

# BE THE CHANGE

Werde Teil der Fair-Share-Revolution

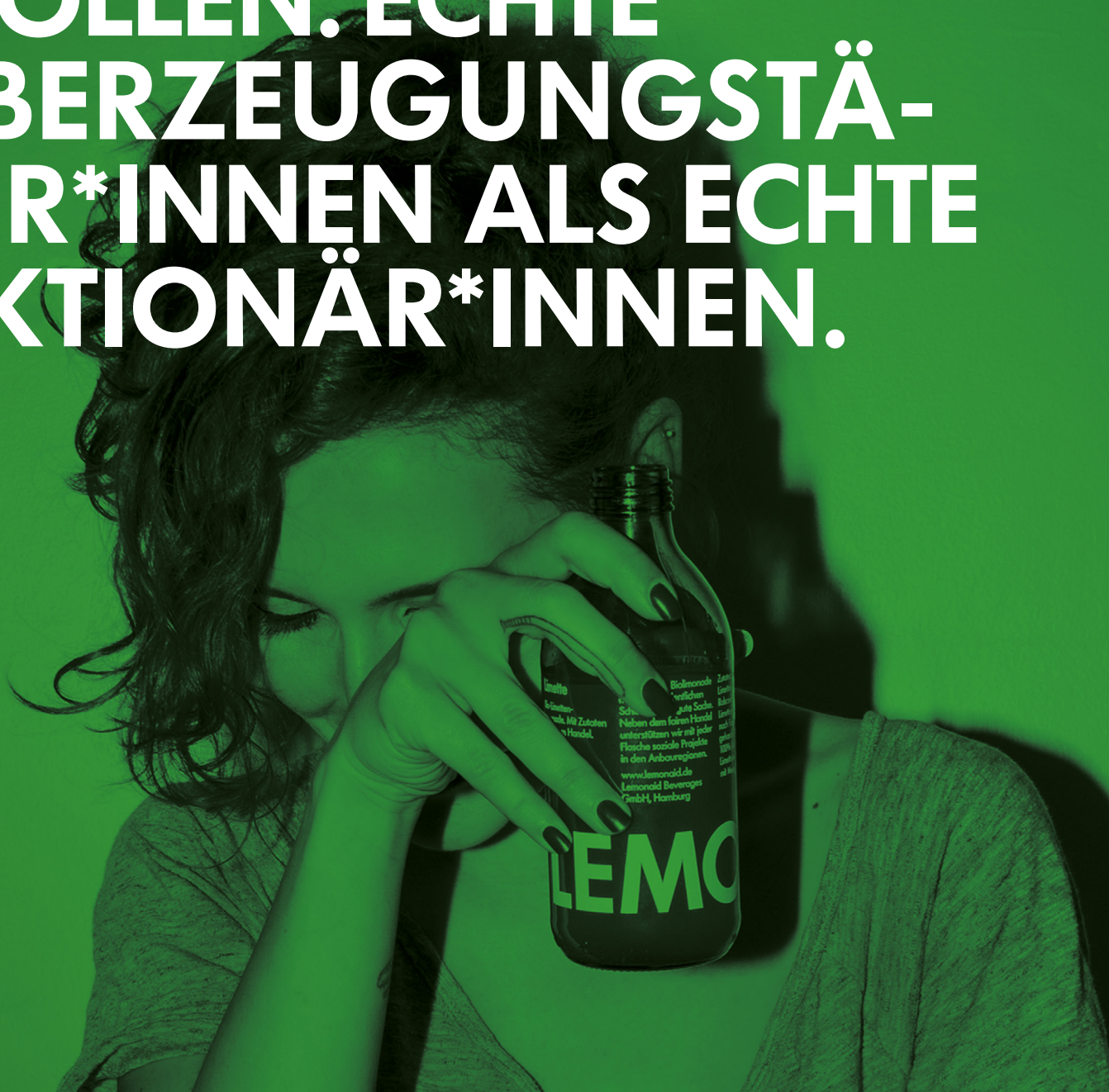


---

LEMONAID<sup>+</sup>

ChariTea<sup>+</sup>

**LEMONAID & CHARITEA  
SIND ERFOLGS-  
GESCHICHTEN, DIE  
WIR GEMEINSAM MIT  
EUCH FORTSCHREIBEN  
WOLLEN. ECHE  
ÜBERZEUGUNGSTÄ-  
TER\*INNEN ALS ECHE  
AKTIONÄR\*INNEN.**



# INHALT

## **1** **Steig in die Limo ein** 4 – 17

- + *Was euch angeboten wird?*
- + *Was ihr davon habt?*
- + *Warum tun wir das?*
- + *Warum jetzt?*
- + *Warum ein gutes Investment?*

## **2** **Preis inklusive Mehrwert dazu steuern** 18 – 24

- + *Wie kaufe ich?*
- + *Wie verkaufe ich wieder?*
- + *Was kostet die Aktie?*
- + *Wie lange kann ich kaufen?*

## **3** **Anhang: Historische Fakten** 25 – 48

- + *Performance von Gründung bis heute*
- + *Unsere Produkte*
- + *Nominiert in der Kategorie  
Social Effects*
- + *Lemonaid & ChariTea e.V.*
- + *Unser Aufsichtsrat*
- + *Pressestimmen*

## **4** **Risikohinweise**

1

# STEIG IN DIE LIMO EIN

**WIR MACHEN SEIT  
2009 GETRÄNKE, WIE  
SIE SEIN SOLLTEN.  
AUS BESTEN BIO-  
ZUTATEN, FAIREM  
HANDEL UND EINEM  
ORDENTLICHEN  
SCHLUCK FÜR DIE  
GUTE SACHE.**



*Wir haben unser Projekt vor über 17 Jahren gestartet, um sozialen Wandel durch ein wirtschaftlich agierendes Unternehmen zu erzeugen. Gute Produkte mit Impact. Es ging immer darum, ein Zeichen an die Welt da draußen zu setzen. Zu zeigen, dass Wirtschaften auch anders gehen kann.*

Wir wollten nie bloß Limonade und Tee verkaufen, um euren Durst zu stillen. Wir haben das Projekt Lemonaid & ChariTea damals in unserer WG-Küche gegründet, um sozialen Wandel aktiv mitzugestalten.

Mit jeder Flasche und jedem Tee wollen wir einen kleinen Beitrag leisten. Wir wollen gemeinsam mit euch trinkend die Welt verändern.

Zusätzlich zum fairen Handel unterstützen wir deshalb mit jedem verkauften Produkt den gemeinnützigen Lemonaid & ChariTea e.V. So kamen bislang mehr als 13.000.000 Euro für Sozialprojekte in den Anbauländern zusammen.

## 1.1

# WAS EUCH ANGEBOTEN WIRD?

## *Die nackten Fakten.*

<b>AKTIEN</b>	Es geht um Aktien der <b>Lemonaid Beverages AG</b> , Neuer Kamp 31, 20359 Hamburg.
<b>GEGENSTAND DER LEMONAID BEVERAGES AG</b>	Die Entwicklung, der Vertrieb sowie die Produktion von Getränken und Lebensmitteln. Sie ist unter anderem Inhaberin der bekannten Getränkemarken Lemonaid und ChariTea.
<b>SOCIAL BUSINESS MODEL</b>	Mit jedem verkauften Produkt werden gemeinnützige Projekte unterstützt. Seit Gründung kamen so über 13 Millionen Euro zusammen.
<b>ART DER KAPITALANLAGE</b>	Namensaktie mit vollem Stimmrecht.
<b>PREIS JE AKTIE</b>	<b>39,90 €</b>
<b>RECHTE</b>	Alle im Aktienrecht definierten Rechte einer Aktionär*in, so wie etwa: Anspruch auf ausgeschüttete Gewinnanteile oder Stimmrechte.
<b>ANBIETERIN</b>	Anbieterin der Aktien ist die Lemonaid & ChariTea Impact GmbH. Sie hält 100% der Anteile an der Emittentin und ist zu 100% in Gründerhand. Der Anbieterin fließt der Emissionserlös zu.

<p><b>WO KANN ICH KAUFEN / VERKAUFEN?</b></p>	<p>Über die von der GLS Bank initiierte Crowd Plattform GLS Crowd, die Plattform WIWIN und deren jeweilige Partner. Sowohl die GLS Crowd, betrieben von der GLS Crowdfunding GmbH, als auch die WIWIN werden jeweils als vertraglich gebundene Vermittler der Concedus GmbH, Nürnberg tätig. Die Emittentin beabsichtigt, nach dem Abschluss des öffentlichen Angebots die Einbeziehung der Aktien in den Freiverkehr an der Börse München zu beantragen.</p>
<p><b>WIE LANGE KANN ICH KAUFEN?</b></p>	<p>Der Verkauf der Aktien läuft für <b>maximal ein Jahr</b>. Er kann jedoch jederzeit vorzeitig beendet werden.</p>
<p><b>PERFORMANCE DES UNTERNEHMENS</b></p>	<p>Das Unternehmen hinter den Marken Lemonaid und ChariTea ist seit seiner Gründung im Umsatz um durchschnittlich 39 % pro Jahr gewachsen. Dies entspricht einer Verhundertdreißigfachung.</p>
<p><b>HINWEIS</b></p>	<p>Bitte lesen Sie zusätzlich die Zusammenfassung des Wachstumsemissionsprospekts und die sich aus diesem ergebenden Risikohinweise. Den Wachstumsemissionsprospekt erhalten Sie unter dem auf der letzten Seite dieses Dokuments angegebenen Link.</p>



Es ist Zeit für das nächste Update. Gemeinsam verändern wir nicht nur, was Menschen trinken. Wir verändern die Art und Weise, wie Wirtschaft funktionieren kann.

Paul Bethke, Lemonaid-Gründer



# 1.2

## WAS IHR DAVON HABT?

*Ihr werdet Fairholder.  
Mitspracherecht, Mitverantwortung  
und die Möglichkeit, Teil einer  
globalen Bewegung zu werden.*

Wenn ihr Aktien der Lemonaid Beverages AG erwerbt, beteiligt ihr euch direkt an dem Unternehmen hinter Lemonaid und ChariTea.

Ihr werdet nicht nur Unterstützer\*innen unserer Idee. Ihr werdet Mitinhaber\*innen. Ihr könnt auf Hauptversammlungen über wichtige Entscheidungen abstimmen. Schließlich ist es dann auch ein kleines ever Saftladen.

Ihr seid als Eigentümer\*innen im Aktienregister eingetragen und haltet echte Aktien mit allen dazugehörigen Rechten. Wenn die Lemonaid Beverages AG Gewinne erwirtschaftet und die Hauptversammlung eine Ausschüttung beschließt, habt ihr Anspruch auf euren Anteil.

Und wenn die Aktien später handelbar werden, könnt ihr natürlich auch von möglichen Kurssteigerungen profitieren.

Vor allem aber werdet ihr Teil einer Idee, die größer ist als eine Aktie. Fairholder statt Shareholder.

Eine Idee, bei der wirtschaftlicher Erfolg nicht wenigen zugutekommt, sondern möglichst vielen.



# 1.3

## WARUM TUN WIR DAS?

*Aus einer kleinen Idee wurde eine globale Impact-Bewegung. Jetzt beginnt das nächste Kapitel: Die Fair-Share-Revolution.*

In ganz Europa und darüber hinaus führen uns heute über 35.000 ausgewählte Outlets. Viele Millionen Menschen kaufen jeden Monat unsere Produkte. In über 30 Ländern.

So konnten wir bereits 97 soziale Projekte unterstützen und über 13 Millionen Euro für gemeinnützige Zwecke bereitstellen.

