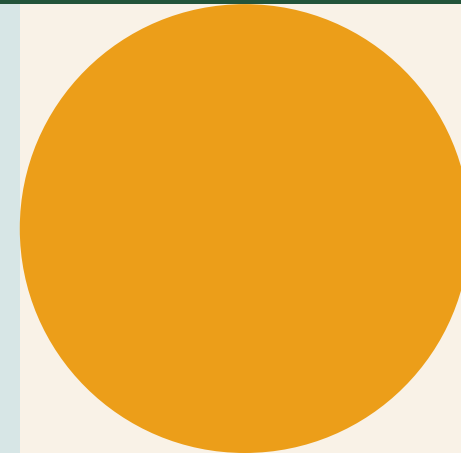


Wirkungs- und Nachhaltigkeits-Bericht



2025



Was steht auf der Tagesordnung?

01

Ein Wort vom Feld

02

Ernte 2025: Was wir gemeinsam angebaut haben

03

Gemeinsam noch weiter vorankommen: Marktschwärmer

04

Regenerativ-biologische Landwirtschaft für Landwirte möglich machen

05

Ein ganzheitlicher Ansatz zur Verbesserung der Lieferkette in der Lebensmittelindustrie

06

Plan zum CO₂-Fußabdruck und zur Emissionsreduktion

07

Governance: Wie wir den landwirtschaftlichen Betrieb führen

08

Die Prognose für ein fruchtbares Jahr 2026

Wie wir über unseren Anbau sprechen

Dieses Vokabular musst du kennen, bevor du dich ins Universum von CrowdFarming begibst.

Biologisch: Bezieht sich auf landwirtschaftliche Produkte — und die Landwirte, die sie erzeugen —, die in Übereinstimmung mit den von der Europäischen Union (EU) festgelegten Vorschriften für die biologische Landwirtschaft, die den Einsatz synthetischer Chemikalien und gentechnisch veränderter Organismen verbieten, angebaut und verarbeitet wurden.

Umstellung auf Bio: Bezieht sich auf Landwirte, die bereits den Prozess der biologischen Zertifizierung durch die Europäische Union begonnen haben. Die Praktiken werden bereits von einer offiziellen Stelle geprüft, wie das Dokument zeigt, das jeder Landwirt als Nachweis auf der CrowdFarming-Plattform teilt.

Regenerative Landwirtschaft: Bezieht sich auf einen ganzheitlichen und ergebnisorientierten Ansatz, der darauf abzielt, Ökosysteme wiederherzustellen und gleichzeitig die Lebensgrundlagen der Landwirte zu verbessern. Sie verbindet eine Reihe von Praktiken (wie den Anbau von Zwischenfrüchten, Minimalbodenbearbeitung und die Integration von Tierhaltung) zur Verbesserung der Bodengesundheit, der Förderung der Biodiversität, der Bindung von Kohlenstoff und Wasser und zur Erhöhung der Nährstoffdichte von Lebensmitteln. Bei CrowdFarming wissen wir, dass die regenerative Landwirtschaft kontextspezifisch ist: Am wichtigsten ist, dass nachgewiesen wird, dass die im

jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieb ergriffenen Maßnahmen messbare, positive Auswirkungen auf die Umwelt haben.

Marktschwärmer (la Ruche qui dit Oui !): Eine 2011 in Frankreich gegründete Plattform, die Verbraucher über lokale Abholstellen, die als „Wochenmärkte“ bezeichnet werden, direkt mit lokalen Erzeugern verbindet. CrowdFarming hat die Plattform im März 2025 übernommen, um ihr hyperlokales Vertriebsmodell mit unserer paneuropäischen Logistik zu vereinen. Gemeinsam haben wir den größten Direktvertriebskanal von Landwirten zu Verbrauchern in Europa aufgebaut und damit eine starke echte Alternative zu herkömmlichen Supermärkten geschaffen.

1 % für den Boden: Eine Initiative von CrowdFarming, mit der 1 % der Bruttoeinnahmen (ohne Mehrwertsteuer) von regenerativen landwirtschaftlichen Betrieben zur Unterstützung der Umstellung von 10.000 Hektar europäischem Ackerland auf regenerative Landwirtschaft verwendet wird — vollständig finanziert von CrowdFarming. Die Initiative vereint auch eine wachsende Gemeinschaft von Verbrauchern, die sich engagiert dafür einsetzen, diesen Wandel durch gemeinsames Wissen und kollektives Handeln zu unterstützen.

Adoption: Eine Adoption schafft eine direkte Verbindung zwischen Produzent und Verbrauchern. Wenn ein Kunde einen Baum, ein Tier oder ein Stück Land adoptiert, erhält er die Produkte seiner

Adoption direkt nach Hause, wenn die Erntezeit gekommen ist. In der Zwischenzeit erhält er aktuelle Informationen darüber, wie und von wem seine Lebensmittel erzeugt werden. Bei jeder Adoption gibt es eine bestimmte Anzahl von Lieferungen während der Saison.

Abo: Ein Abo ermöglicht CrowdFarmers, während der gesamten Saison regelmäßig ein Produkt zu erhalten, ohne jedes Mal neu bestellen zu müssen. Abonnements bieten Flexibilität — von saisonalen Paketen (wie Sommer- oder Winterkisten) bis zu laufenden Lieferungen von Obst, Gemüse, Käse oder anderen Produkten der Saison. Landwirten bieten Abonnements Berechenbarkeit und Planungsstabilität. CrowdFarmers bieten sie eine kontinuierliche Versorgung mit Lebensmitteln, denen sie vertrauen, und eine stärkere Bindung an den Rhythmus der Ernte.

CrowdGiving: Initiative von CrowdFarming, die es den Nutzern ermöglicht, frische und biologische Lebensmittel direkt von den Landwirten an europäische Tafeln zu spenden.

All is Good: All is Good ist ein CrowdFarming-Projekt, das ins Leben gerufen wurde, um Obst und Gemüse auch dann zu nutzen, wenn es zu reif ist, um an CrowdFarmer geliefert zu werden. Anstatt weggeworfen zu werden, wird es zu leckeren Produkten wie Marmeladen, Säften oder Trockenfrüchten verarbeitet, wodurch wir dem Ende der Lebensmittelverschwendung einen Schritt

näher kommen.

CrowdLog: Das Logistikunternehmen von CrowdFarming, das gegründet wurde, um Transport- und Kommissionierungsdienstleistungen für europäische Landwirte anzubieten. Das erste eigene Logistikzentrum, CrowdLog-Museros, wurde in Valencia (Spanien) eröffnet. Derzeit arbeitet CrowdLog auch mit externen Logistikdienstleistern zusammen — häufig mit den Landwirten selbst —, die diese Dienstleistungen für andere in ihrer Region erbringen. Ziel ist es, die Verbrauchererfahrung weiter zu verbessern, ohne den Landwirten zusätzliche logistische Belastungen aufzuerlegen, damit sie ihr Verkaufsvolumen steigern können, ohne jedes Paket selbst verpacken zu müssen.

CrowdSender: Eine von CrowdFarming entwickelte Logistikplattform, mit der E-Commerce-Unternehmen ihren Versand von einer einzigen Benutzeroberfläche aus verwalten und automatisieren können.

Farmeneur: Eine von CrowdFarming entwickelte digitale Plattform, die die Betriebsführung, die Logistikkoordination und die Betriebsplanung zentralisieren soll. Ihr Hauptziel besteht in der weiteren Unterstützung der Landwirte, indem ihr Verwaltungsaufwand verringert und die tägliche Abwicklung ihrer Projekte verbessert werden, damit sie sich auf das konzentrieren können, was sie am besten tun: die Landwirtschaft.

01

**Ein Wort
vom Feld**



„Unsere Mission ist es, die regenerativ-biologische Landwirtschaft für Landwirte möglich und für Verbraucher zugänglich zu machen.“

In der Landwirtschaft sind keine zwei Ernten gleich — und deshalb sind auch keine zwei Jahre bei CrowdFarming gleich.

Wetterereignisse wie sintflutartige Regenfälle, Hagel oder extreme Hitze sind nichts Neues, aber sie sind schwer vorherzusagen, und auch in diesem Jahr haben sie unsere Pläne durchkreuzt. Viele Landwirte haben aufgrund dieser Ereignisse von einer Woche auf die andere ihre gesamte Ernte verloren. Für sie war es eine Tragödie, und für einige unserer Kunden das reine Chaos.

Was können wir tun? Es wäre falsch, zu glauben, dass wir nichts tun könnten, nur weil diese Ereignisse unvorhersehbar sind. Wir können unsere Kunden etwa darüber informieren, was vorgefallen ist, damit sie die Veränderungen verstehen. Wir müssen sowohl in der internen als auch in der externen Kommunikation agiler werden. Wir können nach Landwirten in anderen geografischen Gebieten suchen, um das Risiko zu verringern. Und wir können Landwirte, die Verluste erlitten haben, tatkräftig unterstützen, indem wir ihre beschädigten Ernteerträge für die Herstellung unserer „All Is Good“-Marmeladen (unsere Marke für verarbeitete Produkte) verwenden.

Obwohl auch die regenerative Landwirtschaft Hagelereignisse nicht verhindern kann, müssen wir weiterhin Messungen durchführen und Daten nutzen, um Landwirte davon zu überzeugen, sich regenerativen Praktiken zuzuwenden. Ein regenerativ bewirtschafteter Boden funktioniert wie ein Schwamm: Er

kann bei sintflutartigen Regenfällen Wasser aufnehmen und bei Hitzewellen, Dürren oder Waldbränden Feuchtigkeit speichern.

Wir möchten daher weiterhin unsere Bestrebungen fortsetzen, damit mehr Landwirte verstehen, dass es bei regenerativen Praktiken nicht darum geht, zu höheren Preisen verkaufen zu können, sondern vielmehr darum, die landwirtschaftlichen Betriebe langfristig widerstandsfähiger und produktiver zu machen. Stabilere Produktionskosten und nährstoffreichere Lebensmittel mit weniger externen Düngemitteln. Dank des diesjährigen Wachstums konnten wir die zweite Tranche eines Darlehens der Europäischen Investitionsbank (in Höhe von 7 Millionen Euro) in Anspruch nehmen, das es uns ermöglichen wird, weiter zu wachsen und in verbesserte Dienstleistungen für die Landwirte zu investieren — während der Großteil des Unternehmens gleichzeitig in den Händen des Gründerteams bleibt.

Ohne das Vertrauen, das unsere Landwirte in uns setzen, wäre dieses Wachstum nicht möglich. Wir danken ihnen für ihr unerschütterliches Engagement und ihre Geduld, wenn uns einmal ein Fehler unterläuft. Mehreren Landwirten wurde von Zwischenhändlern von Supermärkten gedroht, dass sie nicht mehr bei ihnen einkaufen würden, wenn sie ihre Produkte weiterhin über CrowdFarming verkaufen. Wenn sich ein Landwirt den Luxus leisten kann, Nein zu einem Zwischenhändler zu sagen, ist das ein klares Zeichen dafür, dass

wir etwas richtig machen!

Wir wachsen auch dank der Menschen, die bereit sind, sich das Leben etwas komplizierter zu machen: Der direkte Kauf beim Landwirt hat seine bekannten Vorteile, erfordert aber auch eine Veränderung der eigenen Gewohnheiten. Wenn Menschen über CrowdFarming einkaufen, können sie das Produkt vorher weder sehen noch anfassen — und wenn sich der Reifungsprozess aufgrund des Wetters verzögert oder andere Probleme auftreten, müssen sie möglicherweise Wochen auf ihre Bestellung warten. Supermärkte bieten hingegen das ganze Jahr über alle Obstsorten aus aller Welt an. Insgesamt haben wir in den letzten 12 Monaten die Marke von 500.000 aktiven Haushalten überschritten. Über eine halbe Million Haushalte haben sich dafür entschieden, ihre Lebensmittel direkt bei den Landwirten zu kaufen, und verzichten damit auf den Komfort der Supermärkte, um nun frischere, schmackhaftere Bio-Produkte zu beziehen. Die meisten dieser Haushalte akzeptieren dabei mögliche Verzögerungen — solange dies zeitnah klar kommuniziert wird. Wir müssen weiterhin daran arbeiten, den Direktverkauf nicht nur für die engagiertesten Unterstützer zugänglich zu machen, sondern für alle Menschen, die sich regelmäßig Bio-Lebensmittel nach Hause liefern lassen möchten.

Frohe Ernte für 2026!



Gonzalo Úrculo, Landwirt
und Mitgründer von CrowdFarming

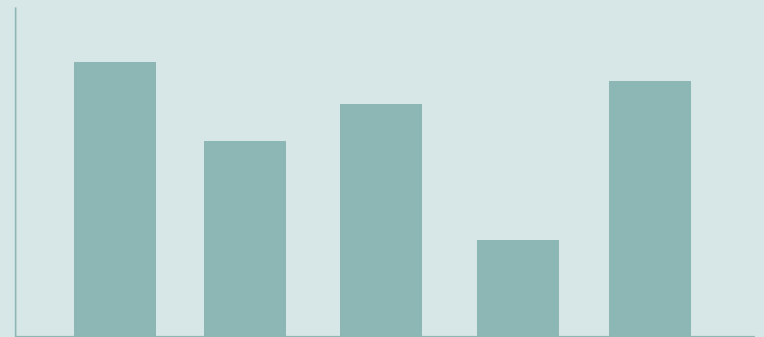


01

Ernte 2025: Was wir gemeinsam angebaut haben



%



Eine wachsende Gemeinschaft von Landwirten ...

311 Landwirte

verkaufen ihre Produkte ohne Zwischenhändler
(+5,78 % gegenüber 2024)

Im Jahr 2025 haben wir Produkte von landwirtschaftlichen Betrieben in

15 verschiedenen Ländern angebaut und versandt.

Die größten Mengen stammten aus Spanien, Italien, Deutschland, Frankreich und Österreich.

Das durchschnittliche Einkommen pro landwirtschaftlichem Betrieb hat

nun 102.541 € erreicht

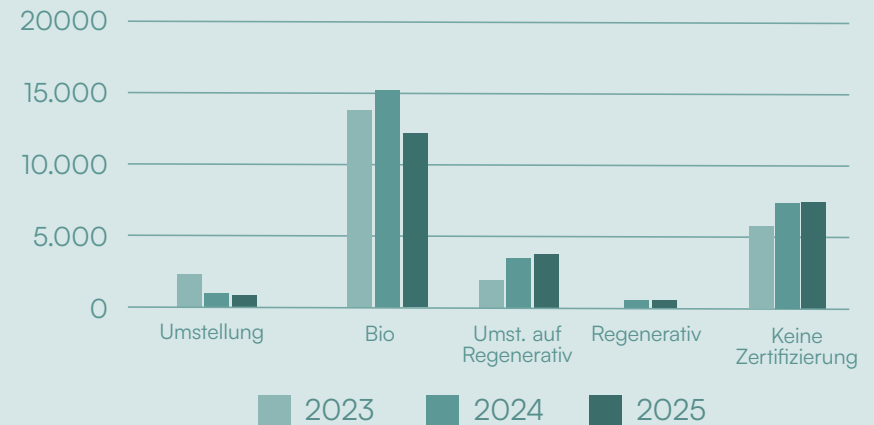
(+21 % im Vergleich zu 2024), was beweist, dass der Direktvertrieb den Weg zu einer höheren Rentabilität weist.

