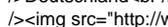




## Auszeichnung für EDEKA und Kampagne "Der Panda hilft"

Auszeichnung für EDEKA und Kampagne "Der Panda hilft" - Kampagne schafft Vertrauen für verantwortungsvoll erzeugte Lebensmittel - Der Panda als WWF-Logo bietet Orientierung im Supermarkt - Bereits rund 300 gekennzeichnete Eigenmarken-Artikel - EDEKA ist für die Nachhaltigkeits-Kampagne "Der Panda hilft" mit dem Bronzenen EFFIE ausgezeichnet worden. Der renommierte Branchenpreis würdigt besonders wirksame und erfolgreiche Werbemaßnahmen. Mit der prämierten Kampagne hat es der EDEKA-Verbund im Sommer 2013 geschafft, seine strategische Partnerschaft mit der Naturschutzorganisation WWF einem breiten Publikum bekannter zu machen und viele Kunden für umweltverträglicher hergestellte Produkte zu begeistern. Die Jury, besetzt mit namhaften Vertretern von Wirtschaft, Marketing, Medien, Agenturen und Wissenschaft, hob insbesondere die neuartige und originelle Aufbereitung des ernstesten Themas "Nachhaltigkeit" hervor. Als markantes und aufmerksamkeitsstarkes Visual diente dabei der Panda, das WWF-Logo. Rund 300 zertifizierte EDEKA-Eigenmarken-Produkte, die anerkannte ökologische Standards erfüllen, sind bereits mit dem Panda-Logo gekennzeichnet. Auch in der 360-Grad-Kampagne spielte der Panda die Hauptrolle: Als "Berater" und Botschafter des WWF informierte er die Kunden in einem TV-Spot, in Printanzeigen, Flyern und Handzetteln über Nachhaltigkeitsaspekte der Eigenmarken. Ein Online-Special zeigte zudem die Reise des Pandas um die Welt, in der er die Produktionsstätten ausgewählter Lebensmittel besucht - immer mit dem typischen EDEKA-Augenzwinkern. So schaffte es die Kampagne, in kurzer Zeit Vertrauen zu schaffen und das Engagement von EDEKA bei den Kunden zu verankern. Das Kreativ-Konzept der Kampagne wurde von der Hamburger Agentur Jung von Matt entwickelt, die Mediaplanung erfolgte durch die FGMO OMD GmbH Germany. Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative - Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen über 4.000 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne 'Wir? Lebensmittel'. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2013 mit seinen rund 11.600 Märkten und 327.900 Mitarbeitern einen Umsatz von 46,2 Mrd. Euro. Mit rund 17.600 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland. - Pressekontakt - EDEKA ZENTRALE AG - Co. KG - New-York-Ring 6 - 22297 Hamburg - Ansprechpartner: Herr Gernot Kasel - Tel: (040) 6377 - 2182 - E-Mail: presse@edeka.de - Edeka Zentrale AG - Co. KG - New-York-Ring 6 - 22297 Hamburg - Deutschland - Telefon: +49 (40) 6377 - 0 - Telefax: +49 (40) 6377 - 4575 - Mail: info@edeka.de - URL: http://www.edeka.de - 

### Pressekontakt

Edeka Zentrale

22297 Hamburg

edeka.de  
info@edeka.de

### Firmenkontakt

Edeka Zentrale

22297 Hamburg

edeka.de  
info@edeka.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage