



MINDEN  
HANNOVER

## PRESSEINFORMATION

### Hohe Qualität, tiefe Temperaturen: MARKTKAUF Löhne gewinnt die Auszeichnung „Tiefkühl-Star 2025“

- Tiefkühl-Abteilung des MARKTKAUF Löhne ist in der Kategorie „über 4.000 Quadratmeter Verkaufsfläche“ bundesweit die Beste
- Trendbewusstsein, Kreativität und Internationalität überzeugen die Jury

**Löhne, 7. Oktober 2025.** Der MARKTKAUF Löhne wurde von der Fachzeitschrift *Lebensmittel Praxis* und dem *Deutschen Tiefkühlinstitut* als beste Tiefkühl-Abteilung Deutschlands ausgezeichnet. Unter zahlreichen Bewerbern konnte sich der Markt in der Kategorie „über 4.000 Quadratmeter Verkaufsfläche“ durchsetzen und den begehrten Branchenpreis gewinnen. Die Trophäe wurde nun im Rahmen der Kölner Anuga Messe an Thorsten Take, Marktleiter des MARKTKAUF Löhne sowie Tamara Schirach, verantwortliche Mitarbeiterin für den Bereich Tiefkühlkost und Dominik Bressert, Abteilungsleiter für Food, übergeben.

Auf rund 400 Quadratmetern Verkaufsfläche in der Tiefkühl-Abteilung finden die Kunden alles, was das Herz begehrt – von einer Vielzahl an Gemüse über herzhafte Klassiker bis hin zu schnellen Mahlzeiten für den Feierabend. Dank der klaren Struktur und übersichtlichen Gestaltung finden sich die Kunden mühelos zurecht und können aus einer großen Auswahl tiefgekühlter Produkte wählen. Der Markt legt großen Wert auf Qualität und Nachhaltigkeit, weshalb die Mitarbeitenden jede Stunde prüfen, ob die Tiefkühltruhen ordnungsgemäß geschlossen sind – so bleibt die Kühlkette zuverlässig erhalten und zugleich wird Energie gespart.

#### Kulinarische Weltreise trifft auf Vielfalt und Diversität

Von Frankreich bis nach China – die Tiefkühl-Abteilung des MARKTKAUF Löhne nimmt ihre Kunden mit auf eine kulinarische Reise rund um den Globus. Verschiedene Länderflaggen an den Truhen dienen nicht nur als Wegweiser, sondern stehen auch als Symbol für Vielfalt und Diversität – sowohl im Sortiment als auch bei der Kundschaft und im Team. „Unsere Tiefkühlabteilung ist ein Ort der Begegnung zwischen Menschen, Kulturen und Generation und zeigt, was uns als Markt ausmacht: Offenheit, Respekt und echte Lebensfreude“, sagt Marktleiter Thorsten Take.

#### Foodtrends sorgen für Begeisterung

Die Abteilung hat sich in den letzten Monaten zunehmend weiterentwickelt und verschiedene Foodtrends wurden realisiert. „Ein echtes Highlight war die Einführung der sauren Drachenzungen von *Hitschies* als Tiefkühlartikel – eine Idee, die aus der Community kam. Der Trend ging auf TikTok viral und wir haben schnell reagiert. Die Nachfrage war riesig, besonders bei jungen Kundinnen und Kunden,

## PRESSEINFORMATION

die den Trend aus den sozialen Medien kannten“, freut sich Thorsten Take. Der Einsatz wurde spürbar belohnt: „Die Kunden sind neugierig, stöbern und sprechen uns aktiv auf die Produkte an.“

### Kleine Kunden ganz groß

Auch die jüngsten Kunden kommen in der Tiefkühl-Abteilung nicht zu kurz. Mit einem eigens entwickelten Kinderquiz können sie spielerisch ihr Wissen rund um das Thema Tiefkühlprodukte testen und entdecken dabei auf unterhaltsame Weise die Vielfalt des Sortiments. Als Belohnung wartet auf die Teilnehmenden am Ende eine kleine Überraschung – ein Highlight, das beim Einkauf stets für leuchtende Kinderaugen sorgt.

### Zum Branchenpreis „Tiefkühl-Star“

Zusammen mit dem *Deutschen Tiefkühlinstitut* würdigt die *Lebensmittel Praxis* jährlich herausragende Tiefkühl-Abteilungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, die zukunftsweisenden Charakter haben und das Potential von Tiefkühlkost innovativ präsentieren. Die eingesandten Bewerbungen werden anhand eines Kriterienkatalogs geprüft und in mehreren Schritten kritisch unter die Lupe genommen. Bewerber, die es in die nächste Runde schaffen, werden unangemeldet und anonym von der Redaktion der *Lebensmittel Praxis* besucht und der Service sowie die Tiefkühl-Abteilung an sich getestet. Eine hochkarätige Jury aus Handel und Industrie benennt schließlich die Nominierten in verschiedenen Kategorien. Das Highlight bildet die Preisübergabe auf der Anuga Messe in Köln.

### EDEKA Minden-Hannover im Profil

Mit einem Außenumsatz von rund 12,24 Milliarden Euro und rund 76.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (einschließlich des selbstständigen Einzelhandels und fast 3.400 Auszubildenden) ist die **EDEKA Minden-Hannover** die umsatzstärkste von insgesamt sieben Regionalgesellschaften im genossenschaftlich organisierten EDEKA-Verbund. Sie besteht seit 1920, erstreckt sich von der niederländischen bis an die polnische Grenze und umfasst Bremen, Niedersachsen, einen Teil von Ostwestfalen-Lippe, Sachsen-Anhalt, Berlin und Brandenburg. Mehr als drei Viertel der fast 1.500 Märkte sind in der Hand von rund 640 selbstständigen EDEKA-Kaufleuten. Zum Unternehmensverbund gehören mehrere Produktionsbetriebe, darunter die Brot- und Backwarenproduktion **Schäfer's**, die Produktion für Fleisch- und Wurstwaren **Bauerngut** sowie das Traditionsunternehmen für Fischverarbeitung **Hagenah** in Hamburg. Die EDEKA Minden-Hannover engagiert sich wegweisend in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Seit über 100 Jahren ist **verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln** eines der Grundprinzipien des Unternehmensverbundes.