Wir haben

308

verschiedene Produktarten im Angebot auf der Plattform, was einer Steigerung von **6,2 %** im Vergleich zu unserem Katalog aus dem Vorjahr entspricht. In dieser Zahl sind sowohl das Produkt selbst als auch seine spezifischen Sorten enthalten (z. B. zählen eine Kent-Mango und eine Sensation-Mango als zwei unterschiedliche Produkte).

Entwicklung der Hektarzahl bei CrowdFarming



Das sagen die Landwirte (Umfrage unter Landwirten 2025)

Unser Farmer Net Promoter Score (NPS) liegt bei 40.

Obwohl dieser Wert etwas unter unserem Höchstwert aus dem Jahr 2024 liegt, ist er dennoch ein bedeutendes Zeichen für das große Vertrauen und die Zufriedenheit der Produzenten, mit denen wir zusammenarbeiten, insbesondere in einem Jahr, das stark von Klimaextremen geprägt war.

59 % der von uns befragten Landwirte berichteten von einem Einkommensanstieg, seit sie an CrowdFarming teilnehmen. Von diesen führen überwältigende 82 % diesen finanziellen Erfolg zumindest teilweise auf unser Direktvertriebsmodell zurück.

91 % unserer Landwirte sind der Meinung, dass sie dank CrowdFarming wertvolle Kenntnisse gewonnen haben, insbesondere im Hinblick auf Verbrauchertrends, nachhaltige Verpackungen und regenerative Praktiken.

„Als Lebensmittelproduzent schätze ich CrowdFarming vor allem wegen der Möglichkeit, den Wert der täglichen Arbeit auf den Feldern zu erkennen, die Sorgfalt und Hingabe erfordert, in dem Wissen, dass wir so einen direkten Kanal zu den Verbrauchern haben. Dies gibt uns mehr Sicherheit beim Absatz, verringert die mit dem herkömmlichen Markt einhergehenden Risiken und ermöglicht es uns, die Produktion besser zu planen.“
Azienda agricola Gambuzza, Italien

... liefert ihre Produkte direkt an immer mehr Haushalte.

Im Jahr 2025 wurden insgesamt

529.691

(+10 % gegenüber 2024) Haushalte aus 30 verschiedenen Ländern erhielten Produkte direkt von einem Landwirt, wodurch wir durchschnittlich 18.720 neue Verbraucher pro Monat gewinnen konnten.

Wir haben das Jahr

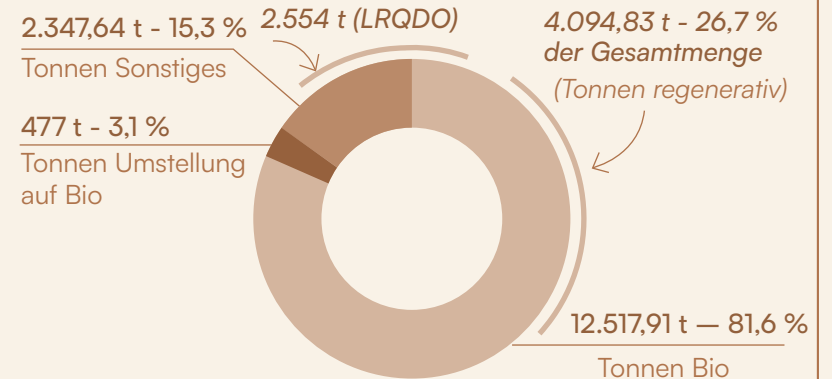
67.298

Monatsabos

für den Erhalt einer Mischung aus verschiedenen Obstsorten, Gemüsesorten und Käse. Außerdem haben wir eine Kiste eingeführt, um Landwirte bei der Umstellung auf biologischen Anbau zu unterstützen, sowie regionsspezifische Abos.

15.343 t

Lebensmittel wurden in europäische Haushalte geliefert (+15,7 % gegenüber dem Vorjahr!), wobei die Mengen von CrowdFarming und La Ruche qui dit Oui! aufaddiert wurden.



Wir haben

273.350

Adoptionen erreicht;

die engste Verbindung zum Feld bleibt das Herzstück von CrowdFarming

Wir haben unseren eigenen Rekord gebrochen: mit

2.272.161

Versendungen

im Jahresverlauf, was einem Anstieg der Bestellungen um 18,5 % im Vergleich zu 2024 entspricht.

Der Gesamtumsatz auf den Plattformen (CrowdFarming und LRQDO) betrug

85,17 Mio. €

(+31 % gegenüber dem Vorjahr!)

85 %

des Gesamtumsatzvolumens von CrowdFarming stammte aus ökologischen, regenerativen oder Projekten, die sich noch in der Umstellung befinden, und 99,8 % der über die CrowdFarming-Website versendeten Lebensmittel waren pflanzlich.

Auf Basis der Menge der verkauften Lebensmittel und des durchschnittlichen Pestizideinsatzes pro Hektar in den einzelnen Herkunftsländern schätzen wir, dass unsere Versendungen im Jahr 2025 dazu beigetragen haben, den Einsatz von Pestiziden um

3,27

Tonnen synthetischer Pestizide zu verringern.

Von der Ernte des Produkts auf dem Bauernhof bis zum Eintreffen beim Verbraucher betrug die durchschnittliche Transportzeit

4,77

Tage.

Finanzströme: Einnahmen und Ressourcenverteilung

Das folgende Diagramm bietet einen Überblick über die wichtigsten Finanzströme von CrowdFarming für das Jahr 2025. Es veranschaulicht, wie die Einnahmen erzielt und auf die verschiedenen Geschäftsbereiche aufgeteilt wurden: von den direkten Betriebskosten bis hin zu den Investitionen in Wachstum und die Gemeinschaft. Alle Werte sind in Euro (€) angegeben.

Saisonale Kisten (€)
39.315.845

Adoptionen (€)
15.789.044

Monatsabos (€)
16.822.423

Wochenmärkte (€)
13.077.385

Sonstige Erträge (€)
172.318

Umsatz (€)
85.177.015

Nettoverlust (€)
5.394.385

Direkte Kosten (€)
64.049.914

Indirekte Kosten (€)
26.521.485

Einkommen der Landwirte (€)
39.202.410

Logistik (Transport und Verpackung) (€)
22.975.697

Sichere Zahlungsmethoden (€)
1.871.807

Wachstum und Förderung der Gemeinschaft (€)
11.059.998

Team- und Betriebskosten (€)
10.449.001

F&E (Digitalisierung und Unterstützung für Landwirte) (€)
5.012.486

Saisonale Kisten: Einnahmen aus dem Verkauf von Kisten mit saisonalen Produkten, die direkt von den Landwirten an die Verbraucher geliefert werden. Dabei handelt es sich um ein zentrales Element unseres Direct-to-Consumer-Modells.

Adoptionen: Einnahmen aus unserem „Adoptions“-Modell, in dessen Rahmen die Verbraucher Landwirte unterstützen, indem sie den Anbau bestimmter Pflanzen oder die Aufzucht bestimmter Tiere direkt finanzieren.

Monatsabos: Einnahmen aus wiederkehrenden Monatsabos, die unserer Gemeinschaft eine stabile Einnahmequelle und einen kontinuierlichen Zugang zu frischen Produkten bieten.

Wochenmärkte: Einnahmen aus unserem hyperlokalen Vertriebsmodell, das nach der Übernahme von La Ruche qui dit Oui! integriert wurde. Dieser Kanal umfasst Verkäufe, die über physische Abholstellen (traditionell als „Bienenstöcke“ bezeichnet) getätigt werden.

Sonstige Einnahmen: Zusätzliche Einnahmequellen, unter anderem individuelle Kisten, CrowdGiving, Farmer-to-Business, Gebühren und sonstige Verkäufe, die zur allgemeinen finanziellen Situation von CrowdFarming beitragen.

Umsatz: Die Gesamteinnahmen, die CrowdFarming im Jahr 2025 über alle Vertriebskanäle hinweg erzielt hat.

Direkte Kosten: Kosten, die in direktem Zusammenhang mit der Beschaffung und Auslieferung unserer Produkte an die Verbraucher stehen. Dazu gehören die Einkommen der Landwirte, die Kosten für die Logistik und die Gebühren für die Zahlungsabwicklung.

Einkommen der Landwirte: Der Teil der direkten Kosten, der direkt in unser Netzwerk aus Landwirten fließt und eine faire Entlohnung für ihre harte Arbeit und ihr Engagement gewährleistet.

Logistik und Transport: Kosten, die für die Verpackung und den Transport der Produkte von den landwirtschaftlichen Betrieben zu unseren Kunden anfallen — ein entscheidender Aspekt in unserer Lieferkette.

Sichere Zahlungsmethoden: Ausgaben im Zusammenhang mit der Aufrechterhaltung der sicheren und zuverlässigen Online-Zahlungssysteme, die Transaktionen auf unserer Plattform ermöglichen (SEPA, PayPal, Stripe usw.).

Indirekte Kosten: Gemeinkosten, die den Gesamtbetrieb und das Wachstum von CrowdFarming unterstützen und nicht direkt einzelnen Produkttransaktionen zuzurechnen sind.

Team- und Betriebskosten: Kosten für die Gehälter unseres Teams, die Verwaltungsaufgaben und den allgemeinen täglichen Betrieb des Unternehmens.

Investitionen in Forschung und Entwicklung: Finanzielle Mittel, die für Forschung und Entwicklung bereitgestellt werden, wobei der Schwerpunkt auf Schlüsselbereichen wie der Optimierung der Logistik (CrowdSender), der Verbesserung der Tools zur Unterstützung der Landwirte (Farmeneur), der Umstellung auf eine ökologische und regenerative Landwirtschaft und der Weiterentwicklung unserer digitalen Plattform liegt.

Wachstum und Pflege der Community: Investitionen in Aktivitäten und Initiativen, die darauf abzielen, die CrowdFarming-Community zu erweitern und zu stärken, einschließlich Marketing, CRM, Kommunikation und Community-Engagement.

Nettoverlust: Das Ergebnis unserer bewussten Strategie, Gewinne zu reinvestieren und Fremdkapital einzusetzen, um die Zukunft des landwirtschaftlichen Ökosystems aufzubauen. Obwohl unser Kerngeschäft, der Direktvertrieb, grundsätzlich profitabel ist, stellen wir bewusst erhebliche Mittel zur Verfügung, um langfristig eine robustere, skalierbarere und wirkungsvollere Supply Chain in der Lebensmittelindustrie aufzubauen.

Unsere wichtigsten Wirkungsinitiativen

Regenerative Landwirtschaft und „1% für den Boden“

53 Landwirte

sind offiziell Teil unseres Programms für regenerative Landwirtschaft, nehmen an Schulungen teil, lassen die Ergebnisse ihrer landwirtschaftlichen Betriebe überwachen und werden dazu beraten, wie sie ihre Böden weiter regenerieren können.

Eine neue Plattform zur Überwachung der Regenerativität, die in Zusammenarbeit mit der

Soil Association Exchange

entwickelt wurde, steht den regenerativen Landwirten von CrowdFarming nun kostenlos zur Verfügung.

400

Schüler wurden in Zusammenarbeit mit der Regeneration Academy auf dem Bauernhof La Junquera geschult, um das Bewusstsein für regenerative Landwirtschaft und gesunde Ernährungssysteme zu schärfen.

Über das offizielle Programm hinaus verbreitet sich das Bewusstsein rasant:

95 %

der von uns befragten Landwirte geben an, selbst mindestens eine regenerative Methode anzuwenden.

399.578 €

wurden im Jahr 2025 über unseren Fonds „1% für den Boden“ investiert, um Schulungen die Überwachung, die Sensibilisierung und digitale Tools für die regenerative Landwirtschaft zu unterstützen.

9

praktische Schulungsveranstaltungen

wurden in 4 Ländern (Spanien, Frankreich, Italien und Deutschland) durchgeführt, Daran nahmen mehr als 150 Menschen teil.

Unsere regenerativ-ökologische Gemeinschaft wächst weiter, wobei sich über

3.319

bewusste Verbraucher aktiv an unserer Initiative „1 % für den Boden“ beteiligen.



Unsere wichtigsten Wirkungsinitiativen

What The Field?! und soziale Medien

Wir haben **43 Artikel** veröffentlicht und **10 neue Podcast-Folgen** herausgebracht, wobei wir in nur einem Monat Spitzenwerte von

44.957
Blog-Besuchen

und **13.349 Audio-Downloads** in nur einem Monat erreicht haben.

Wir haben bereits eine Gemeinschaft von fast

630.000

Followern in unseren sozialen Netzwerken aufgebaut, unter anderem auf Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, LinkedIn und Reddit.

Wir sind insgesamt im Laufe des Jahres

86 Mal

in der Presse erwähnt worden.

([Forbes Business](#), [Le Monde](#), [Europa Press](#), [Süddeutsche Zeitung](#) usw.)

CrowdGiving

Wir haben

6.023

Kisten mit frischen Bio-Lebensmitteln — insgesamt **34.676 kg** — an **5 NGOs** in der gesamten EU ausgeliefert, was einem gespendeten GMV von **217.981 €** entspricht.

Zu den Organisationen, mit denen wir zusammengearbeitet haben, um diese Lebensmittel an die Menschen zu liefern, die sie am meisten brauchen, zählen „Amigos de la Calle“ und die Food Bank Valencia in Valencia (Spanien), die Tafel in Mannheim (Deutschland), Banques Alimentaires im Département Hérault (Frankreich) und die Food Bank Warsaw in Piastów (Polen).

Unser Team

Wir haben das Jahr 2025 mit einem Team von

298 Personen abgeschlossen,

die daran arbeiten, die Lieferkette in der Lebensmittelindustrie zu revolutionieren.

All Is Good  **Hier klicken**

Wir haben

12 neue Produkte auf den Markt gebracht,

wodurch wir nun insgesamt 24 verschiedene Produkte im Portfolio haben und 58.980 kg Lebensmittel vor der Verschwendung bewahren konnten.

WeFarmYou

Wir haben unsere neue Agrotourismus-Plattform erfolgreich eingeführt und das Jahr mit

22 Bauernhöfen

abgeschlossen, die aktiv daran beteiligt sind, Hofbesichtigungen und -erlebnisse anzubieten, damit die Verbraucher näher an den Ursprung ihrer Lebensmittel heranrücken können.

03

**Gemeinsam
wollen wir
noch weiter
vorankommen:
Marktschwärmer**

3. Gemeinsam noch weiter vorankommen: Marktschwärmer

Seit Jahrzehnten wird die traditionelle Lieferkette für große Produzenten verarbeiteter Rohstoffe optimiert, sodass kleinen und mittleren Erzeugern frischer Lebensmittel nur unzureichende Gewinnmargen verbleiben.

Im März 2025 hat **CrowdFarming die Übernahme der in Frankreich gegründeten Plattform Marktschwärmer erfolgreich abgeschlossen**, um sich diesen Ineffizienzen zu widmen. Durch die Zusammenführung der beiden Plattformen bauen wir einen starken europäischen Vertriebskanal direkt von den Landwirten zu den Verbrauchern auf, um eine echte Alternative zu großen Supermärkten zu bieten.



