



Kommunikation auf Augenhöhe:

EDEKAs neue Ausbildungskampagne spricht die Sprache der Generation Z

- **Neue multimediale Kampagne verbindet EDEKA-Unternehmenswerte mit den Lebenswelten potenzieller Azubis**
- **Klassisches EDEKA-Design trifft auf authentischen Street-Look**
- **Vielfalt und Individualität im Fokus: echte EDEKA-Azubis als Testimonials**

Hamburg, 02. Februar 2023: EDEKA ist mit aktuell mehr als 19.000 Auszubildenden in mehr als 50 Berufen und dualen Studiengängen einer der größten Ausbilder Deutschlands. Mit seiner Ausbildungskampagne spricht der Lebensmitteleinzelhändler ab sofort junge Talente auf Augenhöhe an. Kombiniert werden dabei traditionelle Unternehmenswerte und klar erkennbare Designelemente mit der Bildsprache und Tonalität der Generation Z. Authentizität und Individualität in der Ansprache stehen dabei ebenso im Vordergrund wie der Fokus auf Wertschätzung für die Bedürfnisse und Lebenswelten der jungen Generation. Die multimediale Kampagne wird auf vielen Ebenen ausgespielt – auf Social-Media-Kanälen ebenso wie online, am POS und im Out-of-Home-Umfeld sowie mit Merchandising-Produkten aus der EDEKA-Welt.

Viel Freiraum für Selbstverwirklichung und Abwechslung auf der einen Seite, Stabilität, Sicherheit und gute Aufstiegschancen auf der anderen – die Ansprüche der Generation Z an Ausbilder und Arbeitgeber stellen neue Herausforderungen auch in der Ansprache potenzieller Azubis. Genau hier setzt der EDEKA-Verbund mit der neuen Ausbildungskampagne an, in der echte EDEKA-Nachwuchstalente die Hauptrolle spielen.

Authentische Kommunikation auf Augenhöhe der Generation Z und gleichzeitige Orientierung an den EDEKA-Kernwerten – ein Spagat, der viel kleiner ist, als er auf den ersten Blick scheint. Schließlich werden Themen wie Aufgabenvielfalt, Zukunftsperspektiven und Sicherheit, Relevanz und Wertschätzung im EDEKA-Verbund ebenso

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





ernst genommen wie bei den Bewerber:innen. Diese Einigkeit auf den Punkt zu bringen, ist ein Kernanliegen der Kampagne. Gelöst wird das durch eine Bildsprache und Tonality, die den Streetstyle der Generation Z auf ungewöhnliche Art und Weise mit bekannten EDEKA Design-Elementen kombiniert und ebenso klar wie unterhaltsam das rüberbringt, was bei der Ausbilderwahl heute die Hauptrolle spielt. Der Kampagnenlook ist also deutlich von der Lebenswelt der Zielgruppe inspiriert, Text-Tonality und Motive sind aufmerksamkeitsstark und kreativ – dabei jedoch immer nahbar und authentisch.

Kampagnenstart mit TikTok-Challenge und Streetwear-Merchandise

Ergänzt wird die Kampagne durch eine kurz darauffolgende Ausbildungschallenge auf TikTok. Was hierzu schon verraten werden kann: Es wird live aus einem EDEKA-Markt berichtet. Streetwear-Merchandise wie zum Beispiel Buckethats, Socken und Keychains aus der EDEKA-Themenwelt runden die Gesamtkampagne ab und sorgen vielleicht schon bald für das ein oder andere „It-Piece“ im Jugendzimmer.

Weitere Informationen zu den vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten bei EDEKA und zur neuen Kampagne gibt es hier: www.ausbildung.edeka

Über den EDEKA-Verbund

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 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 19.300 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

