



Geschäftsjahr 2024:

EDEKA-Verbund setzt Wachstumskurs in dynamischem Marktumfeld fort

- **Gesamtumsatz steigt um 6,5 Prozent auf 75,3 Mrd. Euro**
- **Investitionsvolumen mit 2,9 Mrd. Euro auf Allzeithoch**
- **238 Neueröffnungen und 2.300 neue Arbeitsplätze**
- **EDEKA Herzstücke stärken Differenzierung im Sortiment**
- **Einsatz für faire Preise und Verbraucherwohlfahrt**

Hamburg, 16. April 2025: Der genossenschaftliche EDEKA-Verbund hat seinen stabilen Wachstumskurs im Geschäftsjahr 2024 fortgesetzt. In einem herausfordernden Marktumfeld steigerte der Verbund seinen Umsatz um 6,5 Prozent auf insgesamt 75,3 Mrd. Euro – eine im direkten Wettbewerbsvergleich hohe Wachstumsdynamik. Die rund 3.200 selbstständigen EDEKA-Kaufleute untermauerten erneut ihre führende Position im deutschen Lebensmitteleinzelhandel mit einem Umsatz von 40,8 Mrd. Euro – ein Plus von 3,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Netto Marken-Discount steigerte seinen Umsatz um 2,7 Prozent auf nunmehr 17,6 Mrd. Euro. Ungeachtet eines weiterhin gedämpften Konsumklimas investierte der Verbund rund 2,9 Mrd. Euro in seine Infrastruktur und damit in den Wirtschaftsstandort Deutschland. Mit 413.000 Mitarbeiter:innen und über 19.200 Auszubildenden bleibt EDEKA nicht nur der größte privatwirtschaftliche Arbeitgeber Deutschlands, sondern auch führend in der Nachwuchsförderung.

„In Zeiten konjunktureller Stagnation haben wir es geschafft, uns in einem schwierigen Marktumfeld mehr als zu behaupten und die führende Position im deutschen Lebensmittelhandel erneut zu bekräftigen. Dies ist besonders der Kreativität und unternehmerischen Leidenschaft unserer selbstständigen Kaufleute zu verdanken. In unseren Lebensmittelmärkten überzeugen wir bundesweit täglich 13 Millionen Kundinnen und Kunden mit unseren Sortimenten und Services“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. Um den Anspruch auf Leistungsführerschaft zu erfüllen, baute der Verbund auch sein Investitionsvolumen aus: „Wir haben im vergangenen Jahr eine Rekordsumme von 2,9 Mrd. Euro in Infrastruktur, Digitalisierung und Nachhaltigkeit und damit in den Wirtschaftsstandort Deutschland investiert“, so Markus Mosa weiter. „Über die vergangenen zehn Jahre hinweg beläuft sich die Summe auf rund 20 Mrd. Euro. Diesen Kurs werden wir auch weiterhin fortsetzen.“



Stabiles Wachstum und Stärkung des Mittelstands

Die rund 3.200 selbstständigen Kaufleute machten EDEKA erneut zur stärksten Unternehmer-Initiative im deutschen Einzelhandel und damit zu einem Motor lokaler Wertschöpfung. Insgesamt erwirtschafteten sie 2024 einen Umsatz von 40,8 Mrd. Euro (plus 3,9 Prozent). Netto Marken-Discount behauptete seine Marktposition mit einem Umsatz von 17,6 Mrd. Euro (plus 2,7 Prozent). Mit 75,3 Mrd. Euro, das sind 4,6 Mrd. Euro mehr als im Vorjahr, war der Gesamtumsatz des EDEKA-Verbunds so hoch wie nie zuvor in seiner 118-jährigen Geschichte. Auch das operative Ergebnis konnte erneut gesteigert werden. Im EDEKA ZENTRALE Konzern (EDEKA-Zentrale mit Netto Marken-Discount) stieg das EBIT um 13,9 Prozent auf 616 Mio. Euro.

Das Vertriebsnetz umfasste zum Jahresende 2024 bundesweit 10.859 Lebensmittelmärkte. Dazu zählen 4.399 Filialen von Netto Marken-Discount sowie 6.460 Lebensmittelmärkte im regionalen Einzelhandel – das sind vor allem Super- und Verbrauchermärkte von EDEKA und Marktkauf, aber auch Fachmarktformate wie trinkgut. Mit 5.605 Märkten werden davon rund 90 Prozent von selbstständigen Kaufleuten geführt. Im Jahresverlauf wurden 238 Lebensmittelmärkte im Verbund neu eröffnet. Abzüglich der Schließungen stieg die Gesamtverkaufsfläche damit auf 12,3 Mio. Quadratmeter.

Trinkgut, der Marktführer im deutschen Getränkefachhandel, stärkte seine überregionale Präsenz in den EDEKA-Regionen Rhein-Ruhr, Südwest und Südbayern mit insgesamt rund 300 Verkaufsstätten. Ebenfalls auf Expansionskurs: die NATURKIND-Welten, die als Shop-in-Shop-Flächen innerhalb bestehender Super- und Verbrauchermärkte ein breites Angebot an Bio-Lebensmitteln bieten, darunter alle führenden Bio-Fachhandelsmarken. Auch der Online-basierte Lieferdienst Picnic, an dem der EDEKA-Verbund seit 2018 beteiligt ist, expandierte kontinuierlich: Die 2.200 Elektro-Vans sind mittlerweile in rund 230 deutschen Städten und größeren Gemeinden unterwegs.

