



Geschäftsjahr 2023:

EDEKA-Verbund wächst in einem schwierigen Marktumfeld

- **EDEKA investiert in Preise – zum Wohle der Verbraucher:innen**
- **Selbstständige Kaufleute steigern Umsätze um 7,7 Prozent**
- **Verbund investiert 2,8 Mrd. Euro in den Standort Deutschland**
- **Führender Arbeitgeber mit 410.700 Mitarbeitenden**

Hamburg, 25. April 2024: In einem herausfordernden Marktumfeld blickt der genossenschaftliche EDEKA-Verbund auf eine positive Geschäftsentwicklung 2023 zurück. Über alle Sparten hinweg stieg der Gesamtumsatz um 6,7 Prozent auf 70,7 Mrd. Euro und übertraf damit erstmals die 70-Mrd.-Euro-Schwelle. Maßgeblichen Anteil daran hatten die rund 3.400 selbstständigen EDEKA-Kaufleute mit einem Umsatz von 39,3 Mrd. Euro – ein Plus von 7,7 Prozent. Auch Netto Marken-Discount behauptet sich gut mit 8,5 Prozent Wachstum im hart umkämpften Discount-Wettbewerb. Wie schon im Jahr zuvor investierte der EDEKA-Verbund massiv in die Verkaufspreise und schwächte damit die Inflation für seine Kund:innen deutlich ab. Gleichzeitig bauten die Kaufleute ihr Leistungsangebot in Bezug auf Qualität, Nachhaltigkeit und Einkaufserlebnis weiter aus. Auch in den Geschäftsfeldern Online-Handel, Fachhandel und C+C wurden die Weichen auf weiteres Wachstum gestellt. Die Stärkung des Eigenmarkensortiments sowie Investitionen in die Infrastruktur und in eigene Produktionsbetriebe trugen zur Stabilität des Unternehmensverbunds in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bei. Mit rund 410.700 Mitarbeitenden bleibt EDEKA der größte privatwirtschaftliche Arbeitgeber Deutschlands.

„Das Jahr 2023 war für den EDEKA-Verbund geprägt von einem geschlossenen Auftreten und einer klaren Haltung einerseits, aber auch von einer großen Veränderungsbereitschaft. Vor allem entlang der intensiven Verhandlungen mit global agierenden Industriekonzernen haben wir klar Position bezogen: für erschwingliche Lebensmittel, ganz im Sinne unserer Kundinnen und Kunden“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. „Ich danke vor allem unseren

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





Unternehmerinnen und Unternehmern im EDEKA-Verbund, die allen Herausforderungen mit Mut und Tatkraft begegnet sind.“

Kerngeschäftsfeld des EDEKA-Verbunds sind die 6.700 stationären Super- und Verbrauchermärkte, die größtenteils von den rund 3.400 selbstständigen Kaufleuten betrieben werden. Sie bewiesen 2023 erneut ihre Stärke und die Fähigkeit, sich kreativ auf die veränderten Marktbedingungen einzustellen. Im Jahresverlauf erwirtschafteten die EDEKA-Unternehmer:innen einen Umsatz von 39,3 Mrd. Euro (+ 7,7 Prozent), flächenbereinigt lag das Plus bei fast 5 Prozent. Gemäß dem genossenschaftlichen Auftrag, das Unternehmertum in den eigenen Reihen zu fördern, übergaben die EDEKA-Großhandlungen insgesamt 91 in eigener Regie geführte Märkte in die Hände selbstständiger Kaufleute, davon 45 an Existenzgründer:innen. Im Jahresverlauf machten 122 Jungunternehmer:innen den Schritt in die Selbstständigkeit mit einem eigenen EDEKA-Markt. In den vergangenen fünf Jahren summierte sich die Zahl auf insgesamt 538 Existenzgründungen.

Auch Netto Marken-Discount entwickelte sich weiterhin dynamisch und steigerte seinen Umsatz im Jahr 2023 auf 17,1 Mrd. Euro, ein Plus von 8,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (+ 7,5 Prozent auf vergleichbarer Fläche). Zu dieser erfolgreichen Entwicklung trugen 87.300 Beschäftigte bei (+ 3.300). Im Jahresverlauf 2023 wurden bundesweit 116 Netto-Filialen neu eröffnet und 450 Standorte modernisiert.

