



Frisch, vielfältig und ganz weit vorn:

EDEKA-Unternehmer gewinnen „Deutschen Frucht Preis 2020“ für beste Obst- und Gemüseabteilungen

- **Vier bundesweite Titel und fünf Auszeichnungen auf Landesebene für herausragende Frische-Kompetenz**
- **Fachjury überzeugen regionale Sortimente, attraktive Warenpräsentation und der Kundenservice**
- **EDEKA Fruchtkontor und regionaler EDEKA-Großhandel sorgen für optimales Warenangebot in den Märkten**

Hamburg, 04.06.2020. Sieger in vier von sechs Kategorien – EDEKA räumt beim „Deutschen Frucht Preis 2020“ einmal mehr im großen Stil ab. Dreimal sicherten sich selbstständige EDEKA-Kaufleute die renommierte Branchentrophäe auf nationaler Ebene. Einen weiteren Sieg verbuchte das unter der Regie der EDEKA Nord geführte E-Center Warnow Park aus Rostock in der Kategorie „SB-Warenhaus“. Ganz oben auf dem Treppchen der Kategorie „Supermarkt“ landete EDEKA Baisch aus Leonberg. Die Top-Platzierung in der Kategorie „Supermarkt groß“ holte sich der Marktkauf Thomas Lehr in Paderborn. Und der Sonderpreis „Beste Bedienung und Teilbedienung“ ging an den Remstal-Markt Mack in Weinstadt. „Vielfältige, regional und nachhaltig gestaltete Obst- und Gemüsesortimente sind die Aushängeschilder unserer Märkte – umso mehr freuen wir uns über diese Auszeichnungen“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der Hamburger EDEKA AG. Als jeweilige Landessieger gehen zudem EDEKA Niemerszeim aus Hamburg, das Scheck-in Center aus Mainz, das EDEKA Frischecenter Wagner aus Coburg, EDEKA Honsel aus Dorsten sowie EDEKA Ueltzhöfer aus Heilbronn aus dem Wettbewerb hervor.

Zum 24. Mal vergaben die Fachzeitschriften „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ und „Fruchthandel Magazin“ den „Deutschen Frucht Preis“. Statt wie üblich, in feierlichem Rahmen in Baden-Baden, erhielten die Gewinner in Zeiten von Corona ihre jeweilige Trophäe bei einer Roadshow.



Jedes Jahr zeichnet eine Fachjury die teilnehmenden Märkte für herausragende Sortimentsleistungen aus. Deshalb schauten die Juroren im Zuge unangemeldeter Store-Checks auch bereits im Vorweg bei den aktuellen Preisträgern vorbei. Zu den wichtigsten Bewertungskriterien zählen hierbei die Sortimentsvielfalt, der Anteil regionaler Erzeugnisse in den Obst- und Gemüseabteilungen, die Warenpräsentation sowie Beratung und Kundenservice vor Ort. Die Schirmherrschaft des Branchen-Preises liegt beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Frisches Obst und Gemüse – ein Schlüsselsortiment

Ob Äpfel aus dem Alten Land, reife Honigtomaten oder knackiger Spargel – bestens sortierte Obst- und Gemüseabteilungen sind die erste Visitenkarte beim Betreten eines jeden EDEKA-Markts. Umso wichtiger ist es, dass das Angebot individuell auf die Bedürfnisse der Kunden vor Ort ausgerichtet wird. Damit dies gelingt, versorgt das EDEKA Fruchtkontor an der Seite von sieben EDEKA-Großhandelsbetrieben die Märkte bundesweit mit hochwertiger Ware. Vor allem regionale Erzeugnisse rücken hier immer mehr in den Fokus. Rund die Hälfte aller Lieferanten des EDEKA Fruchtkontors hat ihren Sitz in Deutschland. Zudem importiert es verschiedenste Obst- und Gemüsesorten aus weltweit über 80 Ländern. Dabei steht das Fruchtkontor in direktem Kontakt mit den Erzeugern und verzichtet zur kontinuierlichen Qualitätssicherung bewusst auf die Zusammenarbeit mit Zwischenhändlern.

Auch das Thema Nachhaltigkeit spiegelt sich prominent in den Obst- und Gemüseabteilungen wider – sowohl im Sortiment als auch im Bereich Verpackung. Erst vergangenes Jahr bescheinigte ein von der Verbraucherzentrale Hamburg initiiertes Marktcheck EDEKA die geringste Plastikquote in den Obst- und Gemüseabteilungen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels. Auch das Bio-Sortiment wird stetig ausgebaut – unter anderem im Rahmen der Partnerschaft mit demeter. Zudem erfreuen sich innovative Lösungen wie die Apeel-Technologie wachsender Bedeutung: Apeel ist ein aus rein pflanzlichen Materialien hergestellter Schutzmantel, der den Wasserverlust und die Oxidation verlangsamt – beispielsweise bei Avocados oder Zitrusfrüchten. Diese „zweite Haut“ ist ein neuer Trumpf beim Engagement des EDEKA-Verbands gegen Lebensmittelverschwendung.



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.