Seit unserer Gründung wachsen wir durchschnittlich um 39% pro Jahr. Seit inzwischen 17 Jahren.

Und unsere Community wächst weiter. Mit jedem Jahr. Mit jeder Flasche. Mit jeder neuen Stadt. Auch die Liste unserer Unterstützer\*innen wird immer länger. Von Joko Winterscheidt und Matthias Schweighöfer. Von Jackson Irvine über Mario Götze. Von Souly bis Nia Archives.

**Menschen aus Kultur, Sport und Gesellschaft, die an dieselbe Idee glauben wie wir: Dass Wirtschaft auch fair funktionieren kann.**

**Jetzt ist es Zeit für den nächsten Schritt.**

**Gemeinsam mit euch wollen wir die Zukunft des Social Business Pioniers als Aktiengesellschaft gestalten. Nicht, weil wir müssen. Sondern weil wir können. Und weil wir glauben, dass die nächste Wachstumsstufe nur gemeinsam möglich ist.**

**Denn wenn Fairness die Welt erobern soll, braucht sie nicht nur Kund\*innen. Sondern Mitinhaber\*innen.**

**Willkommen bei der Fair-Share-Revolution.**



# 1.4

## WARUM JETZT?

*17 Jahre lang haben wir Fairness in die Getränkeregale gebracht. Jetzt bringen wir sie in den Kapitalmarkt.*

Nach fast zwei Jahrzehnten seit Gründung ist es für uns an der Zeit, den nächsten Schritt zu gehen. Den nächsten großen Punkt zu machen.

Wir laden euch dazu ein, Aktionär\*innen unserer Bewegung zu werden. Gemeinsam verändern wir nicht nur, was Menschen trinken. Wir verändern die Art und Weise, wie Wirtschaft funktionieren kann.

Dass wir Dinge verändern können, haben wir bereits mehrfach bewiesen.

Als unsere Getränke wegen ihres geringeren Zuckergehalts von einer deutschen Richtlinie benachteiligt wurden, haben wir nicht einfach die Schultern gezuckt. Wir haben uns eingemischt. Und am Ende wurde die Regel geändert.

Als Unternehmen in Deutschland gemeinnützige Projekte lange kaum sichtbar unterstützen konnten, haben wir dafür gekämpft, dass Sponsoring nicht nur im Fußballstadion stattfinden darf, sondern auch soziale Initiativen davon profitieren können.

# **KURZ GESAGT: WIR GLAUBEN NICHT AN BRANCHEN- STANDARDS, WIR SETZEN UNSEREN EIGENEN.**

Aktiengesellschaften haben oft den Ruf, profitorientierte Maschinen zu sein. Wir glauben: Nicht das System ist das Problem. Sondern die Frage, wem es dient.

Deshalb nutzen wir eine der mächtigsten Maschinen unserer Zeit: den Kapitalmarkt. Aber auf unsere Weise.

Ohne beim Verkauf der Aktien ungewollte Großinvestor\*innen zuzulassen.

Mit Menschen, die an dieselbe Idee glauben wie wir.

Mit euch.

# 1.5

## WARUM EIN GUTES INVESTMENT?

*Wir skalieren kein Produkt.  
Wir skalieren ein Prinzip.*

2009 haben wir rund 260.000 Flaschen verkauft. Heute sind es rund 36 Millionen pro Jahr. Dazwischen liegen 17 Jahre Wachstum. Im Umsatz durchschnittlich 39 % pro Jahr. Und dabei bis heute vollständig in Gründerhand\*.

Noch wichtiger: Unser Modell funktioniert nicht nur in Deutschland. In Frankreich wächst unser Umsatz seit einem Jahrzehnt mit durchschnittlich knapp 60 % pro Jahr. In Großbritannien mit über 40 %.

Unser Ansatz: Metropolen sind unsere Megafone. Hamburg, Berlin, Paris, London. Dort entstehen kulturelle Bewegungen. Dort werden

Marken groß. Und von dort aus verbreiten sich Ideen in die Welt.

Genau deshalb wollen wir von hier aus weiter wachsen. Die europäischen Metropolen als Tore zur Welt nutzen und unsere Bewegung Schritt für Schritt in neue Märkte tragen.

Wir glauben, Fairness kann mehr als Nische – Fairness muss die Welt erobern. Seit unserer Gründung konnten wir bereits mehr als 13 Millionen Euro für soziale Projekte bereitstellen. Direkt finanziert durch den Verkauf unserer Produkte.

\* Auch nach dem geplanten Verkauf der Aktien im Rahmen dieser Kampagne bleibt die Mehrheit der Aktien weiterhin in Gründerhand.

**DAS BEDEUTET:  
WENN UNSER UNTER-  
NEHMEN WÄCHST,  
WÄCHST DER SOZIALE  
IMPACT MIT.**

**DOCH WIR WACHSEN  
NICHT TROTZ  
UNSERER HALTUNG.  
WIR WACHSEN  
WEGEN IHR.**

2

**PREIS INKLUSIVE  
MEHRWERT  
DAZU STEUERN**

# 2.1

## WIE KAUFEN ICH?

*Erstaunlich einfach. Revolutionen müssen nicht kompliziert sein. Ein paar Klicks reichen und aus einer Kundin oder einem Kunden wird ein\*e Mitinhaber\*in. Willkommen auf der anderen Seite der Getränkebox.*

Wir haben uns in eine AG umgewandelt. Damit könnt ihr eine echte Beteiligung an uns erwerben. Ohne größeren formalen Aufwand. Einfach online.

Die Aktien werden nicht wie sonst durch einen Broker an einer Börse ausgegeben. Sondern bewusst ausschließlich durch unsere Partner\*innen verkauft.

Namentlich der GLS Crowd (initiiert von der GLS Bank) und der ökologisch und sozial verantwortungsbewussten Plattform WIWIN.

Über deren Websites könnt ihr einfach und bequem online Aktien kaufen:

[www.bethechange.lemon-aid.de](http://www.bethechange.lemon-aid.de)

Durch den direkten Verkauf durch die Plattformen, ist genau bekannt, wer eine Aktie kaufen will. Und das ist ungewöhnlich, aber extrem wichtig für uns. Jede\*r potentielle Käufer\*in muss vorher bestätigt werden. So wird sichergestellt, dass ausschließlich Investor\*innen Teil unserer Reise werden, die wir auch wollen, Fairholder eben.

An einer Börse ist sowas natürlich nicht möglich.

Wenn ihr also eine Aktie auf der Webseite der GLS Crowd oder WIWIN erwerbt, habt ihr die Aktien der Lemonaid Beverages AG in eurem Depot.

Mit Stimmrecht, Beteiligung an möglichen zukünftigen Gewinnen und eben all dem was eine richtige Aktie mit sich bringt.

Nur ohne eines: Ungewollte Großinvestor\*innen im Rahmen des öffentlichen Angebotes.



## 2.2

# WIE VERKAUFE ICH WIEDER?

*Wir glauben an lange Beziehungen. Aber nicht an lebenslange Verpflichtungen. Deshalb sollt ihr eure Aktien später auch wieder handeln können. Fairholder sein soll eine Entscheidung sein – und bleiben.*

Damit ihr später auch die Möglichkeit habt, euch von unseren Aktien wieder zu trennen, ist nach Beendigung der Aktienausgabe die Handelbarkeit am Freiverkehr der Börse München geplant. Aber eben erst, nachdem echte Aktien direkt an ausgewählte Überzeugungstäter\*innen abgegeben wurden. So wird zum einen der Einstieg von ungewollten Großaktionär\*innen verhindert. Gleichzeitig wollen wir eine spätere

Handelbarkeit der Aktien ermöglichen. Und ihr müsst nicht auf den Aktien sitzen bleiben – wenn die nächste Rucksackreise nach Sri Lanka oder Laos ansteht – sollte das Geld gerade knapp sein.

In kurz: Aktienkauf online über die Webseiten der GLS Crowd, WIWIN und Co. Aktienverkauf, so der Plan, auch über den Freiverkehr der Münchener Börse.

## 2.3

# WAS KOSTET DIE AKTIE?

*Preis inklusive Mehrwert dazu Steuern: 39,90 Euro. Also ungefähr so viel, wie eine Kiste Lemonaid. Nur, dass diesmal nicht die Flaschen euch gehören, sondern ein kleines Stück des Unternehmens dahinter.*

Um einer Aktie einen Preis zu geben, muss natürlich zunächst geschätzt werden, was unser Unternehmen in barem Geld wert ist. Das ist für ein Projekt, welches ökologische und soziale Nachhaltigkeit als DNA inne hat, natürlich keine einfache Aufgabe.

Am Ende lief es so, dass Zahlen aus der Vergangenheit analysiert und dann Planungen für die Zukunft gemacht wurden.

Diese Zahlen wurden dann mit gängigen Verfahren wie „DCF (Discounted Cash Flow)“ in einen Unternehmenswert überführt. Einem Wert der Aktiengesellschaft. Und hierauf basiert unser Angebot.

Während wir schon mehrere hundert Millionen Flaschen in über 30 Ländern verkauft haben und allein monatlich mehrere Millionen Kund\*innen haben, werden wir die

auszugebenden Aktien auf 1 Million Aktien limitieren (um ganz genau zu sein sind es 1.002.480 Aktien).

Nicht mehr und nicht weniger.



## 2.4

# WIE LANGE KANN ICH KAUFEN?

*Ehrliche Antwort: Wir wissen es nicht.*

Regulatorisch liegt die maximale Angebotszeit bei einem Jahr. In 2021 haben wir allerdings bereits erlebt, wie groß das Interesse an Lemonaid und ChariTea sein kann. Damals erreichten wir unser Crowdfunding-Ziel von 3,5 Millionen Euro innerhalb weniger Stunden. Ohne das eigene Stoppen der Kampagne wäre der Betrag vermutlich deutlich höher ausgefallen.

Seitdem ist unsere Gemeinschaft weiter gewachsen. National. International. Mit jeder Flasche, jedem neuen Markt und jeder Person, die unsere Idee unterstützt.

Heute gehen wir noch einen Schritt weiter: Wir geben nicht nur die

Möglichkeit, uns zu unterstützen. Wir geben die Möglichkeit, Mitinhaber\*in zu werden.

Ob euch das genauso begeistert wie uns, wissen wir natürlich nicht. Aber wir ahnen da etwas.

Wie schnell die 1.002.480 Aktien vergeben sein werden, können wir deshalb nicht sagen. Solange Aktien da sind, könnt ihr Fairholder werden. Danach heißt es leider: ausgetrunken.

