



Internationale Grüne Woche: EDEKA-Verbund rückt Bio-Kompetenz in den Fokus

- EDEKA auf der internationalen Leitmesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau vom 19. bis 28. Januar 2024 in Berlin
- Gemeinsamer Stand mit Kooperationspartner Naturland in der Bio-Halle 22a
- Stand zeigt Bio-Kompetenz und liefert Inspiration für nachhaltigere Zukunft

Hamburg, 15. Januar 2024: Die globalen ökologischen Herausforderungen wie Klimaschutz, Ressourcenschonung oder nachhaltige Landnutzung erfordern ein zielstrebiges und entschlossenes Handeln aller Akteure – das thematisiert auch die in Kürze anstehende Internationale Grüne Woche in Berlin. Wenn die Leitmesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau vom 19. bis 28. Januar wieder ihre Tore für die etwa 300.000 Besucher:innen öffnet, ist auch der EDEKA-Verbund als Aussteller vor Ort, um sein nachhaltiges Engagement zu präsentieren. Zusammen mit Kooperationspartner Naturland Zeichen GmbH werden EDEKA und Netto Marken-Discount in der Bio-Halle 22a am Stand 156 vertreten sein.

EDEKA setzt sich als Deutschlands führender Lebensmitteleinzelhändler und größter Bio-Händler¹ bereits seit Jahren für den Ausbau eines nachhaltigeren Produktsortiments ein. Zum umfangreichen Bio-Sortiment zählen unter anderem mehr als 400 Artikel der Eigenmarke EDEKA Bio sowie 75 Produkte der Bio-Fachhandelsmarke NATURKIND. Der Lebensmittelhändler unterstützt mit der stetigen Erweiterung des Bio-Sortiments zudem das von der Bundesregierung angestrebte Ziel, den Ökolandbau in Deutschland zu fördern. Die Teilnahme an der Grünen Woche 2024 ist ein weiteres wichtiges Signal für das ökologische Engagement des Verbunds und die enge Partnerschaft mit der heimischen Landwirtschaft. Als einziger Akteur im deutschen Einzelhandel arbeitet EDEKA mit allen relevanten Bio-Anbauverbänden zusammen. Eine wichtige Rolle spielt dabei Naturland: Aktuell bereichern über 40 Naturland-zertifizierte Produkte das Sortiment bei NATURKIND und EDEKA Bio. Sie erfüllen höchste ökologische und soziale Standards, die deutlich über die

¹ Größter Bio-Umsatz & Absatz in Pack gemäß NielsenIQ, Food Bio, MAT Juli 2023, LEH+DM



Anforderungen der EU-Verordnung hinausgehen. Die Partnerschaft zwischen dem Anbauverband und dem EDEKA-Verbund zeigt sich auch auf der Grünen Woche, wo sich Naturland und EDEKA eine Fläche teilen.

Bio-Kompetenz und Regionalität als Kernthemen im EDEKA-Verbund

Im Fokus des Stands in der Bio-Halle 22a/156 steht die Bio-Kompetenz von EDEKA. Messebesucher:innen können sich über das ökologische Engagement des Unternehmens informieren oder sich davon überzeugen, dass hochwertige Bio-Lebensmittel nicht teuer sein müssen. Zusammen mit den Besucher:innen möchte EDEKA Antworten auf die Frage finden, wie die Ernährung der Zukunft nachhaltiger gestaltet werden kann. Mit einem Gewinnspiel werden Messegäste zusätzlich zum Ideenaustausch motiviert. Alle Aussteller in der Bio-Halle unterstützen zudem die aktuelle Informationsoffensive „Bio? Na Logo!“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.

Neben dem Bio-Schwerpunkt engagiert sich EDEKA gemeinsam mit dem WWF auch für den heimischen Artenschutz im Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“. Darüber hinaus setzt EDEKA wie kaum ein Wettbewerber auf das Thema Regionalität. Der Verbund arbeitet vielfach mit regionalen und lokalen Erzeuger:innen zusammen und setzt auf faire und verlässliche Partnerschaften mit der deutschen Landwirtschaft. Die inhabergeführten Märkte des EDEKA-Verbunds zählen traditionell zu den ersten Adressen für regionale Lebensmittel, die unter den verschiedenen Markenprogrammen der EDEKA-Regionen vertrieben werden.

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
www.edeka.de

