

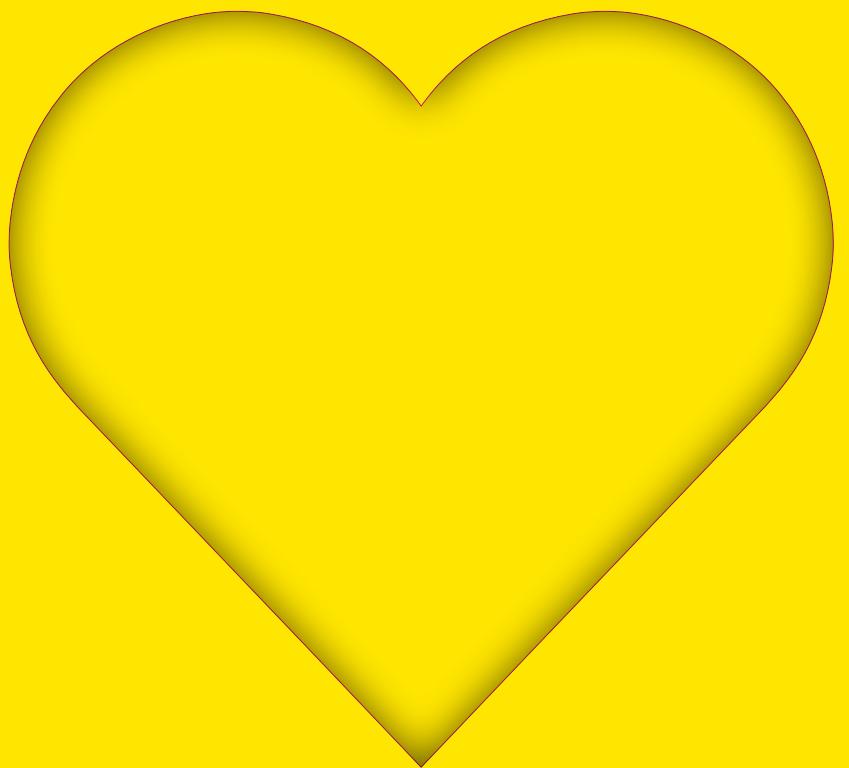
100 Jahre EDEKA Minden eG

Diese Liebe wünscht!



100 Jahre EDEKA Minden eG

Die Liebe wächst!



100 Jahre EDEKA Minden eG

Die Liebe wächst!

Limitierte Auflage
3.000

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Buch bei geschlechtsspezifischen Bezeichnungen teilweise nur die männliche Form verwendet. Damit sind selbstverständlich Personen jeden Geschlechts gemeint.

100 Jahre EDEKA Minden eG

Die Liebe wächst!



MINDEN
HANNOVER



8 DIE ANFANGS-JAHRE

1888 – 1928 Erstmals schließen sich Kolonialwarenhändler zu einer Einkaufsgemeinschaft zusammen. Diese Genossenschaftsidee im Lebensmitteleinzelhandel findet schnell Anhänger. So auch 1920 in Minden, als der Grundstein für die spätere EDEKA Minden-Hannover gelegt wird.

24 WIRTSCHAFTSKRISE, WELTKRIEG UND WIEDERAUFBAU

1929 – 1947 Infolge der Weltwirtschaftskrise verbucht die EDEKA Minden eG finanzielle Verluste und schrumpfende Mitgliederzahlen. 1936 geht es mit Georg Teichmann als Geschäftsführer bergauf, ehe der Zweite Weltkrieg neue Belastungen für die EDEKA-Familie bringt.

Vorwort	4
Was uns antreibt	7
Danke	118
Stichwortverzeichnis	119
Quellennachweis	122
Bildnachweis	123
Vision & Mission	124
Impressum	125

40 ES GEHT AUFWÄRTS!

1948 – 1971 In den Wirtschaftswunderjahren erlebt die EDEKA Minden eG einen rasanten Aufschwung. Gleichzeitig beginnt die Umstellung der Märkte auf Selbstbedienung. 1961 entsteht durch den Zusammenschluss der beiden Genossenschaften die EDEKA Minden-Osnabrück.

AUFSTIEG ZUM FLAGGSCHIFF DER EDEKA-GRUPPE

1972 – 1989 Der Zusammenschluss zur EDEKA Minden-Hannover macht die Genossenschaft 1972 zur bundesweit größten in der EDEKA-Welt. Mit der Eröffnung der ersten Discount-Märkte, dem Einstieg in den Bäckereibetrieb Schäfer und weiteren Beteiligungen wird der Erfolg ausgebaut.

56



72 EXPANSION IN OST UND WEST

1989 – 2002 Voller Pioniergeist erschließt die EDEKA Minden-Hannover den ostdeutschen Markt und nimmt nur wenige Wochen nach dem Mauerfall die Belieferung der ersten Geschäfte auf. Mit dem Einstieg beim Berliner Supermarktbetreiber Reichelt vergrößert sich das Absatzgebiet weiter.



88 NACHHALTIGES WACHSTUM

2003 – 2020 Durch die Fusion mit der EDEKA Nordwest und der EDEKA Berlin-Brandenburg wächst das Geschäftsbereich auf die heutige Größe. Logistikstrukturen werden angepasst, mit der Übernahme von Spar, MARKTKAUF und Kaiser's Tengelmann kommen neue Märkte hinzu, die Digitalisierung schreitet voran. Die EDEKA Minden-Hannover wächst und blickt zuversichtlich nach vorn.

Liebe Leserinnen und Leser,

eine Firmenchronik wendet sich zunächst einmal an alle am Firmengeschehen Beteiligten – Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Geschäftspartner und Eigentümer. Im Fall eines Handelsunternehmens, wie die EDEKA Minden-Hannover, hat eine Dokumentation der Unternehmensgeschichte darüber hinaus auch Relevanz für die gesamte Gesellschaft, denn ein Handelsunternehmen spiegelt wie kein anderes die gesellschaftlichen Bedingungen, die wirtschaftlichen Verhältnisse und das bürgerliche Leben seiner Zeit wider.

Somit ist diese Chronik auch eine Zeitreise durch die deutsche Geschichte von 1920 bis 2020 und vermittelt zahlreiche Erkenntnisse über 100 bewegte Jahre Zeitgeist und Weltgeschehen, Weitsicht und Fortschritt, Entschlossenheit und Tatkraft. Handel ist bekanntlich Wandel, aber Wandel ist auch Handel, denn Kaufleute haben immer ihre Zeit geprägt und ihre Welt und unser Leben verändert und wir folgen ihren Spuren in 100 Jahren Handelsgeschichte und Handelsgeschichten.

Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist – diese Erkenntnis des Schriftstellers und Politikers Victor Hugo beschreibt gut den Antrieb zur Bildung von Genossenschaften in Europa seit 1800 und in Deutschland seit 1850. Die 34 Gründungsmitglieder der

Der geschäftsführende Vorstand



Mark Rosenkranz
(Sprecher)

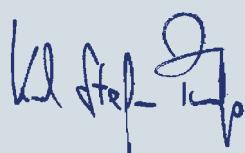


Ulf-U. Plath



Stephan Wohler

Der ehrenamtliche Vorstand



Karl Stefan Preuß



Horst Röthemeier



Wilhelm Behrends

Gemeinschaft, Unterstützung und Verlässlichkeit – Werte, auf die eine bis heute anhaltende Erfolgsgeschichte aufbaut.

„Weserkauf Kolonialwaren-Bezugsgenossenschaft“ schrieben am 24. November 1920 in der Gaststätte „Grüner Wenzel“ mit dem Gesellschaftsvertrag ihres Gemeinschaftsunternehmens das erste Kapitel einer bis heute anhaltenden Erfolgsgeschichte. Sie entstand mit dem Ziel der Behauptung im Wettbewerb durch Gemeinschaft, Unterstützung und Verlässlichkeit und belohnt mit einer bis ins Jahr 2020 anhaltenden Marktführerschaft im heutigen Absatzgebiet in 6 Bundesländern den Mut und die Kraft aller seitdem in der EDEKA Minden-Hannover zusammengeschlossenen Kaufleute und der für sie tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

566 Genossenschaftsmitglieder und mehr als 73.800 Beschäftigte werden im Jubiläumsjahr 2020 in rund 1.500 Märkten, an 7 Lagerstandorten, in 8 Produktionsstätten und mit 3 Verwaltungsstandorten einen Umsatz von 10 Milliarden Euro erwirtschaften.

Der Aufsichtsrat

Stefan Ladage
(Vorsitzender)

Jan Stepaniak
(stellvertretender
Vorsitzender)

Stefanie Brehm

Reiner Götz

Roland Höhne

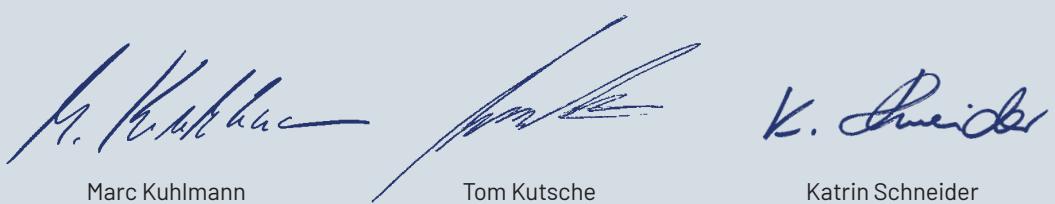
Ingo Kirchhoff

Man sollte die Vergangenheit kennen, um die Gegenwart zu verstehen und die Zukunft zu gestalten – auch hierzu dient unsere Firmenchronik. Die Betrachtung der Unternehmensentwicklung als Pflichtübung für alle Beteiligten seit 100 Jahren lässt die verlässliche Wahrnehmung von Verantwortung in der Vergangenheit ebenso erkennen wie den nachhaltigen Erfolg in der Gegenwart und die begründete Zuversicht für die Zukunft, denn *Zeit ist der Freund wunderbarer Unternehmen und der Feind mittelmäßiger Unternehmen.*

In diesem Sinne blicken wir mit Dankbarkeit für die Leistungen unserer Vorgänger auf das Erreichte zurück und freuen uns mit Ihnen auf die zukünftige Entwicklung der EDEKA Minden-Hannover.

Wir danken allen Wegbegleitern, Zeitzeugen und Fachleuten für ihre Beiträge zu diesem anregenden Stück Zeitgeschichte und wünschen eine erfreuliche Lektüre.

Der Aufsichtsrat



Marc Kuhlmann Tom Kutsche Katrin Schneider

Thorsten Wucherpfennig



die
Liebe
wächst!



AUFKLAPPEN & ENTDECKEN

... WEIL ALLES AUS DEM HERZEN KOMMT.

KARL UPHOFF, HATTEN

... weil es ganz genau passt.
Alles.

Bert Lohmann, Gnarrenburg

**... WEIL AUF VERTRAUEN UND
ACHTUNG GEBAUT WIRD.**

MARTIN EISBRENNER, WEYHAUSEN

... weil EDEKA meiner Familie und
mir die Chance zur **Selbstständigkeit**
gegeben hat.

**... weil man damit Berge
versetzen kann.**

Katja Prang, Berlin

Frank Stöckel, Dissen

**... WEIL WIR ALLE GEMEINSAM
BLAU-GELB SIND.**

MANFRED KRUSE, MARIENHAFÉ

**... WEIL DIE LEIDENSCHAFT,
LEBENSMITTEL ZU VERKAUFEN, IN
UNSEREM BLUT FLEIßT.
UND WEIL SELBST **MITZUGESTALTEN**
EIN WERTVOLLES GUT IST.**

FRANK DAMEROW, BREMEN

... weil Tradition verpflichtet.

Sonja Wilke, Vlotho

... WEIL WIR EIN TEAM SIND.

BERND BÜLOW, HALLE

... weil ich die **Chance bekommen
habe, mich und meine Mitarbeiter
zu entwickeln.**

Daniela Künneke, Oberkirchen



...WEIL ICH LEBENSMITTEL LIEBE
UND FÜR MEINEN MARKT,
FÜR MEINE MITARBEITER UND
FÜR MEINE KUNDEN LEBE.

KATRIN BIENEK, HALBERSTADT

... WEIL WIR UNSERE
LEIDENSCHAFT AUCH DIE NÄCHSTEN
100 JAHRE IM HERZEN BEHALTEN. KAUFLEUTE
AUS LIEBE. EDEKA AUS LEIDENSCHAFT.

HEIKO JANSEN, SCHORTENS

... weil wir eine starke
Gemeinschaft sind.

Gerd Zegarek, Langenhagen

... weil wir fest
an das glauben,
was wir tun.

Klaus Warnken, Edewecht

...WEIL SIE
FÜR EWIG IST.

DANIELA IDEN, BERLIN

... weil wir unsere Ziele
und Visionen umsetzen.

Jürgen Bolinger, Bad Eilsen

eidemann C ntwaren-Geschäft





1888 – 1928

DIE ANFANGS- JAHRE



1920 schließen sich 34 Kolonialwarenhändler aus Minden und Umgebung zur „Weserkauf“-Einkaufsgenossenschaft zusammen und begründen damit die heutige EDEKA Minden-Hannover. Seit Ende des 19. Jahrhunderts findet die Genossenschaftsidee im Lebensmitteleinzelhandel immer mehr Anhänger und so folgen der ersten, 1888 von Kolonialwarenhändlern und Drogisten in Frankfurt an der Oder ins Leben gerufenen Einkaufsgenossenschaft (Vorläufer von EDEKA) rasch weitere.

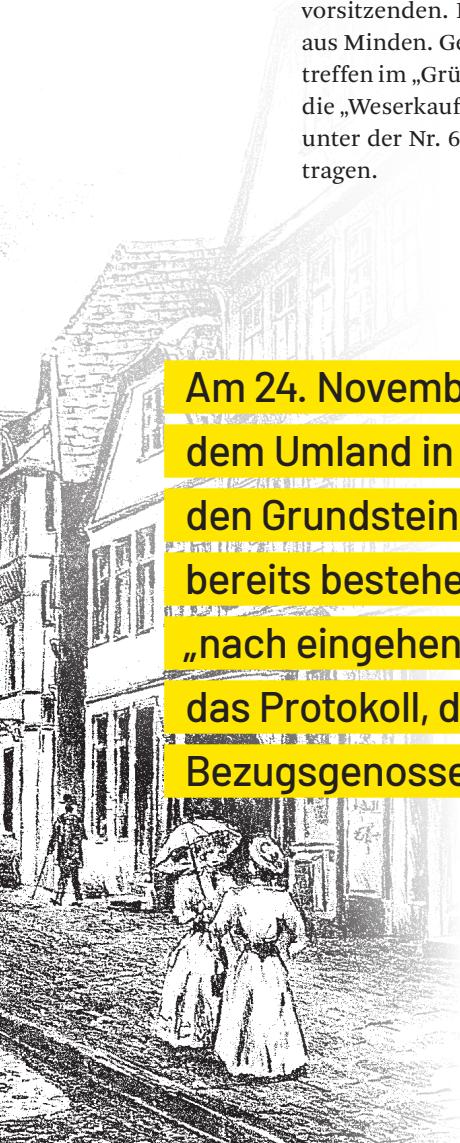
Im Ersten Weltkrieg und in den unsicheren Zeiten danach wächst der 1907 gegründete EDEKA Verband auf rund 580 Mitgliedsgenossenschaften an. 1927 tritt auch die „Weserkauf“ dem Verband bei – und kann im Folgejahr ihren Umsatz fast verdreifachen auf 140.400 Reichsmark.



DIE GRÜNDUNG DER „WESERKAUF“ IN MINDEN

1920





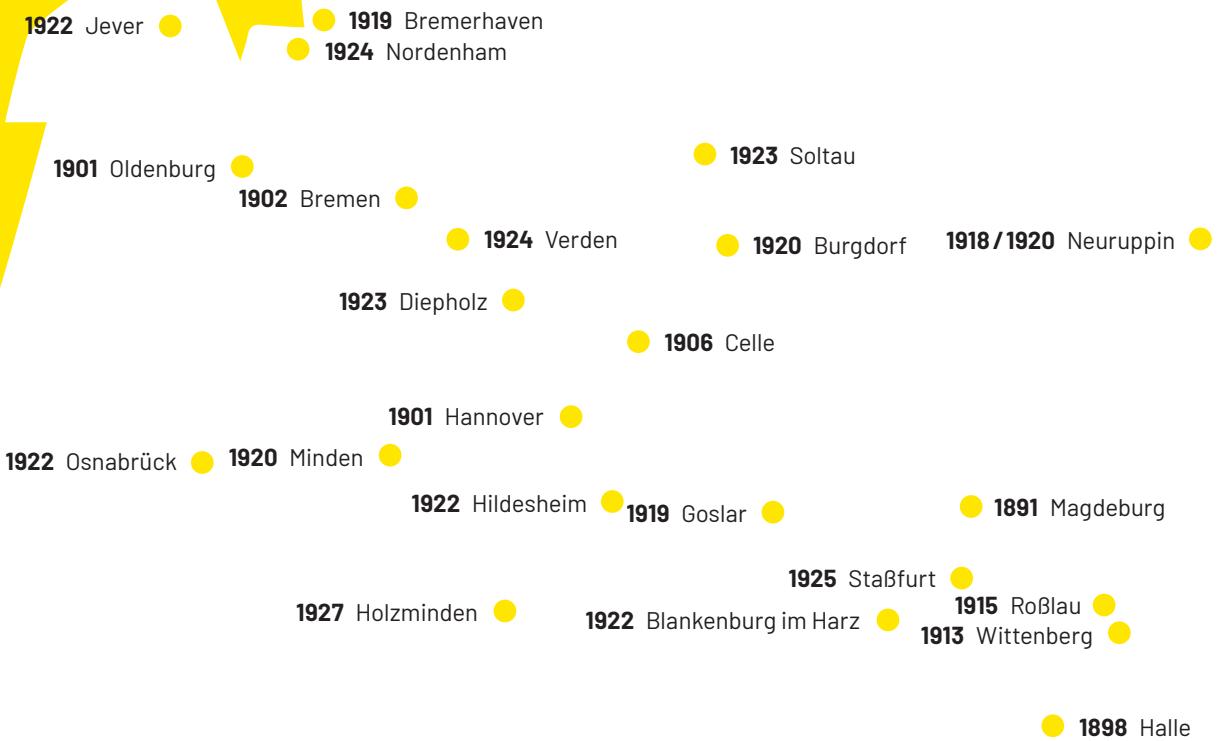
Die Ziele der neu gegründeten Genossenschaft sind laut § 1 des Statuts „Kommissions-, Speditions- und Lagerhausgeschäfte mit Lebens- und Futtermitteln und anderen Waren, wie sie Kolonialwarenhändler verkaufen,“ sowie „ gegenseitige Unterstützung in wirtschaftlichen und in berufsständischen Angelegenheiten aller Art.“

Die meisten Gründungsmitglieder stammen aus Minden selbst: Allein in der Königstraße gibt es fünf Kolonialwarengeschäfte, deren Inhaber der „Weserkauf“ betreten. Sechs Kaufleute haben ihre Geschäfte im Umland, unter anderem in Lahde und Holzhausen. Das Gründungsstatut unterschreiben auch eine Handvoll Frauen, darunter Franziska Wienand aus Minden sowie Anna Becker aus Dützen. Noch am Gründungstag bestimmt der frisch gewählte Aufsichtsrat den Mindener Kaufmann Gustav Kirchhoff zum Vorstandsvorsitzenden. Erster Geschäftsführer wird Otto Belbe aus Minden. Genau einen Monat nach dem Gründungstreffen im „Grünen Wenzel“, am 24. Dezember 1920, wird die „Weserkauf“ beim preußischen Amtsgericht Minden unter der Nr. 64 in das Genossenschaftsregister eingetragen.

Die Anfänge sind bescheiden. Eigene Geschäftsräume besitzt die „Weserkauf“ zunächst nicht. Die Mitglieder treffen sich wahrscheinlich in Mindens Gasthäusern und legen dort bei dem einen oder anderen Glas Bier den Einkaufsbedarf für die nächsten ein bis zwei Wochen fest. Die Waren werden anfangs in der Pöttcherstraße in der oberen Altstadt gelagert, vermutlich in Lagerräumen eines Genossen. Per Handkarren oder Pferdefuhrwerk holen die Mitglieder sie ab. Weil die „Weserkauf“ keine Angestellten hat, übernimmt einer der Genossen zusätzlich zu seinem eigenen Geschäft Gemeinschaftseinkauf und Abrechnung.

Am 24. November 1920 kommen 34 Kaufleute aus Minden und dem Umland in der Gaststätte „Grüner Wenzel“ zusammen – und legen den Grundstein für die EDEKA Minden-Hannover. Nach dem Vorbild bereits bestehender Einkaufsgenossenschaften beschließen sie „nach eingehender Besprechung und Beratung der Statuten“, so das Protokoll, die Errichtung der „Weserkauf Kolonialwarenhändler-Bezugsgenossenschaft für Minden und Umgebung“.

In der Gaststätte „Grüner Wenzel“ gründen 1920 34 Kaufleute die Genossenschaft „Weserkauf“ – Keimzelle der heutigen EDEKA Minden-Hannover.



DIE ERSTEN EDEKA-GENOSSEN- SCHAFTEN

Am 21. August 1888 schließen sich in Frankfurt an der Oder 36 Kolonialwarenhändler erstmals zu einer Einkaufsgenossenschaft zusammen, um gemeinsam bessere Preise auszuhandeln. Angesichts der wachsenden Konkurrenz durch Konsumvereine, Warenhäuser und Filialbetriebe findet die Idee überall im deutschen Kaiserreich rasch Nachahmer. 1898 entsteht mit der „Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Thorbezirk“ in Berlin das Wort- und Bildzeichen EDEKA. Vor allem in den unsicheren 1920er-Jahren mit politischen Unruhen und wirtschaftlichen Krisen treten zahlreiche weitere Kaufleute den bestehenden EDEKA-Genossenschaften bei oder gründen neue.

1919 Prenzlau
1919 Schwedt

1888 Frankfurt an der Oder

1922 Bernau

1898 Berlin

1889 Brandenburg

1920 Lübbenau
1889 Cottbus

Bis heute tragen die Mitglieder der EDEKA als selbstständige Kaufleute allein die wirtschaftliche Verantwortung für ihre Geschäfte. Mit ihren Gremien Vorstand, Aufsichtsrat und Generalversammlung sind die EDEKA-Genossenschaften basisdemokratisch organisiert.

Kolonialwarenhändler schließen sich 1888 zur ersten Einkaufsgenossenschaft in Frankfurt an der Oder zusammen.

36

Anzahl der EDEKA-Genossenschaften in Deutschland

Jahr	Anzahl
1888	2
1893	30
1905	59
1918	194
1923	578

Was darf es heute sein?
Bis in die 1960er-Jahre
sind die EDEKA-Läden
Bediengeschäfte, in
denen die Mitarbeiter
die Waren für jeden
Kunden einzeln ab-
wiegen und verpacken.



Im Vergleich zu heute sind die EDEKA-Geschäfte
der ersten Stunde winzig: Mit rund 30 Quadratmetern
sind manche kaum größer als ein Wohnzimmer.
Oft befinden sich die Läden im Wohnhaus des Kaufmanns.

MESSINGWAAGEN UND ZUCKERTÜTEN

Das Herzstück des Verkaufsraums ist ein blitzblank gescheuerter Ladentisch, auf dem große Messingwaagen prangen, die abends auf Hochglanz poliert werden. Hinter dem Verkaufstisch stehen hohe Regale mit unzähligen Schubfächern für Waren. Große Zuckerhüte zieren die Abschlusskanten der Regale.

Die ersten EDEKA-Geschäfte sind reine Bedienläden. Das heißt: Der Kaufmann stellt die Einkäufe für jeden einzelnen Kunden zusammen, berät bei der Auswahl, wiegt die Waren ab, verpackt sie in Papiertüten oder füllt sie in mitgebrachte Gläser und Kannen. Das Sortiment um-

fasst vor allem Grundnahrungsmittel wie Mehl, Zucker und Gries, daneben Öl, Essig, Senf und Gewürze, Kakao, Schokolade, Wein und Kaffee. Von den EDEKA-Genossenschaften beziehen die Kaufleute anfangs nur das Trockensortiment. Alles andere kaufen sie im privaten Fachgroßhandel. Speiseöl, Essig und Wein werden in 25-Liter-Korbflaschen oder Fässern geliefert, Marmelade und Schmierseife in großen Blecheimern. Kaffee kommt in großen Säcken in den Läden und wird dort auf offenem Koksfeuer geröstet.



