



Tchibo stärkt sein Klimaversprechen: Erfolgreiche Validierung und innovative Partnerschaften

- **42 Prozent Emissionsreduktion bis 2030, 90 Prozent bis 2045**
- **Bestätigung der Klimaziele durch Science Based Targets Initiative**
- **Vielfältige Maßnahmen entlang der Lieferkette – vom Non Food Umweltprogramm über Kaffeeprogramm bis zur Seefrachtinitiative ZEMBA**
- **Ab 2025 Teil der Future Supplier Initiative für kollektive Dekarbonisierung mit Branchenpartnern**

Hamburg, 8. Juli 2025 - Der Klimawandel stellt Unternehmen weltweit vor große Herausforderungen. Besonders in den Lieferketten sind die Auswirkungen spürbar: Überschwemmungen und Extremwetterlagen bedrohen den Anbau essenzieller Rohstoffe wie Kaffee, Baumwolle und Holz.

Als Familienunternehmen ist sich Tchibo seiner Verantwortung bewusst. Mit dem Setzen wissenschaftsbasierter Klimaziele, die auch von der **Science Based Targets Initiative (SBTi)** validiert wurden, möchte das Unternehmen seinen Beitrag zur signifikanten Reduzierung von Treibhausgasemissionen (THG) leisten.

Bis 2030 will Tchibo seine direkten Treibhausgasemissionen (Scope 1 + Scope 2) um 42 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2022 senken. Für die landwirtschaftlichen Lieferketten (Scope 3, insbesondere Kaffeeanbau) wird eine Reduktion um 30 Prozent angestrebt. Für nicht-landwirtschaftliche Lieferketten, darunter Gebrauchsartikel und Verpackungen, sollen die Emissionen um 25 Prozent reduziert werden. Das langfristige Ziel: bis 2045 Netto-Null-Emissionen in der gesamten Lieferkette zu erreichen.

Die Science Based Targets Initiative bestätigt, dass die neuen Tchibo Klimaziele im Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens stehen und den SBTi-Netto-Null-Standard erfüllen. Mit der Validierung durch die Science Based Targets Initiative verpflichtet sich Tchibo nachweislich zu einem nachhaltigen und wissenschaftlich fundierten Klimaschutz.

„Jede Reduktion von Emissionen in unserer Geschäftstätigkeit zählt. Seit 2018 ist Klimaschutz ein fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Mit dem Rückenwind der Klima-Ziele freuen wir uns nun gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen weiter daran zu arbeiten, unseren Fußabdruck Schritt für Schritt zu verringern“, erläutert Erik Hofstädter, Vorsitzender der Tchibo Geschäftsführung.

Klimaschutz entlang der gesamten Lieferkette

Tchibo setzt auf viele konkrete Maßnahmen, um die Klimaziele zu erreichen. Zu den bedeutenden Schlüsselinitiativen gehören nachfolgende Maßnahmen.

Die "Future Supplier Initiative" mit Non Food Fabriken

Etwa 98 Prozent der Tchibo Emissionen entstehen in der Lieferkette. 32 Prozent davon in der Herstellung von Textilien, wie dem Färben von Stoffen und dem Zusammennähen des fertigen Textils. Als neues Mitglied der "Future Supplier Initiative" unterstützt Tchibo gemeinsam mit anderen Textilunternehmen die kollektive Dekarbonisierung in den eigenen Lieferketten. Die Initiative entwickelt und finanziert Maßnahmen, die Textilmarken und ihre Lieferkettenpartner dabei unterstützen, ihre Klimaziele zu erreichen. Dies wird durch die Erhöhung der Energieeffizienz und die Umstellung auf erneuerbare Energien in Non-Food-Produktionsstätten realisiert. Durch die Zusammenarbeit innerhalb der Initiative erhalten die Fabriken zudem Zugang zu attraktiven Krediten, die die Umsetzung der Maßnahmen zur Dekarbonisierung erleichtern. Gestartet hat die Initiative in Bangladesch, eines der wichtigsten Herstellungsländer für Tchibo und den Textilsektor. In Zukunft soll das Vorhaben auf weitere Länder ausgeweitet werden.