3

# ANHANG: HISTORISCHE FAKTEN

# 3.1

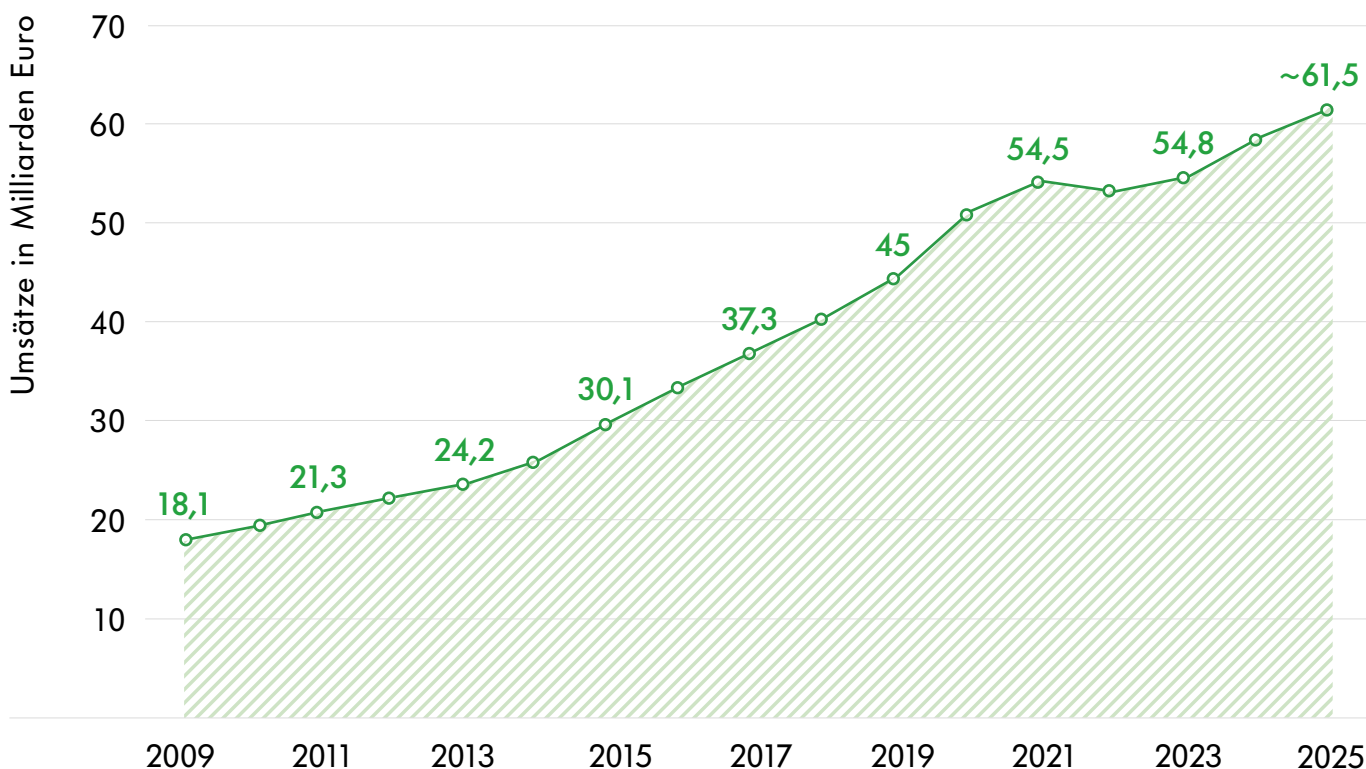
## PERFORMANCE VON GRÜNDUNG BIS HEUTE

# DIE WELT BRAUCHT MEHR VON DIESER SORTE

Nachhaltigkeit ist ein zentraler gesellschaftlicher Megatrend: Rund 45% der europäischen Verbraucher\*innen berücksichtigen Nachhaltigkeitsas-

pekte bei ihren Kaufentscheidungen<sup>1</sup>. Und die Nachfrage nach natürlichen, gesundheitsbewussten und fair produzierten Produkten wächst stetig<sup>2</sup>.

## Einzelhandelsumsatz mit Bio-Produkten in der EU und in Europa in den Jahren 2009 – 2025



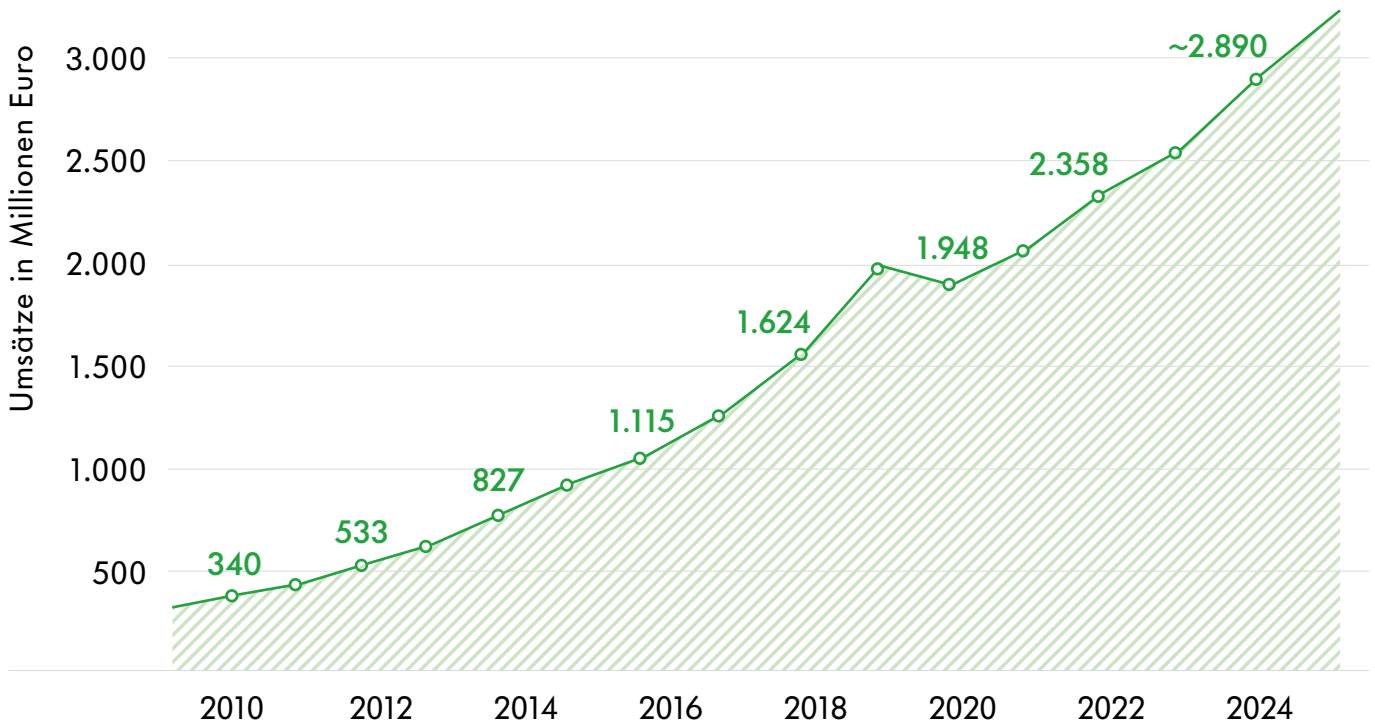
Quelle: Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) via Statista

Verbraucher sind bereit,  
durchschnittlich 9,7 % mehr für  
nachhaltig produzierte Waren zu  
zahlen, selbst angesichts des Drucks  
durch die Lebenshaltungskosten.

Voice of the Customer Survey 2024, PwC



## Bruttoumsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland in den Jahren 2010 – 2025

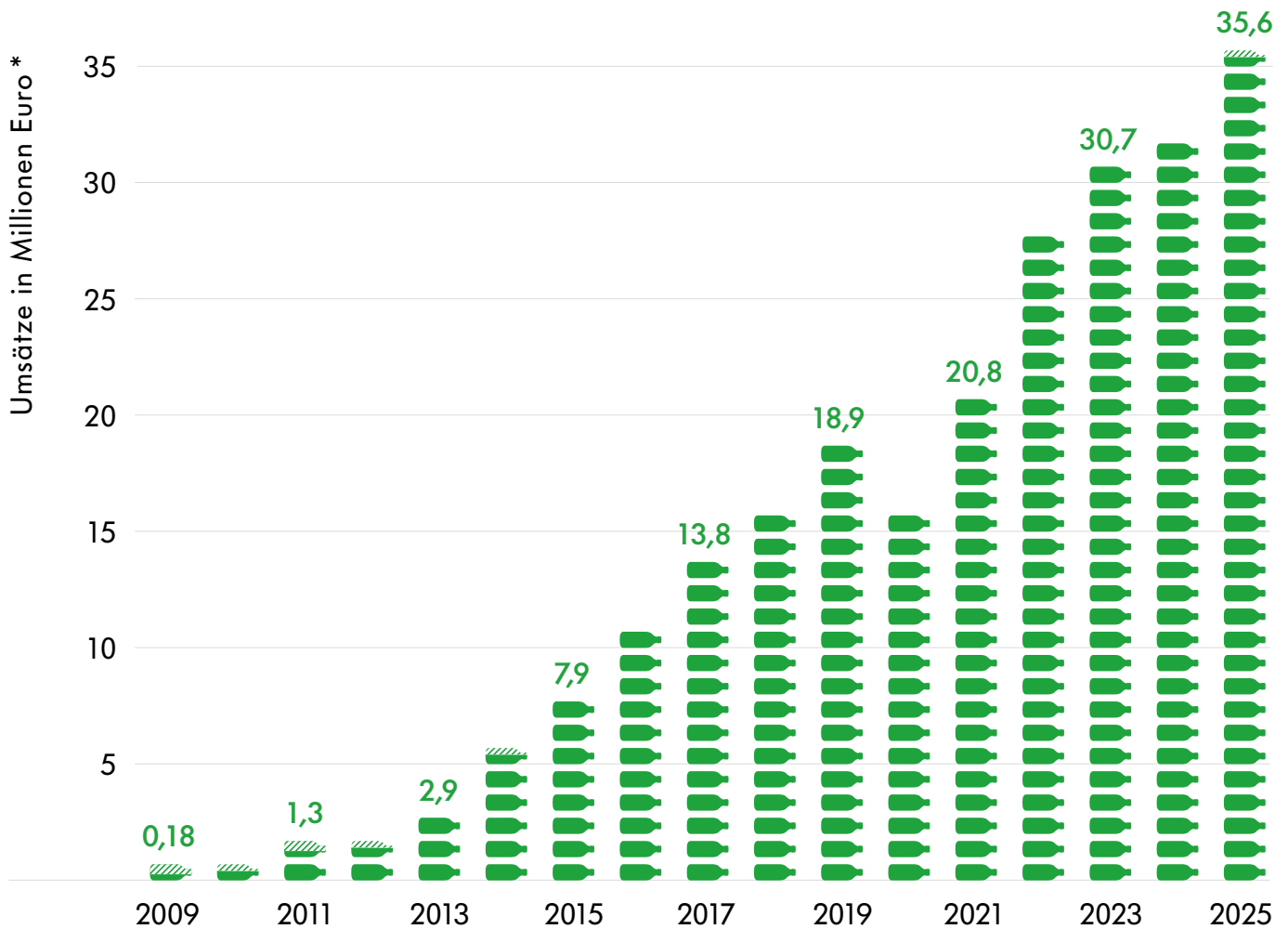


Quelle: Handelsdaten.de, Umsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland (Zeitreihe)

Auch der Markt entwickelt sich entsprechend: Der Umsatz mit Fairtrade-Produkten erreichte in Deutschland 2025 ein Rekordniveau von 3,14 Milliarden Euro. Pro Kopf entspricht das rund 38 Euro für fair gehandelte Produkte<sup>3</sup>. Und nicht nur das Bewusstsein steigt – viele Verbraucher\*innen sind auch bereit, im Schnitt knapp 10% mehr für nachhaltig produzierte Produkte zu zahlen, selbst unter dem Druck steigender Lebenshaltungskosten<sup>2</sup>.

Mit Lemonaid & ChariTea sind wir ein etablierter Pionier im Bereich Social Business in Deutschland und genießen eine hohe Glaubwürdigkeit bei unseren Kund\*innen. Ausgehend von der Szenegastronomie und dem Feinkosthandel haben wir starke Marken aufgebaut, deren Potenzial im Lebensmitteleinzelhandel weiter erschlossen werden kann. Der Markteintritt in diesen Kanal erfolgte teilweise bewusst zeitversetzt oder steht in einzelnen internationalen Märkten noch aus.

