



EDEKA eröffnet 100. NATURKIND-Welt

- Expansion des erfolgreichen Bio-Shop-in-Shop-Formats geht weiter
- Neue NATURKIND-Welt im E-Center Gashi im südbayerischen Germering
- Meilenstein im Ausbau des Bio-Angebots von EDEKA
- Kurzinterview mit EDEKA-Kaufmann Gashi

Hamburg, 19. November 2024: Die Förderung ökologisch erzeugter Lebensmittel ist für den EDEKA-Verbund seit Langem ein wichtiges Anliegen. Ein zentraler Baustein im Bio-Engagement von EDEKA ist das im deutschen Handel einzigartige Konzept der NATURKIND-Welten. Nun hat EDEKA die 100. Welt des erfolgreichen Bio-Shop-in-Shop-Formats eröffnet: Das neueste „Biotop“ für Bio-Lebensmittel befindet sich im E-Center Gashi im südbayerischen Germering. Mit dem Angebot erweitert EDEKA das Bio-Sortiment in Deutschland und ermöglicht künftig auch bio-bewussten Verbraucher:innen in Oberbayern einen einfachen Zugang zu allen wichtigen Bio-Fachmarken.

Mit dem Start der ersten NATURKIND-Welt 2021 hat EDEKA einen branchenweit einzigartigen Weg eingeschlagen. Als gesondert separierte Bereiche innerhalb eines EDEKA-Marktes stehen die NATURKIND-Welten für profilgebende Bio-Kompetenz. „Die Eröffnung der 100. NATURKIND-Welt ist ein weiterer Meilenstein auf unserem Weg, die Bio-Marktführerschaft des EDEKA-Verbunds auszubauen. Wir haben es mit NATURKIND geschafft, eine Brücke zwischen Bio-Landwirtschaft, Anbauverbänden und unseren Kundinnen und Kunden in den EDEKA-Märkten zu bauen“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

Bio-Fachhandelsexpertise im LEH

Mit mindestens 20 Bio-Marken in jeder NATURKIND-Welt führt EDEKA als einziger nationaler Lebensmittelhändler nahezu alle verfügbaren Bio-Fachhandelsmarken. Darunter die zehn größten Lebensmittelhersteller des Biofachhandels¹ wie Rapunzel, oder Voelkel. Außerdem kooperiert der EDEKA-Verbund als einziger großer Lebensmittelhändler mit allen bedeutenden Bio-Anbauverbänden. Mit den NATURKIND-

¹ Lt. Biovista (Quelle)



Welten unterstreicht EDEKA daher die eigene umfangreiche Bio-Fachexpertise. Parallel dazu baut EDEKA auch das Angebot an nationalen und regionalen Bio-Eigenmarken wie EDEKA Bio sowie frischen Produkten aus regionaler ökologischer Erzeugung seit Jahren kontinuierlich aus. Laut aktuellen Marktforschungszahlen ist EDEKA damit der führende Bio-Händler im deutschen LEH mit dem größten Marktanteil im Bereich der Bio-Lebensmittel.

NATURKIND-Netz immer engmaschiger

Mit der Eröffnung der 100. NATURKIND-Welt hat EDEKA das Versorgungsnetz an Bio-Lebensmitteln deutschlandweit noch engmaschiger gestaltet. In den gesonderten NATURKIND-Welten mit durchschnittlich 100 Quadratmetern Fläche finden Kund:innen eine vielfältige Auswahl von mindestens 1.200 Bio-Produkten. Im Fokus der Welten steht das Trockensortiment gefolgt von Molkerei- und Frischeprodukten. Je nach zur Verfügung stehender Fläche gibt es auch Frischetheken für Brot- und Backwaren, Tiefkühlkost, Obst und Gemüse bis hin zu Unverpackt-Modulen und Naturkosmetik. Größere Märkte, wie das E-Center Zurheide Feine Kost im Crown in Düsseldorf, bieten sogar bis zu 4.500 Bio-Produkte an. Auf diese Weise erleichtern die „Biotope“ innerhalb eines Vollsortimentsmarktes den Wocheneinkauf für bio-bewusste Verbraucher:innen.

Weitere Infos zum NATURKIND-Konzept finden Sie hier: <https://naturkind.de/#intro>.

+++

Drei Fragen an: Kurzinterview mit EDEKA-Kaufmann Bashkim Gashi zur Eröffnung der 100. NATURKIND-Welt

Herr Gashi, warum haben Sie in Ihren neuen Markt jetzt eine NATURKIND-Welt integriert?

Weil ich sehe, dass die Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten seit Jahren steigt. Darum wollte ich in meinem Markt nicht nur natürlichere oder gesündere Optionen anbieten, sondern mit NATURKIND eine Alternative einführen, die wirklich für umweltfreundliche, hochwertige und nachhaltige Produkte steht.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
[verbund.edeka.de](https://www.verbund.edeka.de)





Was unterscheidet das NATURKIND-Konzept von anderen Bio-Sortimenten?

Die Anzahl der Artikel, die vielen Bio-Marken und die breite Produktpalette, die fast alle Lebensbereiche abdeckt – das sind für mich die wichtigsten Punkte. So können wir unseren Kundinnen und Kunden eine Sortimentstiefe und Qualität anbieten, die sie sonst nur von einem Bio-Fachmarkt erwarten. Und für mich genauso wichtig: NATURKIND steht für eine große Auswahl auf kompakter Fläche. Unsere Kundschaft muss also nicht überall im Laden nach Bio-Artikeln suchen.

Gibt es Marken oder Artikel, die besonders gut laufen?

Ja, viele Fachmarken werden sehr gut angenommen. Zum Beispiel Rapunzel oder auch LaSelva mit dem großen Tomatensaucen-Sortiment. Was auch gut bei uns läuft sind Gewürze, Nudeln, Öl und Honig – etwa Manuka-Honig. Der wird trotz seines höheren Preises oft gekauft.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.400 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 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 trinkgut 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 2023 mit rund 11.050 Märkten und rund 410.700 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 70,7 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
[verbund.edeka.de](https://www.verbund.edeka.de)

