



MINDEN
HANNOVER

PRESSEINFORMATION

Gemeinsam leben in Deutschland

EDEKA Nachbarschaftsbarometer 2022: Berlin besonders nachbarschaftlich

- **Repräsentative Studie zu Nachbarschaften in Deutschland, 2022 mit dem Sonderthema „Das Miteinander der Generationen“**
- **Städtevergleich: Berlin sichert sich Platz 3**
- **Starke Platzierungen: Hohe Nachbarschaftswerte in Brandenburg, Berlin, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen**
- **Trendwende: Stadtmenschen erstmals nachbarschaftlicher**

Minden, 24. August 2022. Anonymes Nebeneinander oder harmonisches Miteinander? Ein freundlicher Gruß im Treppenhaus, kleine Gespräche über den Gartenzaun oder gegenseitige Unterstützung – unter einer guten Nachbarschaft stellt sich jeder etwas anderes vor. Gerade in den aktuell global unruhigen Zeiten wird die Nachbarschaft zu einem immer wichtigeren Ort des sozialen Zusammenhalts und der Solidarität. Mit dem repräsentativen „EDEKA Nachbarschaftsbarometer 2022: Das Miteinander der Generationen“ beleuchtet EDEKA zum dritten Mal die Bedeutung von Nachbarschaften in Deutschland. Zusätzlich gibt die diesjährige Umfrage in einem Sonderteil Einblick, inwiefern nachbarschaftliche Interaktion auch generationenübergreifend stattfindet und wie sich die verschiedenen Generationen füreinander engagieren. Die zum Geschäftsgebiet von EDEKA Minden-Hannover zugehörigen Bundesländer sind besonders nachbarschaftlich: Brandenburg, Berlin, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen sichern sich Platz 2 bis 5. Hauptstadt Berlin landet im Städtevergleich auf Platz 3.

Die Kernergebnisse¹ im Überblick

Regionaler Vergleich: Wie nachbarschaftlich sind Bundesländer und Städte?

- Bereits im vergangenen Jahr hatten sich die eher als anonym geltenden Großstädte dem Land in Sachen Nachbarschaftlichkeit angenähert. 2022 wurden Menschen in der Stadt (ab 100.000 Einwohner) erstmals als nachbarschaftlicher eingestuft als auf dem Land
- Im Städtevergleich steigt Berlin (107 Punkte) vom 9. Platz auf den diesjährigen 3. Platz und teilt sich diesen mit Köln (107). Jahressieger darf sich dieses Jahr München (123) nennen. Dresden (111) folgt auf Platz 2. Bremen (99) erreicht erneut den 6. Platz
- Brandenburg (109 Punkte) kann im Vergleich zum Vorjahr einen Platz aufholen und liegt auf Platz 2, dicht gefolgt von weiteren Bundesländern mit hohen Nachbarschaftswerten wie Berlin (107, Platz 3), Sachsen-Anhalt (105, Platz 4) und Niedersachsen (102, Platz 5). Nordrhein-



MINDEN
HANNOVER

PRESSEINFORMATION

Westfalen (100) bleibt im Mittelfeld auf Platz 7. Vorjahreszweiter Bremen (99) steigt dieses Jahr ab auf den 8. Platz. Der Viertplatzierte des letzten Jahres ist nun der Jahressieger: Thüringen (114) freut sich über Platz 1

Was macht eine gute Nachbarschaft aus?

- Wie in den Vorjahren auch, zeichnet sich gute Nachbarschaft für die meisten Befragten besonders durch Hilfe und Unterstützung aus. Auf Platz zwei und drei folgen ebenfalls wie in den vorherigen Umfragen „Ein freundlicher Umgang miteinander“ und „Kurze Gespräche“
- Jüngere Menschen (18 bis 29 Jahre), aber auch die 30- bis 49-Jährigen, wünschen sich gegenseitiges Aufpassen auf Kinder und/oder Haustiere (30%), gemeinsames Kochen oder Kaffeetrinken (fast 30%)
- Wie auch im Vorjahr begegnen sich Nachbarinnen und Nachbarn überwiegend auf der Straße (84%), im Haus (53%) oder beim Einkaufen (34%)
- 22% nutzen Online-Portale für die Begegnung und Vernetzung mit der Nachbarschaft

Ergebnisse des Sonderthemas „Das Miteinander der Generationen“: Wie leben die verschiedenen Generationen im Jahr 2022 miteinander?

