



# TITELPROFIL



## Die EDEKA handelsrundschau

Ihr direkter Weg zu den  
EDEKA-Kaufleuten



# Pflichtlektüre der EDEKA-Kaufleute



## Konzept

Die EDEKA handelsrundschau erscheint bereits seit 1908 als Fachmagazin für den Lebensmittel-Einzelhandel. 14-täglich informiert das Fachmagazin als zentrales Informationsmedium alle EDEKA-Kaufleute vor Ort, die regionalen Großhandelsbetriebe, die EDEKA-Zentrale und die Lebensmittelindustrie über neue Produkte, innovative Vertriebskonzepte sowie wesentliche Themen des EDEKA-Verbunds.

## Leser:innenschaft

Alle EDEKA-Kaufleute vor Ort, die regionalen Großhandelsbetriebe, die EDEKA-Zentrale und die Lebensmittelindustrie

## Erscheinungsweise

24 x pro Jahr

## Heftformat

208 x 280 mm

## Druckauflage

10.047 Exemplare (IVW 2/24)

## Preis 2025

1/1 Seite 4c: 10.950,- EUR

## Vertrieb

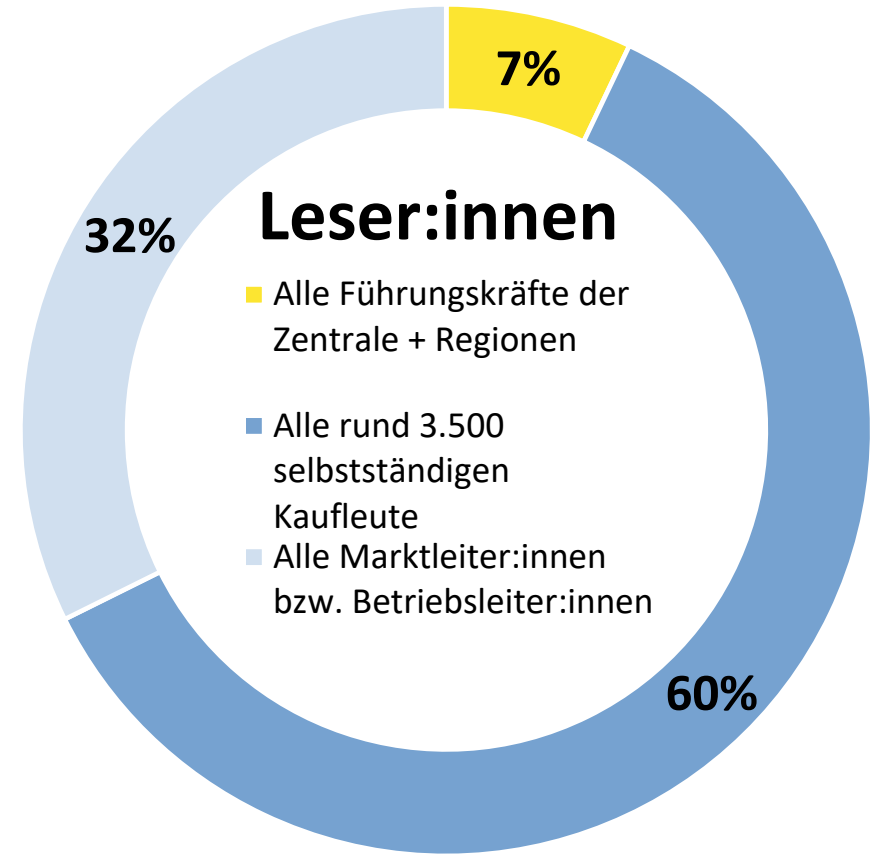
Im kostenpflichtigen Abonnement erhältlich (24 Ausgaben = 99,38 EUR)  
Kontakt: [nicole.haegele@edeka.de](mailto:nicole.haegele@edeka.de)



# Alle Entscheider:innen der EDEKA erreichen!



„Ich entscheide selbst, welche Produkte in meinen Regalen stehen – die handelsrundschau gibt mir hier wichtige Anregungen.“



14-täglich: 100% der Sortimentsentscheider:innen erreichen



## > Unsere Top-Argumente

### 1. Wichtigstes Informationsmedium der EDEKA

Verglichen mit anderen Fachmedien des LEHs hat die EDEKA handelsrundschau die mit Abstand höchste Relevanz für den Berufsalltag! Andere Fachmedien werden deutlich weniger genutzt.\*

### 2. Anzeigen beeinflussen die Sortimentsgestaltung

Da die EDEKA-Kaufleute selbstständig über ihr Sortiment entscheiden, nutzen sie die EDEKA handelsrundschau als wichtige Arbeitsunterlage. Die beworbenen Produkte werden nachweislich vermehrt bestellt.

### 3. Ca. 80 % des deutschen SEHs erreichen

Mit der EDEKA handelsrundschau erreichen Sie alle 3.500 selbstständigen EDEKA-Kaufleute und deren Mitarbeiter:innen. Mit durchschnittlich 16,2 Leser:innen pro Ausgabe ergibt sich eine Reichweite von 169.889 Leser:innen.\*



\* Leser:innenstrukturanalyse, different 2019.



# Titelthema – Immer am Puls des Geschehens vor Ort

Große Fach-Redaktion

- Umsatz-Relevante Themen für die EDEKA-Kaufleute
- Opulent inszenierte Aufbereitung als hochwertiges Umfeld für Ihre Anzeige
- Themenplan 2025 siehe Charts 10 -11

**MORGENS WIE EIN KAISER ...**

**Aufwachen, das Frühstück ruft!**  
Kaufleute müssen neue Frühstücksgewohnheiten kennen S. 22

**Früh sein? Lohnt sich!**  
EDEKA-Kaufleute setzen Frühstücksangebot in Szene S. 24

**Was kommt in die Schüsseln?**  
Müsl, Haferflocken & Co. im Überblick S. 28

**Ohne geht's nicht!**  
Akkente setzen mit Bake off und SB S. 30

S. 32

**AUFWACHEN, DAS FRÜHSTÜCK RUFT!**

Mit einem Marmeladen- und Müllergel ist's getan? Sie leicht bringt man das Frühstücksmoment leider nicht zum Laufen. Schließlich müssen gezielt auf ihre Kaufleute eingehen – und die haben heute andere Ansprüche an ihr Frühstück als noch vor 10 bis 20 Jahren.

