



## **AWA 2021: EDEKA Media erneut dreifacher Reichweiten-Sieger**

- **Weiterhin die Nummer 1: EDEKA-Kundenmagazin MIT LIEBE mit 3,57 Mio. Leser:innen erneut Deutschlands größtes Food-Magazin**
- **Begehrt bei den Kleinen: EDEKA-Kindermagazin YUMMI mit 790.000 Leser:innen Sieger in der Kategorie „Kinder- & Jugendzeitschriften“**
- **Weiter auf Erfolgskurs: Netto Kundenmagazin Gold steigert Reichweite im zweiten AWA-Jahr auf 590.000 Leser:innen und ist als Kundenmagazin erneut Reichweitensieger bei den „Monatlichen Frauenzeitschriften“**

**Hamburg, 28. Juni 2021: Das EDEKA-Kundenmagazin MIT LIEBE bleibt auch im vierten Jahr in Folge mit Abstand das reichweitenstärkste Food-Magazin Deutschlands. Das zeigen die heute veröffentlichten Zahlen der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA). Mit einer Reichweite von 3,57 Millionen Leser:innen steht es in der Kategorie „Food“ weiter an erster Stelle. Auch das EDEKA-Kindermagazin YUMMI liegt im AWA-Ranking 2021 ganz weit vorne: Mit 790.000 jungen Leser:innen sichert sich das Magazin den ersten Platz bei den Kinder- und Jugendzeitschriften. Zum zweiten Mal erscheint das Netto Kundenmagazin Gold im AWA-Ranking und bleibt mit 590.000 Leser:innen in den Top 10 der monatlich erscheinenden Frauenzeitschriften. Unter diesen kann es sich sogar als reichweitenstärkstes Kundenmagazin behaupten.**

### **Das EDEKA Kundenmagazin MIT LIEBE**

Der Erfolg von MIT LIEBE spiegelt sich auch in der hohen Druckauflage wieder. So werden aktuell 1.661.438 Exemplare (IVW 1/2021) pro Ausgabe produziert. Seit 2007 erscheint MIT LIEBE alle zwei Monate in der EDEKA Media GmbH und begeistert mit Themen aus den Bereichen Food, Drogerie und Lifestyle. Zwischen inspirierenden Rezepten, interessanten Warenkunden und neuesten Beauty-Trends finden die Leser:innen in MIT LIEBE vielseitige Beiträge rund um das eigene Zuhause und Nachhaltigkeit. Auch beim Best of Content Marketing Award 2021 stand MIT LIEBE nach einem Sieg im Vorjahr erneut auf dem Treppchen und sicherte sich den beliebten

#### **EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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)





Branchenpreis in Silber. „Wir freuen uns sehr, dass MIT LIEBE auch nach vielen Jahren noch so viel positive Resonanz erfährt. Wir entwickeln das Magazin stetig weiter, inhaltlich und optisch. Dass dies sowohl von Leser:innen als auch Award-Jurys honoriert wird, motiviert uns sehr“, sagt Rolf Lange, Geschäftsführer der EDEKA Media GmbH.

## **Das EDEKA Kindermagazin YUMMI**

Seit 2016 auf dem Markt und zum dritten Mal in der AWA vertreten ist YUMMI, das EDEKA-Kundenmagazin für die junge Familie mit Kindern. Im Vergleich zum Vorjahr konnte YUMMI seine Reichweite um beachtliche 23,5 % steigern, das sind rund 150.000 Leser:innen ab 14 Jahre mehr. Die Druckauflage hat sich auf rund 460.077 Exemplare (IVW 1/2021) erhöht. Wie MIT LIEBE erscheint auch YUMMI sechs Mal im Jahr und inspiriert seine junge Zielgruppe mit leckeren Rezepten, vielfältigen Ideen für mehr Bewegung und Tipps für einen nachhaltigeren Alltag. Sie ist wie MIT LIEBE kostenfrei für Kund:innen in allen teilnehmenden EDEKA-Märkten erhältlich. Rolf Lange bedankt sich: „Wir freuen uns über die herausragenden Ergebnisse der aktuellen AWA-Studie und bedanken uns bei unseren treuen Leserinnen und Lesern.“

## **Das Netto Kundenmagazin Gold**

„Gold – meine Zeit!“ ist nun zum zweiten Mal Teil der AWA. Nach einem fulminanten Start im letzten Jahr konnte das Magazin seine Reichweite nun weiter ausbauen – auf insgesamt 590.000 Leser:innen. In der Kategorie „Monatliche Frauenzeitschriften“ setzt es sich erneut als reichweitenstärkstes Kundenmagazin durch. Gold erscheint monatlich mit einer Auflage von 192.943 Exemplaren (IVW 1/2021) und ist in bundesweit über 4.260 Netto-Filialen zu einem Preis von 0,66 Euro erhältlich. Das Magazin wird von der EDEKA Media GmbH produziert und vertrieben. Seit 2013 begeistert Gold Leser:innen mit einem Mix aus trendigen Lifestyle-Themen und inspirierenden Food-Strecken. Leser:innen dürfen sich in jeder Ausgabe auf berührende Reportagen rund um Familie, Partner- und Freundschaft; die aktuellsten Mode-Trends; die schönsten Beauty-Looks und stylische Deko-Ideen für Haus und Garten freuen. Hinzu kommen leckere Rezepte, spannende Warenkunden und aktuelle Food-News. 20 exklusive Rabatt-Coupons bieten den Netto-Kund:innen einen

### **EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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)





zusätzlichen Mehrwert. Sie können im Aktionszeitraum in Netto-Filialen und im Netto Online-Shop eingelöst werden.

Die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (kurz AWA) ist eine der führenden Markt-Media-Studien in Deutschland und ermittelt auf breiter statistischer Basis Einstellungen, Konsumgewohnheiten und Mediennutzung der Bevölkerung in Deutschland.

## **EDEKA Media**

Die EDEKA Media GmbH mit Sitz in Hamburg ist für die verbundübergreifende Kommunikation von zentraler Bedeutung. Ihr Portfolio reicht von nützlichen Informationen für die EDEKA-Kaufleute über klassische Publikumsmedien und Kochbücher bis hin zu Podcasts. Ebenso vertreibt die EDEKA Media GmbH Dienstleistungen in den Bereichen Influencer Relations, Produkt-PR und Grafik. 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, das Babymagazin BABYLIEBE, die EDEKA-Kalender, das Kundenmagazin Gold von Netto Marken-Discount sowie das Kundenmagazin perle von 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 3.600 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, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2020 mit über 11.100 Märkten und 402.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 61,0 Mrd. Euro. Mit 19.250 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

### **EDEKA ZENTRALE Stiftung & 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)

