



Ausbildungskampagne 2026:

Warum EDEKA auch in Zukunft auf Menschen setzt

- Fiktiver Roboter als Denkanstoß: Mensch bleibt unverzichtbar
- Ausbildungskampagne rückt junge Talente in den Mittelpunkt
- EDEKA stärkt Rolle als zukunftsorientierter Ausbilder

Hamburg, 2. Februar 2026: Ein Roboter, der Auszubildende ersetzt? Was wie eine Zukunftsvision wirkt, ist ein bewusst gesetzter Perspektivwechsel. Mit der aktuellen Ausbildungskampagne sorgt EDEKA seit der vergangenen Woche für Aufmerksamkeit in den sozialen Medien und bezieht klar Position: Der Lebensmitteleinzelhandel der Zukunft braucht vor allem eines – Menschen. Im Zentrum der Kampagne steht ein fiktiver Roboter, der vermeintlich alle Ausbildungsjobs übernehmen soll. Der ungewöhnliche Auftritt bietet Raum für Diskussionen: Werden Technologien wie künstliche Intelligenz und Automatisierung künftig die Auszubildenden im Handel ersetzen? EDEKA beantwortet diese Frage eindeutig: Nein! Der gezeigte Roboter war nie als Zukunftsmodell gedacht, sondern als augenzwinkernder Denkanstoß – und EDEKA setzt weiterhin auf echte Menschen.

Die Kampagne greift das Lebensgefühl vieler junger Menschen auf. In einer Zeit rasanter Veränderungen und wachsender Unsicherheit suchen viele Berufseinsteiger:innen Stabilität und Perspektive. EDEKA positioniert die Ausbildung bewusst als starken und verlässlichen Start ins Berufsleben – egal, was die Zukunft bringt. „Gerade im Lebensmitteleinzelhandel machen Menschen den Unterschied: ihre Erfahrung, ihre Haltung, ihre Geschichten und ihr tägliches Engagement für unsere Kundinnen und Kunden. Moderne Technologie unterstützt, ersetzt den Menschen jedoch nicht“, so Peter Keitel, Vorstand Personal und Finanzen der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. „Mit seiner genossenschaftlichen Basis und der starken Verankerung in der Lebenswelt vieler Menschen ist EDEKA der Arbeitgeber der Zukunft. Wir bieten Stabilität, Sicherheit und jede Menge Entwicklungsmöglichkeiten in rund 50 Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen“, so Peter Keitel.

Die Ausbildungskampagne ist als Awareness-Kampagne auf TikTok und Instagram konzipiert. Nach dem Teaserfilm, der am 27. Januar 2026 veröffentlicht wurde, liefert der heute ausgespielte Hauptfilm die Auflösung. Er rückt die Menschen bei EDEKA in den Mittelpunkt – darunter auch viele bekannte Gesichter aus vergangenen Ausbildungskampagnen – und

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
[verbund.edeka](https://www.edeka.de)





macht deutlich, worauf es bei der Ausbildung bei EDEKA ankommt. Das Credo: „Wir wissen auch nicht, was die Zukunft bringt. Aber wir wissen, was sie braucht: Dich.“ Flankiert wird der Spot durch kurze Reels, in denen die „eigentlichen Maschinen“ vorgestellt werden – die Auszubildenden selbst.

Mit den rund 50 Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen eröffnet der EDEKA-Verbund zahlreiche Wege für den Berufsstart – von Tätigkeiten im Markt über Logistik und Produktion bis hin zu Positionen im Einkauf, Vertrieb oder IT. Dabei ermutigt EDEKA junge Menschen, sich frühzeitig mit ihren Interessen auseinanderzusetzen und ihren individuellen Berufsweg zu finden.

Links zum Kampagnenvideo:

- **Instagram:** <https://www.instagram.com/reels/DUQGJipDO78/>
- **TikTok:** <https://vm.tiktok.com/ZNRDrmx7N/>

Link zum Instagram-Kanal „EDEKA Karriere“: www.instagram.com/edekakarriere

Zu den Ausbildungsmöglichkeiten bei EDEKA: ausbildung.edeka

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands 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 ♥ 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 online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.