

Pressemitteilung

AAK und Beiersdorf verlängern Partnerschaft - über 10.500 Frauen in Shea-Anbaugebieten profitieren bereits

- Erste Phase übertrifft Erwartungen: Mehr als 10.500 Frauen und ihre Familien profitieren von Schulungen, Spargemeinschaften und nachhaltigen Technologien
- Partnerschaft zeigt Wirkung: Beiersdorf unterstützt seit 2020 das Programm „Kolo Nafoso“ und stärkt Frauen in der Shea-Lieferkette in Ghana und Burkina Faso
- Zweite Phase startet: Geplant sind Schulungen zur nachhaltigen Bewirtschaftung von Landschaftsflächen, Regeneration von Wasserbohrlöchern und zum Einsatz von Schälmaschinen

Hamburg, 29. Januar 2026 - Die seit 2020 bestehende Zusammenarbeit von Beiersdorf und dem schwedischen Unternehmen AAK geht in die nächste Phase mit dem Ziel, Frauen in der Shea-Lieferkette in Westafrika weiter zu stärken. Im Rahmen des direkten Sourcing-Programms „Kolo Nafoso“ von AAK in Ghana und Burkina Faso konnten bereits über 10.500 Shea-Sammlerinnen unterstützt werden. Die Fortsetzung der Kooperation in Ghana ermöglicht zusätzliche Maßnahmen vor Ort, darunter Schulungen zur Pflege und nachhaltige Bewirtschaftung von Landschaftsflächen (Parkland-Management), die Regeneration von Wasserbohrlöchern sowie die Bereitstellung von Schälmaschinen, um neue Einkommensquellen für die Gemeinden zu schaffen.

Shea-Butter, oft auch als „Gold der Frauen Afrikas“ bezeichnet, ist ein feuchtigkeitsspendender Alleskönner und ein wichtiger Rohstoff für Produkte von Beiersdorf, insbesondere in der Körper- und Lippenpflege. Sie wird in mühevoller Handarbeit in verschiedenen Prozessschritten aus den Früchten des Karitébaums gewonnen. Dieser Baum wächst im sogenannten Shea-Gürtel im tropischen Afrika, von Senegal bis Uganda.

Beeindruckende Ergebnisse der ersten Projektphase

Die erste Phase der Partnerschaft von Beiersdorf und AAK startete im Januar 2020 und eröffnete den teilnehmenden Frauen neue wirtschaftliche Perspektiven durch die Gründung von Spar- und Kreditgemeinschaften (Village Savings and Loan Associations, kurz VSLAs). Gleichzeitig wurden Baumpflanzungen durchgeführt und energieeffiziente, geschlossene Kochherde installiert, die nicht nur den Umweltschutz fördern, sondern auch Gesundheit und Sicherheit verbessern.

Alle Ziele wurden übertroffen. Mehr als 10.500 Frauen profitierten von der Initiative - ein eindrucksvoller Beleg für die Wirksamkeit des Programms.

- 7.320 Frauen erhielten Finanzbildung durch VSLA-Trainings und konnten ihre wirtschaftlichen Kenntnisse für die Gestaltung ihrer Zukunft nutzen.

Kontakt

Christina Hoberg
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

- 7.961 Frauen pflanzten 20.425 Shea-Bäume, um das Ökosystem des Shea-Gürtels zu erhalten, Wüstenausbreitung zu verhindern, Treibhausgase zu binden und zukünftige Einkommen zu sichern.
- Mehr als 12.000 moderne Kochherde sind im Einsatz. Diese machen die Shea-Verarbeitung nicht nur sicherer, sondern auch nachhaltiger, da sie zur Reduzierung der Scope-3-Emissionen in der Lieferkette beitragen und die Anzahl der zu fällenden Bäume verringern.

Positive Rückmeldungen zum Projekt

Nima Alhassan von der Dijo-Dorfgemeinschaft in Ghana berichtet von ihren positiven Erfahrungen mit der VSLA: „Früher haben wir kaum Geld gespart. Heute treffen wir uns wöchentlich, vergeben Kredite aus einer gemeinsamen Kasse und zahlen diese zurück. Wenn wir unseren jährlichen Anteil erhalten, nutzen manche ihre Ersparnisse für die Landwirtschaft, andere für kleine Geschäfte. So erzielen wir Gewinn und können mehr sparen. All das sind Vorteile, die wir vor Beginn des Projekts nicht hatten.“

Lisette Townsend, Global Business Development & Marketing Direktor bei AAK Personal Care, betont die positiven Facetten der Partnerschaft: „Für uns ist es unglaublich wertvoll, mit starken Partnern wie Beiersdorf zusammenzuarbeiten – und damit unserem Purpose ‚Make Better Happen‘ gerecht zu werden. Wir sind überzeugt, dass nachhaltige Wirkung und langfristige Entwicklung durch klare Verpflichtungen und belastbare Partnerschaften entstehen. Umso mehr freuen wir uns, auf dem Erfolg unserer bisherigen Zusammenarbeit mit Beiersdorf aufzubauen und unser Engagement in die nächste Phase zu überführen.“