„Vor einem Jahr habe ich Juliette Simonin und Gonzalo Úrculo, die Gründer von CrowdFarming, kennengelernt. Es begann mit ein paar Videoanrufen, bei denen wir über die Herausforderungen sprachen, vor denen wir standen, und mögliche Lösungsansätze diskutierten. Als wir spürten, dass zwischen uns die Chemie stimmte, lud mich Gonzalo auf seine Orangenfarm ein. Dort erkannten wir das Potenzial, das wir gemeinsam entfalten konnten.“

Philippe Crozet, Ehem. CEO von Marktschwärmer

„Im Jahr 2017, kurz vor der Gründung von CrowdFarming, habe ich meine Orangen über La Ruche qui dit Oui! verkauft. Dass wir jetzt unsere Projekte vereinen können, ist für mich ein großer Traum, der nun in Erfüllung gegangen ist. Landwirte brauchen einen starken Direktvertriebskanal, damit sie eine Alternative zum Verkauf über die Supermärkte haben können.“

Gonzalo Úrculo, Mitgründer und CEO bei CrowdFarming

Durch diese Übernahme werden zwei Modelle vereint, die sich bestens ergänzen.

Das hat CrowdFarming zu bieten:

- Eine solide Logistikinfrastuktur sowie moderne Technologie, die Lieferungen direkt vom Erzeuger zum Verbraucher ermöglichen.
- Ein streng geprüftes Netzwerk aus **über 300 Landwirten, die biologische und regenerative Landwirtschaft betreiben.**
- Eine halbe Million aktive Verbraucher.
- Spezielle Programme, die Landwirte bei der Umstellung auf biologische und regenerative Landwirtschaft unterstützen.

Das hat Marktschwärmer zu bieten:

- Ein hyperlokales Vertriebsmodell, das auf physischen Abholstellen („Wochenmärkten“) basiert.
- Ein umfangreiches Portfolio aus **über 4.000 Landwirten**, die eine große Vielfalt an Produktsorten anbieten.
- Eine Datenbank mit über **2 Millionen Kunden.**
- Ein starkes Gemeinschaftsgefühl und eine persönliche didaktische Verbindung zwischen dem Verbraucher und der Realität auf dem Feld.



„Gonzalo und Juliette haben eine klare Vision: Sie wollen die biologische und regenerative Landwirtschaft über ein Direktvertriebsmodell weiter ausbauen. Am meisten hat mich die Einfachheit beeindruckt, mit der sie ihren Ansatz erklärt haben: Der Direktvertrieb ermöglicht es den Landwirten, attraktivere Gewinnmargen zu erzielen, die sie wiederum in die Produktion von nährstoffreicheren Bio-Produkten investieren können, die den Verbrauchern schmecken und ihnen zugutekommen.“

Philippe Crozet, Ehem. CEO von Marktschwärmer



„Der Direktvertrieb ermöglicht es den Landwirten, attraktivere Gewinnmargen zu erzielen. Das Programm für regenerative Landwirtschaft von CrowdFarming trägt dazu bei, dass diese zusätzlichen Margen wieder in die Felder investiert werden, sodass die Böden mittelfristig widerstandsfähiger und weniger externe Betriebsmittel für die Nahrungsmittelproduktion benötigt werden.“

Juliette Simonin, Mitbegründerin und COO von CrowdFarming



Unser Zusammenschluss ist tief in einer gemeinsamen Mission verankert. Beide Plattformen bauen auf derselben Grundphilosophie auf: Sie wollen die Erzeuger durch den Direktvertrieb stärken.

Aber die gemeinsamen Werte waren nur der Ausgangspunkt. Uns wurde schnell klar, dass sich unsere Geschäftsmodelle perfekt ergänzen. Das einzigartige System von Marktschwärmer mit seinen hyperlokalen Märkten („Wochenmärkte“) ergänzt die hochentwickelte paneuropäische Logistik- und Technologieinfrastruktur von CrowdFarming perfekt. Außerdem war in der Vergangenheit jede der beiden Plattformen in unterschiedlichen Regionen führend. Indem wir nun unsere Kräfte bündeln, vereinen wir das Beste aus dem Aufbau lokaler Gemeinschaften mit einem grenzenlosen Direktvertrieb, sodass wir Landwirten und bewussten Verbrauchern in ganz Europa einen noch besseren und umfassenderen Service bieten können.

Auf der Grundlage dieser soliden philosophischen und operativen Basis eröffnet die Zusammenführung unserer Plattformen enorme Cross-Selling-Möglichkeiten und erhebliche Kosten- und Umsatzsynergien, wodurch unser Modell finanziell noch nachhaltiger und skalierbarer wird. 2026 wird das Jahr sein, in dem wir diese Chancen in vollem Umfang nutzen werden. In diesem Jahr werden wir daran arbeiten, die vollständige Zusammenführung der Marken und Websites abzuschließen, was den letzten Schritt auf dem Weg zu einem einheitlichen Auftritt für die europäische Agrarrevolution darstellt.

04

**Regenerativ-
biologische
Landwirtschaft
für Landwirte
möglich machen**



Der europäische Agrarsektor ist praktisch gezwungen, stets mit „einem Jahr zu rechnen, das von tiefgreifenden Gegensätzen und beispiellosen Herausforderungen geprägt ist“. Die Landwirte wissen, dass schwere Rückschläge unvermeidlich sind, aber genau deshalb besteht unsere Mission darin, ihre Widerstandsfähigkeit zu verbessern. Da sie stets mit Unvorhergesehenem rechnen müssen, ist es unser Ziel, dafür zu sorgen, dass sie agronomisch und wirtschaftlich robust genug sein können, um vor diesem Hintergrund zu bestehen.

Im Jahr 2025 standen die Landwirte auf dem gesamten Kontinent an vorderster Front den klimatischen Extremen gegenüber und hatten mit längeren Dürren, ungewöhnlichen Hitzewellen zur Blütezeit und verheerenden sinflutartigen Regenfällen wie den Überschwemmungen in Spanien und in Italien zu kämpfen.

Laut unserer jährlichen Umfrage im Jahr 2025 **sind unvorhersehbare und extreme Wetterbedingungen das Hauptanliegen von 79,2 % unserer Landwirte. Diese Umweltschocks wurden durch den anhaltenden wirtschaftlichen Druck noch weiter verschärft — 67,5 % unserer Landwirte verzeichneten höhere Betriebskosten —, was in ganz Europa zu einer Welle von Bauernprotesten führte, bei denen faire Preise und mehr Unterstützung gefordert wurden.**

Trotz dieser komplexen Herausforderungen hat der Bio-Lebensmittelsektor seine Widerstandsfähigkeit unter Beweis gestellt.

Die neuesten Daten zeigen, dass sich der Markt nach den früheren inflationsbedingten Einbrüchen erholt hat: Die Anbaufläche für biologische Landwirtschaft in der Europäischen Union beträgt mittlerweile 17 Millionen Hektar, was 10,9 % der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche entspricht.

Insbesondere Spanien hat seine Position als Land mit der größten biologischen Anbaufläche in Europa mit 3 Millionen Hektar gefestigt. Dennoch bleibt die Erreichung des ehrgeizigen EU-Ziels „Vom Erzeuger zum Verbraucher“, wonach bis 2030 25 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche ökologisch bewirtschaftet werden sollen, eine gewaltige Herausforderung, die eine stärkere politische Unterstützung und Marktentwicklung erfordert.

Im Bereich der Rechtsvorschriften ergab sich im Jahr 2025 ein entscheidender Wandel. Die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) wurde weitergehend umgesetzt, wobei die Debatten über ihre „Öko-Regelungen“ und die Notwendigkeit, den Verwaltungsaufwand für die biologische Landwirtschaft zu verringern, weiter anhielten. Gleichzeitig wurde mit dem europäischen Carbon Removals and Certification Framework (CRCF) begonnen, die technischen Grundlagen zu schaffen, um klimapositive Landwirtschaft zu belohnen und „Greenwashing“ zu verhindern.

Für CrowdFarming ist die Antwort auf diese Anfälligkeit für Klimaveränderungen

und die unvorhersehbaren politischen Veränderungen — wie die jüngste EU-Vision für Landwirtschaft und Ernährung und die Vorschläge zur Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) für die Zeit nach 2028 — klar: **Ein ausschließlicher Verlass auf staatliche Subventionen ist eine fragile Strategie.**

Zwar formulieren die europäischen Institutionen positive Absichten, doch fehlen ihnen oft die klaren Methoden, die erforderlich sind, um tatsächliche positive Einflüsse auf die Umwelt zu belohnen, anstatt lediglich vorgeschriebene Praktiken zu fördern. Daher müssen wir unsere eigene Unterstützung für den Übergang zur regenerativen Landwirtschaft verstärken.

Wir sind der festen Überzeugung, dass die regenerativ-biologische Landwirtschaft nicht mehr nur ein ökologisches Ziel ist, sondern der pragmatischste Weg, um langfristige agronomische und wirtschaftliche Resilienz aufzubauen.

Obwohl beeindruckende 95 % der von uns befragten Landwirte angeben, dass sie bereits selbst regenerative Praktiken anwenden, um ihre Pflanzen vor extremen Wetterbedingungen zu schützen, stoßen sie nach wie vor auf erhebliche Hindernisse, insbesondere auf die anfänglichen Investitionskosten und auf mangelndes technisches Wissen.

Hier setzen wir an. Unsere Mission besteht darin, diese Hindernisse mithilfe unseres Direktvertriebsmodells zu überwinden, das einen stabileren wirtschaftlichen Puffer gegen wechselnde politische Gegebenheiten

eröffnet, sowie mithilfe digitaler Tools zur Messung des tatsächlichen Impacts auf die Ökosysteme und gezielter Finanzierungen wie unserer Initiative „1 % für den Boden“. Wir bauen die Alternative bereits auf einer starken Grundlage auf, beweisen dabei, dass Nachhaltigkeit und Produktivität Hand in Hand gehen können, und schaffen Möglichkeiten für die Landwirte, diesen Wandel zu gestalten.



„Wir sind der Meinung, dass wir die Auswirkungen des Klimawandels abmildern, nährstoffreichere Lebensmittel produzieren und gleichzeitig unsere Böden schützen sowie die Bodendegradation durch eine Landwirtschaft umkehren können, die den Landwirten Rentabilität sowie gesunde Produkte und einen Beitrag zum Umweltschutz ermöglicht.“

„Proyecto Los Aires“ (ein Olivenölbetrieb in Spanien)

1 % für den Boden: Konkrete Maßnahmen für den Wandel

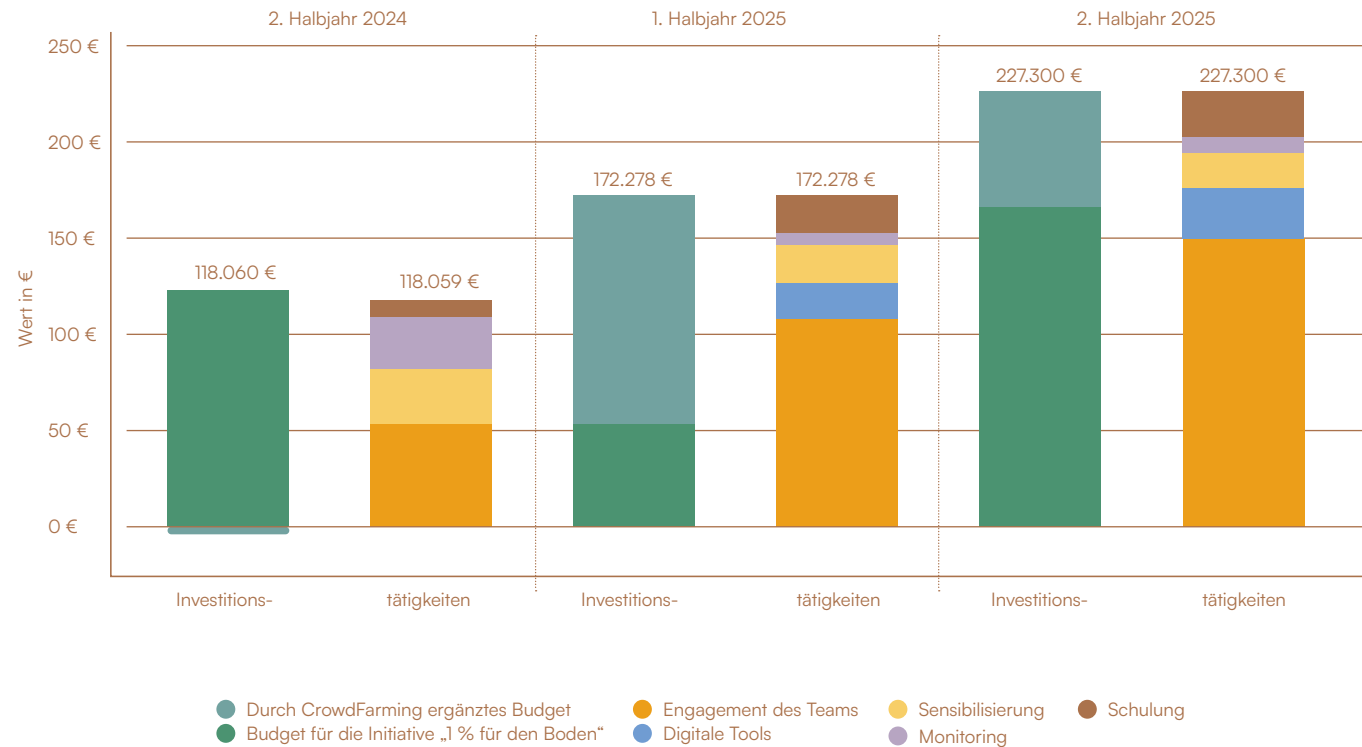
Um eine echte greifbare Unterstützung zu leisten, wird im Rahmen unserer Initiative „1 % für den Boden“ 1 % aller Bruttoeinnahmen unserer regenerativen landwirtschaftlichen Betriebe zur Finanzierung der Umstellung auf regenerative Landwirtschaft verwendet.

Unser Ziel ist klar: Wir wollen 10.000 Hektar europäisches Ackerland in regenerative Systeme umwandeln. Wir sind stolz darauf, an dieser Stelle mitteilen zu können, dass wir bis Ende 2025 bereits 4.176 Hektar aktiv regenerieren und damit unserem Ziel näher kommen.

Der Wandel erfordert eine erhebliche finanzielle Unterstützung. Im Jahr 2025 haben wir fast **399.578 €** in den Wandel zur regenerativen Landwirtschaft investiert. **60 %** dieser Investition wurden direkt aus dem Fonds „1 % für den Boden“ finanziert, während die restlichen **40 %** direkt von CrowdFarming bereitgestellt wurden, um einen Teil des Engagements des Teams zu unterstützen und die zusätzlichen Projektkosten zu decken.

Dieses Budget wurde in großem Umfang in den Aufbau der Grundlagen für einen langfristigen, skalierbaren Wandel investiert, und zwar in **vier wesentlichen Bereichen**: Schulung, Monitoring und digitale Tools, Forschung und Sensibilisierung.