# Umsatzentwicklung von Lemonaid & CharITea in den Jahren 2009 – 2025

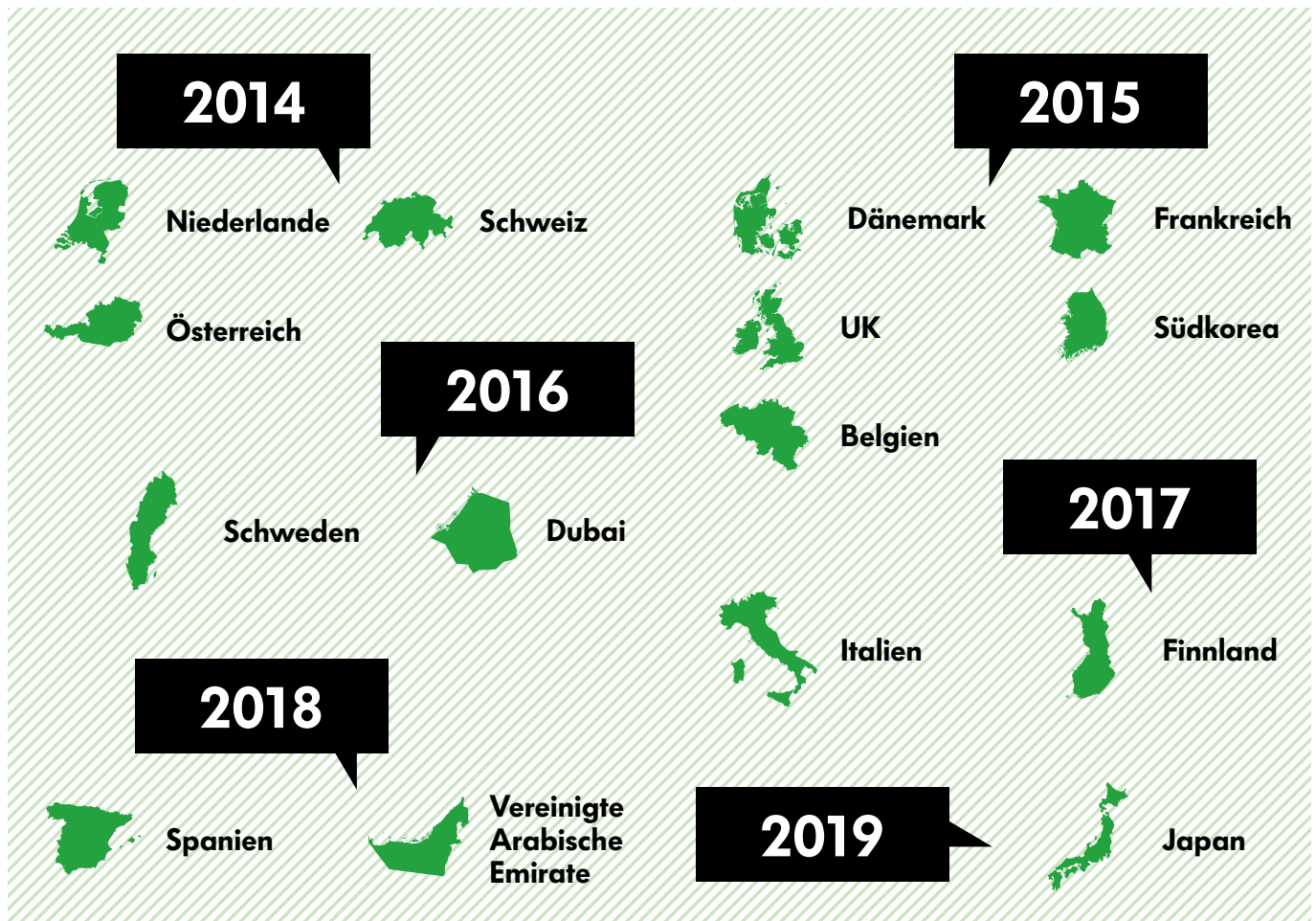


\* Aggregierte Umsatzerlöse der Lemonaid Beverages AG und ihrer Tochtergesellschaften.

## Quellen:

- 1 Malby, Andreas et al. European Consumers Brace for More Uncertainty. Boston Consulting Group (BCG), April 2025.
- 2 Voice of the Consumer Survey 2024. PwC, Befragung von mehr als 20.000 Verbraucher\*innen in 31 Ländern.
- 3 Fairtrade Deutschland – Umsatz mit Fairtrade-Produkten knackt 3-Milliarden-Grenze.

# INTERNATIONALE MÄRKTE



Auch die Expansion ins Ausland ließ nicht lange auf sich warten. Die große Nachfrage nach den so ganz anderen Drinks aus Deutschland wurde 2014 mit großem Erfolg erstmals in den europäischen Nachbarländern Österreich, Schweiz und den Niederlanden bedient. Bereits im folgenden Jahr zogen etliche

weitere Märkte nach. Heute werden Lemonaid & ChariTea in mehr als 30 Ländern weltweit verkauft. Die wohl größten Getränkemärkte fehlen hier jedoch weiterhin. Ob es nun die USA, Kanada, Australien oder der Asiatische Markt ist. Wir haben noch sehr viel vor uns.

# UNSERE PRODUKTE

# ALLES BEGANN MIT EINER LIMO AUS FRISCH GEPRESSTEN LIMETTEN, DIE PAUL IN SRI LANKA AM STRAND TRANK.



# LEMONAID<sup>+</sup>

## Unsere Limonaden



Hergestellt aus besten Direktsäften



Ohne Konservierungsstoffe oder künstliche Aromen



<b>Orange</b>	Erfrischend anders, aber ganz vertraut: Fruchtige Orangenlimonde mit einer leichten Zitrusnote.	Wasser, Bio-Orangensaft, Bio-Zitronensaft, Bio-Rohrzucker, Kohlensäure.
<b>Limette</b>	Der Limonaden-Klassiker mit dem puren Saft der Limette.	Wasser, Bio-Limettensaft, Bio-Rohrzucker, Kohlensäure.
<b>Ingwer</b>	Erfrischende Limonade mit viel Ingwer und spritzigem Zitronensaft.	Wasser, Bio-Zitronensaft, Bio-Rohrzucker, Bio-Ingwerpüree, Kohlensäure.
<b>Blutorange</b>	Fruchtige Blutorangen-Limonade, verfeinert mit Grapefruit, Orange, Zitrone und Kirsche.	Wasser, Bio-Blutorangensaft, Bio-Rohrzucker, Bio-Grapefruitsaft, Bio-Zitronensaft, Bio-Orangensaft, Bio-Kirschsaf, Kohlensäure.
<b>Maracuja</b>	Leckere Passionsfrucht-Limonade mit einem Schuss Limette und Mango.	Wasser, Bio-Maracujasaft, Bio-Rohrzucker, Bio-Limettensaft, Bio-Mangosaft, Kohlensäure.

# ChariTea

## Unsere Eistees



Hergestellt aus frisch aufgebühtem Tee



Ohne Aromen, Konservierungsstoffe und Geschmacksverstärker



<b>mate</b>	Matetee und Schwarztee mit Orange und Zitrone.	Aufguss aus Bio-Mate- und Bio-Schwarztee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Orangensaft, Bio-Zitronensaft, Kohlensäure.
<b>green</b>	Grüntee mit Ingwer und Honig.	Aufguss aus Bio-Grüntee und Bio-Ingwer, Bio-Agavendicksaft, Bio-Honig, Bio-Zitronensaft.
<b>red</b>	Rooibos-Tee mit Passionsfrucht.	Aufguss aus Bio-Rooibos-Tee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Passionsfruchtsaft, Bio-Holundersaft.
<b>black</b>	Schwarztee mit Zitrone.	Aufguss aus Bio-Schwarztee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Zitronensaft.
<b>mate ginger sugar free</b>	Zuckerfreier Mate-, Kräuter- und Früchtetee mit Ingwer-, Zitronen- und Orangensaft, ohne Süßstoffe.	Bio-Mateteeaufguss, Aufguss aus Kräuter-/Früchtetee, Bio-Ingwersaft, Bio-Orangensaft, Bio-Zitronensaft, Kohlensäure.
<b>mint sugar free</b>	Zuckerfreie Minzteesmischung mit Passionsfrucht, ohne Süßstoffe.	Aufguss aus Bio-Minzteesmischung, Bio-Passionsfruchtsaft.



Mit Bio-Zutaten aus  
fairem Handel



Ohne künstliche Aromen,  
Farbstoffe und andere Zusätze



## Unsere Tees

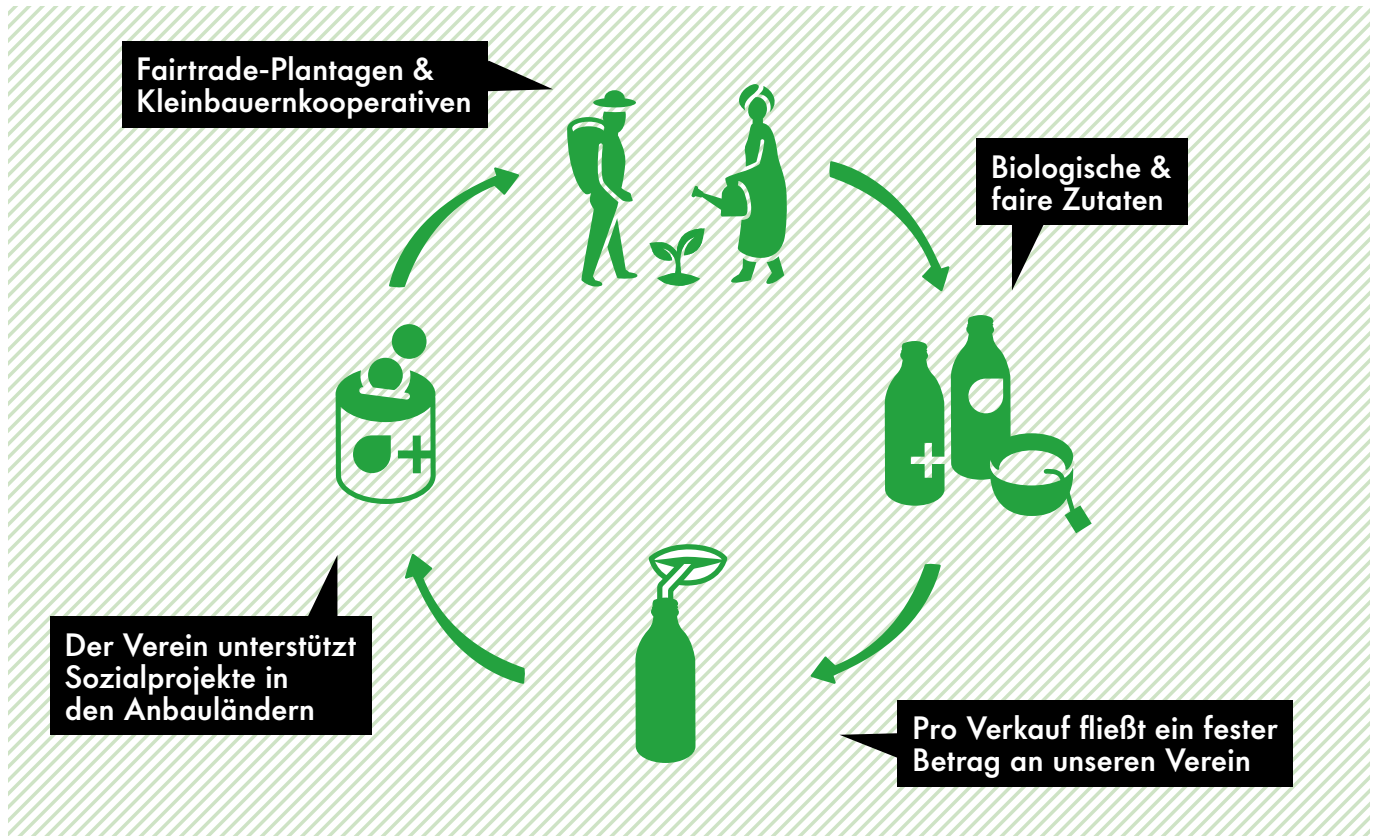
ChariTea ist Bio-Tee mit einem guten Zweck. Unsere Zutaten sind ökologisch angebaut und fair gehandelt. So unterstützen wir eine nachhaltige und gerechtere Landwirtschaft.

