



Geschäftsjahr 2025:

EDEKA-Verbund mit positiver Entwicklung – selbstständige Kaufleute bleiben Wachstumsmotor

- **Gesamtumsatz steigt plankonform um 2,7 Prozent auf 77,3 Mrd. Euro**
- **Selbstständiger Einzelhandel mit 42,7 Mrd. Euro (plus 4,6 Prozent) stärkste Säule**
- **EDEKA App und Payback stärken Kundenbindung und Preisattraktivität**
- **Verbund investiert 2026 rund 2,9 Mrd. Euro in den Wirtschaftsstandort Deutschland**

Hamburg, 27.04.2026. Der genossenschaftlich geprägte EDEKA-Verbund hat sich im Geschäftsjahr 2025 in einem anspruchsvollen Marktumfeld leistungsstark behauptet und seine prägende Rolle im deutschen Lebensmitteleinzelhandel erneut unter Beweis gestellt. Trotz einer spürbar gedämpften Konsumdynamik steigerte der Verbund seinen Umsatz um 2,7 Prozent auf insgesamt 77,3 Mrd. Euro. Wichtigster Wachstumstreiber ist und bleibt der selbstständige Einzelhandel: Die rund 3.200 eigenständig agierenden EDEKA-Kaufleute bauten ihre Erlöse auf 42,7 Mrd. Euro aus. Netto Marken-Discount erzielte ein Umsatzplus auf 17,9 Mrd. Euro. Auch das Gesamtergebnis (EBIT) hat sich erneut positiv entwickelt. „Die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen haben auch 2025 zu einer spürbar verhaltenen Marktdynamik geführt. Dank der unternehmerischen Stärke unserer selbstständigen Kaufleute, unserer regionalen Verwurzelung und eines konsequent kundenorientierten Angebots behaupten wir uns dennoch leistungsstark im Markt“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

Selbstständiger Einzelhandel bleibt tragende Säule

Der mittelständisch geprägte Einzelhandel bleibt weiterhin das Fundament und der zentrale Wettbewerbsvorteil des genossenschaftlich organisierten EDEKA-Verbunds. Die rund 3.200 selbstständigen Unternehmer:innen erwirtschafteten im Jahr 2025 zusammen rund 42,7 Mrd. Euro und damit ein Plus von 4,6 Prozent – ein überdurchschnittliches Wachstum im Vollsortiment. Netto Marken-Discount steigerte seinen Umsatz um 1,6 Prozent auf 17,9 Mrd. Euro – die EDEKA-Tochter leistete damit einen wichtigen Beitrag zur stabilen Gesamtentwicklung des Verbunds in einem weiterhin intensiven Preisumfeld. Auch die weiteren Vertriebslinien, darunter der Getränke-Fachmarkt trinkgut und das Bio-Shop-in-Shop-Format NATURKIND, überzeugten mit klaren Zugewinnen. Von wachsender



Umsatzbedeutung ist das internationale Geschäft im Rahmen der europäischen Einkaufsorganisationen Everest und Epic Partners. Nicht zuletzt trug der expansionsstarke Online-Lieferdienst Picnic, an dem der EDEKA-Verbund seit 2018 beteiligt ist, zur erfolgreichen Jahresbilanz bei.

Zum Jahresende 2025 umfasste das Vertriebsnetz des Verbunds insgesamt 10.871 Lebensmittelmärkte. Davon entfielen 5.629 auf den selbstständigen Einzelhandel und 4.433 auf Netto Marken-Discount. Im Jahresverlauf wurden bundesweit 247 neue Standorte eröffnet, davon allein 104 Filialen von Netto Marken-Discount (plus 450 Modernisierungen). Die Gesamtverkaufsfläche im Verbund stieg damit auf 12,5 Mio. Quadratmeter. Ein zentrales Element der Verbundstrategie ist die Förderung des mittelständischen Unternehmertums: Im Jahr 2025 wagten 87 Existenzgründer:innen den Schritt in die Selbstständigkeit mit einem eigenen EDEKA-Markt. Darüber hinaus wurden 68 Märkte aus dem Bestand der regionalen Großhandelsbetriebe an selbstständige Kaufleute übergeben. Damit stärkt der EDEKA-Verbund gezielt unternehmerische Verantwortung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

2,6 Mrd. Euro Investitionen in den Standort Deutschland

Auch im Jahr 2025 investierte der EDEKA-Verbund gezielt in seine Infrastruktur und die Weiterentwicklung seines Geschäftsmodells – und damit in den Wirtschaftsstandort Deutschland. Das Investitionsvolumen über alle Stufen belief sich auf insgesamt 2,6 Mrd. Euro. Die Mittel flossen insbesondere in die Expansion mit neuen Standorten, eine leistungsfähige Logistik und Eigenproduktion sowie in Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Für das laufende Jahr sind Rekord-Investitionen in Höhe von insgesamt 2,9 Mrd. Euro geplant. Zur Optimierung der Wertschöpfungstiefe stärkte der Verbund 2025 auch die Vertikalisierung: Die Zahl der Verarbeitungsbetriebe für Backwaren, Fleisch und Wurst, Pasta, Fruchtsäfte oder Wein stieg auf 43 mit einem Gesamtumsatz von 5,8 Mrd. Euro. Ein effizientes Netzwerk von 65 Logistikzentren sorgt deutschlandweit für kurze und schnelle Lieferwege.

