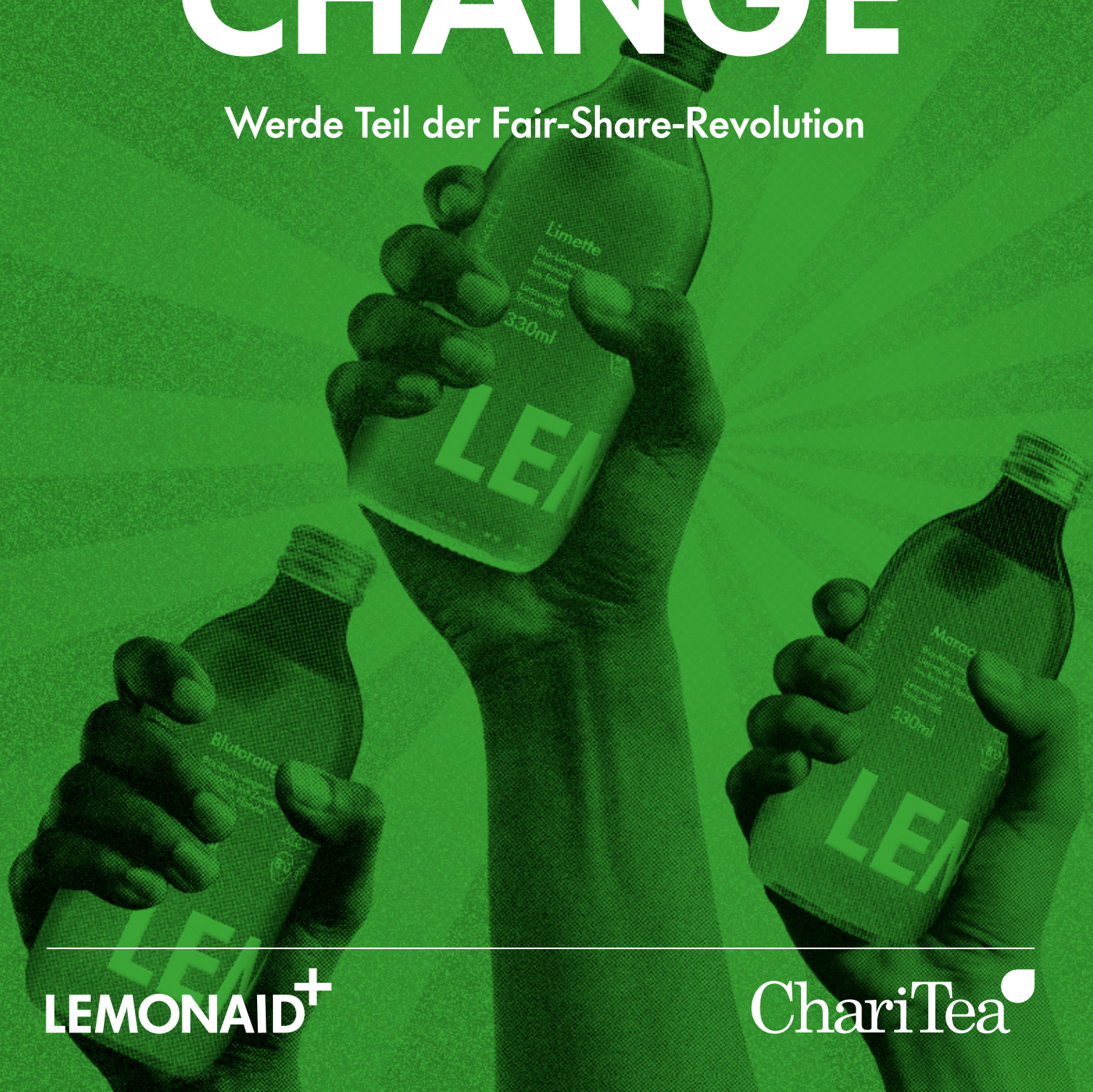


BE THE CHANGE

Werde Teil der Fair-Share-Revolution



LEMONAID⁺

ChariTea[•]

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

1

**STEIG IN DIE
LIMO EIN**

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.**

**EU-Bio-zertifiziert • Fairtrade-zertifiziert • 0,05 €
pro Flasche für soziale Projekte**



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 Fairtrade-zertifizierten 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.

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

ANBIETERIN	Anbieterin der Aktien ist die Lemonaid & ChariTea Impact GmbH. Sie hält 100 % der Anteile an der Emittentin und ist zu 100 % in Gründerhand.
WO KANN ICH KAUFEN / VERKAUFEN?	Über die von der GLS Bank initiierte Crowd Plattform GLS Crowd, die Plattform WIWIN und deren jeweilige Partner. Die Emittentin beabsichtigt, nach dem Abschluss des öffentlichen Angebots die Einbeziehung der Aktien in den Freiverkehr an der Börse München zu beantragen.
WIE LANGE KANN ICH KAUFEN?	Der Verkauf der Aktien läuft für maximal ein Jahr. Er kann jedoch jederzeit vorzeitig beendet werden.
PERFORMANCE DES UNTERNEHMENS	Das Unternehmen hinter den Marken Lemonaid und ChariTea ist seit seiner Gründung im Umsatz um durchschnittlich 39 % pro Jahr gewachsen. Dies entspricht einer Verhundertdreißigfachung



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 bisschen euer 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, Aktio-
när*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 mehr-
fach bewiesen.

