



Neues Zuhause für Gründer: EDEKA eröffnet den Campus der Food- und Tech-Innovationen

- **Am 1. November eröffnet in Berlin Moabit der „Food Tech Campus“**
- **EDEKA vernetzt Start-ups, Gründer und Kaufleute und gibt ihnen die Chance, Produkte und Services zur Marktreife zu bringen**
- **Co-working-Space, Küchenstudio und Eventfläche bieten Platz zum Austausch, für Veranstaltungen und den direkten Kontakt zum Kunden**

Berlin, 01.11.2018. Direkt neben dem EDEKA-Center in Berlin Moabit eröffnet heute der „Food Tech Campus“. Hier haben leidenschaftliche und kreative Gründerinnen und Gründer mit ihren Start-ups gemeinsam mit EDEKA Kaufleuten die Chance, die Zukunft des Lebensmittelhandels entscheidend mitzugestalten und Impulse für ihre Geschäftsentwicklung zu setzen. Neben zeitlich flexiblen Arbeitsplätzen für das Zusammenarbeiten in einem sogenannten Co-working-Space bieten ein Küchenstudio und eine Eventfläche Platz zum Entwickeln, Probieren und Austauschen sowie den direkten Kontakt zum Kunden. Ab sofort haben Gründer die Möglichkeit, sich für eine Mitgliedschaft zu bewerben. Auch Bringmeister, der Online-Lieferdienst von EDEKA, findet hier sein neues Zuhause. Insgesamt bietet der „Food Tech Campus“ Platz für mehr als 130 Arbeitsplätze.

Der Anspruch der Kunden an Lebensmittelhändler steigt kontinuierlich. Ausgehend von dieser Erfahrung – direkt aus den EDEKA-Märkten – werden nun aus der Gründerszene in Berlin Impulse gesetzt und der Einkauf von morgen gestaltet – mit innovativen Produkten und Services in direkter Rückkopplung mit dem Kunden.

Food Academy, Food Space und Events: Startrampe für neue Geschäftsmodelle

Der „Food Tech Campus“ bietet Gründern, mitten im Szenekiez Moabit, verschiedene on- und offline-Services an, um ihnen eine Startrampe für ihr Geschäftsmodelle zu bieten. Mit einer Mitgliedschaft können sich Gründer in der Food Academy von EDEKA-Experten und erfolgreichen Mentoren z.B. in einem Einzel-Coaching coachen oder ihre Produkte im „Testing Panel“ analysieren lassen. Für Workshops, Produktseminare oder -vorstellungen, Fotoshootings und Veranstaltungen hält der Food Space Workshop-Flächen, ein Küchenstudio sowie eine Eventfläche bereit. Darüber hinaus



berichten Experten in verschiedenen Eventformaten, u.a. bei einem „Best Practice Talk“, über ihre Erfolgsmethoden und -rezepte oder geben Gründern beim Verkaufsgespräch, dem so genannten „Buyers Pitch“, Tipps zur Produktvorstellung.

Neben Veranstaltungen für die Campus-Mitglieder sind außerdem Events für Interessierte geplant.

„foodstarter“ fördert bereits Kooperationen von Gründern und Kaufleuten

Schon seit zwei Jahren setzt EDEKA mit der Online-Plattform „foodstarter“ ein Zeichen für Innovationen und fördert die Zusammenarbeit von Gründern und EDEKA-Einzelhändlern. Mehr als 200 Start-ups mit rund 700 Artikeln haben bereits das Angebot genutzt, rund 1.000 EDEKA Kaufleuten ihre Produkte vorzustellen, die dann in den Märkten getestet werden können. Der Vorteil: Die Gründer erhalten so eine direkte Rückmeldung zu Verpackungsgrößen, Preiskonzepten und Regalplatzierungen, um ihr Produkt noch wettbewerbsfähiger zu machen.

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.