Erhältlich als Feinschnitt im Doppelkammerbeutel sowie als Premium-Grobschnitt im Pyramidenbeutel.

# 3.2

## NOMINIERT IN DER KATEGORIE SOCIAL EFFECTS

# DAS TRINKEN HILFT PRINZIP



Wir freuen uns, dass fair gehandelte Produkte immer mehr Verbreitung finden. Angesichts einer enormen globalen Ungleichheit, die ihre Wurzeln oft noch im Kolonialismus hat, finden wir aber: fair ist noch nicht fair genug.

Jedes verkaufte Produkt unserer Marken Lemonaid & ChariTea unterstützt deshalb mit einem Fixbetrag pro Flasche bzw. pro Tee-packung zusätzlich zum fairen Handel soziale Projekte in Lateinamerika, Afrika und Asien. Die Auswahl, Projektbegleitung und Mittelvergabe leistet der gemeinnützige Lemonaid & ChariTea e.V.

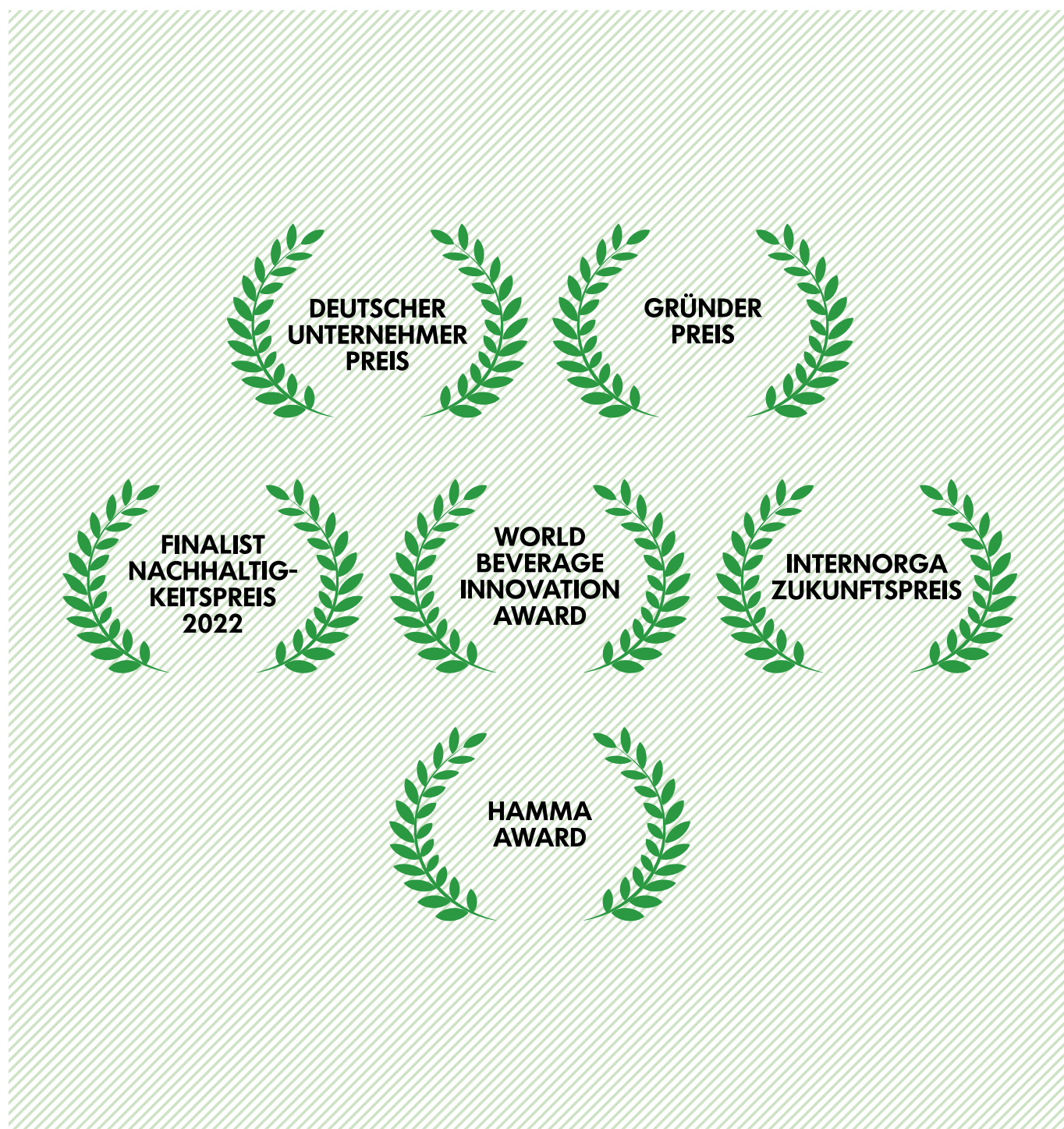
# SEIT UNSERER GRÜNDUNG KAMEN SO SCHON VIELE MILLIONEN EURO FÜR 97 SOZIALPROJEKTE IN 9 LÄNDERN ZUSAMMEN.

Unsere Partnerorganisationen in Südafrika beispielsweise befassen sich u.a. mit Themen wie Jugend-  
arbeitslosigkeit, eingeschränkter Zugang zu hochwertiger Bildung und Armut. All diese Ansätze basieren  
auf der Überzeugung, dass jeder Mensch Würde, Chancen und ein Gefühl der Zugehörigkeit verdient.

Foto: Suid Bokkeveld, Südafrika © Jodi Windvogel



# AUSZEICHNUNGEN



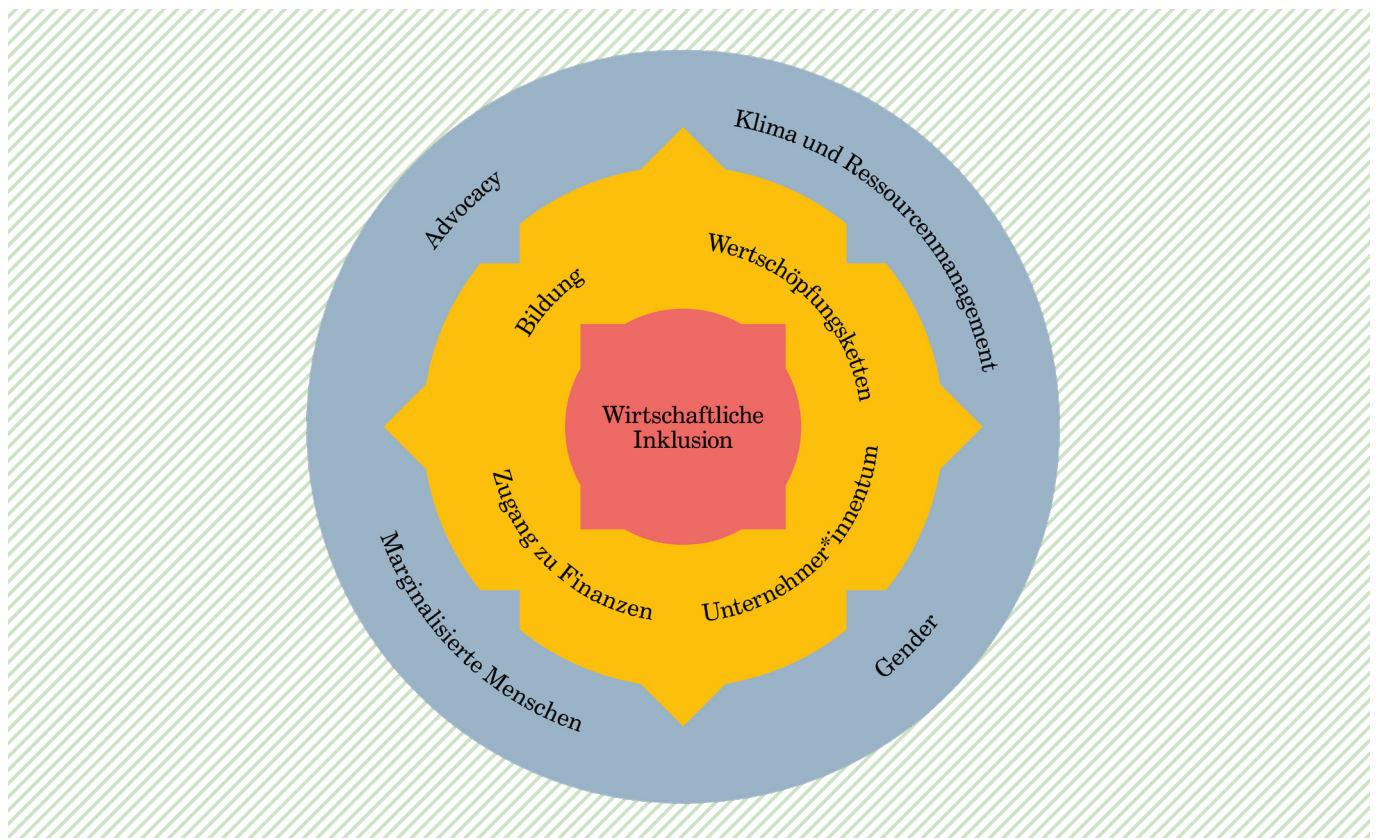
Deutscher Unternehmerpreis 2014 | Gründerpreis 2016 | Finalist Nachhaltigkeitspreis 2022 | World Beverage Innovation Award 2015 | Internorga Zukunftspreis 2012 | Hamma Award 2017

# 3.3

## DER LEMONAID & CHARITEA E.V.

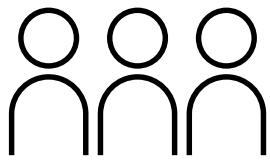
Wir fördern regionale Projekte, die von Partnerorganisationen vor Ort geplant und umgesetzt werden. Auf Grundlage unserer Erfahrungen aus den letzten Jahren haben sich Schwerpunktthemen herauskristallisiert, die wir bei der Auswahl von Projektvorschlägen besonders berücksichtigen.

Lemonaid & ChariTea e.V.



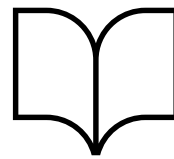
# DER IMPACT

*des Lemonaid & ChariTea e.V.  
in Zahlen*



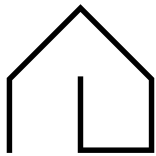
**22.039**

Projektteilnehmer\*innen



**17.560**

Menschen erhielten eine  
Weiterbildung



**1.440**

Kleinunternehmen  
wurden gegründet



# 3.4

# UNSER AUFSICHTSRAT

*Auch unser Aufsichtsrat zeigt,  
woran wir glauben: unterschiedliche  
Perspektiven statt klassischer  
Konzernlogik.*

Mit dabei:

Prof. Dr. Markus Beckmann,  
Universitätsprofessor für Social-En-  
trepreneurship

Aileen Puhlmann  
Vorständin des gemeinnützigen  
Lemonaid & CharlTea E.V

Christoph Korittke,  
Strategieberater und Unternehmer

Jackson Irvine  
Kapitän des FC St. Pauli



# 3.5

# PRESSESTIMMEN

Mithilfe seines bewussten Engagements hat Lemonaid bereits mehrmals die Spielregeln des Marktes erfolgreich fair-ändert und dabei u.a. die rechtlich vorgeschriebene Zuckermindestmenge für Limonade (2024) gekippt sowie den Weg für das Sponsoring sozialer Einrichtungen durch Unternehmen (2025) geebnet.

