



PRESSE-INFORMATION

Budni expandiert mit neuem Shop-in-Shop Konzept „Beautybox“

Erster Shop im E center Villingen-Schwenningen eröffnet

- Für ein erstklassiges One-Stop-Shopping-Erlebnis
- Kundinnen und Kunden profitieren von großer Drogerie-Auswahl und Budni-Eigenmarken
- Erste Pilotmärkte starten jetzt in der EDEKA-Region Südwest

Offenburg/06.06.2023 - Die „Budni Beautybox“ ist mehr als nur eine Drogerie-Ecke im Supermarkt. Mit dem neuen Shop-in-Shop Konzept geht das Hamburger Drogeriemarkt-Unternehmen jetzt auf Expansionskurs in den EDEKA- und Marktkauf-Märkten der Region Südwest. Die erste „Budni Beautybox“ wurde jetzt im E center Villingen-Schwenningen eröffnet. Weitere sechs Eröffnungen sollen im laufenden Jahr noch folgen, mittelfristig sind zahlreiche weitere Standorte in der Region möglich. Kundinnen und Kunden können sich über eine noch größere Auswahl an Körperpflege- und Kosmetikartikeln und die beliebten Eigenmarken von Budni freuen.

Das neue Konzept in Modulbauweise passt sich den jeweiligen Bedingungen der EDEKA-Märkte perfekt an und bietet auf Flächen von bis zu 250 Quadratmetern ein bis zu 8.500 Artikel umfassendes Drogeriesortiment mit dem Fokus auf Körperpflegeprodukte. Punkten will Budni vor allem in den Bereichen Nachhaltigkeit und Naturkosmetik, darüber hinaus bieten die „Beautyboxen“ 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“. Besonders großen Wert legt Budni auf nachhaltigere Produkte zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

„Das neue Budni-Konzept passt hervorragend in unsere Super- und Verbrauchermärkte“, sagt Jürgen Mäder, Vorstand EDEKA Südwest. „Mit der ‚Beautybox‘ bieten wir unseren Kundinnen und Kunden ein neues Einkaufserlebnis in bewährter Umgebung. Den Extra-Gang in die Drogerie können sie sich künftig sparen. Die ‚Beautybox‘ bietet das volle Drogeriesortiment zu wettbewerbsfähigen Preisen.“

„Unser Ziel ist es, mit Budni die Drogerie-Fachkompetenz der selbstständigen EDEKA-Kaufleute zu stärken“, sagt Claas Meineke, Geschäftsführer der Hamburger Budni Handels- und Servicegesellschaft. „Die ‚Budni Beautybox‘ ergänzt die Expansion des Filialnetzes in den Metropolregionen Hamburg und Berlin. Nach einer erfolgreichen Pilotphase in der gesamten Region Südwest kann das Konzept perspektivisch auch überregional ausgeweitet werden.“

111 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 feiert demnach in diesem Jahr 111. Jubiläum. Mit mehr als 190 Filialen und rund 1.950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist Budni vor allem im Großraum Hamburg Marktführer unter den Drogeriemarktunternehmen. 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 2022 einen Verbund-Außenumsatz von 10,3 Milliarden Euro. Mit rund 1.130 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 selbständigen 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.