

## EDEKA und WWF: Gelb und gut - Auf dem Weg zur besseren Banane (FOTO)



Wildkameras zeigen: Auf den Farmen, die am EDEKA-WWF-Bananenprojekt teilnehmen, kehrt die Tierwelt - wie Tigerkatze oder Baumstachler - zurück. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/51907](http://www.presseportal.de/nr/51907) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG"

Credit: EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG  
Fotograf: EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG

Hamburg/Berlin (ots) - \* Reife Leistung: Nachhaltiger werden im konventionellen Bananenbau

\* Bananen aus dem EDEKA- und WWF-Projekt fördern Umweltschutz und Soziales

\* Mehr erfahren über die "bessere Banane" aus Ecuador und Kolumbien in neuer Broschüre

Durchschnittlich 70 Bananen isst jeder in Deutschland pro Jahr - nach Äpfeln zählen sie zu den beliebtesten Obstsorten in der Bundesrepublik. In Zeiten der Corona-Pandemie hat diese Beliebtheit nochmals zugenommen. Der Großteil der Ware wird nach wie vor konventionell angebaut. Natur und Umwelt zuliebe und um bessere Arbeitsbedingungen auf den Farmen zu schaffen, haben EDEKA und WWF das Projekt für eine "bessere Banane" ins Leben gerufen. Auf sechs Arbeitsfeldern wird der Anbau konventioneller Bananen neu gedacht - von Artenreichtum und Bodenfruchtbarkeit über Klima- und Süßwasserschutz bis Abfallentsorgung und Arbeitsbedingungen auf den Farmen vor Ort.

Bananen gedeihen rund um die Welt bei 25 bis 27 Grad - und gerade in der Nähe des Äquators, wo es feucht und warm ist, wachsen sie besonders gut. Um sie in den gewünschten Mengen anzubieten, wachsen sie in Monokulturen auf großen Flächen. Diese Rahmenbedingungen führen zu einem intensiven Einsatz von Pestiziden, Düngemitteln und

Bewässerung, um erfolgreich Bananen anzubauen - mit teils schädlichen Auswirkungen auf die Ökosysteme und die Menschen. "Wir wollten im gemeinsamen EDEKA-WWF-Projekt einen Hebel finden, mit dem der gesamte Bananenanbau umwelt- und sozialverträglicher gemacht werden kann - im Idealfall wird dieses Modell kopiert. Denn 85 Prozent aller in Deutschland verkauften Bananen werden konventionell angebaut", sagt Dr. Marina Beermann, Leiterin der Partnerschaft für Nachhaltigkeit von WWF und EDEKA auf Seiten des WWF. "Alle Bananen unserer Eigenmarke EDEKA stammen ausschließlich aus dem gemeinsamen Projekt. Mit diesem Projekt haben wir den Standard für nachhaltig und fair produzierte Bananen gesetzt. Unsere Bananen sind auch mit einem Code gekennzeichnet und bis auf die jeweilige Farm rückverfolgbar", so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale.

21 Farmen in Ecuador und Kolumbien sind derzeit am Projekt beteiligt, sie sind zwischen 50 und 430 Hektar groß. Ziel ist es, auf sechs Arbeitsfeldern den Anbau zu verbessern:

- \* kostbares Süßwasser schützen und sparen,
- \* mit nachhaltigen Anbaumethoden Böden schonen und Düngemittel verringern,
- \* das Ökosystem Regenwald und seinen Artenreichtum erhalten,
- \* das Klima schützen,
- \* das Abfallentsorgungssystem und
- \* die Arbeitsbedingungen verbessern und absichern.

Um teilzunehmen, mussten die Farmen bereits SAN-zertifiziert (Sustainable Agricultural Network) sein, um ein Mindestmaß an Umweltbewusstsein und Erfahrung aufzuweisen. Seit Projektstart im Jahr 2014 können die teilnehmenden Farmen zahlreiche Erfolge verzeichnen:

- \* So wurden angrenzend an die Farmen bis heute über 90 Hektar an Schutzzonen für den Erhalt von Ökosystemen und Artenvielfalt eingerichtet.
- \* Der Wasserverbrauch zum Waschen der Bananen konnte zwischen 2017 und 2018 um 37 Prozent verringert werden.

\* Der Pflanzenschutzmitteleinsatz - gemessen an einem Indikator der sich aus Menge und Giftigkeit ergibt - konnte zwischen 2017 und 2018 um 12 Prozent verringert werden.

\* Alle Arbeitskräfte haben feste Arbeitsverträge und wurden ins gesetzliche Sozialversicherungssystem aufgenommen. Der Arbeitsschutz bei der Feldarbeit wurde durch Schulungen und entsprechende Schutzkleidung stark verbessert. Mit Informationen, angepassten Arbeitsanweisungen und zusätzlichen Hygienemaßnahmen wird aktuell auch der Corona-Pandemie Rechnung getragen.

WWF und EDEKA haben die Broschüre "Gelb und gut: Bananen" entwickelt, damit Interessierte mehr über das Projekt "Für eine bessere Banane" erfahren können. Sie ist auch in leicht gekürzter Form verfügbar und wird EDEKA-Kunden über Deutschlands größtes Food-Magazin, der "Mit Liebe", zur Verfügung gestellt. Download der Broschüre unter:

<http://ots.de/paSmlX>

<http://ots.de/93QWqI>

EDEKA und WWF - Seit über 10 Jahren mehr Umweltschutz in Regalen und Lieferketten

EDEKA und WWF sind Partner für Nachhaltigkeit. Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA seit inzwischen 10 Jahren wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl, Soja / Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima, Verpackungen und Beschaffungsmanagement. Zielsetzung ist es, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kunden für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern.

EDEKA - Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 selbstständige Kaufleute

EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne "Wir lieben Lebensmittel" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie BUDNI oder NATURKIND, online-basierte Lieferdienste und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

WWF Deutschland

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Seit über 50 Jahren arbeitet das WWF-Netzwerk rund um den Globus daran, die Umweltzerstörung zu stoppen und eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. In mehr als 1.300 nationalen und internationalen Projekten setzt sich der WWF Deutschland aktuell für den Erhalt der biologischen Vielfalt ein.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Mitarbeiter- und Medienkommunikation  
Tel. 040 / 6377 - 2182  
E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[www.edeka-verbund.de](http://www.edeka-verbund.de)

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE51907/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0028 2020-05-11/09:50

110950 Mai 20

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20200511\\_OTS0028](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200511_OTS0028)