

Fallstudie

Tchibo

Tschüss Siegel: Wie Tchibo mit Kaffeebauern zusammenarbeitet, um den Markt klimaresistenter zu machen



Tchibo GmbH

Tschüss Siegel: Wie Tchibo mit Kaffeebauern zusammenarbeitet, um den Markt klimaresistenter zu machen

Tchibo ist einer der größten Kaffeeröster Europas – und damit direkt abhängig davon, ob Kaffee in Zukunft überhaupt noch anbaubar ist. Durch Klimawandel und Erosion könnten sich die weltweiten Kaffeeanbauflächen bis 2050 halbieren. Tchibo arbeitet deshalb direkt mit Kleinbauern in ihrer Lieferkette zusammen, um nachhaltige Anbaumethoden zu stärken. Auch wenn dies erstmal wesentlich aufwändiger ist, als der Einkauf von Kaffee, der bereits als nachhaltig zertifiziert ist.

Rohstoff Risiko Kaffee

Kaffee ist das wirtschaftliche Fundament von Tchibo. Genau dieser Rohstoff gerät jedoch zunehmend unter Druck: Klimawandel, Entwaldung und Extremwetter gefährden die Anbaubedingungen in vielen Ursprungsländern. Nachhaltigkeitssiegel setzen hier an. Sie schaffen Transparenz für Verbraucher und steigern die Nachfrage von nachhaltigem Kaffee.

Für viele Produzenten ist eine Siegel-Zertifizierung jedoch unerreichbar. 70 % der weltweit etwa 12,5 Millionen Kaffeebauern bewirtschaften Kleinstplantagen von weniger als einem Hektar. Sie leben häufig unterhalb existenzsichernder Einkommen. Ihnen fehlt neben Geld auch das Know-how, um die Auflagen einer Zertifizierung zu erfüllen. Große Mengen des Kaffees bleiben deshalb ohne Zertifizierung – oft dort, wo die Umweltrisiken am höchsten sind. In Deutschland war laut Kaffeeverband 2024 etwa 80% des eingekauften Kaffees nicht als nachhaltig zertifiziert.

Steckbrief Tchibo GmbH



Sitz: Hamburg

Mitarbeitende: 10.708

Umsatz 2023: 3,2 Mrd. Euro

Gründung: 1949

Kernangebot: Röstkaffee, Einzelportionssysteme, Non-Food-Sortimente, E-Commerce

Vom Ziel zur Umsetzung

Ziele (SBTi-validiert*): Direkte Emissionen (Scope 1+2) um 42 % reduzieren (vs. 2022); Scope 3 landwirtschaftlich um 30,3 %, nicht-landwirtschaftlich um 25 % (vs. 2022); langfristige Netto-Null bis 2045.

2023 startete Tchibo gemeinsam mit Enveritas, einer gemeinnützigen Organisation für satelliten- und KI-gestützte Landschaftsanalyse, ein eigenes Kaffeeprogramm. Ziel: Bis 2027 den gesamten Kaffee aus "verantwortungsvollem Einkauf" zu beziehen und nachhaltige Transformation anzustoßen wo Siegel nicht greifen.

*Science Based Targets initiative



1. Analyse der Anbaugelände

Enveritas analysiert in allen großen Anbauländern der Welt Kaffeeplantagen. Sie liefern Tchibo einen Bericht und auditierbare Daten zu Nachhaltigkeitsdimensionen (z.B. Kinderarbeit, Bodenqualität, Pestizidnutzung) in Tchibos Anbaugeländen.

2. Regionenspezifische Maßnahmen

Tchibo entwickelt für die wesentlichen Nachhaltigkeitsrisiken aus dem Report Maßnahmen, die auf die lokalen Herausforderungen in der Region abgestimmt sind.

3. Umsetzung

Die Maßnahmen werden umgesetzt durch lokale Partner wie Kooperativen, Exporteure und NGOs, durch Demo-Farmen, Baumschulen und Qualitätsschulungen.

4. Unabhängige Wirkungskontrolle

Enveritas prüft Umsetzung und Erfolg der Maßnahmen auch im Vergleich zum Rest des Landes.

Verantwortungsvoller Kaffee bei Tchibo

Für Tchibo bedeutet „verantwortungsvoll eingekaufter Kaffee“, die Herausforderungen im Kaffeeanbau aktiv anzuerkennen und an der Quelle zu adressieren. Statt ausschließlich auf bestehende Zertifizierungen zu setzen, begleitet und unterstützt Tchibo Kaffeebauern auf dem Weg, zentrale ökologische, soziale und wirtschaftliche Anforderungen zu erfüllen.

