



Engagement für zukunftsfähige Landwirtschaft und Ernährung: EDEKA auf der Grünen Woche 2026

- EDEKA-Verbund verfolgt ganzheitlichen Ansatz für zukunftsfähige Ernährung und Landwirtschaft
- Einladung zum Dialog in ErlebnisBauernhof-Halle 3.2, Messestand 115
- Regionale Produkte und nachhaltige Sortimentsstrategien im Fokus

Hamburg, 16. Januar 2026: Die Grüne Woche in Berlin ist die Leitmesse für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau und damit der ideale Rahmen, um zentrale Zukunftsfragen der Agrar- und Ernährungswirtschaft zu diskutieren. Vom 16. bis 25. Januar zeigt der EDEKA-Verbund inklusive Netto Marken-Discount auf seinem 120 Quadratmeter großen Messestand, wie er Landwirtschaft und Ernährung systemisch miteinander verknüpft. Im Mittelpunkt stehen praxisnahe Lösungen für die langfristig angelegte Transformation der eigenen Lieferketten. An ausgewählten Fokustagen präsentieren EDEKA Südbayern, EDEKA Südwest und EDEKA Minden-Hannover Best-Practice-Beispiele aus den regionalen Großhandelsbetrieben.

Resiliente Landwirtschaft und bewusster Konsum

In der ErlebnisBauernhof-Halle 3.2 (Stand 115) lädt EDEKA als Ernährungsexperte und größter Partner der regionalen Landwirtschaft unter dem Motto „Landwirtschaft ist Herzenssache – Unser Weg für ein zukunftsfähiges Agrar- und Ernährungssystem“ zum Austausch ein. Angesichts von Klimawandel, Biodiversitätsverlust und Ressourcenknappheit denkt EDEKA Landwirtschaft und Ernährung systemisch zusammen und beteiligt sich über Brancheninitiativen und Projekten aktiv an entsprechenden Lösungen. Denn: Was wir essen, muss auch in Zukunft produziert werden können – idealerweise regional und unter nachhaltigen sowie praxistauglichen Bedingungen. „Die Transformation des Agrar- und Ernährungssystems bleibt eine große gesamtgesellschaftliche Herausforderung. Als EDEKA-Verbund wollen wir diesen Wandel aktiv mitgestalten – gemeinsam mit der Landwirtschaft, unseren Partnern und den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Unser Ziel ist klar: ein System, das wirtschaftlich stabil, ökologisch tragfähig und gesellschaftlich akzeptiert ist“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG.

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
www.edeka.de





Vom Hof bis zum Teller

Auf dem Messestand können sich die Besucher:innen mit EDEKA auf den Weg vom Hof bis zum Teller begeben und an vier Stationen darüber informieren, wie die Themen Vertragslandwirtschaft, Eigenproduktion, regionale Lieferketten und verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung im EDEKA-Verbund ineinandergreifen. EDEKA setzt auf faire Partnerschaften, Planungssicherheit durch Vertragslandwirtschaft und Eigenproduktion sowie eine ausgewogene Mischung aus Regionalität und notwendiger Internationalität. Dafür engagiert sich der Verbund entlang der gesamten Lieferkette. Verbraucher:innen profitieren von einem bezahlbaren, vielfältigen Angebot – von pflanzenbasierten Alternativen bis hin zu hochwertigen tierischen Produkten. Über seine Sortimentspolitik fördert EDEKA höhere Haltungsformen, Regionalprogramme und Bio-Produkte.

Zudem werden auf dem Messestand ausgewählte Projekte vorgestellt, mit denen der Lebensmittelhändler die Transformation der Agrar- und Ernährungswirtschaft vorantreibt. Dazu zählt etwa der MAGIC STAR® – eine Apfelsorte, die exklusiv für EDEKA von ausgewählten Erzeuger:innen in Deutschland angebaut wird. Dank ihrer hohen Widerstandsfähigkeit ermöglicht sie einen reduzierten Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und wird künftig auch bei Netto Marken-Discount erhältlich sein.

Am 21. Januar 2026 diskutieren Vertreter:innen von EDEKA Minden-Hannover von 14:00 Uhr bis 14:20 Uhr auf der Bühne des ErlebnisBauernhofs darüber, wie regionale Produkte vom Hof ins Regal gelangen und welchen Mehrwert enge Partnerschaften schaffen. Der Talk beleuchtet praxisnahe Erfolgsbeispiele, transparente Lieferketten sowie Chancen und Herausforderungen der Regionalvermarktung.

Im Rahmen der Grünen Woche kooperiert EDEKA zudem eng mit dem Forum Moderne Landwirtschaft (FML) und beteiligt sich am interaktiven Hallenkonzept „Erlebnispfade“. In der Kategorie „Natur“ ergänzt EDEKA das Programm an seinem Stand durch das Wissensquiz „Vom Hof bis zum Teller“.



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, 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.

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.verbund.edeka.de)