Detalliertes Budget und Aktivitäten pro Halbjahr



Säule 1: Schulung

Laut unserer jährlichen Umfrage im Jahr 2025 wenden zwar beeindruckende **95 %** unserer Landwirte selbst regenerative Praktiken an, doch ein Drittel von ihnen nannte mangelndes technisches Wissen und mangelnde Schulung als eines der Haupthindernisse, die sie von einer umfassenderen Hinwendung zu regenerativen Praktiken abhalten. Im Jahr 2025 konzentrieren wir uns weiterhin auf Schulungsinitiativen, um sicherzustellen, dass unsere Erzeuger die agronomische Unterstützung erhalten, die sie für ihren Erfolg benötigen.

Unser Schulungsansatz im Jahr 2025 vereinte praktische Veranstaltungen vor Ort mit kontinuierlicher digitaler Unterstützung:

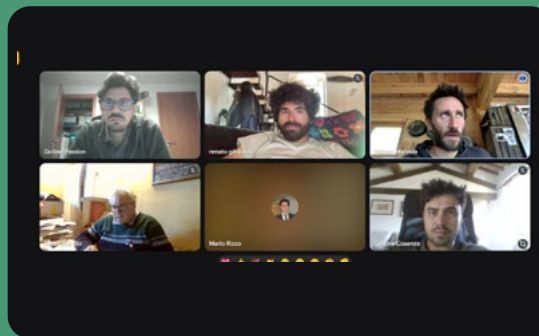
Schulungsveranstaltungen vor Ort

Wir sind der festen Überzeugung, dass die regenerative Landwirtschaft in hohem Maße kontextspezifisch ist und am besten direkt vor Ort erlernt werden kann. Im Laufe des Jahres haben wir 9 praktische Schulungsveranstaltungen vor Ort in vier wichtigen Ländern durchgeführt: **Spanien, Frankreich, Italien und Deutschland**. An diesen Veranstaltungen nahmen mehr als **150 Teilnehmer erfolgreich teil**, wodurch ein Kontakt zwischen unseren Landwirten zu spezialisierten Schulungsleitern und führenden europäischen Fachexperten hergestellt wurde.



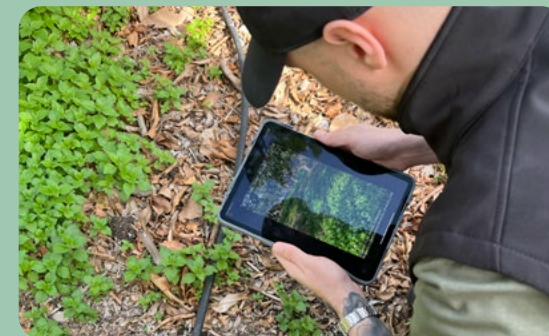
Online-Schulungen und kontinuierliche Unterstützung

In der Erkenntnis, dass die Umstellung auf regenerative Modelle eine kontinuierliche Betreuung erfordert, haben wir im Laufe des Jahres 6 Online-Schulungen durchgeführt. Diese Schulungen dienten dazu, den Landwirten eine kontinuierliche technische Beratung anzubieten, alltägliche Fragen zu klären und ihnen bei der Interpretation ihrer Daten zu helfen, damit sie ihre regenerativen Bewirtschaftungspläne erstellen können.



Ausstattung unserer Agronomen

Die Schulung endete nicht am Tor des landwirtschaftlichen Betriebs. Um unsere Landwirte dabei zu unterstützen, ihre Fortschritte beim Umweltschutz genau zu erfassen, haben alle Agronomen von CrowdFarming eine spezielle Schulung zur Entnahme von Feldproben und zur Nutzung unserer neuen digitalen Überwachungsplattform **Soil Association Exchange (SAX)** absolviert. Dadurch wird sichergestellt, dass unser internes Team umfassend gerüstet ist, um die Landwirte fachkundig durch den Mess-, Berichts- und Überprüfungsprozess zu führen.



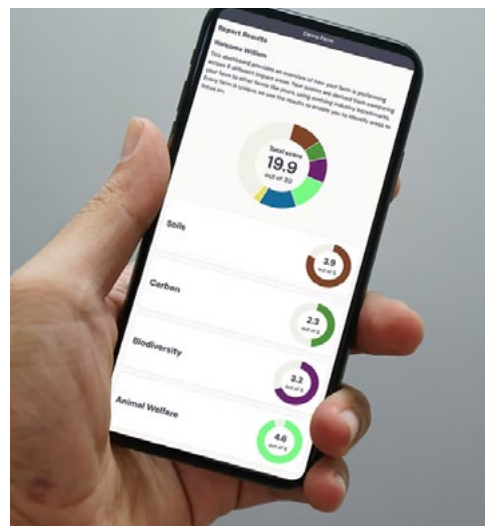
Indem wir diese intensiven, persönlichen Schulungen mit kontinuierlicher Online-Unterstützung kombinieren, stellen wir sicher, dass die Umstellung auf eine regenerativ-biologische Landwirtschaft auf dem bestmöglichen wissenschaftlichen und praktischen Wissen basiert.

Säule 2: Monitoring und digitale Tools

Bei der Analyse unserer Zahlen wird man leicht feststellen, dass sich die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe in unserem Programm für regenerative Landwirtschaft im Jahr 2025 nicht erhöht hat. Dies war eine bewusste strategische Entscheidung. Wir haben dieses Jahr vollständig der Umstellung auf ein neues hochmodernes Überwachungsprotokoll und Messinstrument gewidmet.

Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir gemeinsam mit Riverford und Innocent Drinks die Anforderungen weiterentwickelt und die digitale Plattform Soil Association Exchange in Spanien eingeführt, die als Tor zu weiteren europäischen Ländern dienen soll. Dies erforderte einen enormen Arbeitsaufwand „hinter den Kulissen“: die Evaluierung der Plattform, die Aktualisierung der Messprotokolle, die Integration europäischer und spanischer Datenquellen und die Schulung all unserer Agronomen.

Indem wir uns im Jahr 2025 auf die Anpassung an diese strenge neue Methodik konzentriert haben, konnten wir das robuste Backend, die Datenbanken und die Protokolle aufbauen, die erforderlich sind, um 2026 zu einem Jahr mit exponentiellem Wachstum zu machen. Unser Ziel ist es, die Zahl der von uns aufgenommenen landwirtschaftlichen Betriebe zu verdoppeln und bis Juni 2026 auf 100 Betriebe zu erhöhen.



Dies sind die Aussagen einiger der Pioniere unseres spanischen Pilotprojekts:



„Für mich bedeutet [Teil von CrowdFarming zu sein], ein Teil des Fortschritts zu sein und mit einem großartigen Projekt auf die Landwirtschaft der Zukunft hinzuarbeiten.“



María, Finca Los Pepones



„Das neue Überwachungsprotokoll ist bahnbrechend. Es beweist nicht nur, dass unsere regenerativen Praktiken funktionieren, sondern zeigt auch genau auf, worauf wir uns als Nächstes konzentrieren müssen, um die Resilienz unserer Zitrusenplantage weiter zu verbessern.“



Javier, Verger d'Alicia

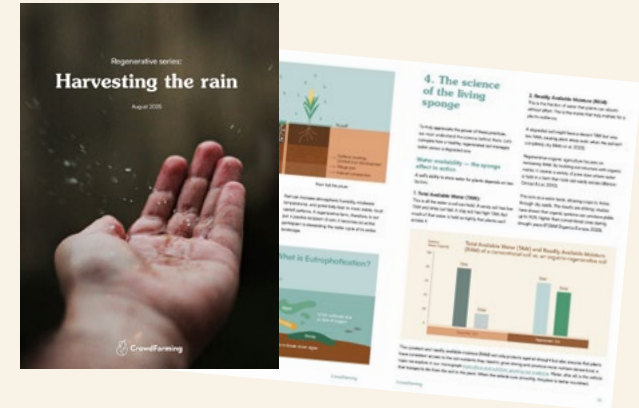
Säule 3: Forschung

Man kann nichts verbessern, was man nicht versteht. Zusätzlich zu unserem grundlegenden Bericht „Regeneration und Ernährung“, der Ende 2024 veröffentlicht wurde und in dem das „Ernährungsparadoxon“ untersucht sowie aufgezeigt wurde, wie regenerativ-biologische Praktiken die organische Substanz des Bodens um bis zu 31 % erhöhen, den Vitamin-C-Gehalt in Orangen um 30 % und den Gehalt an Antioxidantien in Trauben um 23 % steigern können, haben wir im Jahr 2025 zwei wichtige neue Forschungsberichte in die „Regenerationsserie“ aufgenommen.

Diese neuen Studien schaffen eine solide wissenschaftliche und wirtschaftliche Grundlage für die regenerative Landwirtschaft:

Wasser *Hier klicken, um den Bericht zu lesen!* („Den Regen ernten“):

Wir haben aufgezeigt, wie gesunde Böden als lebende Reservoir fungieren. Bei einem Anstieg der organischen Substanz im Boden um nur 1 % kann ein Hektar Ackerland **75.000 Liter** mehr Wasser speichern; dabei erhöhen sich die Infiltrationsraten um bis zu **256 %**. Reale Fallbeispiele von unseren Landwirten wie La Junquera, BioSanz und Tropiterráneo belegen, dass durch diese Praktiken Überschwemmungen absorbiert und der Bewässerungsbedarf halbiert werden können.



Rentabilität („Reichtum zu unseren Füßen“):

In diesem Bericht beantworten wir die entscheidende Frage, ob „die Zahlen stimmen“, und quantifizieren **die wirtschaftlichen Auswirkungen des Übergangs von degradierten zu lebendigen Böden**. Dort weisen wir nach, dass die Regenerierung kein ökologischer Luxus, sondern einer der wenigen wirklichen Hebel ist, mit denen Landwirte ihre Margen, ihre Stabilität und ihre Autonomie zurückgewinnen können.



Mit Blick auf das Jahr 2026 werden wir unsere Forschungsbemühungen stark auf den Bereich Ernährung konzentrieren, aktiv an EU-Projekten teilnehmen und in Zusammenarbeit mit spezialisierten Laboren eigene Untersuchungen durchführen.



Säule 4: Bewusstsein und Community

Community von 1 % für den Boden



Diese Initiative ist viel mehr als bloß ein Finanzierungsmechanismus; sie ist Europas größte Gemeinschaft von regenerativ-biologischen Verbrauchern.

Derzeit nehmen über **3.319** hoch engagierte Bürger aktiv am Entscheidungsprozess für die Umstellung teil.

Wir treffen uns alle sechs Monate mit dieser Community, um über die erzielten Fortschritte zu berichten, und einmal im Jahr stimmen die Mitglieder aktiv darüber ab, auf welche wirkungsvollen Initiativen wir uns im kommenden Halbjahr konzentrieren sollten. Es handelt sich dabei um eine echte gemeinsame Anstrengung, um das Land zu regenerieren.



“

„Ich liebe eure Nachrichten zu ‚1 % für den Boden‘. Ich bin so froh, daran mitwirken zu dürfen, dass eine so wichtige Vision Wirklichkeit wird. Es ist großartig, dass die Landwirte so offen über ihre Herausforderungen sprechen. Ihr leistet wirklich fantastische Arbeit.“

„Macht als Team weiter so — ihr seid eine großartige Initiative. Nutzt die Einnahmen, um die Community zu vergrößern und mehr Landwirte dazu zu motivieren, mitzumachen.“

„Ich liebe diese Idee! Sie hat eine langfristige Vision, die den meisten Initiativen fehlt. Mir gefallen auch die Nachhaltigkeit und der Ansatz: Informationen einholen, sich mit der Community beraten und gemeinsam entscheiden.“

„Es mag wie ein Tropfen auf den heißen Stein erscheinen, aber es ist ein Tropfen, der eine große Wirkung hat.“

„Ich liebe das Gemeinschaftsgefühl, dass alle auf dasselbe Ziel hinarbeiten.“

Mitglieder der Community von 1 % für den Boden

Der neue What The Field?!- Blog und Podcast

Nach unserer Fusion mit La Ruche qui dit Oui ! haben wir dieses gemeinsame Agrar- und Lebensmittelportal ins Leben gerufen, das als Bibliothek für fundierte, leicht zugängliche Inhalte dienen soll und mit dem wir unsere Stimmen mit einem klaren Ziel vereinen: **Wir wollen dort die tatsächlichen Gründe für die Entwicklungen im europäischen Agrar- und Lebensmittelsektor analysieren.** Unsere Vision geht über bloße Kritik hinaus; wir wollen uns eine bessere Produktion und einen nachhaltigeren Konsum unserer Lebensmittel vorstellen und diese Ziele umsetzen.



Durch Journalismus und Wissenschaft setzen wir uns mit komplexen Themen wie synthetischen Chemikalien, Bewässerungsmanagement und der Realität der regenerativen Landwirtschaft auseinander.



Im Jahr 2025 erschienen folgende Veröffentlichungen:

43
Artikel

10
Podcast-
Folgen

Über

500.000

Menschen in ganz Europa abonnieren
unsere Medien.

Die Resonanz war überwältigend, wobei wir
in nur einem Monat Spitzenwerte von fast

45.000

Blog-Visits und über

13.000

Podcast-Downloads erreicht
haben.

What The Field?!

Programm „Farmer Ambassador“

Um den Verbrauchern die Realität auf den Feldern direkt näherzubringen, haben wir unser Farmer-Ambassador-Programm ins Leben gerufen. Magdalena, unsere Botschafterin, reiste durch ganz Europa und besuchte **50 landwirtschaftliche Betriebe**, um die Geschichten und Herausforderungen unserer Landwirte aus erster Hand zu erfahren. Diese Geschichten wurden in Form von „**Field Notes**“ in unserem Blog und in Videos auf YouTube geteilt und erreichten erfolgreich über **100.000** Menschen.



Projekt „Viva el Campo“

Das Bildungsprogramm „Viva el Campo“, das von unserer Community von „1 % für den Boden“ als eines der wichtigsten Projekte ausgewählt wurde, das in diesem Jahr unterstützt werden soll, findet auf dem landwirtschaftlichen Betrieb La Junquera statt. In vielen ländlichen Gebieten Spaniens, einschließlich in der Region Murcia, wachsen vielfach junge Menschen auf, ohne jemals einen Fuß auf einen Bauernhof gesetzt zu haben. Diese Initiative holt sie aus dem Klassenzimmer auf die Felder, damit sie eine Handvoll Erde in die Hand nehmen, Regenwürmer erkennen und aus erster Hand erfahren können, wie sich das Wetter und die Wasserknappheit auf die Pflanzen auswirken. An dieser Initiative nahmen **400 Schüler** teil, was **95 %** der weiterführenden Schulen in der nordwestlichen Region von Murcia entspricht, und sie hat junge Menschen dazu inspiriert, den Boden als lebendige Grundlage des Lebens zu betrachten.

