



Große Vielfalt, günstige Preise: In jedem EDEKA steckt ein Discounter!

- „Immer einen guten Fang machen“: Neuer TV-Spot eröffnet Kampagne
- Reichweitenstarke Aktionen auf Instagram, TikTok & Co.
- 7.000 Produkte zum besten Preis ersparen den Gang zum Discounter

Hamburg, 30.05.2022: Für den Wocheneinkauf von Pontius zu Pilatus laufen? Bei EDEKA können Kund:innen ihren gesamten Einkauf erledigen – und dabei erwartet sie eine vielfältige Auswahl zum besten Preis. Die neue EDEKA Preiskampagne bringt es für alle Kund:innen einfach und schnell auf den Punkt: „In jedem EDEKA steckt ein Discounter!“ Begleitet wird die Kampagne in allen relevanten Kommunikationskanälen – vom POS über TV, Radio, Online hin zu Kooperationen mit Influencer:innen auf Social Media.

Günstig einkaufen und EDEKA schließen sich nicht aus – ganz im Gegenteil. Nicht umsonst heißt eine beliebte EDEKA-Eigenmarke seit fast 40 Jahren GUT&GÜNSTIG. Die Marke mit der roten Ecke bietet eine unschlagbare Vielfalt an Lebensmitteln in allen relevanten Warengruppen – von Grundnahrungsmitteln und Getränken über Fleisch, Wurst und Molkereiprodukte bis hin zu frischem Obst und Gemüse. Auch die Eigenmarken EDEKA, EDEKA Bio oder EDEKA Genussmomente überzeugen als preisgünstige und hochwertige Alternativen zu Markenprodukten. Hinzu kommen weitere, exklusiv im EDEKA-Verbund erhältliche Marken wie Papa Joe's, All in Fruits oder vehappy, die mit einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis punkten.

Über das gesamte Sortiment hinweg bietet ein EDEKA-Markt rund 7.000 Produkte zum Discountpreis. Mit anderen Worten: In jedem EDEKA steckt ein Discounter – und darüber hinaus noch viel mehr! „Der Unterschied zwischen Discount und Vollsortiment ist schon lange nicht mehr der Preis, sondern vor allem Auswahl und Service. Und bei diesen beiden Leistungen hat EDEKA deutlich mehr zu bieten als der Wettbewerb“,

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





so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. „EDEKA-Kundinnen und Kunden wissen daher schon lange: Den Gang zum Discounter können sie sich sparen.“

Im TV, on- und offline und im Markt

Diese klaren Botschaften vermittelt auch der neue TV-Spot, der heute startet. Die Hauptrollen spielen dabei: Ein Angler, der in der Stadt auf der Jagd nach einem „guten Fang zum Discountpreis“ ist, ein kritischer Kunde auf einer Grillparty sowie eine Edekanerin mit elastischen Armen und einer riesigen Sortimentsvielfalt im Markt – natürlich zum Discountpreis. Verlängert wird die Kampagne auch in die digitale Welt: So stellen sich unter anderem TikTok-Influencer unserer „4 €-Challenge“ und kreieren köstliche Gerichte mit kleinem Budget. Den selbstständigen EDEKA-Kaufleuten bietet die Kampagne die Möglichkeit, das attraktive, preisgünstige und umfangreiche Eigenmarkensortiment jede Woche neu in den Fokus der lokalen Bewerbung zu stellen, ergänzt um Markenprodukte zu unschlagbaren Preisen.

- Den neuen Spot können Sie sich hier auf [YouTube](#) anschauen
- Das erste Video zur 4 €-Challenge finden Sie hier auf [TikTok](#)

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 2021 mit über 11.100 Märkten und rund 405.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 62,7 Mrd. Euro. Mit rund 19.900 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

