

PRESSE-INFORMATION

„Budni Beautybox“ im Marktkauf Kaiserslautern eröffnet

Drogeriemarkt-Unternehmen expandiert mit neuem Shop-in-Shop Konzept

- Für ein erstklassiges One-Stop-Shopping-Erlebnis
- Kundinnen und Kunden profitieren von großer Drogerie-Auswahl und Eigenmarken
- Fokus auf Fachmarktartikel und Naturkosmetik

Kaiserslautern/18.10.2024 – Die „Budni Beautybox“ ist mehr als nur eine Drogerie-Ecke im Supermarkt. Das neue Shop-in-Shop Konzept des Hamburger Drogeriemarkt-Unternehmens Budni gibt es bereits in mehreren EDEKA-Märkten und Marktkauf-Häusern im Südwesten und ab Montag, 21.10.2024, auch im Marktkauf Kaiserslautern. Kundinnen und Kunden können sich über eine noch größere Auswahl an Körperpflege- und Kosmetikartikeln und die beliebten Eigenmarken von Budni freuen.

„Das neue Budni-Konzept passt hervorragend in unseren Markt“, sagt Marktleiterin Beate Heselich und ergänzt: „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.“ Im Marktkauf Kaiserslautern werden nunmehr auf rund 102 Quadratmetern bis zu 5.500 Artikel des Drogeriesortiments mit

dem Fokus auf Körperpflegeprodukte angeboten. 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 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.