**Unsere
Protagonisten:
Echte Beispiele
für den Wandel
auf dem
Bauernhof**



Cabrillas de Vélez (Málaga, Spanien). Die Rückkehr zu einem resilienten landwirtschaftlichen Familienbetrieb



„Ich betreibe regenerative Landwirtschaft, weil ich glaube, dass ihr die Zukunft gehört, um meinen Kindern eine bessere Welt zu hinterlassen. Wir leisten unseren Beitrag, indem wir qualitativ hochwertigere Produkte erzeugen und die Umwelt ein Stück besser machen. Unser größter Erfolg in diesem Jahr ist die Verbesserung der Bodenqualität.“
Carlos Clavero, Cabrillas de Vélez Farm

Umstellung auf regenerativ-biologische Landwirtschaft

Carlos Clavero ist Landwirt in dritter Generation aus der Region Axarquía. In den 1980er-Jahren waren seine Großeltern Pioniere bei der Einführung und Anpflanzung von Avocados und Mangos in der Region. Carlos schlug zunächst einen anderen

Weg ein und arbeitete sieben Jahre lang in einer Mandelfabrik, spürte aber schließlich den starken Wunsch, zu seinen Wurzeln zurückzukehren und die alltäglichen landwirtschaftlichen Arbeiten seiner Familie zu übernehmen: vom Beschneiden der Bäume bis zur Ernte.

Warum engagiert er sich für die Umstellung?

Carlos betreibt seinen Betrieb in Südspanien, wo Wasser immer knapper und wertvoller wird, und er erkannte, dass er den Betrieb widerstandsfähiger gegen klimatische Extreme machen musste. Für ihn geht es bei der Umstellung auf biologische und regenerative Landwirtschaft nicht nur darum, eine Zertifizierung zu erhalten, sondern es handelt sich dabei vielmehr um eine grundlegende Auffassung von Landwirtschaft: Lebensmittel zu produzieren und gleichzeitig die Qualität des Bodens zu verbessern, die Wasserressourcen zu schützen und eine direkte Verbindung zu den Menschen aufzubauen, die seine Früchte verzehren.

Praktiken und Auswirkungen

Inmitten einer wilden Umgebung ist Carlos' Ansatz von Geduld und einer starken Beobachtung geprägt. Indem er sich bewusst zurückgenommen hat, aggressive Eingriffe reduziert und der Natur Raum gelassen hat, ist eine nachhaltige Wiederbelebung des Ökosystems unbestreitbar. So konnte ein renaturierter Teich entstehen, der heute als lebendiger Lebensraum sogar einer Entenfamilie eine Heimat gibt. Dabei handelt es sich um ein wunderbares Beispiel für einen schrittweisen Wandel: Durch die Jahr für Jahr erfolgenden Verbesserungen des Betriebs kehrt die Biodiversität auf natürliche Weise auf das Land zurück.

Cabrillas de Vélez

Mangos und Avocados

Vélez-Málaga, Spanien

Profil des regenerativen Bauernhofs



Pflanzenarten

Bodenbepflanzung und Heckenarten, die auf dem gesamten landwirtschaftlichen Betrieb identifiziert wurden



Vogelarten

Wildvogelarten, die auf dem landwirtschaftlichen Betrieb beobachtet wurden



Organische Substanz

Gesamte organische Bodensubstanz



pH-Wert des Bodens

Optimal für tropische Kulturpflanzen (Potentiometrie 1:2,5 bei 25 °C)

Regenerative Praktiken

Einheimische Bodenbepflanzung

Pflege der spontan wachsenden und einheimischen Vegetation als lebender Mulch zum Schutz und zur Anreicherung des Bodens.

Natürliche Teichbewirtschaftung

Wiederherstellung von Hoffeichen als Lebensraum für Wildtiere, zur Unterstützung von Amphibien, Vögeln und Wasserlebewesen.

Bio-Kompost

Die Kompostierung auf dem Bauernhof führt auf natürliche Weise Nährstoffe in den Kreislauf zurück, ohne dass dazu synthetische Düngemittel eingesetzt werden.

Mulchen

Verwendung von Schnittresten als Oberflächenmulch, um Feuchtigkeit zu speichern und das Wachstum von Unkraut zu unterdrücken.

Biodiversitätsreservate

Dauerhaft stillgelegte, nicht bewirtschaftete Flächen als Wildtierkorridore und natürliche Rückzugsgebiete ausgewiesen.

Insektenhotels

Einrichtung von Anlagen zur Unterstützung von Bestäubern und Nützlingen auf dem Bauernhof.



Moosfeld Gemüse (Singen, Deutschland) — Vorreiter in der biozyklischen vega- nen Landwirtschaft



Umstellung auf regenerativ- biologische Landwirtschaft

Jakob Mannherz ist ein faszinierendes Beispiel dafür, wie sich die regenerative Landwirtschaft an konkrete Philosophien und moderne Umgebungen anpassen kann. Jakob ist in Singen in Deutschland tätig und hat sich einer einzigartigen Anbaumethode verschrieben: der biozyklischen veganen Landwirtschaft.

Warum engagiert er sich für die Umstellung?

Jakob wollte ein äußerst widerstandsfähiges, innovatives und autarkes Anbausystem aufbauen, das vollständig ohne tierische Ressourcen auskommt. Damit will er beweisen, dass man auch mit rein pflanzlicher Kraft und erneuerbaren Energien hochwertiges Gemüse anbauen und gleichzeitig das Ökosystem regenerieren kann.

Praktiken und Auswirkungen

Jakob erbringt damit den Beweis, dass eine Regenerierung selbst in kontrollierten Umgebungen wie Gewächshäusern möglich ist. Er setzt ausschließlich pflanzliche Düngemittel ein und wendet aktiv regenerative Praktiken an, indem er vor jeder Hauptkultur Deckfrüchte mit einem hohen Anteil an Hülsenfrüchten anpflanzt. Diese Hülsenfrüchte binden auf natürliche Weise Stickstoff und reichern so den Boden an.

Um diese nachhaltige Vision zu verwirklichen, betreibt er seinen innovativen Betrieb mit erneuerbarer Energie aus Sonne und Biomasse, wobei seine eigene Photovoltaikanlage über 50 % des Stroms erzeugt, den sein Betrieb verbraucht. Das Ergebnis ist ein äußerst widerstandsfähiges, geschlossenes System, das moderne Technologie und tiefen Respekt vor der Ökologie perfekt miteinander verbindet.

Moosfeld Gemüse



Gemüse und
Mischkulturen

Bayern,
Deutschland

Profil des regenerativen
Bauernhofs



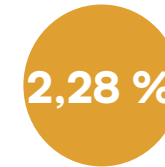
Pflanzenarten

Bodenbepflanzung und Heckenarten, die auf dem gesamten landwirtschaftlichen Betrieb identifiziert wurden



Vogelarten

Wildvogelarten, die auf dem landwirtschaftlichen Betrieb beobachtet wurden



Organische Substanz

Gesamte organische Bodensubstanz



C/N-Verhältnis

Etwas über dem Optimum —ein Zeichen für eine reiche und aktive organische Substanz

Regenerative Praktiken

- Einheimische Bodenbepflanzung**
 Pflege der spontan wachsenden und einheimischen Vegetation als lebender Mulch zum Schutz und zur Anreicherung des Bodens.
- Natürliche Teichbewirtschaftung**
 Wiederherstellung von Hoffeichen als Lebensraum für Wildtiere, zur Unterstützung von Amphibien, Vögeln und Wasserlebewesen.
- Bio-Kompost**
 Die Kompostierung auf dem Bauernhof führt auf natürliche Weise Nährstoffe in den Kreislauf zurück, ohne dass dazu synthetische Düngemittel eingesetzt werden.

- Mulchen**
 Verwendung von Schnittresten als Oberflächenmulch, um Feuchtigkeit zu speichern und das Wachstum von Unkraut zu unterdrücken.
- Biodiversitätsreservate**
 Dauerhaft stillgelegte, nicht bewirtschaftete Flächen als Wildtierkorridore und natürliche Rückzugsgebiete ausgewiesen.
- Insektenhotels**
 Einrichtung von Anlagen zur Unterstützung von Bestäubern und Nützlingen auf dem Bauernhof.



Einführung von regenerativem Fleisch: Das „Warum“ hinter der Entscheidung

Bei der regenerativen Landwirtschaft geht es nicht nur um den Boden und die Pflanzen, sondern vielmehr um den Wiederaufbau ganzer Ökosysteme. Im Rahmen dieses Ansatzes spielt die Nutztierhaltung eine zentrale Rolle, wenn sie auf nachhaltige und ethische Weise betrieben wird und zum Nährstoffkreislauf, zur Biodiversität und zur allgemeinen Resilienz des landwirtschaftlichen Betriebs beiträgt.

Einige unserer Landwirte beschäftigen sich zwar derzeit in Ansätzen mit der Einbeziehung

von Tieren in die Unterstützung von Praktiken wie dem Umgang mit Deckkulturen, doch die Rolle von Nutztieren in regenerativen Systemen geht noch weit darüber hinaus. Bei richtiger Haltung können Tiere durch ihren natürlichen Dung zur Bodenfruchtbarkeit beitragen, durch ihre Bewegung die Bodenstruktur verbessern und damit die Ausbreitung von Saatgut in der Landschaft fördern. Durch diese Wiederentdeckung wurde jedoch ein gravierendes Problem deutlich: der Mangel an qualifizierten Schafhirten aufgrund des Aufstiegs der intensiven Bewirtschaftung und der schlechten wirtschaftlichen Erträge. Damit die Landwirte sich der

Herdenhaltung widmen und die Tiere wieder in die Landwirtschaft integrieren können, müssen diese zunächst finanziell tragfähig sein. Aus diesem Grund haben wir uns entschlossen, nachhaltig erzeugtes Fleisch als Weiterentwicklung des CrowdFarming-Modells, das hauptsächlich auf Obst und Gemüse ausgerichtet ist, einzuführen. Durch die Schaffung eines stabilen Direktvertriebskanals bieten wir Landwirten, die bei biologischen und regenerativen Tierhaltungssystemen eine Vorreiterrolle einnehmen, eine umsetzbare wirtschaftliche Unterstützung.

Wir haben diese Kategorie auf Basis von strengen, nicht verhandelbaren Grundsätzen eröffnet:

Zertifiziert Bio

Tiere werden **im Freien ohne GVO aufgezogen**, und das Verbot synthetischer Stickstoffdünger verringert von Natur aus das Risiko von N₂O-Emissionen.

Regenerative Index

Die Landwirte müssen aktiv messbare Praktiken wie die **Weidewirtschaft im Fruchtwechsel umsetzen**, was mittels unseres MRV-Protokolls (Messung, Berichterstattung und Überprüfung) überwacht wird.

Mit Weidefutter ernährte

Die Ernährung von Pflanzenfressern besteht zu 100 % aus Gras und Futter von Dauerweiden, während Allesfresser (wie Schweine) mindestens 70 % Weidefutter benötigen. Dieser Ansatz schließt eine intensive Mast in Feedlots aus.

Wir respektieren zutiefst, dass sich viele Menschen aus ethischen und ökologischen Gründen für eine vegane oder vegetarische Lebensweise entscheiden: eine Entscheidung, die von wichtigen wissenschaftlichen Gremien wie dem IPCC unterstützt wird. Menschen, die weiterhin Fleisch zu sich nehmen, stehen jedoch immer noch vor der großen Herausforderung, hochwertige Produkte zu finden, die mit den Grundsätzen des Tierwohls und des Umweltschutzes in Einklang stehen. **Indem wir eine wirklich regenerative Alternative anbieten, ermöglichen wir den Verbrauchern, fundierte Entscheidungen zu treffen, mit denen sie direkt die Landwirte unterstützen können, die unsere gemeinsamen Ökosysteme wiederherstellen.**

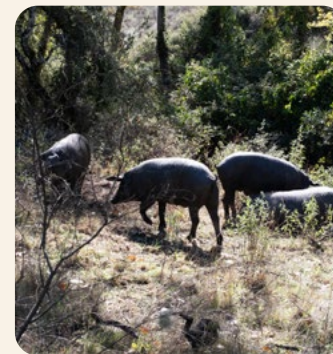


Unsere Protagonisten: Echte Beispiele für Nutztiere im Rahmen dieses Wandels

Ecoibéricos (Huelva, Spanien): Die Schweine, die die Dehesa vor Waldbränden retten

Miguel Ramón López Delgado ist Künstler, Musiker und ehemaliger Apotheker, der einst in der Dominikanischen Republik ein kleines Dorf gebaut hat, um im Einklang mit der Natur leben zu können. Trotz seiner Reisen verspürte er den starken Wunsch, zu seinen Wurzeln in der Sierra de Aracena zurückzukehren, und er gab schließlich seine Karriere als Apotheker auf, um das verlassene Land seiner Familie zu retten. Für ihn sind die rein iberischen Schweine, die auf seinem 700 Hektar großen Anwesen leben, nicht einfach nur Nutztiere, sondern vielmehr unverzichtbare Instrumente für den Naturschutz. In der mediterranen Dehesa **sind die Tiere die natürlichen Hüter des Ökosystems.**

Miguel erklärt, dass die Weiden ohne ihre ständige Nahrungssuche innerhalb eines Jahrzehnts verschwinden würden, was zu einer massiven Ansammlung von trockenem Gestrüpp und einem hohen Risiko für verheerende Waldbrände führen würde. Indem er seinen Schweinen ermöglicht, sich völlig frei zu bewegen, trägt Miguel aktiv zur Verhinderung von Waldbränden bei und produziert gleichzeitig Fleisch, das ein Höchstmaß an Tierwohl gewährleistet.





Gut & Bösel (Berlin, Deutschland) Kühe als „wandelnde Kompostmaschinen“

Der Agrarökonom, Autor und ehemalige Finanzexperte Benedikt Bösel hat seine Karriere in der Wirtschaft an den Nagel gehängt, um auf den anspruchsvollen Sandböden Brandenburgs ein 3.000 Hektar großes lebendes Labor zu betreiben. Getrieben von der Überzeugung, dass die Landwirtschaft der wichtigste Hebel ist, den wir zur Bewältigung der Klima- und Biodiversitätskrise haben, konzentriert er sich auf die Regeneration des Bodens, um so eine lebenswerte Zukunft zu schaffen. Anstatt endlos Monokulturen anzupflanzen, hat er robuste Black-Angus- und Salers-Rinder in seinen Betrieb integriert, die als „wandelnde Kompostierungsmaschinen“ fungieren.

Die Kühe werden täglich mithilfe von mobilen Zäunen umhergeführt und weiden auf Ackerland, wobei sie auf natürliche Weise CO₂ im Boden binden und die Wasserrückhaltung verbessern. Wirklich vorbildlich werden diese Projekte aber durch sein radikales Engagement für den Tierschutz: Die Herde bleibt ihr ganzes Leben lang zusammen, und Benedikt wendet konsequent die **Methode des „Weideschusses“** an. Indem das Tier direkt auf der Weide und inmitten seiner Herde geschlachtet wird, wird sichergestellt, dass es bis zum letzten Moment keinen Transportstress erleidet und mit absolutem Respekt behandelt wird.



Ferme de Beau Printemps (Petit-Réderching, Frankreich) Die regenerative Rolle der Hühner

Michel Botzung wurde auf einem Bauernhof geboren, reiste aber viel ins Ausland, wo er studierte und arbeitete, und gleichsam auf der ganzen Welt unglaubliche Entdeckungen machte. Schließlich wurde ihm klar, dass das aufregendste Kapitel seines Lebens zu Hause am Ende der Rue des Marguerites auf ihn wartete. Im Jahr 2021 übernahmen er und sein Bruder Gilles den Familienbetrieb, um der landwirtschaftlichen Produktion wieder einen tiefen Sinn zu verleihen und das Privileg zu genießen, mit lebenden Systemen zu arbeiten.