„Der Erfolg dieses ganzheitlichen Projekts macht mich stolz“, ergänzt Dorle Bahr, Leiterin Nachhaltigkeitsstrategie und -berichterstattung bei Beiersdorf. „Es unterstützt mehrere Schwerpunktbereiche unserer CARE BEYOND SKIN Sustainability Agenda und zeigt, was möglich ist, wenn starke Partner mit dem klaren Ziel zusammenkommen, nachhaltige Veränderung nicht nur in unserer Branche, sondern auch im Leben von Tausenden Frauen in den Shea-Regionen zu schaffen. Die Rückmeldungen der Shea-Sammlerinnen verdeutlichen, welche große Wirkung kleine Hilfestellungen entfalten können.“

Geplante Projekte für die zweite Projektphase

Konkret umfasst die zweite Phase der Partnerschaft Schulungen zum Parkland-Management für 3.750 Frauen. Jede von ihnen übernimmt die Verantwortung für mindestens zwei Setzlinge, die sie pflegt und gedeihen lässt. Darüber hinaus werden 75 weitere zeitsparende Schälmassen bereitgestellt, um Einkommensmöglichkeiten für junge Frauen zu schaffen. Die Erneuerung von 20 Bohrlöchern sichert den Dorfgemeinden zudem den Zugang zu sauberem Wasser.

AAK und Beiersdorf stehen weiterhin fest zu ihrem Engagement in der Shea-Lieferkette, zu dem die Stärkung von Frauen, der Schutz von Ökosystemen sowie Klimaschutzmaßnahmen gehören. Von der zweiten Projektphase werden nicht nur die „Kolo-Nafaso“-Frauen und ihre Dorfgemeinschaften

Kontakt

Christina Hoberg
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

profitieren, sondern es wird auch die Shea-Wertschöpfungskette gestärkt - mit dem Ziel, eine bessere Zukunft für kommende Generationen zu schaffen.

Über AAK

Das schwedische Unternehmen AAK ist auf pflanzenbasierte Öle und Fette spezialisiert - zentrale Zutaten in vielen beliebten Produkten. AAK entwickelt Lösungen, die Lebensmittel schmackhafter, gesünder und nachhaltiger machen. Dazu gehören ein seidiges Mundgefühl bei Premium-Schokolade, eine saftigere Textur in pflanzenbasierten Burgern und eine lockere Optik bei fettreduziertem Gebäck. Das Unternehmen unterstützt zudem effizientere Produktionsprozesse, indem bestehende Zutaten durch pflanzenbasierte Alternativen ersetzt werden. Im Mittelpunkt steht die gemeinsame Entwicklung mit den Kunden: AAK kombiniert deren Anforderungen mit der Flexibilität seiner Produktionsanlagen und jahrzehntelanger Erfahrung in Branchen wie Schokolade und Süßwaren, Backwaren, Milchprodukte, pflanzenbasierte Ernährung, Spezialernährung, Gastronomie und Körperpflege. Weltweit arbeiten rund 4.000 Mitarbeitende in 25 Vertriebsbüros, 16 Innovationszentren und mehr als 19 Produktionsstätten. AAK ist an der Nasdaq Stockholm gelistet und hat seinen Hauptsitz in Malmö, Schweden. Seit über 150 Jahren steht das Unternehmen für „Making Better Happen™“. Die AAK-Personal-Care-Division gehört zu den führenden Anbietern von nachhaltig gewonnenen, pflanzenbasierten Inhaltsstoffen für die Beauty-Branche und eröffnet Kosmetikherstellern neue Möglichkeiten für den Einsatz natürlicher Rohstoffe.

Weitere Informationen finden Sie unter aak.com und aakpersonalcare.com.

Über die Beiersdorf AG

Beiersdorf steht seit über 140 Jahren für innovative Hautpflege und wegweisende Hautforschung. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg beschäftigt weltweit mehr als 22.000 Mitarbeitende. Im Geschäftsjahr 2024 generierte Beiersdorf einen Umsatz von 9,9 Mrd. € und ein operatives Ergebnis (EBIT ohne Sondereffekte) von 1,4 Mrd. €. Führende internationale Marken wie NIVEA - die weltweite Nummer 1 in der Hautpflege* -, Eucerin, La Prairie und Hansaplast werden von Millionen Menschen rund um den Globus jeden Tag geschätzt. Renommierte Marken wie Aquaphor, Coppertone und Chantecaille ergänzen das umfassende Portfolio im Unternehmensbereich Consumer. Über die hundertprozentige Tochtergesellschaft tesa SE ist Beiersdorf als einer der weltweit führenden Hersteller technischer Klebebänder und selbstklebender Systemlösungen für Industrie, Gewerbe und Endverbraucher*innen aktiv. Geleitet vom Purpose „Care Beyond Skin“ verfolgt Beiersdorf eine ambitionierte Nachhaltigkeitsagenda mit dem Ziel, bis 2045 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Ebenso setzt sich das Unternehmen für eine inklusive Gesellschaft ein.

Weitere Informationen finden Sie unter www.beiersdorf.de.

*Quelle: Euromonitor International Limited; NIVEA als Dachmarke in den Kategorien Gesichts-, Körper- und Handpflege; Handelsumsatz 2024.

Beiersdorf

HOME OF



Eucerin®



LA PRAIRIE

CHANTECAILLE

Kontakt

Christina Hoberg
Corporate Communications
Tel.: +49 40 4909-2001
E-Mail: media@beiersdorf.com

[LinkedIn](#)

[Instagram](#)

[YouTube](#)

Kontakt

Christina Hoberg

Corporate Communications

Tel.: +49 40 4909-2001

E-Mail: media@beiersdorf.com