



EDEKA setzt auf individuelle Expansions-Konzepte

EDEKA setzt auf individuelle Expansions-Konzepte
Fokus liegt auf Standorten in integrierten Lagen
Qualifizierte Nahversorgung verlangt nach Verkaufsflächen ab 1.500 qm
EDEKA auf der EXPO REAL in München: Halle C1, Stand 420
Der Hamburger EDEKA-Verbund ist weiter auf Expansionskurs und wird auch im Jahr 2013 weiter organisch wachsen. Dabei setzt der genossenschaftlich organisierte Verbund konsequent auf das Konzept der Qualifizierten Nahversorgung: Im Zentrum der Expansionsleistung stehen individuelle, dem jeweiligen Standort angepasste Märkte in integrierten Lagen ab einer Größe von 1.500 Quadratmetern Verkaufsfläche, die in der Regel von selbstständigen Kaufleuten betrieben werden. Um die Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern, investiert der EDEKA-Verbund im Jahr 2013 rund 1,6 Mrd. Euro in die Erweiterung und Modernisierung der Handelsinfrastruktur. Die Expansions-Strategie sowie Möglichkeiten der Kooperation stellen die EDEKA-Expansionsverantwortlichen Kommunen, Investoren und Projektentwicklern im Rahmen der EXPO REAL vor. Die EXPO REAL ist die international bedeutendste Fachmesse für Gewerbeimmobilien und findet vom 7. bis 9. Oktober 2013 auf dem Messegelände in München statt.
In Halle C1, Stand 420, informieren die Expansionsexperten der EDEKA-Zentrale und der regionalen Großhandelsbetriebe über die flexiblen und maßgeschneiderten Modelle, die für die spezifischen Anforderungen von Städten und Gemeinden entwickelt wurden. Vertreter von Kommunen sowie Objektentwickler und Bauträger sind eingeladen, ihre eigenen Projekte vorzustellen und erhalten hierzu noch vor Ort erste fundierte analytische Einschätzungen. Im Mittelpunkt stehen für EDEKA individuelle Beratungsansätze, die auf verbrauchernahe und nachhaltige Lösungen für Super- und Verbrauchermärkte setzen - unabhängig von ihrer Lage in Stadt- und Nebenzentren, Wohngebieten oder ländlichen Raum. "Als einer der größten Nahversorger Deutschlands ist es stets unser Ziel, für jeden Standort das optimale Konzept zu entwickeln", betont Martin Scholvin, Vorstand Finanzen, Personal und Expansion. "Jede Umsetzung erfolgt dabei in enger Abstimmung und Zusammenarbeit mit den Vertretern der örtlichen Kommunen und Gemeinden."
Das EDEKA-Erfolgsmodell: Qualifizierte Nahversorgung
Für die Realisierung einer Qualifizierten Nahversorgung stehen insbesondere EDEKA-Vollsortimentsmärkte ab einer Größe von 1.500 Quadratmeter Verkaufsfläche im Mittelpunkt der Expansionsarbeit. Sie bieten den Kunden ein breites und tiefes Sortiment für die volle, auf Genuss und gesunde Ernährung ausgerichtete Bedarfsdeckung, inkl. Bedientheken, einem der Kundennachfrage entsprechenden Mix aus Marken und Eigenmarken, Bio und regionalen Produkten sowie einem ausgeprägten Serviceangebot. Voraussetzung für die verbrauchernahe Umsetzung solcher Standorte sind zeitgemäße baurechtliche Rahmenbedingungen, die eine Realisierung von Projekten dieser Größe chancengleich zum Discount-Segment ermöglichen.
Besonderer Fokus in der EDEKA-Expansionsarbeit liegt darüber hinaus auf Standorten in integrierten Lagen. "Wir möchten die Menschen dort qualifiziert versorgen, wo sie leben", betont Martin Scholvin. Neben der guten Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit dem öffentlichen Nahverkehr dieser Märkte - was insbesondere auch weniger mobilen Menschen zugutekommt - stehen hier zudem ökologische Aspekte im Vordergrund: Da die Kunden keine weiten Wege mit dem Auto zurücklegen müssen, verringern sich Verkehr, Emissionen und Lärm, was positive Auswirkungen auf die Klimabilanz hat. Ein weiterer Vorteil: Integrierte Standorte bringen Kopplungskäufe mit sich und tragen somit dazu bei, weitere Handels- und Dienstleistungsbetriebe im Umfeld zu entwickeln.
Durch die Belegung eines Quartiers können nicht zuletzt dauerhaft Arbeitsplätze entstehen, was durch die service- und personalintensiven Vollsortimenter nachhaltig gefördert wird. Da die EDEKA-Märkte in der Regel von einem der über 4.000 selbstständigen Unternehmer betrieben werden, sichern sie den Kommunen zudem zusätzliche Gewerbesteuererinnahmen.
Die Unternehmer-Initiative
Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds 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 Personalentwicklungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2012 mit seinen rund 11.700 Märkten und 318.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 44,8 Mrd. Euro. Mit rund 18.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.
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