



EDEKA hat Zuwachs bekommen: BABYLIEBE – das Magazin für (werdende) Eltern

- **BABYLIEBE: Ab 02. November gratis in teilnehmenden EDEKA-Märkten erhältlich**
- **Für junge Eltern: Das Magazin informiert zu Themen rund um das Abenteuer Baby**
- **Experten-Tipps: Vier erfahrene Hebammen beraten in Sachen Ernährung und Pflege**

Hamburg, 28.10.2020: Wird ein Kind geboren, steht die Welt für einen Moment still – nur um sich im nächsten Moment doppelt so schnell weiter zu drehen. Frischgebackene Eltern stellen sich in der Zeit bis zur Geburt und danach täglich neuen Herausforderungen. Das neue EDEKA-Magazin BABYLIEBE begleitet sie durch dieses Abenteuer: Es informiert (werdende) Mütter und Väter ab sofort zu den Themen Schwangerschaft und Geburt, Babys und Kleinkinder sowie Familienleben und Partnerschaft.

In Deutschland werden jährlich mehr als 770.000 Babys geboren* – die Zeit bis zur Geburt und danach ist aufregend für werdende Eltern. Mit dem neuen, zweimal jährlich erscheinenden EDEKA-Kundenmagazin BABYLIEBE erhalten junge Mütter und Väter Informationen rund um das Abenteuer Baby. In der ersten Ausgabe erfahren die Leserinnen und Leser unter anderem, worauf Schwangere in ihrer Ernährung achten sollten, warum eine gute Babypflege wohl dosiert sein sollte und wie der Beikost-Start mit den Kleinsten entspannt gelingt. Passend dazu gibt es süße und deftige Rezeptinspirationen für Zuhause - mit selbstgekochten Breien für die Kleinen. Unterhaltsam geschriebene Texte, ansprechende Bilder und ein fröhlich-buntes Layout sorgen dabei für ein besonderes Lesevergnügen.

Wertvolle Experten-Tipps

Vier Hebammen stehen EDEKA im Magazin als Expertinnen zur Seite: Maren, Nadine, Ricarda und Tatjana sind selbst als Beikost- und Stillberaterin mit eigener Praxis, Familienhebamme oder Dozentin aktiv. Zusammen bringen sie 46 Jahre Erfahrung mit und kennen die Bedürfnisse und Sorgen junger Mütter und Väter bestens. In BABYLIEBE legen sie ihren Fokus auf die Bereiche Ernährung und Pflege und geben wertvolle Ratschläge für die erste Zeit mit dem Baby.

Mit dem neuen Magazin positioniert sich EDEKA als kompetenter Partner im Themenfeld Baby. „Ziel ist es, unsere Kundinnen und Kunden auf unterhaltsame Weise zu informieren und sie in der spannenden Zeit mit ihrem Baby bestmöglich zu begleiten – durch dieses Magazin und unser breites Produktangebot. Die große Themenvielfalt, die adressierte Zielgruppe und die starke Auflage machen



das Magazin aber auch zu einem attraktiven Werbeträger für Anzeigenkunden“, erklärt Rolf Lange, Geschäftsführer des EDEKA Verlags.

Baby-Kampagne

Das Magazin erscheint parallel zur Einführung der neuen EDEKA Bio Babynahrung. Begleitet wird der Start der Beikost-Gläschen, die es in 25 leckeren Geschmacksrichtungen gibt und in denen zum Großteil hochwertige Demeter Rohwaren zum Einsatz kommen, von einer groß angelegten Kommunikationskampagne. Unter dem Motto „Wir verstehen uns, Baby“ läuft sie in Print, Online, Social Media (inkl. Influencer) und am POS. Auf edeka.de/baby finden Interessierte beispielsweise nützliche Tipps rund um die Ernährung, Pflege und Entwicklung ihres Babys - vorgestellt vom Experten-Team der EDEKA-Hebammen.

Die erste Ausgabe von BABYLIEBE ist ab 2. November 2020 gratis in allen teilnehmenden EDEKA-Märkten erhältlich. Ab 2021 erscheint das Magazin zwei Mal jährlich mit einer Auflage von 1 Million Exemplaren im EDEKA Verlag.

*Quelle: Statista (2019): Anzahl der Geburten in Deutschland von 1991 bis 2019

Der EDEKA Verlag

Die EDEKA Verlagsgesellschaft mbH mit Sitz in Hamburg ist für die verbundübergreifende Kommunikation der EDEKA von zentraler Bedeutung. Das Portfolio des EDEKA Verlags umfasst sowohl Informationen für die berufliche Nutzung der EDEKA-Kaufleute als auch klassische Publikumsthemen, die der Kundenansprache dienen. Zum Verlagsprogramm zählen die EDEKA handelsrundschau, das Handelsfachmagazin für die Entscheider im EDEKA-Einzelhandel und Großhandel, das Kundenmagazin MIT LIEBE für die gezielte und nachhaltige Kundenbindung, das Kindermagazin YUMMI für die kleinen und die großen Kunden von morgen, die EDEKA-Kalender, das Kundenmagazin Gold von Netto Marken-Discount, sowie das Kundenmagazin perle des Drogeriemarkts BUDNI.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds 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" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie BUDNI oder NATURKIND, online-basierte Lieferdienste und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.