



Neu bei EDEKA

## Regional verwurzelt: EDEKA Regional vereint, was die Heimat besonders macht



Hamburg, April 2026: Regionale Lebensmittel bekommen bei EDEKA ein neues Zuhause. Unter EDEKA Regional bündelt EDEKA Produkte, die aus vertrauter Nähe stammen und ihre Herkunftsregion sichtbar machen. Die Produkte punkten mit kurzen Wegen und enger Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern und Lieferanten. Die Herkunft der Produkte wandert künftig an eine zentrale Stelle: direkt in den Header. Dort zeigt die sogenannte Dachregion – etwa *Echt Bayern*, *Echt Niedersachsen*, *Echt Norddeutsch* – auf einen Blick, wo das Produkt zuhause ist.

Orientierung bietet eine klare, einheitliche Kennzeichnung und ein gelber Farbton, der sofort ins Auge fällt – angelehnt an das Gelb eines Ortsschilds. EDEKA Regional ersetzt mehrere bislang regional unterschiedliche Marken, wie „EDEKA Heimatliebe“ und „Mein Land“ und führt sie erstmals unter einem gemeinsamen Dach zusammen.



# PRESSE-INFORMATION

Die Umstellung zieht sich durch das gesamte regionale Sortiment. Erste Obst und Gemüseartikel wie Kernobst, Salate, Möhren, Gurken, Pilze oder Spargel sind bereits in den Märkten zu finden – in der zweiten Jahreshälfte folgen dann Beeren, Steinobst, Kartoffeln, Zwiebeln und Kürbisse.

Ob Milch aus einem Betrieb um die Ecke oder Kartoffeln und Champignons aus der Region: EDEKA Regional macht Herkunft greifbarer. Im Mittelpunkt stehen kurze Transportwege, die dabei helfen, die Wertschöpfung in der jeweiligen Region zu halten.

Erste Artikel unter der neuen EDEKA Regionalmarke sind ab April in den Märkten zu finden. Die Umstellung erfolgt sukzessive über die nächsten Monate.

## **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 ♥ 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, budni oder NATURKIND, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.859 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.

### **EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

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

E-Mail: [produkt-pr@edeka.de](mailto:produkt-pr@edeka.de)  
[verbund.edeka](http://verbund.edeka)