Um echte agronomische und wirtschaftliche Resilienz aufzubauen, haben sie ihr traditionelles Modell in ein florierendes Mischsystem aus Ackerbau und Viehzucht umgewandelt. Sie haben eine **Legehennenherde als Ergänzung** zu ihren Pflanzenkulturen und ihren Limousin-Rindern aufgenommen. Die Hennen leben in einem innovativen mobilen Hühnerstall, der über das gesamte Gelände bewegt wird, und tragen aktiv zum Düngezyklus des Hofes bei, was beweist, dass die Einbeziehung verschiedener Arten der Schlüssel zur Schaffung eines robusten, autarken und lebendigen Ökosystems auf dem Hof ist.

05

Ein ganzheitlicher Ansatz zur Verbesserung der Lieferkette in der Lebensmittelindustrie



Wir sind zu einer grundlegenden Erkenntnis gelangt: Es reicht nicht aus, einfach einen Direktvertriebskanal über crowd farming.com bereitzustellen. Um die grundlegend gestörte Wertschöpfungskette in der Lebensmittelindustrie zu sanieren, müssen wir ihre Ineffizienzen aus allen möglichen Blickwinkeln beseitigen und an ihrer Stelle ein umfassendes Ökosystem aufbauen, das sich vom Bewusstsein der Verbraucher bis hin zur konkreten Logistik erstreckt.

Beim Aufbau dieses Ökosystems standen wir jedoch vor einem strukturellen Problem: Wir hätten zwar gerne auf bestehende Tools von Drittanbietern zurückgegriffen, aber die heute verfügbaren Tools sind vollständig auf das konventionelle Lebensmittelsystem

zugeschnitten. Seit Jahrzehnten wird die herkömmliche Lieferkette für Supermärkte, große Produzenten hochverarbeiteter Rohstoffe und lange Lagerzeiten optimiert. Diese konventionellen Tools eignen sich schlichtweg nicht für den flexiblen Direktvertrieb von frischen Produkten auf Abruf.

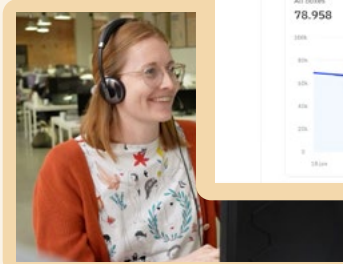
Deshalb entwickeln wir eigene Lösungen, wenn es noch keine gibt, und stellen sie der Öffentlichkeit zur Verfügung, um anderen zu helfen, die vor denselben Herausforderungen stehen, und so die Umstellung auf ökologische, regenerative und kurze Lieferketten zu beschleunigen. Im Folgenden erläutern wir, wie wir diese proprietären Lösungen einsetzen, um ganzheitlich eine neue Wertschöpfungskette zu etablieren.

Den Weg überdenken: Logistik und Lebensmittelverschwendung

Im Jahr 2025 haben wir eine Reihe eigener Tools und Services konsolidiert, die uns die volle Kontrolle über die Lieferkette geben und für Schnelligkeit, Skalierbarkeit und Zero Waste sorgen sollen:

CrowdSender, das technologische Grundgerüst

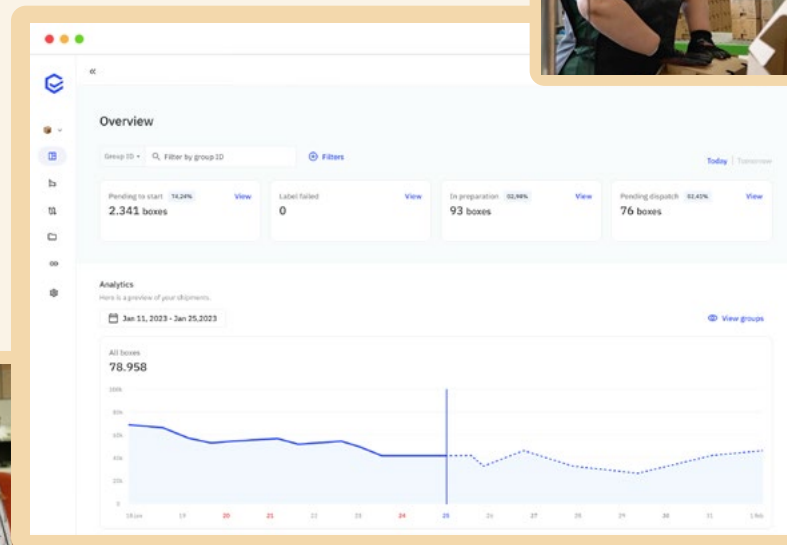
CrowdSender ist eine Logistikplattform, mit der der Versand von einer einzigen Benutzeroberfläche aus verwaltet und automatisiert werden kann. Bis Ende 2025 haben wir CrowdSender so weiterentwickelt, dass es als vollwertiges Lagerverwaltungssystem (Warehouse Management System, WMS) fungiert und uns damit eine beispiellose Rückverfolgbarkeit unserer Sendungen in Echtzeit ermöglicht. Es automatisiert die Zuweisung von Spediteuren und validiert Adressen, um Fehler bei der Zustellung drastisch zu reduzieren. Die Auftragsvorbereitung und der Versand sind jetzt vollständig integriert, sodass hierzu keine externe Software mehr erforderlich ist.



Verpackung



Wareneingang
und Lagerhaltung



Sendungsverfolgung und -rückverfolgung

CrowdLog, Ein grenzenloses Logistiknetzwerk

Um unsere Direktvertriebsaktivitäten auszubauen, ohne dabei unseren Landwirten zusätzliche administrative und logistische Belastungen aufzuerlegen, haben wir CrowdLog ins Leben gerufen. Neben unserem **eigenen Erstanbieter-Logistikzentrum (1PL) in Museros, Valencia**, haben wir ein strategisches Netzwerk aus fünf Logistikzentren von Drittanbietern (3PL) in wichtigen Produktionsregionen in Italien (Kalabrien), Frankreich (Avignon), Spanien (Málaga, Huelva) und Deutschland (Freiburg) aufgebaut. Im Gegensatz zu konventionellen Supermärkten werden in unseren 1PL- und 3PL-Zentren keine frischen Produkte langfristig gelagert.

Stattdessen fungieren sie als schnelle lokale Koordinationsstellen, an denen auf Anfrage geerntete Produkte direkt von Landwirten in der Nähe entgegengenommen, verpackt oder zu gemischten Kisten und Abos kombiniert werden. Diese gemeinsam genutzte Infrastruktur bündelt die Anstrengungen und beseitigt einen häufigen Engpass für kleine und mittelgroße landwirtschaftliche Betriebe, die große Mengen an Einzelsendungen ansonsten nicht alleine abwickeln könnten. Museros hat im Jahr 2025 seine Kapazitäten für die Verpackung mehrerer Produkte erweitert, um der Veränderung

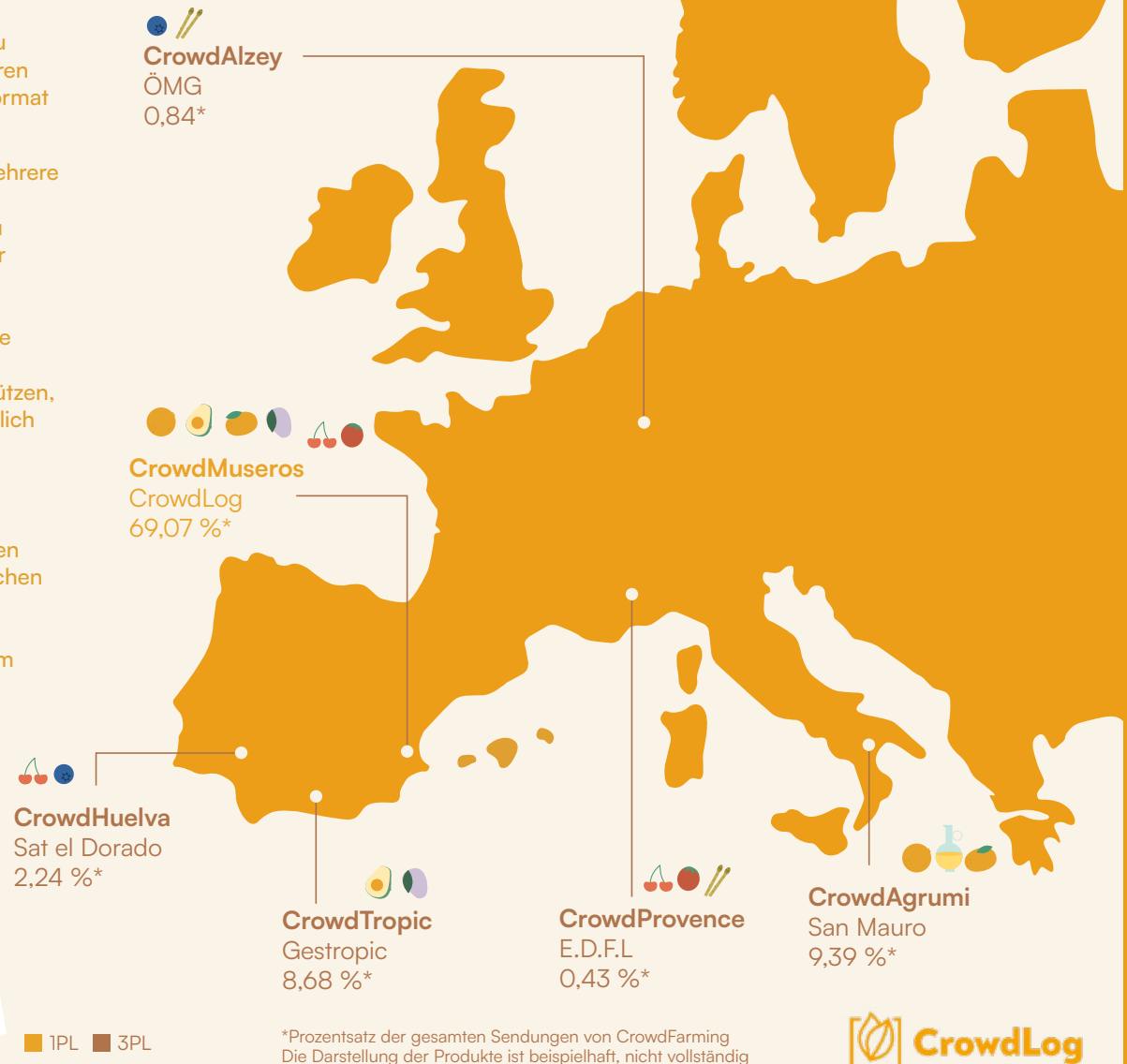
des Auftragsvolumens gerecht zu werden, wobei Kisten mit mehreren Artikeln zum primären Versandformat geworden sind.

Diese erweiterte Kapazität für mehrere Produkte war entscheidend, um unser wachsendes Abomodell zu unterstützen. Bis Ende Dezember 2025 verfügten wir über 67.298 aktive Abos. Um unser Angebot weiter auszubauen und Landwirte in verschiedenen Regionen und Zertifizierungsphasen zu unterstützen, haben wir in diesem Jahr (zusätzlich zu den vier bereits bestehenden) erfolgreich drei neue Abo-Kisten eingeführt:

- Obst und Gemüse im Rahmen der Umstellung auf biologischen Anbau
- Kiste mit französischen Bio-Produkten und mediterranem Obst
- Kiste mit italienischen Produkten



Unser Netzwerk von Logistikzentren



Bewältigung der „Middle Mile“ mit HVO

Bei CrowdFarming sprechen wir oft über die Bodengesundheit und regenerative Methoden in den landwirtschaftlichen Betrieben. Aber was passiert, wenn die Ernte das Feld verlässt?

Während in allgemeinen globalen Studien häufig angegeben wird, dass der Transport nur 10 bis 12 % des CO₂-Fußabdrucks eines Lebensmittels ausmache, macht der Transport in der Realität des direkten, grenzüberschreitenden Verkaufs pflanzlicher Bio-Lebensmittel den größten Anteil am CO₂-Fußabdruck eines Produkts und etwa 70 % der Gesamtemissionen aus. Da unsere Landwirte keine synthetischen Düngemittel mit hohen Emissionen einsetzen und sich auf regenerative Praktiken konzentrieren, ist der CO₂-Fußabdruck auf Ebene des landwirtschaftlichen Betriebs außerordentlich gering. Wenn der Fußabdruck bei der Produktion dermaßen gering ist, steigt der Anteil der Emissionen aus dem Transportweg (z. B. bei einer 2.200 km langen Fahrt von Valencia nach Berlin) naturgemäß stark an und macht damit den größten Teil des Gesamtwerts aus. Wir sind stolz auf unseren geringen Fußabdruck bei der Produktion, aber gerade deshalb ist es unerlässlich, auch die Transportemissionen nachhaltig zu senken.

Im Jahr 2025 haben wir unsere Partnerschaft mit Trucksters ausgebaut, um auf unseren wichtigsten Fernstrecken

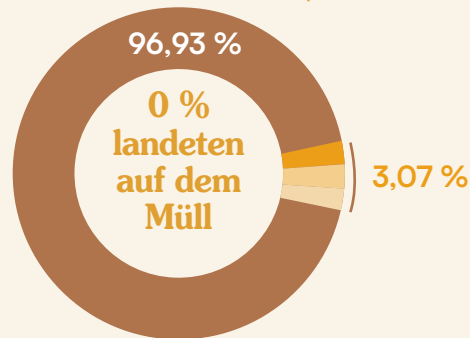
HVO (hydriertes Pflanzenöl) der zweiten Generation einzusetzen. Dieser Biokraftstoff reduziert die Treibhausgasemissionen pro Strecke im Vergleich zu herkömmlichem Diesel um bis zu 80–90 %. Allein im Jahr 2025 konnten durch diese konkrete Initiative über 142.700 kg CO₂e eingespart werden.

Folgendes Beispiel soll den Umfang dieser Leistung verdeutlichen: Laut unserer Ökobilanz fallen beim Transport von 1 kg Orangen von Valencia nach Deutschland 0,45 kg CO₂e an. Die durch den Einsatz von HVO eingesparten Emissionen entsprechen daher dem Transport von über 300 Tonnen Orangen nach Deutschland ohne jegliche Transportemissionen.



Die Verschwendung direkt beim Erzeuger minimieren

Da unser Netzwerk dafür sorgt, dass die Produkte schneller transportiert und bedarfsgerecht geerntet werden, vermeiden wir die enorme Lebensmittelverschwendung, die mit dem herkömmlichen Einzelhandel einhergeht. In unseren CrowdLog-Zentren wurde die Aussortierung der Produkte in hohem Maße optimiert.



Im Jahr 2025 wurden nur 3,07 % der von CrowdLog Museros abgewickelten Mengen als nicht transportfähig aussortiert.

48 % wurden an Tafeln und soziale Initiativen gespendet (über unser CrowdGiving-Programm).

36 % wurden zur industriellen Verarbeitung weitergeleitet (z. B. als Säfte).

16 % wurden der biologischen Verwertung zugeführt (Kompost und Tierfütterung).