About Drinks, 19.05.2026



Paul Bethke und Felix Langguth, Lemonaid-Gründer und Social Entrepreneure

# Sozialer als der Staat erlaubt

**Capital**  
WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT

## Diese Unternehmer verbessern mit ihren Geschäften die Welt

Kuchentratsch, Lemonaid, Social-Bee – viele Start-ups wollen die Welt verbessern und trotzdem Geld verdienen. So gelingt der schwierige Spagat zwischen Traum und Business

von Monika Dunkel  
26. Mai 2019




**Ärger mit Behörde  
Limonade enthält zu wenig Zucker**

Mehr Informationen auf tagesschau24, in der tagesschau-App und bei tagesschau.de

**Capital**

Urologe bittet Männer mit vergrößerter Prostata diesen Trick zu nutzen (jeden Abend)

**Lemonaid gewinnt „absurden Prozess“ gegen das Finanzamt**

von Daniel Bahr | 10. Dezember 2025 - 10:45 Uhr - 2 Min.

**Frankfurter Allgemeine**  
Unternehmen

ZU WENIG ZUCKER IM GETRÄNK  
**Wenn dem Amt die Limonade zu gesund ist**

VON ULLA FÖLSING - AKTUALISIERT AM 31.03.2019 - 09:49



**AMTLICH WAS FAIR-ANDERT**

**WirtschaftsWoche**

LIMONADENHERSTELLER  
**Getränkekonzerne scheitern mit Übernahmeangeboten für Lemonaid**

von Stephan Knips  
02. Oktober 2020



Limo und Eistee mit gutem Gewissen: Das interessiert auch große Getränkekonzerne



**LIEB SEIN**

Paul Bethke produziert Limonade und will dabei etwas Gutes für die Dritte Welt tun – und für die Konsumenten. Dass ihm gerade die Aufsicht Schwierigkeiten dabei machen würde, hat ihn überrascht.

Selbst in Getränken, die sauer schmecken, lauern bekanntermaßen gesundheitsschädliche Zuckerfallen. Denn Fertigprodukten wird oft reichlich von dem Süßmacher beigezengt, weil er für Geschmack und Fülle sorgt. Bis 2025 will Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner deshalb die Industrie freiwillig auf die Reduktion von Zucker verpflichten. Bereits seit zehn Jahren produziert das Hamburger Start-up Lemonaid Beverages GmbH (www.lemonaid.de) mit weniger Zucker: Seine Limonade, von der inzwischen 40 Millionen Flaschen zum Preis von 1,95 Euro verkauft wurden, enthält sechs Gramm auf 100 Milliliter und damit nur zwei Drittel dessen, womit andere Getränkeanbieter ihre Produkte anreichern.

**ÖKO-TEST**

Mindestzuckergehalt gekippt: Limonade muss nicht mehr 7 % Zucker enthalten

Die beliebtesten Tests sind Essen und Trinken

Olivenöl-Test: Nur 2 von 30 mit Bestnote – die Labordiagnostik über-rascht

Porridge im Test: Bestens in den Top 100 – mit 48 Produkten

Studentenfutter: (PFAS-)Pestizide und Mineralöl verwerben den Appetit

Süddeutsche Zeitung      DIE ZEIT      SPIEGEL ONLINE      Handelsblatt

stern      FOCUS      Hamburger Abendblatt      DIE WELT

bento      Business Punk      UTOPIA      Lebensmittel Zeitung

Berliner Zeitung      Frankfurter Rundschau      STUTTGARTER NACHRICHTEN      taz

**4.**

# **RISIKOHINWEISE**

# Risikofaktoren

Die nachfolgenden Risikofaktoren sind in die folgenden Kategorien untergliedert: (i) Risiken in Bezug auf die Finanzlage der Emittentin, (ii) Risiken in Bezug auf die Geschäftstätigkeiten und die Branche der Emittentin, (iii) rechtliche und regulatorische Risiken, (iv) Risiken in Bezug auf interne Kontrolle, (v) Risiken in Bezug auf umwelt- und sozialpolitische Umstände sowie in Bezug auf die Unternehmensführung, (vi) Risiken in Bezug auf die Beschaffenheit der Wertpapiere und (vii) Risiken in Bezug auf das öffentliche Angebot. In der Beschreibung der Risiken wird in jeder Risikokategorie der nach Einschätzung der Emittentin wichtigste Risikofaktor (basierend auf der Wahrscheinlichkeit seines Auftretens und der erwarteten Größe seiner negativen Auswirkungen) jeweils zuerst genannt. Weitere Risikofaktoren innerhalb derselben Kategorie sind nicht in der Reihenfolge ihrer Wesentlichkeit sortiert.

Die folgenden Risiken basieren auf Annahmen, die sich als falsch erweisen könnten. Darüber hinaus könnten sich andere Risiken, Tatsachen oder Umstände, die derzeit nicht bekannt sind oder die die Emittentin oder Anbieterin derzeit für unwesentlich hält, als wesentlich erweisen und auch einen wesentlichen negativen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Emittentin haben.

Bei Verwirklichung dieser Risiken kann der Wert der Aktien fallen und für Aktionäre zu erheblichen Verlusten führen, wenn sie ihre Aktien veräußern. Auch können erwartete Dividendenzahlungen ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet. Der Eintritt eines oder mehrerer der nachstehenden Risiken kann zu einem substantiellen Wertverlust der Aktien und im schlimmsten Fall zu einem Totalverlust des eingesetzten Kapitals eines Anlegers führen.

Die nachstehende Darstellung der möglichen Risikofaktoren umfasst nur die der Emittentin und der Anbieterin aktuell bekannten und von ihnen für wesentlich erachteten Risiken. Darüber hinaus können weitere, der Emittentin und der Anbieterin gegenwärtig unbekannt oder für nicht wesentlich erachtete Risiken auftreten. Jene Risiken, die derzeit als unwesentlich eingestuft werden, können sich nachträglich als relevant bzw. wesentlich herausstellen

## (i) Risiken in Bezug auf die Finanzlage der Emittentin

(a) Liquiditätsrisiken und Working-Capital-Bindung: Die Emittentin ist in einem wachstumsintensiven Marktumfeld tätig und hat einen entsprechend hohen laufenden Kapitalbedarf. Wachstumsbedingte Vorfinanzierungen – insbesondere für

Rohstoffe, Verpackungsmaterialien und Produktionskapazitäten – sowie eine strukturell hohe Kapitalbindung im Working Capital können die Liquiditätsreserven der Emittentin erheblich beanspruchen. Das Mehrwegsystem führt dazu, dass Pfandbeträge für im Umlauf befindliche Gebinde gebunden sind und erst zeitverzögert zurückfließen, was die Liquidität zusätzlich belastet. Sofern die Emittentin nicht in der Lage ist, ihren laufenden Zahlungsverpflichtungen, etwa gegenüber Lieferanten, Lohnabfüllern oder im Rahmen von Kreditvereinbarungen, fristgerecht nachzukommen, können Lieferbeziehungen gefährdet, Kreditlinien gekündigt oder Sanierungsmaßnahmen erforderlich werden. Ein anhaltender Liquiditätsengpass kann die operative Handlungsfähigkeit der Emittentin einschränken, die Umsetzung der Wachstumsstrategie verzögern und letztlich auch die Zahlungsfähigkeit der Emittentin gefährden. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass Dividenden ausbleiben, der Wert der Aktien erheblich sinkt und eine Veräußerung der Beteiligung nur zu deutlich unter dem Ausgabepreis liegenden Kursen oder gar nicht möglich ist. Dies kann für Aktionäre zu einem Totalverlust des eingesetzten Kapitals bedeuten.

(b) Finanzierungsrisiken: Die Emittentin verfolgt eine Wachstumsstrategie, die Investitionen in Produktentwicklung, Markenaufbau, Vertrieb und ggf. Produktionskapazitäten erfordert. Künftige Finanzierungsbedarfe der Emittentin müssen grundsätzlich aus Eigen- oder Fremdkapitalmaßnahmen oder durch Zuführungen der Anbieterin gedeckt werden. Es besteht das Risiko, dass der Emittentin künftig erforderliche Mittel nicht in ausreichendem Umfang, nicht zu angemessenen Konditionen oder nicht rechtzeitig zur Verfügung stehen. Zudem kann die Anbieterin ihre finanzielle Unterstützung reduzieren oder einstellen. Eine unzureichende Finanzierungsausstattung kann die Umsetzung der Wachstumsstrategie einschränken, zu Verzögerungen bei Investitionen führen oder Anpassungen der Geschäftsstrategie erforderlich machen. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass die Emittentin hinter ihren Wachstums- und Ergebniszielen zurückbleibt, Dividenden nicht oder nur in geringerem Umfang gezahlt werden und der Wert der Aktien sinkt. Im äußersten Fall, etwa wenn eine dauerhafte Unterfinanzierung die Fortführung des Geschäftsbetriebs gefährdet, kann dies zu einem Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

(ii) Risiken in Bezug auf die Geschäftstätigkeiten und die Branche der Emittentin

(a) Risiken aus Markttrends, Wettbewerb und Abhängigkeit von Absatzkanälen: Die Emittentin entwickelt, produziert und vertreibt alkoholfreie Getränke (Limona-den & Eistees) sowie Tees. Die Nachfrage nach ihren Produkten hängt in hohem

Maße von Konsumentenpräferenzen und Markttrends im Segment alkoholfreier Getränke ab. Änderungen im Konsumverhalten, etwa eine geringere Nachfrage nach bestimmten Produktkategorien oder eine sinkende Zahlungsbereitschaft für nachhaltig und fair gehandelte Produkte, können zu rückläufigen Absätzen führen. Zugleich steht die Emittentin in einem intensiven Wettbewerb mit nationalen und internationalen Getränkekonzernen, die über etablierte Marken, umfangreiche Vertriebsnetze und größere Finanz- und Marketingressourcen verfügen. Diese Wettbewerber können u.a. durch aggressive Preispolitik, umfangreichere Werbeaktivitäten oder vorteilhaftere Konditionen gegenüber Handelspartnern Marktanteile der Emittentin angreifen. Die Emittentin ist darüber hinaus in relevantem Umfang davon abhängig, dass ihre Produkte von wichtigen Absatz- und Vertriebspartnern (insbesondere Lebensmitteleinzelhandel, Getränke- und Fachhandel, Gastronomie) gelistet und aktiv vertrieben werden. Kündigungen, Nichtverlängerungen oder Verschlechterungen von Leistungsvereinbarungen, eine Reduktion von Regal- oder Platzierungsflächen oder eine stärkere Fokussierung der Handelspartner auf Eigenmarken oder Konkurrenzprodukte können zu einem merklichen Rückgang des Absatzes führen. Gelingt es der Emittentin nicht, ihr Produktportfolio und ihre Preis- und Marketingstrategie an veränderte Marktbedingungen anzupassen, ihre Markenpositionierung gegenüber Wettbewerbern zu behaupten und stabile Beziehungen zu wichtigen Handelspartnern aufrechtzuerhalten, kann dies zu Umsatzrückgängen und Margendruck führen. Für die Aktionäre kann dies bedeuten, dass keine oder nur geringere Dividenden ausgezahlt werden und der Wert der Aktien sinkt. Für die Aktionäre kann dies zu einem Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

