

Selbstständige Kaufleute sind erneut Erfolgsgaranten für EDEKA

- EDEKA-Verbund steigert Umsätze erstmals auf über 50 Mrd. Euro
- Unternehmer erzielen Umsatzplus von 4,4 Prozent auf 26,3 Mrd. Euro
- Netto Marken-Discount wächst um 3,1 Prozent auf 13,1 Mrd. Euro
- 338 Kaiser's-Tengelmann-Filialen erfolgreich integriert
- EDEKA investiert 2018 mehr als 2 Mrd. Euro in Deutschland

Hamburg, 17. April 2018. Der EDEKA-Verbund hat seine Position im deutschen Handel 2017 erneut gestärkt. Der Gesamtumsatz stieg um 5,4 Prozent und durchbrach mit 51,9 Mrd. Euro erstmals in der Unternehmensgeschichte die 50-Milliarden-Euro-Marke – bei einem stabilen Ergebnis über alle Stufen. Als Erfolgsgarant erwiesen sich erneut die rund 3.800 selbstständigen EDEKA-Kaufleute: Sie steuerten mit 26,3 Mrd. Euro (4,4 Prozent) mehr als die Hälfte zum Verbundumsatz bei. „Die starke Leistung der EDEKA-Unternehmer verdient angesichts des intensiven Wettbewerbs größte Anerkennung“, sagt Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA AG. „Sie personifizieren die Zukunft des deutschen Lebensmitteleinzelhandels und drücken der Branche ihren Stempel auf.“ Auch Netto Marken-Discount entwickelte sich 2017 positiv. Die EDEKA-Tochter steigerte ihre Umsätze um 3,1 Prozent auf insgesamt 13,1 Mrd. Euro. „Netto Marken-Discount schärft erfolgreich sein Markenprofil und entwickelt sich in Sortiment und Vertrieb konsequent weiter“, so Markus Mosa. Zusätzlichen Rückenwind beschert dem EDEKA-Verbund die erfolgreiche Integration von 338 Kaiser's-Tengelmann-Filialen. Zahlreiche Standorte wurden aufwändig modernisiert und verzeichnen seither Umsatzzuwächse im zweistelligen Bereich.

„Angriff ist die beste Verteidigung, deshalb halten wir die Schlagzahl im Tagesgeschäft in jeder Hinsicht hoch und ruhen uns nicht auf dem Erreichten aus“, stellt Markus Mosa klar. Passend dazu investierte der dreistufige Unternehmensverbund 2017 erneut kräftig im Heimatmarkt Deutschland. Seite an Seite mit den selbstständigen EDEKA-Kaufleuten entwickelten die sieben EDEKA-Regionen sowie die Hamburger EDEKA-Zentrale ihre Marktkonzepte, Logistikstrukturen sowie Produktionsbetriebe mit insgesamt

1,7 Mrd. Euro weiter. „Im laufenden Jahr 2018 werden wir erstmals mehr als zwei Milliarden Euro in Deutschland investieren“, erklärt Finanz- und Personalvorstand Martin Scholvin. Ohne Berücksichtigung der Kaiser's-Tengelmann-Übernahme eröffneten binnen Jahresfrist 245 neue Einzelhandelsstandorte im EDEKA-Verbund, hinzu kamen 148 Erweiterungen bestehender Märkte. Die Gesamtverkaufsfläche stieg um 3,2 Prozent auf 11,2 Mio. Quadratmeter an.

Erfolgreiche Integration von Kaiser's Tengelmann

Die Integration der 338 ehemaligen Kaiser's-Tengelmann-Filialen in den EDEKA-Verbund ist 2017 mit hohem Tempo vollzogen worden. Das Maßnahmenpaket aus Sortimentserweiterung, technischer Modernisierung und zeitgemäßer Ladengestaltung stellt alle Standorte wieder wettbewerbsfähig auf. Mit Erfolg: Seit der Umstellung verzeichnen zahlreiche Filialen in Berlin, Bayern und Nordrhein-Westfalen zweistellige Umsatzzuwächse. Ein Schwerpunkt der Integrationsarbeit lag darin, die Beschäftigungsstrukturen nicht nur zu erhalten, sondern auch qualitativ zu verbessern – etwa indem zahlreiche geringfügige Beschäftigungsverhältnisse in voll sozialversicherungspflichtige Teilzeit- und Vollzeitstellen umgewandelt werden konnten. Auch das hat den übernommenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern neue berufliche Perspektiven gegeben.

Traditionell zählt der Unternehmensverbund zu den bedeutendsten Arbeitgebern und Ausbildern Deutschlands. Im Jahresverlauf 2017 stieg die Zahl der Beschäftigten um rund 17.700 auf insgesamt 369.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, darunter verbundweit 17.150 junge Menschen in Ausbildung. Allein 2017 wurden rund 7.200 Auszubildende neu in den Unternehmen des EDEKA-Verbunds eingestellt.