Darüber hinaus haben wir unsere Upcycling-Marke All Is Good weiter ausgebaut und dabei

58.980 kg

frische Produkte einsparen können, indem wir sie in 24 köstliche Produkte wie Marmeladen und Chutneys verwandelt haben.



Bonus-Track: Optimierung jedes Versandprozesses

Anfang 2025 haben wir eine neue Funktion eingeführt, die darauf abzielt, den verfügbaren Platz in jeder Sendung optimal zu nutzen. Mit dieser Option können die Nutzer ihrer Kiste ein zusätzliches Produkt hinzufügen, wodurch der logistische Fußabdruck pro transportiertem Kilogramm verringert und die Möglichkeit angeboten wird, neue Produkte zu entdecken, ohne dass dazu eine zusätzliche Lieferung oder Großmengen erforderlich sind.



Stärkung der
Erzeuger:
**Operative
Tools für
Landwirte**

Farmeneur



Der Direktvertrieb sollte die Landwirte stärken und sie nicht mit administrativen Aufgaben überfordern. Um unsere Erzeuger wirklich zu unterstützen, müssen wir ihnen die richtigen digitalen Tools zur Verfügung stellen, um ihren Verwaltungsaufwand zu verringern, damit sie sich auf das konzentrieren können, was sie am besten tun: die Landwirtschaft.

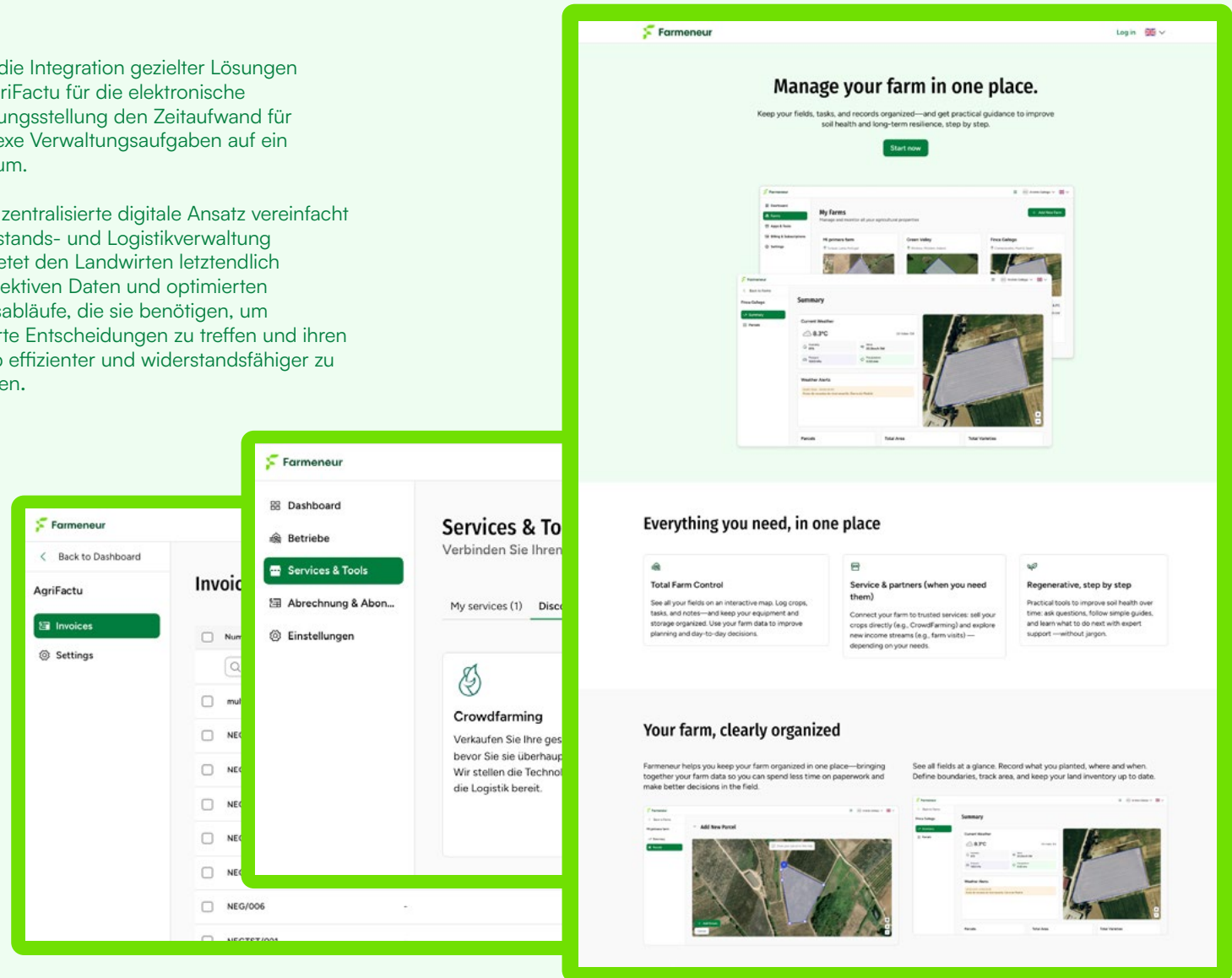
Im Jahr 2025 haben wir erfolgreich Farmeneur eingeführt, unsere eigene digitale Plattform, die die Betriebsführung, die Logistikkoordination und die Betriebsplanung zentralisieren soll.

Sie bietet Landwirten eine nahtlose, intelligente Benutzeroberfläche, über die sie die tägliche Abwicklung ihrer Projekte mühelos verwalten können, wodurch ihr Verwaltungsaufwand erheblich verringert wird. Durch die Zusammenführung der wichtigsten Tools in einer einzigen Betriebszentrale ermöglicht Farmeneur den Landwirten, sich von fragmentierten Verwaltungsprozessen zu lösen und einen klareren, besser organisierten Überblick über ihren gesamten Betrieb zu behalten.

In der Praxis unterstützt Farmeneur die Landwirte bei der Optimierung ihrer täglichen Abläufe, indem integrierte Funktionen wie die offizielle, mit SIGPAC verknüpfte Feldkartierung, die tägliche Aufzeichnung von Aufgaben und hochpräzise Wettervorhersagen bereitgestellt werden. Darüber hinaus reduziert die Plattform

durch die Integration gezielter Lösungen wie AgriFactu für die elektronische Rechnungsstellung den Zeitaufwand für komplexe Verwaltungsaufgaben auf ein Minimum.

Dieser zentralisierte digitale Ansatz vereinfacht die Bestands- und Logistikverwaltung und bietet den Landwirten letztendlich die objektiven Daten und optimierten Arbeitsabläufe, die sie benötigen, um fundierte Entscheidungen zu treffen und ihren Betrieb effizienter und widerstandsfähiger zu gestalten.



WeFarmYou

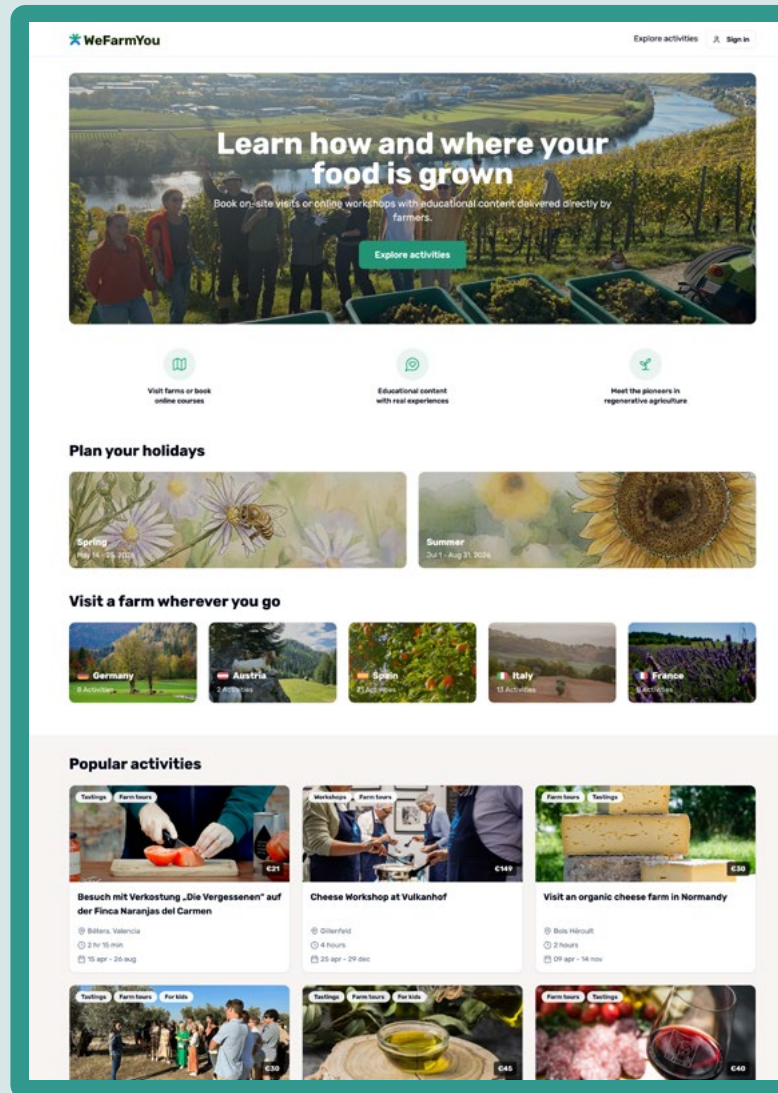
Um unsere Community von der digitalen Welt auf die realen Felder zu bringen, haben wir erfolgreich WeFarmYou eingeführt, eine spezielle Plattform für Agrotourismus. Sie ermöglicht es den Verbrauchern, ihre europäischen Wurzeln zu entdecken, indem sie Besuche vor Ort, Verkostungen und praktische Aktivitäten direkt bei den Menschen buchen können, die in Spanien, Deutschland, Österreich, Frankreich und Italien ihre Lebensmittel anbauen.

Wir haben das Jahr mit **22 Bauernhöfen** abgeschlossen, die aktiv auf der Plattform vertreten sind und insgesamt **335 Hofbesichtigungen** koordiniert haben.

Dadurch rücken die Verbraucher nicht nur näher an den Ursprung ihrer Lebensmittel heran, sondern es entsteht so auch eine wertvolle, diversifizierte Einnahmequelle für unsere Landwirte.



Eine Gruppe von Personen bei einer Veranstaltung auf dem Mostviertler Bio-Kürbishof Metz, einem Kürbisbauernhof.



WeFarmYou



“

„Hinter einem Produkt steht nicht nur eine sichtbare Person, denn daran sind immer viele Menschen beteiligt. Und dank dieser Projekte können die Familien in ihren Dörfern und Städten bleiben, in der Nähe ihrer Lieben, und müssen nicht wegziehen oder auswandern, um zu arbeiten; die Arbeit auf dem Bauernhof ist genauso würdevoll und wichtig wie jede andere Arbeit auch.“

Farm „Un Olivo“, Spanien

06

**Plan zum CO₂-
Fußabdruck und
zur Reduzierung
von Emissionen
(2026—2031)**



Wir können nicht behaupten, die Wertschöpfungskette in Ordnung bringen zu wollen, ohne dabei gleichzeitig die volle Verantwortung für unsere eigenen Umweltauswirkungen zu übernehmen. Wir messen unseren Fußabdruck kontinuierlich, damit wir ihn aktiv verringern können. Unser Plan zur Emissionsreduktion zielt darauf ab, unsere Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) von unserem Unternehmenswachstum zu entkoppeln und uns so an dem Übereinkommen von Paris und den Zielen der EU zur Klimaneutralität für 2050 zu orientieren.



Protokollierung unserer Entwicklung (2022—2025)

Für die Betrachtung unserer Umweltauswirkungen müssen sowohl unsere absoluten Emissionen als auch unsere CO₂-Intensität (Emissionen pro Tonne versendeter Lebensmittel) bewertet werden. Da wir unsere Direktvertriebsaktivitäten in den letzten Jahren deutlich ausgebaut haben, sind unsere gesamten Unternehmensemissionen naturgemäß schwankend ausgefallen, aber unsere betriebliche Effizienz hat sich drastisch verbessert.

2022

Insgesamt 393,58 tCO₂e. (Direkte betriebliche Intensität: 8,14 kg CO₂e pro versendeter Tonne.)

2023

Insgesamt 292,41 tCO₂e. (Direkte betriebliche Intensität: 3,94 kg CO₂e pro versendeter Tonne) — In diesem Jahr haben wir eine enorme Reduzierung der absoluten Emissionen erreicht, indem wir unsere Büros und CrowdLog-Einrichtungen erfolgreich zu 100 % auf Strom aus erneuerbaren Energien umgestellt haben.

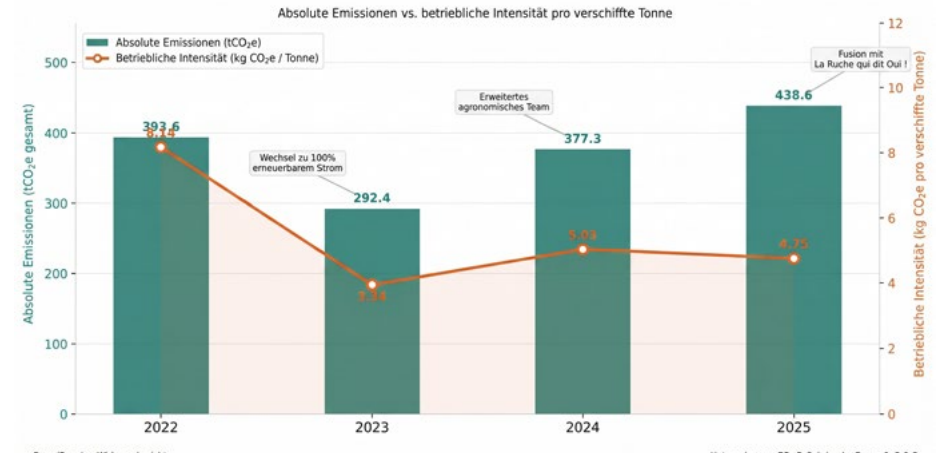
2024

Insgesamt 377,32 tCO₂e. (Direkte betriebliche Intensität: 5,03 kg CO₂e pro versendeter Tonne) — Die absoluten Emissionen sind gestiegen, da wir unser Agrarteam erweitert und die Anzahl der Besuche im Feld erhöht haben, doch die Intensität ist weiterhin sehr effizient.

2025

Insgesamt 438,65 tCO₂e. (Direkte betriebliche Intensität: 4,75 kg CO₂e pro versendeter Tonne.) Die betriebliche Emissionsintensität ist von 5,03 auf 4,75 kg CO₂e pro versendeter Tonne gesunken, was nach dem wachstumsbedingten Anstieg im Jahr 2024 wieder einen Abwärtstrend darstellt.

Die Entwicklung unseres CO₂-Fußabdrucks verfolgen



Aufschlüsselung für 2025

Scope 1 (Firmenfahrzeuge — 57,57 tCO₂e): Diese Emissionen sind in erster Linie auf die Mobilität unserer Agrar-Teams im Feld zurückzuführen.

