



EDEKA und WWF erweitern Bananenprogramm für mehr Nachhaltigkeit: Die BOAHNANE revolutioniert den Markt

- Bananen aus dem gemeinsamen Programm von EDEKA und WWF ab sofort unter der Eigenmarke GUT&GÜNSTIG
- BOAHNANE vereint umweltfreundlicheren konventionellen Anbau mit günstigem Preis
- Einzigartiges Programm mit zusätzlichen Partnern und Anbauflächen

Hamburg, 23. Juni 2025: Bananen gehören zu den beliebtesten Früchten Deutschlands. Daher haben sich EDEKA und WWF bereits vor mehr als zehn Jahren auf den Weg gemacht, um den konventionellen Bananenanbau umweltfreundlicher und sozial verträglicher zu gestalten. Jetzt weiten die Partner ihr Engagement deutlich aus: Seit diesem Jahr bauen noch mehr Partnerfarmen auf noch mehr Flächen in vier Ländern die Bananen nach Nachhaltigkeitskriterien an. Ab sofort sind die Früchte mit dem neuen Namen BOAHNANE und dem roten GUT&GÜNSTIG-Logo in den EDEKA-Märkten zu finden. Sie verbinden eine umweltfreundlichere Erzeugung mit einem günstigen Verkaufspreis und erreichen damit einen noch größeren Kreis an. EDEKA und der WWF heben ihr im Lebensmittelhandel weltweit einzigartiges Bananenprogramm damit auf eine neue Stufe. Als Früchte aus einem gemeinsamen Anbauprogramm sind die Bananen zusätzlich auch mit dem WWF-Panda-Logo gekennzeichnet.

„Was als Modellprojekt begann, denken wir jetzt in größeren Dimensionen. Mit unserer GUT&GÜNSTIG BOAHNANE im Preiseinstieg setzen wir ein starkes Zeichen für mehr Nachhaltigkeit im Bananenanbau – und revolutionieren damit den konventionellen Bananenmarkt. Wir wollen noch mehr EDEKA-Kundinnen und -Kunden für ein verantwortungsvolleres Sortiment begeistern und so den Wandel in der Lieferkette aktiv mitgestalten,“ so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. „Früher, an genau den Stellen, wo heute weite Bananenfelder gedeihen, lebten eine große Vielfalt an Tier- und Pflanzenarten. Um diesen wertvollen Reichtum für die Zukunft zu bewahren, ist ein Wandel im Anbau notwendig. Im Rahmen unseres Bananenprogramms setzen wir uns dafür ein, dass auch im konventionellen Anbau die Artenvielfalt geschützt und natürliche Lebensräume erhalten bleiben. Dieses Engagement bringt nicht nur positive Effekte für Mensch und Natur mit sich, sondern bietet auch allen



PRESSE-INFORMATION

die Möglichkeit, durch bewussten Einkauf Verantwortung zu übernehmen“, so Heike Vesper, Vorständin für Transformation Politik & Wirtschaft beim WWF Deutschland.

Bereits seit 2014 verbessern EDEKA und der WWF als Vorreiter im deutschen Handel gemeinsam den konventionellen Bananenanbau. Gestartet in Ecuador und Kolumbien, weiten die Partner ihr Programm nun auf Farmen in Costa Rica und Kamerun aus. Dabei wird das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich gedacht und umgesetzt. Die teilnehmenden Programmfarmen setzen dafür gezielte ökologische und soziale Maßnahmen zum Beispiel in folgenden Themenfeldern um:

- **Schutz von Ökosystemen:** Die Einrichtung von Schutzzonen zwischen Anbauflächen und angrenzenden Ökosystemen bietet Rückzugsräume für Tiere.
- **Wassermanagement:** Die Programmfarmen überwachen und reduzieren, wo möglich, ihren Wasserverbrauch, wie etwa beim Waschen der Bananen.
- **Integriertes Anbaumanagement:** Zum Schutz des Bodens wird der Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden reduziert und optimiert.
- **Soziale Verantwortung:** Im Programm werden die Arbeitsbedingungen verbessert, indem Arbeiter:innen ins lokale Sozialversicherungssystem aufgenommen werden oder Gesundheits- und Sicherheitsschulungen erhalten.

In der ersten Phase des Programms werden BOAHNANEN nach dem Prinzip des Mengenausgleichs vermarktet. Das heißt, dass Bananen von Programmfarmen und Bananen von Ausgleichsfarmen der Lieferanten im Markt vermischt werden dürfen. Auch diese Farmen erfüllen schon jetzt Mindestanforderungen, wie eine Rainforest Alliance Zertifizierung, und werden bis zum Jahr 2030 auf das Programmfarm-Niveau weiterentwickelt. Dabei ist gesichert, dass immer nur genauso viele BOAHNANEN verkauft werden, wie insgesamt unter Programmbedingungen angebaut werden. Auf diese Weise können die nachhaltigeren Anbaumethoden bis 2030 schrittweise gefördert werden, während gleichzeitig die steigende Kundennachfrage bedient wird.

Ab Ende Juni 2025 wird die bundesweite Einführung der BOAHNANEN von einer umfangreichen Kommunikationskampagne inklusive eines neuen TV-Spots begleitet. Den TV-Spot können Sie hier abrufen: [GUT&GÜNSTIG BOAHNANE | EDEKA Spot 2025](#)

Mehr Informationen zum Bananenprogramm und zur neuen Kampagne finden Sie unter: [edeka.de/banane](#).



PRESSE-INFORMATION

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 Warenengeschäft 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 trinkgut, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.