

# Jahresbericht

## Hilfe zur Selbsthilfe: Solar- und Energiesparkocher für Madagaskar 2023

Datum: 18.03.2024

Autorin: Rita Bachmann, Partnerschaften ADES



L'équipe d'ADES à Ambovombe



Strassenköchin in Ampanihy.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1.Executive Summary .....</b>	<b>2</b>
<b>2.Projektfortschritt für Outcome 1: Ausweitung der Solar- und Energiesparkocher in Madagaskar.....</b>	<b>3</b>
2.1. Outcome: Erhöhung der Produktion von sauberen Kochern .....	3
2.2. Output: Konkrete Aktivitäten in der Produktion und mit neuen Produkten .....	3
2.3. Outcome: Verkauf, erhöhtes Bewusstsein und Wissen .....	5
2.4. Output: Konkrete Aktivitäten im Verkauf und der Umweltsensibilisierung .....	5
<b>3.Projektfortschritt Outcome 2: Verbesserte wirtschaftliche Bedingungen und soziales Wohlergehen.7</b>	<b>7</b>
3.1. Outcome: Selbständige Wiederverkaufende, Frauen als Schlüssel zum Erfolg .....	7
3.2. Output: Externe Ausbildungen.....	7
3.3. Outcome: Interne Ausbildungen und Finanzierung des Schulgeldes für Kinder.....	8
3.4. Output: Konkrete Beispiele zu Ausbildungen .....	8
3.5. Output: Schulgeld 2023 für alle Kinder von ADES Mitarbeitenden .....	9
3.6. Output: Mitarbeiterumfrage - Herausforderungen und Erkenntnisse: .....	9
<b>4.Projektfortschritt Outcome 3: Reduktion von Biomasseverbrauch und Treibhausgasemissionen....</b>	<b>10</b>
<b>5.Finanzbericht 2023 .....</b>	<b>11</b>
5.1. Finanzielle Abweichungen .....	12
<b>6.Results Framework 2023 auf Anfrage .....</b>	<b>12</b>
<b>7.Fazit und Ausblick.....</b>	<b>12</b>

# 1. Executive Summary

Dieser Bericht für das Jahr 2023 zeigt Erfolge und Herausforderungen von ADES bei der Produktion und dem Vertrieb von Solar- und Energiesparkochern. ADES Kochlösungen ermöglichen «clean cooking» und verbessern die finanzielle und gesundheitliche Situation madagassischer Familien. Gleichzeitig schützen die Kocher durch eine Verringerung des Brennstoffbedarfs nachhaltig die Wälder Madagaskars.

Neben verschiedenen internationalen Auszeichnungen in den letzten Jahren wächst auch die Aufmerksamkeit in der Schweiz. Mit der NZZ und dem Blick berichteten Anfang Januar 2024 gleich zwei Medien mit nationaler Reichweite über die Erfolge von ADES. Die NZZ lobt ADES als Vorzeigemodell, wie Umweltschutz im globalen Süden sinn- und wirkungsvoll erreicht werden kann.

**Produktion und Entwicklungen im Bereich Solarenergie:** Vor allem das erste halbe Jahr hielt für unsere Produktion verschiedene unerwartete Herausforderungen bereit. Zyklone führten zu Unterbrüchen in unseren Werkstätten und ein Brand bei unserem Produktionspartner Bionerr Ende 2022 führte zu einem monatelangen Produktionsunterbruch. Bis Mitte des Jahres erreichte die Produktion nur 37 Prozent des Jahresziels und lag weit hinter dem angestrebten Wachstum zurück. ADES reagierte mit schneller und unbürokratischer Hilfe an Bionerr und verschiedenen weiteren Massnahmen, wie der Inbetriebnahme zusätzlicher Produktionslinien in unseren Werkstätten. Dadurch konnte das Jahresziel von 100 000 Kochern trotz aller Schwierigkeiten zu 97 Prozent erreicht werden.

ADES konnte dabei die produktionsstärksten Monate ihrer Geschichte realisieren. Dank der Schaffung der Stelle eines technischen Direktors, der als Schnittstelle zwischen der Schweiz und Madagaskar fungiert, wird die Qualität der Produktion langfristig sichergestellt. Die Hinzunahme der neuen Metallwerkstatt letztes Jahr und Forschungs- und Entwicklungsprojekte mit Partnern wie der Hochschule Luzern und Power-Blox, markierten erfolgreiche Fortschritte bei der Förderung von saubereren Kochtechnologien.

