



Jahresbericht 2022



INHALT

- 03** HAPPY HAZELNUT AUF EINEN BLICK
- 04** DAS PROJEKTTEAM VOR ORT
- 05** BAUERN & BÄUERINNEN
- 06** PROJEKTENTWICKLUNG: NEUE MITGLIEDER
- 07** NOMINIERUNG SWISS ETHICS AWARD
- 08** STAKEHOLDER EVENT
- 11** BESUCH DES PROJEKTES
- 12** VOLUMENENTWICKLUNG & ABSATZENTWICKLUNG
- 13** TRANSPARENZ & RÜCKVERFOLGBARKEIT
- 14** ANZAHL BAUERN & BÄUERINNEN
- 15** ZAHLEN IN DER ÜBERSICHT
- 16** FINANZEN KALENDERJAHR 2022
- 17** DANK

HAPPY HAZELNUT AUF EINEN BLICK



Transparenz &
Rückverfolgbarkeit



Unterkunft & Betreuung
der Kinder



Faire Löhne für
Bauern, Bäuerinnen &
Erntehelfer:innen



Soziale & ökologische
Anbaustandards



Zusammenarbeit mit
Mitgliedern & Stakeholdern

150

Happy Hazelnut Bauern &
Bäuerinnen
(+47 zum Vorjahr)

460

Erntehelfer:innen im
Happy Hazelnut Projekt
(+38 zum Vorjahr)

77

Erntehelfer:innen im Happy
House beherbergt,
davon 14 Kinder
(+5 zum Vorjahr)

11'829

CHF Prämien aus der Ernte
2022

DAS HAPPY HAZELNUT PROJEKTTEAM VOR ORT



Hüseyin Yazgan
Agrar Berater

Cemre Aydoğan
Qualitätsverantwortliche

Sonar Çakir
Bauer

Barış Gücük
Hauswart

(von links nach rechts)



Agrar Berater
Onur Kahraman, Nurettin Dobra,
Hüseyin Yazgan (von links nach rechts)



Esra Dobra, betreut die Kinder
in der «Summer School».

BAUERN & BÄUERINNEN



Für **Sefa Akga** ist biologischer Anbau eine Lebensphilosophie. Ein geschlossener Kreislauf ist ihm wichtig. Neben seinem Haselnussfeld, besitzt er einen eigenen Selbstversorger-Garten. Seine Lebensmittelreste, darunter auch Haselnusschalen, vermischt er mit Tiermist zu einem Kompost. Es entsteht ein wertvoller, nährstoffreicher Dünger, welchen er für seine Haselnusspflanzen und seinen Gemüsegarten verwendet.



Wir fragen **Sonar Çakir**, ein benachbarter Bauer: Wieso betreiben Sie biologischen Anbau?

«Ganz einfach: Ich liebe die Natur und nur mit biologischem Anbau können wir sie gesund erhalten».



Als Frau **Serda Tok** (Bäuerin), dieselbe Frage gestellt wird, antwortet Sie mit einem Lächeln: «Meine Grossmutter hat biologischen Anbau betrieben, meine Mutter tut es und für mich ist es selbstverständlich, diese Tradition fortzusetzen.»

PROJEKTENTWICKLUNG

Im Jahr 2022 durften wir zwei neue Mitglieder begrüßen.
Herzlich willkommen!



Hoppbox

Hoppbox ist eine Online-Plattform für Snacks, die gesunde und ausgewogene Lebensmittel per Post an Privathaushalte und Büros in der Schweiz liefert.

Hoppbox, mit Sitz in Genf, hat eine starke soziale Mission und arbeitet für die Abpackung der Produkte seit dem ersten Tag mit der Fondation «Foyer Handicap» zusammen, um die Integration von Menschen in die Arbeitswelt zu unterstützen.



Freeworld

Freeworld ist ein Familienunternehmen mit Sitz in Edinburgh und einer europäischen Niederlassung in Spanien. Das Unternehmen importiert und vertreibt Nüsse, Trockenfrüchte, Samen und Hülsenfrüchte. Es unterstützt Landwirte und Verarbeiter bei fairen und nachhaltigen Anbaumethoden und pflegt langfristige Partnerschaften.

NOMINIERUNG SWISS ETHICS AWARD



Das Happy Hazelnut Projekt war für den Swiss Ethics Award 2022 nominiert.

