

**CROWD  
CONTAINER**

**Das haben wir gemeinsam erreicht**

**2021**



**«Hut ab! Vom ersten Container aus Indien zum Vertriebsmodell für vielfältige, regenerative Landwirtschaft – Crowd Container hat in den letzten Jahren den solidarischen Handel neu definiert.»**

Das schrieb Tomy Mathew Vadakkancheril, Gründer der Kooperative Fair Trade Alliance Kerala, im Herbst auf Facebook. Ein so grosses Kompliment von Partnern der ersten Stunde macht Freude. Es lastet jedoch auch ziemlich schwer auf den Schultern unserer kleinen Organisation. Was haben wir tatsächlich erreicht? Und sind wir wirklich auf dem Weg zur Umsetzung unserer grossen Vision? Höchste Zeit für einen Faktencheck.

Text von Tobias Joos, Gründer von Crowd Container



Sammelbestellungen

41

Bestellungen

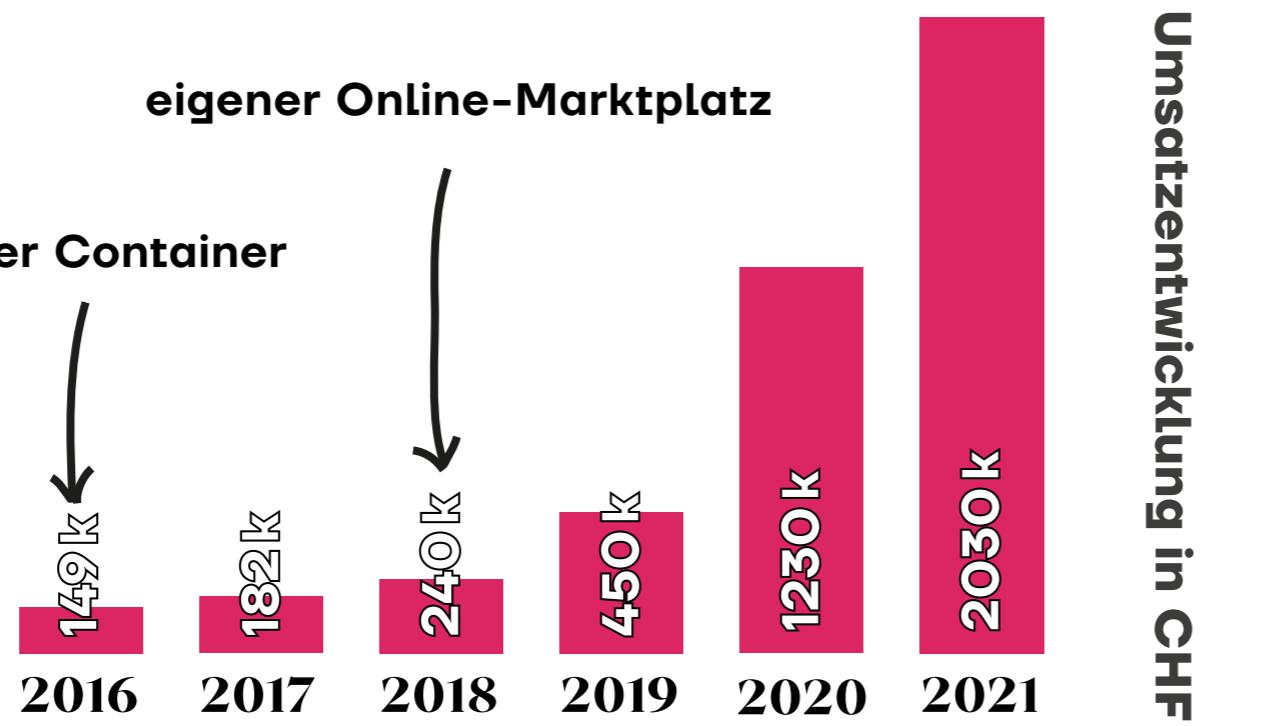
15132

Ausgelieferte Produkte

173443

# WACHSTUM

Millionen Franken bei uns bestellt. Das sind 65% mehr als im Vorjahr und 13 Mal mehr als im Gründungsjahr 2016. Dank euch allen hat sich unser Ansatz eines 100% transparenten Handels weit über die anfänglichen Crowdfunding-Erfolge hinaus als tragfähig erwiesen.