**Vertriebs- und Verkaufsstrategie:** Mit fast 88 000 verkauften Kochern erreicht ADES zwar einen neuen Rekord, blieb jedoch trotzdem deutlich hinter dem ambitionierten Wachstumsziel von 100 000 Kochern zurück. Wegen der Produktionsengpässe im ersten Halbjahr fielen diverse Verkaufsmassnahmen aus und Grosskunden wie auch Wiederverkaufende konnten nur mit teilweise grosser Verspätung beliefert werden. Zudem mussten wir zeitweise eine signifikante Anzahl unseres Verkaufspersonals abziehen, um während Wochen Probleme bei der Datenlage für unsere CO<sub>2</sub>-Zertifizierung zu beheben. Unser Verkaufsteam erreichte in den letzten Monaten des Jahres neue Verkaufsrekorde von über 10 000 Kochern pro Monat. Dies bestätigt, dass das verpasste Jahresziel realistisch gesetzt war und mit weniger negativen Rahmenbedingungen künftig erreicht werden kann.

**Sensibilisierung und Wissensverbreitung:** ADES führte wirkungsvolle Sensibilisierungskampagnen durch und erreichte 250 000 Personen durch Kochdemonstrationen, über Medienkanäle und durch Partnerschaften.

**Wirtschaftliche Bedingungen und soziales Wohlbefinden:** ADES arbeitete erfolgreich mit unabhängigen Wiederverkaufenden zusammen. Wir boten Schulungen und Unterstützungen an und erreichten unsere Rekrutierungsziele. Das Vertriebsnetz umfasst, neben unseren eigenen Kanälen, per Ende 2023 insgesamt 242 Personen. Initiativen zur beruflichen Weiterentwicklung, zur Stärkung der Geschlechtergleichstellung und Investitionen in die Bildung der Kinder von Mitarbeitenden zeigten das Engagement von ADES für ganzheitliche Entwicklung.

**Zusammenfassung und Ausblick:** Trotz einiger Herausforderungen wie Produktionsengpässen hat ADES durch ihre Flexibilität und strategische Anpassungen positive Ergebnisse erzielt. Wir planen unser Vertriebsnetz zu erweitern, wobei das Engagement für die Inklusion aller Kunden im Mittelpunkt steht, und wir werden gleichzeitig Logistik- und Marketingaktivitäten weiter verbessern.

Die kürzlich erfolgte Ernennung eines neuen technischen Direktors soll langfristig die Produktionsqualität gewährleisten. Obwohl das Verkaufsziel nicht ganz erreicht wurde, zeigt der Erfolg von ADES trotz unvorhergesehener Ereignisse, dass die Verkaufszahlen gesteigert werden konnten.

Vielen herzlichen Dank für Ihr Vertrauen in unsere Arbeit und viel Spass beim Lesen.

## 2. Projektfortschritt für Outcome 1: Ausweitung der Solar- und Energiesparkocher in Madagaskar

### 2.1. Outcome: Erhöhung der Produktion von sauberen Kochern

#### 2.1.1. Produktion - Erfolge und Schwierigkeiten

Das Jahr 2023 hielt verschiedene Herausforderungen bereit. Zyklone führten zu Unterbrüchen in unseren Werkstätten und ein Brand bei unserem Produktionspartner Bionerr Ende 2022 führte zu einem monatelangen Produktionsunterbruch. Bis Mitte des Jahres erreichte die Produktion nur 37 Prozent des Jahresziels und lag weit hinter dem angestrebten Wachstum zurück. Schnelle und unbürokratische Hilfe an Bionerr und verschiedene Massnahmen, wie die Inbetriebnahme zusätzlicher Produktionslinien in unseren Werkstätten, ermöglichten es, trotz aller Schwierigkeiten, bis Ende Jahr das Ziel von 100 000 Kochern zu 97 Prozent zu erreichen. ADES konnte dabei die produktionsstärksten Monate ihrer Geschichte realisieren.

Die Hinzunahme der neuen Metallwerkstatt letztes Jahr und Forschungs- und Entwicklungsprojekte mit Partnern wie der Hochschule Luzern und dem Unternehmen Power-Blox markierten erfolgreiche Fortschritte bei der Förderung von sauberen Kochtechnologien.

### 2.2. Output: Konkrete Aktivitäten in der Produktion und mit neuen Produkten

#### 2.2.1. Produktion

Die Rekordproduktion von Energiesparkochern in den letzten Monaten 2023 zeigt, dass die ambitionierten Produktionsziele erreichbar sind. Gleichzeitig wurde die Lagerverwaltung für Fertigprodukte verbessert. Dadurch konnte ein Lagerbestand bereitgestellt werden, der Lieferengpässe zu Jahresbeginn 2024 verhindert. Um unsere weiteren Produktionsziele zu erreichen, werden wir in unseren drei etablierten Fabriken eine weitere Montagelinie aufbauen und das Logistiksystem neu organisieren.

#### 2.2.2. Erkenntnisse

Unsere Produktion wird immer wieder von unvorhergesehen Problemen unterbrochen. Aufgrund der schlechten Infrastruktur und dem stark begrenzten Zugang zu Ersatzmaterial auf Madagaskar ist vorausschauende Planung zentral.