DIE ANFANGSJAHRE Im Tante-Emma-Laden



Arbeitszeiten von zwölf Stunden und mehr sind die Regel für die EDEKAner der ersten Stunde, hier zu sehen das Ehepaar Wucherpfennig vor seinem ersten Geschäft in der Bödekerstraße in Hannover.



1888 - 1928

Neben losen Waren verkaufen die ersten EDEKA-Kaufleute auch Markenprodukte wie Zwieback oder Suppenwürfel. Die industriell hergestellten und fertig verpackten Waren kommen um die Jahrhundertwende auf, werden allerdings anfangs von manch einem Kunden misstrauisch beäugt, der fürchtet, in den vorgepackten Tüten könne schlechtere Qualität stecken. In der Regel nicht beim EDEKA-Kaufmann erhältlich sind damals Fleisch, Brot, Milch, frisches Obst und Gemüse. All dies besorgt die Hausfrau in Fachgeschäften – und das fast täglich, denn ohne Kühlschrank gibt es kaum Möglichkeiten, frische Lebensmittel für einen längeren Zeitraum zu Hause aufzubewahren.



Bezahlt wird bar oder die Kunden lassen über einen längeren Zeitraum anschreiben und begleichen beispielsweise am Monatsende ihre Rechnungen. Vor allem auf dem Land und in kleineren Städten ist der „Borgkauf“ weit verbreitet. Für den EDEKA-Kaufmann hat das Anschreiben Vor- und Nachteile: Zwar birgt es das Risiko von Zahlungsausfällen, bindet jedoch gleichzeitig die Kunden an sein Geschäft.

Eigene Angestellte haben nur die wenigsten EDEKA-Läden. Meist wird der Kaufmann von seiner Frau unterstützt, auch die Kinder müssen früh mit anpacken. Der Arbeitstag ist lang: Viele EDEKA-Geschäfte haben von morgens um 5 bis abends um 21 Uhr geöffnet, und das an sieben Tagen in der Woche. Erst 1919 beschränkt ein neues Gesetz die Ladenöffnungszeiten von 7 bis 19 Uhr und führt die Sonntagsruhe ein. Doch vor allem auf dem Land hält sich kaum jemand daran und so kommen die Kunden auch weiterhin sonntags oder spätabends zu ihrem EDEKA-Kaufmann.

NEU IM REGAL!

*Um 1900 beginnt auch die Ära der Marken.
Viele erfolgreiche Markenprodukte von damals
finden sich bis heute im Regal.*



1891
Leibniz Butterkeks



1893
Dr. Oetker Original Backin



1899
Maggi-Würze



1901
Milka



1901
Erdal



1903
Vivil



1904
Penaten



1906
Kellogg's



1907
Persil



1920
Ata



1924
Rama





Gefüllt bis an die Decke:
Impression aus dem
EDEKA-Markt der Familie
Wucherpfennig in
Hannover, 1920er-Jahre.



Mitte November 1915 bekommt Augusta Bilepp aus Roßlau bei Dessau Feldpost aus einem Reservelazarett: Ihr verwundeter Mann Carl stellt ihr eine Generalvollmacht für alle geschäftlichen Angelegenheiten aus.

EDEKAner IM FOKUS

ALS FRAU IHREN MANN STEHEN

Im Ersten Weltkrieg übernehmen überall in Deutschland Frauen die EDEKA-Geschäfte ihrer Männer, wenn diese eingezogen werden. 1917 sind mehr als die Hälfte der EDEKA-Kaufmänner aus Bremen an der Front.

Wie viele andere Kaufmannsfrauen führt Augusta Bilepp, seit ihr Mann an die Front musste, das Geschäft allein – dank Generalvollmacht nun auch offiziell. Wenige Tage später, am 15. November 1915, trifft sie sich im Roßlauer „Hotel zum Bären“ mit 22 anderen Kaufleuten, darunter viele Frauen – und schließt sich mit ihnen zum „Einkaufsverein der Kolonialwarenhändler zu Roßlau an der Elbe“ zusammen. In die Mitgliedsliste trägt sich Augusta Bilepp unter dem Namen ihres Mannes ein.

Von der EDEKA-Genossenschaft versprechen sich Augusta Bilepp und die anderen Kaufleute Unterstützung in harten Zeiten. Denn zur Sorge um Ehemänner, Söhne und Brüder an der Front und zur oft harten Arbeit im Geschäft kommt die Lebensmittelrationierung. Weil die deutsche Regierung nicht mit einem langen Krieg gerechnet und deswegen keine Vorräte angelegt hat, werden Nahrungsmittel knapp. Ab 1915 werden Grundnahrungsmittel nur gegen Lebensmittelkarten abgegeben, für viele Waren gelten staatlich festgesetzte Höchstpreise. Im Zuge der Lebensmittelzwangsbewirtschaftung ergießt sich eine wahre Flut an Vorschriften über Augusta Bilepp und die anderen EDEKAner: Bis 1918 regeln rund 8.400 Gesetze und 33.000 Verordnungen den Handel mit Nahrungsmitteln. Trotzdem können die EDEKA-Geschäfte im „Steckrübenwinter“ 1916/17 die Bevölkerung nicht einmal mehr mit dem Nötigsten versorgen. Überall im Kaiserreich hungern die Menschen und müssen sich mit Ersatzprodukten, wie aus Bucheckern gepresstem Öl, behelfen.

MILLIARDEN- PREISE

IM WINTER 1923 KOSTETE ...

1 Suppenwürfel

250.000 MARK

1 Ei

320 MILLIARDEN MARK



1 kg Brot

5,6 MILLIARDEN MARK

1 l Milch

360 MILLIARDEN MARK

1 kg Kartoffeln

90 MILLIARDEN MARK



Deutsche Inflation 1914 bis 1923

Die deutsche Inflation von 1914 bis November 1923 war eine der radikalsten Geldentwertungen in großen Industrienationen. Die Vorgeschichte dieser Hyperinflation findet sich in der Finanzierung des Ersten Weltkriegs.

Mit nur fünf Worten umreißt die EDEKA Wittenberg in ihrem Telegramm an die Industrie- und Handelskammer (IHK) Halle am 8. August 1923 die dramatisch zugespitzte Lage: „mangels fett wird bevölkerung unruhig“.



TELEGRAMM DER EDEKA WITTENBERG

Überall in Deutschland schießen im August 1923 die Lebensmittelpreise in astronomische Höhen. Während in Berlin ein Pfund Butter Anfang des Monats noch 300.000 Mark kostet, sind es zwei Wochen später bereits 1,8 Millionen Mark. Die EDEKA-Genossenschaften können ihre Mitglieder kaum noch mit Waren versorgen, in manchen Städten kommt es zu Plünderungen und Uhruhen. Weil die EDEKA Wittenberg Schmalz aus dem Ausland importieren will, drängt sie per Telegramm auf „erlaubnis devisen beschaffung“. Noch am selben Tag stellt die IHK die gewünschte Devisenhandelsbescheinigung aus.

Das auf diese Weise beschaffte Fett wird die Not in Wittenberg vorerst gelindert haben. Doch die Preise klettern weiter. Auf dem Höhepunkt der Hyperinflation im November 1923 lässt die Reichsbank als höchsten Wert einen Geldschein über 100 Billionen (100.000.000.000.000) Mark drucken. Erst die Einführung der Rentenmark ab 15. November 1923 beendet das Inflationschaos – und ermöglicht der EDEKA Wittenberg ebenso wie den anderen Genossenschaften auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover eine Rückkehr zur Normalität.



Logo mit Signalwirkung:
Schaufenster eines EDEKA-
Geschäfts in Hildesheim,
Ende der 1920er-Jahre.

1911

Aus der Abkürzung E. d. K. für
„Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler“
wird der Markenname EDEKA.



1912

Der EDEKA Verband
bringt erstmals Eigenmarken
auf den Markt.



1922

In den 1920er-Jahren kennzeichnen
immer mehr Kaufleute ihre Geschäfte
mit der EDEKA-Schleife.





1927

BEITRITT DER „WESERKAUF“ ZUM EDEKA VERBAND

Bis jetzt hat die Genossenschaft nicht so recht Tritt gefasst: Mit 49.400 Reichsmark ist der Umsatz überschaubar, die Zahl der Mitglieder ist auf 29 gesunken – fünf weniger als im Gründungsjahr. Im Vergleich zu den Genossenschaften in Bremen und Berlin mit mehreren Hundert Mitgliedern und Jahresumsätzen in Millionenhöhe ist die „Weserkauf“ ein kleines Licht.

Das soll sich mit der EDEKA-Mitgliedschaft ändern. Aus schlaggebend für den Beitritt zum 1907 gegründeten EDEKA Verband sind für die Mindener vermutlich die Vorteile beim Warenbezug. Denn als Teil der EDEKA-Familie mit inzwischen knapp 600 Mitgliedsgenossen-

schaften profitiert die „Weserkauf“ von den günstigen Konditionen, die die EDEKA ZENTRALE mit den Lebensmittelproduzenten aushandelt. Außerdem können die Mindener Genossen nun auch die EDEKA-Eigenmarken anbieten, darunter Mehl, Margarine, Nudeln, Frucht- und Gemüsekonserven sowie Malzkaffee.

Attraktiv ist auch die Unterstützung bei der Werbung. Die Reklameabteilung des EDEKA Verbands stattet die Kaufleute mit Plakaten, Prospekten und Flugblättern aus und bietet eine Zeitschrift zur kostenlosen Verteilung in den Geschäften an: Mit Nähaneitungen, Rezepten und Fortsetzungsromanen richtet sich „Die kluge

Einstimmig beschließt die Generalversammlung der Mindener „Weserkauf“ am 30. Oktober 1927 den Beitritt zum EDEKA Verband und zur EDEKA ZENTRALE.

Hausfrau“ in erster Linie an die weibliche Kundschaft. Gleichzeitig finden die Mitglieder der „Weserkauf“ Anregungen für die Einrichtung ihrer Geschäfte und die Schaufenstergestaltung in der Verbandszeitschrift „handelsrundschau“ sowie im Jahr 1925 erstmals aufgelegten Ratgeber „Das Schaufenster des EDEKA-Kaufmanns“. Für die Faschingszeit empfiehlt das Buch ein Themenfenster mit „Papierschlangen, Konfetti, allerlei

Karnevals-Tand und wohl auch ein in der Ecke sitzender Kater, der, in Verbindung mit umgefallenen Wein- und Likörflaschen, auf das lustige Treiben zu diesen Karnevalsfesten hinweist“. Nach dem Beitritt zum EDEKA Verband geht es für die „Weserkauf“ bergauf: 1928 können sich die Mindener über einen Jahresumsatz von 140.400 Reichsmark freuen – im Vergleich zum Vorjahr hat sich der Umsatz damit fast verdreifacht.

Bremer bunte Finken
Eintopf aus weißen und grünen Bohnen mit Schweinebauch, Kartoffeln, Porree, Zwiebeln und Petersilie

Berliner Beamtenstippe
gebratenes Schweinemett und rustikaler Kartoffelstampf

Gebackener Spreewald-Aal
in Weißbierteig gebacken, mit Kräutersoße serviert

Falscher Hase
Hackbraten

Dithmarscher Mehlbeutel
mit geräuchertem Schweinebauch

Fotzel-Schnitten
oder Armer Ritter

Rheinische Pepse
sauer eingelegter Braten aus der Schweinekeule



BELIEBTE REZEpte

Steckrüben

Brotsuppe

Thüringer Rotwurst
mit sauren Specklinsen

Sahnegulasch mit Butternudeln

Kohlriüben mit gebackenen Pfahlmuscheln

Thüringische Zampe
Kartoffelbrei

Erbswurst mit Speck und Kartoffeln

Salzfleisch mit Sauerkraut

Gekochter Stockfisch mit Senfsoße

Haferschleim

Abgebräunte Kalbsfüße

Kartoffelmehlsuppe





1929 – 1947

WIRTSCHAFTS-
KRISE,
WELTKRIEG
UND WIEDER-
AUFBAU



In der Weltwirtschaftskrise gerät die „Weserkauf“ in einen Abwärtssog – und verbucht 1931 einen Verlust von über 22.000 Reichsmark. Nach der Machtgreifung treten zahlreiche EDEKAner der nationalsozialistischen Partei bei und unterstützen das NS-Regime. Im Gegensatz zu den meisten anderen EDEKA-Genossenschaften profitiert die Mindener Genossenschaft zunächst nicht vom Wirtschaftsaufschwung im Dritten Reich und schrumpft auf nur noch sieben Mitglieder.

Erst als Georg Teichmann 1936 Geschäftsführer wird, geht es für die EDEKA Minden wieder bergauf. Doch der Zweite Weltkrieg bringt neue Belastungen für die EDEKA-Familie mit sich: Kaufleute und Genossenschaftsmitarbeiter müssen an die Front, im Bombenkrieg werden Lager und Geschäfte zerstört. Nach Kriegsende bessern sich die Zeiten vorerst nicht. Hunger und Plünderungen bestimmen den Alltag der Genossenschaften und erschweren den Wiederaufbau.

A black and white photograph showing a section of the Berlin Wall. In the foreground, a large, dark rectangular sign is mounted on a metal frame. The sign features the text "YOU ARE NOW LEAVING THE BRITISH SECTOR" in bold, white, sans-serif capital letters. Above the sign, the wall itself is visible, made of large, light-colored concrete blocks. On top of the wall, there is a metal railing and some debris or equipment. In the background, through the openings in the wall, a city street with buildings and parked cars can be seen. The overall scene conveys a sense of division and historical significance.

YOU ARE
NOW LEAVING
THE BRITISH SECTOR



Eine typische Szene während der Wirtschaftskrise: Die Heilsarmee sorgt für kostenlose Mahlzeiten.

Es ist ein großer Tag für die EDEKA-Kaufleute in Minden: Am 29. März 1932 bezieht die Genossenschaft erstmals ein eigenes Gebäude. Mit rund 100 Quadratmetern ist das ehemalige Spritzenhaus in der Brüderstraße 1 zwar nicht groß, doch Lager und Kontor finden dort Platz und mit 60 Reichsmark ist die Miete erschwinglich.



EINZUG INS ALTE SPRITZEN- HAUS

Für die Mindener ist es ein Neuanfang in harten Zeiten. Denn wie viele andere EDEKA-Genossenschaften schreiben auch sie rote Zahlen: 1931 weist die Bilanz einen Verlust von 22.229,16 Reichsmark aus. Seit Deutschland nach dem Zusammenbruch der New Yorker Börse am 24. Oktober 1929 in den Strudel der Weltwirtschaftskrise geraten ist, gehen Firmen massenhaft pleite, Hunderttausende verlieren ihren Job. 1931 liegt die Arbeitslosenquote bei über 34 Prozent. Weil Sozialleistungen immer weiter gekürzt werden, kommen viele kaum über die Runden und müssen sparen, wo sie können – auch an Lebensmitteln. Gleichzeitig verzeichnet der Lebensmittelhandel drastische Preisrückgänge und die Gewinnmargen schrumpfen. In der Krise müssen immer mehr Kaufleute aufgeben – und die Mindener Genossenschaft verliert Mitglieder: 1931 hat die „Weserkauf“ nur noch 17 Genossen. Um nach außen hin als Teil der EDEKA-Familie erkennbar zu sein, ändert die Genossenschaft am 18. Mai 1931 den Namen in „EDEKA Großhandel Minden“. Davon erhofft sich die Genossenschaft endlich einen Aufschwung.



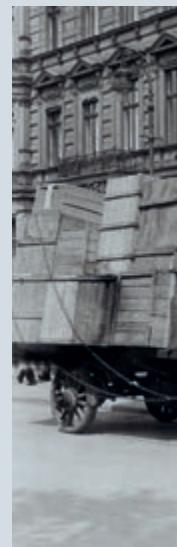
Das alte Spritzenhaus wird zum ersten „Zentrallager“ und Verwaltungsgebäude der Mindener EDEKA-Kaufleute.

LOGISTIK IST ALLES

Ende des 19. Jahrhunderts liefern die ersten EDEKA-Genossenschaften die Waren per Handkarren an die Kaufleute aus oder lassen die Lebensmittel von den Genossen abholen.



1904 schafft die EDEKA Berlin als eine der ersten Genossenschaften ein Pferdegespann an – und kann damit die Kaufleute schneller als bisher mit Waren versorgen. Als im Zweiten Weltkrieg Lastwagen für militärische Zwecke beschlagnahmt werden, steigen viele Genossenschaften wieder auf Pferdekraft um. 1944 vergrößert die EDEKA Goslar ihren „Fuhrpark“ um ein drittes Pferd.



VOM HANDKARREN ZUM E-LASTER

Ob Einkaufsgenossenschaft der ersten Stunde oder modernes Handelsunternehmen im 21. Jahrhundert: Das EDEKA-Kerngeschäft ist und bleibt die Beschaffung von Waren und die Belieferung der Mitgliedsgeschäfte. Allerdings ändern sich die Transportmittel im Laufe der Zeit erheblich.

Weil im Zweiten Weltkrieg die meisten Fahrzeuge beschlagnahmt oder bei Bombenangriffen zerstört werden, müssen die EDEKA-Genossenschaften ihre Fuhrparks nach Kriegsende neu aufbauen. Im Dezember **1945** gelingt es der EDEKA Minden, „einen fast neuen Lastwagen zu kaufen“, so der Geschäftsbericht.





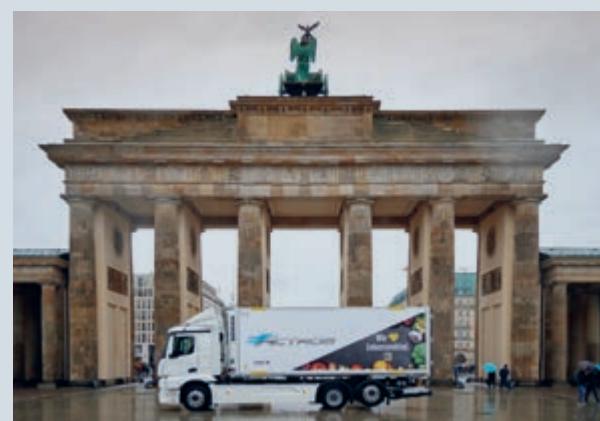
In den Wirtschaftswunderjahren geht es rasch bergauf: **1951** umfasst die Fahrzeugflotte der Mindener fünf Autos, drei Lieferwagen, sechs Lastwagen sowie zwei Anhänger.



Als sich **1972** die EDEKA Minden und die EDEKA Hannover zusammenschließen, besteht der Fuhrpark der fusionierten Genossenschaft aus 101 Lkw.

Sie sind mit Hebebühnen ausgestattet und können insgesamt mehr als 500.000 Rollbehälter transportieren. Die fahrbaren Behältnisse erleichtern den Kaufleuten die Arbeit erheblich, denn nun müssen sie die Waren nicht mehr wie bisher zu den Regalen tragen, sondern können sie bequem rollen.

2018 nimmt die EDEKA Minden-Hannover als eines der ersten Unternehmen in Europa einen vollelektrischen Lastwagen in ihre mehr als 1.100 Fahrzeuge umfassende Flotte auf. Der 25-Tonner hat mit vollen Batterien eine Reichweite von bis zu 200 Kilometern und beliefert die Geschäfte in Berlin. Weil die Reduzierung der CO₂-Emissionen zu ihren wichtigsten Nachhaltigkeitszielen gehört, setzt die EDEKA Minden-Hannover außerdem auf eine höhere Auslastung der Fahrstrecken und vermeidet Leerfahrten.



Die hohe Arbeitslosigkeit und das
wachsende soziale Elend führen Anfang
der 1930er-Jahre dazu, dass extreme
Parteien wie die Nationalsozialistische
Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP) immer
größeren Zulauf haben.



Am 30. Januar 1933 wird der „Führer“ der NSDAP, Adolf Hitler, Reichskanzler. Er und seine Gefolgsleute setzen die demokratischen Grundrechte außer Kraft und überziehen Deutschland mit Terror und Unterdrückung. Weil die Nationalsozialisten den Einzelhandel unterstützen und mit der Machtergreifung für die oft von Juden geführten Warenhäuser sowie die der Arbeiterbewegung nahestehenden Konsumvereine schwere Zeiten anbrechen, hat das NS-Regime unter den EDEKAnern zahlreiche Anhänger.

Als „aktiver Mitarbeiter der nationalen Revolution“, so die „handelsrundschau“, vollzieht der EDEKA Verband noch im Frühjahr 1933 die „Gleichschaltung“ – dies gilt auch für die Mitglieder der EDEKA Minden. 1936 werden die EDEKA-Kaufleute auf dem Verbandstag in Leipzig aufgerufen: „Benutzt den Ladentisch als Kanzel für die Aufklärungsarbeit und helfet dem Führer, das Vaterland vom Auslande unabhängig zu machen.“ Die Verbandszeitschrift wird zum Sprachrohr der NS-Propaganda: Um „an dem Wiederaufbau der deutschen Volkswirtschaft mitzuhelfen, u. a. durch Bevorzugung deutscher Waren“, empfiehlt die „handelsrundschau“ den EDEKA-Kaufleuten im Mai 1933, in die Schaufenster ihrer Geschäfte Plakate mit der Aufschrift „Deutscher Boden! Deutscher Handel! Deutsche Kraft!“ zu hängen.

Auch Kaufleute auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover treten der NSDAP bei. Mit 29 Prozent ist bei der EDEKA Wittenberg der Anteil an „Parteigenossen“ etwa doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung. Auch EDEKAner an der Spitze von Genossenschaften werden Mitglied der NSDAP, darunter der Geschäftsführer der EDEKA Hannover, ein Vorstandsmitglied der EDEKA Oldenburg und der Vorsitzende des Aufsichtsrats der EDEKA Brake.

„MITARBEITER DER NATIONALEN REVOLUTION“

Gleichzeitig bekennen sich einzelne EDEKA-Genossenschaften öffentlich zur NS-Regierung. So erklärt es die EDEKA Bremen 1933 in ihrem Geschäftsbericht als „ihre Pflicht (...), die neue Regierung in jeder Weise zu unterstützen“. 1935 appelliert die EDEKA Neuruppin an ihre rund 70 Mitglieder, „die Lehre Adolf Hitlers immer wieder aufs Neue den Lauen und Wankelmütigen unter ihren Kunden zu verkünden“. Außerdem nehmen einzelne EDEKA-Genossenschaften an NS-Veranstaltungen teil, so die EDEKA Potsdam, die sich am 1. Mai 1933 „geschlossen“ am „Tag der nationalen Arbeit“ beteiligt. Die EDEKA Goslar schmückt für einen Umzug ihren Wagen mit Hakenkreuzfahnen. Einige Genossenschaften auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover unterstützen darüber hinaus die Bemühungen der NS-Regierung, Einfluss auf die Freizeitgestaltung der „Gefolgschaftsmitglieder“ zu nehmen, wie Arbeiter und Angestellte im Dritten Reich heißen, um sie so in die nationalsozialistische „Volksgemeinschaft“ zu integrieren. Die EDEKA Neuruppin bezahlt ihren Mitarbeitern Fahrten der nationalsozialistischen Gemeinschaft „Kraft durch Freude“ (KdF). Schließlich unterstützen manche EDEKA-Genossenschaften NS-Organisationen auch finanziell.

Die Mindener haben schwere Jahre hinter sich. Im Gegensatz zu den meisten anderen EDEKA-Genossenschaften fassen sie trotz des reichsweiten Wirtschaftsaufschwungs unter der NS-Regierung nicht Tritt und machen nach wie vor Verluste. 1934 entzieht der EDEKA Verband die EDEKA-Firmierung, die EDEKA BANK verhängt eine Kreditsperre. Die „Weserkauf“, wie sich die Genossenschaft nun wieder nennen muss, wird Untermitglied der EDEKA Hameln. Um Kosten zu sparen, muss das alte Spritzenhaus gekündigt werden. Anfang 1936 gehören der „Weserkauf“ nur noch die „sieben Aufrechten“ an, so Karl-Heinz Preuß über die verbliebenen Kaufleute.