Die Herren von Frühstück weißt heute wieder die Bedeutung des morgendlichen Bismarck. In der ersten Stunde des Tages, die für viele Menschen mit dem Frühstück von Frühstück verknüpft ist, sind sie besonders wichtig. Denn die Frühstücksgewohnheiten sind heute anders als noch vor 10 bis 20 Jahren. Die Herren von Frühstück weißt heute wieder die Bedeutung des morgendlichen Bismarck. In der ersten Stunde des Tages, die für viele Menschen mit dem Frühstück von Frühstück verknüpft ist, sind sie besonders wichtig. Denn die Frühstücksgewohnheiten sind heute anders als noch vor 10 bis 20 Jahren.

**34%** Frühstücksbrot

**18%** Müllergel

**10%** Müllergel

**66%** Müllergel

**+12,6%** Müllergel

**+8,5%** Müllergel

**BROTZEIT RELOADED**

Darauf kommt's jetzt an: Mit Produkten wie Hummus, veganer Frischcreme und Linsensauce beweisen Kaufleute Trendbewusstsein.

**HERZHAFTES MUST-HAVE**

Herzhaftes Brot ist ein Klassiker, der seit Jahrzehnten auf dem Frühstückstisch steht. Doch in den letzten Jahren hat sich das Sortiment erweitert. Heute sind auch Produkte wie Vollkornbrot, Bio-Brot und Brot mit besonderen Zutaten wie Honig, Nüsse oder Obst im Regal zu finden.

**FRISCHER UMSATZBOOSTER**

Im Segment Frischbrot sind auch neue Produkte wie Flax oder Bienenbrot im Regal zu finden. Diese Produkte sind nicht nur gesund, sondern auch sehr beliebt bei den Kunden.

**HERZHAFTES MUST-HAVE**

Herzhaftes Brot ist ein Klassiker, der seit Jahrzehnten auf dem Frühstückstisch steht. Doch in den letzten Jahren hat sich das Sortiment erweitert. Heute sind auch Produkte wie Vollkornbrot, Bio-Brot und Brot mit besonderen Zutaten wie Honig, Nüsse oder Obst im Regal zu finden.






# Im Fokus: Trends im Schwerpunkt & aktuelle Marktberichte

Top-Fotografen vor Ort

- Unerlässliche Informationen für die EDEKA-Kaufleute
- Vorstellung aller Warengruppen eines Vollsortimenters - von der richtigen Präsentation bis hin zum Category Management

Fasttage für den Handel



## ALLES ANDERE ALS LAX

Aquakultur kommt nicht selten ins Gerede. Viele suchen nachhaltigere Ware. Darum hat EDEKA mit einem norwegischen Partner eine Bio-Lachszucht aufgebaut: im Tafjord. Hier sind die Ansprüche alles andere als lax – fürs EDEKA Bio Lachsfilet. Tiefgekühlt, auch zum Fest.

**D**er Gefangenerfjord: eines der beliebtesten Naturspektakel Norwegens und vielbefahrte Kulisse für Kreuzfahrer. Der Tafjord: ein abgeschiedener Seebecken, nur wenige Bootsmotoren wehen. Die Bergwände ringum sorgen für stabile Temperaturen: die Wasserfälle und Gebirgspässe spülen reichlich frisches Wasser in den 800 Meter tiefen Meeressaum. Geradezu ideale Bedingungen für die Zucht von Bio-Lachs.

Vor 5 Jahren wagte EDEKA im Tafjord den Sprung ins kalte Wasser. Oder besser gesagt: der norwegische Partner Hofseth. Denn der Fischspezialist baute hier auf Wunsch des EDEKA-Verbands eine Bio-Lachsfarm auf. Und investierte in die Zucht für ein Produkt, das bisher nur wenige auf dem Markt bringen können.

**EDEKA BIO LACHSFILET**  
200g  
2 Filetportionen, ohne Haut, praktisch gratifert  
- einzeln vakuumverpackt  
- langfrisch verarbeitet  
GTIN 4311501644207

handeltrendsches 19 | 2023

Fasttage für den Handel





## BIOLACHSZUCHT IM FJORD

Die Bio-Lachszucht ist kein einfaches Geschäft, von der konventionellen Aquakultur unterscheidet sie sich deutlich. Zwar dauert der Kreislauf vom Aufzucht der Fische bis zur -Ernte- ebenso gut 2 Jahre. Doch Bio ist aufwendiger: Für weniger aus Netzen gefaschte Bio-Lachse setzt der Züchter mehr Handarbeit und Material ein - und trägt ein höheres Risiko. So kann er etwa Krankheiten nicht konventionell bekämpfen.

Die Junglachs zücht EDEKA-Partner Hofseth in Süßwasseranlagen an Land auf. Nach 4 Monaten wechseln sie ins Salzwasser: die Netzgebege des Tafjords. Hier bekommen sie mehr Platz zum Schwimmen, weil die Besatzdichte geringer ist als in konventionellen Anlagen. Die Fische bekommen nur Futter aus Bio-Rohstoffen. Und sie dürfen nicht mit Antibiotika oder Hormonen behandelt werden. Gegen Schädlinge wie Lachslause helfen Spülungen - oder Müllzüge wie Panzerfische. Und Netzbege werden nicht chemisch, sondern mechanisch, teils per Hand, gereinigt.

Wegen die Lachse nach 2 Jahren etwa 4,5 kilo, sind sie raff zur -Ernte-. Das heißt: Sie werden abgefischt, betäubt, geschlachtet und an Land dann filletiert und tiefgefroren. → EDEKA Bio Lachsfilet aus Norwegen. ■ hjm

**FANGFRISCH**  
An der norwegischen Küste, im Tafjord, werden die Lachse von EDEKA-Partner Hofseth züchtet und tiefgefroren.

handeltrendsches 19 | 2023

Edle Kakao-Genüsse


## IT'S SNACK TIME!

Eggs & Dattbackwaren, Nuss-Mischungen oder Schokolade - mehrere Naschereien stehen bei den Verbraucherinnen hoch im Kurs. Um diesen Bedarf an süßen und pikanten Snacks optimal abdecken, haben die EDEKA-Eigenmarken eine optimale Auswahl für jeden Geschmack.

