



So nachbarschaftlich ist Deutschland

EDEKA Nachbarschaftsbarometer 2021: Gute Nachbarschaften, trotzdem Millionen Deutsche einsam

- **Einsamkeit im Fokus: Jüngere fühlen sich häufiger einsam als Ältere**
- **Gute Nachbarschaft: Rund 61 % der Deutschen legen darauf Wert**
- **Neu: Mecklenburg-Vorpommern und Bremen am nachbarschaftlichsten**
- **Städtevergleich: Köln verdrängt Frankfurt am Main von Platz 1**

Hamburg, 23. August 2021: Da sein, zuhören oder aushelfen: Kleine Taten für die Mitmenschen stärken den nachbarschaftlichen Zusammenhalt. Mit dem repräsentativen „EDEKA Nachbarschaftsbarometer 2021: So nachbarschaftlich ist Deutschland“ beleuchtet EDEKA zum zweiten Mal die Bedeutung von Nachbarschaften in Deutschland. Neu ist im zweiten Jahr der Corona-Pandemie eine integrierte Sonderbefragung zum Thema Einsamkeit.

Die Kernergebnisse¹ im Überblick

Fühlen sich die Deutschen 2021 einsam?

- **Jüngere Menschen geben häufiger an, sich oft oder ständig einsam zu fühlen (19 %).** Betrachtet man alle Altersgruppen sind es 13 %.
- **Mehr als jede:r Zweite kennt eine einsame Person im eigenen Umfeld (54 %).** Vorrangig sind dies Freund:innen, Eltern und Großeltern.
- **Ein Drittel der Befragten fühlen sich aufgrund von Corona häufiger einsam –** vor allem die jüngeren Befragten (49 %) und Frauen (42%).

„Unsere rund 3.600 selbstständigen EDEKA-Kaufleute sind im ganzen Land präsent und engagieren sich auf vielfältige Art und Weise für ihre Nachbarschaften. Und das ist gerade dieser Tage wichtiger denn je! Dass sich fast 11 Mio. Deutsche häufig bis ständig einsam fühlen, ist eine alarmierende Zahl, die uns als Gesellschaft nicht unberührt lassen sollte“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

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
verbund.edeka.de





Was macht eine gute Nachbarschaft aus?

- **Ähnlich wie im Vorjahr empfinden 69 % der Befragten ihr Zusammenleben in der Nachbarschaft als gut oder sehr gut.** Gutes Zusammenleben ist damit ein stabiles Konstrukt.
- Für 61 % der Befragten hat **gute Nachbarschaft** eine sehr hohe bzw. hohe Bedeutung.
- Für die Befragten gehören „Hilfsbereitschaft“ (58 %), ein „freundlicher Umgang“ (25 %) und „kurze Gespräche“ (14 %) **zu einer guten Nachbarschaft**. Nicht mehr unter den Top 3 wie im Vorjahr ist „Rücksichtnahme“.
- Weiterhin **engagieren sich Ältere** (20 %) tendenziell etwas häufiger für ihre Nachbarschaft als Jüngere (16 %).

Wie nachbarschaftlich sind Bundesländer und Städte?²

- **Im Ranking der nachbarschaftlichsten Bundesländer** steht **Mecklenburg-Vorpommern** (107,9 Punkte) nach seiner schlechten Vorjahresplatzierung (Platz 14) nun auf Platz eins. Ebenfalls verbessert hat sich **Bremen** (107,8) von Platz 11 (2020) auf Platz 2. **Brandenburg** (106,6) – letztes Jahr noch Spitzenreiter – folgt gemeinsam mit Sachsen-Anhalt (106,6) knapp auf Platz 3. **Niedersachsen** stürzt vom 2. Platz (2020) auf den 13. Platz.
- **Im Städtevergleich** wird **Frankfurt am Main** (110,7 Punkte) durch Überraschungssieger **Köln** (115,7) von Platz eins verdrängt und rutscht auf den fünften Platz. Dazwischen reihen sich Stuttgart (113,8), Dresden (112,1) und München (111,5) ein.
- Auch 2021 sind Menschen auf dem **Land** (104,2 Punkte) tendenziell nachbarschaftlicher als in der **Stadt** (98,8; Städte über 100.000 Einwohner). Im Vorjahresvergleich nähert sich die Stadt dem Land in Sachen Nachbarschaftlichkeit jedoch an.

Genossenschaftlicher EDEKA-Verbund in den Gemeinden verwurzelt

Wie kaum ein anderer sind die rund 3.600 selbstständigen EDEKA-Kaufleute in ihren Gemeinden verwurzelt. Oft führen sie ihre Märkte in zweiter oder dritter Generation

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

verbund.edeka





und engagieren sich seit Jahrzehnten tatkräftig vor Ort, indem sie zum Beispiel lokale Kindertagesstätten, Sportvereine oder Feuerwehren unterstützen. Um fundierte Ergebnisse über die Nachbarschaftsverhältnisse der Deutschen zu erhalten, führt EDEKA seit 2020 das EDEKA Nachbarschaftsbarometer durch.

Weitere Detailinformationen zur Studie sowie alle Ergebnisse inkl. grafischer Darstellung gibt es unter: [nachbarschaftsbarometer.edeka](https://nachbarschaftsbarometer.edeka.de).

¹ Grundlage der dargestellten Informationen ist eine von der EDEKA-Zentrale in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Gelszus rmm Marketing Research GmbH durchgeführte Online-Befragung. Diese stellt eine Wiederholung der Studie aus dem Jahr 2020 dar. In diesem Jahr wurde der Themenbereich "Einsamkeit" näher beleuchtet. Die bevölkerungsrepräsentative Befragung umfasste 3.005 Teilnehmer:innen vom 12.04. bis 22.04.2021.

² Das Nachbarschaftsranking wird aus vier Dimensionen zusammengesetzt: Einstellung zu Nachbarschaft, Ist-Beurteilung von Nachbarschaft, eigener Beitrag zur Nachbarschaft und Rahmenbedingungen für Nachbarschaftsengagement.

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
www.edeka.de