Das Tchibo Kaffeeprogramm

Tchibo engagiert sich intensiv für nachhaltigen Kaffeeanbau, um die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Farmer zu verbessern und den Umweltschutz zu fördern. Auch Klimaschutz ist Teil dieser Initiative, wobei Tchibo umfassende Programme zur Emissionsreduktion umsetzt. Etwa 73 Prozent der Emissionen im Kaffeeanbau stammen aus der Produktion und dem Einsatz von Düngemitteln. Im Rahmen des Tchibo Kaffeeprogramms werden Farmer vor Ort geschult, um den Einsatz von Düngemitteln zu optimieren und auf organische Varianten umzustellen. Darüber hinaus werden die Kaffeefarmer darin trainiert, die Bewässerung – und damit den Energieverbrauch – zu reduzieren sowie den Methanausstoß aus Abwässern durch innovative Abwasseraufbereitungstechniken zu verringern. Neben der Emissionsreduktion setzt Tchibo auch auf Carbon Removals, das heißt die Bindung von Treibhausgasen durch Aufforstung, Einführung von Agroforstsystemen und die Nutzung von Pflanzenkohle (Biochar). Tchibo ist bereits in sechs Ländern mit eigenen Programmen aktiv (Brasilien, Guatemala, Honduras, Kolumbien, Tansania und Vietnam) und arbeitet zusätzlich mit Partnerinitiativen zusammen. Bis 2027 sollen alle Länder folgen, aus denen Tchibo regelmäßig Kaffee bezieht.

Seefrachtinitiative ZEMBA in der Logistik:

90 Prozent des Welthandels wird auf dem Seeweg transportiert. Auch für Tchibo ist der Seeverkehr das Rückgrat des Logistiknetzwerks und gleichzeitig ein großer Treiber von Emissionen. 100 Prozent aller Tchibo Kaffees und ca. 80 Prozent der Tchibo Non Food Waren werden mit dem Containerschiff transportiert. Als Mitglied der „Zero Emission Maritime Buyers Alliance“ (ZEMBA) arbeitet Tchibo, gemeinsam mit anderen führenden Unternehmen wie Amazon und Patagonia, daran, Zugang zu emissionsfreien Transportlösungen für die Seefracht zu schaffen.



ZEMBA ist eine einzigartige Käufergemeinschaft, die darauf abzielt, die nachhaltigsten, skalierbarsten und wirtschaftlich tragfähigsten Lösungen für den maritimen Sektor zu fördern. Das bedeutet, den kommerziellen Einsatz emissionsfreier Schifffahrt zu beschleunigen, Skaleneffekte zu ermöglichen und Verlagerer dabei zu unterstützen, ihr Emissionseinsparpotenzial über ihre eigenen Möglichkeiten hinaus zu maximieren.

„Wir haben noch einiges zu tun, aber wir stehen nicht am Anfang und haben bereits wichtige Maßnahmen bei unseren direkten Emissionen und in unseren Lieferketten auf den Weg gebracht“, betont Kristina Kölling, Head of Environment & Circularity bei Tchibo.

Tchibo wird seinen Klimaschutzkurs konsequent fortsetzen – für eine klimafreundlichere Zukunft entlang der gesamten Lieferkette.

Ansprechpartnerin für Medienanfragen:

Sandra Coy, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 2818

E-Mail: sandra.coy@tchibo.de

www.tchibo.com/newsroom

www.tchibo.com/blog

<https://www.linkedin.com/in/sandra-coy-944a7389/>

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Shops, über 24.200 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über sein Multichannel-Vertriebssystem bietet Tchibo neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen an. Das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen erzielte 2023 mit international 10.708 Mitarbeitenden 3,2 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde Tchibo mehrfach ausgezeichnet.