Der Swiss Ethics Award ist die Anerkennung für ethische Projekte im Bereich Wirtschaft und wurde vom SWISS EXCELLENCE FORUM zum zehnten Mal verliehen. Ausgezeichnet werden Leistungen von Organisationen und Unternehmen, die in besonderer Weise Verantwortung übernehmen und sich für eine nachhaltige Unternehmensführung engagieren.

Wir sind stolz auf unsere Nominierung. Zum Sieg hat es leider nicht ganz gereicht. Gewonnen hat das Projekt #tide Ocean Material, ein Projekt, das sich mit der Wiederverwendung von im Meer gebundenem Plastik befasst. Herzliche Gratulation!

STAKEHOLDER EVENT

Mit dem Projekt Happy Hazelnut geben wir Kunden die Chance, sich direkt und nachhaltig im Haselnussanbau zu engagieren und einen konkreten Beitrag zur nachhaltigen Beschaffung von Haselnüssen zu leisten.



Im März 2022 wurden alle Stakeholder zu einem Workshop eingeladen. Das Ziel war, ein gemeinsames Verständnis für die weitere nachhaltige Entwicklung des Happy Hazelnut Projektes zu erarbeiten.

Im Zentrum standen vier Bereiche:

- Soziale Nachhaltigkeit
- Ökologie/Umwelt
- Ökonomie
- Kommunikation



ERGEBNISSE DES STAKEHOLDER-EVENTS

Ökologie / Umwelt:

Der Fokus wird vor allem auf Treibhausgasemissionen und Biodiversität gesetzt. Im neuen Berichtsjahr 2023 sollen die Treibhausgasemissionen der Haselnüsse berechnet werden, um Reduzierungsmassnahmen zu definieren.

Eine Checkliste von «Global Natur Fund» soll uns dabei helfen, die Biodiversitätsanforderungen zu beurteilen.

Zudem wollen wir einen «Clean-Up-Day» organisieren, als kleine Sensibilisierungsmassnahme gegen den Abfall auf den Strassen in der Türkei.



Soziales / Nachhaltigkeit:

Zu Beginn des Projektes, im Jahre 2013, wurden die Bedürfnisse der Erntehelfer:innen ermittelt. Im Fokus standen damals: Ein fairer Lohn, Kinderbetreuung und saubere Unterkünfte. Doch wie sieht die Situation heute aus? Können wir noch weitere Bedürfnisse der Erntehelfer:innen befriedigen? Wir möchten die aktuellen Bedürfnisse erneut erfragen.

Kommunikation:

Alle Stakeholder waren sich einig, dass eine vielfältige Palette an Kommunikationsmassnahmen dazu beitragen wird, die Bekanntheit unseres Projekts zu steigern. In diesem Zusammenhang planen wir, regelmässige Beiträge auf unserem LinkedIn-Account zu veröffentlichen. Folgen Sie uns schon?



Martin Brosi, Produktmanager Nüsse, durfte sich am Event mit anderen Stakeholdern über das Thema Ökonomie austauschen.



Martin Brosi,
Produktmanager Nüsse

Ökonomie:

«Die Kundenfeedbacks haben gezeigt, dass sie mit der Qualität, der Zuverlässigkeit und den Reaktionszeiten der yourharvest AG sehr zufrieden sind.

Ein grosses Thema ist nach wie vor der oft zu hohe Preis der Haselnüsse. Bei İşik hat die Verfolgung der Herkunft der Haselnüsse und die Unterstützung der Bauern oberste Priorität, obwohl dies mit erheblichen Kosten verbunden ist. Diese Kosten haben Auswirkungen auf die Preisgestaltung und die Angebote für die Projekt-Kunden. Wir haben dieses Thema besprochen, da der Preis ein bedeutendes Instrument für das Wachstum und den Verkauf darstellt. Je attraktiver der Preis ist, desto grösser wäre die Menge, die sie aus dem Projekt beziehen würden.

Die Rückverfolgbarkeit der Lieferkette ist von zentraler Bedeutung und der Preis muss im Einklang mit dem Markt stehen. Wir haben diese Herausforderung angenommen, prüfen alle Möglichkeiten, um die Kosten fair und bestmöglich auf alle Beteiligten aufzuteilen.»



