfunden. So wurde ihm Honig und Rohrzucker beigemischt und es entstand das noch heute weltweit verbreitete Genussmittel Schokolade. Im Europa des 16. und 17. Jahrhunderts war Schokolade ein teures Luxusgut, das sich nur reiche Adlige leisten konnten. Es wurde zunächst in Handwerksbetrieben produziert. Erst ab dem 18./19. Jahrhundert wurden größere Mengen von Kakaobohnen gehandelt und in Fabriken verarbeitet. Die Halloren-Fabrik in Halle an der Saale gehört zu den ältesten Schokoladenfabriken in Deutschland. Bis ins 19. Jahrhundert galt Schokolade auch als Medizin und wurde als „Kräftigungsmittel“ in Apotheken angeboten.

Durch europäische Pflanzer\*innen gelangte die Kakaopflanze Ende des 19. Jahrhundert in afrikanische Gebiete, wo Kakao unter menschenunwürdigen Bedingungen und durch Versklavung von Afrikaner\*innen auf Plantagen angebaut wurde. Schokolade wurde nun nicht nur in kleinen „Chocolaterien“, sondern auch in sogenannten „Kolonialwarenläden“ angeboten. Die erste Kakaopflanzung auf von Deutschen kolonialisierten Gebieten wurde vom Hamburger Handelshaus Woermann 1885 in Kamerun errichtet. Die Arbeit auf den Plantagen galt für Deutsche als „zu schwer und kräftezehrend“. Bewohner\*innen der damals deutschen Kolonie mussten unter Bedingungen arbeiten, die schon zu Kolonialzeiten von einer Schweizer Mission „als neue Form der Sklaverei“ bezeichnet wurde. Das Land für die Plantagen gelangte oft durch gewaltsame Enteignung in deutschen Besitz. Der Konsum von Schokolade, die aus Kakaobohnen deutscher Kolonien hergestellt wurde, wurde in Werbeslogans angepriesen. Die ausbeuterischen Arbeitsbedingungen der Plantagenarbeiter\*innen spiegelten sich in der Werbung jedoch nicht wider. Exotisierende Darstellungen verharmlosten das Machtverhältnis zwischen europäischen Plantagenbesitzer\*innen und afrikanischen Arbeiter\*innen. So wurden die Arbeiter\*innen oft stereotypisierend als „primitive Wilde“ mit „kindlichem Gemüt“ dargestellt.

Auch heute noch sind die kolonialen Spuren in der Produktionskette und in der Werbung von Schokolade erkennbar. Von den oftmals prekären Arbeitsbedingungen beim Kakaoanbau sind Menschen im Globalen Süden betroffen. Vom Gewinn des fertigen Produkts Schokolade profitieren hauptsächlich einige wenige Menschen des Globalen Nordens. Die Schokoladenwerbung greift immer wieder auf exotisierende und stereotype Bilder der Kolonialzeit zurück. So wird Schwarzsein oft mit Schokolade in Verbindung gesetzt, wie bspw. bei einer sächsischen Bäckerei, die mit einem Schwarzen<sup>1</sup> Baby für einen Schokoladen-Kuchen wirbt.

<sup>1</sup> Da es sich bei der Einteilung von Menschen in „Schwarz“ und „Weiß“ um soziale und politische Konstruktionen handelt und nicht um biologische Kategorien, werden die Begriffe in diesem Text großgeschrieben.

## Die koloniale Geschichte der Schokolade

Schwarze Menschen werden als dienende Personen dargestellt, wie bei der stark kritisierten „Sarotti-Schokolade“. Sarotti änderte die Figur des „Sarotti-Mohrs“ erst 2004, nachdem ihn der US-Vertrieb ablehnte. Allerdings ähnelt die neue Figur „Magier der Sinne“ stark der alten, die darüber hinaus weiterhin auf „Nostalgie-Editionen“ zu finden ist. Auch sexualisierte Bilder von Schwarzen Menschen werden in der Schokoladen-Werbung gern verwendet. Ein aktuelles Beispiel ist die Werbung der „Müllermilch“, die mit einer Reihe sexistischer Motive für ihre Produkte wirbt und auf der „Müllermilch Schoko“ eine sexualisiert dargestellte Schwarze Frau abbildet.

Solange es wenig Bewusstsein für die Kolonialgeschichte der Schokolade gibt, solange werden wohl auch die kolonialen Kontinuitäten in der Produktion und Werbung dieses Genussmittels bestehen bleiben.

### Quellen:

#### *Kolonialware Kakao*

2007, aus der Ausstellung „Kauft deutsche Bananen! Kolonialwaren und ihr Handel in Bielefeld“ Stadtarchiv Bielefeld, *bielefeld postkolonial*, URL: [https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/Kolonialwaren\\_in\\_Bielefeld11.pdf](https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/Kolonialwaren_in_Bielefeld11.pdf) (Zugriff 15.11.2015)

#### *Genuss mit Beigeschmack.*

*Was Kolonialismus mit Schokolade und Kakao zu tun hat.* 09.12.2013, Dorothee Hermann, *Tagblatt-Anzeiger*, URL: [http://www.tagblatt-anzeiger.de/Home/ta-leserbrief-schreiben\\_artikel,-Was-Kolonialismus-mit-Schokolade-und-Kakao-zu-tun-hat-\\_arid,239137.html](http://www.tagblatt-anzeiger.de/Home/ta-leserbrief-schreiben_artikel,-Was-Kolonialismus-mit-Schokolade-und-Kakao-zu-tun-hat-_arid,239137.html) (Zugriff: 15.11.2015)

#### *Rassismus-Vorwurf. Ärger um Schoko-Werbung mit schwarzem Baby*

03.04.2011, *Süddeutsche Zeitung*, URL: <http://www.sueddeutsche.de/panorama/rassismus-vorwurf-aerger-um-schoko-werbung-mit-schwarzem-baby-1.1080611> (Zugriff 15.11.2015)

#### *Werbung mit Pin-Up-Girls.*

*Müller-Milch wehrt sich gegen Sexismus-Vorwürfe* 12.11.2015, URL: <http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/mueller-milch-wehrt-sexismus-vorwuerfe-wegen-pin-up-werbung-ab-13909017.html> (Zugriff 02.12.2015)