Auch im Jahr 2024 stärkte EDEKA den unternehmerischen Mittelstand in Deutschland. Im Jahresverlauf machten sich 130 Nachwuchskaufleute mit einem EDEKA-Markt selbstständig. 91 Märkte wurden aus dem Regie-Bestand in die Hände von Unternehmer:innen gegeben, davon 48 an Existenzgründer:innen. Mit dem wirtschaftlichen Wachstum gingen positive Impulse auf dem Arbeitsmarkt einher: Auf allen drei Handelsstufen beschäftigte der Verbund zum Jahresende bundesweit rund 413.000 Mitarbeiter:innen, damit 2.300 mehr als im Vorjahr. Dazu gehören auch die 88.500 Beschäftigten von Netto Marken-Discount.



Die 19.240 Auszubildenden machen den EDEKA-Verbund zum größten privatwirtschaftlichen Ausbilder Deutschlands – und das gegen den allgemeinen Bundestrend.

Fokus auf Differenzierung und faire Preise

Die Bedienungstheken für frische Sortimente wie Fleisch und Wurst, Käse und Fisch sind Differenzierungsfaktor Nummer eins und das Herzstück der EDEKA-Super- und Verbrauchermärkte. Sie leisteten 2024 erneut einen wesentlichen Beitrag zum Wachstum des gesamten Vollsortimentsgeschäfts. Im Eigenmarkensortiment setzen seit August 2024 die „EDEKA Herzstücke“ neue Maßstäbe. Mit der Einführung des aktuell rund 1.000 Artikel umfassenden Sortiments unterstrich der Verbund seinen Anspruch auf klare Differenzierung zur Markenindustrie und zum Wettbewerb.

Zunehmend werden die Eigenmarkenprodukte von EDEKA und Netto Marken-Discount in den 37 eigenen Produktionsbetrieben hergestellt oder verarbeitet. Das Geschäftsjahr 2024 stand vor allem im Zeichen der Integration des italienischen Teigwarenherstellers Pasta Rey und zweier Mineralbrunnen. Auch das EDEKA Fruchtkontor stärkte seine Infrastruktur mit dem Neubau des Fruchtkontors Nord im Hamburger Hafen sowie der Übernahme eines Logistikzentrums im niederländischen Geldermalsen. Anfang des laufenden Jahres erwarb EDEKA zudem erstmals eine Molkerei im brandenburgischen Prenzlau.

Dank der Bündelung der Kräfte im Rahmen der europäischen Einkaufs-Unternehmen Epic Partners und Everest gelang es 2024, überhöhte Preisforderungen der globalen Markenindustrie in Milliardenhöhe abzuwenden. Die Preissensibilität der Verbraucher:innen in Deutschland ist nach wie vor hoch, sodass überteuerte Markenartikel oftmals nur noch im Aktionsgeschäft absetzbar sind. **„Wir investierten 2024 insgesamt rund 3 Mrd. Euro in solche preisbezogenen Maßnahmen“,** so Markus Mosa. **„Dafür haben wir deutlich geringere Margen in Kauf genommen und einen Beitrag zur Stabilisierung der Lebenshaltungskosten und zur Wahrung der Verbraucherinteressen geleistet.“**

Parallel wurde die Digitalisierung der Kundenbindung weiter vorangetrieben. Vor allem die Anfang 2025 gestartete Partnerschaft mit dem marktführenden Bonusprogramm PAYBACK gibt den EDEKA-Kaufleuten zusätzlichen Rückenwind. **„Wir freuen uns über den erfolgreichen Start von PAYBACK im EDEKA-Verbund. Alle Kennzahlen sind positiv, liegen über unseren Erwartungen und bestätigen den Schritt, mit PAYBACK in die Zukunft zu gehen“,** bestätigt Markus Mosa. Allein im Januar 2025 konnte der Verbund mehr PAYBACK-Nutzer:innen in seinen Märkten begrüßen als zuvor mit der DeutschlandCard in einem ganzen Jahr. Die Umsatzdurchdringung (also der Anteil der mit Einsatz der



PAYBACK-Karte oder App getätigten Umsätze) konnte entsprechend auf ein hohes Niveau gesteigert werden. Parallel wird auch die EDEKA App zur individuellen Kundenansprache kontinuierlich weiterentwickelt. Im Jahr 2024 konnten eine Million neue Nutzer:innen in der EDEKA App begrüßt werden.

Engagement für Umwelt und Gesellschaft

Der Schutz des Klimas und der natürlichen Ressourcen gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Auch hier übernahm der EDEKA-Verbund Verantwortung: Die EDEKA-Zentrale und Netto Marken-Discount haben sich zum Ziel gesetzt, ihre Treibhausgasemissionen bis 2045 um 90 Prozent gegenüber 2022 zu senken. Dieses und weitere Klimaziele wurden im August 2024 offiziell von der Science Based Targets initiative validiert – damit ist EDEKA Vorreiter im deutschen Handel. Auch das gesellschaftliche Engagement für bewusste Ernährung und eine gesunde Lebensweise gehören zum Wertekanon des EDEKA-Verbunds. Daher unterstützt EDEKA den Breiten- und Spitzensport in Deutschland. Bereits seit acht Jahren begleitet der Verbund Team-D-Athlet:innen auf dem Weg zu den Olympischen Spielen. Die Spiele in Paris haben im Sommer 2024 die Herzen vieler Millionen Menschen bewegt. Seit März 2025 ist EDEKA zudem Ernährungspartner der Männer-Fußball-Nationalmannschaft des DFB.

Nähere Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung des EDEKA-Verbunds bietet der neue EDEKA-Geschäftsbericht für das Jahr 2024: [geschaeftsbericht.edeka](https://www.edeka.de/geschaeftsbericht)

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.