



GfK-Verbraucher-Studie: EDEKA ist bester Lebensmittelhändler

- Neue GfK-Studie erklärt EDEKA zum „Best Food Retailer 2020“
- EDEKA-Märkte punkten bei Sortiment, Image und Service/Personal
- Kunden vertrauen im Corona-Jahr besonders auf EDEKA

Hamburg, 20. November 2020. Spitzenplatz für EDEKA: Im Rahmen des „GfK Retailer Perception Report“ wurde mit EDEKA in diesem Jahr erstmals der „Best Food Retailer“ Deutschlands ausgezeichnet. Die Studie der GfK, einem weltweit führenden Anbieter von Daten und Analytik für die Konsumgüterindustrie, veranschaulicht, wie die Unternehmen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels (LEH) von ihren Kunden wahrgenommen werden.

Im Rahmen der GfK-Studie konnte sich EDEKA vom LEH-Wettbewerb – bestehend aus 16 Supermärkten, SB-Warenhäusern und Discountern – insbesondere durch günstig gelegene Standorte absetzen und im Bereich Vollsortimenter/Supermärkte über viele Bewertungskriterien hinweg überzeugen: Die Verbraucher bringen EDEKA ein hohes Vertrauen entgegen und haben Spaß daran, bei EDEKA einzukaufen. Dies liegt laut Studie neben dem Angebot an den Frischetheken und dem vielfältigen Marken- und Eigenmarkensortiment auch an den engagierten EDEKA-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die von den Befragten als sehr kompetent und freundlich wahrgenommen werden. Zusätzlich schätzen die Kunden die Atmosphäre der Märkte und die gute Orientierung, um die gesuchten Produkte schnell zu finden.

Durchgeführt wurde die Studie im April 2020 – und damit parallel zu den umfangreichen von Bund und Ländern auferlegten Kontaktbeschränkungen und Schutzmaßnahmen zur Eindämmung der Covid-19-Pandemie. „Das Wichtigste ist und bleibt für uns das Vertrauen unserer Kunden. Dank der großartigen Arbeit unserer selbstständigen Kaufleute in diesem außergewöhnlichen Jahr stehen wir bei den Verbrauchern an der Spitze. Darauf sind wir sehr stolz“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der Hamburger EDEKA-Zentrale.



GfK Retailer Perception Report

Die Händlerstruktur in Deutschland ist vielfältig und die Verbraucher haben die „Qual der Wahl“. Der seit 2010 jährlich aufgelegte „Retailer Perception Report“ von GfK untersucht die Kriterien, nach denen Kunden ihre Einkaufsstätte auswählen. Der Report zeichnet sich durch die Verknüpfung subjektiver Verbraucherurteile mit dem tatsächlichen Einkaufsverhalten von 7.500 Probanden aus.

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 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, 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.