

PRESSE-INFORMATION

Projektstart für Budni-Beautybox in Kirchzarten

- **Eröffnung des Drogeriemarkts für September dieses Jahres geplant**
- **Rund 8.000 Artikel des Drogeriesortiments inklusive Fotoservice**
- **EDEKA Beckesepp bleibt Betreiber des Standorts**

Kirchzarten/11.04.2025 – An seinem Standort in der Kirchzartener Hauptstraße 8 plant EDEKA-Kaufmann Johannes Ruf einen Drogeriemarkt mit Budni-Beautybox zu realisieren. Dabei handelt es sich um ein Konzept des Hamburger Drogeriemarkt-Unternehmens Budni, mit dem EDEKA kooperiert. Der Umbau soll Mitte August beginnen. Die Eröffnung des Drogeriemarkts ist für September dieses Jahres geplant. Das Angebot des Beckesepp-Lebensmittelmarkts in der Schwarzwaldstraße bleibt bestehen.

„Mit dem neuen Markt ergänzen wir unser Angebot der qualifizierten Nahversorgung mit Lebensmitteln und weiteren Artikeln des täglichen Bedarfs in der Innenstadt und entsprechen dem von unseren Kundinnen und Kunden vielfach geäußerten Wunsch nach einem modernen Drogeriemarkt in Kirchzarten“, erläutert Johannes Ruf und ergänzt: „Mit der Budni-Beautybox bieten wir das volle Drogeriesortiment zu wettbewerbsfähigen Preisen inklusive Foto- sowie Expressfoto-Service“. Bürgermeister Darius Reutter begrüßt die Investition des EDEKA-Verbunds: „Damit ist künftig eine hochwertige Versorgung mit Drogerieartikeln in Kirchzarten gesichert.“

8.000 Artikel umfassendes Drogeriesortiment inklusive Fotoservice

Auf den rund 600 Quadratmetern Verkaufsfläche bietet EDEKA Beckesepp ab Herbst dieses Jahres ein etwa 8.000 Artikel umfassendes Sortiment. Hierzu zählen

unter anderem Naturkosmetik sowie dekorative Kosmetik- und Körperpflegeprodukte, außerdem Parfums, Reinigungsmittel, Haushaltswaren, Deko-Artikel und Tiernahrung. Ergänzt wird das Drogeriesortiment um eine Auswahl an haltbaren Lebensmitteln – auch aus der Region und vielfach in Bio-Qualität. Punkten will Budni vor allem in den Bereichen Nachhaltigkeit und Naturkosmetik, darüber hinaus bietet die „Beautybox“ dekorative Kosmetik, Düfte, Gesichts-, Haar- und Zahnpflegeprodukte. Neben vielen bekannten Markenprodukten finden sich dort auch die beliebten Eigenmarken wie „Joolea“, „Joolea Men“, „Blackbird“ und „Diadent“ sowie die Naturkosmetik-Linie „Blütezeit“.

Mehr als 100 Jahre Drogeriemarkttradition mit Kultstatus

Der Kurzname Budni leitet sich vom Familiennamen des Gründers Iwan Budnikowsky ab. In Norddeutschland haben die Märkte längst Kultstatus erreicht. Das Unternehmen besteht seit dem Jahr 1912 und ist vor allem im Großraum Hamburg Marktführer unter den Drogeriemarkt-Unternehmen. Im Rahmen der bereits 2017 vereinbarten Kooperation zwischen EDEKA und Budni wird das Drogeriesegment gemeinsam bearbeitet. „Heute so leben, dass morgen auch noch andere Generationen leben können, überall auf der Welt.“ Budni hat sich auf die Fahnen geschrieben, in allen Bereichen verantwortlich zu handeln. Auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit wird Budni von einem starken Partner begleitet: der unabhängigen Naturschutzorganisation WWF (World Wide Fund for Nature). So setzt sich Budni ambitionierte Ziele beispielsweise bei der Verringerung seines ökologischen Fußabdrucks, fördert nachhaltigen Konsum und setzt gleichzeitig ein starkes Zeichen im deutschen Drogeriemarkt.

Zusatzinformation – EDEKA Südwest

EDEKA Südwest mit Sitz in Offenburg ist eine von sieben EDEKA-Regionalgesellschaften in Deutschland und erzielte im Jahr 2023 einen Verbund-Außenumsatz von 10,4 Milliarden Euro. Mit rund 1.100

Märkten, größtenteils betrieben von selbstständigen Kaufleuten, ist EDEKA Südwest im Südwesten flächendeckend präsent. Das Vertriebsgebiet erstreckt sich über Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und das Saarland sowie den Süden Hessens und Teile Bayerns. Zum Unternehmensverbund gehören auch der Fleisch- und Wurstwarenhersteller EDEKA Südwest Fleisch, die Bäckereigruppe Backkultur, der Spezialist für Schwarzwälder Schinken und geräucherte Produkte Schwarzwaldhof, der Mineralbrunnen Schwarzwald-Sprudel, der Ortenauer Weinkeller und der Fischwarenspezialist Frischkost. Einer der Schwerpunkte des Sortiments der Märkte liegt auf Produkten aus der Region. Im Rahmen der Regionalmarke „Unsere Heimat – echt & gut“ arbeitet EDEKA Südwest beispielsweise mit mehr als 1.500 Erzeugern und Lieferanten aus Bundesländern des Vertriebsgebiets zusammen. Der Unternehmensverbund, inklusive des selbstständigen Einzelhandels, ist mit rund 47.000 Mitarbeitenden sowie etwa 3.000 Auszubildenden in rund 40 Berufsbildern einer der größten Arbeitgeber und Ausbilder in der Region.