Um die Qualität unserer Produktion langfristig sicherzustellen, hat sich ADES dazu entschieden, als Schnittstelle zwischen der Schweiz und Madagaskar die neue Stelle «Technischer Direktor/Technische Direktorin» zu schaffen. Die neue Fachperson hat zur Aufgabe die Erreichung der Produktionsziele langfristig sicherzustellen.

#### 2.2.3. Neues Produkt «Le Madio»:

Im vierten Quartal hätten Verkaufstests mit dem neuen Metallkocher «Le Madio» stattfinden sollen. Wegen Verzögerungen bei der Zollabfertigung standen 3000 importierte Kocher der kenianischen Firma Burn Stoves jedoch erst im Jahr 2024 zur Verfügung. Die Marktstudie wurde daher auf 2024 verschoben. Bei einem erfolgreichen Verlauf sollen Einzelteile der Kocher importiert und in grossen Stückzahlen in Madagaskar endmontiert werden. Mit dem neuen Produkt will ADES die Nachfrage befriedigen, welche unsere Produktionskapazitäten übersteigt. Dadurch werden weitere Arbeitsplätze und Wertschöpfung in Madagaskar geschaffen, während die zusätzlichen Kocher noch mehr Wald schützen. Der Metall-Sparkocher soll im obersten Preissegment in die Produktpalette von ADES integriert werden.



### 2.2.3.1. Zusammenarbeit mit der Hochschule Luzern

Die Hochschule Luzern (HSLU) entwickelt zusammen mit ADES thermische Energiespeicher für Solarkocher. Studenten der Fachrichtungen Maschinen und Umwelt-Ingenieurwesen erstellen Bachelorarbeiten zum Thema. Die Forschung ist mittlerweile fortgeschritten und Funktionsmodelle zeigen grosses Potential für die Zukunft. Mit thermischen Energiespeichern kann Sonnenenergie (aber auch Wärme aus anderen Quellen) ohne elektrische Batterien gespeichert und Kosten und Umweltrisiken von elektrischen Lösungen auf elegante Weise vermindert werden. Im Rahmen einer vierten Bachelorarbeit finden im Mai 2024 erste Produkttests in Madagaskar statt.



*Die Leistung unseres Prototyps eines thermischen Wärmespeichers wird gemessen.*

### 2.2.3.2. Zusammenarbeit mit Power-Blox

Mit dem Industriepartner Power-Blox entwickelt ADES eine neue Generation an Elektrokochern, welche auf die speziellen Bedürfnisse und Gegebenheiten in Madagaskar ausgerichtet sind. Aktuell finden Produkttests mit Prototypen in Madagaskar statt. Von der Auswertung erhofft sich ADES wichtige Hinweise auf nötige Verbesserungen, Akzeptanz und Potenzial der neuen Kocher. Eine Erstserie von 220 Produkten soll bis Ende 2025 fertiggestellt werden. Eine mögliche Anmeldung für eine CO<sub>2</sub>-Zertifizierung und eine Sammlung von Nutzerdaten per GPS-Modul werden ebenfalls geprüft.



*eCooker mit neuem Gehäusekonzept.*

### 2.2.4. Output: Bericht über Sicherheitsvorschriften und Verbesserungen in den Fabriken

Im Zuge unserer Bestrebungen nach kontinuierlicher Verbesserung und der Gewährleistung höchster Sicherheitsstandards haben wir die Sicherheitsvorschriften in unseren Fabriken umfassend überprüft. Nachfolgend eine Zusammenfassung nur einiger getroffenen Massnahmen und ihrer Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit.

Für die Aktivität des Steinbrechens, "Concasseur Argile", wurden umfangreiche persönliche Schutzausrüstungen eingeführt, was zu keinen gemeldeten Arbeitsunfällen führte. Im Bereich Malaxage/Boudineuse/Prémoule wurden trotz Sicherheitsmassnahmen zwei Arbeitsunfälle gemeldet, was die Notwendigkeit einer fortlaufenden Überprüfung und Verbesserung der Sicherheitsvorkehrungen zeigt. In der Presse- und Malereiabteilung wurden ebenfalls Sicherheitsmassnahmen ergriffen, wobei keine Unfälle gemeldet wurden.

## 2.3. Outcome: Verkauf, erhöhtes Bewusstsein und Wissen

### 2.3.1. Verkauf - Erfolge und Schwierigkeiten

Im Jahr 2023 stellte ADES mit dem Verkauf von 87 347 Kochern einen neuen Verkaufsrekord auf. Trotzdem wurde das Ziel von 100 000 Kochern verpasst. Im ersten Halbjahr 2023 waren nur 31 Prozent des geplanten Verkaufs-Jahressolls erreicht worden. Aufgrund von Trocknungsproblemen der Tonkerne im Frühling standen zu wenige Kocher für den Verkauf zur Verfügung, auch der Brand bei Bioner führte zu einem Produktionsrückstand. Zusätzlich mussten signifikante personelle Ressourcen über Wochen vom Verkauf abgezogen werden, um Probleme mit der Datenqualität für die CO<sub>2</sub>-Auditierung unserer Kocher zu lösen.

