

## PRESSEINFORMATION

„MEHR WERT – Regionale Partnerschaften im EDEKA-Verbund“

### **EDEKA Minden-Hannover lud zur Talkrunde auf die Grüne Woche in Berlin**

- **Experten aus Landwirtschaft und Handel im Gespräch**
- **Regionale Produktion im Fokus**
- **Intensive Diskussion vor 300 Besuchern**

**Berlin, 24. Januar 2025.** Zur Talkrunde „MEHR WERT – Regionale Partnerschaften im EDEKA-Verbund“ hatte die EDEKA Minden-Hannover auf die Grüne Woche in Berlin geladen. Auf der Bühne des Erlebnisbauernhofes diskutierten Experten aus Landwirtschaft und Handel vor 300 interessierten Zuschauern, wie die Zusammenarbeit zwischen regionalen Produzenten und der EDEKA Minden-Hannover Landwirten, Erzeugern und Konsumenten gleichermaßen Mehrwert bietet.

Unter der Moderation von Hans-Ulrich Schlender, ehemaliger Vertriebsgeschäftsführer der EDEKA Minden-Hannover, stand zunächst die Fragestellung „Vom Hof ins Regal: Wie regionale Produzenten bei EDEKA ihren Marktplatz finden“ im Mittelpunkt der angeregten Diskussion. Mit Dorothee Berger, Herstellerin von Sanddorn-Produkten und Gewinnerin des EDEKA-Regionalpreises für Berlin/Brandenburg, Ludolf von Maltzan, Geschäftsführer des Ökodorfes Brodowin, und Gunnar Hemme, Geschäftsführer der Hemme Milch Uckermark, waren drei regionale Produzenten zu Gast.

#### **Mehr als 500 Produzenten aus der Region**

Für Marcus Reh, Regional-Einkäufer der EDEKA Minden-Hannover, sind regionale Produkte ein wichtiger Bestandteil des EDEKA-Angebotes. Eine große Bedeutung kommt dabei dem persönlichen Kontakt zum Produzenten zu: „Zum Lieferanten fahren, Kapazitäten abschätzen und prüfen, wie kann man ihn fördern – das ist uns besonders wichtig. Mit diesem Konzept sind wir in unseren Märkten in Berlin und Brandenburg mit mehr als 500 Produzenten aus der Region erfolgreich.“

Das kann Dorothee Berger, Produzentin und frischgebackene Vorstandsvorsitzende von ProAgro (Verband zur Förderung des ländlichen Raumes in der Region Brandenburg-Berlin e.V.), bestätigen. Sie arbeitet seit mehr als 20 Jahren mit der EDEKA Minden-Hannover zusammen. „Wir sind Stück für Stück mit der EDEKA gewachsen und heute ein fester Partner.“

Auch für Ludolf von Maltzan, Geschäftsführer des Ökodorfes Brodowin, ist die Zusammenarbeit mit der EDEKA Minden-Hannover besonders wichtig: „Lange Zeit wollten wir ‚Ökos‘ nur mit dem Bio-Fachhandel zusammenarbeiten.“ Heute habe man ein gutes Verhältnis zu den Einzelhändlern, die den Produzenten aktiv den Rücken stärken. „Unsere Produkte müssen attraktiv sein, damit sie gekauft

## PRESSEINFORMATION

werden. Das ist uns mit der EDEKA wirklich gelungen“, ergänzt Geschäftsführer Gunnar Hemme. Die Hemme Milch aus der Uckermann sei heute eine der bekanntesten Marken in Brandenburg.

Christian Dorfmann, der als selbstständiger Einzelhändler den EDEKA-Zukunftsmarkt Dorfmann in Nauen betreibt, hat für die regionalen Produkte eigens einen eigenen „Hofladen“ in seinem Markt eingerichtet. Hier werden an prominenter Stelle die Produkte regionaler Lieferanten präsentiert. Ein Erfolgskonzept: „Die Kunden reagieren total positiv. Regionale Produkte haben einen höheren Stellenwert als Bio-Produkte.“

### **Mehrwert regionaler Vermarktung für Konsumenten und Landwirte**

Nach der Vorstellung des EDEKA-Engagements für Produkte aus der Region warteten spannende Gespräche bei der zweiten Diskussionsrunde "Kurze Wege, großer Wert: Wie regionale Produkte und vertrauensvolle Partnerschaften die EDEKA-Märkte bereichern“ auf die Besucher. Aktive Landwirte, Kaufmann Christian Dorfmann und Vertreter der EDEKA Minden-Hannover zeigten hier gemeinsam den Mehrwert der Vermarktung regionaler Produkte für Landwirte und Konsumenten auf.