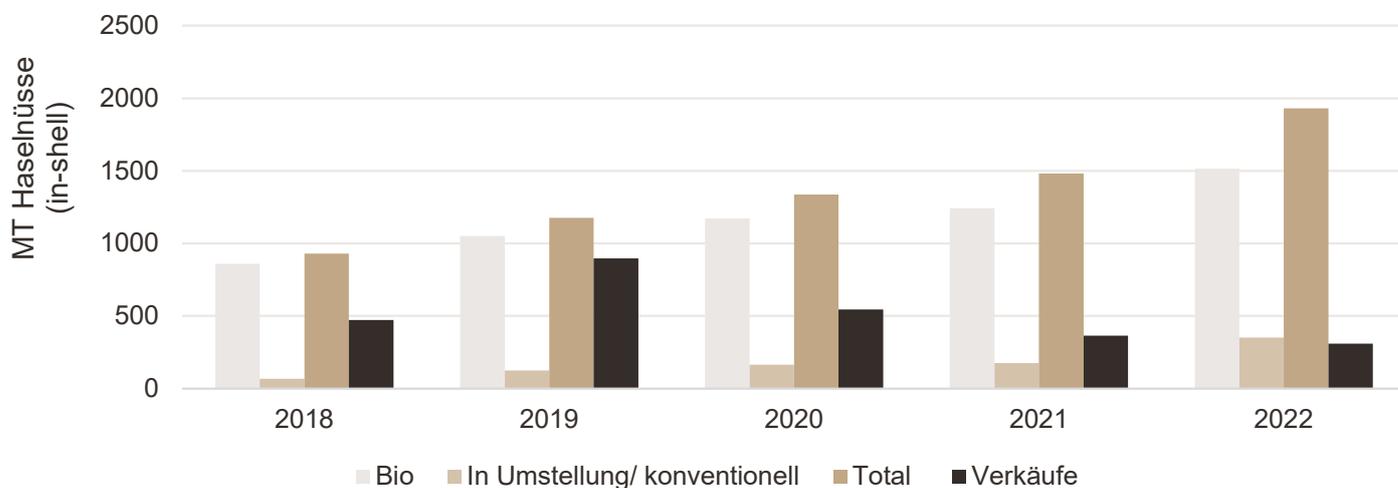
Unsere Nachhaltigkeitsverantwortliche
Sarah Bonaventura besucht das Happy Hazelnut Projekt

BESUCH DES PROJEKTES

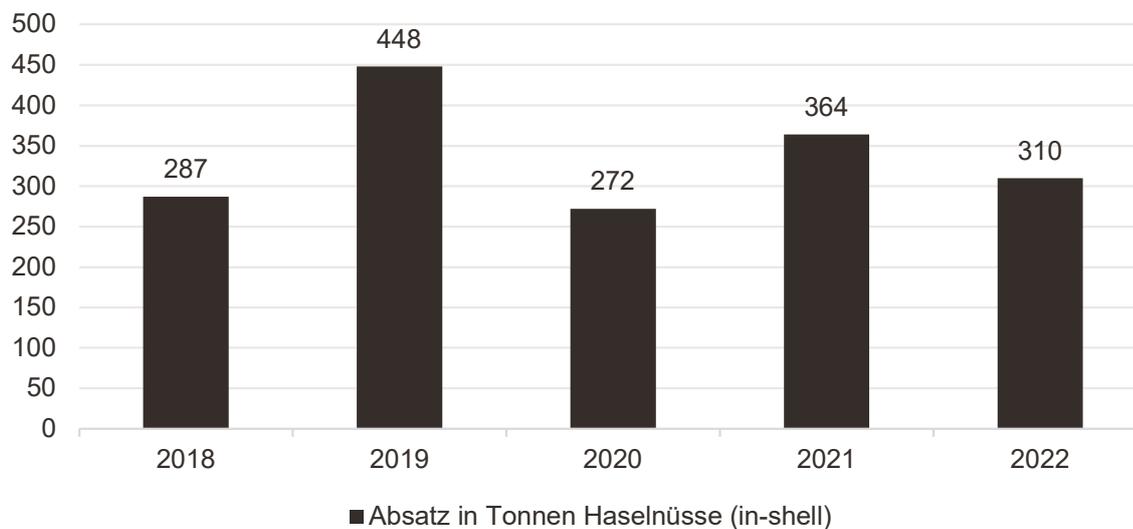
«Als Nachhaltigkeitsverantwortliche yourharvest AG und Projektleiterin Happy Hazelnut freute ich mich sehr auf die Reise in die Türkei. Mit im Gepäck: Vorfreude, Neugier und die Ideen aus dem Workshop. Eine wichtige Mission der Reise war für mich, die in der Schweiz entstandenen Ideen mit den Mitarbeitenden vor Ort zu besprechen. Während meiner zweiwöchigen Reise durfte ich aber auch die Agrikultur Berater Nurettin, Onur und Hüseyin kennenlernen. Sie beraten die Bauern in nachhaltiger Agrarpraxis. Der Umgang untereinander und mit den Bauern und Bäuerinnen, war sehr wertschätzend und freundschaftlich. Die Projekte sind regional verankert, so dass jeder jeden kennt, was zu einer Art Selbstregulierung führt. Dies ist ein wichtiger Baustein für die Prävention von Kinderarbeit und ein wichtiges Element des Happy Hazelnut Projektes.»