**Erkenntnisse:** Im Verkauf schaffte ADES im letzten Quartal jedoch auch einen Turnaround und erreichte neue Rekordwerte von mehr als 10 000 Kocherverkäufen pro Monat. Diese erfreulichen Zahlen reichten jedoch nicht, um nach dem Verkaufsrückstand zur Jahreshälfte das angestrebte Wachstum noch zu erreichen. Die Ergebnisse der letzten Monate bestätigen jedoch, dass die Zielsetzung grundsätzlich realistisch war und bei weniger ungeplanten Herausforderungen im Jahr 2024 erreicht werden kann.

Erfreulich sticht das starke Wachstum unserer grossen Energiesparkocher (OLI-60b) auf Holzbasis heraus. Diese werden vor allem in Kantinen und Grossküchen verwendet. Das Wachstum konnte vor allem dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen wie dem WWF erreicht werden. Im Vergleich zum Vorjahr konnten die Zahlen um 143 Prozent erhöht werden.



Sensibilisierungen und Atmosphäre in Ambinanindovoka.



Handwerkstradition im Süden: Frauen fertigen Transportkörbe für Kocher

## 2.4. Output: Konkrete Aktivitäten im Verkauf und der Umweltsensibilisierung

### 2.4.1. Verkauf von ADES Produkten bis Ende 2023

Produkt	Ziel 2023	Verkäufe bis 30.06.2023	Zielerreichung	Verkäufe 2023	Zielerreichung
Solarkocher	743	172	23 %	299	40 %
OLI-45b	14 529	500	3 %	2 773	19 %
OLI-45c	1 861	954	51 %	1 943	104 %
OLI-60b	535	612	114 %	1 625	304 %
OLI-60c	263	137	52 %	235	89 %
OLI-28b	14 421	3 920	27 %	6 690	46 %
OLI-28c	70 159	25 874	37 %	73 722	105 %
Parabol	188	36	19 %	60	32 %
<b>Total</b>	<b>102 699</b>	<b>32 205</b>	<b>31 %</b>	<b>87 347</b>	<b>85 %</b>

### 2.4.2. Output Vertriebskanal und Marktpenetration

Der Verkauf erfolgte zu 22 Prozent über den direkten Vertriebskanal durch die 13 Regionalbüros von ADES, zu 65 Prozent über die landesweit verteilten Wiederverkaufenden und zu 13 Prozent durch lokale Partnerschaften. Die ADES Verkaufenden in den Showrooms und die Wiederverkaufenden betreiben Sensibilisierung, sorgen für Sichtbarkeit und treiben den Verkauf voran.

Vertriebskanal	Ziel 2023	Verkäufe 2023
Direktverkauf über ADES Regionalbüros	15 %	22 %
Wiederverkaufende	70 %	65 %
Partnerschaften	15 %	13 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Im Jahr 2023 wurde eine vollständige Marktpenetration in allen 23 Regionen Madagaskars erreicht.

Ausweitungen der Aktivitäten	Ziel 2023	Erreicht 2023	Zielerreichung
Marktdurchdringung in allen 23 Regionen Madagaskars	23	23	100 %
Marktentwicklung / Orten	340	330	97 %
Marktpenetration ganz Madagaskar	3,4 %	3,4 %	100 %
Wiederverkaufende	242	242	100 %

#### 2.4.3. Verkaufsstrategie 2023

Unsere Verkaufsstrategie wurde Ende 2022 gesetzt und galt für das ganze Jahr. Die insgesamt 242 unabhängigen Wiederverkaufenden spannen ein Vertriebsnetz über die ganze Insel. Sie sind für 65 Prozent aller Verkäufe verantwortlich. Die enge Begleitung und der weitere Ausbau dieses Vertriebsnetz sind zentral für unsere Verkaufsstrategie.

Die Ausstellungsräume bei ADES und Veranstaltungen bleiben Eckpfeiler der Marketingstrategie, indem sie Gemeinschaften zusammenbringen und unser Unternehmen sowie unsere Produkte in den Fokus rücken. Parallel intensivieren wir in digitale Kommunikation, um die Botschaft weiter zu tragen und unsere Zielgruppe effizienter zu erreichen.

#### 2.4.4. Output Leave no one behind

Auch für die «Leave no one behind» Gegenden konnten wir im Jahr 2023 auf die Wiederverkaufenden und Partnerorganisationen zählen. Sie profitieren von einer extra Marge und ein Teil der Transportkosten werden von ADES getragen. 19 Prozent von unseren Verkäufen wurden in den allerärmsten Gegenden in Madagaskar verkauft oder für «Arbeit gegen Kocher» abgegeben.

