

## Unsere Mitglieder über das ABNB



»Es wird höchste Zeit für einen Wandel in der Bananenlieferkette: Steigende Produktionskosten und immer höhere Ansprüche an die Qualität bei stagnierenden Endverbraucherpreisen drängen viele Bananenproduzenten in existenzbedrohende Armut. Veränderte klimatische Bedingungen und Naturkatastrophen drängen zusätzlich auf schnelle Lösungen. Die Lücke zwischen den Reallöhnen und den nötigen existenzsichernden Löhnen ist zu groß. Es ist entscheidend, dass alle Akteure entlang der Bananenlieferkette eng zusammenzuarbeiten. Deshalb hat TransFair e.V. das Aktionsbündnis für nachhaltige Bananen initiiert, das 2015 in die Hände des CSCP übergeben wurde. Auch weiterhin unterstützen wir das Bündnis, um gemeinsam mit Importeuren, Handel und Zivilgesellschaft konkrete Verbesserungen zu erreichen.«

Dieter Overath, Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender,  
TransFair



»Mit Unterstützung des ABNB will der Global Nature Fund einen biodiversitätsverträglicheren Anbau von Bananen voranbringen und Zerstörungen von Ökosystemen verringern. Das wäre gut für die Natur und die Menschen.«

Marion Hammerl, Präsidentin, Global Nature Fund



»Als einer der weltweit größten Bananenimporteure und -produzenten begrüßt Fyffes die Möglichkeit, dem unternehmenseigenen Anspruch an die Bananenproduktion eine neue Plattform zu geben. Durch die langjährige und vor allem partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Anbauern in den Tropen hat Fyffes als Teil des ABNB die Chance, seine besondere Expertise auf diesem Themenfeld zu teilen und unterstützt den Austausch zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der gesamten Wertschöpfungskette innerhalb der Bündnispartner.«

Michaela Schneider, Business Development Manager, Fyffes



»Wir setzen uns seit vielen Jahren zusammen mit unseren Geschäftspartnern aktiv dafür ein, die Transparenz in der Lieferkette zu erhöhen und die Arbeits- und Lebensbedingungen in den Anbauländern schrittweise zu verbessern. Wir betrachten das ABNB als wichtige Plattform für einen Austausch mit Experten und weiteren relevanten Akteuren, um gemeinsam Verbesserungen im Bananensektor voranzutreiben. Als Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels möchten wir zudem unsere Kunden gezielt für einen nachhaltigeren Konsum sensibilisieren.«

Hansjörg Ploeger, Geschäftsbereichsleiter Einkauf  
Obst & Gemüse, Kaufland



»Südwind setzt sich seit seiner Gründung 1991 für eine Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von BananenarbeiterInnen und Kleinbauern in den produzierenden Ländern ein. Im Rahmen des ABNB möchten wir uns an Lösungsansätzen zugunsten dieser Menschen beteiligen.«

Pedro Morazán, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, SÜDWIND



»Der Anbau von Bananen ist mit einer Reihe von ökologischen und sozialen Problemen verbunden. Der WWF arbeitet seit 2014 in einem Projekt daran, konventionellen Bananananbau nachhaltiger zu gestalten. Im ABNB möchten wir unser Wissen einbringen, Erfahrungen austauschen und Kräfte bündeln.«

Silja Marschke, Referentin Nachhaltige Lieferketten, WWF

# NACHHALTIG LECKER



AKTIONSBÜNDNIS FÜR  
NACHHALTIGE BANANEN  
ACTION ALLIANCE FOR  
SUSTAINABLE BANANAS



→ **VISION: Alle in Deutschland vertriebenen Bananen werden entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette bis zum Verbraucher kontinuierlich nachhaltiger. Somit werden Menschenrechte verbessert und Umweltschutz sowie biologische Vielfalt gefördert.**

**Gemeinsam für die Verbesserung sozialer, ökologischer und ökonomischer Bedingungen entlang der Wertschöpfungskette**



Nachhaltige Produktion erfordert auch Deckung anfallender Kosten für Sozial- und Umweltstandards: In der Bananenproduktion soll genug **wirtschaftlicher Spielraum für eine nachhaltige Produktion** ermöglicht werden.



Die **Lebens- und Arbeitsbedingungen** in den Produktionsländern sowie die Löhne bzw. das Einkommen der ProduzentInnen und ArbeiterInnen **sollen verbessert werden.**



Der **Schutz der Biodiversität** in der Produktion sowie die **Sortenvielfalt** sollen erhöht und die Umweltbelastungen verringert werden.

Weitere Ziele sind die Motivation der KonsumentInnen zu einem **nachhaltigeren Konsumverhalten** sowie eine erhöhte **Wertschätzung** von Bananen. Lieferketten sollen transparenter werden, so dass jede und jeder weiß, wo und wie Bananen produziert werden.

### Unser Ansatz

Als Multi-Stakeholder-Initiative deckt das ABNB die gesamte Lieferkette ab. Wir bringen Akteure des deutschen Marktes zusammen, um in gemeinsamen Aktivitäten Problemlösungen zu entwickeln und anzuwenden, die den Sektor langfristig verändern. Dazu gehört eine intensive Netzwerkarbeit, komplementäre Arbeit zu bestehenden Initiativen und Aktivitäten sowie die Interaktion mit KonsumentInnen.



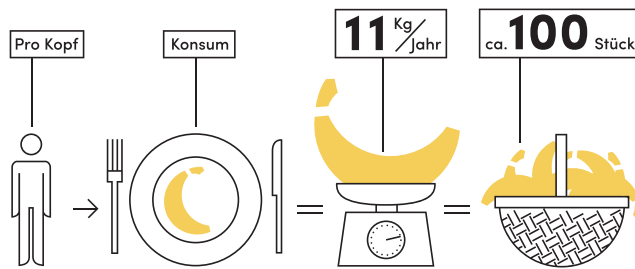

**Kontakt**

**Weitere Informationen und Kontakt**  
[www.bananenbuendnis.org](http://www.bananenbuendnis.org)  
 Twitter: @BananenBuendnis #abnb

**Projektsekretariat**  
 Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production  
 Alexandra Kessler  
[info@bananenbuendnis.org](mailto:info@bananenbuendnis.org)

### Der deutsche Bananenmarkt

- Bananen sind nach Äpfeln das beliebteste Obst in Deutschland
- Der Pro-Kopf-Konsum liegt bei etwa 11 kg pro Jahr
- Deutschland ist einer der wichtigsten Exportmärkte für Bananen
- Preislich unterscheiden sie sich kaum von heimischen Obstsorten und sind manchmal sogar günstiger



### Welche Vorteile hat eine Mitgliedschaft beim ABNB?

- Zugang zu **Beratungsleistungen durch das Expertennetzwerk** innerhalb des ABNB (individuelle und vertrauliche Zusammenarbeit)
- **Wissenstransfer** zwischen den Mitgliedern und Inspiration zu neuen Aktivitäten
- **Finden von ProjektpartnerInnen**, Beratung zu **Fördermöglichkeiten, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit und Ansprache von KonsumentInnen**
- **Moderierter, konstruktiver und sachorientierter Dialog** zwischen VertreterInnen der Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik
- **Effizienter Ressourceneinsatz für gemeinsame Ziele**



Projektsekretariat      Unterstützt durch      im Auftrag des