



Neue Forschungsergebnisse zeigen:

Apeel verlängert nachweislich die Haltbarkeit von Lebensmitteln und vermeidet Lebensmittelverschwendung

Hamburg, 5. Oktober 2022: Das auf dem Gebiet der Nahrungsmittelsystem-Innovation tätige Unternehmen Apeel wird beim Hamburger Dialog gegen Lebensmittelverschwendung (5. bis 6. Oktober) neue Studienergebnisse* präsentieren, die das bedeutende Potenzial seiner technologischen Innovation für eine verlängerte Frische von Lebensmitteln und die sich daraus ergebenden Einsparungen aufzeigen. Apeel wird auch seine Zusammenarbeit mit dem EDEKA-Verbund (EDEKA und Netto Marken-Discount) vorstellen, der das innovative Apeel-Verfahren in seinen Obst- und Gemüse-Abteilungen erstmalig in Deutschland verfügbar gemacht hat.

Wissenschaftler:innen des Fraunhofer-Instituts für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV, Freising, haben die Wirksamkeit des pflanzenbasierten Apeel-Schutzes auf die Haltbarkeit von Lebensmitteln über einen längeren Zeitraum untersucht und bewertet. Die Ergebnisse liefern validierte Daten über die Fähigkeit des Apeel-Verfahrens, die äußeren und inneren Qualitätsmerkmale der Produkte zu erhalten. Festigkeit und Optik sind dabei für Verbraucherinnen und Verbraucher wichtige Kauf- und Verzehrskriterien. Die Studie bestätigt: Apeel wirkt sich positiv auf die Haltbarkeit der in den EDEKA- und Netto-Märkten erhältlichen Früchte wie Avocados, Mandarinen und Orangen aus.

Hier die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Avocados gelangen bei EDEKA im Stadium der optimalen Genussreife in den Handel und damit zum Verbraucher. Diese optimale Genussreife erstreckt sich bei Avocados üblicherweise über rund 3 bis 4 Tage – danach setzt ein schnellerer Verderb ein. **Die vorgereiften, mit Apeel geschützten Avocados** hielten sich unter den Testbedingungen im Durchschnitt aber fast 3 Tage länger in diesem Stadium als die unbeschichteten Früchte – also nahezu doppelt so lange. Avocados mit Apeel zeigten darüber hinaus auch weniger Verderb an der Innen- und Außenseite der Früchte während der Lagerung im Vergleich zu unbeschichteten Avocados unter den gleichen Bedingungen.



- **Mandarinen mit Apeel-Schutz** zeigten im Vergleich zu konventionell gewachsenen Früchten und bei Messungen in Bezug auf die definierten Qualitätseigenschaften eine Verlängerung der Haltbarkeitsdauer um 7 Tage. Mandarinen mit Apeel bleiben länger fest und trocknen deutlich weniger aus als konventionell gewachsene Mandarinen.
- **Orangen mit Apeel-Schutz** hielten sich unter den angewandten Testbedingungen durchschnittlich 4,2 Tage länger (fest und ohne Verderb) als konventionell gewachsene Orangen.

„Durch die Verwendung von Lösungen, die von der Natur für die Natur geschaffen wurden, und durch unsere Zusammenarbeit mit Partnern der Lebensmittellieferketten weltweit, können wir sicherstellen, dass Menschen überall hervorragende Erfahrungen mit ihren frischen Produkten machen, und gleichzeitig die Nachhaltigkeit des weltweiten Lebensmittelsystems erhöhen“, so James Rogers, CEO und Mitgründer von Apeel.

„Wir im EDEKA-Verband stehen für die Wertschätzung von Lebensmitteln. Unser Partner Apeel hat einen einzigartigen Schutz auf Pflanzenbasis entwickelt, der die Frische und Haltbarkeit der Produkte verlängert. Das ermöglicht es unseren Kundinnen und Kunden, Lebensmittel länger zu genießen und gleichzeitig Geld zu sparen“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, Hamburg.