Als unsere Getränke wegen ihres
geringeren Zuckergehalts von einer
absurden deutschen Richtlinie be-
nachteiligt 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: EURE
INVESTITION LÄSST
UNS WACHSEN. UND
WÄCHST DER
VERKAUF, WÄCHST
AUTOMATISCH AUCH,
WAS AN UNSEREN
VEREIN GEHT.**

**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 Getränkekiste.*

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 bewusst ausschließlich durch unsere Partner verkauft:

GLS Crowd, 2017 von der GLS Bank initiiert, sowie WIWIN, die digitale Investment-Plattform für Erneuerbare Energien, Startups und Immobilien.

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

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 Aktienausabe 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 Unternehmen mit Social Business Modell (siehe S. 7) und Bio- und Fairtrade-zertifizierten Inhalten 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

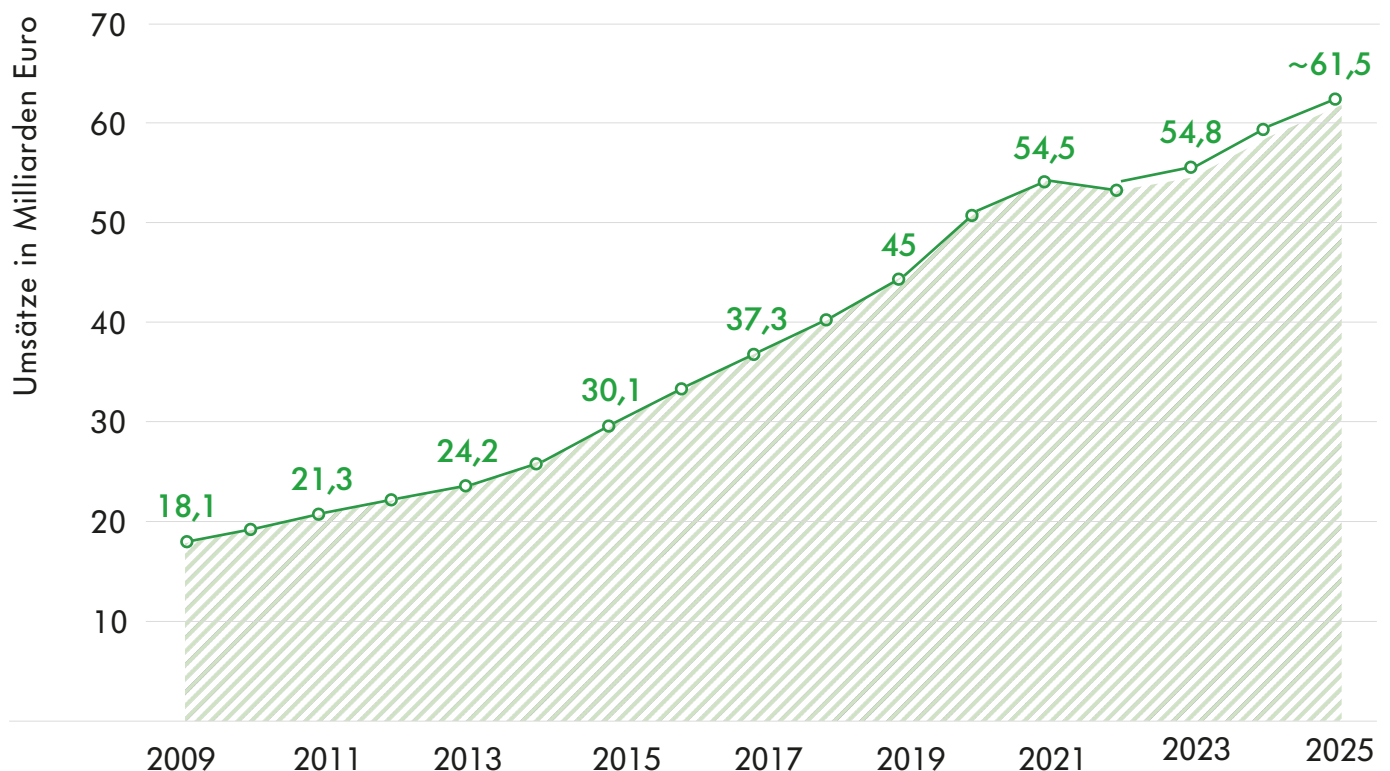
PERFORMANCE VON GRÜNDUNG BIS HEUTE

DIE WELT BRAUCHT MEHR VON DIESER SORTE

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

pekte bei ihren Kaufentscheidungen¹. Und die Nachfrage nach natürlichen, gesundheitsbewussten und fair produzierten Produkten wächst stetig².

