



Chiquita ernennt mit Peter Stedman seinen ersten *Director of Sustainability*

Hamburg, Juli 2022 – Wenn es um die beliebteste Südfrucht der Welt und der Deutschen geht, dann macht Miss Chiquita keine Kompromisse: Mit [30BY30](#) wurde vergangenes Jahr ein nachhaltiges Programm mit dem Ziel die eigenen CO₂-Emissionen bis 2030 um 30 Prozent zu senken vorgestellt. Diese Initiative ist der aktuelle Höhepunkt der langjährigen Bemühung des internationalen Fruchthandelsunternehmens, nachhaltig mit seinen Ressourcen umzugehen.



Für die Implementierung dieses Meilensteins – mittels einer aufwendigen Zertifizierung durch die unabhängige [Science Based Target Initiative](#) (SBTi) – zeigt sich Peter Stedman verantwortlich, der zu Beginn dieses Jahres als neuer *Director of Sustainability* vorgestellt wurde. Peter Stedman verfügt über 14 Jahre Erfahrung in der Landwirtschaft – von der Planung der Ressourcen bis zur Beratung globaler Unternehmen – die er in die Umsetzung von 30BY30 und auch alle weiteren nachhaltigen Initiativen bis hin zu Natur- & Tierschutz einfließen lässt. Ein guter Moment für eine kurze Vorstellung:

Aktuell kostet die Produktion einer Kiste Chiquita Bananen 12 kg CO₂, umgerechnet rund 50 g pro Banane. Wie kann man diese Menge reduzieren?

Peter Stedman: Das 30BY30 Ziel besteht in der

Vermeidung von 30.000 Tonnen CO₂. Der große Anteil unserer Emissionen stammt von Düngemitteln. Wie wir diese CO₂-Emissionen reduzieren können, ohne Kompromisse bei Ertrag und Qualität der Bananen einzugehen, ist unsere spannendste Herausforderung.

Chiquita will bis Ende 2022 definieren, welche Alternativen für den Einsatz von Düngemitteln erprobt werden. Dazu setzen wir eine Kombination aus verschiedenen Optionen – Elemente nachhaltiger landwirtschaftlicher Praktiken sowie den Einsatz verschiedener Technologien. Diese Tests werden dann zwischen 2023 und 2026 durchgeführt.



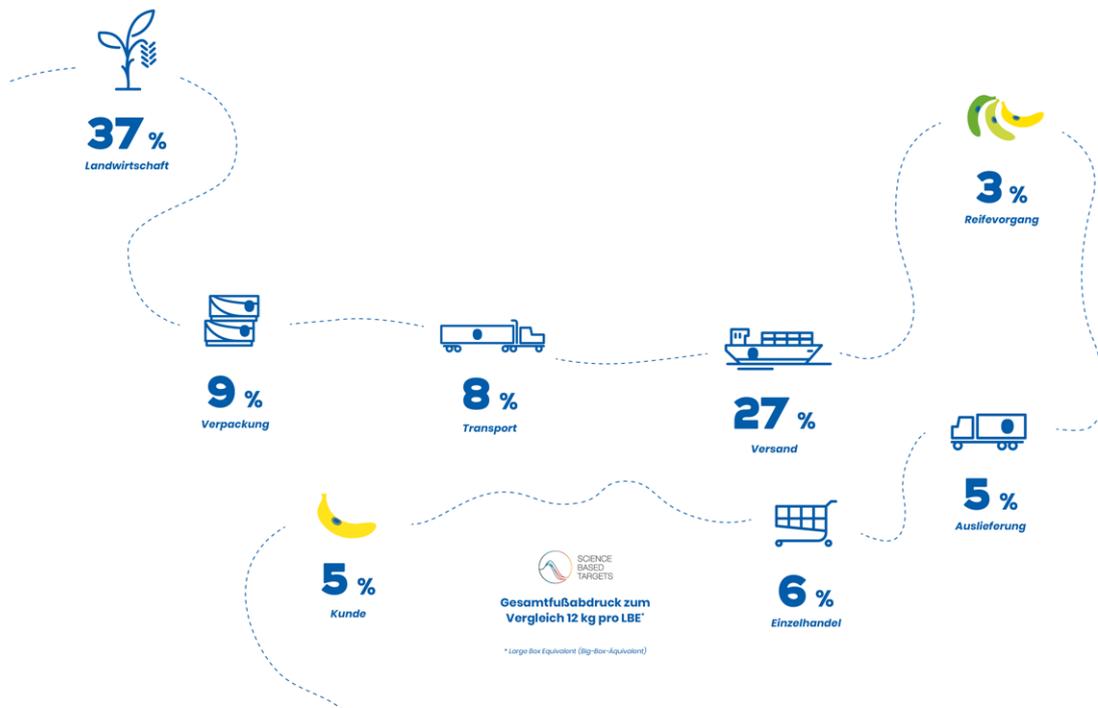
Ein Schwerpunkt sind erneuerbare Energien. Wie zahlt dies auf die CO2 Reduktion ein?