- Vor Ort erhalten Kaffeebauern Schulungen zu Düngemittleinsatz, Bodenmanagement, Klimaresilienz sowie zur Steigerung von Produktivität und Qualität.
- Brasilien: Fokus auf Biodiversität, Klima, Wasser
Honduras: Fokus auf Armutsbekämpfung Kenia: Fokus auf Produktivität, Qualität, Einkommensdiversifizierung sowie Frauen & Jugend



Hürden & Investitionen

- Viele Kaffeebauern – insbesondere unorganisierte Kleinbauern – stehen zunächst vor der grundlegenden Herausforderung, ihre Plantagen überhaupt wirtschaftlich betreiben zu können. Entsprechend müssen Maßnahmen häufig bei der wirtschaftlichen Stabilität ansetzen, bevor ökologische oder soziale Standards umgesetzt werden können.
- Die Investitionen in das Kaffeeprogramm und ein Mehr an Transparenz gegenüber Kunden sind kein Marktvorteil. Zu viele Informationen über die Realität des Kaffeeanbaus schrecken Kunden ab.
- Die Transformation gelingt nur mit anhaltenden Investitionen und Wissenstransfer. Für Tchibo ist das Programm deshalb keine Nachhaltigkeitsinitiative, deren Vorteile sich unmittelbar in wirtschaftlichen Erfolgen oder messbaren Umweltkennzahlen widerspiegeln, sondern ein langfristiger Prozess, der über Jahre hinweg Veränderungen anstößt und die Produktlinie absichert.



Wieso hat es sich gelohnt?

Der Zwischenbericht vom April 2025 zeigt:

- Innerhalb eines Jahres erreichte Tchibo mehr als 22.000 Farmer in neun Ländern.
- Inzwischen stammen fast 30 Prozent des eingesetzten Rohkaffees aus dem, was Tchibo „verantwortungsvollen Kaffee“ nennt.

Damit stärkt Tchibo die Beziehungen entlang der Lieferkette und stellt sicher, dass Investitionen gezielt dort ankommen, wo der Bedarf am größten ist.

“Nachhaltigkeit im Kaffee ist kein fester Zustand, sondern ein Weg. Die drängendsten Fragen sind: Wie können Kaffeefarmerinnen und -farmer wirtschaftlich vorankommen und sich gleichzeitig besser gegen den Klimawandel und andere Krisen aufstellen?”

*Pablo von Waldenfels, Direktor
Unternehmensverantwortung bei Tchibo*

Schlussfolgerung & Ausblick

Anhand des Nachhaltigkeitsberichts erhält Tchibo Transparenz über interne Prozesse und setzt Ziele auf Basis belastbarer Daten. Dadurch können wesentliche Handlungsfelder für das Kaffeeprogramm identifiziert werden, das Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette an ihrem Ursprung adressiert. Einige Unternehmen im Kaffeesektor verfolgen bereits ähnliche Ansätze, doch aus Sicht von Tchibo muss diese Bewegung deutlich wachsen, um echte Wirkung zu entfalten. Von der Politik fordert das Unternehmen ESG-Regulierungen regelmäßig zu überprüfen, kritisch zu hinterfragen, ob sie tatsächlich zu wirksamem Umwelt- und Menschenrechtsschutz beitragen und bei Bedarf nachzusteuern. Regulatorische Anforderungen und Unsicherheit dürfen nicht die Impact-Arbeit lähmen.

Fallbeispiele des Kaffee-Länderprogramms von Tchibo

Kahawa Skuli – Nachwuchsförderung im Kaffeeanbau in Tansania

Ein Beispiel für die Wirkung des Tchibo Kaffeeprogramms ist das Schulprojekt „Kahawa Skuli“ in Tansania. Seit 2017 lernen rund 900 Schülerinnen und Schüler an sieben Schulen in sogenannten Coffee Clubs nachhaltigen Kaffeeanbau. Es geht darum, welche natürlichen Düngemittel es gibt, wie man Wasser und Boden bestmöglich schützen kann und welche Verkaufswege es für nachhaltigen Kaffee gibt. Das Besondere: Die Jugendlichen wenden ihr Wissen direkt auf kleinen Parzellen der elterlichen Farmen an und bewirtschaften eigene Kaffeepflanzen.

Die Ergebnisse sind sichtbar: Der von den Schülern produzierte Kaffee wird bereits zum dritten Mal von Tchibo eingekauft und als limitierter Projektkaffee verkauft. Gleichzeitig wirkt das Wissen über die jungen Farmer in die Familien und Gemeinden hinein und stärkt so langfristig nachhaltige Anbaumethoden vor Ort.



Peru – Strukturaufbau für nachhaltigen Kaffeeanbau

Mit der Erweiterung seines Kaffeeprogramms nach Peru adressiert Tchibo gezielt Regionen mit hohen sozialen und ökologischen Risiken. In der Region Junín kämpfen viele Kleinbauern mit sinkenden Erträgen, Schädlingen und den Folgen des Klimawandels.

Im Zentrum des Ansatzes steht der systematische Aufbau von Strukturen vor Ort: Über einen Zeitraum von fünf Jahren arbeitet Tchibo mit rund 1.800 Kleinbauern in vier Provinzen zusammen. Ein Team aus sechs Agronomen führt Trainings auf Demonstrationsflächen durch, die gezielt auf den Farmen ausgewählter Produzenten angelegt und regional verteilt sind. Ergänzt wird dieses Modell durch sogenannte „Change Leader“, die als Bindeglied fungieren, Farmer regelmäßig besuchen und die Umsetzung der Maßnahmen begleiten.