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



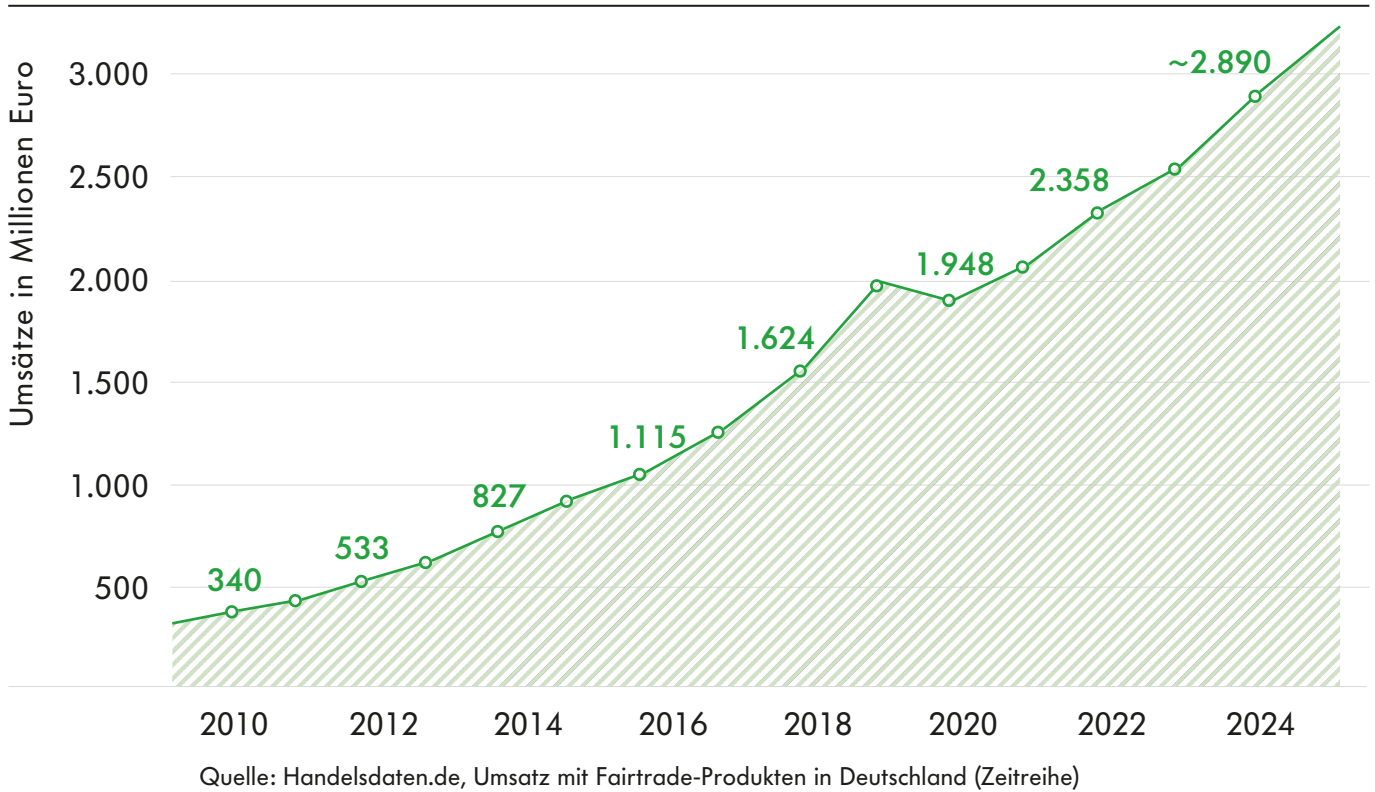
Quelle: Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) via Statista