Nun soll Georg Teichmann es richten. Auf Weisung des EDEKA Verbands wird er 1936 Geschäftsführer der „Weserkauf“. Der aus Schlesien stammende Kaufmann hat sich zuvor in den Zweigniederlassungen der EDEKA ZENTRALE in Breslau und Glogau seine ersten Spuren verdient. Als er nach Minden kommt, findet er als einzige Mitarbeiter einen kaufmännischen Lehrling und eine Halbtagskraft vor. Doch Teichmann sprüht vor Aktivität und kann auf seinen Akquise touren zahlreiche neue Kaufleute gewinnen, darunter auch Karl Preuß mit seinen beiden Geschäften in Minden und Barkhausen.

MIT DEM FAHRRAD AUF AKQUISETOUR

EDEKAner
IM
FOKUS

Georg Teichmann wird mit 23 Jahren Geschäftsführer der „Weserkauf“ und bleibt 35 Jahre lang ein führender Kopf der EDEKA Minden eG.



Energisch tritt der junge Mann
in die Pedale: Georg Teichmann,
23 Jahre alt und frischgebackener
Geschäftsführer der Mindener
Einkaufsgenossenschaft, hat noch
einiges vor. Mit dem Fahrrad besucht
er Lebensmittelhändler in Minden
und Umgebung, um sie davon
zu überzeugen, der Genossenschaft
beizutreten.







Rationierung von Lebensmitteln:
Vier Tage vor Kriegsbeginn sind Ende
August 1939 Nahrungsmittel nur noch
gegen Lebensmittelkarten erhältlich.

Noch bevor am 1. September 1939
mit dem deutschen Einmarsch
in Polen der Zweite Weltkrieg
beginnt, werden überall im
Deutschen Reich Lebensmittel-
karten ausgegeben.

Händler schnitten
beim Verkauf der Ware
die entsprechenden
Marken ab, klebten sie
auf Sammelbögen und
erhielten dafür einen
amtlichen Bezugs-
schein, um beim Groß-
händler oder Importeur
wieder die gleiche
Menge zu bestellen.



Ab Ende August 1939 sind bestimmte Nahrungsmittel wie Fleisch, Milch, Zucker und Fett nur noch gegen Abgabe entsprechender Abschnitte der Karten erhältlich. Für den EDEKA-Kaufmann bedeutet das zusätzliche Arbeit: Als „Pionier der Heimatfront“, so die „handelsrundschau“, muss er oft bis spät abends die Abschnitte bündeln und sie alle paar Tage beim Ernährungsamt abgeben. In den Geschäften von Karl Preuß ist es nach Ladenschluss „Familienaufgabe“, die Schnipsel der Lebensmittelkarten zu sortieren und aufzukleben.

Gleichzeitig wird die Verdunkelung eingeführt: Um bei Luftangriffen feindlichen Fliegern die Orientierung zu erschweren, müssen bei Dunkelheit sämtliche Fenster und Türen beklebt oder verhangt werden. Damit die Kunden nicht an einem komplett schwarzen Geschäft vorbeilaufen, rät die „handelsrundschau“, „eine deutliche

Kennzeichnung des Ladens“ zu schaffen, indem aus dem schwarzen Verdunkelungspapier auf dem Schaufenster der Name des Geschäfts ausgeschnitten und mit Transparentpapier beklebt wird.

Je länger der Krieg dauert, desto stärker leiden Geschäfte und Genossenschaften unter den Auswirkungen. Trotz der Rationierung werden Lebensmittel knapp. Immer mehr EDEKAler müssen an die Front, auch Geschäftsführer Georg Teichmann. Das Kontor der EDEKA Minden leitet nun zwar Fräulein Ridder, doch Teichmann lässt es sich während seiner Fronturlaube nicht nehmen, in der Kutenhauser Straße nach dem Rechten zu sehen. Auch in den EDEKA-Geschäften übernehmen, wie schon im Ersten Weltkrieg, Frauen die Verantwortung. Um Kontakt zu den eingezogenen Mitarbeitern und Kaufleuten zu halten, schicken viele EDEKA-Genossenschaften regelmäßig Briefe und Geschenke an die Front.

Mit den Massenbombardements erreicht der Krieg die „Heimatfront“. Genossenschaftshäuser auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover versinken in Schutt und Asche, so in der Nacht auf den 9. Oktober 1943 auch das Lager- und Verwaltungsgebäude der EDEKA Hannover. „Nur zwei beladene Lkw“ können „unter Lebensgefahr“ in Sicherheit gebracht werden, alles andere verbrennt. Auch EDEKA-Märkte werden bei Luftangriffen getroffen: Bis 1945 werden allein in Bremen 65 EDEKA-Geschäfte vollständig ausgebombt, weitere 34 müssen wegen Teilzerstörung geschlossen werden.

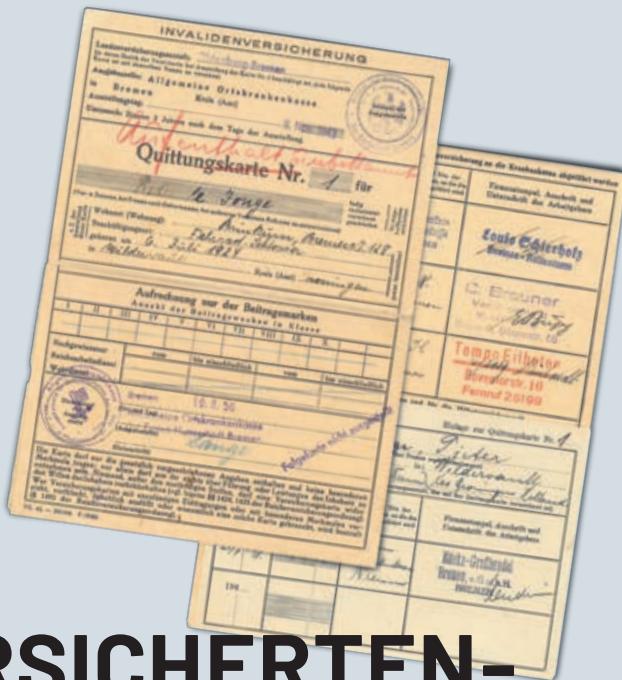
„PIONIER DER HEIMAT- FRONT“



Bezugsscheine für Margarine und andere Lebensmittel, die in EDEKA-Märkten in Hannover eingesetzt wurden.



„EDEKA-Großhandel Bremen“ steht im Feld „Firmenstempel“ auf der Versichertenkarte von J. Der 1924 im niederländischen Wildervank geborene Mann ist einer von mindestens vier Zwangsarbeitern auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover.



VERSICHERTEN-KARTE DES ZWANGS-ARBEITERS J.

Insgesamt werden zwischen 1939 und 1945 mehr als zwölf Millionen Kriegsgefangene und Zivilisten aus allen Teilen Europas ins Deutsche Reich verschleppt und zur Arbeit gezwungen. Oft leben sie unter erbärmlichen Bedingungen, viele sterben an Unterernährung oder Krankheiten. Der Form halber sind die Zwangsarbeiter oft bei den Allgemeinen Ortskrankenkassen (AOK) versichert, so auch J.

Weil außer seiner Versichertenkarte keine Dokumente zu ihm erhalten sind, ist unklar, welche Tätigkeit er bei der EDEKA Bremen verrichtet, ob er ausreichend Nahrung bekommt oder ob er geschlagen und drangsaliert wird.

Boykottpropaganda gegen jüdische Geschäfts-inhaber am 1. April 1933.





LEBENSMITTEL FÜR DIE ILLEGALITÄT

Fritz Hiller kennt die Frau seit Jahren: Margarethe Wilhelm ist die Witwe seines einstigen Geschäftspartners, des Getreidegroßhändlers Louis Wilhelm. Nun braucht sie dringend seine Hilfe. Margarethe Wilhelm ist Jüdin und soll in ein Vernichtungslager deportiert werden. Gemeinsam mit ihrer Schwester Elisabeth Schwarz taucht sie am 13. Januar 1942 unter. Doch für das Leben als „U-Boote“, wie Juden in der Illegalität genannt werden, brauchen die beiden Frauen Lebensmittel. Fritz Hiller, Personalchef bei der EDEKA Berlin, versorgt sie mit dem Nötigsten und treibt sogar Medikamente für die zuckerkranke Margarethe Wilhelm auf. Doch den Strapazen der Illegalität und der permanenten Angst, entdeckt zu werden, ist sie nicht gewachsen: Am 28. November 1942 nimmt sich Margarethe Wilhelm das Leben. Ihre Schwester wird 1943 nach Auschwitz verschleppt und dort ermordet.



*EDEKAner
IM
FOKUS*



1929 - 1947

BRITISCHE SOLDATEN ALS WACHE FÜR DAS EDEKA-LAGER

Jetzt heißt es handeln, weiß Theodor Düßler, Geschäftsführer der EDEKA Celle. Es ist Frühjahr 1945. Der Krieg ist zwar zu Ende, doch die Menschen hungern – und sind in ihrer Not zum Äußersten bereit. Überall in Deutschland wird geplündert und gestohlen. Viele EDEKA-Genossenschaften verlieren im Chaos nach der Kapitulation ihre gesamten Vorräte. Nun ziehen auch durch Celles Innenstadt Plünderer und nähern sich dem Lager der EDEKA in der Kronestraße. Um Waren, Büromaterial und den Fuhrpark, bestehend aus einem Pferdegespann und einem nicht einsatzfähigen Holzgas-Lastkraftwagen, zu retten, überzeugt Düßler die britische Besatzungsmacht, eine Wache zu stellen – und bewahrt die EDEKA Celle vor der Ausplünderung.





1948 – 1971

**ES GEHT
AUFWÄRTS!**





In den Wirtschaftswunderjahren erlebt die EDEKA Minden einen rasanten Aufschwung – und verbucht zum Teil zweistellige Zuwachsraten. Gleichzeitig ändert sich einiges in den Geschäften: Immer mehr EDEKA-Kaufleute stellen auf Selbstbedienung um und bieten Tiefkühlkost an.

1961 schließt sich die EDEKA Minden mit der EDEKA Osnabrück zusammen und wagt im Jahr darauf den Sprung ins Großverbrauchergeschäft: 1962 eröffnet in Bad Oeynhausen der erste C+C-Markt der Genossenschaft. Im Einzelhandel folgt 1968 das in Eigenregie betriebene „City-Einkaufszentrum“ in Herford. Zwei Jahre später hat die EDEKA Minden-Osnabrück doppelt Grund zu feiern: 50 Jahre nach ihrer Gründung erzielt sie 1970 erstmals über 250 Millionen D-Mark Umsatz – und ist damit unangefochtene Nummer eins im EDEKA-Verbund.





Geschäftsführer Georg Teichmann, 1949 aus russischer Kriegsgefangenschaft zurückgekehrt, stockt die Belegschaft zwischen 1950 und 1952 von 40 auf 65 auf. Weil auch das Lager und der größer werdende Fuhrpark mehr Platz brauchen, kauft die EDEKA Minden das Dreiringwerk und zieht 1953 in das ehemalige Fabrikgebäude im Westfalenring 39. Im neuen EDEKA-Haus befinden sich neben Teichmanns Privatwohnung und seinem „Chefzimmer“ Räume für die Registratur und die Buchhaltung, die Verkaufs- und die Rechnungsabteilung, die Telefonzentrale, ein Dekorationsraum, eine Schlosserei und eine Tischlerei.

UMZUG INS DREIRINGWERK

Anfang der 1950er-Jahre wird es in der Kutenhauser Straße eng für die EDEKA Minden. Denn seit die Einführung der D-Mark 1948 den Wirtschaftsaufschwung in der Bundesrepublik eingeläutet hat, erlebt die Genossenschaft Boomjahre.



Das Herzstück des neuen EDEKA-Hauses ist das 9.000 Quadratmeter große Lager. Es erstreckt sich über drei Etagen und ist mit Wendelrutschen sowie Transportbändern ausgestattet. In der hauseigenen Kaffeerösterei wird die Eigenmarke „Graf Bohni“ hergestellt. Teil des Lagers ist auch die Spirituosen- und Weinkellerei, in der ein Kellermeister Likör und Korn brennt. Außerdem wird Wein aus Fässern in Flaschen abgefüllt. Dazu muss man den Wein mithilfe eines Schlauchs ansaugen: „Wer damit dran war, konnte anschließend gleich Feierabend machen“, erinnert sich Mitarbeiter Heinz Stade.

1953

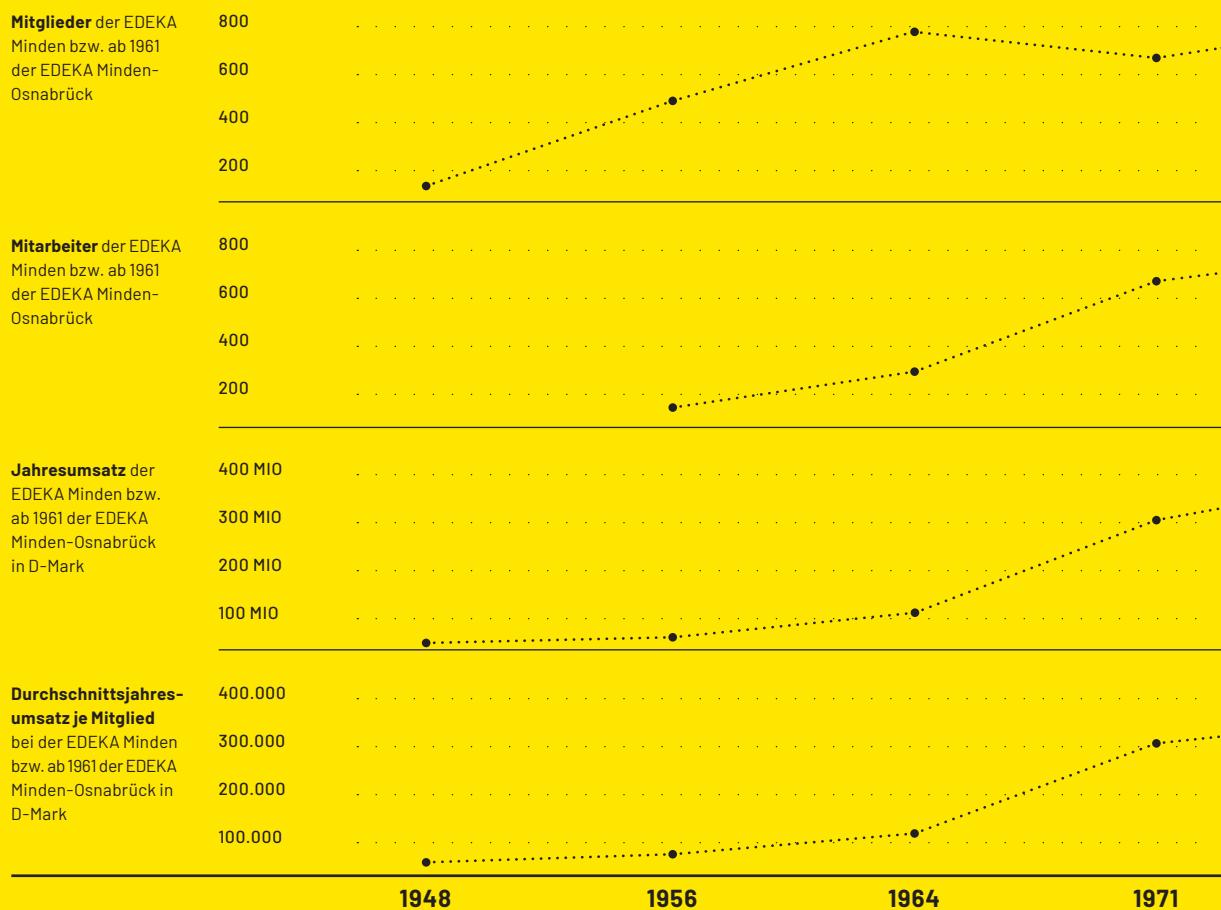


In den Büros im Dreiringwerk ist noch vieles Handarbeit: Rechnungen und Bestelllisten werden einzeln getippt, und wenn einmal im Monat die Löhne bar ausbezahlt werden, muss der Empfang quittiert werden. Mit Schreibtätigkeiten sind Mitte der 1950er-Jahre rund 20 meist weibliche Mitarbeiter beschäftigt. Für die EDEKA Minden sind außerdem zehn Reisende unterwegs. Mit VW-Bullis besuchen sie regelmäßig die EDEKA-Kaufleute, stellen ihnen aktuelle Artikel vor, nehmen Bestellungen auf – und verkaufen manche Waren wie Tee und Kakao direkt vom Wagen. Jeden Samstag müssen sie in Minden „antanzten“, und Geschäftsführer Teichmann Rapport erstatten, erzählt Dirk Schlüter.

Made in Minden: Neben „Graf Bohni“-Kaffee stellt die EDEKA Minden auch eigene Weine, Schnäpse und Liköre her.



Mehr Platz: 1953 bezieht die EDEKA Minden ein altes Fabrikgelände, auf dem Verwaltung, Lager, Rösterei und Brennerei unterkommen.

NUR BERGAUF**DIE EDEKA MINDEN IM
„WIRTSCHAFTSWUNDER“**

Anzahl der Mitglieder mit einem Jahresumsatz über 100.000 DM	Verbreitung des Kühlschranks in bundesdeutschen Haushalten	Anteil der Ausgaben privater Haushalte für Nahrungsmittel	<i>Die 1950er- und 1960er-Jahre stehen im Zeichen des Aufschwungs. Die einschlägigen Indizes in der Bundesrepublik kennen nur eine Richtung: nach oben. Auch für die EDEKA Minden brechen goldene Zeiten an. „Es ging nur bergauf“, erinnert sich Karl-Heinz Preuß, später Aufsichtsratsvorsitzender.</i>
1950	1	10 %	44 %
1955	32	k.A.	k.A.
1958	k.A.	21 %	k.A.
1960	147	k.A.	38 %
1962	k.A.	52 %	k.A.
1965	440	k.A.	k.A.
1970	519	k.A.	25 %
1973	k.A.	93 %	k.A.



In der Zeit des Wirtschaftswunders klingeln bei vielen EDEKA-Kaufleuten die Kassen. Neu ist die Technik: Moderne Registrierkassen sind mit einer Druckeinheit für den Kassenbeleg versehen.



In den Schaufenstern der ostdeutschen Konsum-Geschäfte, wie hier in der Verkaufsstelle in der Haldenslebener Hagenstraße, sind neben den Waren immer wieder auch Propagandabanner zu sehen.

VORWURF: WIRTSCHAFTS- SABOTAGE

**EDEKAner
IM
FOKUS**

Mehr als 30 Jahre lang war Paul Hummel Geschäftsführer der EDEKA Königs Wusterhausen. Doch in der sozialistisch ausgerichteten Planwirtschaft der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) ist für seine Genossenschaft kein Platz mehr: Weil der Lebensmittelhandel über die 1948 gegründete staatliche Handelsorganisation (HO) und die Konsumgenossenschaften

abgewickelt werden soll, werden die EDEKA-Genossenschaften kaltgestellt und dürfen seit 1952 keine Waren von volkseigenen Betrieben kaufen. Ende 1952 führen die Behörden eine „Großaktion mit dem Ziele der endgültigen Liquidierung“ durch und verlangen von Paul Hummel „die sofortige Einstellung des Geschäftsbetriebes, die Übergabe der Büro- und Lagerräume und des Fuhrparks an die HO“, wie er später berichtet. Als Hummel sich weigert, erscheinen in seinem Büro „10 Beauftragte der Geheimen Staatskontrolle, der Kriminalpolizei und des Finanzamtes zur Überprüfung“. Unter vier Augen sagt ihm einer der Männer, dass EDEKAner in anderen Teilen des Landes „unter den fadenscheinigsten Vorwänden“ verhaftet und wegen „Wirtschaftssabotage“ verurteilt worden seien. Paul Hummel zögert nicht lange – und fliegt mit seiner Familie in den Westen.



Ost-Berlin, Anfang der 1950er-Jahre:
An der Sektorengrenze hinter dem Reichstag
lässt die DDR-Regierung Hinweise zu
naheliegenden HO-Geschäften aufstellen.





Rasch packt Paul Hummel ein paar Kleidungsstücke und seine wichtigsten Papiere. Dann fährt er mit seiner Frau Ilse und der 16-jährigen Tochter Helga nach Berlin. Am 5. März 1953 überquert die Familie die Grenze in den Westteil der Stadt – und ist in Sicherheit.

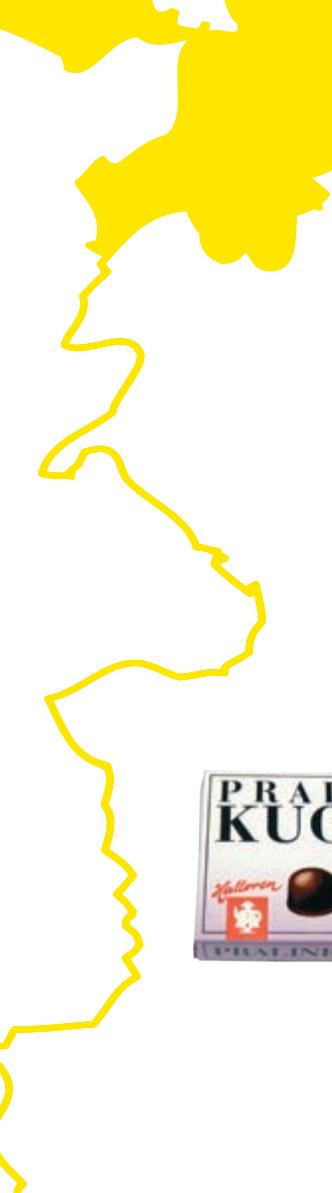
GETEILTE WARENWELT

DIE DEUTSCH-DEUTSCHE MARKENWELT

Wie das Land, so teilt sich auch die deutsch-deutsche Markenwelt.

In beiden deutschen Staaten werden Produkte in den 1950er- und 1960er-Jahren beworben, um für mehr Konsum zu sorgen. Doch anders als im Westen endet in der DDR um 1975 die Produktwerbung.







1953 stellt in Saarbrücken erstmals ein EDEKA-Markt auf Selbstbedienung (SB) um. Andere Kaufleute bieten zunächst nur einen Teil der Waren in Selbstbedienung an, so die Familie Preuß, die 1954 ihr Stammgeschäft in Barkhausen mit Regalen für einige vorverpackte Produkte zu einem „Tempoladen“ umrüstet. 1957 setzen immer mehr EDEKAner im Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover komplett auf SB, darunter auch Hinrich Schröder in Schwitschen am Rand der Lüneburger Heide: „Im April gilt es nun Abschied zu nehmen vom alten Ladentresen, an dem mein Großvater schon seine Kunden bediente. Wer wie ich (...) stark in der Tradition verwurzelt ist, dem fällt solch ein Schritt nicht leicht.“ Die Vorteile für die Kaufleute liegen jedoch auf der Hand: Weil sie nicht mehr jeden Artikel selbst abwiegen und verpacken

In den 1950er-Jahren verändert sich der Lebensmitteleinzelhandel in der Bundesrepublik grundlegend:
Nachdem Supermarkt-Pionier Herbert Eklöh bereits
1938 nach amerikanischem Vorbild in Osnabrück das
erste deutsche Selbstbedienungsgeschäft eröffnet hat,
breitet sich die neue Verkaufsmethode nun rasant aus.



Beim Schlendern durch die Regalreihen der modernen Selbstbedienungsgeschäfte packen die Kunden oft zusätzlich Produkte ein, die sie eigentlich gar nicht auf dem Einkaufszettel hatten. Den EDEKA-Kaufmann freut's.

müssen, sparen sie Zeit – und Kosten. Ein SB-Laden wirft bis zu 30 Prozent mehr ab als ein Bediengeschäft. Aus Käufersicht spricht für die neuen Märkte, dass der Einkauf zügiger vonstattengeht: „Tempo! Tempo! ist die Devise unserer Zeit! Der Erfolg im Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft wird weitgehend davon abhängen, wie schnell der Kunde abgefertigt wird“, so die „handelsrundschau“. Zwischen 1958 und 1964 steigt im EDEKA-Verbund der Anteil an SB-Läden von 17 auf 30 Prozent. Bei der EDEKA Minden-Osnabrück ist 1964 bereits jedes zweite Geschäft ein SB-Markt.

Hand in Hand mit der Umstellung auf SB geht die Ausweitung des Sortiments. Nach der „Fresswelle“ in der ersten Hälfte der 1950er-Jahre rückt nun manch ein Bundesdeutscher seinem „Wohlstandsbauch“ mit Diätprodukten, wie Cornflakes und Leinsamen, zu Leibe. Daneben haben frisches Obst und Gemüse Hochkonjunktur, vor allem Südfrüchte wie Bananen. Als eine der ersten Genossenschaften verfügt die EDEKA Minden 1956 über eine entsprechende „Spezial-Abteilung“.

Bei immer mehr EDEKA-Kaufleuten erhältlich ist auch Tiefkühlkost (TK). Nachdem tiefgekühlte Waren erstmals 1955 auf der „Allgemeinen Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung“ (Anuga) in Köln vorgestellt wurden, treten sie mit der zunehmenden Verbreitung von Kühl-schränken in bundesdeutschen Haushalten rasch ihren Siegeszug an. Weil bei tiefgekühltem Obst und Gemüse das zeitraubende Putzen entfällt und bei TK-Fleisch das Ausnehmen, empfiehlt der EDEKA Verband die Aufnahme ins Sortiment: „In der heutigen Zeit nämlich will die Hausfrau es sowohl beim Einkaufen als auch bei der Zubereitung der Gerichte in ihrer Küche so einfach und so bequem wie möglich haben – und dabei hilft ihr die Tiefkühlkost.“ Als Vorreiter baut die EDEKA Minden 1956 im Dreiringwerk einen TK-Raum als „modernste Speisekammer“ für tausende fortschrittliche Verbraucher“ ein und beliefert mit einem „Tiefkühl-Spezialfahrzeug“ die ersten 130 Tiefkühltruhen in den Mitgliedsgeschäften. Bis 1964 steigt ihre Zahl auf 700. Damit bieten 97 Prozent der EDEKA-Märkte Tiefkühlkost an.



**TEMPO!
TEMPO!**



In den Wirtschaftswunderjahren sind Südfrüchte kein unerschwinglicher Luxus mehr. 1960 beliefern zehn Spezialfahrzeuge der EDEKA Minden die Kaufleute unter anderem mit frischen Grapefruits und Bananen.



DIE FUSION ZUR EDEKA MINDEN- OSNABRÜCK

1961

Beide Genossenschaften sind davon überzeugt, dass den immer größer werdenden Industriepartnern starke Handelsbetriebe gegenüberstehen sollen. Beim EDEKA Verband sieht man das allerdings anders. Als EDEKAner der alten Schule fürchtet Verbandsdirektor Paul König, bei einem Zusammenschluss in dieser Größenordnung könne die genossenschaftliche Basis leiden: „Was Sie tun, ist nicht aufbauen, sondern zerstören.“





In den 1960er-Jahren schaltet sich die EDEKA Minden-Osnabrück in die Werbung ein. Die Hausdruckerei versorgt die Kaufleute mit Flugblättern und Plakaten.

Am 24. August 1961 schließen sich die
EDEKA Minden und die EDEKA Osnabrück
zusammen – ein „Novum auf Bundesebene“,
so Geschäftsführer Georg Teichmann.



Nach der Fusion: Der Fuhrpark der EDEKA Minden-Osnabrück Mitte der 1960er-Jahre.

1962 betritt die frisch fusionierte EDEKA Minden-Osnabrück gleich zweimal Neuland: In Bad Oeynhausen eröffnet der „MIOS-Großhandel“, der erste Cash-and-Carry-Markt (C+C-Markt) der Genossenschaft, in dem sich unter anderem Großkunden aus der Gastronomie und Hotellerie sowie Betreiber von Tankstellen, Kiosken und Krankenhäusern eindecken können. Im selben Jahr entsteht mit dem „MIOS Discounthaus“ in Minden erstmals ein 180 Quadratmeter großer Gemeinschaftssupermarkt, an dem neben der EDEKA Minden-Osnabrück 20 EDEKA-Kaufleute beteiligt sind. Der Erfolg gibt der Genossenschaft Recht: Mit einem Jahresumsatz von 96 Millionen D-Mark steht die EDEKA Minden-Osnabrück 1963 auf Platz eins im EDEKA-Verbund.

Der Zusammenschluss zur EDEKA Minden-Osnabrück ist der Auftakt für weitere Fusionen auf dem Gebiet der heutigen EDEKA Minden-Hannover: 1964 verschmelzen die EDEKA Bremen und die EDEKA Delmenhorst, 1965 gehen die Genossenschaften in Hildesheim und Alfeld zusammen. Gleichzeitig entwickeln sich die Regionalgenossenschaften zu „Full-Service-Genossenschaften“, so die EDEKA Minden-Osnabrück in ihrem Jahresbericht 1965. Das heißt: Neben dem gemeinsamen Einkauf unterstützen sie die Mitgliedsgeschäfte bei der Ladengestaltung, der Buchhaltung sowie beim Bilanz- und Steuerwesen und pflegen den Kontakt zu den Verbrauchern. Ein besonderer Schwerpunkt ist die Werbung. 1964 investiert die EDEKA Minden-Osnabrück über 620.000 D-Mark in Reklame, unter anderem in Inserate in 21 verschiedenen Tageszeitungen und 250.000 Flugblätter.



Unruhig wälzt sich EDEKA-Kaufmann Heinz Schlüter hin und her. Er findet keinen Schlaf. Denn die EDEKA Minden-Osnabrück will in Eigenregie ein großes SB-Warenhaus errichten – und das in Herford, in unmittelbarer Nähe zu seinem eigenen Geschäft.

SCHLAFLOSE NÄCHTE

Mit seinen 3.650 Quadratmetern Verkaufsfläche liegt das 1968 eröffnete „City-Einkaufszentrum“ voll im Trend: Zwischen 1965 und 1970 entstehen in der Bundesrepublik 650 großflächige Supermärkte. Für die Kunden ist das SB-Warenhaus mit seiner riesigen Auswahl eine „Einkaufsrevolution“: Neben einer großen Obst- und Gemüseabteilung gibt es eine Käsetheke mit mehr als 100 verschiedenen Sorten. Außerdem verfügt der Markt als einer der ersten im Absatzgebiet der EDEKA Minden-Osnabrück über eine Frischfleischtheke mit Wurst und Fleischwaren aus der 1967 errichteten genossenschaftseigenen Zentral-

fleischerei. Als zwei Kollegen von EDEKA-Kaufmann Heinz Schlüter, die Aufsichtsratsmitglieder Herbert Ohler und Bruno Reis, das „City-Einkaufszentrum“ kontrollieren, sind sie mehr als zufrieden: Der Markt mache „einen betont gut aufgeräumten und sauberen Eindruck“ und werde „von straffer Hand geführt“, vermerken sie im Prüfungsprotokoll.

Die befürchteten Auswirkungen auf die EDEKAner im Umfeld bleiben aus. Auch Heinz Schlüter reagiert flexibel in Sortiment und Dienstleistung und kann wieder ruhig schlafen.



Kundenandrang im Herforder City-Einkaufszentrum, um 1970.

UMZUG IN DIE
WITTELSBACHER-
ALLEE



Anregungen für den Neubau
ihrer Zentrale holt sich die Leitung
der EDEKA Minden-Osnabrück
auf einer Studienreise durch die USA.



Beim Umzug 1964 schaffen 58 Lkw in
48 Stunden rund 4.000 Tonnen Ware
vom Dreiringwerk in die Wittelsbacherallee.



Mit 10.000 Quadratmetern Fläche und
8.000 Palettenplätzen ist das neue Lager für
damalige Verhältnisse gigantisch groß.



Drei- bis viermal pro Woche lädt die EDEKA
Minden-Osnabrück interessierte Kundinnen
zu einer Besichtigung ein. Höhepunkt der
„Hausfrauen-Nachmitte“: eine Runde des
legendären MIOS-Cocktails, bestehend aus
Rum und Orangensaft.

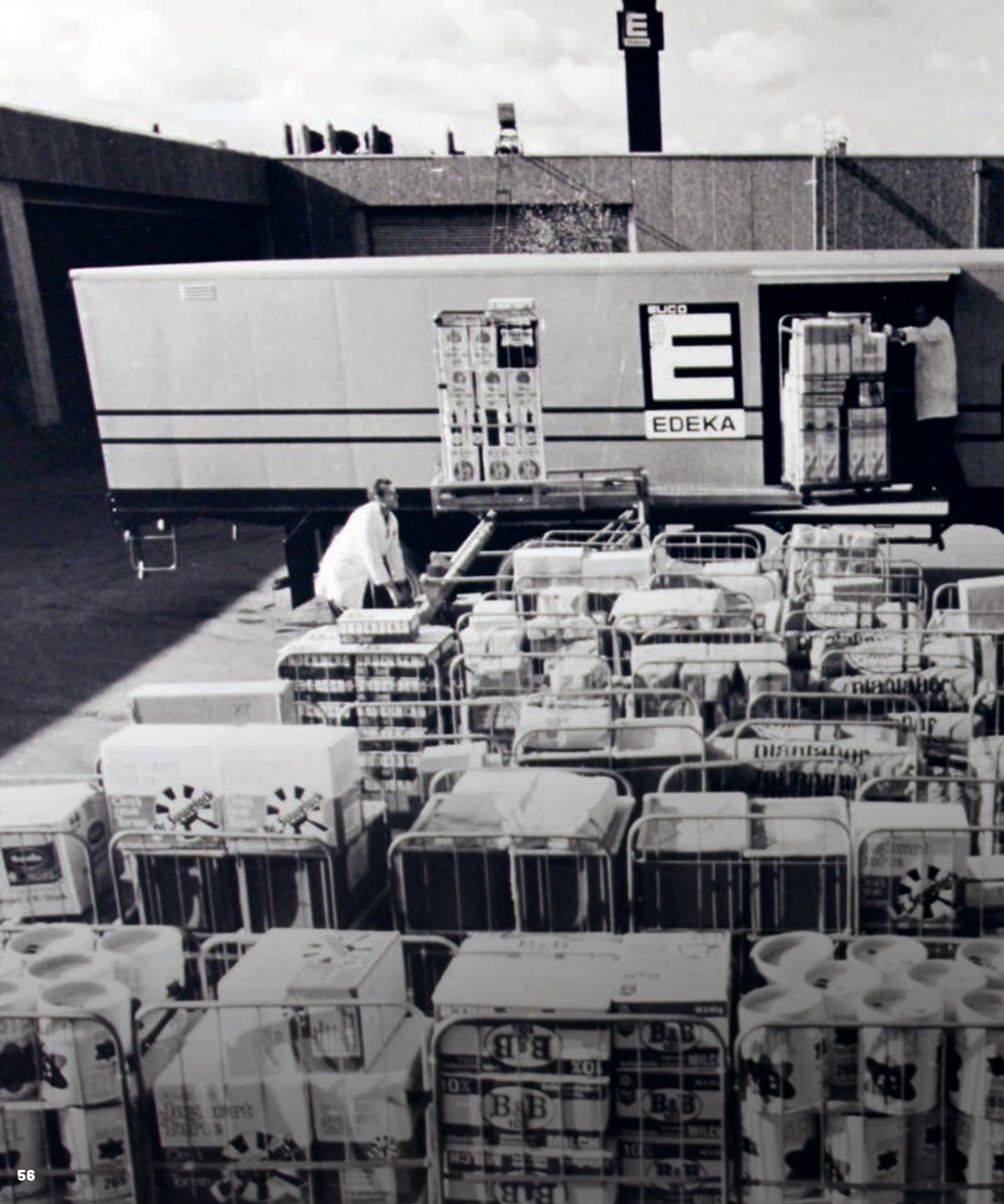
Den Refrain „Umsatz, Umsatz, Umsatz täterä“
schmettern die Mitglieder des
Aufsichtsrats vor jeder Sitzung.



EDEKA-LIED

Das EDEKA-Lied entsteht in einem Jahr mit „zwei besondere[n] Meilensteine[n]“, so der Geschäftsbericht 1964. Im September zieht die EDEKA Minden-Osnabrück in die Wittelsbacherallee 61, bis heute Sitz der Genossenschaft. Am Jahresende gibt es ein zweites Mal Grund zu feiern: Mit 107 Millionen D-Mark ist

der Umsatz erstmals neunstellig – Rekord im EDEKA-Verbund. Als Dankeschön lässt die Geschäftsführung silberne Gedenkmünzen für die Mitarbeiter prägen und verteilt Postkarten mit dem EDEKA-Lied: „Wir halten fest und treu zusammen. Hipp hipp hurra, die EDEKA.“





1972 – 1989

AUFSTIEG
ZUM FLAGG-
SCHIFF DER
EDEKA-GRUPPE



Durch den Zusammenschluss zur EDEKA Minden-Hannover entsteht 1972 die mit Abstand größte EDEKA-Genossenschaft in der Bundesrepublik. Als mit Ölkrise und Rezession die goldenen Wirtschaftswunderjahre enden, eröffnet die EDEKA Minden-Hannover als Pionier im EDEKA-Verbund die ersten Discount-Märkte.

1979 gelingt mit einem Umsatz von 1,038 Milliarden D-Mark der Sprung über die Milliardengrenze. Durch weitere Fusionen und Beteiligungen, unter anderem am Bäckereibetrieb Schäfer's, entsteht ein breit aufgestellter Unternehmensverbund. Um den Austausch untereinander und mit den Kaufleuten zu fördern, finden ab 1985 wöchentliche Warenbörsen statt.

Ende der 1980er-Jahre steigt die EDEKA Minden-Hannover bei der langjährigen Mitgliedsfirma Wilhelm Klages ein – und baut damit ihren Vorsprung weiter aus.



Die Fusion ist noch von Georg Teichmann eingefädelt worden, doch weil er am 22. November 1971 einem Herzinfarkt erliegt, erlebt er die „stolze Krönung seines Lebenswerkes“, so ein Nachruf, nicht mehr. Teichmann war es auch, der den Aufsichtsrat auf eine arbeitsfähige Größe brachte. Als bei einer ersten Sitzung aller Aufsichtsräte der drei Genossenschaften „der Raum aus allen Nähten platzte“, erinnert sich Karl-Heinz Preuß, bat Teichmann alle Anwesenden, die Kaufleute aufzuschreiben, die ihrer Meinung nach für den Aufsichtsrat besonders geeignet waren – und verkleinerte das Gremium so auf unter zehn Mitglieder.

An der Spitze der fusionierten EDEKA Minden-Hannover mit ihren 956 Mitgliedern stehen Artur Burkell und Joachim Schmidt aus Minden sowie Wilhelm Hartmann von der EDEKA Hannover. Die mit Abstand größte EDEKA-Genossenschaft in der Bundesrepublik erwirtschaftet mit 1.081 Mitgliedsgeschäften, 28 Regiomärkten und sechs C+C-Betrieben einen Jahresumsatz von 459 Millionen D-Mark. Allerdings knirscht es in der

ersten Zeit. Eindringlich appelliert Artur Burkell an alle Mitarbeiter und Genossen: „Probleme werden nicht damit gelöst, dass man mit Achselzucken auf die ‚Anderen‘ verweist, die doch heute gar keine Anderen mehr sind. Um das Miteinandersprechen darf ich Sie heute noch einmal herzlich bitten.“

Weil genossenschaftsrechtliche und steuerliche Probleme einer „nachhaltigen Entwicklung der Genossenschaft als Marktfaktor“ entgegenstehen, so der Geschäftsbericht 1972, ändert sich, wie auch bei anderen EDEKA-Genossenschaften, parallel zur Fusion die Gesellschaftsstruktur: Am 1. Januar 1972 entsteht die EDEKA Minden-Hannover Handelsgesellschaft mbH, an der neben den drei Genossenschaften die EDEKA-Einzelhändler als stille Gesellschafter sowie die EDEKA-Zentralhandelsgesellschaft beteiligt sind. Die „DNA“ der EDEKA wird jedoch nicht angetastet: Der EDEKA-Kaufmann ist und bleibt das „entscheidungsbildende Element“, so der Geschäftsbericht 1972.

Am 1. Januar 1972 schließen sich die
EDEKA Minden-Osnabrück, die EDEKA
Hannover und die EDEKA Hildesheim-Alfeld
zur EDEKA Minden-Hannover zusammen.



Frisch in die Märkte:
Erdbeeren aus Bulgarien werden direkt auf dem Rollfeld in die Lastwagen der EDEKA Minden-Hannover umgeladen.



FUSION ZUR EDEKA MINDEN- HANNOVER

1972





AUSBILDUNG UND NACHWUCHS- FÖRDERUNG



Bis weit in die 1950er-Jahre hinein sind für die jungen Männer und Frauen bei der EDEKA Minden die Lehrjahre keine Herrenjahre, so auch für den späteren Vorstand **Joachim Schmidt**, der 1954 als kaufmännischer Lehrling in einem EDEKA-Geschäft in Bad Oeynhausen anfängt.

Gleich im ersten Monat fallen ihm beim Einräumen drei Flaschen **Eierlikör** herunter. Seine Chefin verrechnet sie mit seinem Lohn – und Joachim Schmidt geht ohne einen Pfennig nach Hause.

Schüchterne Lehrlinge und selbstbewusste Azubis: oben der Lehrlingsjahrgang 1966, rechts Teilnehmerinnen beim U21 TeamAward 2009.



Wirtschaftswunderjahre

Weil in den Wirtschaftswunderjahren Vollbeschäftigung herrscht, sucht die EDEKA Minden-Osnabrück „händeringend“ **Nachwuchs**, so der spätere Personalgeschäftsführer Willi Dannenberg. Mitte der **1960er-Jahre** zahlt die Genossenschaft ihren Mitarbeitern Prämien von bis zu 25 D-Mark, wenn sie einen neuen Lehrling werben.

Verantwortung übernehmen

Im Rahmen eines neuen **Karrieremodells** können Nachwuchskräfte in den **1980er-Jahren** nach sieben Jahren eigenverantwortlich einen **Supermarkt führen**. 1984 nehmen 100 junge Männer und Frauen an dem Programm teil; die ersten sechs Junioren leiteten bereits einen eigenen Markt.

Die 1990er

1996 läuft unternehmensweit eine auf zwei Jahre angelegte **Nachwuchsführungskräfte- und Management-Ausbildung** an. Dabei geben externe Fachleute, Geschäftsführer und Geschäftsbereichsleiter ihr Wissen an die Führungskräfte von morgen weiter.

Wir werden mehr

1998 starten 494 junge Männer und Frauen als Auszubildende bei der EDEKA Minden-Hannover ins Berufsleben – fast 13 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit leistet die Genossenschaft einen „**Beitrag zur Verringerung der Jugendarbeitslosigkeit**“, so der Geschäftsbericht, denn vor allem in Ostdeutschland fehlt es an Ausbildungsplätzen.

Integration

Um Geflüchtete in den Arbeitsmarkt zu integrieren, beteiligt sich die EDEKA Minden-Hannover an Netzwerken wie „**Unternehmen integrieren Flüchtlinge**“ und bietet Praktikums- sowie Ausbildungsplätze an. **2018** schließt der aus Syrien stammende Moustafa Ark Souri bei EDEKA Rostrup in Bad Zwischenahn erfolgreich seine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann ab – und steht damit vier Jahre nach seiner Ankunft in Deutschland auf eigenen Beinen.

EDEKAner
VON
MORGEN



Beim „**U21 Azubi- und Nachwuchsprojekt**“ der EDEKA Minden-Hannover stellen die Auszubildenden jedes Jahr selbstständiges Arbeiten und Verantwortungsbewusstsein unter Beweis. Die erfolgreichsten Teams werden mit den U21 TeamAwards ausgezeichnet.

DIE DISCOUNT- WELLE ROLLT AN



„Wir waren die Ersten in der EDEKA-Gruppe, die gesagt haben: Wir machen Discount. Die Zeit ist reif. Wir können doch nicht zusehen, wie dieser Markt an EDEKA vorbeigeht“, erinnert sich Joachim Schmidt. Die Zeiten haben sich geändert: Die fetten Jahre des Wirtschaftswunders sind vorbei. Als die arabischen Staaten im Herbst 1973 die Erdölpreise drastisch erhöhen und die Liefermenge drosseln, schnellen die Energiekosten in die Höhe. Als Reaktion auf die Ölkrise verhängt die Bundesregierung an vier Sonntagen ein Fahrverbot. 1974 herrscht Flaute in der Bundesrepublik: Das Bruttosozialprodukt stagniert, die Arbeitslosenquote steigt auf 2,5 Prozent. Weil die Bundesbürger bei den Ausgaben für Lebensmittel sparen, verbucht der Einzelhandel einen Umsatzrückgang von 1,6 Prozent.

Die „wirtschaftliche Entwicklung und damit zusammenhängend das preisbewusste Verhalten der Verbraucher“ führen zu einer „raschen Ausweitung der Discountwelle“, beobachtet die EDEKA Minden-Hannover 1974. Das Vertriebskonzept stammt aus den USA. Dort machen seit den 1930er-Jahren „Discount Houses“ den anderen Lebensmittelgeschäften mit deutlich niedrigeren Preisen Konkurrenz. In der Bundesrepublik stellen die Brüder Karl und Theo Albrecht 1962 die erste Filiale ihres Essener Lebensmittelfilialunternehmens auf Discount um: Bei Albrecht Diskont (ALDI) stehen die Waren in Kartons auf Paletten. Daneben bietet der erste westdeutsche Discounter weniger Produkte als andere Lebensmittelgeschäfte an und verzichtet auf Service und Bedienung. Das Konzept geht auf: Mitte der 1970er-Jahre betreibt

allein ALDI SÜD 500 Filialen in West- und Süddeutschland. Dabei erzielen die Niedrigpreisgeschäfte mit bis zu 18.000 D-Mark pro Quadratmeter deutlich höhere Umsätze als der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel mit durchschnittlich 5.400 D-Mark.

Für den Aufbau der Discount-Schiene ist bei der EDEKA Minden-Hannover Horst Kohrs (späterer Vertriebsgeschäftsführer) verantwortlich. „Wir sind in der Gegend herumgereist und haben uns alle möglichen Discounter angesehen“, erzählt er. 1973 eröffnet der erste NP-Markt in Osnabrück, schnell folgen weitere. Mit einem eigenen Logo haben sie einen von EDEKA unabhängigen Markt auftritt. Frank-Rainer Kaul, damals im NP-Vertrieb und späterer Einkaufsgeschäftsführer, erinnert sich noch gut an die Anfangszeit: „Du warst da Allrounder. Ich habe selbst Regale eingerichtet und erste Abkommen mit Industriepartnern verhandelt.“ 1978 gibt es bereits 19 NP-Märkte. Mit rund drei Prozent verzeichnen sie ein höheres Wachstum als alle anderen Regiemärkte der EDEKA Minden-Hannover.



1973 wagt die EDEKA
Minden-Hannover den Einstieg
ins Discount-Geschäft.



Während der Ölkrise wird das Benzin knapp. In Deutschland gilt im Winter 1973 an vier Sonntagen ein Fahrverbot. Die Wirtschaft stagniert und die Deutschen müssen sparen. Die Discounter boomen. Im gleichen Jahr eröffnet auch der erste NP-Markt in Osnabrück.





Die Beratung durch Kaufleute in den Supermärkten bleibt auch in den 1960er- und 1970er-Jahren gefragt. Doch mit den neuen Discountern differenziert der Lebensmittelhandel seine Angebotsformen und findet neue Vertriebswege.

Es ist nur ein kleines Gerät aus Hartplastik, doch es erleichtert den Mitarbeitern in den Märkten der EDEKA Minden-Hannover die Arbeit erheblich: der Warenscanner.