Kocherverkäufe in Regionen	Ziel 2022 erreicht	Ziel 2023 erreicht	Ziel 2024	% in 2022	% in 2023	% in 2024
Ärmste (70 % Armutsrate)	13 311	16 675	22 327	16%	19%	19%
"Working poor" (50 % Armutsrate)	14 617	14 654	19 622	17%	17%	17%
Besser entwickelte (30 % Armutsrate)	57 175	56 016	75 011	67%	64%	64%
Other	2	2		0%	0%	0%
<b>Total</b>	<b>85 105</b>	<b>87 347</b>	<b>116 960</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

#### 2.4.5. Erhöhtes Bewusstsein und Wissen und Sensibilisierungen

Die ADES Sensibilisierungskampagnen sind ein wichtiger Teil unserer Zielsetzungen. Wir müssen das Bewusstsein für die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Umweltschutz in der Gesellschaft stetig steigern. Ziel ist es, Menschen für die drängenden Umweltprobleme zu sensibilisieren und sie zu motivieren, aktiv an der Schonung und Wiederherstellung der natürlichen Ressourcen teilzunehmen. Über 250 000 Menschen wurden durch Kochdemonstrationen und auf Messen erreicht.

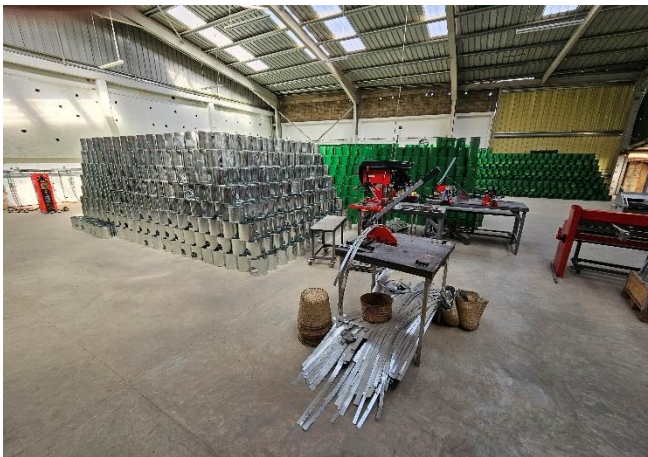
#### 2.4.6. Bericht über die Förderung des Solarkochens in der Nähe von Morondava

Im Rahmen der Partnerschaft zwischen der Zazamalala-Stiftung und ADES wird das Solarkochen an der sonnigen Westküste von Madagaskar gefördert. Seit 2019 wurden 360 Solarkocher an Frauen aus den umliegenden Dörfern verteilt, die an Aufforstungsprojekten teilnahmen.

**Erkenntnisse:** Eine Umfrage unter den Solarkocher-Nutzerinnen Ende Oktober 2023 zeigte, dass zwar 301 von 360 Kochern noch funktionstüchtig waren, jedoch nur 28 Prozent regelmässig genutzt wurden. Dies deutete auf zusätzlichen Schulungsbedarf hin. Besonders das Kochen von Reis stellte eine Herausforderung dar, da die Grundausbildung nicht darauf ausgerichtet war. Zudem wurde festgestellt, dass der Solarkocher aufgrund seiner Grösse und seines Gewichts selten auf Feldern verwendet wurde, wo Familien oft traditionell mit Holz kochen.

Im November 2023 erhielten die Frauen zusätzliche Schulungen, bei denen auch traditionelle Reisgerichte zubereitet wurden. Männer nahmen ebenfalls teil und zeigten grosses Interesse an den Kochtechniken, da Solarkochen Geld spart. Die Schulungen deckten auch die Zubereitung von Backwaren ab, wobei ADES weitere Rezepte bereitstellte. Das Kochen von Hülsenfrüchten stellt sich als herausfordernd heraus, da die traditionellen Methoden nicht auf das Solarkochen übertragbar sind.

Trotz einiger Herausforderungen zeigte sich eine Verbesserung in der Organisation der ADES Schulungen, wobei das ADES-Team in Morondava neue Ideen einbrachte. Für das Jahr 2024 werden weitere Schulungen geplant. Auch soziale Netzwerke sollen genutzt werden, um die langfristige Unterstützung sicherzustellen und das Solarkochen im Land zu verbreiten.



Kesselfabrik in Antananarivo



Tonkörper für Kocher vortrocknen, bevor sie gebrannt werden

### 3. Projektfortschritt Outcome 2: Verbesserte wirtschaftliche Bedingungen und soziales Wohlergehen

#### 3.1. Outcome: Selbständige Wiederverkaufende, Frauen als Schlüssel zum Erfolg

Unsere Wiederverkaufenden zeichnen für 65 Prozent unserer Kocherverkäufe verantwortlich. Die Zusammenarbeit und Kommunikation mit den Wiederverkaufenden ist für ADES zentral. Daher bietet ihnen ADES Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen an, um ihre beruflichen Fähigkeiten durch die Erstellung eines Geschäftsplans und die Verbesserung ihrer Werbe- und Marketingfähigkeiten zu verbessern. Dazu gehört auch die persönliche Entwicklung, die Festlegung eines Familienbudgets und die Frage, wie sie ihre Gewinne investieren können.

