



Neue Digitalkampagne

„Theke it easy“: EDEKA holt die junge Generation an die Frischetheke

- **Service mit Herz: Neue Kampagne rückt Beratung und Theke in den Fokus**
- **Keine Berührungsängste: Onlinefilm ermutigt junge Kund:innen zum Gang an die Frischetheke**
- **Zielgruppengerechte Kommunikation: Kampagne greift Trendformate auf digitalen Kanälen auf**

Hamburg, 22. April 2024: Die Frischetheke bei EDEKA ist das Herzstück, wenn es um Qualität, Vielfalt und persönliche Beratung geht. Doch gerade jüngere Kund:innen fühlen sich oftmals unsicher beim Gang zur Bedientheke. Die neue Digitalkampagne motiviert sie auf humorvolle Weise und zeigt, wie empathisch die persönliche Beratung bei EDEKA ist. Mit einer kreativen Vielfalt an Kurzfilmen auf den digitalen Plattformen holt die Kampagne die junge Zielgruppe genau dort ab, wo sie sich wohlfühlt. Von amüsanten Bedientheken-Versprechern bis hin zu lustigen Vorher-Nachher-Vergleichen wird die Gen Z so zu ihrem nächsten Besuch an der Frischetheke motiviert. Parallel stimmt die Kampagne auf die Grillsaison mit attraktiven Preisangeboten und einem Online-Gewinnspiel ein.

Mit den Bedientheken mit Fleisch, Wurst, Fisch und Käse differenziert sich EDEKA deutlich vom Wettbewerb mit reiner Selbstbedienung. Neben fachkundiger Beratung hinter der Theke glänzt in der Theke vor allem höchste Produktqualität – ob Bio-zertifiziert, aus der Region oder in höchster Haltungsform.

Kampagne macht Frischetheken schmackhaft

Die neue EDEKA-Kampagne rückt daher ab dem 22. April die Frischetheken in den Fokus und holt primär jüngere Käufergruppen ab, die oftmals unsicher im Umgang mit den Bedientheken sind. Entsprechend der Zielgruppe findet die Kampagne mit plattformgerechter Kommunikation auf den digitalen Kanälen statt. Highlight der Kampagne ist der Onlinefilm mit dem Slogan „Theke it easy“: Eine junge Frau geht in Zeitlupe auf die Frischetheke zu und bereitet sich dabei durchgehend mental auf den Bestellprozess an der

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





Theke vor. An der Bedientheke angekommen, begrüßt sie eine EDEKA-Mitarbeiterin herzlich und nimmt ihr zeitgleich die „Furcht“ vor der Bestellung. Der Film zeigt: Kund:innen können an den Frischetheken bei EDEKA nichts falsch machen. Im Gegenteil: Die empathischen Frische-Expert:innen hinter den Theken nehmen sich Zeit für Kund:innen und beraten sie gerne.

Kanalübergreifende Kommunikation

Der Onlinefilm wird auf TV-Streaming-Anbietern und YouTube ausgestrahlt. Auf Social Media zeigt EDEKA auf humorvolle Weise eine Vielzahl an unterhaltsamen Interaktionen an der Bedientheke. Verbunden mit aktuellen Trends nimmt die Kampagne Berührungängste und macht Lust auf eine Beratung an der Theke – von motivierenden Worten wie „Sei ein Löwe“ bis hin zu amüsanten Versprechern. Verschiedene Creator:innen verlängern die Kampagne auf ihren Kanälen mit eigenen kreativen Interpretationen der Botschaft „Theke it easy“. Auf [edeka.de/theke](https://www.edeka.de/theke) werden zusätzlich zur Kampagne maßgeschneiderte Inhalte wie Rezeptinspirationen und Warenkundethemen zur Grillsaison und der kommenden Europameisterschaft integriert. Im Zeitraum vom 22. April bis 16. Juni 2024 haben Teilnehmer:innen beim großen Gewinnspiel auf [edeka.de/grillen-gewinnspiel](https://www.edeka.de/grillen-gewinnspiel) die Chance auf attraktive Gewinne passend zur Grillsaison.

Den Onlinefilm in zwei Versionen zur aktuellen Digitalkampagne finden Sie hier:

- Käsetheke (Hauptfilm): <https://youtu.be/bfYWVaBe9j4>
- Wursttheke: https://youtu.be/rL_KCo5lbYc

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands 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 Unternehmensverbands 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.de](https://www.verbund.edeka.de)