WARENSCANNER UND BARCODE, ENDE DER 1970ER-JAHRE

Bisher mussten sie alle Artikel mit Preisetiketten auszeichnen und an der Kasse die Preise von Hand eintippen. Nun fahren sie einmal mit dem Barcodelesegerät über den Strichcode auf den Produkten – und haben den richtigen Betrag in der Kasse. Seit 1977 ein Augsburger Verbrauchermarkt als erster westdeutscher Supermarkt auf Scanner umgestellt,

setzt sich das neue System rasch in der ganzen Bundesrepublik durch. Gleichzeitig sind immer mehr Produkte mit der European Article Number (EAN) gekennzeichnet, einem 1977 in Westdeutschland und elf weiteren europäischen Staaten eingeführten einheitlichen Strichcode.

NEU BEI EDEKA

DIE AUSWAHL WIRD IMMER GRÖSSER

Zwischen Anfang der 1970er- und Anfang der 1980er-Jahre nimmt bei der EDEKA Minden-Hannover allein im Bereich Quark und Joghurt die Zahl der Artikel von rund 70 auf über 270 zu. Auch in anderen Bereichen wachsen die Sortimente kräftig. Im Trend liegen vor allem fettreduzierte Produkte.

Neu im Sortiment sind z. B.

*BiFi (1972)
Mövenpick Eis (1972)
Du darfst (1973)
Milchschnitte (1978)
5 Minuten Terrine (1979)
Müller Milch (1983)
Coca Cola Light (1983)
Milka Lila Pause (1986)*





Schnee, Schnee und kein Ende in Sicht:
Besorgt sieht der Geschäftsführer der EDEKA
Nordwest, Hilko Gerdes, aus dem Fenster.
Seit Ende Dezember 1978 schneit es ohne
Unterbrechung, Stürme haben den Schnee zu
hohen Verwehungen aufgetürmt.

EDEKAner
IM
FOKUS

RUM UND WÜRFELZUCKER



Weil zahlreiche Straßen nicht mehr passierbar sind, sind etwa 80 Dörfer in Schleswig-Holstein von der Außenwelt abgeschnitten. In vielen Landkreisen gilt der Katastrophenalarm. Auch die EDEKA-Laster bleiben in den Schneemassen stecken und können nicht mehr alle Geschäfte beliefern. Da klingelt das Telefon. „Mich erreichte ein Notruf aus Borkum, dass wir die Notversorgung sicherstellen müssen“, erinnert sich Hilko Gerdes, damaliger Geschäftsführer der EDEKA Nordwest. Das ist eine logistische Herausforderung: Bundeswehrpanzer müssen den Lastwagen den Weg zum Hafen in Emden bahnen. Es geht alles gut, und das Schiff mit den Waren erreicht die Insel. Doch als Hilko Gerdes später die Rechnung sieht, traut er seinen Augen kaum: „80 Prozent der Lieferung bestanden aus Spirituosen, vor allem aus Rum und Würfelzucker. Damit haben sich die Borkumer offensichtlich warmgehalten“, erzählt er schmunzelnd.

Im Winter 1978/1979
geht in Norddeutschland nichts mehr. Autos
bleiben im Schneechaos stecken. Auch
die EDEKA-Laster
haben in den Schneemassen keine Chance.

NEUE GESCHÄFTSFELDER

AUF DEM WEG ZUM UNTERNEHMENS- VERBUND

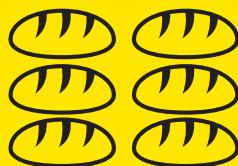
In den 1970er- und 1980er-Jahren erwirbt die EDEKA Minden-Hannover Beteiligungen und erschließt neue Geschäftsfelder. „Es gab immer den Wunsch, nach vorne zu marschieren, alle Marktchancen wahrzunehmen. Das war ein ständiger innerer Motor“, erinnert sich Joachim Schmidt (ehemaliger Vorstand). Aus der EDEKA Minden-Hannover wird ein breit aufgestellter Unternehmensverbund mit Fleisch-, Wurst- und Backwarenproduktionsgesellschaften, in Regie betriebenen Fachmärkten und einem eigenen Tiefkühlheimdienst.

Expansion

Auch Schäfer's expandiert. 1988 übernimmt der Bäckereibetrieb, inzwischen eine 100-prozentige Tochter der EDEKA Minden-Hannover, das Hannoveraner Traditionss Unternehmen Meffert mit 17 Filialen.



Umsatz 1976
8,0 Mio. D-Mark



Umsatz 1988
48,7 Mio. D-Mark

Fusionen

Die EDEKA Minden-Hannover wächst auch durch Fusionen. Ende der 1970er-Jahre gilt sie als „Flaggschiff der EDEKA-Gruppe“ und zählt zu den 300 größten Unternehmen in der Bundesrepublik.

	1976	1988
Verschmelzung mit der EDEKA Hameln-Holzminden		Verschmelzung mit der EDEKA Harz-Heide
Umsatz / D-Mark	759,6 Mio.	1,62 Mrd.
Mitglieder	939	787
Von selbstständigen Kaufleuten betriebene Geschäfte	1.071	867
Regiomärkte	43	116
C+C-Märkte	6	9

1974

Beteiligung am 1898 gegründeten Bäckereibetrieb
Werner Schäfer KG in Porta Westfalica

1976

Übernahme des Fleischwerks der EDEKA
Oldenburg; Integration als „Bäkehof-Westfalengut“
in die EDEKA Minden-Hannover

1980

Übernahme von sechs Supermärkten in
Horten-Kaufhäusern mit rund 600 Mitarbeitern

1981

Übernahme des Bäckerei-Fachgroßhandels
der EDEKA Bielefeld-Anröchte und Gründung der
Bägros Bielefeld, Spezialgroßhandel für Bäckereien,
Konditoreien und Großküchen

1984

Eröffnung des Autofachmarkts
„Porta Auto & Rad“ in Porta Westfalica

1985

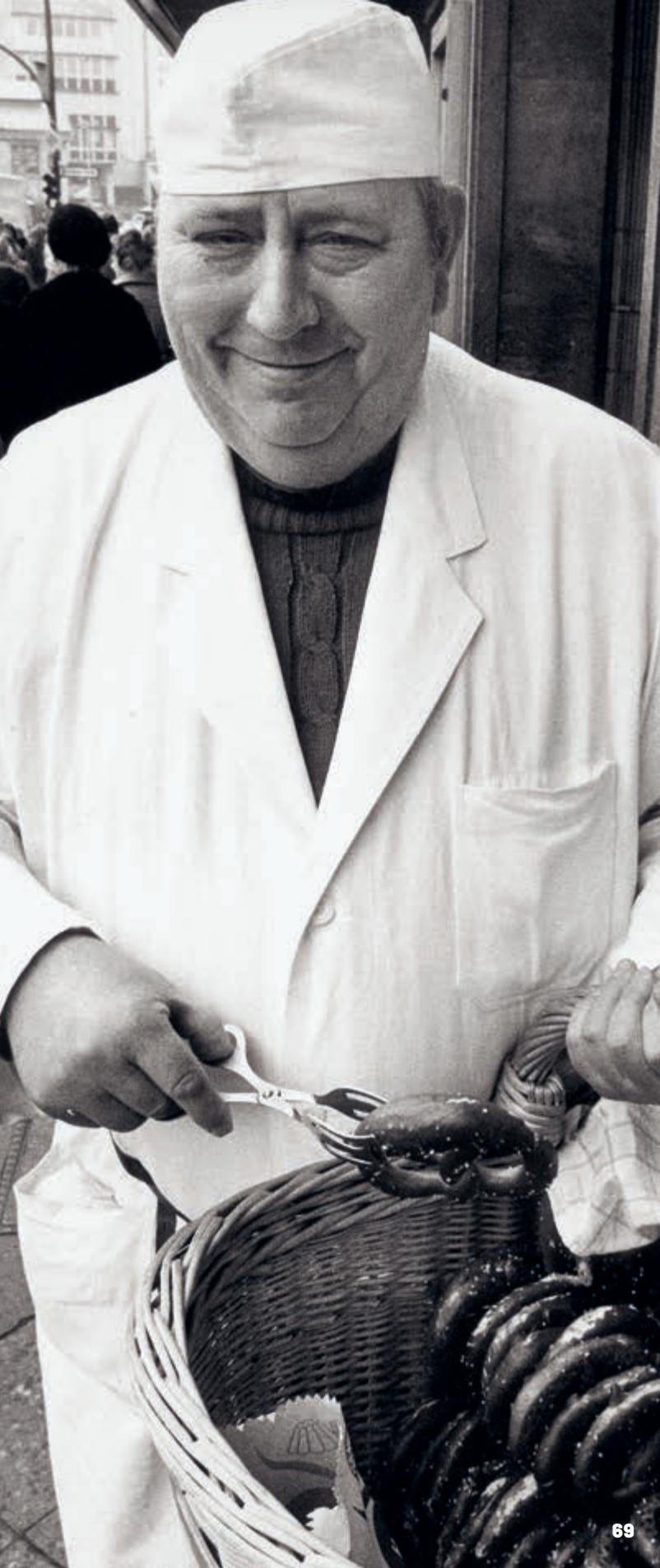
Gründung des Tiefkühlheimdienstes
„Tiefkühl-Heimkauf“

1987

Eröffnung des Sportfachmarkts
„Porta Sport & Freizeit“ in Porta Westfalica

1989

Beteiligung am Großhandelsbetrieb Max
Lüning GmbH & Co. KG in Rietberg mit einem Umsatz
von rund 200 Mio. D-Mark;
Beteiligung an der langjährigen Mitgliedsfirma
Wilhelm Klages KG in Lehrte mit 22 Filialen und einem
Umsatz von 196 Mio. D-Mark



EINFÜHRUNG DES „GUTFLEISCH“- PROGRAMMS



Im Frühjahr 1989 bieten die ersten Supermärkte im Absatzgebiet der EDEKA Minden-Hannover neue Wurst- und Fleischspezialitäten an: die „Gutfleisch“-Produkte.

Garantierte Qualität:
Mit ihren „Gutfleisch“-Produkten gewährleistet die EDEKA Minden-Hannover eine kontrollierte Prozesskette, vom Stall bis zur Fleischtheke.

Das Qualitätsfleischprogramm stellt eine kontrollierte Prozesskette von der Geburt der Tiere bis zur Ladentheke sicher und garantiert, dass das hochwertige Fleisch möglichst aus Deutschland von nach besonderen Vorgaben gemästeten Rindern stammt.

Am „Gutfleisch“-Programm wurde auf Initiative des für den Geschäftsbereich Fleisch- und Wurstwaren (Bauern-gut) verantwortlichen Hans-Werner Hannemann zwei Jahre gearbeitet, zuletzt unter Hochdruck. Denn im Sommer 1988 erschüttert ein Hormonskandal bei Kalbfleisch die bundesdeutschen Verbraucher. Als bekannt wird, dass einige Mastbetriebe nicht zulässige Substanzen als Mastbeschleuniger verfüttert haben, müssen über 4.000 Tiere getötet werden. Wochenlang berichten die Medien über die „Schweinerei mit dem Fleisch“, so „Der Spiegel“. Die EDEKA Minden-Hannover ist zwar nicht direkt betroffen, stellt aber einen „spürbaren Rückgang des gesamten Fleischverzehrs“ fest – und beschleunigt die Vorbereitungen für die „Gutfleisch“-Einführung.

Wegen der höheren Preise ist allerdings anfangs manch ein EDEKAler skeptisch. Der stellvertretende Leiter des Fleischwerks Karl Knippertz überzeugt nach und nach Marktleiter und selbstständige Kaufleute, das Fleisch ins Sortiment aufzunehmen, auch indem er ihnen leckere frisch gebratene „Gutfleisch“-Steaks serviert.

Gleichzeitig setzt die EDEKA Minden-Hannover auf Transparenz. Weil sich in den 1980er-Jahren Lebensmittel-skandale häufen, nimmt das Interesse der Verbraucher an der Herstellung von Nahrungsmitteln zu – und die Fleischwerke der EDEKA Minden-Hannover in Minden, Soltau und Bockum-Hövel bieten Betriebsbesichtigungen für Einzelhändler, Großverbraucher und Endkunden an. „Das war ein großer Aufwand“, erzählt Karl Knippertz. Doch es lohnt sich: Weil die Verbraucher der EDEKA Minden-Hannover vertrauen, verzeichnet die Fleisch- und Wurstwarensparte der Genossenschaft 1989 gegen den Trend eine Umsatzsteigerung um rund 19 Prozent auf 231,7 Millionen D-Mark.

Gutfleisch

FLEISCH,
WIE ES
SEIN SOLL!







1989 – 2002

EXPANSION IN OST UND WEST



Mit dem 9. November 1989 bricht für die EDEKA Minden-Hannover eine neue Ära an: Voller Pioniergeist erschließen die Mindener den ostdeutschen Markt und nehmen nur wenige Wochen nach dem Mauerfall die Belieferung der ersten Geschäfte auf. In Sachsen-Anhalt entstehen in der Wendezeit zahlreiche EDEKA-Märkte, C+C-Betriebe, Lagerhallen und Produktionsstandorte für Bauernhof (Fleisch- und Wurstwaren) und Schäfer's (Brot- und Backwaren) – und sorgen für ein rasantes Wachstum.

Im Jubiläumsjahr 1995 liegt der Umsatz bei 4,6 Milliarden D-Mark. Um nach dem Einstieg beim Berliner Supermarktbetreiber Reichelt das deutlich größere Absatzgebiet effektiv versorgen zu können, erarbeitet das Unternehmen Mitte der 1990er-Jahre das Neue Logistik-Konzept. An der Schwelle zum 21. Jahrhundert wächst die EDEKA Minden-Hannover weiter – und übernimmt unter anderem 78 V-Märkte der Wilhelm Klages KG.



MARKT-SCHREIER AUF DER LADERAMPE

EDEKAner
IM
FOKUS



Es ist noch dunkel, als sich der EDEKA-Kaufmann Marco Bahrs an diesem Sonntagmorgen mit seinem Siebeneinhalb-Tonner auf den Weg zum Großmarkt macht. Am Tag zuvor hat der Leiter des Ordnungsamts den EDEKAner gebeten, spontan einen Obstverkauf vor dem Wolfsburger Rathaus auf die Beine zu stellen.

Es ist das erste Wochenende nach dem Mauerfall. Zu Tausenden strömen die DDR-Bürger in den Westen, um ihre 100 D-Mark Begrüßungsgeld abzuholen – und um einzukaufen. Besonders beliebt sind Lebensmittel, die in Ostdeutschland nur schwer erhältlich sind, wie Kaffee, Schokolade und Südfrüchte. Die EDEKA-Geschäfte in Westberlin und in Grenznähe werden förmlich überrannt.

EDEKA-Kaufmann Marco Bahrs kommt mit zwölf Paletten voller Südfrüchte auf dem Wolfsburger Rathausplatz an – und wird auf der Laderampe seines Lkw zum „Marktschreier“: „Ich bot Obsttüten mit Bananen, Orangen, Kiwis und Ananas an. Das kann man sich heute gar nicht mehr vorstellen, wie scharf die Leute auf diese Südfrüchte gewesen sind. Ich habe verkauft, was mein Laster hergab. Die Augen der Menschen funkelten. Dieses Funkeln werde ich nie vergessen.“

Im November 1989 erhalten Bürger der DDR 100 D-Mark Begrüßungsgeld.



Bürger aus der DDR bei ihrer Einreise nach Westdeutschland, aufgenommen am 11. November 1989. Zwei Tage zuvor war die Öffnung der deutsch-deutschen Grenze verkündet worden.



Zwei Monate nach dem Mauerfall machen sich die beiden Vorstände Joachim Schmidt und Alfons Frenk von der EDEKA Minden-Hannover auf den Weg in die DDR: Am 8. Januar 1990 treffen sie sich in der Staßfurter Gaststätte „Grüner Baum“ mit dem Vorstand der dortigen EDEKA Börde.

1990

ERSTES TREFFEN ZWISCHEN EDEKANERN AUS OST UND WEST

Mit dabei sind auch Vertreter der staatlichen HO, des Kombinats „Waren des täglichen Bedarfs“ und der Betriebe für Obst, Gemüse, Speisekartoffeln (OGS). Schmidt und Frenk lassen sich die „Nöte und Sorgen der hinter uns liegenden Jahre“ erläutern, so das Protokollbuch der EDEKA Börde. Denn wie die übrigen acht in der DDR verbliebenen EDEKA-Genossenschaften wird auch die EDEKA Börde bei Warenzuteilungen benachteiligt und leidet unter der Mangelwirtschaft. Als im April 1989 ein Lastwagen kaputtgeht, dauert es Wochen, bis das Ersatzteil beschafft und das Fahrzeug wieder einsatzbereit ist. Nun versprechen sich die EDEKAner aus Staßfurt viel von einer Zusammenarbeit mit der EDEKA Minden-Hannover.

Auch die Mindener haben großes Interesse an einer Kooperation – und strecken deswegen schon vorher ihre Fühler Richtung Osten aus. Anfang Dezember 1989 wird Alfons Frenk beim Ministerrat der DDR vorstellig. Doch die Hoffnung, auf diesem Weg Kontakte aufzubauen, scheitert. Als kurz vor Weihnachten endlich ein Brief aus Ostberlin eintrifft, steht darin lediglich:

„Der Ministerrat der DDR teilt mit, dass die Unterlagen weitergegeben werden.“ Deutlich vielversprechender ist die direkte Verbindung zur EDEKA Börde, die die EDEKA ZENTRALE herstellt, als sie die EDEKA Minden-Hannover mit dem Aufbau Ost in den Bezirken Halle und Magdeburg im späteren Bundesland Sachsen-Anhalt beauftragt.

Dem ersten Treffen in Staßfurt folgt Anfang Februar 1990 ein Gegenbesuch von Vertretern der EDEKA Börde in Minden. Noch im selben Monat läuft die Belieferung durch die EDEKA Minden-Hannover an. Westware gegen Ost-Mark erhalten auch die EDEKA-Genossenschaften in Bitterfeld und Wittenberg. Daneben versorgt die EDEKA Minden-Hannover einzelne Geschäfte mit Einrichtungsgegenständen – alles auf eigenes Risiko. Denn noch ist unklar, was mit den Forderungen aus den Lieferungen nach der für Sommer 1990 geplanten Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion passiert und zu welchem Kurs Ost- und Westmark umgerechnet werden.

EDEKA
ner
IM
FOKUS



Am 1. Juli 1990 tritt die Wirtschafts-, Sozial- und Währungsunion zwischen der Bundesrepublik und der DDR in Kraft. Damit wird die D-Mark auch in Ostdeutschland gesetzliches Zahlungsmittel.

Gespannt sieht Kaufmann Claus Hellwig zu,
wie die alten Regale aus dem Laden
getragen werden und die Deckenverkleidung
heruntergerissen wird. Wochenlang
hat er gemeinsam mit der EDEKA
Berlin den Umbau seines Geschäftes
im brandenburgischen Ortrand geplant.
Nun, im März 1991, geht es endlich los.



Zwischen den beiden Bildern liegen Welten: Claus Hellwig zu DDR-Zeiten in seinem HO-Geschäft in Ortrand (oben) – und gemeinsam mit seiner Frau im umgebauten EDEKA-Markt (unten).

KLIPPEN UND CHANCEN DER MARKTWIRTSCHAFT

Claus Hellwig hat das 1837 gegründete Geschäft Mitte der 1980er-Jahre von seinen Eltern übernommen, damals noch als HO-Kommissionshandel. Die Warenbeschaffung in der DDR ist schwierig: Hellwig hat gerade einmal 600 Artikel im Angebot, neben Grundnahrungsmitteln wie Mehl, Nudeln und Zucker vor allem Schnaps „in Mengen“, so Claus Hellwig. Nach dem Mauerfall nimmt er Kontakt zur EDEKA Berlin auf. Doch der Genossenschaft ist der Lieferweg ins südliche Brandenburg zu weit. Also macht sich Claus Hellwig auf eigene Faust mit seinem Wartburg auf den Weg und kauft vom Begrüßungsgeld seiner Familie im Westen Obst und Gemüse. In Ortrand finden die frischen Waren reißenden Absatz: Die Kunden stehen Schlange. So viel Eigeninitiative überzeugt die EDEKA Berlin – und sie unterstützt Claus Hellwig ab Ende 1990 bei den Planungen für einen modernen Supermarkt. Nur sechs Monate später ist es so weit: Als eines der ersten neuen EDEKA-Geschäfte in Ostdeutschland eröffnet der

EDEKA aktiv markt in Ortrand. Der Berliner Genossenschaft ist Claus Hellwig für die Unterstützung dankbar: „EDEKA hat uns sehr geholfen, vor allem in brenzligen Zeiten. Wir mussten doch erst lernen, was für Klippen und Chancen die Marktwirtschaft hat.“



Wer dabei war – ob live oder vor dem heimischen Fernseher – erinnert sich noch Jahrzehnte später: Die Öffnung der deutsch-deutschen Grenze ist ein historisches Ereignis – und für die EDEKAner der Beginn einer neuen Ära.



AN EINER HISTORISCHEN ENTWICKLUNG MITGEWIRKT



AUFB AU OST



Mit der Wende verdoppelt sich das Absatzgebiet der EDEKA Minden-Hannover. Überall in Sachsen-Anhalt eröffnen EDEKA-Märkte, NP-Standorte und C+C-Betriebe.

Noch vor Einführung der D-Mark in Ostdeutschland läuft im Frühjahr 1990 die Belieferung der Konsum-Filialen im Bezirk Magdeburg an. Um die Geschäfte mit Tiefkühl- und Feinkost sowie Obst und Gemüse versorgen zu können, nimmt am 1. Juli 1990 das EDEKA Frischezentrum Halberstadt den Betrieb auf. Bis 1992 entstehen in Halle, Stendal und Eisleben weitere Lager. Gemeinsam beliefern sie rund 1.200 Einzelhandelskunden.

Neue Kapazitäten schafft die EDEKA Minden-Hannover auch im C+C-Bereich. Im März 1991 öffnet der erste MIOS-Betrieb in Sachsen-Anhalt. Anfangs ist die Saline Halle, wie der Standort in einer ehemaligen Salzsiederei intern heißt, „primitiv hoch drei“: „Der Parkplatz war voller Schlaglöcher“, erinnert sich Jürgen Krahnefeld, ehemaliger MIOS-Geschäftsführer. Mit einem Umsatz von rund 68 Millionen D-Mark im Rumpfgeschäftsjahr 1991 ist der Markt jedoch bald schon der „absolute Star in der MIOS-Gruppe“. 1991 folgen zwei weitere C+C-Betriebe in Merseburg und Magdeburg.

Weil die ostdeutschen Lebensmittelgeschäfte oft klein sind und seit Jahrzehnten nicht umgebaut wurden, ist die Schaffung moderner Einzelhandelsverkaufsflächen eine der größten Herausforderungen. Die EDEKA Minden-Hannover gibt Existenzgründern und Kaufleuten Starthilfe, so auch Gunter Scholz, der im April 1991 in Greppin den ersten EDEKA aktiv markt in Sachsen-Anhalt eröffnet. Gleichzeitig entstehen großflächige EDEKA Center als Regiemärkte, anfangs oft in Provisorien. So ist das EDEKA Center Magdeburg vor seinem Umzug in den Börde Park in einem Zelt untergebracht. „Im Sommer war es so heiß, dass die Schokolade aus den Regalen lief“, erinnert sich Renate Gräfe, damals Disponentin für Süßwaren. Ein weiteres Standbein im Einzelhandel sind Discounter: 1991 eröffnet die EDEKA Minden-Hannover in Erxleben und Kalbsrieth die ersten NP-Märkte in Sachsen-Anhalt. Ein „organisatorischer Kraftakt“, so die Mitarbeiterzeitschrift „wir“, ist im März 1992 die Übernahme von 161 Geschäften der in Konkurs gegangenen Konsumgenossenschaft Halle mit 1.600 Mitarbeitern und rund 41.000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Rasch überträgt die EDEKA Minden-Hannover die Geschäfte an ostdeutsche Existenzgründer, sodass im Herbst 1992 bereits drei Viertel der Märkte privat geführt sind.