VOLUMENENTWICKLUNG & ABSATZENTWICKLUNG

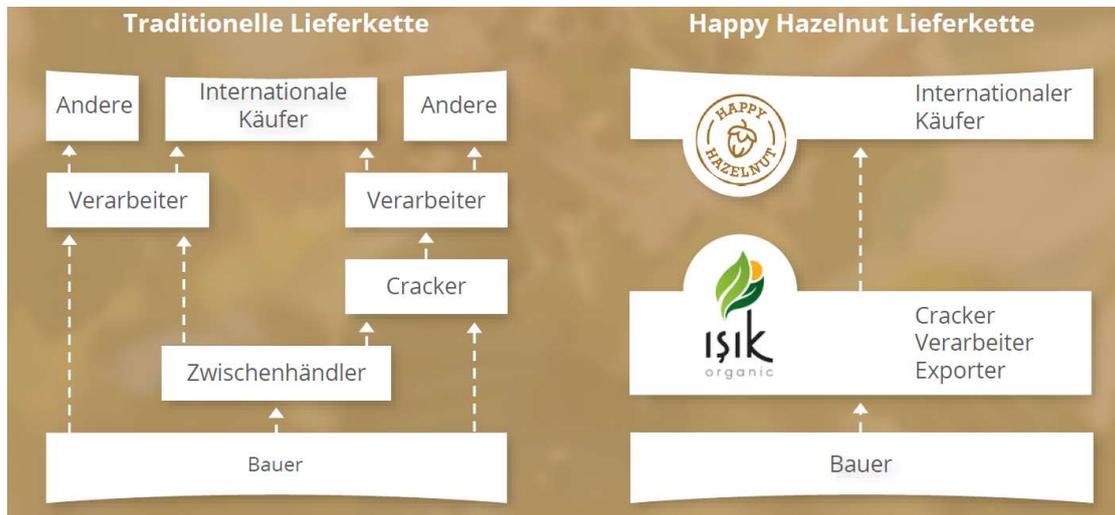
ENTWICKLUNG PRODUKTION VS. NACHFRAGE
HAPPY HAZELNUT
2018-2022



ENTWICKLUNG ABSÄTZE HAPPY HAZELNUTS
2018-2021



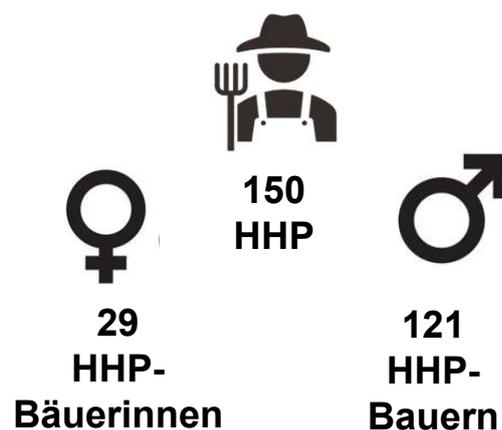
TRANSPARENZ & RÜCKVERFOLGBARKEIT



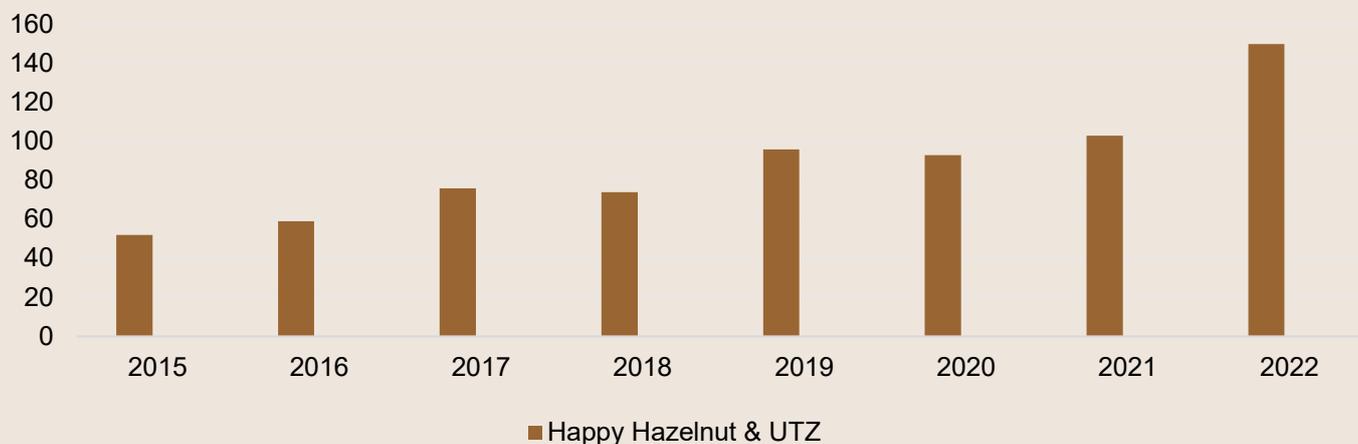
Wir garantieren die Rückverfolgbarkeit der Haselnüsse bis zum Bauern und der Bäuerin, indem wir die Haselnüsse direkt von ihnen beschaffen und diese in unserer Fabrik verarbeiten. Durch verschiedene Kontrollfunktionen und Zertifikate machen wir das Bestmögliche für die Prävention von Kinderarbeit.



ANZAHL BAUERN & BÄUERINNEN



ANZAHL ZERTIFIZIERTER BAUERN & BÄUERINNEN 2015-2022



ZAHLEN IN DER ÜBERSICHT



THEMA	KATEGORIE	2020	2021	2022
ERNTHELFER:INNEN	Anzahl involvierte Dörfer	5	13	14
	Total Erntehelfer:innen im HHP- Programm	252	422	460
UNTERKUNFT ERNTHELFER:INNEN	Bauern und Bäuerinnen mit eigenen Unterkünften	43	48	71
	Bauern und Bäuerinnen ohne Erntehelfer:innen	15	20	33
	Bauern und Bäuerinnen deren Arbeitnehmer:innen im Happy House wohnen	10	11	12