Zusammen mit dem Marktforschungsunternehmen Hall & Partner hat sich Apeel auch genauer mit dem Verbraucherverhalten in Bezug auf das Wegwerfen von Lebensmitteln befasst. Diese Untersuchung – eine der ersten dieser Art in Deutschland – hat die Lebensmittelabfälle von Mandarinen und Orangen in 193 Haushalten in vier deutschen Ballungszentren (Berlin, Hamburg, Frankfurt und München) untersucht und mengenmäßig erfasst. Während der vierwöchigen Studie haben die Teilnehmer:innen ihren Verbrauch und ihre Erfahrungen aufgezeichnet und wöchentliche Aufgaben ausgeführt. Eine wichtige Erkenntnis: die Verbraucher und Verbraucherinnen verhalten sich sehr unterschiedlich in Bezug auf Mandarinen und Orangen. Mandarinen sind physiologisch empfindlicher, werden leichter als ganze Frucht weggeworfen und haben selten eine zweite Verwendung (z. B. für Saft oder beim Backen), was zu höheren Abfallmengen führt. Und auch in dieser Studie wurde der Nutzen von Apeel bestätigt, da die Wegwerfrate bei Mandarinen mit einer Apeel-Schutzschicht um ein Viertel geringer war.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG
Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: produkt-pr@edeka.de
verbund.edeka.de





Die zusätzliche Schutzschicht mit Apeel ist sowohl geruchs- und geschmacklos. Derzeit ist der Apeel-Frischeschutz in Europa allerdings nur für Produkte zugelassen, deren Schale nicht verzehrt wird. Die Erweiterung der Genehmigung auf Obst und Gemüse mit essbarer Schale wäre ein weiterer wichtiger Schritt für eine Verringerung von Lebensmittelverschwendung. Besonders bei schnellreifenden Früchten und Gemüsesorten wie Beeren und Gurken kann Apeel deutlich die Haltbarkeit verlängern und folglich zu einer längeren Verwendung der Lebensmittel beitragen.

Apeel und der EDEKA-Verbund (EDEKA und Netto Marken-Discount) arbeiten seit 2019 eng zusammen und haben seitdem in Deutschland Avocados, Mandarinen, Orangen, Zitronen und Grapefruits mit Apeel-Schutz eingeführt. Beim Hamburger Dialog gegen Lebensmittelverschwendung wird Apeel auch die konkreten Vorteile seiner Innovation für die Verbraucher:innen vorstellen. Denn zusätzlich zur positiven Wirkung auf die Nachhaltigkeit kann Apeel auch helfen, Geld zu sparen, ein Aspekt, der für viele Menschen besonders in Zeiten wachsender Inflation immer wichtiger wird.

* Siehe zusammenfassende Berichte QL-1057-21 und QL-1115-21, die auf www.apeel.com/fraunhofer-institute-reports verfügbar sind.

Über Apeel

Apeel hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein nachhaltigeres globales Lebensmittelsystem zu schaffen, indem es mit der Natur zusammenarbeitet und die Kraft von Materialien und Datenwissenschaften nutzt. Der pflanzlich basierte Schutz von Apeel ermöglicht eine längere Haltbarkeit der Produkte durch die Verwendung von Stoffen, die bereits in den Schalen, Häuten und Kernen aller Obst- und Gemüsesorten enthalten sind. Diese schützende zusätzliche „Schale“ verlangsamt den Wasserverlust und die Oxidation, die zum Verderben der Produkte führen, und ist die einzige bewährte Lösung, um die Frische vom Bauernhof bis zur Küche zu erhalten. Der pflanzliche Schutz von Apeel ist für eine ständig wachsende Zahl von Kategorien und Märkten erhältlich, einschließlich biologisch und konventionell angebaute Produkte. Darüber hinaus integriert Apeel neue Instrumente, die es dem Lebensmittelsystem ermöglichen, die zusätzliche Zeit, die durch den pflanzlichen Schutz von Apeel entsteht, besser zu nutzen. Die Landwirte können mehr von dem verkaufen, was sie anbauen, die Einzelhändler können mehr von dem verkaufen, was sie beziehen, und die Menschen können mehr von dem genießen, was sie kaufen, und so einen gesünderen Planeten und größeren Überfluss für alle schaffen. Apeel ist gut geworden Essen. Apeel ist eine Marke/eingetragene Marke von Apeel Technology, Inc. in den Vereinigten Staaten, der Europäischen Union und anderen Ländern. Weitere Informationen erhalten Sie hier: apeel.com.



Über den EDEKA-Verbund

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 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 ♥ 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, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2021 mit über 11.100 Märkten und rund 405.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 62,7 Mrd. Euro. Mit rund 19.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

Netto Marken-Discount im Profil

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kundinnen und -Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.480 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.