Der Aufbau Ost ist eine Erfolgsgeschichte: 1993 gibt es in Sachsen-Anhalt 152 Märkte unter der EDEKA-Flagge, 46 davon sind in diesem Jahr neu eröffnet worden. Trotz des Konjunktureinbruchs legt der Umsatz der EDEKA Minden-Hannover auf über 4 Milliarden D-Mark zu – und hat sich damit in nur drei Jahren verdoppelt. Mit über 4.000 Beschäftigten ist EDEKA einer der wichtigsten Arbeitgeber im vom Strukturwandel besonders stark betroffenen Sachsen-Anhalt. Zufrieden blickt Dirk Schlüter zurück: „Wir haben an einer historischen Entwicklung maßgeblich mitgewirkt und von vielen Seiten bestätigt bekommen, einen großen Beitrag zur Wiedervereinigung geleistet zu haben.“

„Es hat uns keiner gerufen. Es hat uns keiner geschickt. Der Geist war: Da ist ein Markt. Da müssen wir hin“, zitiert der ehemalige Vorstandssprecher Dirk Schlüter einen damaligen Kollegen zur Pionierarbeit der EDEKA Minden-Hannover in der Wendezeit und ergänzt: „Da galt es mitzumischen, schneller zu sein als andere.“



Kurz nach der deutschen Einheit eröffnet die EDEKA Minden-Hannover NP-Märkte in Sachsen-Anhalt.

Es ist ein engagierter Appell gegen Rassismus:
Im Februar 1993 ruft die EDEKA Minden-Hannover die
rund 10.000 Mitarbeiter auf, sich für Menschen mit
Migrationshintergrund starkzumachen.

AUSLÄNDER SIND WIR ALLE. ÜBERALL.



„Setzen Sie sich für Ihre ausländischen Kolleginnen und Kollegen und Mitbürger und Mitbürgerinnen ein, wenn das erforderlich ist“, heißt es in der Mitarbeiterzeitschrift „wir“. Zwar ist bislang keiner der rund 200 EDEKAler mit ausländischen Wurzeln Opfer von Fremdenfeindlichkeit geworden, doch im wiedervereinigten Deutschland häufen sich rechte Gewalttaten. Im August 1992 zünden

Rechtsradikale in Rostock einen vor allem von Vietnamesen bewohnten Wohnblock an; wenige Monate später sterben in Mölln bei einem von Neo-nazis verübten Brandanschlag drei Menschen. Unmissverständlich stellt die EDEKA Minden-Hannover klar: „Wir dulden es nicht, daß bei uns Ausländer diskriminiert und verfolgt werden.“

HAPPY

BIRTHDAY!



1995 feiert die EDEKA Minden-Hannover ihr 75. Jubiläum. Höhepunkt ist eine große Gala in der Stadthalle Minden. Fernsehmoderatorin Sabine Christiansen und Aufsichtsratsvorsitzender Karl-Heinz Preuß führen durch ein buntes Unterhaltungsprogramm.



Anlässlich ihres Jubiläums gründet die EDEKA Minden-Hannover eine gemeinnützige Stiftung: Die EDEKA Minden-Hannover Stiftung verfügt über ein Grundkapital von 1,5 Millionen D-Mark – und unterstützt Menschen, die wegen ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustands auf Hilfe angewiesen oder unverschuldet in Not geraten sind.

1995 gehen je 100.000 D-Mark an karitative Einrichtungen in Minden, Magdeburg und Halle.

Weil die EDEKA Minden-Hannover vor allem Richtung Berlin expandieren will, übernimmt sie im November 1995 mit 60,15 Prozent die Kapitalmehrheit der Otto Reichelt AG. Zu dem 1903 gegründeten Unternehmen gehören 108 Filialen in Berlin, Sachsen-Anhalt und Brandenburg, ein eigenes Fleischwerk sowie ein Backwarenproduktionsbetrieb. Mit einem Marktanteil von fast zehn Prozent – zum Vergleich: EDEKA hat zwei Prozent – ist Reichelt in Berlin eine Institution. Dass die EDEKA Minden-Hannover bei dem Traditionssunternehmen einsteigt, ist eine Sensation. Der Berliner Wirtschaftsprüfer der EDEKA Minden-Hannover ruft bei Alfons Frenk, damaliger Vorstand, an: „Was habt Ihr denn da gemacht? Hier liegt alles über der Deutschlandkarte und sucht Minden!“

Mit der Beteiligung an Reichelt fasst die EDEKA Minden-Hannover stärker als bisher in den Stadtzentren Fuß. Gleichzeitig dehnt sie ihr Absatzgebiet bis an die deutsch-polnische Grenze aus und gewinnt „eine neue, aussichtsreiche Perspektive für die Erschließung der Märkte im Osten“, so der damalige Vorstand Joachim Schmidt. Vor

allem im Raum Berlin eröffnen sich neue Möglichkeiten: Zum 1. Januar 1996 übernimmt die EDEKA Minden-Hannover 15 Prozent der EDEKA Handelsgesellschaft Berlin-Brandenburg sowie 51 Prozent ihrer Einzelhandelstochtergesellschaften – eine wichtige Weichenstellung für die spätere Fusion.

Nach dem Einstieg der EDEKA Minden-Hannover läuft bei Reichelt ein umfangreiches Modernisierungsprogramm an. 1997 bietet Reichelt als „erster deutscher Lebensmittel-Filialist“ Online-Bestellungen an. Gleichzeitig werden Geschäfte renoviert und richten sich noch mehr als bisher auf die großstädtische Kundschaft aus. So nimmt der „City Shop“ in der Berliner Knesebeckstraße 1997 warme Mittagsgerichte ins Angebot auf und setzt bei Käse sowie Aufschnitt auf eine Mischung aus SB und Bedienung. Um Wartezeiten zu verkürzen, können sich die Kunden gängige, im Markt vorverpackte Produkte aus Kühltruhen vor den Bedientheken nehmen.

EINSTIEG BEI REICHELT

1995 steigt die EDEKA Minden-Hannover bei der Berliner Reichelt AG ein, mit großzügigen Ladenflächen und einem ausgesuchten Sortiment ein Lebensmittelhändler der Extraklasse. Hier zu sehen der Markt in der Ollenhauerstraße in Berlin-Reinickendorf.

1995



ZAHLEN BITTE!



Bis weit ins 20. Jahrhundert lassen die Kunden vor allem in Dörfern und Kleinstädten bei ihrem EDEKA-Kaufmann „anschreiben“ und begleichen die Rechnung am Monatsende oder wenn sie ihren Lohn bekommen. Als die Mark Anfang der 1920er-Jahre an Wert verliert, gibt die EDEKA ZENTRALE **Notgeld** heraus. Die Gutscheine können in jedem EDEKA-Geschäft eingelöst werden.

Obwohl sich **1924** mit Einführung der Reichsmark die deutsche Wirtschaft stabilisiert, leiden noch viele EDEKAner unter den „**Nachwirkungen der unseligen Inflationszeit**“, so die EDEKA Oldenburg.

Die Währungsreform am **21. Juni 1948** ist der Auftakt für das Wirtschaftswunder: Von ihren **60 D-Mark „Kopfgeld“** leisten sich viele Westdeutsche lang entbehrte Lebensmittel, wie Kaffee oder Schokolade. Wenige Wochen später wird am 24. Juli 1948 in der Sowjetischen Besatzungszone die Deutsche Mark der Deutschen Notenbank ausgegeben, später in Mark der DDR umbenannt.



In den 100 Jahren seit Bestehen der Mindener Genossenschaft haben die EDEKA-Kaufleute viele verschiedene Zahlungsmittel angenommen. Ein kleiner Streifzug durch die Währungsgeschichte:



Nach dem Mauerfall kaufen Hunderttausende DDR-Besucher mit ihren 100 D-Mark **Begrüßungsgeld** bei EDEKA ein. Mit Inkrafttreten der Währungsunion am **1. Juli 1990** gilt die D-Mark auch in Ostdeutschland.

Seit **1. Januar 2002** ist der **Euro** gesetzliches Zahlungsmittel in Deutschland. Die EDEKA Minden-Hannover hat sich seit 1997 auf die Einführung der neuen Währung vorbereitet und rund 13 Millionen Euro in die Umstellung investiert. Heute zahlen immer mehr EDEKA-Kunden bargeldlos: mit **EC-Karte** oder der 2013 eingeführten **EDEKA-App** über ihr Smartphone.





Eine Erfolgsgeschichte: Anfang der 1990er-Jahre gibt es in Sachsen-Anhalt mehr als 150 Märkte unter der EDEKA-Flagge, hier der EDEKA neukauf in Halle.

AUF DEM WEG INS NEUE JAHRTAUSEND

An der Schwelle zum 21. Jahrhundert bleibt die EDEKA Minden-Hannover auf Expansionskurs: 1998 übernimmt sie die V-Markt Wilhelm Klages GmbH mit 78 Filialen in Niedersachsen, Thüringen, Sachsen-Anhalt und im Münsterland.

Bio liegt voll im Trend. Kurz vor Beginn des 21. Jahrhunderts nimmt die EDEKA Minden-Hannover immer mehr ökologisch erzeugte Produkte, wie die damalige EDEKA-Eigenmarke BIO WERTKOST, in ihr Sortiment auf.



Ebenfalls 1998 steigt die EDEKA Minden-Hannover bei der Karl Preuß GmbH ein, mit einem Umsatz von 246 Millionen D-Mark der größte Kunde im Absatzgebiet. Damit sich der Vorstand stärker auf strategische Fragen als auf das operative Geschäft konzentrieren kann, gibt sich das wachsende Unternehmen eine neue gesell-

schaftsrechtliche Struktur – und firmiert ab 30. Dezember 1998 als EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH. 2000 und 2001 folgen die Übernahmen von 60 Kaiser's-Geschäften sowie von 32 depot-Märkten; 2002 geht Reichelt komplett an die EDEKA Minden-Hannover über.



Nachdem EDEKA im Gegensatz zu anderen Lebensmitteleinzelhändlern bis auf wenige Ausnahmen ausschließlich in Deutschland vertreten ist, wagt die EDEKA Minden-Hannover 1997 den Schritt ins Ausland: Zum 1. Januar 1997 übernimmt die neugegründete Tochtergesellschaft EDEKA Polska von den Familiengeberschaftern Altmann und der Wein- und Sektkellerei Jakob Gerhardt Nierstein das Familienunternehmen MDA mit 15 Supermärkten im Raum Danzig. In den Geschäften mit einer Gesamtverkaufsfläche von 15.700 Quadratmetern sind rund 530 polnische Mitarbeiter beschäftigt. Ab März 1997 sind fünf EDEKA-Mitarbeiter vor Ort tätig, darunter auch der heutige Vorstand Ulf-U. Plath. Im Oktober 1997 entsteht auch eine Standortsicherungsabteilung bei der EDEKA Polska.



Vorstand mit Visionen:
Dirk Schröder, Joachim
Schmidt, Werner Holl-
mann und Alfons Frenk
(v.l.).

Im ersten Geschäftsjahr erzielt die EDEKA Polska mit ihren 24 EDEKA discount-Märkten einen Umsatz von 49 Millionen D-Mark bzw. 102,08 Millionen Zloty. Bis 2000 steigt der Umsatz auf rund 67 Millionen D-Mark (136,74 Millionen Zloty). Allerdings muss die EDEKA Minden-Hannover bald erkennen, dass der Einstieg in den polnischen Markt eine andere Herausforderung ist als die Wiederaufnahme der Geschäftstätigkeit in den neuen Bundesländern. Denn

Um die Jahrtausend-
wende steht der
Vorstand vor großen
Herausforderungen.
Die BSE-Krise macht
der EDEKA-Tochter
Bauern gut zu schaffen.

der Lebensmitteleinzelhandel funktioniert in Polen ganz anders als in Deutschland: Dort haben 2001 über 90 Prozent der Geschäfte weniger als 50 Quadratmeter Verkaufsfläche. Gleichzeitig hat die EDEKA Minden-Hannover mit komplexen Einfuhrbestimmungen, internationalen Wettbewerbern und damit zu kämpfen, dass immer wieder Lastwagen mit Lieferungen an der deutsch-polnischen Grenze warten müssen. 2003 zieht sich die EDEKA Minden-Hannover aus dem Auslands geschäft zurück.

Das neue Jahrtausend bringt neue Herausforderungen mit sich: Nachdem am 24. November 2000 erstmals bei einer in Deutschland geborenen Kuh die Tierseuche BSE festgestellt worden ist, verzeichnet die deutsche Fleisch- und Wurstwarenbranche Rückgänge in einem „existenzbedrohenden Ausmaß“, so die EDEKA Minden-Hannover. Entschieden steuert Bauern gut gegen. Nach dem Motto „Unsere Wurst zeigt, was in ihr steckt“ stellt die EDEKA-Tochter die hohe Qualität sowie die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehenden Auflagen an die Produkte heraus – und kann 2001 den Umsatz gegen den Trend auf rund 233 Millionen D-Mark steigern.

Gleichzeitig laufen die Vorbereitungen für die Euro-Einführung auf Hochtouren. Um die Mitarbeiter in den Märkten fit für die neue Währung zu machen, schult die EDEKA Minden-Hannover rund 8.000 Kassenaufwachten sowie Bezirks- und Marktleiter. Ab Herbst 2001 verteilen die Landeszentralbanken 400 Tonnen Hartgeld an die über 1.100 Geschäfte im Absatzgebiet. Am 31. Dezember 2001 wird es ernst: Nach Ladenschluss werden die Kassensysteme umgestellt. Als die EDEKA-Märkte am 2. Januar 2002 öffnen, ist der Euro die Hauptwährung – und alles klappt reibungslos.







2003 – 2020

NACH- HALTIGES WACHSTUM





2003 erhält die EDEKA Minden-Hannover ihr heutiges Gesicht: Durch die Fusion mit der EDEKA Nordwest und der EDEKA Berlin-Brandenburg wächst das Geschäftsvolumen um rund ein Drittel. Das neue Logistik-Konzept mit seinen dezentralen Strukturen passt die logistischen Leistungen dem gewachsenen Unternehmen an. 2014 nimmt das Regionallager Lauenau den Betrieb auf.

Im Vorjahr des 100. Geburtstages erzielen die knapp 73.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Verwaltungs- und Logistikstandorten, in den Produktionsbetrieben und in den rund 1.500 Märkten einen Umsatz von 9,79 Milliarden Euro. Mit 566 Genossenschaftsmitgliedern, modernen Märkten und zukunftsfähigen Vertriebskonzepten blickt die EDEKA Minden-Hannover positiv in die Zukunft.



EINES DER BEDEUTENDSTEN HANDELS- UNTERNEHMEN ENTSTEHT

In den ersten Jahren des neuen Jahrtausends wächst die EDEKA Minden-Hannover rasant. „Es war eine extrem spannende Zeit“, erinnert sich der damalige Aufsichtsratsvorsitzende Jürgen Cramer.

Zum 1. Januar 2003 fusioniert die EDEKA Minden-Hannover mit der EDEKA Nordwest und der EDEKA Berlin-Brandenburg. Obwohl die Mindener seit Jahrzehnten die mit Abstand größte EDEKA-Genossenschaft sind, verhandeln sie „auf Augenhöhe“, so der langjährige Geschäftsführer der EDEKA Nordwest Hilko Gerdes und setzt hinzu: „Es war eine sehr glückliche Fusion.“ Mit 1.700 Einzelhandelsstandorten und 27.300 Mitarbeitern zählt die EDEKA Minden-Hannover nun zu den „bedeutendsten Handelsunternehmen in Deutschland“.

Als nach der Übernahme der Lebensmittelkette Spar durch die EDEKA-Gruppe die einzelnen Geschäfte den EDEKA-Regionalgesellschaften zugeteilt werden, läuft 2006 die Belieferung von rund 300 Spar-Einzelhändlern mit einem Umsatzvolumen von 180 Millionen Euro durch die EDEKA Minden-Hannover an. „Wir haben die Spar-Kaufleute vom ersten Tag an als Genossen aufgenommen“, betont der damalige Vorstandssprecher Dirk Schlüter. Die neuen EDEKAner bekommen Unterstützung von Paten – und erzielen im ersten Jahr des vollen Warenbezugs durch die EDEKA Minden-





UNSER GESCHÄFTSGEBIET



» EDEKA ist Einzelhandel – von den Ostfriesischen Inseln bis zur Millionenmetropole Berlin. Das ist unser Erfolgsrezept. «

Mark Rosenkranz
Vorstandssprecher EDEKA Minden-Hannover

566

Genossenschaftsmitglieder

1.488

Märkte

Von 2009 bis heute hat sich die Zahl der **regionalen Lieferanten auf über 1.200 vervierfacht.**

Etwa **ein Drittel** der Märkte führt unsere Regionalgesellschaft in Eigenregie. Diese sogenannten Regiemärkte werden von angestellten Marktleitungen geführt.

» Selbstständige Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel zu schaffen, weiterzuentwickeln und zu festigen, liegt seit über 100 Jahren in unserer genossenschaftlichen Verantwortung. Jede EDEKA-Kauffrau, jeder EDEKA-Kaufmann sichert mit persönlichen Leistungen den gesunden Fortbestand für die nächste Generation unserer Kaufleute. «

Stefan Ladage
Aufsichtsratsvorsitzender EDEKA Minden eG

73.792

Mitarbeiter

IN UNSEREM GESAMTEN GESCHÄFTSGEBIET ...





... arbeiten rund 73.800 Mitarbeiter in den unterschiedlichen Bereichen, das heißt in unseren Märkten, der Logistik, den Produktionsbetrieben von Bauerngut, Schäfer's und Hagenah sowie an den Verwaltungsstandorten.

Hier unterteilt in die Anzahl aller Märkte (selbstständig und in Regie geführt), Mitarbeiter sowie der selbstständigen Einzelhändler im jeweiligen Bundesland.





MARKTKAUF ist das Erlebnis-SB-Warenhaus der EDEKA. Großflächige, moderne Verkaufsflächen, riesige Auswahl und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis prägen die MARKTKAUF-Häuser. Im Schnitt finden sich hier über 80.000 Artikel in den Regalen, auch ein attraktives Non-Food-Sortiment gehört dazu.

Hannover eine Umsatzsteigerung von durchschnittlich sieben Prozent. Herzlich bedanken sie sich für die „freie, faire, fachkompetente und gleichberechtigte Aufnahme“. Durch Spar-Übernahme und Fußball-WM im eigenen Land, die der Gastronomie als wichtigem Großhandelskunden ein Sommermärchen beschert, ist 2006 ein „rekordverdächtiges Geschäftsjahr“ für die EDEKA Minden-Hannover: Erstmals liegt der Umsatz bei über fünf Milliarden Euro.

Ein Jahr später steht die EDEKA Minden-Hannover vor der „größten Herausforderung und Chance seit der Wende“, so der Geschäftsbericht 2007: Nach der Übertragung der MARKTKAUF-SB-Häuser durch die EDEKA ZENTRALE auf die Region stemmt die EDEKA Minden-Hannover die Integration von 51 Standorten mit rund 5.000 Mitarbeitern und 237.000 Quadratmetern Verkaufsfläche sowie einem Umsatzvolumen von 950 Millionen Euro. Zum „umfangreichen Aufgabenkatalog“, so die Mitarbeiterzeitschrift „wir“, gehören die Angleichung der Warenwirtschafts- und Kassensysteme sowie der Austausch sämtlicher Regaletiketten. Mit längeren Öffnungszeiten, mehr Bio-Produkten und regional-typischen Waren stellen sich die MARKTKAUF-Standorte unter der Regie von Mark Rosenkranz, seit 2005 Mitglied des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover, neu auf. So wird das MARKTKAUF-Haus in Burg in Sachsen-Anhalt für 6,5 Millionen Euro zu einem „großen Frischemarktplatz“ umgebaut – und nimmt auch heimische Spezialitäten wie BördeKäse und Sudenburger Wurstwaren ins Sortiment auf.





MARKTKAUF
EIN UNTERNEHMEN DER EDEKA

Nachhaltiges
Wachstum
zu schaffen,
gehört zu den
Kernzielen der
EDEKA Minden-
Hannover.

EDEKA
IM
FOKUS

„WIR LIEBEN LEBENSMITTEL, AUCH BEIM RADELN“



EDEKA-Kauffrau Annegret Helmke und ihr Team sind auf dem Weg zu einer Betriebsfeier in einem Restaurant. Wie die ganze EDEKA sind auch sie im „Wir lieben Lebensmittel“-Fieber. Denn die im Frühjahr 2005 angelaufene Imagekampagne erzeugt bei den EDEKAnern Aufbruchsstimmung. Mit Begeisterung hängen sie Plakate auf und dekorieren die Märkte um. Auch Annegret Helmke und ihre Leute ziehen mit, sogar in ihrer Freizeit: „Mit den

T-Shirts haben wir besonders gern Werbung gemacht. Es stimmte einfach“, erzählt Annegret Helmke. Die „Wir lieben Lebensmittel“-Kampagne heimst zahlreiche Branchenauszeichnungen ein – und erreicht ihr Ziel: Bald schon hat EDEKA ein neues, frisches Image. Zu verdanken ist das den vielen begeisterten EDEKAnern, die wie Annegret Helmke Feuer und Flamme für den Slogan sind.



Arbeiten mit Herz:
Außen wird der Slogan
„Wir lieben Lebens-
mittel“ an vielen
EDEKA-Märkten sicht-
bar, innen wird er gelebt.

Eine fröhliche Truppe kurvt auf Fahrrädern
durch den Bremer Stadtteil Woltmershausen.
Die Radler tragen Einheitslook: schwarze T-Shirts
mit dem Aufdruck „Wir lieben Lebensmittel“.





AUFFÜHRUNG DES MUSICALS „EDEKA SUCHT DEN SUPER- MARKTSTAR“

2006

EDEKA

sucht den
SUPERMARKTSTAR

Tourdaten:

08. 01. 2006	Berlin; ICC
15. 01. 2006	Halle/Saale; Messegelände
29. 01. 2006	Hannover; Messegelände, Halle 13
05. 02. 2006	Hannover; Messegelände, Halle 13
12. 02. 2006	Oldenburg; Weser-Ems-Halle



Es ist eine großartige Show, die die EDEKA Minden-Hannover Anfang 2006 auf die Beine stellt: In Berlin, Halle, Hannover und Oldenburg sehen insgesamt 22.000 EDEKAner das Musical „EDEKA sucht den Supermarktstar“.

Es ist für eine nationale EDEKA Jahrestagung entstanden – und Dirk Schlüter, Vorstandssprecher der EDEKA Minden-Hannover, denkt bei der Premiere sofort: „Das wäre doch was für uns in Minden!“ Um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Imagekampagne „Wir lieben Lebensmittel“ einzuschwören und sich bei ihnen für ihren Einsatz zu bedanken, holt er die Show ins Absatzgebiet der Regionalgesellschaft. Mit dabei: Tetje Mierendorf aus der Comedy-Sendung „Schillerstraße“. Doch am Tag vor der ersten Aufführung sieht es nicht so aus, als ob Dirk Schrüter mit auf die Bühne kann: Seine Stimme ist weg. Nach einem Rezept von Tetje Mierendorf lässt er sich einen Spezialdrink mischen – und begrüßt am 8. Januar 2006 im Internationalen Congress Centrum Berlin die EDEKA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter mit lauter Stimme: „Dies sind für mich schon bewegende Minuten in meinem Leben. Aufgewachsen bin ich in einem EDEKA-Dorfladen in Ostwestfalen. Meine Eltern waren selbstständige EDEKA-Einzelhändler und jetzt stehe ich vor 5.000 EDEKAnern.“

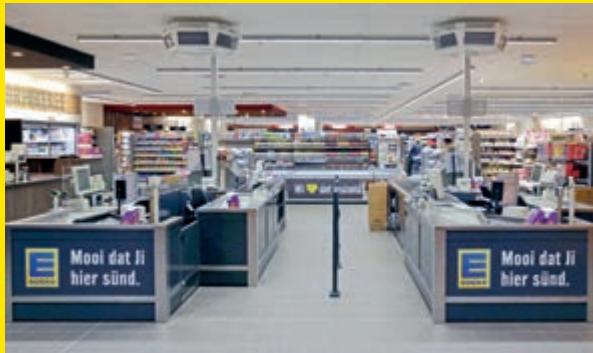
Gesang, Comedy, Akrobatik – und einfach ein tolles Erlebnis: Szenen aus dem Musical „EDEKA sucht den Supermarktstar“.

