



Geschäftsjahr 2022:

EDEKA wächst stabil und investiert in günstige Verkaufspreise

- **EDEKA-Kaufleute stellen sich auf verändertes Konsumverhalten ein**
- **Netto Marken-Discount überzeugt mit dynamischem Wachstum**
- **Günstige EDEKA-Eigenmarken bei Verbraucher:innen immer beliebter**
- **EDEKA-Verbund investiert 2023 über 3 Mrd. Euro in seine Infrastruktur**
- **Mit 4.000 neuen Mitarbeiter:innen bleibt EDEKA führender Arbeitgeber**

Hamburg, 25. April 2023. Angefacht durch die russische Invasion in der Ukraine drücken stark gestiegene Energiepreise und hohe Inflationsraten auf die Kaufkraft privater Haushalte in Deutschland. In einem herausfordernden und vor allem preisgetriebenen Marktumfeld blickt der EDEKA-Verbund dennoch auf stabile Wachstumswerte zurück. Die rund 3.500 selbstständigen Kaufleute des genossenschaftlichen Verbunds steigerten ihre Umsätze auf insgesamt 36,5 Mrd. Euro (+ 1,8 Mrd. Euro). Besonders stark entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr Netto Marken-Discount mit einem Umsatzplus von 1,1 Mrd. Euro auf 15,8 Mrd. Euro. Die Gesamterlöse im EDEKA-Verbund stiegen auf 66,2 Mrd. Euro (+ 3,5 Mrd. Euro). Insbesondere die Eigenmarken von EDEKA und Netto wurden 2022 massiv nachgefragt – auch dank ihrer starken Entwicklung konnten die Lieferausfälle der Markenindustrie kompensiert und das Preisniveau stabilisiert werden. „Wir bleiben auch 2023 der Anwalt der Verbraucherinnen und Verbraucher und wir fordern die Markenindustrie auf, die Inflation nicht weiter künstlich in die Höhe zu treiben“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

„In Zeiten einer hohen Inflation ist es unsere oberste Priorität, die privaten Haushalte zu entlasten. Daher haben wir trotz steigender Kosten in erheblichem Maß investiert, um die Verkaufspreise für Lebensmittel möglichst stabil zu halten – auch zu Lasten unserer eigenen Handelsmarge und unserer Ergebnisse“, so Markus Mosa. Damit gelang es dem EDEKA-Verbund, viele Verbraucher:innen nicht nur mit Genuss und Vielfalt, sondern auch mit attraktiven Preisen zu überzeugen. Passend zum neuen Kampagnen-Motto „Im Herzen

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





vereint“ verbindet der EDEKA-Einzelhandel auch zukünftig vermeintliche Gegensätze wie Qualität, Nachhaltigkeit und günstige Preise verlässlich miteinander. Somit bleiben nachhaltige Sortimente und verantwortungsvolles Handeln unverändert ein Kernthema. Erst 2022 war die langjährige strategische Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit dem WWF um weitere zehn Jahre verlängert worden.

Der EDEKA-Verbund stützte 2022 nicht nur die Verbraucherpreise, sondern investierte auch massiv in seine Handelsinfrastruktur: Insgesamt rund 2,3 Mrd. Euro flossen in die Expansion mit energieeffizienten Supermärkten, in attraktive Flächenkonzepte wie das auf Bio-Lebensmittel spezialisierte Format NATURKIND, in digitale Einkaufserlebnisse sowie in die eigenen Produktionsbetriebe und Logistik-Strukturen. Für das laufende Geschäftsjahr investiert der EDEKA-Verbund weiterhin ungebremst in eine moderne Infrastruktur und plant Investitionen von 3,2 Mrd. Euro.

Nachfrage nach EDEKA-Eigenmarken steigt signifikant

Inflationsgetrieben entwickelten sich die Lebensmittelpreise zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor des zurückliegenden Geschäftsjahres. „Wir sind mit unseren Sortimenten preislich absolut wettbewerbsfähig. Auch in diesem Jahr werden wir unser Preisprofil weiter schärfen. Unsere nationalen und regionalen Eigenmarkenprogramme sind wichtige Bausteine dafür“, so Markus Mosa. Im Jahr 2022 ging die Nachfrage nach Eigenmarkenartikeln, beispielsweise von GUT&GÜNSTIG, EDEKA oder EDEKA Bio, rasant nach oben. Sie sind vergleichbaren Markenartikeln in puncto Qualität, Innovationskraft und Preis häufig überlegen. EDEKA setzt auch weiterhin auf ein breites Markenangebot – allerdings nicht um jeden Preis. Von Seiten der Markenartikelindustrie vielfach mit unseriösen Forderungen konfrontiert, verhinderte EDEKA im Sinne seiner Kund:innen vergangenes Jahr erfolgreich Preiserhöhungen in Höhe von insgesamt rund 1,5 Mrd. Euro. „Lebensmittel dürfen nicht zum Luxusgut werden. Wir werden auch weiterhin alle Forderungen der Markenindustrie sehr genau prüfen – das sind wir unseren Kundinnen und Kunden schuldig“, so Markus Mosa.

Expansionstempo bleibt hoch

Mit insgesamt 233 neuen Einzelhandelsstandorten drückten EDEKA (133 neue Super- und Verbrauchermärkte) und Netto Marken-Discount (100 neue Filialen) in Sachen Flächen-

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





expansion im Jahresverlauf weiter aufs Tempo. Die Gesamtverkaufsfläche wuchs spartenübergreifend auf 12,0 Mio. Quadratmeter an. Parallel zu den Neueröffnungen spielen auch die Erweiterung bestehender Einzelhandelsstandorte sowie deren energetische und ladenbauliche Modernisierung zentrale Rollen bei der Flächenentwicklung.

Attraktiver Arbeitgeber und Ausbilder

Im Jahr 2022 untermauerte der EDEKA-Verbund mit 4.000 zusätzlichen Mitarbeiter:innen seine Position als größter privatwirtschaftlicher Arbeitgeber Deutschlands. Damit waren in den Unternehmen des Verbunds zum Jahresende insgesamt rund 408.900 Menschen tätig. Besonders gesucht sind weiterhin junge Nachwuchskräfte. Ende 2022 lag die Zahl der Auszubildenden bei EDEKA und Netto Marken-Discount mit 19.260 jungen Menschen leicht unter Vorjahresniveau, da nicht alle Ausbildungsplätze besetzt werden konnten. Den Azubis steht im EDEKA-Verbund ein einzigartiges Aufstiegsprogramm offen – bis hin zur Selbstständigkeit. Die Chance zur Existenzgründung mit eigenem EDEKA-Markt nutzten vergangenes Jahr 149 Jungkaufleute – rund 50 mehr als im Vorjahr. 130 Märkte wurden aus dem Regiebereich in die Hände selbstständiger Kaufleute übertragen, davon 83 zugunsten von Existenzgründer:innen.

Nähere Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung des EDEKA-Verbunds, dem Aus- und Aufbau nachhaltigerer Sortimente sowie dem Engagement für Umweltschutz und gesellschaftliches Miteinander bietet der neue EDEKA-Geschäftsbericht 2022: [geschaeftsbericht.edeka.de](https://www.edeka.de/geschaeftsbericht.edeka.de)

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 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 2022 mit rund 11.100 Märkten und rund 408.900 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 66,2 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](https://www.edeka.de)