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



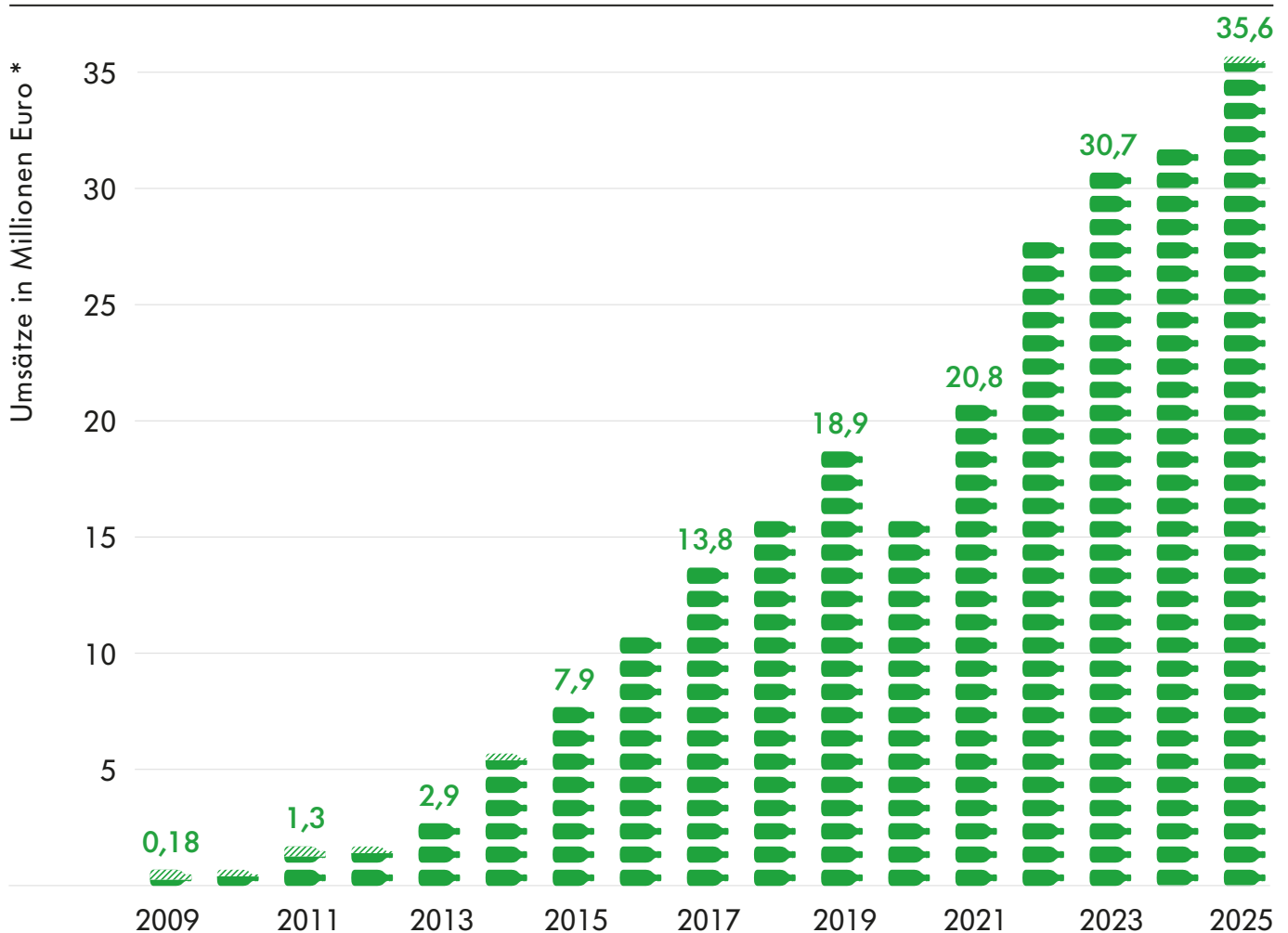
Bruttoumsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland in den Jahren 2010 – 2025



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 Milliarden Euro für fair gehandelte Produkte. 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 Lebenshaltungskosten².

Mit Lemonaid & ChariTea sind wir seit 2009 – ausgezeichnet mit dem Deutschen Gründerpreis 2016 – ein Pionier im Bereich Social Business in Deutschland. Ausgehend von der Szenegastroonomie 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. Daraus er-