<b>GETRÄGNETE MILCH-ROSENCHEN</b> 200g mit 24% Milchzucker-Füllung ideal auch für vegetarier 5 Stück, jeweils 40g NETTOGEWICHT auch in der Sorte Nuss-Rosench. GTIN 4311501429991	<b>GETRÄGNETE MIKRO-ROSENCHEN</b> 100g eine Backwaren nach amerikanischer Art mit kakaofarbener Füllung Fertigpackung 4 Stück im Mini-Format weitere Sorten verfügbar GTIN 4311501739255	<b>GETRÄGNETE MACARONS</b> 175g vegetarische Milchzuckerfreie handgeformt geröstet & gebacken ohne Ei gebacken GTIN 4311501649428	<b>GETRÄGNETE BRENNER NUSCH MIK</b> 200g mit 24% Nussmischung mit Erdnüssen im Tropfenrost und knackig gerösteten Mandarinen BIO-Garung-Mischung GTIN 4311501627495
<b>EDEKA BALDORNELN</b> 125g karamellisiert Mandeln, geröstet nach 40 Minuten und 100°C GTIN 431150132444	<b>EDEKA NUSSENN-MIX</b> 125g mit gerösteten Nüssen und Erdnüssen GTIN 4311501510889	<b>EDEKA ASIA NUTS</b> 100g Erdnüsse in Tropfenrost wie richtig schief nach vegetar. vegetarisches Rezept GTIN 4311501454885	<b>EDEKA BIO PISTAZIEN</b> 100g geröstet & gebacken Snack im Bio-Quadrat aus kontrolliert hergestelltem Leinöl GTIN 4311501342533

handeltrendsches 19 | 2023

Im Blick



## ROTE RENNER

Tröte inflation: Mit Beeren brummt's. Das gilt nicht nur für Heidelbeeren: in ihrem Minusgeschäft erwachen sich auch Himbeeren immer mehr zum Wachstumsmarkt.

Im Frühjahr wird Beerenbedarf immer stärker. Das heißt: Die Beeren- und Beerenbeeren werden in dieser Zeit immer mehr nachgefragt - was eine Preissteigerung bewirkt.

Wachstumsmarkt sind laut Dispositio geschmackliche neue Sorten. Mit denen sich EDEKA-Kaufleute im Wettbewerb abheben und neue Käuferkreise gewinnen können. Und die auch höher sind, wenn man bedenkt, dass trotz der guten Umsatzzahlen bereits erst 15 Prozent der Haushalte im Beerenbereich greifen. ■ hjm

**KLEIN, ABER GUT**  
Dunkelblau glänzen sie im Stand, verglichen mit anderen Sorten. Dieses macht die Konsumkraft für mehr geringere Mengen. Doch die besten heute sind eine kleinere Vielfalt als Beeren in die Masse.

**70%**  
über verschafften  
Wachstumsmarkt  
Heidelbeeren

**2%**  
der Obstmenge schenken für  
Heidelbeeren überdurchschnittlich.

**7%**  
nachdem die Früchte aber  
bevorzugen sich vom Markt.

**21%**  
der Obstmenge  
nachgefragt werden  
Himbeeren aus

**1%**  
der Obstmenge schenken für  
Beerenbeeren erst mal wenig.

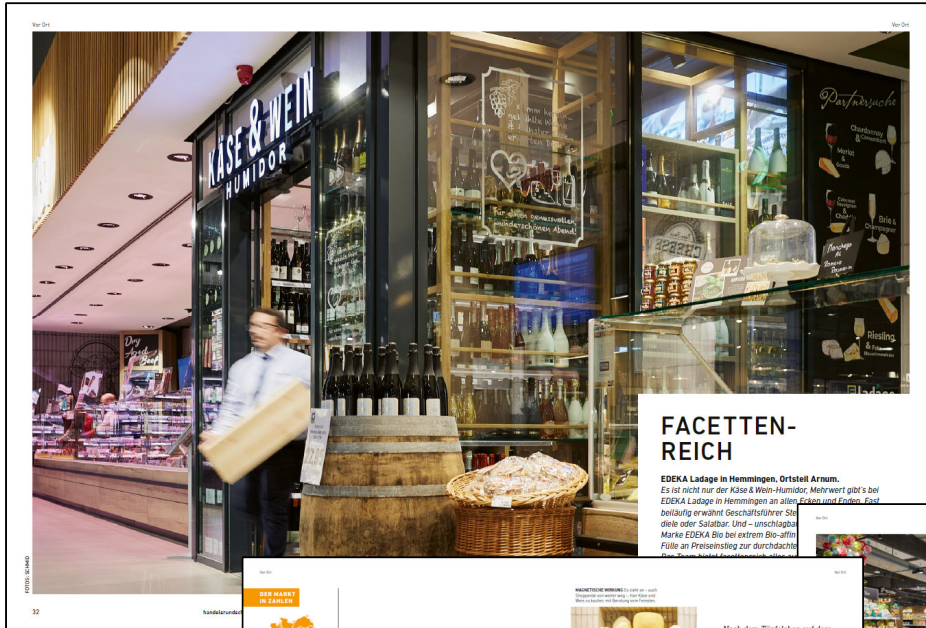
**3%**  
apporte die Früchte aber  
schon ein Umsatzgewicht von  
Tausendmalen höher. 2022  
lauten im Reportmarkt Deutschland 2022  
Seite 48

**KAUM PLASTIK GUT!**  
Plastikverpackungen sind bei Beeren heute noch der Standard. Doch Dispositio entwickelt eine Papierpackung, die aus recycelbarem Karton besteht und Plastik um 80% reduziert. Die nachhaltige Schale kommt ab Oktober in die Märkte.

handeltrendsches 19 | 2023



# Vor Ort – Von den Besten Lernen: Unsere Portraits der EDEKA-Kaufleute



## FACETTENREICH

EDEKA Ladage in Hemmingen, Ortsteil Arnam. Es ist nicht nur der Käse & Wein-Humidor, Mehrwert gibt's bei EDEKA Ladage in Hemmingen an allen Tagen und Feste. Fast den Tag über ist die Ladage mit Käse und Wein bestückt. Die Mitarbeiterinnen sind dabei sehr kompetent und freundlich. Die Ladage ist ein beliebter Treffpunkt für die Kunden. Die Mitarbeiterinnen sind sehr kompetent und freundlich. Die Ladage ist ein beliebter Treffpunkt für die Kunden.