Anschließend bringen die Schauspieler die Halle zum Kochen, allen voran Tetje Mierendorf in einem glitzernden Elvis-Presley-Kostüm. In dem Musical-Supermarkt läuft es anfangs nicht rund, doch am Ende schmettern Marktleiter und Mitarbeiter einrächtig: „Wir lieben Lebensmittel. Nur die besten sind dabei. Wir lieben größte Vielfalt statt Discounter-Einerlei.“ Begeistert singen die Zuschauer mit. „Es war ein tolles Erlebnis, diese Zustimmung zu spüren und zu sehen, wie die Mitarbeiter ihr Unternehmen bejubeln“, erzählt Dirk Schrüter. In den Tagen nach den Veranstaltungen steht sein Telefon nicht still. Immer wieder rufen EDEKA-Kaufleute an: „Herr Schrüter, was haben Sie mit meinen Leuten gemacht? Es ist eine ganz andere Stimmung hier im Markt.“



GANZ SCHÖN VIELSEITIG

Keine Frage: Jeder der rund 1.500 Märkte der EDEKA Minden-Hannover ist besonders. Doch einige Geschäfte haben eine spannende Geschichte oder fallen optisch aus dem Rahmen – und sind nicht nur zum Einkaufen einen Besuch wert.



OSTFRIESISCH EDEKA GROOTFEHN

Bei EDEKA Grootfehn finden die Kunden nicht nur zahlreiche Spezialitäten aus Ostfriesland, sondern werden auch „up Platt“ bedient. Sogar Regalbeschriftungen und Werbung sind seit 2015 auf Platt. Der Markt ist ein Vorreiter: Inzwischen gibt es sechs weitere plattdeutsche EDEKA-Geschäfte.

► Müllers Kamp 4–6, 26629 Großefehn



FUTURISTISCH EDEKA CENTER PORTA

2017 beginnt in Porta Westfalica die Zukunft: Die ersten 50 EASY Shopper stehen bereit. Mit den eigens für die EDEKA Minden-Hannover entwickelten Einkaufswagen können die Kunden ihre Waren selbst scannen – und müssen an der Kasse nicht mehr Schlange stehen. Nach Rückmeldungen aus dem Pilotmarkt werden die EASY Shopper angepasst und in immer mehr anderen Märkten eingesetzt.

► Flurweg 11, 32457 Porta Westfalica

ENTSPANNT **EDEKA HANNOVER**

Gedämpftes Licht, warme Farben, Salzsteine und ein Springbrunnen in der Obst- und Gemüseabteilung: Der 2008 in Hannover eröffnete Wohlfühl-Markt wird von einer Feng-Shui-Beraterin gestaltet – und lädt zum entspannten Einkaufen ein. Den Schwerpunkt bilden frische Waren und Bio-Produkte.

► Grethe-Jürgens-Straße 2, 30655 Hannover



NACHHALTIG **EDEKA CENTER WUCHERPENNIG**

Hier ist nicht nur das Dach grün: Das EDEKA Center Wucherpfennig in Hannover-Roderbruch ist der größte klimaneutrale Passivhaus-Markt in ganz Europa und verfügt neben einer begrünten Dachfläche auch über Photovoltaik- und Wärmerückgewinnungsanlagen. 2015 erhält der nachhaltige Supermarkt die proKlima-Förderplakette der Stadt Hannover.

► Heisenbergstraße 14, 30627 Hannover

DRAMATISCH **EDEKA RIEBE**

Mit kyrillischen Schildern und einigen davor geparkten russischen Autos wird 2007 aus dem damaligen Reichelt-Markt am Platz der Vereinten Nationen in Berlin kurzerhand ein Supermarkt in Moskau. Dorthin flüchtet sich Hollywood-Star Matt Damon alias Jason Bourne bei einer spannenden Verfolgungsjagd in dem Thriller „The Bourne Ultimatum“.

► Platz der Vereinten Nationen 14, 10249 Berlin



HISTORISCH **EDEKA HALLMARKT**

„EDEKA liebt den Denkmalschutz“, schwärmt Oberbürgermeisterin Dagmar Szabados, als 2011 der EDEKA Hallmarkt im Herzen von Halle eröffnet wird. Der neue Supermarkt befindet sich in einer über 100 Jahre alten Trafostation für die Straßenbahn.

► Oleariusstraße 4a, 06108 Halle



Effizienz auf ganzer Strecke: Die termingenaue Anlieferung der Ware in einem EDEKA-Markt steht immer im Mittelpunkt. Und das mit weniger Dieselverbrauch und weniger CO₂-Ausstoß – die EDEKA-Lkw-Flotte zählt zu den modernsten in ganz Deutschland.



von der Papiertüte zum Natural Branding

Bis in die 1960er-Jahre wiegen die EDEKA-Kaufleute die Waren einzeln für ihre Kunden ab und verpacken sie in **Papiertüten**. Die „handelsrundschau“ rät zur Sorgfalt: „Noch in ihrer Küche, wo kein Verkaufsgespräch sie mehr erreichen kann, liest die Hausfrau in den Tüten und Paketen die Visitenkarte des Kaufmannes.“

Hochwertige Lebensmittel gibt es seit Jahrzehnten in den Märkten der EDEKA Minden-Hannover. Doch die Verpackung hat sich im Laufe der Zeit erheblich verändert.



In den modernen Supermärkten der 1960er- und 1970er-Jahre

packen die meisten Kunden ihre Einkäufe in **Plastiktüten**. Früh setzt sich die EDEKA Minden-Hannover für die „Reduzierung der Umweltverschmutzung“ ein – und versucht bereits 1973 „durch Verbraucherinformation“ eine Umstellung von Plastiktüten auf **Papiertragetaschen** zu erreichen. In den 2000er-Jahren setzt sie verstärkt auf Stoffbeutel, Permanenttragetaschen, Klappboxen und Transportkartons.



Als Alternative zu Plastikverpackungen für Obst und Gemüse setzt die EDEKA Minden-Hannover auf waschbare **Mehrweg-Netze** – und verkauft allein 2019 rund 295.500 Fünfer-Sets.

Zum Wegwerfen sind sie viel zu schade:
überreife Früchte oder Gemüse, das nicht
perfekt aussieht. Mit Liebe² gibt ihnen die EDEKA
Minden-Hannover eine zweite Chance.



Seit 2018 können Kunden eigene, leere **Mehrwegdosen** zum Einkauf mitnehmen und an den Frischetheken mit Käse, Fleisch oder Wurst füllen lassen.



Es geht auch ohne Verpackung.
2017 führt die EDEKA Minden-Hannover
das **Natural Branding** ein. Dabei
wird Obst und Gemüse, wie Mangos,
Süßkartoffeln oder Kürbisse, per Laser
direkt auf ihrer Oberfläche gekenn-
zeichnet – ein Etikett ist nicht mehr
nötig. 2019 wurden so rund sechs
Millionen Etiketten eingespart.



2003 - 2020

RETTET REIFE FRÜCHTCHEN

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Diakonischen Stiftung Wittekindshof in Bad Oeynhausen, darunter auch Menschen mit Behinderung, holen das Obst und Gemüse in den EDEKA-Märkten in Minden und Porta Westfalica ab – und zaubern mit viel Zeit und Liebe leckere Chutneys. Liebe² gibt es in sechs Geschmacksrichtungen, unter anderem als

Apfel-Karotte und Zwiebel-Ingwer. Die Chutneys kommen nicht nur bei den Kunden gut an: Auch das Branchenmagazin „Lebensmittel Praxis“ und die Internationale Grüne Woche sind begeistert – und zeichnen 2019 Liebe² mit dem „Regional-Star“ für herausragende Konzepte mit regionaler Prägung aus.



Nachhaltig produzierter Honig aus der Region: Auf den Dächern einiger Märkte stehen Bienenvölker, so auch auf dem EDEKA-Markt von Kaufmann Toralf Ankermann in Leiferde.

„WER AM WASSER WOHNT, WEISS AM BESTEN, WIE HOCH DIE DEICHE SEIN MÜSSEN“

Zwischen 2009 und 2020 hat sich die Zahl der regionalen Lieferanten auf rund 1.200 vervierfacht. Dabei sorgen klare Definitionen für Transparenz. So werden nur Waren aus einem Umkreis von bis zu 30 Kilometern um den jeweiligen Markt als „Bestes aus unserer Region“ gelistet, während Produkte aus einem größeren Radius unter Labeln wie „Bestes aus Brandenburg“ laufen. Weil die kurzen Lieferwege die Umwelt schonen und die EDEKA Minden-Hannover gleichzeitig regionale Erzeuger fördert sowie Arbeitsplätze sichert, übernimmt

sie in wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und ökologischer Hinsicht Verantwortung für die Menschen vor Ort. Auch ihre eigenen Produktionsbetriebe arbeiten in der Region für die Region: Bauerngut achtet darauf, dass sich die Mastbetriebe im Umkreis der jeweiligen Schlachthöfe befinden, Schäfer's bezieht sein Mehl in erster Linie von regionalen Mühlen. Daneben bringen lokale Spezialitäten wie Gerster- und Heidebrot die Kunden auf den Geschmack.

Zu den wichtigsten regionalen Produkten zählen saisonale Erzeugnisse wie frische Erdbeeren, Spargel, Äpfel und Kartoffeln, aber auch Milch, Eier und Käse sowie Säfte, Marmeladen und Nudeln. Unangefochtener Spitzenreiter ist Honig: Derzeit beliefern 150 lokale Imker die EDEKA Minden-Hannover. Auf den Dächern einiger Märkte leben sogar Bienenvölker, die das süße Gold für die Kunden direkt unter ihnen erzeugen. Lieferwege entfallen auch bei dem Vertical Farming-Konzept des Berliner Start-ups INFARM: In rund vier Meter hohen Gewächshäusern wachsen vor Ort in den EDEKA-Märkten frische Kräuter. 2017 wurde das erste INFARM-Gewächshaus im EDEKA Center Schöneweide in Berlin bepflanzt; inzwischen sind erntefrische Kräuter in rund 90 EDEKA-Geschäften erhältlich.



REGIONALE VERBUNDENHEIT

Mit den selbstständigen Kaufleuten vor Ort ist die EDEKA Minden-Hannover seit jeher in der Region zu Hause. Gleichzeitig erweitert sie getreu der Devise des ehemaligen Vorstands Hilko Gerdes – „Wer am Wasser wohnt, weiß am besten, wie hoch die Deiche sein müssen“ – ihr Sortiment gezielt um heimische Produkte aus dem direkten Umfeld.

Seit 2009 haben EDEKA und der WWF zahlreiche Umweltprojekte durchgeführt und haben auch in Zukunft gemeinsam noch viel vor.



NACHHALTIG IN FÜNF DIMENSIONEN

Als führendes Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen in ihrem Absatzgebiet ist für die EDEKA Minden-Hannover verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln eines der Grundprinzipien der Geschäftstätigkeit. Die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung ist nicht nur Grundlage ihres langfristigen Erfolgs, sondern zugleich die Grundvoraussetzung für das gelebte gesellschaftliche Unternehmensmodell. Kaufleute und Mitarbeiter leben den Generationsvertrag, das heißt, eine Generation übernimmt im Zuge ihres Handelns automatisch die Verantwortung für die Folgenden. Der schonende Umgang mit Ressourcen, aber auch die

Wahrnehmung gesellschaftlicher und sozialer Verantwortung sind daher bei der EDEKA Minden-Hannover gelebte Praxis und fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert.

Mit der integrierten Nachhaltigkeitsstrategie hat der Unternehmensverbund EDEKA Minden-Hannover bereits im Jahr 2011 fünf Verantwortungsdimensionen definiert, auf die sie ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten konzentriert: „Produkte“, „Mitarbeiter“, „Umwelt“, „Region“ und „Gesellschaft“.

AUS DER REGION FÜR DIE REGION

Regionale und lokale Lebensmittel sind zentrale Sortimentsbausteine der EDEKA Minden-Hannover. Vielen kleinen und mittelgroßen regionalen Betrieben wird durch die enge Zusammenarbeit und die persönliche Beratung des Regional-Einkaufs der Eintritt in den Lebensmitteleinzelhandel überhaupt erst ermöglicht. Beispiele dafür sind Hemme Milch, Lobetaler Joghurt, Johanning Snack oder auch Wurst vom Gut Hesterberg. So werden auf Gut Hesterberg regionale Wurstspezialitäten für Berlin und Brandenburg hergestellt, die – bis auf einzelne vom regionalen Erzeuger selbst betriebene Standorte – nur in den EDEKA-Märkten erhältlich sind.



UMWELT – WENIGER IST MEHR

Ein wichtiges Ziel der EDEKA Minden-Hannover ist die Reduzierung von Treibhausgasen. Deshalb investiert die Regionalgesellschaft kontinuierlich in innovative Marktkonzepte und ressourcensparende Technologien. Strom ist der Hauptemissionstreiber der EDEKA-Märkte. Die Beleuchtung und die Kältetechnik bieten hier die größten Hebel zur Einsparung. Durch weniger Stromverbrauch und verstärkte Eigenproduktion werden Treibhausgase deutlich reduziert. Das gilt auch für den energieeffizienten Einsatz von Kältemitteln und Wärmeerzeugung in den Märkten.

Auch in der Produktion wird die Umweltbilanz stetig verbessert: So verzeichnet Bauerngut einen gesunkenen Wasserverbrauch. Zudem bezieht die EDEKA Minden-Hannover für ihre Verwaltungs-, Logistik- und Produktionsstandorte seit 2020 ausschließlich Ökostrom.



ERFOLGSFAKTOR MITARBEITER



Leistungsbereitschaft und Kompetenz der Mitarbeiter sichern die Zukunftsfähigkeit der EDEKA Minden-Hannover und tragen maßgeblich zur Kundenzufriedenheit bei. Als verantwortungsvoller Arbeitgeber trägt der Unternehmensverbund Sorge für alle Mitarbeiter und setzt sich für sichere Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen und Vielfalt in der Belegschaft ein. Inklusion sowie Chancengleichheit von Frauen und Männern werden dabei gefördert. Umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsmöglichkeiten, Gesundheitsangebote sowie die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben sind wesentliche Handlungsfelder.

AUS LIEBE ZUR GESELLSCHAFT



Mit der gemeinnützigen EDEKA Minden-Hannover Stiftung kommt der Unternehmensverbund seinem Anspruch nach, Verantwortung für die Gesellschaft zu übernehmen – mittlerweile seit 25 Jahren. Zahlreiche Projekte, Organisationen sowie Einzelpersonen wurden bereits unterstützt. Allein 2019 hat die Stiftung 98.500 Euro gemäß Stiftungszweck an Menschen, die wegen ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustands auf Hilfe angewiesen oder unverschuldet in Not geraten sind, ausgeschüttet. Darüber hinaus engagieren sich die selbstständigen EDEKA-Kaufleute vielfach direkt vor Ort für ihre Gemeinden und Mitbürger, z. B. durch finanzielle oder Lebensmittel-Spenden.

PRODUKTE: PROJEKT ZITRUS

Ziel dieses gemeinsamen Projektes von EDEKA und dem WWF ist es, den konventionellen Anbau der Zitrusfrüchte schrittweise nachhaltiger zu gestalten. Gestartet wurde das Projekt 2015 auf der Finca Ibere-sparragal in Andalusien. Zitruspflanzen-Produzenten vor Ort werden mit vielerlei Maßnahmen unterstützt: zum verantwortungsvolleren Umgang mit Wasser, zum reduzierten Einsatz von Pflanzenschutzmitteln, zur effizienten Düngung und Förderung der Bodenfruchtbarkeit sowie zum Erhalt der biologischen Vielfalt und der vorhandenen Ökosysteme. So wachsen auf den ausgewählten Frucht-Plantagen umweltverträglicher angebaute Orangen und Mandarinen.



EINE DIGITALE WELT

Informationen und Daten sind die Währung der digitalen Welt. Die meisten unserer Lebens- und Arbeitsbereiche erfahren durch die Digitalisierung einen tiefgreifenden Wandel – auch der Lebensmitteleinzelhandel.

Schon heute sind automatische Bestellsysteme oder IT-gestützte Verkaufsanalysen und Lieferketten längst Wirklichkeit. Ihr riesiges Rationalisierungspotenzial entfaltet die Digitalisierung durch Netzwerk- und Datenbanktechniken, Big Data oder Künstliche Intelligenz. Alle Bereiche von der Lieferlogistik über die Warenwirtschaft bis hin zu Produktauszeichnungen am POS sowie Kassensysteme und Self-Check-out-Lösungen werden sich weiter verändern. Wie werden wir zukünftig einkaufen, wie werden die EDEKAner arbeiten? Einige Pläne und Erfahrungen:

EASY SHOPPEN

Schnell und unkompliziert einkaufen – mit dem EASY Shopper, dem modernsten Einkaufswagen der Welt. Über die EASY Shopper-App oder die DeutschlandCard können sich die Kunden einfach an dem innovativen Wagen anmelden. Die Einkäufe scannen sie über ein Display am EASY Shopper und packen die Waren gleich in ihre mitgebrachten Einkaufstaschen. Wer persönliche Beratung braucht, kann sie über einen Hilfeknopf anfordern – ein Marktmitarbeiter kommt direkt herbei. Am Ende an der EASY Kasse einfach den Einkauf abschließen, bezahlen und fertig! Kein Warten, kein Umpacken mehr. 2017 startete der EASY Shopper in einem Pilotmarkt, inzwischen ist er in einigen EDEKA Centern und MARKTKAUF-Häusern im Geschäftsgebiet der EDEKA Minden-Hannover eingeführt.





DER KUNDE ALS KASSIERER

Self-Check-out-Systeme verkürzen Wartezeiten der Kunden und binden weniger Arbeitszeit der Mitarbeiter an den herkömmlichen Kassen – so bleibt mehr Raum für die persönliche Beratung der Kunden und die Pflege des Marktes. Viele Kunden nutzen die Selbstbedienungskasse bei kleineren Einkäufen. Bislang registrieren gerade die Märkte, in deren Umfeld viele Büros, Schulen oder Universitäten liegen und wo viele Kunden in der Mittagspause ihre Einkäufe erledigen, eine hohe Nachfrage. Doch die Akzeptanz steigt bei immer mehr Kundengruppen, zumal die Bezahlung mit Bargeld, per EC-Karte oder App möglich ist.



EDEKA.NET VERBINDET!

Die Kommunikationsplattform EDEKA.NET gestaltet die Kommunikation zwischen Markt und Verwaltung noch effizienter. Und es ist eine Gemeinschaftsleistung von Groß- und Einzelhandel: Durch die intensive Zusammenarbeit mit den EDEKA-Kaufleuten wird das Portal stetig verbessert und weiterentwickelt, zuletzt durch das Feature „Wo ist mein Lkw?“ zur Nachverfolgung der Lieferungen. Weitere Entwicklungsschritte, wie digitale Marktabfragen oder die Mobilfähigkeit des Tools, wurden konzipiert und werden 2020 umgesetzt.

BEQUEME ORDER

Für einen reibungslosen Service hinter den Kulissen sorgt die EDEKA Minden-Hannover durch digitale Bestellmöglichkeiten. Marktmitarbeiter versenden ihre Order direkt aus dem Bestellsystem, haben jederzeit einen Überblick über ihre Abverkaufsdaten und können ihr Warenmanagement auch mobil von zu Hause oder direkt vor dem Regal erledigen. Zudem reduziert die digitale Order den Papierverbrauch.

Für 2023 ist die finale Umsetzung eines weiteren Bausteins der Digitalisierungsstrategie der EDEKA Minden-Hannover geplant: das „regionale Warenwirtschaftssystem für den Einzelhandel“ – kurz „RWWS-EH“. Kassensysteme, Waagen in den Frischeabteilungen und Leergutautomaten – sämtliche Systeme werden miteinander verbunden. Warenbestellung, Wareneingang und -ausgang verschmelzen so zu einem durchgängigen Prozess.



GRUND ZUM FEIERN

Ihren 100. Geburtstag möchte die EDEKA Minden eG mit allen Kaufleuten, Mitarbeitern und Kunden feiern – und damit ein weiteres Stück Geschichte schreiben. Prominente Unterstützung gibt es dabei von Kultstar Otto Waalkes.



„Lassen Sie uns gemeinsam EDEKA-Geschichte schreiben“, begrüßt Vorstandssprecher Mark Rosenkranz im November 2019 die Kaufleute und Jubiläumsbotschafter bei der Auftaktveranstaltung zum großen Geburtstag der Genossenschaft.

Die Vorbereitungen für das große Jubiläum laufen bereits seit Monaten. Das Geburtstagsjahr 2020 soll ein ganz Besonderes werden – für EDEKAner und Kunden gleichermaßen. Zum Jahresbeginn dürfen zunächst diejenigen feiern, ohne die die EDEKA Minden-Hannover nicht auf eine solch erfolgreiche Historie zurückblicken könnte: die Kaufleute und die Mitarbeiter aus allen Bereichen, ob Einzelhandel, Verwaltung, Logistik oder Produktion. Mehr als 22.000 EDEKAner feiern auf vier „Jahrhundert-Partys“ in Oldenburg, Hannover, Berlin und Halle den Geburtstag der Genossenschaft und auch sich selbst.

Um das Jubiläum auch für die Kunden in den Märkten sichtbar und erlebbar zu machen, benennt jeder Markt schon im Herbst 2019 einen „Jubiläumsbotschafter“. Seine Aufgabe: die Weitergabe aller Informationen rund ums Jubiläum an die Kollegen, ein ansprechender Jubiläumsauftritt des Marktes und die reibungslose





Umsetzung der Aktionen vor Ort. Davon sind einige geplant – von Gewinnspielen über Sammelaktionen bis hin zu exklusiven Sonderprodukten und jede Menge Rabatten.

Als besonderer Geburtstagsgast begleitet Otto Waalkes das Jubiläumsjahr. Von Bannern, Plakaten, aus dem Handzettel und als lebensgroßer Pappaufsteller lacht der Kult-Ostfriese die Kunden an. Außerdem zeichnet Otto zum runden Geburtstag exklusiv für die EDEKA Minden-Hannover Ottifanten-Motive, die unter anderem auf Frühstücksbrettchen und Tassen gedruckt werden.

Ideen, Planungen, Vorbereitungen, erste durchgeführte Jubiläumsaktionen – 2020 wird Großes von den EDEKA-nern erwartet. Im März steht mit der Corona-Pandemie aber plötzlich nur ein Thema im Fokus: die Versorgung mit Lebensmitteln sicherzustellen.



In den Märkten werden die Mitarbeiter kreativ und machen die Kunden mit tollen Aufbauten und vielen Aktionen auf das Jubiläum aufmerksam.

ALLTAGSHELDEN



„Wer in diesen Tagen an der Supermarktkasse sitzt oder Regale befüllt, der macht einen der schwersten Jobs, die es zurzeit gibt. Danke, dass Sie für Ihre Mitbürger da sind und buchstäblich den Laden am Laufen halten.“

Der „Spuckschutz“ im Kassenbereich gehörte zu den ersten Maßnahmen, die die EDEKA-Märkte im März 2020 einsetzten.



Kreative Ideen sind gefragt: Die Rampe an der Fleischtheke sorgt für sicheren Abstand.

Bundeskanzlerin Angela Merkel spricht das aus, was viele Menschen empfinden: In Zeiten der Corona-Pandemie wird besonders deutlich, wie wichtig – „systemrelevant“ – die Arbeit in den Lebensmittelmärkten ist. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Lebensmittelmärkten sind – neben Menschen im medizinischen Bereich oder im öffentlichen Dienst (z. B. Feuerwehr, Polizei) – „Helden des Alltags“.