Im letzten Jahr habt ihr 238 Tonnen Lebensmittel





**«Unsere Tätigkeiten auf dem Hof erfordern nicht selten monatelanges Vorausplanen und kurzfristiges Improvisieren, sei es bei den Tieren oder auf den Getreidefeldern. Das Team von Crowd Container hat dies verstanden. Die Bestellungen werden langfristig festgelegt, dennoch haben wir die Möglichkeit, kleine Änderungen spontan und unkompliziert anzupassen. Bei Crowd Container fühlen wir uns respektiert und verstanden.»**

---

Fabienne Buchli von Biomonti in Scharans

# IMPACT

Insgesamt entsprechen eure Bestellungen einer Fläche von 173 Hektaren zukunfts-fähiger Landwirtschaft. Mehr als 200 Fussballfelder oder 150 Bauernhöfe in Südindien – oder gerade mal acht Durchschnittsbetriebe in der Schweiz. Diese Zahl zeigt klar und deutlich: Bei aller Freude über die Entwicklung der letzten Jahre war dies nur der erste Schritt zur Umsetzung unserer Vision. Ein Grund zum Verzweifeln? Auf keinen Fall. Viel entscheidender ist, dass wir in die richtige Richtung gehen und aufzeigen, was möglich ist. **Dabei erlebe ich immer wieder, dass unsere Wirkung weit über den Verkauf von Produkten hinausgeht:** Dank direktem Handel konnte die Kaffeequalität so stark verbessert werden, dass die Produzent\*innen aus Peru nun einige der besten Cafés in Lima beliefern.





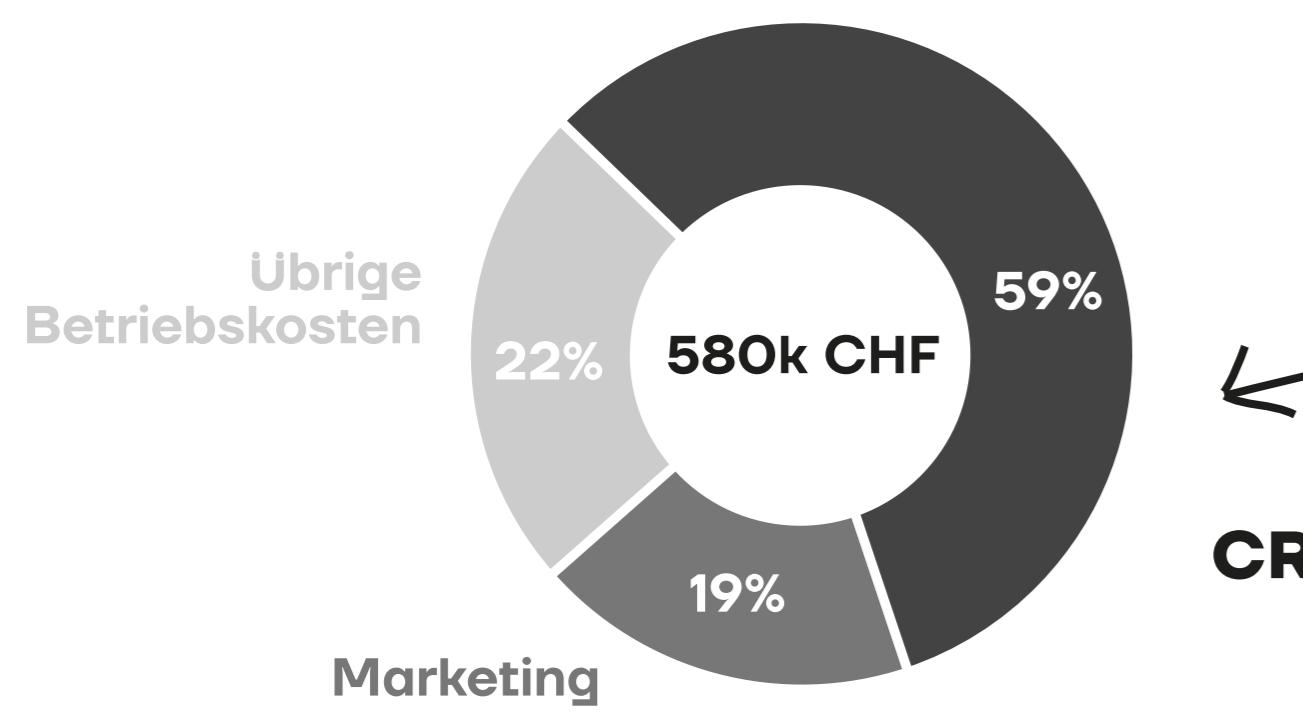
**«Ackerbau im Berggebiet ist aufwendig und anspruchsvoll. Dank deiner Unterstützung erhalten wir für unsere Bergackerprodukte faire Preise.»**