Peter Stedman: Wir setzen auf eine vielfältige Strategie – vor allem auf einen detaillierten Leitfaden zur Reduzierung unserer CO2-Emissionen, um eine nachhaltigere Zukunft für die Banane und uns alle zu erreichen.

Erneuerbare Energien sind ein weiterer Fokuspunkt, besonders in Honduras und Guatemala. Energie aus Solarzellen und anaeroben Bioreaktoren bietet großartige Möglichkeiten. Wir erstellen einen ‚Kapitalplan‘, um die Reduzierung zu forcieren – immer mit unseren Zielen im Hinterkopf. Manchmal übertreffen die Möglichkeiten diese Planung, weil es einen grundlegenden Geschäftsnutzen dafür gibt. Wenn wir diese beiden Punkte knacken können, sind wir dabei. 2030 gibt uns Zeit, es richtig zu machen.

Seit wann verfolgt Chiquita diesen Weg?

Peter Stedman: Seit 1990 setzt sich Chiquita für einen nachhaltigen Wandel in unseren Anbauregionen ein und seit 2012 konnten wir die Gesamtemissionen von der Farm bis zum Einzelhandel um 29 Prozent reduzieren, indem wir unsere Lieferkette so effizient wie möglich gestalten, die besten landwirtschaftlichen Praktiken anwenden und in umweltfreundlichere Technologien investieren. Aber wir haben erkannt, dass wir weiter gehen müssen – und dies nicht allein.





Wieso ist der Wandel in der Landwirtschaft so wichtig?

Peter Stedman: Im Jahr 2050 werden wir 10 Milliarden Menschen sein, und wenn wir die hochwertigen Ökosysteme und unsere Gesundheit erhalten wollen, müssen wir mehr auf dem Land produzieren, das bereits landwirtschaftlich genutzt wird. Wir müssen sicherstellen, dass wir, wenn wir etwas benötigen, das Kohlenstoff erzeugt – zum Beispiel organischer Dünger – diesen Bedarf minimieren und gleichzeitig die Erträge maximieren.

Das Klima verändert sich – was bedeutet das für die Banane?

Peter Stedman: Chiquita ist seit über 120 Jahren als landwirtschaftliches Unternehmen in Zentralamerika tätig und wir bekommen die Klimaveränderung aus erster Hand mit. Die

globale Erwärmung bringt vermehrt Regenfälle, Wirbelstürme und Überschwemmungen mit sich, die sich negativ auf die Lebensgrundlagen unserer Mitarbeiter, ihrer Familien und der Gemeinden, in denen sie leben, auswirken. Dazu wird die durchgehende Verfügbarkeit für unsere Kunden beeinträchtigen.

Kann man dem Klimawandel noch entgegenreten?

Peter Stedman: Ich glaube nicht, dass wir irgendetwas tun können, um extreme Wetterereignisse zu beheben. Wir können aber Resilienz schaffen, sowohl bei uns als Produzent als auch innerhalb der lokalen Gemeinschaften. Wir können auch durch die Bewirtschaftung unseres Farmlandes vorbereitet und zusätzlichen Schutz zu bieten.

Was ändert sich dadurch für den Konsumenten?

Peter Stedman: Die Herausforderung für uns besteht darin, sicherzustellen, dass wir den Kunden mitnehmen, indem wir ihm alle Gründe geben, die Marke weiterhin zu unterstützen. Letztendlich haben wir keinen Einfluss auf den Preis, den der Verbraucher im Einzelhandel zahlt. Wir können nur sicherstellen, dass die Kunden wertschätzen, was sie vor sich haben.

Chiquita erkennt den Klimawandel als unmittelbare Bedrohung für den Bananananbau und den Planeten an und setzt große Bemühungen in die Reduktion des Energieverbrauchs durch die Nutzung



umweltfreundlicher Energie aus Solar- oder Windkraftanlagen, von Biokraftstoffen oder Elektrofahrzeugen sowie reduzierten Stickstoffemissionen beim Einsatz von Düngemitteln.

Den kompletten Nachhaltigkeitsbericht finden Sie unter <https://www.chiquita.de/nachhaltigkeit-2022/>. Entsprechendes Bildmaterial und Grafiken gibt es zur freien Verwendung unter https://bit.ly/Chiquita_Nachhaltigkeitsbericht_21_22.

Bildmaterial, Grafiken und weitere Informationen können Sie gerne anfordern bei: Heimo Tscherne / undTscherne Kommunikation / kontakt@undtscherne.com / Tel: 0049 175 594 54 94