	Bauern und Bäuerinnen die Erntehelfer:innen mit anderen Bauern und Bäuerinnen «teilen»	26	24	20
HAPPY HOUSE	Anzahl Personen im Happy House Total	55	72	77
	Anzahl Kinder im Happy House	12	15	14
«SUMMER SCHOOL»	Anzahl Kinder der HHP Summer School	12	31	27

FINANZEN

KALENDERJAHR 2022

JAHRESABRECHNUNG 1.01.2022 BIS 31.12.2022			
Einnahmen	Einnahmen Förderbeiträge	CHF	10' 406.-
Einnahmen total		CHF	10' 406.-
Ausgaben	Administrative Kosten	CHF	4' 039.-
	Investitionen 2022 (Gebäude: Malerarbeiten, Erweiterung Spielplatz, Sicherheitskameras, Reparatur Öfen)	CHF	10' 684.-
Ausgaben total		CHF	14'723.-
<u>JAHRESERGEBNIS</u>		CHF	<u>-4' 317.-</u>

Flüssige Mittel Stiftung (Stand 31.12.2022)

CHF 39' 739.-



Herzlichen Dank!

An unsere Kunden, ohne die das Happy Hazelnut Projekt nicht möglich wäre. Wir sind stolz darauf, den Haselnussanbau in der Türkei gemeinsam ein Stück nachhaltiger zu gestalten. Ein grosses Danke geht auch an Işik, unseren Partner vor Ort.

Hoppbox



mymuesli

biofarm
Seit 1972. Die Biomarke der Schweiz.

Stella Bernrain
swisschocolate.ch



Happy Hazelnut Stiftung
Brown Boveri Strasse 12
CH-5400 Baden

