



„Inspirational Food“:

## Neue Marke „Jochen Schweizer“ ab sofort exklusiv bei EDEKA

- **Starke Partner: Jochen Schweizer und EDEKA bringen gemeinsame Produktlinie in die Märkte**
- **"Inspirational Food": 15 Produkte bieten neue Geschmackserlebnisse**
- **„Schmeck was möglich ist“: 360-Grad-Kampagne startet heute**

Hamburg, 28. Oktober 2019: Wie kein anderer steht Jochen Schweizer für das Erlebnis. Nun bringt der Unternehmer auch mehr Abwechslung und Inspiration auf die Esstische. Gemeinsam mit EDEKA hat er eine Produktlinie für „Inspirational Food“ entwickelt: Lebensmittel, die zu neuen Geschmackserlebnissen inspirieren. Die Marke „Jochen Schweizer“ ist ab sofort exklusiv in den EDEKA-Märkten erhältlich und umfasst zunächst 15 Artikel – von fruchtig-exotischen Snacks über aromatischen Basmati-Reis bis zum Öl-Mix fürs Müsli. Unter dem Claim „Schmeck was möglich ist“ startet heute eine breite Einführungskampagne in TV, Print und Social Media. Mehr unter <http://www.edeka.de/jochenschweizer>

Für Jochen Schweizer ist EDEKA der perfekte Partner für sein neues Sortiment: „Beide Marken stehen für Inspiration – sei es für einen aktiven Alltag, ein besonderes Erlebnis oder für neue Gerichte, Lebensmittel und eine ausgewogene Ernährung. Ich freue mich, meine Leidenschaft für gesunde Lebensmittel nun mit einem starken Partner auf das nächste Level zu bringen“. Auch Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA-Zentrale, hebt die Gemeinsamkeiten hervor: „Die EDEKA-Kaufleute schaffen in ihren Märkten täglich Einkaufserlebnisse. Und unsere Kunden probieren gerne Neues aus. Mit den spannenden Produkten von Jochen Schweizer bieten wir ihnen dafür jetzt noch mehr Auswahl im Regal.“



Die Produktrange von Jochen Schweizers „Inspirational Food“ umfasst zunächst 15 Artikel, darunter beispielsweise „Pink Basmati Rote Beete“, vegane Cocobars und Nutbars, Müslis in den Geschmacksrichtungen „Fruity Paleo Mix“, „Protein Crisp“, und „Quinoa Crunch“ oder ein Müsli- & Smoothie-Öl mit wertvollen Omega-3-Fettsäuren. Im Fokus der neuen Marke steht der Mehrwert für die Kunden: Durch den Einsatz hochwertiger Rohstoffe – darunter jede Menge „Superfoods“ –, den weitgehenden Verzicht auf Zusatzstoffe und einfache, aber überraschende Rezepturen sprechen die Produkte vor allem Menschen mit einem aktiven Lebensstil an, die sich modern, genussvoll und gleichzeitig gesund ernähren möchten. Unter dem Claim „Schmeck was möglich ist“ wird das neue Sortiment ab heute in allen Kommunikationskanälen beworben – vom TV-Spot über Anzeigen bis hin zu Storys auf Instagram & Co.

## Produktübersicht:

- Jochen Schweizer Golden Basmati Kurkuma (300g Packung)
- Jochen Schweizer Pink Basmati Rote Beete (300g Packung)
- Jochen Schweizer Cocobar in den Sorten Mango oder Kakao (3 Riegel à 40g je Packung)
- Jochen Schweizer Nutbar in den Sorten Apfel & Zimt oder Nuss & Schoko (40g pro Riegel)
- Jochen Schweizer Müsli in den Sorten Fruity Paleo Mix, Protein Crisp, Quinoa Crunch (Packung ab 400g)
- Jochen Schweizer Dried Crunchies in den Sorten Physalis & Mango oder Rote Bete (40g Packung)
- Jochen Schweizer Exotic Chips in den Sorten Jackfruit oder Snakefruit (40g Packung)
- Jochen Schweizer Müsli- & Smoothie-Oil: Raps- und Hanfö-Mix mit wertvollen Omega-3-Fettsäuren (250ml)

## **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.

### **EDEKA Zentrale AG & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182  
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)