Investition in faire Preise

Auch 2023 investierte EDEKA in erheblichem Umfang in die Verbraucherpreise – auch zu Lasten der eigenen Handelsmarge. Gleichzeitig trat EDEKA überhöhten Preisforderungen internationaler Markenkonzerne mit Geschlossenheit entgegen. Kurzfristige Lücken im Markenregal konnten durch das Angebot alternativer Marken- und Eigenmarkenartikel erfolgreich kompensiert werden. Durch intensive Verhandlungen gelang es dem Verbund bis zum Jahresende, mit nahezu allen Lieferanten zu einer Einigung zu kommen und dabei die geforderten Preisaufschläge erheblich zu reduzieren. Über alle Sortimentsbereiche hinweg hat EDEKA zudem bei rund 3.200 Artikeln dauerhaft die Preise gesenkt.

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





Parallel dazu steigerte der Verbund seine Investitionen in die Handelsinfrastruktur in Deutschland: Insgesamt rund 2,8 Mrd. Euro flossen verbundweit in die IT, die Logistik, den Ausbau der Produktionskapazitäten sowie in die Eröffnung moderner Märkte. Mit 249 neuen Einzelhandelsstandorten hielten EDEKA (133) und Netto Marken-Discount (116) ihr hohes Expansionstempo bei. Die Gesamtverkaufsfläche aller 11.048 Märkte stieg auf 12,1 Mio. Quadratmeter (+ 1,1 Prozent). Für das laufende Geschäftsjahr sind Investitionen in Höhe von rund 3,1 Mrd. Euro vorgesehen. Auch die Vertikalisierungsstrategie wird konsequent fortgesetzt: Im Juli 2023 übernahm EDEKA den italienischen Teigwarenproduzenten Pasta Rey inklusive der unternehmenseigenen Mühle zur Produktion von Hartweizengrieß. Ebenfalls integriert wurden die Siegsdorfer Petrusquelle in Bayern und der Wilhelmsthaler Mineralbrunnen in Hessen.

Wie schon im Jahr zuvor entwickelten sich 2023 die Eigenmarken wie GUT&GÜNSTIG und EDEKA besonders stark. In Zeiten gestiegener Lebenshaltungskosten greifen immer mehr Kund:innen zu den Produkten mit der roten Ecke oder dem blauen Quadrat. Im laufenden Jahr 2024 steht vor allem das Differenzierungssortiment im Fokus: Die EDEKA-Eigenmarke erhält einen neuen Auftritt unter dem Namen „EDEKA Herzstücke“. Das schärft das Markenprofil und rückt die Werte wie Qualität, Nachhaltigkeit und Innovationskraft verstärkt in die Wahrnehmung der Verbraucher:innen.

Mit innovativen Fachhandelskonzepten schafft der EDEKA-Verbund immer wieder neue Wachstumspotenziale für seine Kaufleute. Beispiel Bio: 2023 setzte das im Vorjahr entwickelte Format der NATURKIND-Welten den erfolgreichen Rollout fort. Bis zum Jahresende wurden bereits rund 80 solcher Shop-in-Shop-Flächen in den EDEKA-Super- und Verbrauchermärkten überall in Deutschland eröffnet. Sie trugen mit dazu bei, dass der Verbund seine Position als Bio-Marktführer in Deutschland auch 2023 erneut behaupten konnte. Auch trinkgut – führender Getränkefachhändler Deutschlands – blieb weiter auf Wachstumskurs. Der Online-Supermarkt Picnic, an dem der EDEKA-Verbund seit 2018 beteiligt ist, expandierte 2023 in mehrere Großstädte und Regionen, darunter Hamburg, Berlin und Brandenburg, Schleswig-Holstein, Hessen und Baden-Württemberg. Damit ist er bereits in über 100 deutschen Städten und Gemeinden unterwegs und beliefert etwa 800.000 Haushalte mit Lebensmitteln – 300.000 mehr als noch im Jahr zuvor.

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)





Verantwortung für Mensch und Umwelt

Der EDEKA-Verbund investiert weiterhin in die Verbesserung der ökologischen und sozialen Lieferkettenstandards. Die wegweisende Partnerschaft mit dem WWF wurde bereits 2022 um zehn weitere Jahre verlängert und inhaltlich neu ausgerichtet. Strategische Schwerpunkte der Kooperation sind der Schutz von Klima, Biodiversität und Süßwasser sowie der schonende Einsatz von Ressourcen und Material.

Im Jahr 2023 untermauerte der EDEKA-Verbund mit der Schaffung von 1.800 zusätzlichen Stellen seine Position als größter privatwirtschaftlicher Arbeitgeber Deutschlands. Damit waren in den Unternehmen des Verbunds zum Jahresende insgesamt rund 410.700 Menschen tätig, davon 19.220 Auszubildende.

Nähere Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung des EDEKA-Verbunds und seinem Engagement für Umwelt und Gesellschaft bietet der neue EDEKA-Geschäftsbericht 2023: 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 3.400 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 trinkgut, 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 2023 mit rund 11.050 Märkten und rund 410.700 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 70,7 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 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