- Kaufleute lernen voneinander
- Nah am Geschehen – Nah an Einzelhändler:innen
- Service-Journalismus nach der Devise: „News to use“

**1900 km**  
VERKAUFLÄCHE

**135 km**  
FLÄCHE FÜR DIE STRASSE

**80**  
GEMISCHTE

**55**  
WASSERSTENDE

**5**  
GASOLINZÄHNER

**5**  
BEWEHRUNGS

**8**  
KASSEN

**28.000**  
ARTIKEL

**Nach dem Tippelchen auf dem »i« muss man bei EDEKA Ladage nicht erst suchen: Der Mehrwert ist überall im Markt präsent.**

**50**  
Kunden

**»Den Mix aus Eigenmarke und regional, den macht uns so leicht keiner nach. Wir als EDEKA können alles – aber richtig.«**

**50**  
Kunden

**»Wer sich engagiert, hat tolle Chancen.«**

**»Wir beziehen viele Produkte direkt von Landwirten und Erzeugern aus unserer Nachbarschaft.«**

**INTERVIEW**

**»WER SICH ENGIAGIERT, HAT TOLLE CHÄNCEN.«**

Sich regional einzusetzen, im Ort bekannt machen, auf Eltern, Hospitanten gleichermaßen: Die EDEKA-Ladage in Hemmingen ist eine Ladage und darüber hinaus ein Ort. Die Mitarbeiterinnen sind sehr kompetent und freundlich. Die Ladage ist ein beliebter Treffpunkt für die Kunden.



# Produktintegration im redaktionellen Umfeld

Einbindung Ihrer Marke/ Botschaft ins Fokusthema

Markt

## HEADLINE EINLEITEND XXX XXXXX

Vitis rere pa sitaquiamus ium core elliqui ssunt, senditium fugit esecese cu iunt illi reped quis ipsa idignim vulguptur sa dotende lendaisti odi in remquos dotuptaqua vellore, quae num.

**HEISSGETRÄNKE**  
Optatlat. Pudi omnis aliquid usamuse et et quis rector? Quaspietur sim voluptust imi, torions edissit porieus everis eseqe ea que sandiatium vellatetius et aspedi sitatem facias cum sitate et.Etistelum intemus pubisiqui temusquam no.

**BROT & BACKWAREN**  
Optatlat. Pudi omnis aliquid usamuse ex et quis rector? Quaspietur sim voluptust imi, torions edissit porieus everis eseqe ea que sandiatium vellatetius et aspedi sitatem facias cum sitate et.Etistelum intemus pubisiqui temusquam no.

**TIERNÄHRUNG**  
Optatlat. Pudi omnis aliquid usamuse ex et quis rector? Quaspietur sim voluptust imi, torions edissit porieus everis eseqe ea que sandiatium vellatetius et aspedi sitatem facias cum sitate et.Etistelum intemus pubisiqui temusquam no.

**TIERNÄHRUNG**  
Optatlat. Pudi omnis aliquid usamuse ex et quis rector? Quaspietur sim voluptust imi, torions edissit porieus everis eseqe ea que sandiatium vellatetius et aspedi sitatem facias cum sitate et.Etistelum intemus pubisiqui temusquam no.

Mopros weiß

**NEUHEITEN**

**PREISWÜRDIG UND TRENDIG**  
Der GUT&GÜNSTIG High Protein Grießpudding in den Sorten Natur und Zimt überzeugt mit einem hohen Proteingehalt zu einem unschlagbaren Preis.

**BESONDERS UND CREMIG**  
Die drei neuen Dr. Oetker Löffelglocke Creme Desserts sind von Kuchenkassern inspiriert und bieten eine Kombi aus lockerer, launicher Creme sowie leckeren Frucht- und Kuchenstückchen.

**PLANZLICH UND LECKER**  
Unter Love It bietet Dr. Oetker leckeren Dessert-Genuss auf pflanzlicher Basis. Zu der Range zählen Schokoladennusse, Pudding in Bourbon-Vanille und Schoko sowie Grießpudding.

Kassenzonen & Tabakwaren

## WIE DIE KLEINEN GROSS RAUSKOMM

Gekühlte Desserts sind das Sahnehäubchen des Mopros-Sortiments. Die Warengruppe spannend, denn beachtet man Trends, gibt's reichlich Umsatzpotenzial zum Auslötfen.

**D**as Sortiment der gekühlten Desserts hält weitaus mehr als traditionellen Sahne- und Grießpudding bereit. Trends beeinflussen die Nachfrage der Verbraucher:innen, entsprechend schrauben die Hersteller an den Rezepturen, launichen innovative Produkte.

**MEHR PROTEIN, MEHR UMSATZ**  
Bewusstes Desertergenuss? Das ermöglichen Produkte des High-Protein-Segments. Zucker- und Fettgehalt sind reduziert, dafür glänzen die Süßigkeiten mit ihrem hohen Eiweißgehalt. Mit Artikeln wie Grießpudding oder Schokopudding »High Protein« gewinnt man Neukund:innen für die Warengruppe der süßen Desserts – die »Bewusstessenden«.

**PLANZLICHE VIELFALT**  
Iss Kühlregal der Desserts immer mehr pflanzenbasiert sein. Das schätzen Verbraucher:innen wie vegane Pflanzmilch. Die Käuferschaft ist somit bei anderen Alternativen angekommen. Das zeigt sich schon jetzt etwas größer.

Schokolade und Vanille sind Schnellseller, aber Sortenreichtum hilft. Vollkornbrot und Vanille sind Schnellseller, aber Sortenreichtum hilft. Vollkornbrot und Vanille sind Schnellseller, aber Sortenreichtum hilft.

0,33 € kostete eine Zigarette 2022 im Schnitt. 2019 waren es etwa 30,15 Cent. Quelle: Statista

## PREISWERT PUNKTEN

Kund:innen suchen angesichts stetig steigender Preise von Zigarette und Co. vermehrt Produkte mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.