**Erkenntnis:** Beispielsweise beträgt das monatliche Einkommen eines Haushalts durchschnittlich CHF 37. Durch den Verkauf von Kochern von ADES erzielen die Wiederverkaufenden zusätzlich einen Erlös von durchschnittlich CHF 19, was 51 Prozent des Gesamteinkommens ausmacht.

#### 3.2. Output: Externe Ausbildungen

ADES schult nicht nur neue Wiederverkaufende, sondern bildet auch die Bestehenden laufend weiter. Um eine langfristige und erfolgreiche Partnerschaft zu begünstigen, soll möglichst jede Person aus dem Wieder-

verkaufsnetzwerk mindestens einmal jährlich an einer Schulung oder Weiterbildung teilnehmen. Insgesamt fanden sieben Gruppen- und 20 Einzelkurse statt, an denen insgesamt 233 (oder 95 %) unserer Wiederverkaufenden teilnahmen. Die Weiterbildungen fanden in zahlreichen Gemeinden der Regionen Toliara, Fianarantsoa, Antananarivo, Antsirabe, Morondava, Mahajanga und Antsohihy statt.

Die angestrebte Rekrutierung von mindestens sieben neuen Wiederverkaufenden und einem Total von 242 Wiederverlaufenden bis Ende 2023 konnte erreicht werden. Mit einem Anteil von 63 Prozent an weiblichen Wiederverkaufenden konnte das Genderziel bei den Rekrutierungen gar leicht übertroffen werden.

### 3.3. Outcome: Interne Ausbildungen und Finanzierung des Schulgeldes für Kinder

#### 3.3.1. Interne Ausbildungen – ein schöner Erfolg

Die internen Schulungen bei ADES zielen darauf ab, die Mitarbeiterqualifikationen zu verbessern und die Leistung der NGO in verschiedenen Abteilungen zu steigern. Nachfolgend sind die zentralen Punkte aus unseren Bemühungen hervorgehoben:

- Zielsetzung und Mitarbeiterentwicklung: ADES hatte sich das Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2023 insgesamt 270 Mitarbeiter zu beschäftigen. Bis Ende Jahr wurde dieses Ziel mit 265 Angestellten praktisch erreicht. Kleine Abweichungen ergeben sich durch Fluktuation, Misserfolg bei der Besetzung einzelner geplanter Stellen und der langfristigen Planung neuer Stellen.
- Qualifikationserweiterung in diversen Abteilungen: Im Jahr 2023 haben wir eine Reihe von Schulungen für unsere Mitarbeitenden in verschiedenen Abteilungen durchgeführt. Die Themen reichen von Finanzen über Produktion, Logistik, Personalwesen, Qualitätskontrolle, Fahrerausbildungen, Schweissworkshops, IT bis hin zu Kommunikation und anderen Dienstleistungen. Insgesamt hat ADES im Jahr 2023 an 89 Tagen 209 Mitarbeiter in 28 Themen geschult. Von den 209 ausgebildeten Beschäftigten sind 39 Prozent Frauen.



*Empowerment durch Wissen: Finanzfrauen vertiefen ihre Excel-Fähigkeiten für eine zukunftsorientierte Finanzwelt.*



*Von Wissen zu Aktion: Fahrerausbildung stärkt Sicherheit und Professionalität auf der Strasse. Toavina, Leiter Logistik*

#### 3.3.2. Finanzierung der Schulgebühren für alle Kinder von ADES Mitarbeitenden – Erfolg

Jedes Kind unserer Mitarbeitenden soll die Schule besuchen! Um das sicher zu stellen, finanziert ADES die Schulgelder für alle schulpflichtigen Kinder unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bis und mit Universität. Von unseren Vollzeitmitarbeitenden haben 70% (187 Mitarbeitende) Kinder, deren Schulgeld im Jahr 2023 von ADES finanziert wird. 2023 finanzierte ADES so insgesamt 320 Kindern die Schulgebühren.

### 3.4. Output: Konkrete Beispiele zu Ausbildungen

- Finanzmanagement für nachhaltige Entwicklung: Unsere Mitarbeitenden erhielten Schulungen zur steuerlichen Compliance gemäss den aktualisierten Steuergesetzen von 2023.
- Teamwork und Effizienz im Marketing und Verkauf: Durch Workshops zum Team Building und zur internen Arbeitsabläufen im Marketing konnte ein stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl und eine verbesserte Arbeitskultur geschaffen werden. Unsere Mitarbeitenden berichten von einem gesteigerten Verständnis für die Bedeutung von Zusammenarbeit und Effizienz, was sich positiv auf unsere Marketingstrategien auswirkt.