Scope 2 (Marktstrom — 0,00 tCO₂e): Zum zweiten Mal in Folge blieben unsere Scope-2-Emissionen aus dem Marktstromverbrauch bei absolut null. Der gesamte Strom, der an den Unternehmensliegenschaften von CrowdFarming und in unserem CrowdLog-Zentrum verbraucht wird, stammt zu 100 % von Anbietern erneuerbarer Energien.

Scope 3 (indirekte Emissionen — 381,08 tCO₂e): Dieser Bereich umfasst teilweise indirekte Emissionen wie den betrieblichen Wasserverbrauch, das Pendeln der Mitarbeiter, Geschäftsreisen und Homeoffice-Aktivitäten.

Die Roadmap für 2026—2031

Wir verpflichten uns, **unsere gesamte unternehmensweite Emissionsintensität** bis 2031 **um 15 % zu reduzieren (pro Kilogramm versendeter Produkte)**

> Zum Vergleich: Im Jahr 2025 lag unsere direkte betriebliche Intensität (Scope 1 und 2) bei **4,75 kg CO₂e** pro Tonne versendeter Lebensmittel. Unter Berücksichtigung unserer gemessenen indirekten Emissionen (Scope 3) lag unser Ausgangswert für die Gesamtintensität des Unternehmens bei **31,7 g CO₂e** pro Kilogramm Produkt.

> Indem wir uns zu einer **Reduzierung um 15 %** gegenüber diesem Ausgangswert für die Gesamtintensität verpflichten, stellen wir sicher, dass jeder einzelne Karton, den wir ausliefern, schrittweise umweltfreundlicher und effizienter wird, unabhängig von unserem Gesamtabsatzvolumen.

Um diese Ziele zu erreichen, setzen wir einen pragmatischen operativen Fahrplan um:



Bewusste Geschäftsreisen

Anstatt nur die Reisebudgets zu kürzen, ändern wir unsere Denkweise. Vor jeder Reise fragen wir uns: Ist diese Reise unbedingt notwendig? Gibt es eine nachhaltigere Alternative, z. B. den Zug? Wenn eine Reise unvermeidlich ist, verpflichten wir uns, den Nutzen der Reise zu maximieren, indem wir einzelne Aufgaben kombinieren, Aufenthalte verlängern, um mehrere Ziele abzudecken, und dafür sorgen, dass jede Reise von Nutzen ist.



Dekarbonisierung und Optimierung der Flotte

Wir werden unsere Firmenfahrzeuge schrittweise durch emissionsarme oder hybride Alternativen ersetzen. Ebenso wichtig ist dabei, wie wir fahren: Wir fassen Besuche bei Landwirten vor Ort aktiv zusammen und koordinieren sie sinnvoll, um sicherzustellen, dass unsere Routen so effizient wie möglich ausfallen, sowie um unnötige Kilometer zu vermeiden.



Erneuerbare Energien aufrechterhalten

Wir werden unseren Strom weiterhin zu 100 % aus erneuerbaren Energien beziehen, ein Ziel, das durch unsere neu in Betrieb genommene Photovoltaik-Anlage vor Ort bei CrowdLog weiter verstärkt wird.

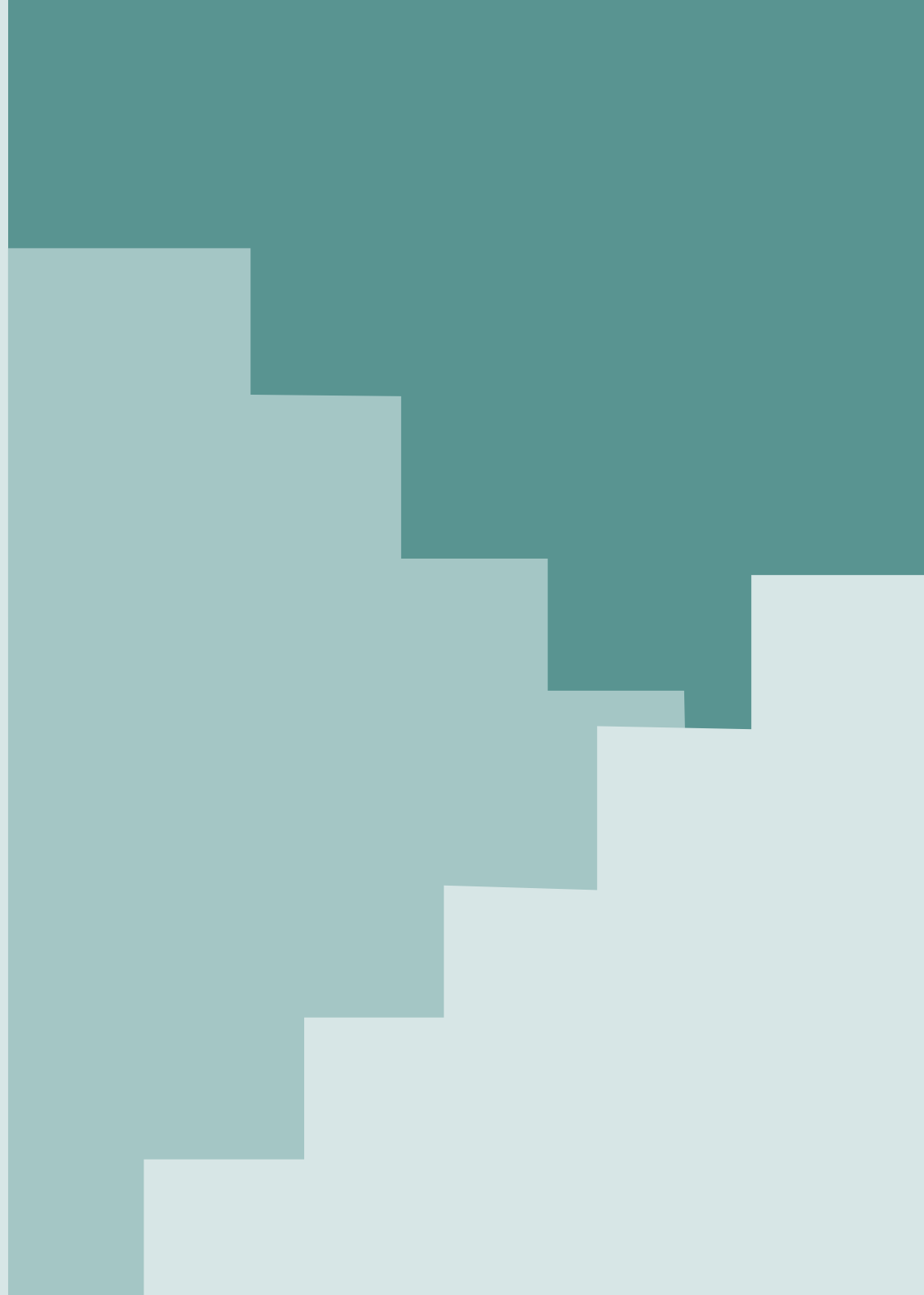


Grünes Pendeln

Der Pendelverkehr unserer Mitarbeiter macht einen erheblichen Teil unseres Fußabdrucks aus. Wir werden weiterhin flexible Richtlinien für Homeoffice-Arbeit unterstützen, um unnötige tägliche Fahrten zu vermeiden, und wir werden Initiativen prüfen, um nachhaltige Mobilitätsoptionen für unser Team zu fördern, z. B. die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, das Radfahren oder Fahrgemeinschaften.

07

**Governance:
So wollen wir
den landwirt-
schaftlichen Be-
trieb führen**



Beim Impact geht es nicht nur darum, wie wir Lebensmittel anbauen, sondern vielmehr darum, wie wir unser Unternehmen weiterentwickeln. Durch eine zweckorientierte Unternehmensführung wird sichergestellt, dass unsere ökologischen und sozialen Verpflichtungen rechtlich und strukturell in unsere täglichen Entscheidungsprozesse eingebettet sind.



Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion

Ein widerstandsfähiges Ökosystem braucht Vielfalt, ein widerstandsfähiges Unternehmen ebenso.

Ende 2025 bestand unsere Belegschaft aus fast

300
Mitarbeitenden,

die eine Vielzahl von Nationalitäten und Hintergründen repräsentierten.

62,8 %

unseres Teams sind Frauen, die **45,4 %** unserer Führungspositionen besetzen.

Wir feiern diese Vielfalt, verfolgen aber auch konsequent unsere internen Kennzahlen — beispielsweise unser unbereinigtes geschlechtsspezifisches Lohngefälle (derzeit **48,8 %**) —, um aktiv Gleichstellungspläne umzusetzen und eine faire Vergütung und Karriereentwicklung auf allen Ebenen zu gewährleisten.

Wir sind stolz, eine B Corp zu sein

Wir glauben, dass die Festlegung einer Reihe von Standards durch eine unabhängige Drittpartei dazu beiträgt, Vertrauen in größerem Umfang aufzubauen. Im April 2023 wurden wir offiziell Teil des Netzwerks von B Lab Europe und erhielten die B-Corp-Zertifizierung mit einer hervorragenden Punktzahl von

106,6 Punkten.

Diese Zertifizierung dient uns als Kompass und stellt sicher, dass wir im Hinblick auf die soziale und ökologische Performance, Rechenschaftspflicht und Transparenz die höchsten Standards einhalten.



Ethik und Compliance

Um in mehreren europäischen Ländern tätig zu sein, sind solide ethische Rahmenbedingungen erforderlich. Wir haben unseren Null-Toleranz-Ansatz im Hinblick auf Korruption und Bestechung durch eine umfassende Richtlinie zur Bekämpfung von Bestechung und Betrug sowie durch unseren unternehmensweiten Verhaltenskodex formalisiert.

Darüber hinaus fördern wir aktiv interne funktionsübergreifende Diskussionsrunden, um sicherzustellen, dass strategische Geschäftsentscheidungen mit ethischen Implikationen — wie die Einführung unserer Kategorie für regeneratives Fleisch — mit Transparenz unter Berücksichtigung unterschiedlicher Perspektiven und nach eingehender interner Reflexion getroffen werden.

08

**Die Prognose
für ein
fruchtbares
2026**





“

Jedes Obst, jedes Gemüse und jedes Getreide, das bei uns auf den Tisch kommt, ist das Ergebnis vieler Stunden Arbeit, Ungewissheit und Risiken, die nicht immer sichtbar sind: das Klima, Schädlinge, die Kosten für Betriebsmittel und die langen, anstrengenden Arbeitstage. Nichts ist garantiert, und doch pflanzen wir weiter in der Hoffnung, dass die Erde reagieren wird und dass jemand diese Anstrengung zu schätzen weiß. Es macht mich stolz, in die Fußstapfen meines Großvaters zu treten, den Familienbetrieb weiterzuführen und dem, was er mit so viel Mühe erworben hat, Wert beizumessen.“

Finca La Zahurda, Spanien

Echte Resilienz muss von Grund auf, auf Ebene des landwirtschaftlichen Betriebs, aufgebaut und von einer starken Gemeinschaft unterstützt werden.

Aus diesem Grund ist unser ganzheitlicher Ansatz heute relevanter denn je. Mit der Arbeit, die wir im Jahr 2025 geleistet haben, haben wir dafür den Grundstein gelegt, und unser Fahrplan für 2026 ist darauf ausgerichtet, diese Widerstandsfähigkeit zu festigen, über unsere Versprechungen hinauszugehen und messbare Ergebnisse zu erzielen:

Als einheitliche europäische Kraft agieren

Um wirklich eine Alternative zum konventionellen Lebensmittelsystem bieten zu können, brauchen wir Skaleneffekte. Nach unserer Übernahme von Marktschwärmer wird im Jahr 2026 die vollständige Zusammenführung unserer Websites abgeschlossen sein.

Durch die Umsetzung einer Zwei-Marken-Strategie werden wir unsere Gemeinschaften gegenseitig befruchten und **das Beste aus dem Aufbau lokaler Märkte mit einem grenzenlosen Direktvertrieb vereinen**, um Landwirten einen beispiellosen Marktzugang zu ermöglichen.

Ausweitung der Regeneration

Wir weigern uns, zuzulassen, dass „regenerative Landwirtschaft“ entweder zu einem leeren Schlagwort wird, das dem Greenwashing zum Opfer fällt, oder zu einer Nischenlösung. Im Jahr 2026 konzentrieren wir uns darauf, die **digitale Plattform Soil Association Exchange (SAX) auf über 100 Landwirte auszuweiten**.

Über einzelne Pilotprojekte hinaus werden wir diese Daten nutzen, um evidenzbasierte Klimaschutzpläne zu erstellen, die es uns ermöglichen, über Umweltfortschritte auf der Grundlage strenger, verifizierter Nachweise zu berichten.

Unterstützung des Übergangs zur Bio-Produktion

Da die EU anstrebt, bis 2030 **25 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche ökologisch zu bewirtschaften**, brauchen die Landwirte strukturelle Hilfe und nicht nur Ziele. Im Jahr 2026 werden wir ein spezielles Unterstützungsprogramm auf den Weg bringen, um die Landwirte vom „Jahr 0“ bis zu ihrer offiziellen Bio-Zertifizierung durch die EU zu begleiten.

Diese Initiative wird eine Straffung der Lernkurve ermöglichen, administrative Unterstützung leisten und in den schwierigsten Jahren der Umstellung die dringend benötigte finanzielle Unterstützung bieten können.

Ausbau der physischen Verbindung

Unser Ziel ist es, mehr Landwirte in unsere **Agrotourismus-App WeFarmYou zu integrieren**.

Dadurch werden nicht nur ihre Einnahmequellen diversifiziert, sondern auch direkte, physische Brücken zu den CrowdFarmern gebaut, die es den Menschen ermöglichen, das Land, das sie unterstützen, zu betreten und die Realität auf den Feldern kennenzulernen.

Ganzheitliche Unterstützung der Landwirte über Farmeneur

Angesichts der zunehmenden Klimarisiken müssen sich auch unsere Support-Tools weiterentwickeln. Wir werden **Farmeneur** weiterhin verbessern, um die Betriebsführung zu zentralisieren und den Verwaltungsaufwand zu verringern.

Da wir darüber hinaus bestrebt sind, über den Verkauf hinausgehende Dienstleistungen anzubieten, werden wir die Einbeziehung von kollektiv ausgehandelten landwirtschaftlichen Versicherungspolicen und Finanzierungsdienstleistungen prüfen, um unsere Landwirte vor unvorhersehbaren Umweltschocks zu schützen.

Nachweis des Nährwerts regenerativer, biologischer Lebensmittel

Im Jahr 2026 werden wir unsere Forschungsbemühungen stark auf das **„Ernährungsparadox“ konzentrieren**. Durch die aktive Teilnahme an EU-Projekten und die Durchführung eigener Untersuchungen in Zusammenarbeit mit spezialisierten Laboren wollen wir den überlegenen Nährwert und die wirtschaftliche Rentabilität regenerativer biologischer Anbaumethoden wissenschaftlich belegen.

2026 wird das Jahr sein, in dem wir beweisen, dass die großflächige regenerative Landwirtschaft — unterstützt von einer bewussten Gemeinschaft, die direkt an die Verbraucher verkauft — nicht nur ein ökologisches Ziel ist, sondern der pragmatischste und praktikabelste Weg, um die Zukunft unserer Ernährung zu sichern.



CrowdFarming