



**Frischekick für jedes Alter**

## **EDEKA-Kampagne beweist: Frische schmeckt jedem**

- **Trifft jeden Geschmack: Frische und Vielfalt sind Herzstück der neuen EDEKA-Kampagne**
- **Radikal-genial: erfrischender TV-Spot mit Wortwitz und Beeren(heil)kunde**
- **Frische rockt – auf allen Kanälen: im TV, Online, auf Social Media, im Markt und zuhause**

**Hamburg, 12.08.2019. Frische und Vielfalt gepaart mit Kompetenz, Leidenschaft und Beratung: dafür stehen die EDEKA-Märkte und ihre Kaufleute deutschlandweit. Sie wissen, was ihren Kunden schmeckt – egal, in welchem Alter. Im Fokus der aktuellen Kampagne steht deshalb die Frische- und Beratungskompetenz der EDEKA-Genussexperten im Markt. Dass sie für jeden Geschmack das passende Angebot haben, zeigt der neue TV-Spot, der ab heute auf allen reichweitenstarken Kanälen läuft. Zu Hause und im Markt sorgen zeitgleich verschiedene Online- und Offline-Maßnahmen für einen zusätzlichen Frischekick, der jeden erreicht – sogar rebellische Teenager.**

Für eben diese Altersgruppe gibt es oft nichts Nervigeres als frühes Aufstehen und plappernde Eltern am Frühstückstisch. Was der punkigen Tochter im neuen Werbespot zur Kampagne trotzdem ein Lächeln ins Gesicht zaubert? Ein frisch gemixter Heidelbeersmoothie! Beim Einkauf mit ihrer Mutter in einem EDEKA-Markt wird das übel gelaunte Mädchen erst hellhörig, als der hilfsbereite, kompetente Frische-Experte dessen Zubereitung und die Eigenschaften der blauen Beeren äußerst wortgewandt beschreibt – und kann sich fürs Smoothie-Mixen begeistern. Gegen Antioxidantien und freie Radikale ist eben jeder Widerstand zwecklos...

Der [TV-Spot](#), aber auch die Verlängerung der Kampagne an den PoS und ins Netz zeigt auf charmante Weise, wofür EDEKA steht: Kundennähe, Kompetenz und Leidenschaft in der individuellen Beratung. Sowohl im Markt als auch online auf [edeka.de/frische](https://www.edeka.de/frische) erhalten Kunden Rezepte, Zubereitungstipps und



Einkaufsinspirationen. Während sämtliche Social-Media-Kanäle die Kampagne begleiten, findet auf der Landingpage außerdem ein monatliches Gewinnspiel statt.

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

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 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 2018 mit rund 11.300 Märkten und 376.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 53,6 Mrd. Euro. Mit rund 18.000 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.