- Knapp die Hälfte aller Deutschen findet nachbarschaftliche Interaktionen zwischen den Generationen wichtig bis sehr wichtig (46%)
- Zwei Drittel der Befragten erleben bereits Unterstützung zwischen den Generationen. Ein Drittel wünscht sich jedoch einen intensiveren Kontakt und mehr gemeinsame Aktivitäten
- Die älteren Generationen (50 bis 70 Jahre) sind mit ihren Kontakten zu anderen Generationen der Nachbarschaft generell zufriedener als die jüngeren. Sie treten mit ihren Nachbarinnen und Nachbarn bewusster in Kontakt und bieten ihre Unterstützung gezielt an (47%)
- Junge Menschen (18 bis 29 Jahre) hätten gerne mehr Kontakt zu anderen Generationen, wissen jedoch nicht so recht, was sie anbieten sollen (23%) oder trauen sich nicht, den ersten Schritt zu machen (24%)
- Geschlechterunterschied: Männer und Frauen sind über die Generationen hinweg in Bezug auf nachbarschaftliche Aktivitäten in etwa gleich aktiv

„Unsere rund 3.500 selbstständigen EDEKA-Kaufleute sind fest in ihrer Nachbarschaft verwurzelt. Oft führen die Familien ihre Märkte bereits seit Generationen und dienen daher als Vorbilder für ein gelebtes, generationsübergreifendes Miteinander. Dass dieses auch von den Befragten vermehrt



MINDEN
HANNOVER

PRESSEINFORMATION

gewünscht wird, ist ein begrüßenswerter Trend und spiegelt sich so auch im täglichen Umgang mit unserer Kundschaft vor Ort wider“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

Genossenschaftlicher EDEKA-Verbund in den Gemeinden verwurzelt

Die rund 3.500 selbstständigen EDEKA-Kaufleute engagieren sich tagtäglich für das Gemeinwohl vor Ort. Aus der täglichen Begegnung mit den Menschen wissen sie, was es braucht, um die Nachbarschaft gemeinsam zu stärken. Sie engagieren sich seit Jahrzehnten tatkräftig vor Ort, indem sie zum Beispiel lokale Kindertagesstätten, Sportvereine, Feuerwehren und soziale Einrichtungen mit (Lebensmittel-) Spenden oder durch tatkräftiges Mitpacken unterstützen.

Um fundierte Ergebnisse über die Nachbarschaftsverhältnisse der Deutschen zu erhalten, führt EDEKA seit 2020 das EDEKA Nachbarschaftsbarometer durch. Weitere Detailinformationen zur Studie sowie alle Ergebnisse inklusive grafischer Darstellung gibt es unter: [nachbarschaftsbarometer.edeka](#).

¹ Grundlage der dargestellten Informationen ist eine von der EDEKA-Zentrale in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Gelszus rmm Marketing Research GmbH durchgeführte Online-Befragung. Diese stellt eine Folgebefragung der Studie aus den Jahren 2020 und 2021 dar. In diesem Jahr wurde der Themenbereich "Das Miteinander der Generationen" näher beleuchtet. Die bevölkerungsrepräsentative Befragung umfasste 3.044 Teilnehmerinnen und Teilnehmern vom 30.03. bis 19.04.2022.

² Das Nachbarschaftsranking wird aus vier Dimensionen zusammengesetzt: Einstellung zu Nachbarschaft, Ist-Beurteilung von Nachbarschaft, eigener Beitrag zur Nachbarschaft und Rahmenbedingungen für Nachbarschaftsengagement.

EDEKA Minden-Hannover im Profil

Mit einem Außenumsatz von rund 11 Milliarden Euro und rund 77.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (einschließlich der selbstständigen Einzelhändlerinnen und Einzelhändler) ist die **EDEKA Minden-Hannover** die umsatzstärkste von insgesamt sieben Regionalgesellschaften im genossenschaftlich organisierten EDEKA-Verbund. Sie besteht im Kern seit 1920, erstreckt sich von der niederländischen bis an die polnische Grenze und umfasst Bremen, Niedersachsen, einen Teil von Ostwestfalen-Lippe, Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. Zwei Drittel der insgesamt 1.480 Märkte sind in der Hand von selbstständigen EDEKA-Kaufleuten. Zum Unternehmensverbund gehören darüber hinaus mehrere Produktionsbetriebe, darunter die Brot- und Backwarenproduktion **Schäfer's**, die Produktion für Fleisch- und Wurstwaren **Bauerngut** sowie das Traditionsunternehmen für Fischverarbeitung **Hagenah** in Hamburg.