Georges Blunier vom Biohof Dusch in Paspels

**Im Durchschnitt bezahlen wir den Produzent\*innen 2.7 Mal den Weltmarktpreis.** Wobei hier naturgenäss Äpfel mit Birnen verglichen werden: Wie kann der wunderbare Timilia-Weizen, der jedes Jahr von unseren Partnern in Sizilien ausgesät wird, dem hochgezüchteten Hybridsaatgut, welches den Weltmarktpreis bestimmt, gegenübergestellt werden? Genau da liegt jedoch der Unterschied: Indem ihr einen kostendeckenden Preis bezahlt, ermöglicht ihr die Aussaat vielfältiger Sorten, den Anbau in Mischkulturen, die Pflege von Agroforstsystemen und das Schliessen von Kreisläufen auf innovativen Höfen.

# GEILD

marge liegt bei rund 29%. Damit konnten wir Start-Up Löhne für 4.8 Vollzeitstellen bezahlen und die Produkte bewerben.

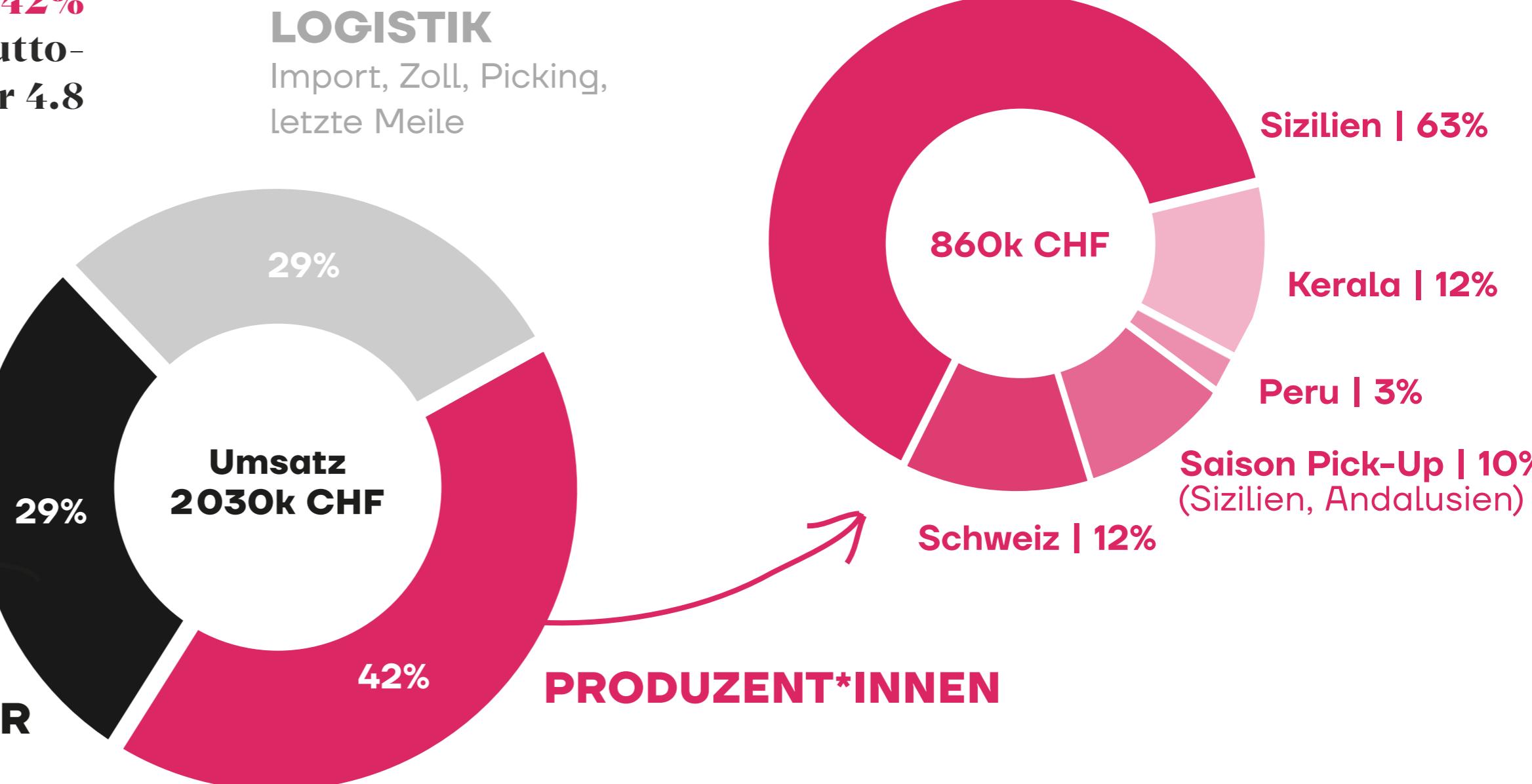


