



Mehr Datenvolumen, mehr Inklusivminuten, neuer „Alles-drin“-Tarif zum **07.08.2018**

## **„EDEKA smart“ – Jetzt noch smarter**

- **Neue „EDEKA smart“-Prepaid-Tarife und neuer „Alles-drin“-Tarif: mehr Datenvolumen bei maximaler LTE-Geschwindigkeit zum gewohnten Preis**
- **Willkommensgeschenk für Neukunden: zwei Tage unbegrenztes Surfen**
- **„EDEKA smart“ unterstützt WWF-Waldschutzprogramm**

Hamburg, 03. August 2018. Smarter geht's nicht: Ab dem 07. August können EDEKA-Kunden noch länger telefonieren und surfen und das, ohne einen Cent mehr zu bezahlen. Die optimierten Premium-Tarife von „EDEKA smart“ machen es möglich. Für intensive Nutzer gibt es zusätzlich den neuen Tarif „kombi XL“. Mit einer Aufwertung der MagentaMobil Prepaid-Tarife wurden jetzt auch die „EDEKA smart“-Prepaid-Tarife angepasst. Denn die exklusive Partnerschaft von EDEKA und der Telekom setzt 1:1 auf das Tarifportfolio »Magenta« der Telekom. Die optimierten Tarife sind ab 07. August in den EDEKA-Märkten und über [www.edeka-smart.de](http://www.edeka-smart.de) verfügbar. Neukunden erhalten bei Aktivierung bis zum 10. September zwei Tage unbegrenztes Surfen kostenlos dazu und unterstützen gleichzeitig das WWF-Waldschutzprogramm.

### **Mehr fürs Geld**

Ab Mitte August rollt EDEKA die neuen Tarife in den Märkten aus. Die kombi-Tarife M und L werden aufgestockt: Der Tarif kombi M mit 1 GB Internet-Flat LTE max wird künftig 1,5 GB sowie 100 Freiminuten in alle deutschen Netze beinhalten, der Preis von 9,95 Euro für vier Wochen bleibt unverändert. Auch beim Tarif kombi L ändert sich vieles, nur nicht der Preis: Für 14,95 Euro für vier Wochen wird das Datenvolumen der Internet-Flat LTE max von 1,5 GB auf 2 GB erhöht. Dazu gibt es künftig 200 statt 100 Freiminuten. Obendrauf präsentiert EDEKA den neuen Tarif kombi XL für intensive Nutzer: Für 24,95 Euro für vier Wochen können Nutzer mit 3 GB Datenvolumen im Highspeed-Internet LTE max surfen und gleichzeitig mit einer Flat unbegrenzt in alle deutschen Netze telefonieren und simsens. Der Tarif wird vorerst nur bei Marktkauf und Herkules Technik Partner erhältlich sein sowie online unter [www.edeka-smart.de](http://www.edeka-smart.de).



## **Ressourcen schonen**

Bei EDEKA smart wird Nachhaltigkeit nach wie vor großgeschrieben: In Zusammenarbeit mit dem WWF wird pro verkauftem Startset das WWF-Waldschutzprogramm mit einem Euro unterstützt. Zudem wird für den Ressourcenschutz auf umweltfreundliche Verpackungen gesetzt und Handyreparatur, -recycling und der Erwerb des Fairphones angeboten.

## **EDEKA und WWF – strategische Partner für Nachhaltigkeit**

Die im Jahr 2009 begonnene Kooperation zum Schutz der Meere und für nachhaltige Fischerei wurde 2012 zu einer umfassenderen und langfristigen Partnerschaft weiterentwickelt. Der WWF berät EDEKA wissenschaftlich fundiert in unterschiedlichen Themen- und Sortimentsbereichen. Schwerpunkte sind Fisch und Meeresfrüchte, Holz/Papier/Tissue, Palmöl/Palmkernöl, Soja/ Nachhaltigere Nutztierfütterung, Süßwasser, Klima, Verpackungen und Beschaffungsmanagement. Zielsetzung ist es, die natürlichen Ressourcen der Erde zu schonen, den ökologischen Fußabdruck von EDEKA Schritt für Schritt deutlich zu verringern und immer mehr Kunden für nachhaltigere Produkte sowie nachhaltigeren Konsum zu begeistern.

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

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.800 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 Unternehmensverbands 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.