(b) Risiken aus Lieferkette und Rohstoff- bzw. Verpackungspreisen: Die Emittentin ist für die Herstellung ihrer Produkte auf die kontinuierliche Belieferung mit Rohstoffen, insbesondere Zucker, Agavendicksaft, Fruchtsäften, Tee- und anderen pflanzlichen Rohstoffen, sowie auf Verpackungsmaterialien (u.a. Glasflaschen, Verschlüsse, Kartonagen) angewiesen. Störungen in der Lieferkette, etwa infolge von Versorgungsunterbrechungen, Transportengpässen, geopolitischen Entwicklungen, pandemiebedingten Einschränkungen oder der finanziellen Schieflage einzelner Lieferanten, können zu Lieferverzögerungen, Qualitätsproblemen oder Produktionsunterbrechungen führen. Deutlich steigende Preise für Rohstoffe und Verpackungsmaterialien, beispielsweise aufgrund erhöhter Energie- und Transportkosten oder verschärfter regulatorischer Vorgaben (insbesondere im Bereich Verpackung und Recycling), können die Kostenbasis der Emittentin erhöhen. Soweit diese Kostensteigerungen nicht oder nur zeitverzögert durch entsprechende

Preisanpassungen an Kunden weitergegeben werden können, verringern sie die Margen und die Profitabilität der Emittentin. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass die Ertragskraft der Emittentin nachhaltig geschwächt wird, Dividenden nicht oder nur in geringerem Umfang gezahlt werden und der Wert der Aktien sinkt. Im äußersten Fall, etwa wenn eine anhaltende Versorgungskrise die Produktion dauerhaft zum Erliegen bringt, ist ein Totalverlust des eingesetzten Kapitals nicht ausgeschlossen.

(c) Risiken aus der Abhängigkeit von einzelnen Großkunden (Key Accounts): Die Emittentin erzielt einen wesentlichen Teil ihrer Umsatzerlöse mit einer begrenzten Anzahl von Großkunden, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel. Der Verlust eines oder mehrerer dieser Schlüsselkunden – etwa infolge einer Sortimentsbereinigung, eines strategischen Schwenks des Handelspartners zu Eigenmarken oder Konkurrenzprodukten, einer Verschlechterung der Geschäftsbeziehung oder einer Insolvenz des Kunden – kann zu einem signifikanten und kurzfristig nicht kompensierbaren Umsatzrückgang führen. Darüber hinaus befinden sich Großkunden häufig in einer strukturell stärkeren Verhandlungsposition, die es ihnen ermöglicht, Preiszugeständnisse, verlängerte Zahlungsziele oder aufwendigere Konditionen durchzusetzen, was sich unmittelbar auf die Margen der Emittentin auswirkt. Gelingt es der Emittentin nicht, bei einem Wegfall wesentlicher Kundenbeziehungen in angemessener Zeit Ersatz zu finden oder ihre Abhängigkeit von einzelnen Abnehmern zu reduzieren, kann dies zu einem erheblichen und nachhaltigen Ergebnisrückgang führen. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass Dividenden ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet und der Wert der Aktien erheblich sinkt. Im Extremfall, etwa wenn der gleichzeitige Verlust mehrerer Schlüsselkunden die wirtschaftliche Grundlage der Emittentin insgesamt gefährdet, kann dies zum Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

(d) Währungs- und Wechselkursrisiken: Die Emittentin bezieht Rohstoffe und Vorprodukte teilweise aus dem Ausland und kann darüber hinaus Absatzgeschäfte in Fremdwährungen tätigen. Darüber hinaus sind die Tochtergesellschaften der Emittentin – die LemonAid Beverages Ltd. mit Sitz in London und die Lemonaid & ChariTea SAS mit Sitz in Paris – als Vertriebsgesellschaften in ihren jeweiligen Märkten tätig, sodass Wechselkursschwankungen insbesondere im Verhältnis zum britischen Pfund und zum Euro auch aus konzerninternen Verrechnungen und Zahlungsströmen resultieren können. Soweit Beschaffungs- oder Absatzgeschäfte in Fremdwährungen abgewickelt werden, ist die Emittentin Währungs- und Wechselkursschwankungen ausgesetzt. Nachteilige Entwicklungen des Wechselkurses können die Einkaufspreise für importierte Rohstoffe erhöhen sowie Verkaufspreise

und Zahlungsströme der Emittentin nachteilig beeinflussen, was die Margen und die Profitabilität der Emittentin unter Druck setzt. Soweit die Emittentin keine oder keine ausreichenden Absicherungsmaßnahmen gegen Wechselkursrisiken trifft, wirken sich solche Schwankungen unmittelbar auf die Ergebnislage aus. Für Aktionäre kann dies dazu führen, dass Dividenden nicht oder nur in verringertem Umfang erfolgen und der Wert der Aktien nachhaltig zurückgeht. Eine Veräußerung der Beteiligung ist möglicherweise nur unter erheblichen Werteinbußen oder überhaupt nicht möglich. Für die Aktionäre kann dies zu einem Totalverlust des eingesetzten Kapitals führen.

(e) Ernte- und Verfügbarkeitsrisiken bei landwirtschaftlichen Rohstoffen: Die Emittentin ist für die Herstellung ihrer Produkte in erheblichem Umfang auf pflanzliche Rohstoffe angewiesen, darunter Agavendicksaft, Fruchtsäfte, Tee- und andere botanische Zutaten. Die Verfügbarkeit und Qualität dieser Rohstoffe hängen wesentlich von Ernteergebnissen ab, die ihrerseits von klimatischen Bedingungen, Witterungsextremen, Schädlingsbefall, Dürren, Überschwemmungen oder anderen Naturereignissen beeinflusst werden. Darüber hinaus können politische Instabilität oder Exportbeschränkungen in den Erzeugerländern die Verfügbarkeit bestimmter Rohstoffe einschränken oder deren internationale Handelbarkeit beeinträchtigen. Schlechte Ernten oder Versorgungsunterbrechungen führen in der Regel zu einem deutlichen Preisanstieg am Rohstoffmarkt. Soweit die Emittentin in solchen Situationen keine adäquaten Auswechsellieferanten oder Ersatzrohstoffe aktivieren kann, drohen Produktionsengpässe, Kostensteigerungen und Qualitätsbeeinträchtigungen. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass die Ertragskraft der Emittentin durch höhere Beschaffungskosten und geringere Produktionsmengen nachhaltig beeinträchtigt wird, Dividenden ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet und der Wert der Aktien sinkt. Im äußersten Fall, etwa wenn eine dauerhafte Nichtverfügbarkeit wesentlicher Rohstoffe die Produktion insgesamt in Frage stellt, ist ein Totalverlust des eingesetzten Kapitals nicht ausgeschlossen.

(f) Risiken aus der Abhängigkeit von Lohnabfüllern: Die Emittentin verfügt über keine eigenen Produktionsanlagen und ist für die Abfüllung ihrer Getränke vollständig auf externe Lohnabfüller angewiesen. Technische Störungen, Maschinenausfälle, Kapazitätsengpässe oder Betriebsunterbrechungen bei diesen Auftragsabfüllern – etwa infolge von Unfällen, Qualitätsproblemen, Streiks, Insolvenzen oder behördlich angeordneten Betriebseinstellungen – können die Produktion der Emittentin in erheblichem Maß verzögern oder vorübergehend vollständig zum Erliegen bringen. Daraus können Vertragsstrafen, Umsatzverluste und Mehrkosten durch kurzfristige Verlagerungen auf andere Abfüller entstehen. Für Aktionä-

re kann dies dazu führen, dass Ausschüttungen nicht oder nur in verringertem Umfang erfolgen und die Beteiligung nur unter Inkaufnahme von Werteinbußen veräußert werden kann. Im äußersten Fall ist ein vollständiger Verlust des von den Aktionären eingesetzten Kapitals nicht ausgeschlossen.

(g) Strategische Risiken aus Expansions- und Produktentscheidungen: Die Emittentin verfolgt laut ihrer Wachstumsstrategie die Erschließung neuer Produktformate, den Ausbau des Tee-Segments sowie die Erschließung neuer geografischer Märkte. Die internationale Expansion erfolgt insbesondere über die Tochtergesellschaften der Emittentin – die LemonAid Beverages Ltd. mit Sitz in London und die Lemonaid & ChariTea SAS mit Sitz in Paris –, die als Vertriebsgesellschaften in ihren jeweiligen Märkten tätig sind. Strategische Entscheidungen hinsichtlich der Priorisierung von Investitionsbudgets auf diese Wachstumfelder basieren auf Prognosen über Marktpotenzial, Wettbewerbsdynamik und Konsumentenakzeptanz, die sich als unzutreffend erweisen können. Fehleinschätzungen können dazu führen, dass getätigte Investitionen – einschließlich der in den Aufbau und Betrieb der ausländischen Tochtergesellschaften investierten Mittel – sich nicht in dem erwarteten Umfang amortisieren oder vollständig abgeschrieben werden müssen; zugleich können Managementkapazitäten und finanzielle Ressourcen gebunden werden, die für das Kerngeschäft fehlen. Verluste der Tochtergesellschaften belasten über Wertberichtigungen auf Beteiligungsbuchwerte oder den Ausfall konzerninterner Forderungen unmittelbar die Ergebnislage der Emittentin. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass Dividenden ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet und eine Veräußerung der Aktien nur zu ungünstigen Konditionen möglich ist. Im Extremfall droht den Aktionären der Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

### (iii) Rechtliche und regulatorische Risiken

Regulatorische und produktspezifische Risiken im Getränkebereich: Als Hersteller und Vertreiber von Getränken unterliegt die Emittentin umfangreichen gesetzlichen Regelungen, u.a. im Lebensmittel- und Hygienerecht, im Verbraucherschutzrecht, im Kennzeichnungs- und Werberecht sowie im Verpackungs- und Abfallrecht. Darüber hinaus unterliegen die Tochtergesellschaften der Emittentin – die LemonAid Beverages Ltd. mit Sitz in London und die Lemonaid & ChariTea SAS mit Sitz in Paris – den jeweiligen nationalen Rechtsordnungen ihrer Sitzstaaten, die von den in Deutschland geltenden Vorschriften abweichen können und eigenständige Compliance-Anforderungen begründen. Änderungen dieser rechtlichen Rahmenbedingungen, etwa strengere Anforderungen an Inhaltsstoffe, Zucker-

oder Zusatzstoffgehalte, verpflichtende Nährwert- oder Herkunftskennzeichnungen, Werbebeschränkungen (insbesondere gegenüber Kindern) oder weitergehende Vorgaben zu Mehrweg- und Pfandsystemen, können zusätzliche Investitionen erfordern, Produktions- und Vertriebskosten erhöhen oder Marketingmaßnahmen einschränken. Darüber hinaus besteht ein Risiko aus Produkt- und Produzentenhaftung. Trotz Beachtung geltender Standards können Produktfehler, Verunreinigungen oder Kennzeichnungsmängel nicht vollständig ausgeschlossen werden. Daraus können Produktrückrufe, Schadensersatzforderungen, behördliche Maßnahmen (einschließlich Bußgeldern) sowie Reputationsschäden resultieren. Für die Anleger kann dies bedeuten, dass Dividenden ausbleiben und der Wert ihrer Aktien sinkt.