Im März 2020 stellt das Corona-Virus das öffentliche, private, soziale sowie wirtschaftliche Leben auf den Kopf. Die EDEKA Minden-Hannover ist sich der besonderen Rolle und Verantwortung in dieser Phase bewusst. Ob an der Bedientheke oder an der Kasse im Markt, ob in der Logistik oder Verwaltung, ob im Groß- oder Einzelhandel: Überall sorgen die EDEKAner dafür, die Versorgung der Bevölkerung zu sichern.

Ende Juni stellt die Mehrwertsteuer-Senkung die Mitarbeiter in den Märkten erneut vor eine große Herausforderung. Binnen weniger Tage werden sämtliche Preisschilder – im Schnitt rund 20.000 Stück – an den Regalen ausgetauscht.

2020



In und vor den Märkten halten die Kundinnen und Kunden ausreichend Abstand.

Stapelweise neue Papier-Preisschilder müssen gedruckt, händisch getrennt und sortiert werden, ehe die Mitarbeiter sie an den Regalen austauschen können.

GESTERN



Tag für Tag geben sie ihr Bestes: die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie waren und sind der Herzschlag der EDEKA Minden-Hannover. Ob in den Märkten, der Produktion, der Logistik oder der Verwaltung: Mit Liebe und Leidenschaft gehen sie ihrer Arbeit nach – heute wie vor 100 Jahren.

100
JAHRE



„Gegenstand des Unternehmens ist, wirtschaftlich gesunde, voll existenzfähige Betriebe selbstständiger Unternehmer des mittelständischen Lebensmitteleinzelhandels und verwandter Berufsgruppen zu schaffen, sie zu fördern und zu erhalten“, dies schrieben schon 1920 die Gründungsmütter und -väter sinngemäß in die Genossenschaftssatzung. Daran hat sich nichts geändert.

Heute ist EDEKA einer der bedeutendsten Existenzgründer und Förderer des Mittelstands in Deutschland. Die genossenschaftlich organisierte Struktur und die gegenseitige Stärkung über mehrere Handelsstufen hinweg gehören zur DNA der EDEKA Minden-Hannover. Hier macht man gemeinsame Sache und lebt Solidarität – seit 100 Jahren.



HEUTE





Eng mit der Heimat verbunden – auch und gerade bei den Produkten. Heute weist das Logo „Bestes aus unserer Region“ gezielt auf entsprechende Produkte hin. Gewachsen und verwurzelt in den Regionen des Tätigkeitsgebiets ist die EDEKA Minden-Hannover seit 1920.



1920 gründeten einige Kolonialwarenhändler eine Genossenschaft – der Grundstein für die heutige EDEKA Minden-Hannover. 2020 begeht der Unternehmensverbund mit rund 570 Genossenschaftsmitgliedern das 100-jährige Jubiläum. Was treibt die EDEKAner an? Trotz allen Wandels: Die wesentlichen Werte bleiben.



Kein Zweifel, unser täglicher Einkauf hat sich in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt. Heute ist ein Mix aus Onlinehandel und stationärem Handel längst Realität, sodass immer mehr Kundinnen und Kunden ihre Waren auch im Internet bestellen. Persönliche Beratung aber ist unersetzlich und zählte schon immer.



Und die Liebe wächst! Die Vision „Wir lieben Lebensmittel“ mag jüngeren Datums sein, doch die Begeisterung für frische Lebensmittel, zufriedene Kunden und die wichtige Aufgabe der Nahversorgung eint die EDEKAner über zehn Jahrzehnte hinweg.

MORGEN



Gut gelaunt strömen die Kunden in den „modernsten Supermarkt der EDEKA Minden-Hannover“, so die Mitarbeiter-App „wir“. Eine Besonderheit ist die „Chefkoch-Area“: Dort stehen die Zutaten für bestimmte Gerichte fertig zusammengepackt bereit. Die Kunden brauchen nur zuzugreifen – und können sich die Rezepte gleich

auf ihr Smartphone laden. Wer keine Lust hat, selbst zu kochen, kann sich im „Grünen Wenzel“ verwöhnen lassen. Das EDEKA-eigene Restaurant bietet vor allem regionale Spezialitäten und vegane Gerichte an. Daneben lädt ein gemütliches Café zum Verweilen ein.

Nach vier Monaten Umbau ist es endlich so weit:

Am 9. Juni 2030 eröffnet das 7.000 Quadratmeter große

EDEKA Center in der Mindener Königstraße.

2030 – ERÖFFNUNG DES NEUEN EDEKA CENTERS IN MINDEN

ecenter

Neben dem Kassenbereich befindet sich die Abholstation für online bestellte Waren. Mit ihrer persönlichen PIN können die Kunden ein Fach öffnen – und eine mit ihren Einkäufen gefüllte Transportbox entnehmen. Für die Kunden, die sich im Markt von Angeboten inspirieren lassen wollen, stehen die bewährten EASY Shopper

bereit. Seit über zehn Jahren scannen die Kunden mit ihnen die Waren. Die zweite Generation EASY Shopper fährt bei Bedarf allein per Sprachsteuerung zum richtigen Regal. Eine EDEKAnerin lacht: „Als ich hier im Markt anfing, haben noch die Mitarbeiter an der Kasse die Waren gescannt. Das kann man sich gar nicht mehr vorstellen! Oft mussten die Kunden lange warten, gerade am Wochenende. Heute haben wir viel mehr Zeit, um uns um die Wünsche unserer Kunden zu kümmern und sie zu beraten.“

Ob heute, in zehn Jahren oder in ferner Zukunft:
Bei der EDEKA Minden-Hannover arbeitet man mit Herz und Leidenschaft. Die Liebe wächst!

Ob die EDEKA-Märkte in zehn Jahren wirklich so aussehen? Wir werden sehen. Eines steht jedoch fest: Persönliche Beratung und Service, Frische und Qualität werden auch in Zukunft die Trümpfe der EDEKA Minden-Hannover sein. Denn Lebensmittel sind und bleiben unsere Leidenschaft.

Danke!

100 Jahre EDEKA Minden eG – das sind auch 100 Jahre Engagement, Leidenschaft und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Deshalb darf eines nicht fehlen: Danke zu sagen.

Danke an alle EDEKA-Kaufleute, die mit ihrem Mut und Unternehmergeist dafür gesorgt haben, dass die Genossenschaft weiter wachsen konnte.

Danke an alle ehemaligen und heutigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Märkten, den Verwaltungs- und Logistikstandorten sowie in den Produktionsbetrieben, die mit ihrem Einsatz eine solch positive Entwicklung erst möglich gemacht haben.

Danke an alle Geschäftspartner, die mit viel Vertrauen – oft sogar schon seit Jahrzehnten – eine hervorragende Zusammenarbeit mit der EDEKA Minden-Hannover pflegen.

Danke an alle Kunden, die in EDEKA einen zuverlässigen Versorger von Lebensmitteln gefunden haben.

Jeder Einzelne hat einen Teil zur erfolgreichen Geschichte der EDEKA Minden eG beigetragen.

Und so wie die historische Entwicklung nur mit vielen Händen erreicht werden konnte, ist auch dieses Buch durch die Unterstützung von vielen entstanden. Für die geteilten Erinnerungen, für die vielen Erfahrungen sowie für Bilder, Dokumente und Sammlungen aus vergangenen Zeiten sei auch hier ein herzliches Dankeschön gesagt.

STICHWORTVERZEICHNIS

A

Alfeld	53, 58
Anuga	51
Arbeitstag	15
Ark Souri, Moustafa	61
Aufsichtsrat	11, 13, 31, 54, 58, 82, 90
Ausbildung	60, 61

B

Bad Oeynhausen	41, 53, 60
Bad Zwischenahn	61
Bägros	68
Bahrs, Marco	74
Bäkehof-Westfalengut	68
Barcode	66
Barkhausen	32, 50
Bauerngut	73, 87
Becker, Anna	11
Bediengeschäft, Bedienläden	14, 51
Begrüßungsgeld	74, 77, 84
Belbe, Otto	11
Beratung	11, 85, 107, 110, 115, 117
Berlin	13, 19, 22, 23, 29, 39, 46, 47, 73, 74, 75, 77, 83, 97, 99, 105

Bernau

13

Besatzungsmacht, Besetzungszone

39, 84

Bilanz

27, 53

Bilepp, Augusta

18

Bio

86, 92, 99, 107

Bitterfeld

75

Blankenburg im Harz

12

Bockum-Hövel

70

Borgkauf

15

Borkum

67

Boykott

38

Brandenburg

77, 83

Bremen

12, 18, 22, 37

Bremerhaven

12

Breslau

32

Bückeburg

32

Burg (Sachsen-Anhalt)

92

Burgdorf

12

Burkel, Artur

58

C

C+C-Betriebe	58, 73, 81
C+C-Markt	41, 53
Celle	12, 39
City Shop	83
City-Einkaufszentrum	41, 54
CO ₂	29, 100
Corona	113
Cottbus	13
Cramer, Jürgen	90

D

Dannenberg, Willi	60
depot-Märkte	87
Deutsche Demokratische Republik (DDR)	46, 48, 74, 75, 77, 84
Diätprodukt	51
Die kluge Hausfrau (Zeitschrift)	22
Diepholz	12
Digitalisierung	108, 109
Discount	53, 57, 62, 63, 65, 81
Düßler, Theodor	39
Dützen	11

E

EASY Shopper	98, 108, 117
EDEKA aktiv markt	77, 81
EDEKA Berlin	28, 39, 77
EDEKA Berlin-Brandenburg	83, 89, 90
EDEKA Börde	75
EDEKA Brake	31
EDEKA Bremen	31, 38, 53
EDEKA Celle	39
EDEKA Center	81, 99, 105, 106, 116
EDEKA Delmenhorst	53
EDEKA Frischezentrum Halberstadt	81
EDEKA Goslar	28, 31
EDEKA Großhandel Minden	27
EDEKA Hameln	32
EDEKA Hameln-Holzminden	69
EDEKA Handelsgesellschaft Berlin-Brandenburg	83
EDEKA Hannover	29, 31, 37, 58
EDEKA Harz-Heide	69
EDEKA Hildesheim-Alfeld	58
EDEKA Jever	31

EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH	87	Großhandel	14, 27, 38, 53, 69, 92, 109
EDEKA Minden-Osnabrück	41, 44, 51, 53, 55, 58, 60	Großmarkt	74
EDEKA Neuruppin	31	Grundnahrungsmittel	14, 18
EDEKA Nordwest	67, 89, 90	Gründungsmitglieder	11
EDEKA Oldenburg	31, 68, 84	Gründungsstatut	11
EDEKA Osnabrück	41, 53	Grüner Wenzel (Gaststätte)	11
EDEKA Potsdam	31	Gutfleisch	70
EDEKA Wittenberg	19, 31		
EDEKA Wucherpfennig	15, 17, 99	H	
EDEKA.NET	109	Halle	12, 19, 75, 81, 82
EDEKA-App	84	Handelsorganisation (HO)	48
EDEKA-Eigenmarken	22, 86, 106, 107	handelsrundschau	23, 31, 37, 51
EDEKA Zentrale	22, 23, 32, 75, 84, 92	Handkarren	11, 28
Einkaufsgenossenschaft	9, 11, 13, 21, 28, 33	Hartmann, Wilhelm	58
Einkaufsverein der Kolonialwarenhändler		Hellwig, Claus	77
zu Roßlau an der Elbe	18	Helmke, Annegret	96
Einzelhandel	31, 62, 81, 90, 105, 108, 109	Herford	41, 54
Eisleben	81	Hildesheim	12, 20, 53
E-Laster	28	Hiller, Fritz	39
Ersatzprodukte	18	Hollywood	99
Erster Weltkrieg	9, 18, 19	Holzhausen	11
Erxleben	81	Holzminden	12
European Article Number	66	Hummel, Paul	48, 49
Existenzgründer	81, 114	Hunger	18, 25, 39
		Hyperinflation	19
F			
Feng-Shui	99	I	
Filialbetrieb	13	INFARM	105
Flüchtlinge	61		
Frankfurt an der Oder	9, 13	J	
Frenk, Alfons	75, 83, 87	Jever	12
Fresswelle	51		
Fuhrpark	28, 29, 39, 42	K	
Fusion	52, 53, 57, 58, 59, 68, 83, 89, 90	Kaiser's Tengelmann	87
G		Kaiserreich	13, 18
Gastronomie	53, 92	Kalbsrieth	81
Generalversammlung	23	Karl Preuß GmbH	87
Genossenschaftsidee	9	Karriere	61
Genossenschaftsregister	11	Kassensystem	87, 108, 109
Gerdés, Hilko	67, 90, 105	Kaul, Frank-Rainer	63
Geschäftsbereichsleiter	61	Kirchhoff, Gustav	11
Geschäftsführer	11, 25, 31, 32, 33, 39, 42, 43, 48, 61, 67, 90	Klimaschutz	89, 99, 106, 107
Glogau	32	Knippertz, Karl	70
Goslar	12	Kohrs, Horst	83
Graf Bohni (Eigenmarke)	43	Köln	51
Gräfe, Renate	81	Kolonialwarenhändler	9, 11, 13, 18, 21
Greppin	81	König, Paul	52
Großefehn	98	Königs Wusterhausen	48
		Konsumgenossenschaft	48, 81

Konsumverein	13, 31	P	
Krahnefeld, Jürgen	81	Passivhaus-Markt	99
Kriegsgefangene	38	Pferdefuhrwerk	11, 28, 39
Kühlschrank	15, 44, 51	Plünderungen	19, 25, 39
L		Porta Auto & Rad	68
Ladenöffnungszeiten	15	Porta Sport & Freizeit	68
Lahde	11	Porta Westfalica	68
Lastwagen	28, 29, 32, 58, 67, 75, 102	Prenzlau	13
Lauenau	89	Preuß, Karl-Heinz	32, 37, 44, 58, 82
Lebensmitteleinzelhandel	9, 50, 63, 105, 108	Prozesskette	70
Lebensmittelkarten	18, 35, 36, 37	Q	
Lebensmittelzwangsbewirtschaftung	18	Qualität	15, 70, 87, 117
Leipzig	31	R	
Logistik	28, 73, 89, 108, 113, 114	Rationierung	18, 37
Lübben	13	Recycling	106, 107
Lübbenau	13	Regiemarkt	41, 54, 58, 63, 68, 69, 81, 92
M		Regionalgesellschaft	97, 107
Magdeburg	12, 75, 81, 82	Regionalität	92, 105, 106, 109, 116
Marke	15, 16, 21, 22, 43, 48, 88	Reichelt (Otto Reichelt AG)	73, 83, 87
MARKTKAUF	92	Reichsbank	19
Marktwirtschaft	77	Reis, Bruno	54
Mauerfall	73, 74, 75, 77, 84	Rezession	57
Max Lüning GmbH & Co. KG	68	Riebe	99
Mehrweglösungen	101, 107	Rietberg	68
Merseburg	81	Rosenkranz, Mark	92, 110
Ministerrat der DDR	75	Roßlau	12, 18
MIOS	53, 55, 81	S	
Mitglieder	11, 13, 19, 22, 23, 25, 27, 31, 32, 44	SB-Laden	50, 51, 54, 83
N		Schäfer's (Werner Schäfer KG)	57, 68, 69
Nachhaltigkeit	29, 93, 99, 104, 106, 107	Schaufenster	23, 31, 37
Nachwuchsförderung	61	Schlüter, Dirk	43, 55, 81, 87, 90
Nationalsozialismus	25, 31	Schlüter, Heinz	54
Natural Branding	101	Schmidt, Joachim	58, 60, 62, 68, 75, 83, 87
Neuruppin	13	Scholz, Gunter	81
Nordenham	12	Schröder, Hinrich	50
Notgeld	84	Schwedt	13
NP-Märkte	63, 81	Selbstbedienung	41, 50
O		Selbstständige Einzelhändler	13, 70, 114
Ohler, Herbert	54	Self-Check-out	108, 109
Oldenburg	12	Soltau	12, 70
Ölkrise	57, 62	Spar	90, 92
Online	83, 115, 116	Spritzenhaus	26, 27, 32
Ortrand	77	Stade, Heinz	43
Osnabrück	12, 50, 63	Staßfurt	12, 75
		Steckrübenwinter	18
		Stendal	81
		Supermarkt	50, 53, 54, 61, 64, 66, 68, 70, 73, 77, 99, 100, 116

T		W	
Teichmann, Georg	25, 32, 33, 37, 42, 43, 53, 58	Währung	84, 87
Tiefkühlheimdienst „Tiefkühl-Heimkauf“	68	Währungs-, Wirtschafts- und Sozialunion	75, 76
Tiefkühlkost	41, 51	Warenbörse	57
Transparenz	70, 105	Warenhaus	13, 31
Transport	28, 29, 43, 101, 107	Warensorter	66, 98, 110, 117
U		Warenwirtschaft	92, 108, 109
U21	61	Werbung	22, 48, 53, 95, 98
Umweltschutz	89, 105, 109	Weserkauf	9, 10, 11, 22, 23, 24, 27, 32
V		Wienand, Franziska	11
Verden	12	Wilhelm Klages KG	
Verdunkelung	37	(V-Markt Wilhelm Klages GmbH)	57, 68, 87
Verpackung	101, 106, 107	wir (Mitarbeiterzeitschrift)	81, 82, 92, 116
Vertical Farming	105	Wir lieben Lebensmittel (Kampagne)	94, 95, 97, 116
Vertrieb	62, 63, 65	Wirtschaftskrise	25, 27
V-Markt	73, 87	Wirtschaftssabotage	46
Vorstand	11, 13, 31, 60, 68, 75, 87, 90, 92, 97, 105	Wirtschaftswunder	29, 41, 44, 51, 57, 60, 62, 84
		Wittenberg	12, 19, 75
		Wolfsburg	74
		WWF (World Wide Fund for Nature)	106, 107
Z			
		Zwangsarbeiter	38
		Zweiter Weltkrieg	25, 28, 36

QUELLENNACHWEIS

Eine Belegfassung mit detaillierten Nachweisen von Quellen und benutzter Literatur erhalten interessierte Leserinnen und Leser über den Pressekontakt der EDEKA Minden-Hannover.

- Archiv der EDEKA Minden-Hannover
- Archiv der EDEKA handelsrundschau
- Berlin-Brandenburgisches Wirtschaftsarchiv, Berlin
- Brandenburgisches Landeshauptarchiv, Potsdam
- Bundesarchiv Berlin
- ITS Archives, Bad Arolsen
- Landesarchiv Berlin
- Landesarchiv Nordrhein-Westfalen/
Abteilung Ostwestfalen-Lippe, Detmold
- Landesarchiv Nordrhein-Westfalen/
Abteilung Rheinland, Duisburg
- Landesarchiv Sachsen-Anhalt, Merseburg
und Magdeburg
- Niedersächsisches Landesarchiv, Hannover,
Stade und Oldenburg
- Staatsarchiv Bremen
- Stadtarchiv Celle
- Statistisches Bundesamt

BILDNACHWEIS

QUELLEN

akg-images	14, 15, 18, 49, 102, 114	Mondelēz International	16
bpk	34/35, 37, 39	Niedersächsisches Landesarchiv,	
Bundesarchiv	31	Abteilung Oldenburg	38
Christian Schwier Fotodesign	100/101, 109, 114, 116/117	Picture alliance	48, 49, 62, 66, 67, 74, 76, 84, 113
Firmenarchiv Bahlsen GmbH & Co. KG	16	Sammlung Preuß	32
Firmenarchiv Dr. August Oetker KG	16	Sammlung Scheidemann	2, 8/9
Firmenarchiv Henkel AG & Co. KGaA	16	Sammlung Dirk Schlüter	55
Firmenarchiv Johnson & Johnson GmbH	16	Sammlung Wucherpfennig	15, 17, 22
Firmenarchiv VIVIL A. MÜLLER GMBH & CO. KG	16	Stadtarchiv Hildesheim	20
Jan Northoff Fotografie	91, 104, 106, 107, 115	Swen Pförtner (dpa)	113
Jonathan Fafengut Photography	115	SZ Photo	64/65
Kellog GmbH	16	Thomas Meinicke Photography	3, 88/89, 111, 112, 113
Landesarchiv Sachsen-Anhalt	19	Ullstein	16, 19, 23, 26, 29, 30, 36, 38,
Maggi GmbH	66		45, 47, 48, 49, 63, 66, 69, 74,
			78/79, 84, 95, 99, 109, 115
		Werner & Mertz GmbH	16

ZUSATZINFORMATION ZU DEN KAPITELEINSTIEGSBILDERN

Seite 8/9 – Familie Scheidemann,
Wittmund/Carolinensiel, 1921

Seite 72/73 – EDEKA Center Bobbau,
Bitterfeld-Wolfen, um 1996

Seite 56/57 – Zentrale der EDEKA Minden-Hannover,
Wittelsbacherallee, Minden, um 1970

Seite 88/89 – Familie Ehlers,
Soltau, 2020

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Diese Chronik zum 100. Geburtstag der EDEKA Minden-Hannover präsentiert die Unternehmensgeschichte informativ, bunt und abwechslungsreich – und ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Soweit nicht anders vermerkt, liegen die Nutzungsrechte der verwendeten Bilder bei der EDEKA Minden-Hannover oder dem Geschichtsbüro Reder, Roeseling und Prüfer. Sollte es trotz gründlicher Recherche nicht gelungen sein, sämtliche Inhaber von Bildrechten ermittelt zu haben, bitten wir diese, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

VISION & MISSION

Wir ❤ Lebensmittel.

... und weil wir Lebensmittel lieben ...

... ist keiner kompetenter in Sachen Lebensmittel als EDEKA

... stehen wir für Gemeinschaft, Gesundheit und Genuss.

MISSION

Wir, die EDEKA Minden-Hannover, sind ein starker Unternehmensverbund, Marktführer in unserem Absatzgebiet und die umsatzstärkste EDEKA-Regionalgesellschaft. Mit unseren leistungsstarken Märkten sind wir die besten Anbieter von Lebensmitteln.

Wir bieten ein umfassendes, durch ein professionelles Qualitätsmanagement abgesichertes Sortiment: von preisgünstigen Basisartikeln bis zu ausgewählten Spezialitäten. Mit motivierten Mitarbeitern, fachkundiger Beratung, anspruchsvoller Ladengestaltung und anregender Warenpräsentation begeistern wir unsere Kunden.

Wir sorgen mit ausgezeichneten Mitarbeitern für beste Leistungen im Einzelhandel.

Wir fordern und fördern Leistungsbereitschaft und unterstützen die persönliche und fachliche Weiterentwicklung unserer Mitglieder und Mitarbeiter.

Wir erfüllen unseren genossenschaftlichen Förderauftrag in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit erfolgreichen selbstständigen Einzelhändlern.

Wir verfügen über eine erstklassige Bonität, eine überdurchschnittliche Eigenkapitalquote, effiziente Geschäftsprozesse und leistungsstarke Einzelhandels-, Großhandels-, Produktions- und Dienstleistungssparten.

Wir bieten eine hohe Verbindlichkeit im gemeinsamen Warengeschäft und sind Treiber bei Innovationen und Beispielgeber für eine starke Marke EDEKA.

Wir übernehmen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit Verantwortung für unsere Gesellschaft, unsere Mitarbeiter und deren Familien, unsere Umwelt und für unsere Region.

IMPRESSUM

Herausgeber

EDEKA Minden eG
Wittelsbacherallee 61
32427 Minden
Telefon: 0571 802 - 0

verbund.edeka/minden-hannover/

Konzeption und Produktion

MIOS-Werbung GmbH
Wittelsbacherallee 61
32427 Minden
Telefon: 0571 802 - 1032
E-Mail: presse@minden.edeka.de

Projektkoordination: Miriam Pöttker, Bettina Stolt
Layout: Isabell Pörtner, Katharina Wilmsmeier,
Christian Becker

Recherche und Redaktion

Geschichtsbüro Reder, Roeseling & Prüfer, Köln
Projektleitung: Britta Stüber
Recherche und Text: Dr. Christiane Fritsche
Gestaltung: Ralf Schroeder

Druck

Kunst- und Werbedruck, Bad Oeynhausen

Diese Publikation steht im Internet zur Verfügung unter
100jahre.edeka-minden.de