Kund:innen schauen im Supermarkt nicht nur auf den Preis, sondern vergleichen den Preis pro Kilogramm der Kassenzonen rechen Verbraucher:innen den Preis pro Kilogramm. Daher stehen Großpackungen weiterhin hoch im Fokus der Konsument:innen. Denn hier können sie am meisten »sparen«. Käufer:innen sollten ihren Kund:innen den Preis pro Kilogramm vergleichen und sich für das Produkt entscheiden, das den besten Preis pro Kilogramm bietet.

**GROSSGEBINDE**  
Hersteller bedecken den Kundenwunsch bereits mit zunehmenden Produktgrößen und Mengen, etwa bei Vollkornbrot. So können Verbraucher:innen im Vergleich zu rechen schrittweise etwa ein Drittel des Preises pro Zigarette sparen. Zudem sollten Käufer:innen darauf achten, einen niedrigeren Mix aus Industrie- sowie Handelsmarken zu finden, um auch hier möglichst alle Vorlieben abzudecken.

**GROSS, GRÖßER, 4XL**  
36 Zigaretten zum KVP von 99 € - ein Stückpreis von etwa 27,6 Cent - die Tawa Silber 4XL-Box ist damit für preisbewusste Käufer:innen von Filterzigaretten besonders attraktiv.

**MASSIE TRIFFT KLASSE**  
Winston ist eine der größten Zigarettenmarken und die am stärksten im deutschen Markt. Die Winston Silver 4XL-Box bieten die 36 Zigaretten und eine 4XL-Box Preis-Leistungs-Verhältnis preisbewusste Käufer:innen.

46 Mio. Flaschen Prosecco importierte Deutschland 2022.

## PRICKELNDES POTENZIAL

Champagner, Sekt oder Prosecco – Hauptsache, es prickelt. Rund 3,21 Schaum- und Perlwein trinken die Deutschen pro Kopf pro Jahr.

Dass in Deutschland an Feiertagen und bei Events die Korken knallen, kommt nicht von ungefähr. Rund 74 % der Verbraucher:innen im konsumfähigen Alter trinken regelmäßig Sekt & Co. – das ergab eine repräsentative Umfrage der Hochschule Geisenheim mit dem Verband Deutscher Sektkellereien. Besonders Perlwein von deutschen Winter:innen sorgen laut Nielsen IQ 2022 für ein saftiges Umsatzplus.

**ITALIENSCHER LIEBLING**  
Nicht minder auf Erfolgskurs steht Prosecco, wie das italienische Konsortium Prosecco DOC verkündet: Im sprunghaft 2,8% stieg hier der Absatz 2022. Deutschland ist damit der drittgrößte Prosecco-Importeur weltweit.

2022 wurden insgesamt 638,5 Mio. Flaschen Prosecco im Wert von mehr als 3 Mrd. Euro verkauft.

→ EXKLUSIV BEI EDEKA  
Feinsten Secco-Genuss bringt der Asolo Prosecco Superiore aus der exklusiven Weisere »Via Al Castello«. Extraktrocken, mit Noten von Pfirsich und reifem Apfel, passt der weiße Schaumwein aus Italien perfekt zu sommerlichen Gerichten.

- Die Integration erfolgt bei Schaltung einer kostenpflichtigen Anzeige
- Kosten Produktintegration: 2.500 €\* zzgl. Anzeigenpreis

\* Nicht AE- und nicht rabattfähig



## Wichtige Sortiments-Inspiration

Im Blick

**MARKEN & PROMOTION**



Zum Mixen von Sundownern eignen sich besonders Aperitive, wie Oriental Déjà-Vu, andere Spirituosen und Schaumweine.



**SOMMER IM GLAS**

Laue Abende, Drink in der Hand zum Feierabend mit Freunden, dazu Knabberereien und nette Gespräche: Sommerzeit ist Aperitivo-Zeit.

**5 ZUTATEN**  
für den perfekten Sommerdrink Déjà-Vu Tonic:

- 50 ml Oriental Déjà-Vu
- 100 ml Tonic Water
- Einwürfel
- 1 Grapefruitzitrone
- 1 Rosmarinzweig

Nicht nur in der Gastronomie erfreuen sich spritzige Aperitive enormer Beliebtheit: Alleine 2022 erzielte die Kategorie laut Nielsen eine Umsatzsteigerung von 12 % (LEH und Drogerie). Neben mediterran geprägten Aperitiven, können Kaufleute ihr Sortiment nun stilvoll mit dem neuen Oriental Déjà-Vu von Schwarze und Schlichte bereichern. Längst bekannt unter Aperitiv-Liebhabern, erobert die Sundowner-Spirituose jetzt auch den LEH. Mit Zitrusnoten, leichter Ingwerschärfe und orientalischen Gewürzen bringt sie so Abwechslung ins Aperitiv-Regal.

**Kräftig sparen!**

Einfach wie das 1x1 in der Schule. Seit April können Kundinnen mithilfe attraktiver Staffelpromos bei der Vitakrafts-Coupon-Aktion mit Einkaufswerten von 4 €, 6 € und 8 € beim Kauf von Hunde- und Katzensnacks bis zu 2 € sparen. Die Leckerlies dürfen beliebig kombiniert werden, von den fleischigen »Treaties« bis hin zu den saftigen »Cat Yums«.

Die Rabatt-Coupons werden direkt am POS platziert und sind vom 1. April bis zum 30. Juni 2023 einlösbar. Unter dem Motto »Sparen macht glückliche« präsentiert Vitakraft die Aktion online und über Social-Media-Kanäle. Auch die Kooperation mit dem reichweitenstärksten Fußball-Fanportal »Deutschlandfunk« sorgt für Aufsehen. Handzettelwerbung und Anzeigen im Magazin MIT LIEBE runden das Werbepaket ab.

68 handeltrendschau 11 | 2023

### Vorstellung Ihres Produktes / Promotion in der Rubrik „Marken & Promotion“


- Individuell erstellte Meldung
- **Kosten Hero-Meldung: 3.500 €**
- **Kosten reguläre Meldung: 1.500 €**

Süße & pikante Snacks

**KNABBEREIEN VON EDEKA**

**IT'S SNACK TIME!**

Egal ob Dauerbackwaren, Nuss-Mischungen oder Schokolade – leckere Naschereien stehen bei den Verbraucher:innen hoch im Kurs. Um diesen Bedarf an süßen und pikanten Snacks ideal abzudecken, bieten die EDEKA-Eigenmarken eine optimale Auswahl für jeden Geschmack.