#### (iv) Risiken in Bezug auf interne Kontrolle

(a) Risiken aus der Organisations- und Kontrollstruktur einer wachstumsorientierten Gesellschaft: Als wachstumsorientiertes Unternehmen ist die Emittentin gefordert, ihre internen Strukturen, Prozesse und Kontrollsysteme laufend an die Dynamik des Geschäfts und steigende Anforderungen (u.a. regulatorischer, technischer und organisatorischer Art) anzupassen. Es besteht das Risiko, dass vorhandene Systeme und Prozesse – etwa im Bereich Risikomanagement, Compliance, Qualitätskontrolle, IT-Sicherheit oder Datenschutz – mit dem Wachstum der Emittentin nicht in jedem Fall Schritt halten und deshalb Fehler oder Unzulänglichkeiten in internen Abläufen, Berichtswegen oder Kontrollmechanismen auftreten. Unzureichende interne Kontrollen können dazu führen, dass Risiken (z.B. aus Lieferketten, Produkthaftung, Finanz- oder Liquiditätsplanung, Rechts- oder Compliance-Verstößen) zu spät erkannt oder unzureichend adressiert werden. Dadurch können finanzielle Schäden, Haftungsfälle, Reputationsschäden oder Beeinträchtigungen der Geschäftstätigkeit entstehen. Für Anleger kann dies zur Folge haben, dass sich unerwartete Fehler oder Schadensfälle kurzfristig und erheblich im Aktienkurs niederschlagen und sie ihre Beteiligung nur mit Verlust oder im Extremfall gar nicht mehr veräußern können. Zudem können Dividenden geringer ausfallen als erwartet oder gänzlich ausbleiben.

(b) Risiken aus IT-Störungen, Cyberangriffen und Datenverlust: Die Emittentin ist in ihrer Geschäftstätigkeit – einschließlich Auftragsabwicklung, Logistik, Finanzbuchhaltung und internen Steuerungsprozessen – auf den störungsfreien Betrieb ihrer IT-Systeme angewiesen. Technische Ausfälle oder gezielte Cyberangriffe (etwa durch Ransomware oder Phishing) können Geschäftsprozesse unterbrechen, vertrauliche Unternehmensdaten kompromittieren und erhebliche Wiederherstel-

lungs- sowie Haftungskosten verursachen. Datenverluste oder -lecks können zudem aufsichtsrechtliche Maßnahmen und Bußgelder nach der DSGVO sowie Reputationsschäden auslösen. Für Aktionäre kann dies dazu führen, dass Dividenden ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet und eine Veräußerung der Beteiligung möglicherweise nur mit Verlusten möglich ist.

(v) Risiken in Bezug auf umwelt- und sozialpolitische Umstände sowie in Bezug auf die Unternehmensführung

(a) Reputations- und ESG-bezogene Risiken: Die Emittentin positioniert sich mit ihren Produkten in besonderem Maße über Nachhaltigkeit, Fairness und soziales Engagement. Das Vertrauen von Kunden, Geschäftspartnern und weiteren Stakeholdern ist daher wesentlich von der Glaubwürdigkeit dieser Positionierung abhängig. Negative Berichterstattung, Kritik durch Medien, Nichtregierungsorganisationen oder andere Stakeholder, etwa in Bezug auf Arbeits- und Umweltbedingungen in der Lieferkette, die tatsächliche Verwendung sozialer Beiträge oder vermeintliche Diskrepanzen zwischen kommunizierten Werten und tatsächlichem Verhalten, kann die Reputation der Emittentin erheblich beeinträchtigen. Reputationsschäden können sich in rückläufigen Absätzen, erschwerter Neukundengewinnung, der Kündigung von Kooperationen oder dem Verlust von Listungen im Handel niederschlagen. Dies kann dazu führen, dass der Wert der Aktien sinkt, Dividenden ausbleiben und Aktionäre ggf. ihre Aktien gar nicht oder nur zu geringeren Preisen als erwartet verkaufen können.

(b) Risiken aufgrund von Interessenkonflikten: Zum Datum der Erstellung der Infobroschüre ist die Lemonaid & ChariTea Impact GmbH Alleininaktionärin der Emittentin. Alleiniger Gesellschafter der Lemonaid & ChariTea Impact GmbH ist Herr Paul Bethke, der alleiniger Vorstand der Emittentin ist und die Emittentin damit mittelbar beherrscht. Auch nach Durchführung des öffentlichen Angebots ist davon auszugehen, dass Herr Paul Bethke (mittelbar) Mehrheitsaktionär der Emittentin bleiben wird. Aus dieser beherrschenden Stellung können Interessenkonflikte entstehen, insbesondere bei Entscheidungen über die strategische Ausrichtung der Emittentin, die Geschäftspolitik, künftige Kapitalmaßnahmen oder die Dividendenpolitik. Entscheidungen des Mehrheitsaktionärs können von den Interessen der Minderheitsaktionäre abweichen. Eine solche Konstellation kann dazu führen, dass Minderheitsaktionäre auf die Willensbildung in der Hauptversammlung nur in begrenztem Umfang Einfluss nehmen können. Dies kann sich nachteilig auf die Wahrnehmung der Aktionärsrechte und den wirtschaftlichen Wert der Beteiligung von Minderheitsaktionären auswirken.

## (vi) Risiken in Bezug auf die Beschaffenheit der Wertpapiere

(a) Nachrangigkeit der Aktionäre: Die Beteiligung an der Emittentin in Form von Aktien ist mit einem unternehmerischen Risiko verbunden. Entwickelt sich die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der Emittentin negativ, kann dies bis hin zu einer Insolvenz oder Liquidation der Emittentin führen. Im Fall einer Insolvenz oder Liquidation werden zunächst die Forderungen der Gläubiger der Emittentin bedient; erst ein danach möglicherweise verbleibender Überschuss steht den Aktionären zu. Anleger können daher ihr eingesetztes Kapital vollständig verlieren, wenn ein solcher Überschuss nicht besteht.

(b) Risiken im Zusammenhang mit der Dividendenpolitik: Es besteht keine Zusage, Dividenden in einem bestimmten Umfang oder in einem bestimmten Turnus auszuschütten. Die Entscheidung über die Verwendung des Bilanzgewinns trifft die Hauptversammlung auf Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Lage und der Finanzierungsbedürfnisse der Emittentin. Anleger müssen daher damit rechnen, dass in absehbarer Zeit keine oder nur geringe Dividenden gezahlt werden, und sie selbst aufgrund ihrer geringen Stimmrechte in der Hauptversammlung kaum Einfluss auf die Dividendenpolitik nehmen können.

(c) Verwässerungsrisiko durch künftige Kapitalmaßnahmen: Zur Finanzierung ihres zukünftigen Wachstums kann die Emittentin in der Zukunft Kapitalerhöhungen durchführen oder sonstige Eigenkapital- oder eigenkapital-ähnliche Instrumente begeben. Bei Kapitalerhöhungen mit Bezugsrecht verringern sich die Beteiligungsquote und der Stimmrechtsanteil bestehender Aktionäre, sofern sie ihre Bezugsrechte nicht oder nicht vollständig ausüben. Bei Kapitalerhöhungen unter Ausschluss des Bezugsrechts tritt ebenfalls eine Verwässerung der Beteiligungsquote und des Stimmrechts bestehender Aktionäre ein. Solche Maßnahmen können dazu führen, dass sich der Anteil der bisherigen Aktionäre am künftigen Gewinn und an etwaigen Ausschüttungen sowie ihr Einfluss auf die Gesellschaft vermindert, was sich nachteilig auf den wirtschaftlichen Wert ihrer Beteiligung auswirken kann.

## (vii) Risiken in Bezug auf das öffentliche Angebot

(a) Eingeschränkte Handelbarkeit und Illiquidität der Aktien: Die im Rahmen dieser Infobroschüre beworbenen Aktien sind zum Datum der Infobroschüre nicht in den Handel an einem organisierten Markt, einem multilateralen Handelssystem oder einem KMU-Wachstumsmarkt einbezogen. Eine Einbeziehung in einen sol-

chen Handel ist zwar beabsichtigt, aber es besteht das Risiko, dass die Einbeziehung tatsächlich gar nicht oder nicht zu dem beabsichtigten Zeitpunkt erfolgt. Selbst im Falle der Einbeziehung der Aktien in den Handel ist unsicher, ob sich ein liquider Sekundärmarkt für die Aktien entwickelt. Anleger können ihre Aktien möglicherweise nur schwer, nur mit erheblicher zeitlicher Verzögerung, nur zu deutlich unter dem Ausgabepreis liegenden Preisen oder überhaupt nicht veräußern. Die eingeschränkte Handelbarkeit erschwert oder verhindert die Realisierung möglicher Kursgewinne und kann dazu führen, dass Anleger ihre Beteiligung über einen längeren Zeitraum als geplant halten müssen, die Aktien gar nicht verkauft werden können oder Aktionäre im Falle einer Veräußerung Verluste erleiden.

(b) Risiko aus dem fehlenden Erlöszufluss an die Emittentin und dem Ermessensspielraum der Anbieterin bei der Verwendung des Nettoerlöses: Bei dem vorliegenden Angebot handelt es sich um ein reines Verkaufsangebot bestehender Aktien aus dem Bestand der Anbieterin. Der Emittentin fließt aus dem Angebot kein Emissionserlös zu. Der gesamte Nettoerlös steht ausschließlich der Anbieterin zu. Die Anbieterin hat die beabsichtigte Verwendung des Nettoerlöses im zugehörigen Wertpapierprospekt dargestellt. Ein wesentlicher Teil des Nettoerlöses (ca. EUR 24,5 Mio.) ist jedoch keinem konkreten Verwendungszweck zugeordnet und fließt in die freie Liquiditätsreserve der Anbieterin. Die Anbieterin hat zwar erklärt, diese Mittel für Investitionen der Emittentin zur Verfügung stellen zu wollen; eine rechtliche Verpflichtung hierzu besteht jedoch nicht. Es steht der Anbieterin frei, über die Verwendung dieser Mittel nach eigenem Ermessen zu entscheiden. Es besteht daher das Risiko, dass die Anbieterin die Mittel nicht, nicht rechtzeitig oder nicht in dem von den Anlegern erwarteten Umfang zugunsten der Emittentin einsetzt. In diesem Fall stünden der Emittentin weniger Mittel für Investitionen und Wachstum zur Verfügung als von den Anlegern bei ihrer Anlageentscheidung möglicherweise erwartet, was die Umsetzung der Wachstumsstrategie der Emittentin beeinträchtigen kann. Für Aktionäre kann dies bedeuten, dass Dividenden ausbleiben oder geringer ausfallen als erwartet und der Wert der Aktien sinkt.



**Dies ist eine Werbung im Sinne der EU-Prospektverordnung und kein Prospekt. Maßgeblich für eine Anlageentscheidung ist ausschließlich der veröffentlichte Wertpapierprospekt. Der Prospekt ist unter folgendem Link abrufbar: [www.bethechange.lemon-aid.de](http://www.bethechange.lemon-aid.de) Potenzielle Anleger sollten den Wertpapierprospekt lesen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen, um die potenziellen Risiken und Chancen der Entscheidung, in die Wertpapiere zu investieren, vollends zu verstehen. Die Billigung des Wertpapierprospektes durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (Bafin) ist nicht als Befürwortung der angebotenen Wertpapiere zu verstehen. Die Anlage in Aktien ist mit Risiko verbunden. Der Wert Ihrer Anlage kann steigen oder fallen und Sie erhalten möglicherweise nicht den investierten Betrag zurück.**

Stand: 6. Juli 2026