



Eine Hommage an die Frische

Survival of the Frishest: EDEKA Herzstücke rückt Tiefkühlfrische in den Fokus

Hamburg, August 2026: Frisch geerntet, direkt tiefgekühlt und bis zum Genuss bewahrt: Unter dem Motto „Survival of the Frishest“ verleiht EDEKA zwölf ausgewählten EDEKA Herzstücke Tiefkühlprodukten einen neuen Look. Dinosaurier, Mammuts und Säbelzahn timer erzählen dabei die Geschichte einer Frische, die bleibt, und rücken die schonende Schockfrostung unmittelbar nach der Ernte in den Mittelpunkt. So werden Geschmack und wertvolle Nährstoffe bestmöglich erhalten.

Was haben Tyrannosaurus, Triceratops, Mammut und Säbelzahn timer mit schockgefrostetem Broccoli, Mango und Himbeeren gemeinsam? Die Urzeitmotive auf den Verpackungen schlagen auf spielerische Weise eine Brücke zwischen der konservierenden Kraft des Eises in der Urzeit und der modernen Tiefkühlung.

Frische ist der beste Begleiter guter Lebensmittel. Genau sie steht im Mittelpunkt der neuen Verpackungsgestaltung ausgewählter Tiefkühlprodukte von EDEKA Herzstücke. Unter dem Motto „Survival of the Frishest“ erzählen die Urzeitmotive die Geschichte einer Frische, die erhalten bleibt. Während nach der Ernte natürliche Veränderungsprozesse beginnen, werden die Produkte erntefrisch einmalig schockgefrostet und schonend konserviert. So wie Eis seit jeher dazu beiträgt, Dinge über lange Zeit zu bewahren, sorgt die moderne Tiefkühlung dafür, dass Frische, Geschmack und wertvolle Nährstoffe bestmöglich erhalten bleiben. Die Qualität und der Geschmack frisch geernteter oder hergestellter Lebensmittel werden durch die Schockfrostung bewahrt. Dank der extremen Kälte entstehen besonders kleine Eiskristalle, die die Zellstruktur von Obst und Gemüse erhalten. So bleiben Geschmack, Frische und wertvolle Nährstoffe bestmöglich bewahrt. Damit räumt EDEKA mit dem Vorurteil auf, tiefgekühltes Obst und Gemüse verliere an Geschmack oder Nährstoffen. Stattdessen zeigt die schonende Schockfrostung, dass Frische nicht verloren geht, sondern clever bewahrt wird.

Die „Survival of the Frishest“-Produkte sind ab sofort bei EDEKA verfügbar.

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
verbund.edeka.de





PRESSE-INFORMATION

EDEKA Herzstücke TK Broccoli



- Feine, zarte Röschen
- Aromatisch im Geschmack
- Handgeschnitten und handverlesen
- Hochlandanbau in Ecuador
- Inhalt: 300 g

EDEKA Herzstücke TK Land Gemüse



- Küchenfertig verarbeitet
- Ideal für Pfanne oder Wok
- Gemüsemischung aus Rosenkohl, Karotten, Schwarzwurzeln, Pastinaken und Staudensellerie
- Inhalt: 450 g

EDEKA Herzstücke TK Himbeeren



- Handverlesene Himbeeren der Sorte „Willamette“ aus Serbien
- Portionierbar
- Inhalt: 300 g

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
verbund.edeka





EDEKA Herzstücke TK Mango



- Mango der Sorte „Kent“ aus Peru
- Aromatische Süße durch optimalen Erntezeitpunkt
- Gewürfelt und portionierbar
- Fruchtig und aromatisch
- Inhalt: 300 g

EDEKA Herzstücke TK Brombeeren



- Ganze aromatische Früchte der Sorte „Thornfree“ aus Polen und Serbien
- Portionierbar
- Inhalt: 300 g

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 sechs 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. Der EDEKA-Verband 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.

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
verbund.edeka.de