Umsatzentwicklung von Lemonaid & ChariTea in den Jahren 2009 – 2025



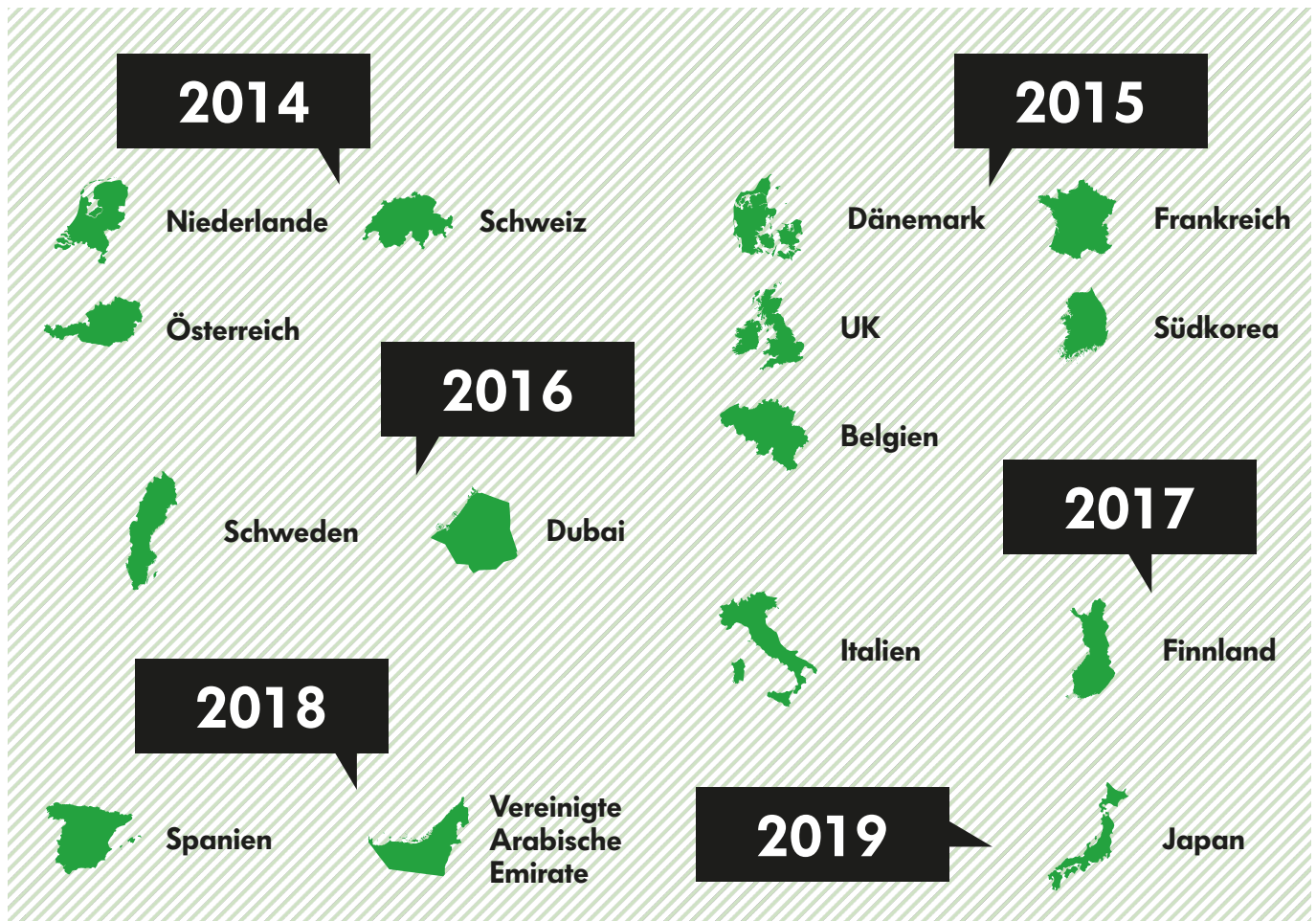
* Aggregierte Umsatzerlöse der Lemonaid Beverages AG und ihrer Tochtergesellschaften.

gibt sich weiterhin erhebliches Wachstumspotenzial, das wir mit unserer bestehenden Markenbekanntheit und Positionierung im Sinne unserer „Trinken hilft“-Mission nutzen wollen. Seit 2009 verzeichnen unsere Absätze – abgesehen von einer „Corona-Delle“ – eine kontinuierlich positive Entwicklung.

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⁺

Unsere Limonaden



Hergestellt aus besten
Direktsäften



Ohne Konservierungsstoffe
oder künstliche Aromen



Orange	Erfrischend anders, aber ganz vertraut: Fruchtige Orangenlimonde mit einer leichten Zitrusnote.	Wasser, Bio-Orangensaft, Bio-Zitronensaft, Bio-Rohrzucker, Kohlensäure.
Limette	Der Limonaden-Klassiker mit dem reinen Saft der Limette.	Wasser, Bio-Limettensaft, Bio-Rohrzucker, Kohlensäure.
Ingwer	Erfrischende Limonade mit viel Ingwer und spritzigem Zitronensaft.	Wasser, Bio-Zitronensaft, Bio-Rohrzucker, Bio-Ingwerpüree, Kohlensäure.
Blutorange	Fruchtige Blutorangen-Limonade, verfeinert mit Grapefruit, Orange, Zitrone und Kirsche.	Wasser, Bio-Blutorangensaft, Bio-Rohrzucker, Bio-Grapefruitsaft, Bio-Zitronensaft, Bio-Orangensaft, Bio-Kirschsaft, Kohlensäure.
Maracuja	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
aufgebrühtem Tee



Ohne Aromen, Konservierungs-
stoffe und Geschmacksverstärker



mate	Matetee und Schwarztee mit Orange und Zitrone.	Aufguss aus Bio-Mate- und Bio-Schwarztee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Orangensaft, Bio-Zitronensaft, Kohlensäure.
green	Grüntee mit Ingwer und Honig.	Aufguss aus Bio-Grüntee und Bio-Ingwer, Bio-Agavendicksaft, Bio-Honig, Bio-Zitronensaft.
red	Rooibos-Tee mit Passionsfrucht.	Aufguss aus Bio-Rooibos-Tee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Passionsfruchtsaft, Bio-Holundersaft.
black	Schwarztee mit Zitrone.	Aufguss aus Bio-Schwarztee, Bio-Agavendicksaft, Bio-Zitronensaft.
mate ginger sugar free	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.
mint sugar free	Zuckerfreie Minzteemischung mit Passionsfrucht, ohne Süßstoffe.	Aufguss aus Bio-Minzteemischung, Bio-Passionsfruchtsaft.



