



Damit Kaffee bleibt:

Tchibo investiert direkt in Farmer*innen und verantwortungsvollen Anbau

Wien, 05. Mai 2026 – Kaffee ist in Österreich Kulturgut: Mit durchschnittlich 3 Tassen pro Tag liegt Österreich im europäischen Spitzenfeld beim Kaffeekonsum. Doch die Zukunft dieses Lieblingsprodukts ist durch den Klimawandel, Wirtschaftlichkeit für Kaffeefarmer*innen und volatile Weltmärkte unter Spannung. Tchibo stellt die Zukunft des Kaffees in den Mittelpunkt seiner Strategie und setzt mit dem Kaffeeprogramm "Coffee2Stay" auf direkte Wirkung in den Lieferketten. Bis 2027 will das Familienunternehmen 100 Prozent seines Rohkaffees verantwortungsvoll einkaufen.

Empowerment im Ursprung

Ein Großteil des weltweit angebauten Kaffees ist nicht zertifiziert. Dort setzt Tchibo mit seinem Kaffeeprogramm an und investiert in klimaangepasste Anbaumethoden sowie bessere Produktivität und höhere Qualität für die Farmer*innen zur Einkommenssicherung. „Mit 'Coffee2Stay' gehen wir sicher nicht den einfachen Weg, aber jenen mit mehr Wirkung“, erklärt Paul Unterluggauer, Geschäftsführer Tchibo Österreich. „Es geht um den direkten Kontakt und maßgeschneiderte Lösungen, die nicht nur Mindeststandards sicherstellen, sondern echte Verbesserungen im Ursprung bewirken.“

Kaffeeanbau muss sich für die Farmer*innen lohnen

Von der Farm bis in den Supermarkt durchläuft Kaffee viele Stationen – Anbau, Verarbeitung, Transport, Röstung, Handel. Doch am Anfang der Lieferkette stehen die Kaffeebäuer*innen. Deren Arbeit muss wirtschaftlich abgesichert und auch für die nächsten Generationen attraktiv sein. „Wer heute in hochwertigen Tchibo Kaffee investiert, investiert in die Menschen im Ursprung – und sichert damit die Zukunft dieses Produkts“, führt Paul Unterluggauer weiter aus.

Zwei Jahre nach dem Start zeigt das Tchibo Kaffeeprogramm „Coffee2Stay“ konkrete Wirkung im Ursprung: Inzwischen arbeitet das Familienunternehmen mit rund 22.000 Kaffeefarmen in neun Anbauländern von Brasilien, Honduras, Indonesien, Guatemala über Kenia, Peru, Tansania, Vietnam bis zu Uganda zusammen – deutlich mehr als im Vorjahr.

Ambitionierter Fahrplan bis 2027

Aktuell stammen rund 27 Prozent des Rohkaffees aus dem eigenen Programm – Tendenz stark steigend. Bis Ende 2026 sollen es 40 Prozent sein, bis 2027 die gesamte Menge. Langfristig will



Tchibo die Reichweite auf insgesamt 80.000 Farmen ausweiten, bestehende Programme vertiefen und zusätzliche Ursprungsländer einbinden. Die Umsetzung und Wirksamkeit der Maßnahmen lässt Tchibo regelmäßig durch die Organisation Enveritas überprüfen. Im Fokus steht dabei nicht formale Dokumentation, sondern die Frage, ob Maßnahmen tatsächlich umgesetzt werden und Wirkung entfalten.

Vier Prinzipien für echte Wirkung

Das Tchibo Kaffeeprogramm basiert auf vier zentralen Erkenntnissen:

- **Maßgeschneidert handeln:** Die unabhängige Organisation Enveritas analysiert jede Einkaufsregion. Darauf aufbauend entwickelt Tchibo Programme, die auf lokale Bedürfnisse zugeschnitten sind.
- **Produktivität steigern:** durch optimierten Ressourceneinsatz, moderne Agrartechniken und klimaresiliente Kaffeesorten – kombiniert mit traditionellem Wissen.
- **Partnerschaft auf Augenhöhe:** Die Bedürfnisse der Farmer*innen werden von Anfang an in die Programmentwicklung eingebunden.
- **Nähe vor Ort:** Tchibo Verantwortliche arbeiten persönlich mit lokalen Partnern zusammen.

Hintergründe zur Kaffeebranche

Kaffee hat eine komplexe Lieferkette. Wie verändern sich diese? Welche Klimarisiken bedrohen den Kaffeeanbau? Was beschäftigt Farmer*innen wirklich? Reportagen aus Anbauländern, Interviews mit Expert*innen und Datenanalysen finden Sie im aktuellen Tchibo Kaffeemagazin.

Weitere Informationen für Medienschaffende:

Karin Stöger, MA
Tchibo Österreich
Senior Corporate Communications Manager
Tel.: +43 (0)1 76622-2105, karin.stoeger@tchibo.at
www.tchibo.com/at | www.tchibo.at
blog.tchibo.at | www.facebook.com/tchibo.at | www.instagram.com/tchibo.at

Über Tchibo:

Tchibo Österreich mit Sitz in Wien beschäftigt über 800 Mitarbeiter*innen und ist heimischer Röstkaffee-Marktführer. Mit eigenen Filialen, starkem Online-Vertrieb und flächendeckender Präsenz im Handel verfügt das Unternehmen über ein Omnichannel-Vertriebssystem, das neben Kaffee der Marken Tchibo, Eduscho, Cafissimo und Qbo wechselnde Non Food Sortimente sowie Dienstleistungen anbietet. Seit 20 Jahren ist Nachhaltigkeit integrativer Teil der Geschäftstätigkeit, was das Unternehmen durch langfristige Partnerschaften mit Umweltinitiativen zu Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft unterstreicht. Für seine



familienfreundliche Unternehmenskultur wurde Tchibo mit dem staatlichen Gütesiegel „berufundfamilie“ ausgezeichnet und 2025 rezertifiziert.

PRESEINFORMATION