



15-Jahre „Gemüsebeete für Kids“: Ernährungsbildung als Erfolgsgeschichte

- **Grund zum Feiern: Erfolgsprojekt der EDEKA Stiftung wird 15 Jahre alt**
- **Gemüse, Kräuter und Co.: Bundesweit 3.000 Hochbeete für Kitas**
- **Grundlagen für morgen: Frühkindliche Ernährungsbildung wichtiger denn je**

Hamburg, 12. April 2023. Das Thema Ernährungsbildung ist in aller Munde: In Politik und Gesellschaft wird intensiv darüber diskutiert, wie man Kinder und Jugendliche für eine ausgewogene Ernährung und für mehr Lebensmittelwertschätzung sensibilisieren kann. Die EDEKA-Stiftung beweist seit 15 Jahren, wie so etwas in der Praxis funktioniert. Seit dem Jahr 2008 setzt sie ihr Erfolgsprojekt „Gemüsebeete für Kids“ bundesweit an Kindergärten und Kitas um. Mittlerweile werden jährlich tausende Hochbeete von wissens- und gemüsehungrigen Kita-Kids beackert. In diesem Jahr findet die Bepflanzung der bundesweit 3.000 Gemüsehochbeete erstmals wieder ohne Corona-Einschränkungen statt.

Über 41.000 Tüten ausgesätes Saatgut, mehr als 620.000 gepflanzte Setzlinge und über 9,6 Mio. Liter verbuddelte Erde: Seit 15 Jahren forciert das Erfolgsprojekt der EDEKA Stiftung die frühkindliche Ernährungsbildung unter dem Dach der Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs“. **„Wenn bereits Vorschulkinder ihr eigenes Gemüse säen, pflegen und ernten, verändert das ihre Einstellung zu Lebensmitteln. Wir sind davon überzeugt, dass sich das nachhaltig auf ihre Ernährungsgewohnheiten auswirkt“**, so Markus Mosa, Vorstand der EDEKA Stiftung. Beim Projekt pflegen Vorschüler:innen Kohlrabi, Kopfsalat und Co. in von der Stiftung bereitgestellten Hochbeeten. Unterstützt werden sie von bundesweit 1.400 lokalen EDEKA-Kaufleuten, die als Pat:innen bei der Bepflanzung, Pflege und Ernte der Hochbeete helfen.

Begeisterung für das Projekt auf allen Ebenen

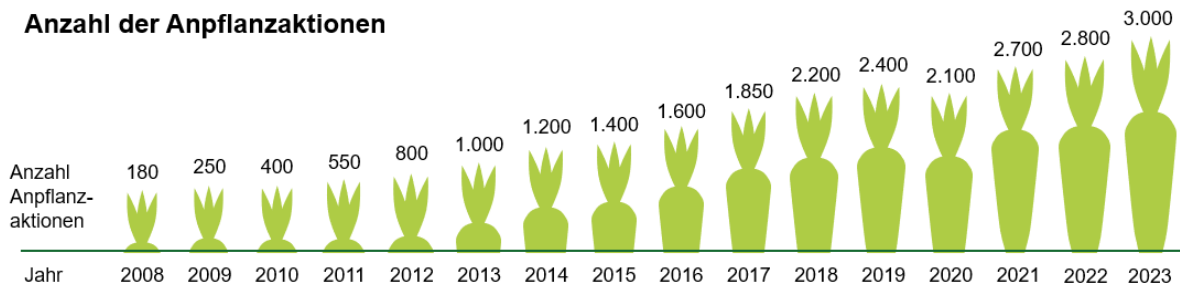
Sven Krause, Inhaber von EDEKA Krause in Burg/Fehmarn, ist einer von zahlreichen Kaufleuten, die „Gemüsebeete für Kids“ seit vielen Jahren unterstützen. Er bringt exemplarisch auf den Punkt, warum den EDEKA-Kaufleuten das Projekt so wichtig ist: **„Wenn die Kinder erleben, wie viel Arbeit dahintersteckt, bis man eine Möhre ernten kann, dann lernen sie die Lebensmittel ganz anders wertzuschätzen. Das gilt auch für Erwachsene. Daher ist es wichtig, dass wir dem Nachwuchs dieses Wissen so früh wie möglich vermitteln“**.