Mit Bio-Zutaten aus fairem Handel



Ohne künstliche Aromen, Farbstoffe und andere Zusätze



Unsere Tees

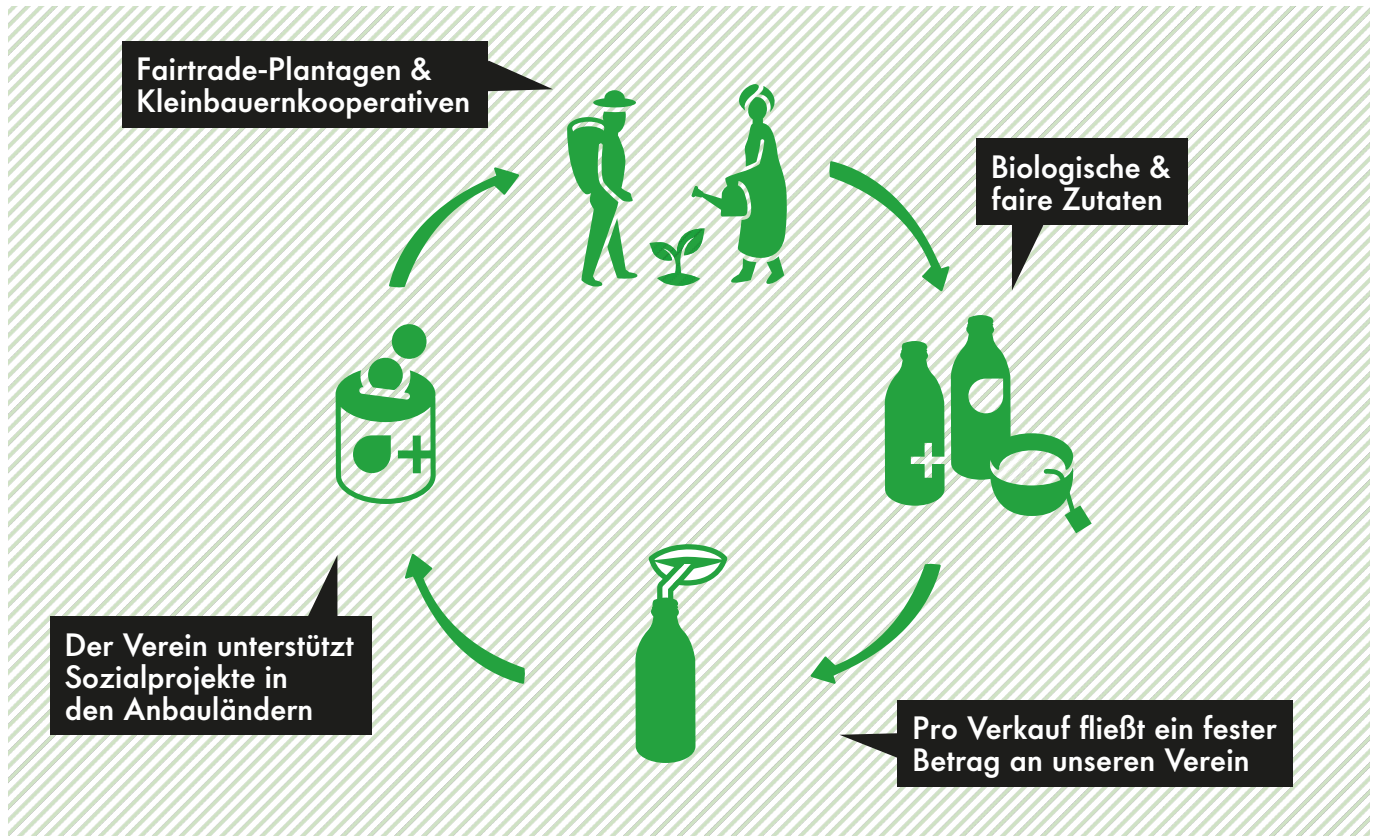
Unsere Zutaten sind ökologisch angebaut und fair gehandelt (Fairtrade). So unterstützen wir eine ökologische und gerechtere Landwirtschaft.

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 menschenverachtenden 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 Teepackung zusätzlich zum fairen Handel soziale Projekte in Lateinamerika, Afrika und Asien. Die Auswahl, Projektbegleitung und Mittelvergabe leistet der gemeinnützige Lemonaid & ChariTea e.V.