<p><b>GUT&amp;GÜNSTIG MILCH-HÖRNCHEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 240 g</li> <li>- mit 30 % Milchcreme-Füllung</li> <li>- ideal auch für unterwegs</li> <li>- 5 Stück, einzeln verpackt</li> <li>- auch in der Sorte Nuss-Nougat verfügbar</li> <li>GTIN 4311501422991</li> </ul>	<p><b>GUT&amp;GÜNSTIG MINI DONUTS SCHOKO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 160 g</li> <li>- feine Backware nach amerikanischer Art</li> <li>- mit kakaohaltiger Fettglasur</li> <li>- 8 Stück im Mini-Format</li> <li>- weitere Sorten verfügbar</li> <li>GTIN 4311501770825</li> </ul>	<p><b>GUT&amp;GÜNSTIG MACADAMIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 125 g</li> <li>- mittelgroße Macadamiakerne</li> <li>- heiluftgeröstet</li> <li>- geröstet &amp; gesalzen</li> <li>- ohne Öl geröstet</li> <li>GTIN 4311596459438</li> </ul>	<p><b>GUT&amp;GÜNSTIG ERDNUSS MAIS MIX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 200 g</li> <li>- extrawürzige Mischung mit Erdnusskernen im Teigmantel und knackig gerösteten Maiskörnern</li> <li>- BBQ-Gauche-Würzung</li> <li>GTIN 4311501627495</li> </ul>
<p><b>EDEKA SALZMANDELN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 125 g</li> <li>- kalifornische Mandeln</li> <li>- blanchiert, geröstet</li> <li>- reich an Magnesium und Calcium</li> <li>GTIN 4311501342644</li> </ul>	<p><b>EDEKA NUSS-KERN-MIX</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 125 g</li> <li>- mit gerösteten Nüssen und Kürbiskernen</li> <li>GTIN 4311501701089</li> </ul>	<p><b>EDEKA ASIA NUTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 150 g</li> <li>- Erdnusskerne im Teigmantel</li> <li>- würzig-scharf</li> <li>- nach original asiatischem Rezept</li> <li>GTIN 4311501746805</li> </ul>	<p><b>EDEKA BIO PISTAZIEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 150 g</li> <li>- geröstet &amp; gesalzen</li> <li>- Snack in Bio-Qualität</li> <li>- aus kontrollierter ökologischer Landwirtschaft</li> <li>GTIN 4311501746233</li> </ul>

68 handeltrendschau 14 | 2023



# Themen und Termine 2025 – 1. Jahreshälfte

	HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*	VERANSTALTUNGEN	AS**/ DU***
JANUAR	1	2	09.01.	Valentinstag Babys & Kleinkinder	Internationale Süßwarenmesse: 02.02. – 05.02.2025	02.12.
	2	4	23.01.	Fitness & Proteinfood Waschen, Putzen, Reinigen		
FEBRUAR	3	6	06.02.	Milch, Joghurt & Co. (Weiße Linie) Pasta, Reis & Saucen	Fruit Logistica: 05.02. – 07.02.2025	06.01.
	4	8	20.02.	Backen Süß- & Knabberwaren	BioFach: 11.02. – 14.02.2025	20.01.
MÄRZ	5	10	06.03.	Obst & Gemüse Tiefkühlkost & Eis	Internorga: 14.03. – 18.03.2025	03.02.
	6	12	20.03.	Kassenzone Tabakwaren & Alternativen	ProWein: 16.03. – 18.03.2025	17.02.
APRIL	7	14	03.04.	Grillen Bier & Mischgetränke		03.03.
	8	16	17.04.	Gewürze & Kräuter Wasser, Säfte & Energydrinks		17.03.
MAI	9	19	08.05.	Frühstück Drogerie (Kosmetik, Zahn- & Körperpflege)		31.03.
	10	21	22.05.	Bio Spirituosen & Cocktails		22.04.
JUNI	11	24	12.06.	Ladenbau		05.05.





# Themen und Termine 2025 – 2. Jahreshälfte

	HEFT	KW	EVT	SCHWERPUNKTTHEMEN*	VERANSTALTUNGEN	AS**/ DU***
JUNI	12	26	26.06.	Obst & Gemüse Mobilität & Logistik		26.05.
	13	28	10.07.	EDEKA-Jahrestagung	EDEKA-Jahrestagung: 20.06. – 21.06.2025	10.06.
JULI	14	31	31.07.	Brot, Backwaren & Aufstriche Fleisch & Wurst		23.06.
	15	33	14.08.	Tiernahrung Internationale Küche		14.07.
AUGUST	16	35	28.08.	Wein & Sparkling Halloween		28.07.
	17	37	11.09.	Obst & Gemüse Fisch & Seafood	drinktec: 15.09. – 19.09.2025	11.08.
SEPTEMBER	18	39	25.09.	Kaffee, Tee & Co. Butter & Käse (Gelbe Linie)	Nutzfahrzeuge: 25.09. – 28.09.2025	25.08.
	19	41	09.10.	Festtage für den Handel	Anuga: 04.10. – 08.10.2025	08.09.
OKTOBER	20	43	23.10.	Ladenbau		22.09.
	21	45	06.11.	Vegetarisch & vegan Tabakwaren & Alternativen	Expo Real: 06.10 – 08.10.2025	06.10.
NOVEMBER	22	47	20.11.	Obst & Gemüse Drogerie (OTC, Hygiene & Co.)		20.10.
	23	49	04.12.	EDEKA-Forum „Ware & Vertrieb“	EDEKA-Forum „Ware & Vertrieb“: November 2025	03.11.
DEZEMBER	24	51	18.12.	Convenience Frei-von-Sortiment		17.11.

