



09.07.2020 – 14:12 Uhr

Verbraucher geben EDEKA Bestnoten für Nachhaltigkeit

Hamburg (ots) -

EDEKA kann viel mehr als nur preiswert! Das bestätigen die Ergebnisse der nun veröffentlichten Verbraucherstudie "Grüne Marken des Jahres", die vom Nachrichtenmagazin "Stern" in Zusammenarbeit mit dem renommierten Marktforschungsinstitut YouGov durchgeführt wurde. In der Kategorie "Lebensmittelhandel" belegt EDEKA unter den großen, deutschlandweit vertretenen Supermärkten die führende Position - vor Rewe, Kaufland, Aldi und Lidl.

Gerade die Discounter in Deutschland überbieten sich aktuell mit großformatigen Anzeigen, wer nun der Billigste im Lande sei. Als Beleg dienen willkürlich zusammengestellte Warenkörbe - diese sind allerdings nicht mehr als eine Momentaufnahme aus dem jeweils ausgewählten Markt. Dabei steht fest: Preislich kann der EDEKA-Verbund überall mithalten - mit seinen Eigenmarken ebenso wie im vielfältigen Markensortiment. Aber EDEKA kann eben noch viel mehr als nur preiswert! Und damit trifft der EDEKA-Verbund nicht nur die Wünsche und Erwartungen vieler Verbraucher, sondern liegt auch mitten in einem breiten gesellschaftlichen Trend.

Dies bestätigt einmal mehr die neue, großangelegte Studie "Grüne Marken des Jahres": In der Kategorie "Lebensmittelhandel" überzeugt EDEKA als bester Händler unter den großen, flächendeckend vertretenen Vollsortimentern und Discountern Deutschlands. Insbesondere bei den Kriterien "Regionalität" und "Fairness" punktete EDEKA bei den befragten Verbrauchern, aber auch bei "Ressourcenschonung", "Klimaschutz" oder "Engagement" erreichte der genossenschaftliche Verbund Top-Werte.

Fazit: Der Preis ist eben nicht alles. EDEKA-Märkte legen bei ihrer Sortimentsgestaltung genauso großen Wert auf Vielfalt mit regionalen Erzeugnissen und Bio-Produkten, auf lokale Partnerschaften mit Erzeugern sowie ausgeprägte Frischesortimente und kompetenten Service. Das macht EDEKA und seine rund 3.700 selbstständigen Kaufleute bundesweit zu verlässlichen und qualifizierten Vollversorgern. Wegweisend für die gesamte Branche ist zudem die seit über zehn Jahren währende strategische Partnerschaft mit der unabhängigen Umweltschutzorganisation WWF. Ihre Zielsetzung ist es, den ökologischen Fußabdruck des EDEKA-Verbunds Schritt für Schritt zu reduzieren, die Umwelt und ihre Ressourcen zu schützen und für kommende Generationen zu bewahren.

Für die Studie "Grüne Marken des Jahres" wurden vom Marktforschungsinstitut YouGov 790 Marken bei den Verbrauchern abgefragt und 48.000 Bewertungen abgegeben. Es ging dabei nicht nur um Umweltengagement und Klimaschutz, sondern auch um den fairen Umgang mit Beschäftigten und Lieferanten sowie die Verwurzelung in der Region. Entstanden ist ein Ranking von 99 Anbietern. An der Spitze stehen vor allem Händler und Hersteller biologischer Lebensmittel, auch Öko-Mode, Naturkosmetik oder umweltschonende Reinigungsmittel sind dabei.

EDEKA - Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.700 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne "Wir lieben Lebensmittel" und gibt vielfältige Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Fachhandelsformate wie BUDNI oder NATURKIND, online-basierte Lieferdienste und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2019 mit rund 11.200 Märkten und 381.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 55,7 Mrd. Euro. Mit rund 18.300 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

Pressekontakt:

EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Mitarbeiter- und Medienkommunikation
Tel. 040 / 6377 - 2182
E-Mail: presse@edeka.de
www.edeka-verbund.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100013843/100851769> abgerufen werden.