**Von den rund zwei Millionen Franken Umsatz im Jahr 2021 ging der grösste Anteil mit 42% zurück an die Produzent\*innen.** Unsere Brutto-

marge liegt bei rund 29%. Damit konnten wir Start-Up Löhne für 4.8 Vollzeitstellen bezahlen und die Produkte bewerben.

**Personalkosten für 480%**  
Ø Jahreslohn 100% = 64.2k CHF  
Lohnschere = 1 : 1.1

**CROWD CONTAINER**



**LOGISTIK**

Import, Zoll, Picking,  
letzte Meile

**PRODUZENT\*INNEN**

**«Aus der ersten Testparzelle mit Tomatensetzlingen in Sizilien  
ist inzwischen ein grossangelegtes Permakulturprojekt  
entstanden. Im sogenannten „Food Forest“ verwandelt sich  
ein Stück heruntergekommenes Mafialand in eine essbare  
Landschaft.»**

**Tobias Joos, Gründer von Crowd Container**



# COMMUNITY

verschiedene Events zum nachhaltigen Lebensmittelkonsum durchführen, den Dialog zwischen Produzent\*innen und Konsument\*innen fördern und aktiv die Öffentlichkeit sensibilisieren. Zusammen wollen wir den Wandel des Ernährungssystems schaffen!  
**Mach auch du mit und unterstütze unsere Community-Arbeit.**