## ANZEIGENPREISE | FORMATE

## handelsrundschau

ANZEIGEN		BREITE x HÖHE IN MM		PREIS
Größe in Seitenteilen		Satzspiegel	Anschnitt*	in EUR
1/1		188 x 260	208 x 280	10.950,-
1/2	hoch	92 x 260	102 x 280	6.500,-
	quer	183 x 131	208 x 141	
1/3	hoch	61 x 260	71 x 280	4.300,-
	quer	183 x 93	208 x 103	
1/4	hoch	50 x 260	60 x 280	3.250,-
	quer	183 x 67	208 x 77	
	eck	89 x 144	99 x 154	
1/8	quer	183 x 46	208 x 56	1.945,-

### PREMIUM-Platzierungen

Umschlag U4	13.000,-
Umschlag U2/U3	11.500,-
Erste Anzeige im Heftinnenteil, Seite 4, links, neben Inhaltsverzeichnis (1/1 Seite ohne Aufpreis)	10.950,-
2/1 (Doppelseite)	21.900,-

\* Beschnittzugabe 3mm, text- und bildwichtige Elemente müssen einen Abstand von 5mm zum Netto-Format/Beschnitt aufweisen. Die technischen Angaben finden Sie auf Seite 50-52 sowie unter [www.media.edeka.com](http://www.media.edeka.com).

RABATTE			
	Malstaffel*	Mengenstaffel**	
ab 3 Anzeigen	3 %	ab 2 Seiten	5 %
ab 5 Anzeigen	5 %	ab 5 Seiten	8 %
ab 8 Anzeigen	8 %	ab 8 Seiten	12 %
ab 12 Anzeigen	12 %	ab 12 Seiten	15 %
ab 18 Anzeigen	15 %	ab 15 Seiten	18 %
ab 24 Anzeigen	18 %	ab 16 Seiten	20 %



Werbung in der EDEKA handelsrundschau liefert mir wichtige Informationen zu Produktneuheiten und zu aktuellen Entwicklungen am Markt.

\* Gilt nur für Teilformate.

\*\* Gilt nur für ganzseitige Formate.



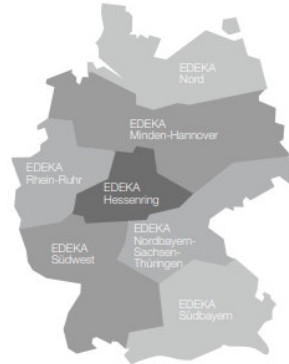


# Sonderwerbformen & Regionalbelegungen

## REGIONALE ANZEIGEN | SONDERWERBEFORMEN

1/1 SEITE REGIONALE ANZEIGE	
EDEKA-Region	Preis in EUR*
EDEKA Minden-Hannover	3.480,-
EDEKA Südwest	1.680,-
EDEKA Südbayern	1.620,-
EDEKA Rhein-Ruhr	1.370,-
EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen	1.250,-
EDEKA Nord	990,-
EDEKA Hessenring	560,-

Regionale Anzeigen sind nur im Vollformat 1/1 Seite möglich, AE-fähig und rabattfähig.  
 \* Zzgl. 350,- EUR technische Kosten für einen Plattenwechsel (nicht AE-fähig und nicht rabattfähig).



SONDERWERBEFORMEN		PREIS IN EUR PER TSD.
Beilagen*	bis 10 g	600,-
	bis 20 g	640,-
	bis 30 g	680,-
	bis 40 g	720,-
Backingcard**	bis 20 g	895,-
Einhefter***	4 Seiten	725,-
Beikleber****	z. B. Postkarten, Booklets bis 20 g	450,-
	Warenproben bis 10 g	425,-
Titel Altarfalz (s. Seite 5)		24.500,-
Panoramaanzeige (s. Seite 5)		12.000,-
Half Cover + U4 (s. Seite 5)		25.900,-
Gestaltung/Layout Advertorial*****	1/2 Seite	1.250,-
	1/1 Seite	2.000,-
	2/1 Seiten	3.000,-

AE-fähig, aber nicht rabattfähig. Die Anzahl an Sonderwerbformen pro Heft ist begrenzt.  
 EDEKA Media behält sich ein Schieberecht vor. Frühzeitige Reservierungen werden empfohlen.

- \* Höchstformat für Beilagen: 200 x 270 mm.
- \*\* 1-2 cm aus dem Heft herausstehend, Format: 200 x 295 mm.
- \*\*\* Höchstformat für Einhefter: 416 x 280 mm + Beschnittzugabe.
- \*\*\*\* Basis ist eine 1/1 Trägerseite.
- \*\*\*\*\* Nicht AE-fähig und nicht rabattfähig, zzgl. Mediakosten.

# „Check-out“: redaktionelle Fakten zu Ihrem Produkt

## > „Check-out“

Attraktives Umfeld zu Ihrer Anzeige? Kein Problem! Ohne Aufpreis bereiten wir redaktionelle Fakten zu Ihrem Produkt auf. Ihre Anzeige wird direkt daneben platziert.

(Bitte rechtzeitig reservieren, da begehrte Platzierung!)

1/1 Seite U3*	11.500,- EUR
---------------	--------------

\*AE- und rabattfähig.



Bsp. Tyrrells



Anzeige U3





# Think Big – Warenprobe an alle EDEKA-Kaufleute schicken!

> Big Bang – Warenprobe an alle EDEKA-Kaufleute schicken!

Preis für ein 300-g-Big-Bang*	
Auflage ca. 8.300 LEH	
in EUR	
Grundpreis 1/1 Seite U4	13.000,-
Mediakosten Big Bang**	9.500,-
<b>Kundennetto</b>	<b>22.500,-</b>
abzgl. 15 % AE	3.375,-
<b>Agenturnetto</b>	<b>19.125,-</b>
zzgl. Portomehrkosten***	5.500,-
zzgl. Handlingkosten***	650,- EUR/Tsd.
<b>Agenturnetto 2</b>	<b>30.020,-</b>

\* Verarbeitungsbedingt muss die U4 mitgebucht werden.  
 Maße Big Bang: 280 x 210 x 43 mm. Das Big Bang inkl. aufgelegter handelsrundschau sollte eine Höhe von 50 mm nicht überschreiten.  
 \*\* AE-fähig, aber nicht rabattfähig.  
 \*\*\* Nicht rabattfähig oder AE-fähig. Portokosten sind gewichtsabhängig und werden nach Erscheinen individuell abgerechnet. Auflage LEH komplett ca. 8.300 Exemplare.