- Förderung erneuerbarer Energien: Durch interne Unternehmensschulungen zur Nutzung erneuerbarer Energien konnten wir das Bewusstsein für nachhaltige Energiequellen schärfen. Unsere Mitarbeitenden erlernten praktische Fähigkeiten zur Implementierung von Solarenergie, Wasserkraft und Biogas.
- Geschlechtergerechtigkeit und Vielfalt: In unseren Onboarding-Schulungen lag ein besonderer Schwerpunkt auf der Förderung von Geschlechtergleichstellung und dem Verständnis für Vielfalt am Arbeitsplatz. Diese Initiativen tragen dazu bei, eine inklusive Arbeitsumgebung zu schaffen, in der alle Mitarbeiter gleiche Chancen haben, ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Gleichzeitig ist auch der ADES Code of Conduct Teil der Schulung, der diese Themen, aber z.B. auch die Verhinderung von passiver und aktiver Korruption umfasst.

### 3.5. Output: Schulgeld 2023 für alle Kinder von ADES Mitarbeitenden

Schulen	Mädchen	Jungen	Total	CHF
Primarschule	92	117	209	30 384
Oberstufe	25	39	64	7 594
Gymnasium	9	15	24	2 764
Universität	10	13	23	5 896
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>184</b>	<b>320</b>	<b>46 637</b>



Schulung für Wiederverkaufende in Toliara im April 2023.

### 3.6. Output: Mitarbeiterumfrage - Herausforderungen und Erkenntnisse:

Im Rahmen unserer kontinuierlichen Bemühungen um Mitarbeiterzufriedenheit und -engagement wurde eine umfassende Mitarbeiterumfrage initiiert. Diese Umfrage wurde im Januar und Februar 2024 ausgelöst, blickt aber inhaltlich auf 2023.

**Erkenntnisse:** Die Mitarbeiterumfrage bei ADES wurde anonym durchgeführt, um den Mitarbeitenden eine freie Meinungsäußerung zu ermöglichen. Der Fragebogen umfasste verschiedene Aspekte wie Arbeitsumfeld, berufliche Beziehungen, berufliche Entwicklung, Work-Life-Balance, Vergünstigungen und Kommentare. Die Umfrage wurde auf drei Arten ausgefüllt:

- online für diejenigen mit Zugang zu Computern,
- auf Papier für diejenigen ohne Computerzugang und
- online mit Unterstützung des HR-Teams (unter Wahrung der Anonymität) für das Produktionspersonal in Fianarantsoa, Tuléar und Antananarivo.

Die Beteiligungsrate lag bei 91 Prozent. Die Umfrage ergab eine Zufriedenheitsquote von 93 Prozent der Belegschaft. Die Kommentare der Mitarbeitenden ergaben eine Vielzahl von Anfragen und Vorschlägen, darunter Schulungen in verschiedenen Bereichen wie CO<sub>2</sub>-Überwachung, technische Schulungen in Informatik, Management-, Führungs- und Kommunikationsschulungen sowie Schulungen zur Nutzung von Energiespar- und Solarkochern.

Es wurden auch Bedenken bezüglich der Gehälter, der Ausrüstung, der Kommunikation, der Kompetenzoptimierung, des Erfahrungsaustauschs, der Mitarbeiteranerkennung und der Wahrung von Rechten geäußert.

Es gibt einen Trend, dass mit zunehmender Betriebszugehörigkeit die Unzufriedenheit steigt, möglicherweise aufgrund steigender Erwartungen, häufiger Hierarchiewechsel oder mangelnder Anerkennung langjähriger Mitarbeiter. Dies wird weiter analysiert, um angemessene Massnahmen ergreifen zu können.

#### **4. Projektfortschritt Outcome 3: Reduktion von Biomasseverbrauch und Treibhausgasemissionen**

Das dritte Ziel unseres Projekts ist die Reduktion des Biomasseverbrauchs und der Treibhausgasemissionen durch eine erhöhte Verbreitung von Energiesparkochern in Madagaskar. Ein wichtiger Indikator für unseren Fortschritt ist der prozentuale Anstieg der Haushalte, die Energiesparkocher nutzen. Wir überwachen und bewerten regelmässig diesen Anstieg sowie andere Parameter, um den Gesamteinfluss des Projekts zu messen, und nutzen dafür Salesforce als Datenbank.

Unser Projekt wird voraussichtlich jährlich etwa 45 000 Tonnen Holzkohle einsparen, was einer errechneten symbolischen Waldfläche von etwa 37 000 Hektar entspricht.

Durch individuelle Aufklärung, Schulungen und Garantieangebote streben wir eine nachhaltige Verhaltensänderung an, die jährlich durch unabhängige Audits überprüft wird. Zusätzlich erreichen wir durch öffentliche Veranstaltungen und Radiosendungen etwa 250 000 Menschen pro Jahr sowie insgesamt rund 400 000 Familienmitglieder durch Umweltsensibilisierung und Bildungsaktivitäten.



