



EDEKA unterstützt Aktion „Zuhause nicht sicher?“

- **Aktion des Bundesfamilienministeriums gegen häusliche Gewalt**
- **Corona-Pandemie kann Konflikte verstärken**
- **Aufmerksam machen und Wege zur Hilfe aufzeigen**

Hamburg, 29. April 2020 – Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Kontaktbeschränkungen belasten Familien und Partnerschaften. Quarantäne und Existenzängste können dazu führen, dass Konflikte und häusliche Gewalt zunehmen. Umso wichtiger ist es, dass Betroffene und ihr Umfeld gerade jetzt auch auf alternativen Wegen außerhalb der eigenen vier Wände erreicht werden. EDEKA unterstützt daher die Aktion „Zuhause nicht sicher?“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, um auf das Thema aufmerksam zu machen und betroffenen Menschen Wege zur Hilfe aufzuzeigen.

Während der Corona-Pandemie gehören Supermärkte zu den meist frequentierten Orten. Einkaufen gehört zu den wenigen Tätigkeiten, die aktuell im öffentlichen Raum möglich sind. Deshalb bietet sich hier ein großes Potenzial, Betroffene von häuslicher Gewalt und deren Umfeld (z. B. Nachbarn) zu erreichen und Hilfe anzubieten. EDEKA unterstützt daher bundesweit die heute vom Bundesfamilienministerium gestarteten Aktion „Zuhause nicht sicher?“.

Mit umfangreichen Maßnahmen wie Plakate und Aushänge in den Märkten, bedruckten Kassenbons, Hinweisen in Werbeprospekten oder im Instore-TV spricht der EDEKA-Verbund Betroffene direkt an. Auch Sticker auf den Verpackungen ausgewählter Eigenmarkenartikel wie etwa H-Milch, Obst und Gemüse oder Hygieneprodukten machen auf die Aktion aufmerksam. Zusätzlich nutzt EDEKA alle Kommunikationskanäle, so etwa die Website, den Newsletter, Facebook und Instagram oder auch das auflagenstarke Kundenmagazin MIT LIEBE, um auf Hilfsangebote hinzuweisen.



"Die Einschränkungen durch die Corona-Krise belasten uns alle. Für viele Familien und Partnerschaften sind die Herausforderungen so groß, dass dadurch das Risiko für häusliche Gewalt steigen kann. Weil das eigene Zuhause nicht für alle ein sicherer Ort ist, ist es jetzt wichtiger denn je, dass wir als Gesellschaft aufeinander achtgeben und den Menschen helfen, die von Gewalt betroffen sind", sagte Dr. Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. „Ich danke Ihnen daher ganz herzlich, dass Sie sich an unserer Aktion 'Zuhause nicht sicher?' beteiligen und auf die Hilfeangebote im Rahmen unserer Initiative ‚Stärker als Gewalt‘ aufmerksam machen. Mit Ihrer Unterstützung ist es möglich geworden, dass die Aktion jetzt deutschlandweit Menschen in über 7.000 EDEKA-Märkten informiert. Mein Dank gilt ausdrücklich auch allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Märkten. Jede und jeder kann etwas tun, damit Gewalt beendet wird. Die ganze Gesellschaft ist jetzt mehr denn je gefragt. Denn gemeinsam sind wir stärker als Gewalt“, so Dr. Giffey.

"In unseren Märkten erreichen wir wöchentlich viele Millionen Kunden. Dieses große Potenzial nutzen wir gern, um Betroffene und ihr Umfeld auf die Initiative und ihre Hilfsangebote aufmerksam zu machen. Gerade jetzt sind Zusammenhalt und Solidarität gefordert", so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA AG.

„Zuhause nicht sicher?“ ist eine Aktion des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und Teil der übergreifenden Initiative „Stärker als Gewalt“. Sie soll dazu beitragen, Betroffenen zu helfen und sie auch während der Corona-Pandemie auf alternativen Wegen zu informieren. Weitere Informationen zur Aktion und zur Initiative gibt es auf der Website: www.staerker-als-gewalt.de



EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandels-ebene 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, online-basierte Lieferdienste und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.