Mit rund 417.500 Mitarbeitenden – etwa 4.500 mehr als im Vorjahr – ist der EDEKA-Verbund weiterhin Deutschlands größter privatwirtschaftlicher Arbeitgeber. Auch die Ausbildungsleistung wurde weiter ausgebaut: Allein 2025 wurden 9.440 neue Ausbildungsverträge geschlossen, die Zahl der Auszubildenden stieg insgesamt auf 20.900.



Einkaufserlebnis und Kundenbindung im Fokus

Im intensiven Wettbewerbsumfeld setzt der EDEKA-Verbund bewusst auf Differenzierung im Sortiment, Preisattraktivität und ein starkes Leistungsangebot am Point of Sale. Besonders die Eigenmarken stellen eine preisgünstige Grundversorgung sicher. Die im Vorjahr erfolgreich eingeführte Eigenmarke EDEKA Herzstücke leistete dazu einen wesentlichen Beitrag. Der Verbund investiert weiterhin massiv in die Entlastung der privaten Haushalte. Das kommt bei den Verbraucher:innen an: Ein repräsentativer Warenkorb bei EDEKA und Netto Marken-Discount war im März 2026 günstiger als im Vorjahresmonat. „Die steigenden Preise bei Markenartikeln verändern das Kaufverhalten nachhaltig. Unsere Kundinnen und Kunden greifen verstärkt zu unseren deutlich günstigeren Eigenmarken – und erhalten dabei Produkte in mindestens gleicher, häufig sogar höherer Qualität“, so Markus Mosa.

Gleichzeitig intensiviert der Verbund die Digitalisierung, um Kund:innen passgenau zu erreichen und mit persönlichen Angeboten und Services zu überzeugen. Vor diesem Hintergrund startete im Januar 2025 eine Partnerschaft mit Payback im EDEKA-Verbund. Die Umsatzdurchdringung stieg bereits in den ersten Monaten rapide an – fast jeder zweite Euro Umsatz an den Kassen wird mittlerweile mit Einsatz der Payback-Karte umgesetzt. Die enge Verzahnung mit der EDEKA App, die 2025 durch weitere Funktionen noch attraktiver wurde, stärkt die Kundenbindung zusätzlich und erhöht die Wirksamkeit individueller Angebote und Services.

Engagement für Umwelt und Gesellschaft

Der Schutz von Klima und natürlichen Ressourcen bleibt eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit. Auch im Jahr 2025 hat der EDEKA-Verbund Verantwortung übernommen, zum Beispiel im Klimaschutz mit ambitionierten Zielen zur Treibhausgasreduktion (90 Prozent bis 2045) oder beim Ausbau seiner Projekte für den umweltfreundlicheren Anbau von Bananen und Zitrusfrüchten.

Auch die Förderung des Breiten- und Spitzensports ist ein fester Bestandteil des Engagements. Seit mehreren Jahren begleiten EDEKA und Netto Team D Athlet:innen auf ihrem Weg zu den Olympischen Spielen – zuletzt zu den Winterspielen in Mailand und Cortina d'Ampezzo. Zudem ist EDEKA seit April 2025 offizieller Ernährungspartner der Männer-Fußball-Nationalmannschaft des DFB und wird diese Partnerschaft mit vielfältigen Maßnahmen zur Weltmeisterschaft im Sommer aktivieren.



Weitere Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung des EDEKA-Verbunds bietet der aktuelle [Geschäftsbericht](#).

EDEKA-Verbund – Geschäftsjahr 2025 in Zahlen

- **Gesamtumsatz:** 77,3 Mrd. Euro (+ 2,7 %)
- **Selbstständiger Einzelhandel:** 42,7 Mrd. Euro (+ 4,6 %) = stärkste Säule und Wachstumsmotor des EDEKA-Verbunds
- **Netto Marken-Discount:** 17,9 Mrd. Euro (+ 1,6 %)
- **Lebensmittelmärkte gesamt:** 10.871 – davon 5.629 selbstständig geführte EDEKA-Märkte
- **Neueröffnungen 2025:** 247 Standorte
- **Gesamtverkaufsfläche:** 12,5 Mio. qm
- **Investitionen 2025:** 2,6 Mrd. Euro – Fokus auf Märkte, Logistik, Digitalisierung und Eigenproduktion in Deutschland
- **Geplante Investitionen 2026:** 2,9 Mrd. Euro
- **Mitarbeitende:** rund 417.500 – davon 20.900 Auszubildende
- **Eigenproduktion:** 43 Produktionsbetriebe mit 5,8 Mrd. Euro Umsatz
- **Kundenbindung:** EDEKA App weiterentwickelt und fast jeder zweite Euro Umsatz an den Kassen mit Payback

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 lieben 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 trinkgut, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem App-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2025 mit rund 10.900 Märkten und rund 417.500 Mitarbeitenden einen Umsatz von 77,3 Mrd. Euro. Mit rund 20.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.