



## **EDEKA zeigt Solidarität mit Geflügel-Haltern**

- **EDEKA unterstützt Erzeuger von Freilandeiern während der Stallpflicht**
- **Neue Verpackung für Freiland Eier ab Mitte Februar schrittweise verfügbar**
- **Klare Kennzeichnung gibt Landwirten Vermarktungssicherheit**

Hamburg, 09.02.2017. EDEKA zeigt sich angesichts der aktuellen Stallpflicht für Geflügel solidarisch mit den Erzeugern von Freilandeiern und bietet ihnen eine sichere Vermarktungsmöglichkeit. Ab Mitte Februar führt der Händler schrittweise einen neuen Artikel ein, der auf der Verpackung einen deutlichen Hinweis auf den vorübergehenden Schutz der Legehennen enthält. Das erlaubt es den Lieferanten von Eiern aus Freilandhaltung bzw. Bodenhaltung mit Wintergartenauslauf, sich von Betrieben mit reiner Bodenhaltung abzugrenzen und bietet Verbrauchern die notwendige Transparenz beim Einkauf.

Um Geflügel vor der aktuell grassierenden Vogelgrippe zu schützen, gilt derzeit in vielen Regionen eine Stallpflicht für Legehennen. Die behördliche Anordnung hat zur Folge, dass Erzeuger von Freilandeiern diese nach Ablauf von zwölf Wochen als „Bodenhaltung“ deklarieren müssen. Für den Verbraucher sind dadurch die Unterschiede in der Haltung nicht mehr erkennbar, und den Erzeugern drohen erhebliche Umsatz- und Ertragseinbußen. Mit einer angepassten Kennzeichnung bietet EDEKA als Partner der Landwirtschaft den Lieferanten nun eine sichere Möglichkeit zur Vermarktung ihrer Produkte. Alle Eier stammen dabei aus gentechnikfreier Produktion und sind mit dem Siegel „Ohne Gentechnik“ gekennzeichnet.

### **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.