*Frauen am Kessel beschriften: Sicherheit und Effizienz in der Fabrik von Antananarivo*

## 5. Finanzbericht 2023

Ausgaben	Budget 2023	Abrechnung CHF	%
<b>Personalkosten</b>	<b>363 600</b>	<b>398 431</b>	<b>110%</b>
Gehälter Personal Madagaskar inkl. Lohnnebenkosten	329 500	348 914	106%
Ausbildungsbeitrag für die Kinder der Mitarbeitenden	34 100	49 517	145%
<b>Materialkosten</b>	<b>1 409 000</b>	<b>1 052 932</b>	<b>75%</b>
Material Solarkocher	63 700	13 621	21%
Material Energiesparkocher	1 280 400	997 529	78%
Material für Kochvorführungen und Zutaten	39 600	33 931	86%
Weitere Materialkosten (Marktstände etc.)	6 400	3 379	53%
Reparaturen, Anschaffungen diverses	18 900	4 472	24%
<b>Logistik</b>	<b>34 800</b>	<b>26 805</b>	<b>77%</b>
Reisekosten Mitarbeitende	34 800	26 805	77%
<b>Verwaltungsaufwand</b>	<b>145 500</b>	<b>159 120</b>	<b>109%</b>
Raumaufwand ADES Madagaskar	79 300	71 178	90%
Computer, Telecom und IT	43 700	48 057	110%
Sonstiger Verwaltungsaufwand	22 500	39 885	177%
<b>Werbung und Sensibilisierung</b>	<b>30 900</b>	<b>35 003</b>	<b>113%</b>
Public Relation, Werbung, Publikationen	16 200	16 141	100%
Druckmaterialien (Prospekte, Broschüren, etc.)	12 400	18 234	147%
Ausstellungen und Messen	700	505	72%
Weitere Werbeausgaben	1 600	122	8%
<b>TOTAL Projektkosten</b>	<b>1 983 800</b>	<b>1 672 291</b>	<b>84%</b>
Projektbegleitungskosten 12%	238 100	200 675	
<b>GESAMTKOSTEN</b>	<b>2 221 900</b>	<b>1 872 966</b>	<b>84%</b>

Ausgaben	Budget 2023	Abrechnung CHF	%
Einnahmen Kocherverkäufe	246 100	267 263	109%
Erhaltene Spenden	100 000	394 100	394%
CO <sub>2</sub> -Kompensationen myclimate	1 200 000	1 200 000	100%
<b>TOTAL Einnahmen</b>	<b>1 546 100</b>	<b>1 861 363</b>	<b>120%</b>
<b>Offene Projektkosten</b>	<b>675 800</b>	<b>11 603</b>	<b>2%</b>

## 5.1. Finanzielle Abweichungen

Das Projekt hat weniger Ausgaben als budgetiert verzeichnet, weil wir 13 000 Kocher unter dem Ziel verkauft haben. Der Finanzbericht für das Jahr 2023 zeigt, dass wir insgesamt 84 Prozent des Budgets ausgegeben haben. Wir haben 110 Prozent des Budgets für Personalkosten aufgewendet, unter anderem auch, weil die Gehälter für das Personal in Madagaskar bei 106 Prozent des Vorjahreswerts lagen. Für Materialkosten haben wir 75 Prozent des Budgets verwendet, wobei die Materialkosten für Solarkocher hohe (gemessen an den Stückzahlen) 21 Prozent und für Energiesparkocher nur 78 Prozent des Budgets ausmachen. Die Verwaltungsaufwendungen betragen 109% des Budgets, wobei der Raumaufwand für ADES Madagaskar 90 Prozent und der Verwaltungsaufwand für Werbung und Sensibilisierung 113 Prozent des Budgets betragen. Die Gesamtkosten einschliesslich der Projektbegleitung lagen bei 84 Prozent des Budgets. Mit den Spenden, die wir erhalten haben, und der CO<sub>2</sub> Finanzierungen ist das Projekt gut gedeckt.

## 6. Results Framework 2023 auf Anfrage

ADES führt für alle Teilprojekte ein Results Framework, also eine Wirkungsanalyse durch. Da diese sehr umfangreich und in der heutigen Form nicht in einem solchen Bericht darstellbar ist, stellen wir sie interessierten Personen sehr gerne auf Anfrage zur Verfügung.

## 7. Fazit und Ausblick

ADES hatte mit Herausforderungen zu kämpfen, darunter Produktionsrückstände, aber ihre Flexibilität und strategischen Anpassungen zeigten Wirkung. ADES wird ihr Vertriebsnetz unter Berücksichtigung des Leave-no-one-behind-Versprechens weiter ausbauen und die Logistik und Marketingmassnahmen weiter optimieren. Mit dem neuen technischen Direktor wird die Qualität der Produktion langfristig sichergestellt. Obwohl das Verkaufsziel verpasst wurde, hat ADES bewiesen, dass die Organisation trotz diverser ungeplanter Ereignisse ihre Verkäufe weiter steigern konnte.



***Vielen herzlichen Dank für Ihr Vertrauen in unsere Arbeit und für Ihren wertvollen Beitrag!***