



## Neue Kampagne EDEKA rückt Kompetenz in den Fokus

- Neue Markenkampagne im EDEKA-Jubiläumsjahr
- TV-Spot „Übung macht den Meister“ zeigt Beratungskompetenz der EDEKA Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Online-Special bietet Information und Inspiration

Hamburg, 8. Oktober 2018. Was 1907 mit 13 Einkaufsvereinen in Leipzig begann, ist heute zu Deutschlands erfolgreichster Genossenschaft im Lebensmittel-Einzelhandel herangewachsen. Schon seit Generationen überzeugen die selbstständigen EDEKA-Kaufleute ihre Kunden neben einem tiefen und breiten Sortiment inklusive attraktiver Frischetheken sowie kundenorientierten Serviceangeboten mit einer hohen Beratungskompetenz – sei es bei Fragen zu Rezepten, Warenkunde oder zu einer ausgewogenen Ernährung. Das Thema Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter steht auch im Mittelpunkt der zweiten Kampagne zum 111. Geburtstag von EDEKA.

So stellt ein junger EDEKAner in dem neuen TV-Spot „Übung macht den Meister“ auf sehr engagierte und originelle Art sein Wissen über die Kaki unter Beweis. Der Spot ist ab sofort auf allen reichweitenstarken Sendern zu sehen. Online auf [www.edeka.de](http://www.edeka.de) erfahren Kunden von EDEKA-Experten Spannendes zu Themen wie Superfoods, gute Weine oder eine bewusste Ernährung. Umfangreiche und praktische Informationen gibt es auch zum Thema Fleisch – von Tipps über die richtige Auswahl bis hin zu leckeren Ideen für die Zubereitung. Darüber hinaus laden abwechslungsreiche Rezepte und ein Saisonkalender zum Kochen mit saisonalen Produkten ein. Digitale Kanäle wie Instagram, Facebook und YouTube verlängern die Kampagne. Durch umfangreiche POS-Materialien zum Thema Waren- und Lebensmittelkunde ist die Kampagne auch in den EDEKA-Märkten präsent. Abgerundet wird sie durch ein Gewinnspiel, bei dem es unter anderem einen Reisegutschein in Höhe von rund 10.000 Euro oder Städtetrips zu gewinnen gibt.

### 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 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.