



„Trusted Brand 2022“:

## EDEKA ist ein Vertrauensanker in unsicheren Zeiten

- Studie „Trusted Brand 2022“ ermittelt die vertrauenswürdigsten Marken
- EDEKA zum fünften Mal in Folge Sieger in der Kategorie Handel

**Hamburg, 28. April 2022. Die deutschen Verbraucher:innen vertrauen EDEKA! Das ist das Ergebnis der repräsentativen Studie „Trusted Brand 2022“ des Magazins Reader’s Digest. Der genossenschaftliche Händlerverband wurde zum fünften Mal in Folge als vertrauenswürdigste Marke in der Kategorie Handelsunternehmen ausgezeichnet. „Wir bedanken uns bei unseren Kundinnen und Kunden und werden alles dafür tun, um ihr Vertrauen auch weiterhin zu verdienen“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.**

Gerade in unsicheren Zeiten ist Vertrauen die wichtigste Währung im Handel. In den Jahren der Corona-Pandemie hat sich das genossenschaftliche Prinzip des EDEKA-Verbands einmal mehr bewährt. Die bundesweit rund 3.500 selbstständigen Kaufleute sind nah an ihren Kund:innen und stellen sich individuell auf deren Bedürfnisse ein. Die EDEKA-Super- und Verbrauchermärkte punkten mit großer regionaler Sortimentsvielfalt, Frische und persönlicher Beratung. Und das alles zu wettbewerbsfähigen Preisen, was angesichts der hohen Inflationsraten aktuell besonders wichtig ist. Der EDEKA-Verband investiert in erheblichem Umfang, um die Verkaufspreise möglichst stabil zu halten. „Bei uns gibt es rund 7.000 Produkte zum Discount-Preis“, so Markus Mosa. „In jedem EDEKA-Markt steckt auch ein Discounter – und darüber hinaus noch viel mehr!“

Um zu ermitteln, welche Unternehmen aus Sicht der Verbraucher:innen am vertrauenswürdigsten sind, hat Reader’s Digest bevölkerungsrepräsentativ rund 4.000 Haushalte in Deutschland befragt. Sie sollten spontan und ohne Vorgaben die Marken nennen, denen sie vertrauen und die sie Freunden oder Familie weiterempfehlen würden. Eine solche Form der Befragung gilt als besonders authentisch, da die Verbraucher nur die Marken nennen, die sie auch tatsächlich mit Vertrauen assoziieren. Insgesamt wurden von den Befragten 3.600 verschiedene Marken in 20 Produktkategorien genannt.

**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](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.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 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](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)