Dank der Unterstützung unserer stetig wachsenden Community können wir

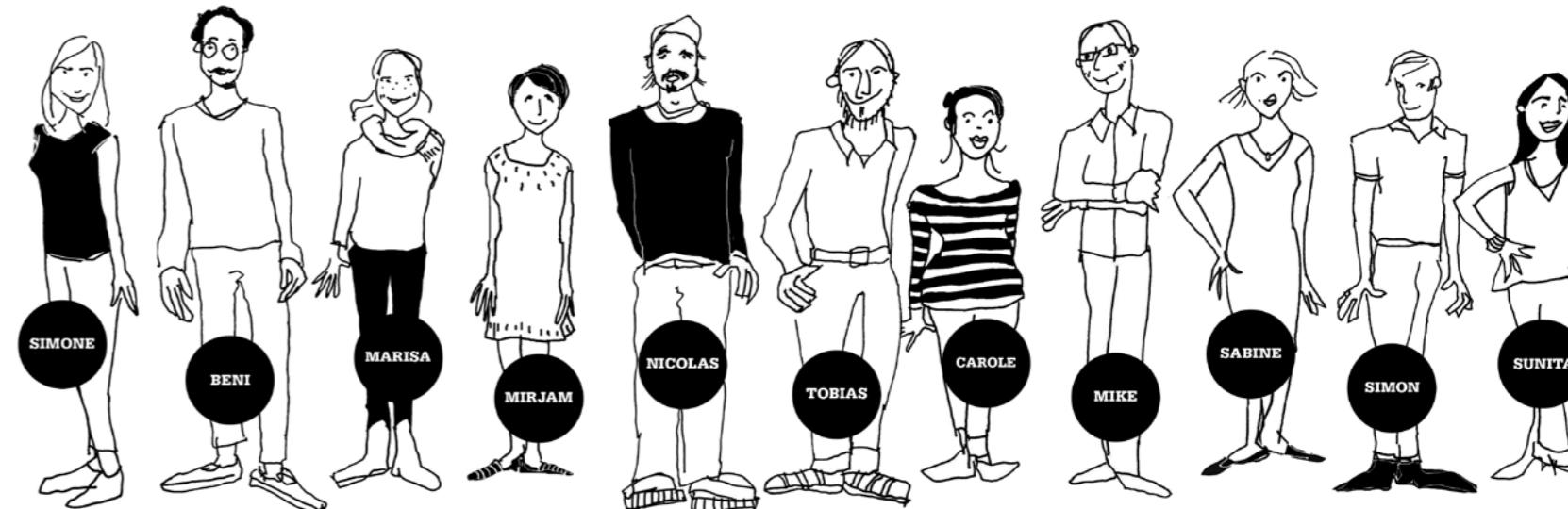


# #WASWOTSCHWÜSSE

Transparenz ist uns sehr wichtig. Wertschätzung ist erst dann möglich, wenn wir verstehen, was wirklich hinter den grossartigen Lebensmitteln und ihren innovativen Erschaffer\*innen steckt. Aber auch in Bezug auf unsere Unternehmung möchten wir euch nichts vorenthalten.

Darum fordern wir euch auf: «Was wotsch wüsse!?». Gibt es etwas, das euch besonders interessiert in Bezug auf Crowd Container und unsere Vision einer regenerativen und gerechten Landwirtschaft? **Dann schreibt uns eine Mail, oder stellt eure Frage auf Social Media.** Wenn ihr den Tag **#waswotschchwüsse** verwendet, so finden wir eure Fragen besser.

Crowd Container AG  
c/o Impact Hub Zürich Association  
Sihlquai 131  
8005 Zürich  
[hello@crowdcontainer.ch](mailto:hello@crowdcontainer.ch)





«Eure Bestellungen geben  
meiner täglichen Arbeit  
Anerkennung, dafür danke  
ich sehr.»

Christoph Rickenbach vom Riedackerhof in Gipf-Oberfrick