1. 

Sie buchen die Ausgabe bei uns.
2. 

Sie liefern die fertig konfektionierte Warenprobe bei uns an.
3. 

Wir erledigen den Rest:  
Ihre Warenprobe wird mit der handelsrundschau eingeschweißt und versendet.



Bsp. Procter & Gamble

# Coupon- oder Regalblock – Abverkäufe erhöhen!

**Fördern Sie den Abverkauf Ihrer Produkte und das in jedem EDEKA-Markt in Deutschland!**

In Verbindung mit einer Anzeige auf der 4. Umschlagsseite wird das Werbemittel zusammen mit der EDEKA handelsrundschau konfektioniert und verschickt.

## > Couponblöcke und Regalwobbler

TOP-Seller



(Bitte rechtzeitig reservieren, da begehrte Platzierung!)

Preis für einen 50-g-Couponblock  
Ca. 10.300 Expl. (Gesamtauflage)

	in EUR
Grundpreis 1/1 Seite U4	13.000,-
Mediakosten Couponblock*	7.828,-
Kundennetto	20.828,-
abzgl. 15 % AE	3.124,-
Agenturnetto	17.704,-
zzgl. Konfektionierung**	515,-
Agenturnetto 2	18.219,-

\* AE-fähig, aber nicht rabattfähig.

\*\* Nicht AE- und rabattfähig; 50 EUR/Tsd.





# Advertorial – Wir gestalten Ihre Anzeige!

## Anzeige mit redaktioneller Anmutung:

Durch eine betont redaktionelle Gestaltung gewinnt Ihr Auftritt an Leserinteresse und Aufmerksamkeit. So erreichen Sie auch ohne aktuelle Printkampagne die TOP-Entscheider:innen im EDEKA-Verbund. Die Gestaltung Ihres Advertorials übernimmt gerne unsere Agentur für Sie.

### Gestaltungs-Kosten für ein Advertorial\*

Format	Format
2/1 Seite	3.000,-
1/1 Seite	2.000,-
1/2 Seite	1.250,-

Gestaltungskosten sind nicht rabattfähig oder AE-fähig.

### Beispielrechnung für ein 1/1 Seite Advertorial in der EDEKA handelsrundschau

#### Angaben in EUR

1/1 Seite Promotion	10.950,00
abzgl. AE (15%)	1.642,50
Agentur Brutto	9.307,50
zzgl. Gestaltung 1/1 Seite	2.000,00
<b>Agentur Netto</b>	<b>11.307,50</b>



# Technische Angaben

## handelsrundschau

HEFTFORMAT	208 x 280 mm, Anschnitt: 3 mm, Drahtheftung
DRUCKVERFAHREN	Offset nach PSO/Prozess-Standard-Offsetdruck (ISO 12647-2)
FARBEN	Eurokala, Sonderfarben nicht zulässig
DATEN	Vorzugsweise PDF-X3- oder PDF-X4-Daten Ausschließlich CMYK, keine Sonderfarben Farbprofil: PSO Coated v3 Offene Dateien auf Anfrage
DATENLIEFERUNG	per E-Mail
BILDAUFLÖSUNG	Bilddaten 300 dpi
ANZEIGENDRUCK- UNTERLAGENLIEFERUNG	Zusendung nur mit exakter Dateibezeichnung für handelsrundschau-Nr., Absender und Telefon-Nr. an: Heike Stamer, Telefon: 040 6377-2309 E-Mail: heike.stamer@edeka.de oder an die EDEKA-Media-Adresse, s. Angaben EDEKA Media allgemein

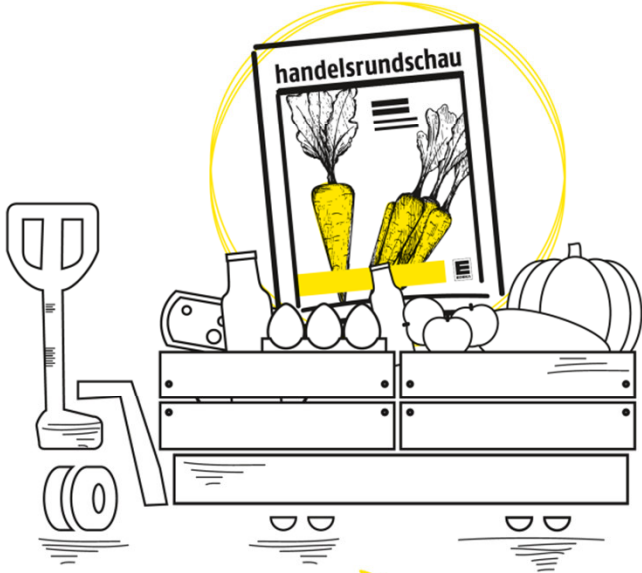




# Ein rundes Paket! Das EDEKA Verlagsportfolio

## Reinverkauf

Alle EDEKA-Kaufleute erreichen



## Einzelhandel



## Rausverkauf

> 27 Mio. Kunden pro Jahr erreichen



\* Netto Marken-Discount



# Ihre Ansprechpartner:innen

## Vor Ort

### **Verlagsvertretung 1, 2, 3a und Ausland**

Marc Hoffmann

Tel: 040 530 22 644

Fax: 040 21 99 60 -35

Mobil: 0176 95 151 22

[marc.hoffmann@edeka.de](mailto:marc.hoffmann@edeka.de)

Jörg Wikelski

Tel: 040/ 530 22 607

Mobil: 0172 886 77 67

[Joerg.Wikelski@edeka.de](mailto:Joerg.Wikelski@edeka.de)

### **Verlagsvertretung Nielsen 3a, 3b, 4, 5, 6 +7**

Guido Nadler

Tel: 06196 5255 -690

Fax: 06196 5255 -691

Mobil: 0176 99915050

[guido.nadler@edeka.de](mailto:guido.nadler@edeka.de)

## Im Verlag

EDEKA Media GmbH

New-York-Ring 6

22297 Hamburg

### **Objektmanagerin**

Heike Stamer

Tel: 040/ 63 77 -23 09

[heike.stamer@edeka.de](mailto:heike.stamer@edeka.de)