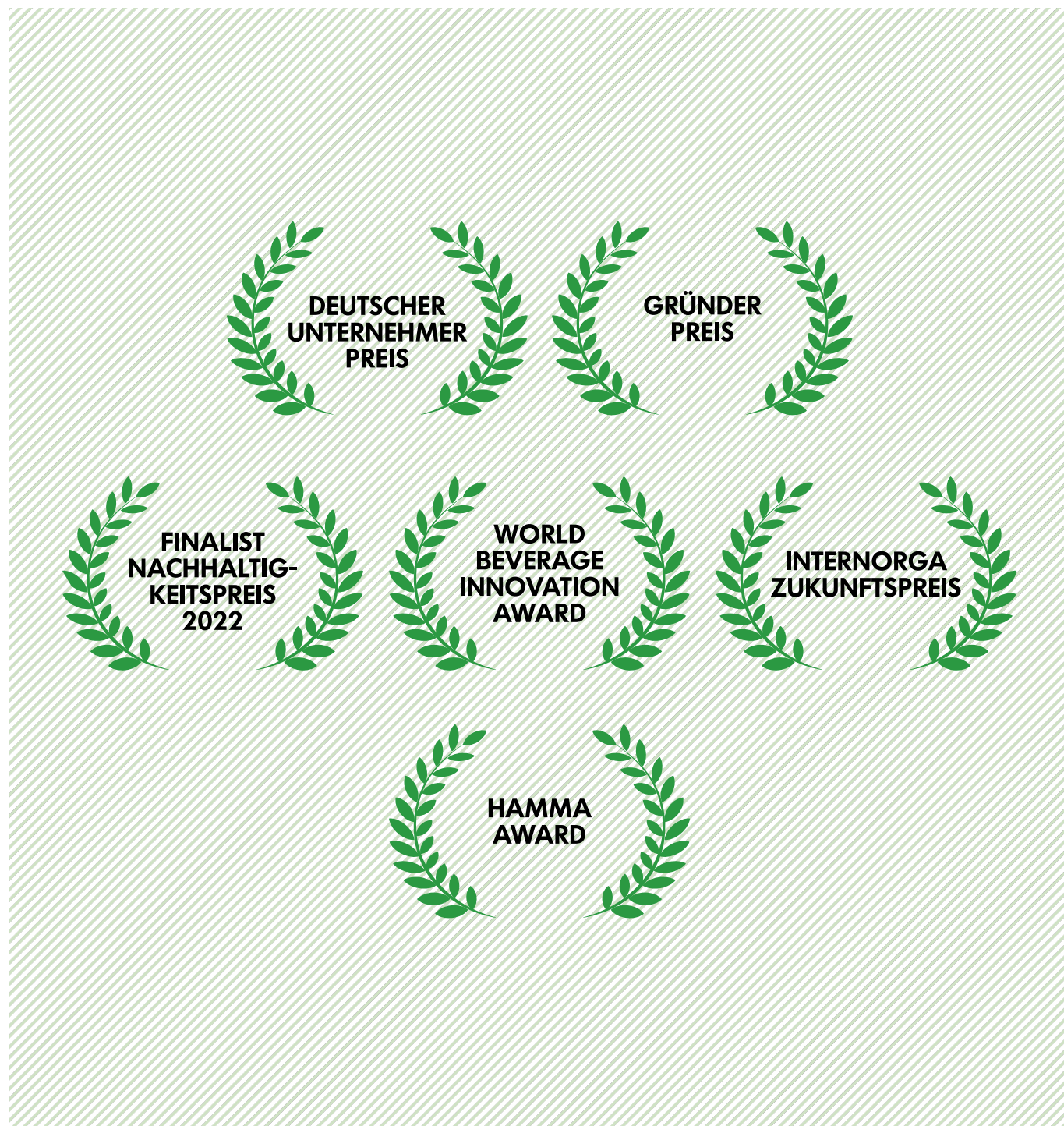
SEIT UNSERER GRÜNDUNG KAMEN SO SCHON VIELE MILLIONEN EURO FÜR 97 SOZIALPROJEKTE IN 9 LÄNDERN ZUSAMMEN.

