



Relaunch: Vertriebsmarke „EDEKA Foodservice Convenience“ mit neuem Markenauftritt

- Aus „EDEKA Foodservice Convenience“ wird „EDEKA Convenience“
- Wichtiger Schritt zur Stärkung des Convenience-Geschäfts
- Angebot, Qualität und Service bleiben unverändert



Hamburg, den 21. Januar 2021. Um für mehr Transparenz in ihrem Angebotsportfolio zu sorgen, hat die EDEKA C+C großmarkt GmbH ihre Vertriebsmarke „EDEKA Foodservice Convenience“ überarbeitet. Ab sofort vertreibt der Großhändler sein Convenience-Sortiment unter der neu geschaffenen Vertriebsmarke „EDEKA Convenience“ und dem neuen Claim „Rundum gut versorgt“. Mit der namentlichen Umbenennung und der Schaffung eines entsprechenden neuen Markenlogos will EDEKA C+C großmarkt, als Tochtergesellschaft der EDEKA-Zentrale, eine klarere Abgrenzung zur EDEKA-verbundweiten Vertriebschiene „EDEKA Foodservice“ für Großkunden schaffen.

Die Vertriebsmarke „EDEKA Convenience“ ist auf die ganzheitliche Versorgung von Convenience-Shops in Deutschland spezialisiert. Bis auf den neuen Markenauftritt bleibt für die Kunden alles auf dem bewährten hohen Niveau: „EDEKA Convenience“ steht auch weiterhin für Qualität, Kompetenz und umfassenden Service. Der neue Markenauftritt ist ein konsequenter Schritt, um im Convenience-Geschäft stärker zu expandieren und sich moderner und wettbewerbsstark zu präsentieren. Mehr Informationen rund um das Services und die Angebotsvielfalt von „EDEKA Convenience“ finden sich im neuen Online-Auftritt: www.edeka-convenience.de



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.