Effiziente Prozesse schaffen Flexibilität

Um dem Einzelhandel bestmöglich den Rücken zu stärken, haben auch die sieben EDEKA-Großhandlungen sowie die EDEKA-Zentrale 2017 ihre Leistungen intensiviert. Ein Beispiel: Die Einführung der LUNAR-Lösung für den Einzelhandel schreitet mit großen Schritten voran. Bis Jahresende 2018 wird das hochmoderne Warenwirtschaftssystem in rund 1.700 EDEKA-Märkten im Einsatz sein. Auch die Logistikstrukturen werden kontinuierlich optimiert. So bündelt EDEKA beispielsweise



seit August 2017 die Belieferung für frische Convenience Produkte über zwei neue Drehkreuze in Niedersachsen und Baden-Württemberg. Ein weiterer Schwerpunkt bleibt der strategische Ausbau eigener Produktionsbetriebe – damit sichert EDEKA die Warenversorgung der Kaufleute langfristig ab und verschafft sich zusätzliche Handlungsspielräume. Der Fokus liegt hier traditionell auf frischen Lebensmitteln wie Fleisch, Wurst oder Backwaren. Mit der Übernahme der Fruchtsaftmarke albi wurde auch die Unternehmenstochter Sonnländer im Dezember 2017 gezielt gestärkt.

Neue digitale und stationäre Formate

Zusätzliche Potenziale eröffnet sich EDEKA durch den Ausbau der digitalen Vertriebskanäle. Das Online-Geschäft, zu dem unter anderem der Online-Supermarkt Bringmeister, der Netto-Online-Shop sowie Plus.de und GartenXXL gehören, entwickelte sich 2017 dynamisch und durchbrach mit 122 Mio. EUR die anvisierte 100-Millionen-Marke deutlich. Zusätzlich unterstützt der EDEKA-Verbund auch seine selbstständigen Kaufleute mit der Entwicklung einer gemeinsamen technischen Infrastruktur für ihre individuellen Lieferservices. Neue Perspektiven im stationären Geschäft erschließt sich EDEKA durch die Allianz mit dem Hamburger Drogeriemarkt-Spezialisten BUDNI. Nachdem das Warengeschäft bereits erfolgreich integriert wurde, geht nun am 1. Mai ein neues Gemeinschaftsunternehmen beider Partner für zahlreiche übergreifende Dienstleistungen an den Start.

Differenzierung durch Innovation

Ein starkes Differenzierungsinstrument für die EDEKA-Kaufleute sind die Eigenmarken unter EDEKA und GUT&GÜNSTIG. Auch 2017 hat der Verbund mit zahlreichen Produktneuheiten wieder aktuelle Ernährungstrends im Sortiment aufgegriffen. Ebenso wurde die Premium-Eigenmarke EDEKA SELECTION gezielt ausgebaut. Auch bei Markenartikeln geht EDEKA neue Wege: Die Online-Plattform „FoodStarter“ bringt Kaufleute mit Food-Start-ups zusammen – und damit Innovationen noch schneller in die Supermarktregale. Auch im 2017 eröffneten Foodtech-Campus in Berlin-Moabit testet EDEKA, wie innovative Lösungen für den Lebensmitteleinzelhandel durch die Kooperation von Experten aus Handel, Technologie und der Start-up-Szene verwirklicht werden können.



Verantwortungsvolles Handeln

Gerade auf Sortimentsebene spielen verantwortungsvolle Produktionsbedingungen für den EDEKA-Verbund weiterhin eine zentrale Rolle. Die Basis hierfür bildet die langjährige Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen EDEKA und WWF. Im Fokus stehen dabei die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks von EDEKA und die nachhaltige Umgestaltung der Lieferketten. Mit Blick auf das gesellschaftliche Engagement feiert die Bildungsinitiative der EDEKA Stiftung „Aus Liebe zum Nachwuchs“ 2018 ihren zehnten Geburtstag. Sie zielt darauf ab, die Ernährungsbildung bei Kindern und Jugendlichen im Rahmen altersgerechter Projekte zu stärken. Auch mit dem Ausbau der Sportförderung, etwa als Partner des Olympia Teams Deutschland, setzt EDEKA ein sichtbares Zeichen für bewusste Ernährung und Bewegung.

Weitere Informationen zum Geschäftsjahr 2017 finden Sie online unter www.edeka-verbund.de/geschaeftsbericht

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.800 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 2017 mit rund 11.430 Märkten und 369.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 51,9 Mrd. Euro. Mit rund 17.150 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.