



Neue EDEKA-Kampagne zeigt: Mehr Nachhaltigkeit beim Einkauf muss nicht teuer sein

- EDEKA macht nachhaltigeren Einkauf einfach und günstig
- Kampagne weist auf langfristige Zusammenarbeit von EDEKA und WWF hin
- Mehr als 500 Eigenmarkenprodukte erfüllen die Standards des WWF

Hamburg, 20. März 2023: Ab dem 20. März startet die neue Nachhaltigkeitskampagne von EDEKA. Der dazugehörige TV-Spot zeigt eine Ballerina, die spielerisch leicht auf Spitzenschuhen durch den Markt tänzelt. Die Kernbotschaft: Genauso mühelos wie die Ballerina können auch EDEKA-Kund:innen im übertragenen Sinne ihren ökologischen Fußabdruck klein halten. Denn nachhaltigere Lebensmittel zu einem günstigen Preis anzubieten, ist EDEKA besonders wichtig. Das unterstreicht der Tag-On des Spots mit wöchentlich wechselnden Angeboten aus dem Bio-Eigenmarkensortiment. Der 20-sekündige TV-Spot ist hier zu finden: <https://youtu.be/OumQwMMT25M>

Erst kürzlich hat EDEKA seine Markenkampagne „Wir lieben Lebensmittel“ um die Kommunikationsplattform „Im Herzen vereint“ erweitert. Ihre Kernbotschaft: EDEKA verbindet vermeintliche Gegensätze – nämlich einerseits Qualität, Genuss, Nachhaltigkeit sowie eine große Auswahl und andererseits günstige Preise. Denn wer bei EDEKA einkauft, muss sich nicht entscheiden, sondern bekommt alle Vorteile vereint unter einem Dach. Ein wichtiger Punkt in Sachen umweltgerechtes Einkaufen, da die eigene Ernährung ein entscheidender Hebel für mehr Nachhaltigkeit im Alltag ist. Konfrontiert mit steigenden Kosten in vielen Lebensbereichen, achten Verbraucher:innen aktuell beim Einkauf jedoch verstärkt auf den Preis. Genau dort setzt EDEKA mit seiner Nachhaltigkeitskampagne an. Im Fokus stehen die preisattraktiven Bio-Eigenmarken in allen Sortimenten sowie die langjährige Partnerschaft mit dem WWF.

„Als Lebensmitteleinzelhändler sind wir die Schnittstelle zu täglich zwölf Millionen Kundinnen und Kunden. Diese Verantwortung nehmen wir sehr ernst. Wir möchten es

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





deshalb so einfach wie möglich machen, sich beim Einkauf für nachhaltigere Lebensmittel zu entscheiden – und das zum kleinen Preis. Unsere Partnerschaft mit dem WWF liefert uns dafür die inhaltlichen Leitplanken und klare Zielsetzungen“, sagt Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

Zusammen mit dem WWF arbeitet der EDEKA-Verbund bereits seit 2009 daran, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen und immer mehr Kund:innen für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern. Mehr als 500 Eigenmarkenprodukte erfüllen dabei die ökologischen Standards des WWF und dürfen den WWF-Panda auf ihrer Verpackung tragen – eine klare Orientierung für die EDEKA-Kund:innen. Um künftig noch mehr zu erreichen, haben die Partner die erfolgreiche Zusammenarbeit um weitere zehn Jahre verlängert mit dem Ziel, die Lieferketten und somit die Versorgung von Menschen und Märkten noch ökologischer zu gestalten und langfristig abzusichern. Auch Netto Marken-Discount und Budni sind Teil der wegweisenden Partnerschaft.

EDEKA vereint Nachhaltigkeit mit guten Preisen

Der TV-Spot wird national in einem Zeitraum von zehn Wochen auf reichweitenstarken Sendern mit einem hohen Primetime-Anteil ausgestrahlt. Für die Kreation hat EDEKA erneut mit der Kreativagentur Jung von Matt zusammengearbeitet. Zusätzlich zum Spot wird die Botschaft der Nachhaltigkeitskampagne über alle Kommunikationskanäle des Unternehmens wie etwa Social Media, digitale Newsletter, Print und natürlich am POS an die Verbraucher:innen gebracht: Bei EDEKA kann jeder durch den Einkauf nachhaltiger Produkte „leichtfüßig“ seinen ökologischen Fußabdruck verringern – und das zu guten Preisen. Genussvolle Inspirationen bietet zudem die Anfang April startende Außenwerbung. Auf Handzetteln, Aufstellern und Plakaten blickt der WWF-Panda auf einen Stapel Pancakes, die aus den nachhaltigen Bio-Eigenmarken mit dem Panda-Logo gezaubert wurden.

Mehr Infos unter: www.edeka.de/nachhaltigkeit

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





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
verbund.edeka.de

