



Kunden haben gewählt:

## **EDEKA ist Deutschlands Nummer 1 für Obst und Gemüse**

- „Retail Award 2017“ geht an die EDEKA Supermärkte
- Verbraucher geben Bestnoten für Obst- und Gemüseabteilungen
- EDEKA überzeugt mit Auswahl, Präsentation und kompetenten Mitarbeitern

Hamburg / Berlin, 7. Februar 2017. Auch im vierten Jahr in Folge bleiben die EDEKA Supermärkte beim „Retail Award“ des Fruchthandel-Magazins ungeschlagen und sichern sich den Sieg in der Hauptkategorie „LEH Food Vollsortimenter“. Rund 9.000 Haushalte nahmen an der bundesweiten repräsentativen Befragung des Marktforschungsinstituts GfK teil und vergaben beste Bewertungen für die Obst- und Gemüseabteilungen von EDEKA. Die Kunden berücksichtigten dabei Kriterien wie eine attraktive Auswahl in optimaler Qualität, die Beratungskompetenz und das Vertrauen oder auch die Präsentation der Waren und das Preis-/Leistungsverhältnis. Der Preis wird zum Auftakt der weltgrößten Obst- und Gemüsemesse FRUIT LOGISTICA in Berlin verliehen.

„Die Auszeichnung ist sehr wertvoll für uns, denn sie stammt von der anspruchsvollsten Jury: unseren Kunden“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der Hamburger EDEKA AG. „Sie zeigt, dass unsere selbstständigen Kaufleute die Wünsche unserer Kunden genau kennen – und mit individuell gestalteten Obst- und Gemüseabteilungen sowie einer umfangreichen Auswahl, täglicher Frische und höchster Beratungsleistung darauf eingehen.“ Neben dem attraktiven Angebot lobten die Befragten insbesondere die Gestaltung der Abteilung und das Vertrauen in die Produkte. Auch die Beratung und der Service der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden von den Kunden überdurchschnittlich positiv bewertet.

Das sensible Frischesegment gehört für die Kaufleute zu den wichtigsten Aushängeschildern im Wettbewerb. Eine gut sortierte und gepflegte Obst- und Gemüseabteilung mit einem auf die Kundenwünsche vor Ort abgestimmten Mix aus Exoten, regionalen und Bio-Artikeln sowie Convenience-Angeboten ist die Visitenkarte eines jeden Marktes. Sie sorgt für den entscheidenden ersten Eindruck der Kunden und spiegelt die Lebensmittelexpertise des Marktes wider.



## **EDEKA Fruchtkontor: Qualität und Frische aus erster Hand**

Basis der EDEKA-Obst- und Gemüseabteilungen ist das EDEKA Fruchtkontor mit sechs Beschaffungskontoren und drei eigenen Logistikplattformen im In- und Ausland. Über 250 Mitarbeiter sorgen dafür, dass die Märkte des EDEKA-Verbunds mit bestem Obst und Gemüse versorgt werden – sowohl im Markenbereich als auch mit Eigenmarken wie EDEKA, EDEKA Bio, EDEKA SELECTION und GUT&GÜNSTIG. In den vergangenen Jahren hat das Fruchtkontor als Vorreiter im Markt zahlreiche Nachhaltigkeitsstandards gesetzt – etwa beim Anbau von Bananen oder aktuell auch von Zitrusfrüchten.

Das Fruchtkontor importiert aus 95 Ländern und setzt dabei auf langfristige und von Vertrauen geprägte Zusammenarbeit mit den Lieferanten. Auf diese Weise sind die Experten eng in die Produktionsberatung einbezogen und können so die hohe Qualität der gelieferten Produkte jederzeit gewährleisten. Ergänzt werden die Sortimente durch lokale Produkte, die die selbstständigen Kaufleute direkt vor Ort bei den Erzeugern kaufen. Dieses Angebot sorgt nicht nur für eine besonders frische und vielfältige Auswahl, sondern auch für kurze Transportwege und eine Stärkung der heimischen Wirtschaft.

## **EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 4.000 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'. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2015 mit rund 11.400 Märkten und 346.800 Mitarbeitern einen Umsatz von 48,4 Mrd. Euro. Mit rund 16.800 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.