Auch für die Kindergärten und -tagesstätten ist das Projekt nicht mehr aus dem Kitaalltag wegzudenken. Seit der Geburtsstunde von „Gemüsebeete für Kids“ nimmt etwa die Katholische Kindertageseinrichtung St. Joseph in Mülheim an der Ruhr teil. Erzieherin und stellvertretende Leiterin Alexandra Arnold beobachtet jedes Jahr auf Neue: **„Wenn wir Salat gekauft haben, essen die Kinder ihn nicht so gerne, wie den Salat oder die Möhren aus unserem Hochbeet. Die Kinder sind unglaublich stolz auf ihr selbstgepflanztes Gemüse. Parallel zum**

jährlichen Start der Anpflanzung fangen sogar die Eltern zu Hause an, mit den Kindern Gemüse zu säen“.

Dass das Projekt tatsächlich da fruchtet, wo es soll, zeigt sich immer wieder in Gesprächen mit Kids und Jugendlichen, die in ihrer Vorschulzeit die Gemüsehochbeete bepflanzt haben. So hat Lukas Simon, heute 14 Jahre alt, als 5-jähriger Vorschüler in der AWO Kita Häverstädt in Minden am Projekt teilgenommen. Er erinnert sich: **„Durch das Projekt ist mir bewusst geworden, dass ich eine Tomate nicht gleich wegschmeißen muss, nur weil ein kleiner Teil von ihr nicht mehr gut ist.“** „Gemüsebeete für Kids“ ist Teil der Initiative „IN FORM“, die von den Bundesministerien für Ernährung und Landwirtschaft sowie Gesundheit getragen wird. In den vergangenen 15 Jahren erreichte das Projekt über 1,6 Mio. Kinder.

Im Jubiläumsjahr finden die Anpflanzaktionen erstmals wieder ohne pandemiebedingte Einschränkungen statt. Doch das Engagement ist wichtiger als zuvor: Eine 2021 von der EDEKA Stiftung veröffentlichte Studie* zeigt, dass sich während der Corona-Pandemie 31 Prozent der Kinder weniger bewegten als zuvor und 8 Prozent der Kinder zugenommen haben. **„Umso wichtiger ist es, dass wir gemeinsam mit den Kids wieder den Weg zurück zu einem gesunden Verhältnis zu Ernährung und Bewegung finden“**, so Markus Mosa.



* Quelle: <https://stiftung.edeka/presse.html>

Über die EDEKA Stiftung

Seit April 1950 setzt sich die EDEKA Stiftung für gemeinnützige Zwecke ein. Sie hat das Ziel, Bedürftige zu unterstützen sowie zukunftsgerichtete Initiativen zu etablieren, die vor allem junge Menschen anregen sollen, Verantwortung für sich, Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen. Bedürftige Menschen und Einrichtungen erhalten von der EDEKA Stiftung einmalige oder laufende Zahlungen. Mit dem Projekt „Gemüsebeete für Kids“ führt die EDEKA Stiftung seit 2008 mit großem Erfolg Vorschulkinder an das Thema ausgewogene Ernährung heran. 2013 kam das Grundschul-Projekt „Mehr bewegen – besser essen“ hinzu. Im Mittelpunkt stehen hier während eines Projekttagess die Themen „Ernährung“, „Bewegung“ und „Verantwortung“. Beide Projekte der EDEKA Stiftung tragen seit 2016 die Auszeichnung „Wir sind IN FORM“. Die Initiative IN FORM, getragen von den Bundesministerien für Ernährung und Landwirtschaft sowie für Gesundheit, würdigt damit das Engagement der EDEKA Stiftung für Ernährungsbildung und Bewegungsförderung.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie

Vorstand: Dr. Hubertus Nölting RA; Markus Mosa,
Geschäftsführer: Frank Perkuhn RA/StB



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.