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



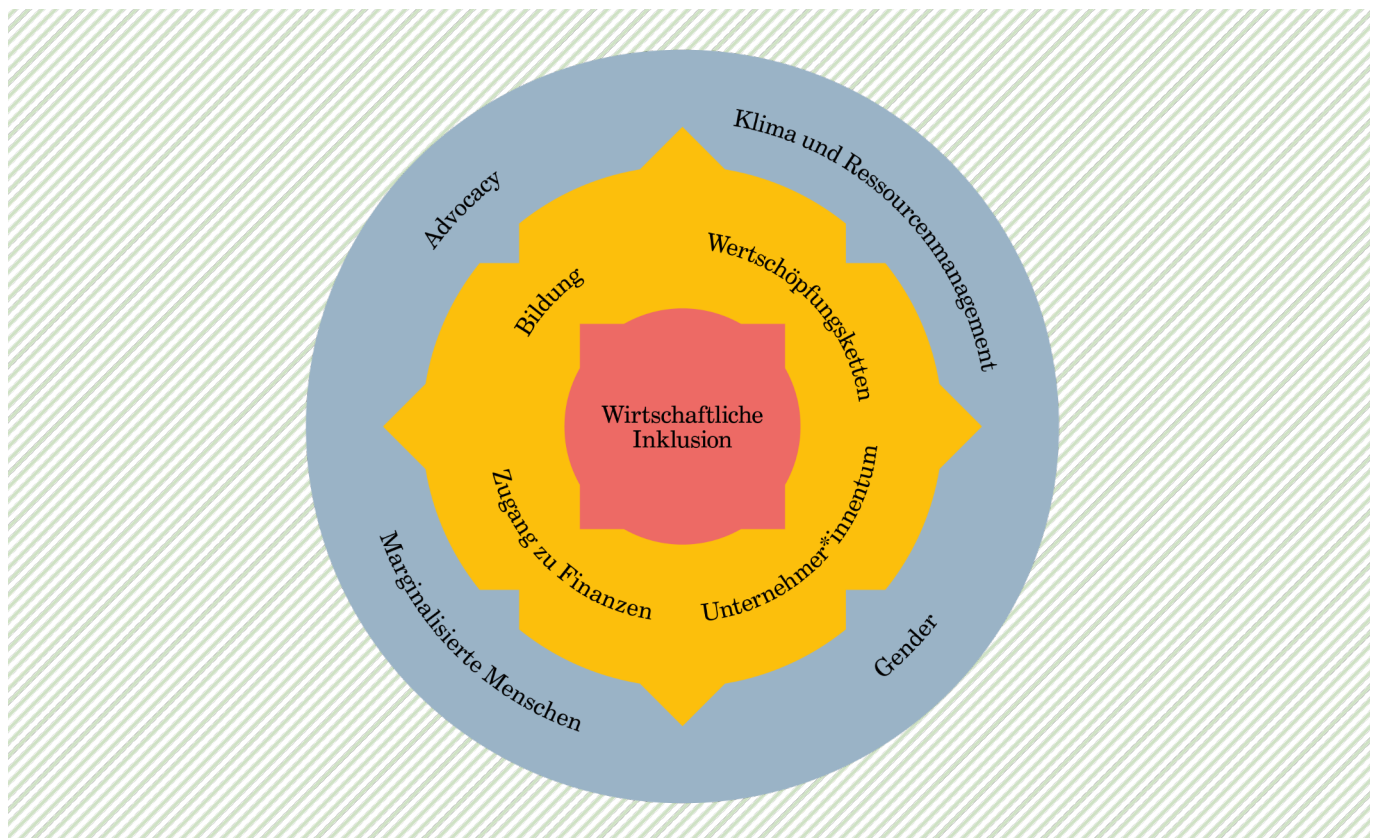
Deutscher Unternehmerpreis 2014 | Gründerpreis 2016 | Finalist Nachhaltigkeitspreis 2022 | World Beverage Innovation Award 2015 | Internorga Zukunftspreis 2012 | Hamma Award 2017

3.3

DER LEMONAID & CHARITEA E.V.

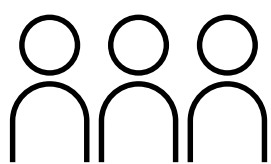
Wir fördern regionale Projekte, die von Partnerorganisationen vor Ort geplant und umgesetzt werden. Auf Grundlage unserer Erfahrungen aus den letzten Jahren haben sich Schwerpunktthemen herauskristallisiert, die wir bei der Auswahl von Projektvorschlägen besonders berücksichtigen.

Lemonaid & ChariTea e.V.



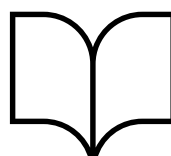
DER IMPACT

*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-
Entrepreneurship

Aileen Puhlmann
Vorständin des gemeinnützigen
Lemonaid & CharlTea E.V

Christoph Korittke,
Strategieberater und Unternehmer

Jackson Irvine
Ehemaliger 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 Entrepreneur

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

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

Capital

Urologe bittet Männer mit vergrößerter Prostata diesen Trick zu nutzen (jeden Abend)
Top-Experte enthüllt: So bekommen Sie Prostata, Pinkeln und Potenz mit 30-Sekunden-Trick ganz natürlich in den Griff

**DOCH NICHT ZU SOZIAL
Lemonaid gewinnt „absurden Prozess“ gegen das Finanzamt**

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



WirtschaftsWoche

LIMONADENHERSTELLER
Getränkekonzerne scheitern mit Übernahmeangeboten für Lemonaid

von Stephan Knipps
02. Oktober 2020



Limo und Eiste mit gutem Gewissen: Das interessiert auch große Getränkekonzerne
Bild: Presse



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 beigeemengt, 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

Tests · Hilfe · Ratgeber · News · Schwerpunkt · Also · Shop

Home · News · Mindestzuckergehalt gekippt: Limonade muss nicht mehr 7 % Zucker enthalten

News

Mindestzuckergehalt gekippt: Limonade muss nicht mehr 7 % Zucker enthalten

Der Getränkehersteller Lemonaid sollte seine Limonade nicht mehr als solche verkaufen, weil zu wenig Zucker enthalten war: Nach mehr als fünf Jahren gibt es für die Firma nun eine gute Nachricht.

Autoren: dpa/epd/epd: Essen und Trinken | 28.09.2024



Die beliebtesten Tests
von Essen und Trinken

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

#2: Test
Porridge im Test: Best-
noten in den Top 10
– mit 4,5 Punkten

#3: Test
Studentenfutter: (PFAS-)Pestizide und
Mineralöl verderben
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

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: <https://bethechange.lemon-aid.de>. Potenzielle Anleger*innen 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: 22.09.2026