Mit Constantin Stockhoff (regionaler Lieferant des Fleischprogrammes Brandenburg), Manfred Tannen (Vizepräsident der Niedersächsischen Landwirtschaftskammer) und Jörn Ehlers (Vizepräsident Landvolk Niedersachsen) konnte die EDEKA Minden-Hannover drei Experten für regionale Erzeugung für die Gesprächsrunde auf der Grünen Woche gewinnen.

### **Erzeuger setzen auf Transparenz**

Seit 2021 liefert Constantin Stockhoff an die Märkte der EDEKA Minden-Hannover in Brandenburg. Durchschnittlich 1.200 Bullen werden auf der Hofanlage aufgezogen. „Transparenz ist uns sehr wichtig“, betont Constantin Stockhoff. „Wir wollen den Kunden zeigen, wie unsere Betriebe funktionieren – hochmodern und mit viel Technologie.“

Auf Transparenz setzen auch die Landwirte Jörn Ehlers und Manfred Tannen. Fenster in den Ställen, Hofrundgänge und Social Media-Aktivitäten ermöglichen interessierten Verbrauchern einen Blick hinter die Kulissen der Landwirtschaft. „Die Landwirtschaft hat sich weiterentwickelt, ohne den Verbraucher mitzunehmen“, bedauert Manfred Tannen. Dieser Entfremdung wolle man aktiv entgegenwirken. Dazu gehöre auch eine enge Zusammenarbeit mit dem Handel: „Wir haben einen offenen Austausch mit der EDEKA Minden-Hannover. Da gibt es auch mal Konflikte. Doch dafür haben wir einen guten und fairen Umgang gefunden“, sagt Jörn Ehlers.

„Die Protestaktionen an den EDEKA-Standorten haben uns dazu animiert, mit den Landwirten ins Gespräch zu kommen“, stellt Marie Ubben, Koordinatorin Landwirtschaft bei der EDEKA Minden-

## PRESSEINFORMATION

Hannover, heraus. „Besonders unsere jährlichen Gesprächsrunden haben das Verständnis und die Argumentation untereinander sehr gestärkt. Inzwischen konnten wir großes Vertrauen aufbauen und haben zahlreiche Aktionen gemeinsam durchgeführt.“

Das merken auch die Kunden: „Wir schaffen es durch das Storytelling, die Produkte zu erklären und schaffen damit Verständnis bei den Kunden“, erklärt Kaufmann Christian Dorfmann.

### Rohstoffe aus der Region

Transparenz in der Lieferkette und Regionalität sind auch bei der Rohstoffbeschaffung der EDEKA-Backwaren-Produktionstochter „Schäfer’s“ wesentlich: „Rohstoffe werden zum Großteil regional gekauft. Möglich wird dieses unter anderem durch Partnerschaften mit regionalen Mühlen. Die Backwaren werden an vier Standorten in der Region produziert“, führt Geschäftsführer Knut Köhler aus. „Inzwischen beziehen wir auch Kürbiskerne aus Niedersachsen. Wir nutzen unsere Chance, Rohstoffe immer regionaler zu beschaffen.“

„Es ist gut, miteinander zu sprechen und sich zu verstehen“, fasst Manfred Tannen zusammen. „Wir sind aber noch nicht ganz zufrieden. Auch künftig wollen wir gemeinsam politische Botschaften für die gesamte Wertschöpfungskette formulieren.“

„Die Veranstaltung zeigt die große Bedeutung der Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten für die EDEKA Minden-Hannover“, zieht Hans-Ulrich Schlender ein positives Fazit nach der Diskussionsrunde auf der Grünen Woche in Berlin. „Kurz gesagt: EDEKA kann mit allen – vom Kleinstbetrieb bis zum Großlieferanten.“

### EDEKA Minden-Hannover im Profil

Mit einem Außenumsatz von rund 12 Milliarden Euro und rund 76.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (einschließlich des selbstständigen Einzelhandels und fast 3.500 Auszubildenden) 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. Mehr als drei Viertel der insgesamt rund 1.500 Märkte sind in der Hand von rund 630 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. Die EDEKA Minden-Hannover engagiert sich wegweisend in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Seit über 100 Jahren ist **verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln** eines der Grundprinzipien des Unternehmensverbundes.