



## EDEKA-Grillkampagne Der beste Platz bei der WM: Der Grill

- **360-Grad-Kampagne verdeutlicht EDEKAs Grillkompetenz**
- **Kundenmagazin MIT LIEBE erscheint als Grill-Edition**
- **Online-Gewinnspiel mit attraktiven Preisen für grillbegeisterte Fußballfans**

Hamburg, 23. April 2018. Das Runde muss ins Eckige – und die Wurst auf den Grill. Für viele Deutsche gehören Fußball und Grillen einfach zusammen. Daher vereint die neue EDEKA-Kampagne beide Leidenschaften auf gewohnt humorvolle Weise. **Bestes Grillfleisch, leckere Rezepte sowie wertvolle Tipps und Tricks rund um die heiße Zeit des Jahres sind das Herzstück der neuen Kampagne. Stets im Fokus: Die Grillkompetenz von EDEKA. Die crossmediale Kampagne findet Online, im TV und auch direkt am POS statt und wird von einem Online-Gewinnspiel ergänzt.**

Jetzt ist Anpfiff: Denn die neue Kampagne gibt den Startschuss für die diesjährige Grillsaison und macht Lust auf lange Fußballabende mit gegrillten Köstlichkeiten, kühlen Getränken und ganz vielen Emotionen. Auch der neue TV-Spot, der ab sofort auf allen reichweitenstarken Sendern zu sehen ist, setzt hier an: Ein Fußball verselbstständigt sich in einem EDEKA-Markt, bis ein Mitarbeiter an der Bedientheke den Ball mit einer beherzten Parade aufhält und gleichzeitig auch den Grillabend seiner Kunden rettet.

Online auf [edeka.de/grillen](http://edeka.de/grillen) finden grillbegeisterte Fußballfans zahlreiche Rezepte und Tipps für den feurigen Genuss am Rande der WM. Neben Inspirationen zu würzigen Marinaden, knackigen Salaten und köstlichen Beilagen lockt zusätzlich ein Gewinnspiel mit zahlreichen Preisen, darunter Gas- und Holzkohlegrills sowie passendes Grillzubehör. Auch auf Facebook, Instagram, Pinterest und dem YouTube-Kanal EDEKA Genussmomente wird die Kampagne befeuert.

Ein weiteres Highlight: Die Kundenzeitschrift MIT LIEBE erscheint in einer Grilledition und liefert zahlreiche pfiffige Tipps rund um den besten Platz bei der WM: den Grill. Außerdem können sich Grill- und Fußballfans unter dem Motto „11 Freunde vom Grill“ auch geschmacklich perfekt einstimmen. Für die verschiedenen WM-Paarungen gibt es nämlich passende Rezeptideen. So können Chili-Hähnchenbrustfilets beim Spiel gegen Mexiko



und Lachs-Burger in der Island-Partie Eindruck schinden und damit die WM-Teilnehmer nicht nur fußballerisch, sondern auch kulinarisch begeistern.

## **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.