

Pressemeldung.

## **RaboDirect startet Gewinnspielkooperation mit Ackerdemia e. V.: 62.000 Euro für neue Grundschulgärten.**

**FRANKFURT – 21. Oktober 2019.** Sieben Jahre RaboDirect Deutschland – für die Direktbankenmarke der niederländischen Rabobank, die sich für den bewussten Umgang mit Lebensmitteln engagiert, ein guter Anlass, die Geburtstagstorte durch Gemüse zu ersetzen: Das auf den Agrar- und Lebensmittelsektor spezialisierte Finanzinstitut investiert im Rahmen seines diesjährigen Gewinnspiels insgesamt 62.000 Euro für die Schaffung neuer Schulgärten im Rahmen des dreijährigen Bildungsprogramms „GemüseAckerdemie“ von Ackerdemia e. V. Den Schulhof quasi zum Gemüsegarten zu machen, um Kindern den Wert von Lebensmitteln zu vermitteln, das ist das Ziel dieser RaboDirect Aktion.

Wie lange brauchen Radieschen von der Aussaat bis zur Ernte? Warum müssen Tomaten vorkeimen und wie schmeckt frisch geernteter Salat? Antworten auf Fragen wie diese können Grundschüler jetzt schon bald beim Beackern ihres eigenen Schulgartens im Rahmen der „GemüseAckerdemie“ erhalten. Das Team von Ackerdemia e.V. kommt persönlich zu den Gewinnern der Geburtstagsaktion in die Schule und unterstützt beim Anlegen eines Gemüsegartens und noch weit darüber hinaus: Fortbildungen für Lehrer, die Ausstattung mit Saat- und Pflanzgut sowie umfangreiche Bildungsmaterialien gehören ebenso zur „GemüseAckerdemie“ wie Video-Tutorials und wöchentliche Mails mit Tipps und Tricks zum Gemüseanbau. Drei Jahre lang gemeinsam säen, pflanzen, ernten und dabei lernen, was wo wie wächst. Für „eine Generation, die weiß, was sie isst“, denn das ist das Ziel des gemeinnützigen Vereins Ackerdemia e. V. Auf diese Weise erfahren Kinder und Jugendliche viel über Lebensmittel und ihre Herkunft. So bleibt das Erlebnis kollektiven Gemüseanbaus kein Kurzzeit-Event, sondern wird zum nachhaltigen Projekt mit langfristigem Mehrwert.

### **Bewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen.**

Im Alltag sorgsamer mit Lebensmitteln umzugehen und ihren Wert anzuerkennen ist ein zentrales Anliegen von RaboDirect. Im Rahmen des Leitgedankens „Banking for Food“ unterstützt das Finanzinstitut deshalb Bildungsprojekte gegen Lebensmittelverschwendung. „Wir alle sind uns darüber im Klaren, dass es im Jahr 2050 weltweit rund neun Milliarden Menschen zu ernähren gilt“, erläutert Berry Marttin, Vorstandsmitglied der Rabobank, zu der auch RaboDirect gehört. „Die Herausforderungen, die damit verbunden sind, gehen uns alle an. Ich wünsche mir, dass die Menschen Lebensmittel wieder mehr zu schätzen lernen. Viele Konsumenten haben keine Vorstellung davon, wie schwer es ist, all das, was sie täglich auf dem Teller haben, herzustellen und verfügbar zu machen.“ Hier soll jetzt zusätzlich zu bereits bestehenden Projekten, wie beispielsweise der „School Lunch“-Aktion mit dem Berliner Bildungsverein RESTLOS GLÜCKLICH, auch die Kooperation mit der „GemüseAckerdemie“ ansetzen und Kinder für ein bewusstes Konsumverhalten sensibilisieren.

**Lehrkräfte deutscher Grundschulen können sich jetzt bis zum 25. November 2019 mit ihrer Schule für einen der fünf von RaboDirect finanzierten Gemüseärten bewerben. Dazu bedarf es lediglich einer kurzen Erklärung, warum die Schule gerne einen Gemüsegarten hätte. Dazu online Fotos hochladen und das Bewerbungsformular ausfüllen unter [www.rabodirect-schulgarten.de](http://www.rabodirect-schulgarten.de). Bei der anschließenden Abstimmung für die Gewinnerschulen kann jeder mitmachen – die fünf Schulen mit den meisten Stimmen gewinnen.**

#### **Über Ackerdemia e. V.**

„Ackern schafft Wissen“ – unter diesem Motto hat der Verein das mehrfach ausgezeichnete Bildungsprogramm „GemüseAckerdemia“ für Schulen, Kitas und andere Bildungseinrichtungen im Kinder- und Jugendbereich ins Leben gerufen. Mehr als 35.000 Kinder an 475 Kitas und Schulen haben bereits im Rahmen des Bildungsprogramms ihr eigenes Gemüse angebaut. Dr. Christoph Schmitz, Gründer und Vorstandsvorsitzender von Ackerdemia e. V., hat eine klare Vision: „Langfristig möchten wir das Programm so optimieren, dass wir möglichst viele Kinder und Jugendliche unterschiedlicher sozialer Herkunft erreichen. Unser Ziel ist es, eine Generation junger Konsumenten auszubilden, die sich durch ein grundlegendes Verständnis der Lebensmittelproduktion und ein reflektiertes und nachhaltiges Konsumverhalten auszeichnet.“

#### **Über RaboDirect Deutschland.**

RaboDirect Deutschland ist ein Geschäftsbereich der deutschen Zweigniederlassung der Coöperatieve Rabobank U.A., einer holländischen Bankengruppe mit Sitz in Frankfurt am Main. Das Direktbankgeschäft wurde im Juni 2012 als neuer Geschäftsbereich der Zweigniederlassung Frankfurt gegründet und ist auf Sparprodukte für Privatkunden spezialisiert. Im Firmenkundengeschäft ist die deutsche Zweigniederlassung der 1898 als Genossenschaftsbank gegründeten Rabobank Gruppe bereits seit 1984 als Spezialist für Finanzierungen im Agrar- und Nahrungsmittelsektor tätig. Die Rabobank Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Niederlande. Inzwischen ist die Bank in 38 Ländern mit mehr als 8,4 Millionen Kunden und über 43.600 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von fast 347 Milliarden Euro (Stand 2018). Weitere Informationen im Internet auf [www.rabodirect.de](http://www.rabodirect.de) und [www.rabobank.com](http://www.rabobank.com).

**Pressekontakt**

RaboDirect Deutschland

Pressestelle

Assana Jensen

c/o Havas Hamburg

Tel. 040 431 75 123

[assana.jensen@havas.com](mailto:assana.jensen@havas.com)