

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a white short-sleeved uniform shirt and a black belt, is seen from behind pushing a shopping cart. The cart is filled with various groceries including lemons, tomatoes, a pineapple, bananas, and bottled water. She is standing in a supermarket aisle with shelves of packaged goods in the background. The entire image has a blue overlay.

Edeka listet aus

g/d/p Eigenstudie

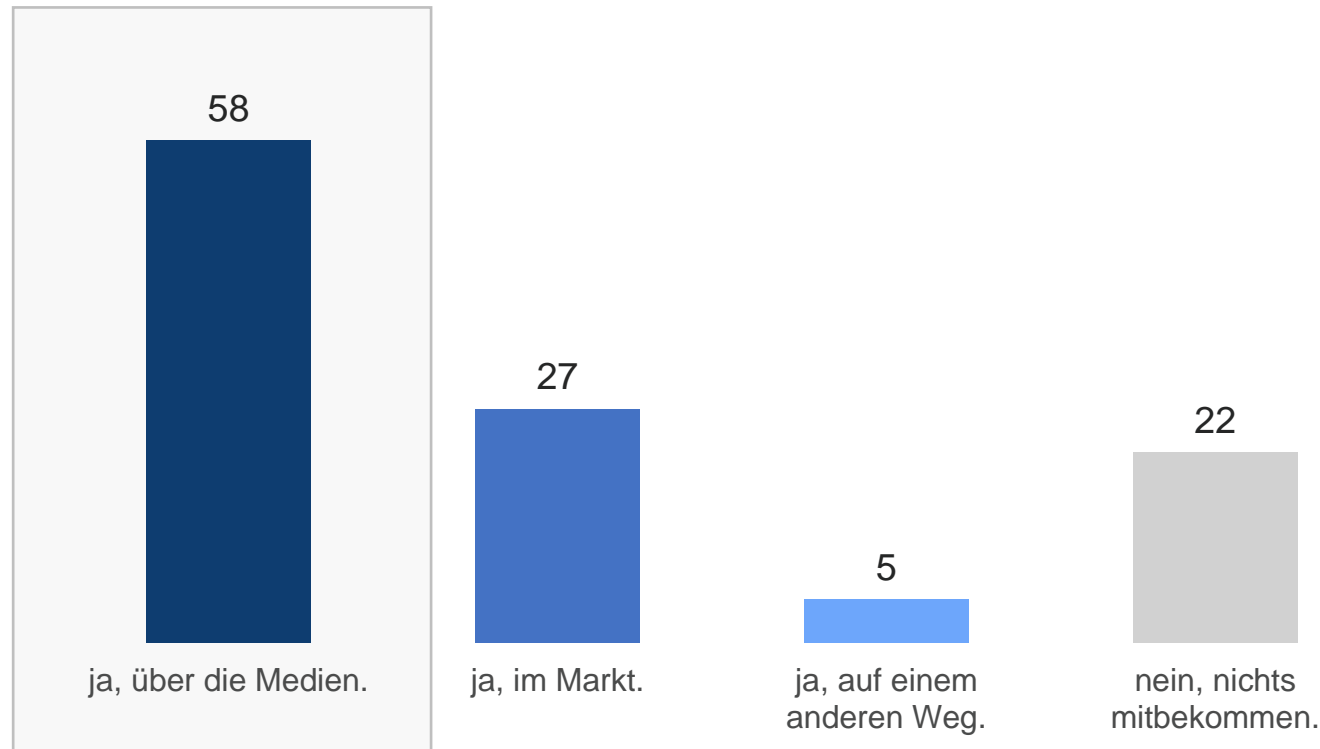
JULI 2023

Zusammenfassung

Edeka Eigenmarke profitiert von Auslistungen

- Von Auslistungen aufgrund gescheiterter Preisverhandlungen haben Edeka-Shopper mehrheitlich aus den Medien erfahren und nur ein Viertel hat es im Markt selbst wahrgenommen. Ein Vergleich der Altersgruppen zeigt, dass deutlich mehr jüngere Edeka-Shopper nicht wissen, dass Edeka eine Reihe von Marken aus dem Sortiment genommen hat.
- **Im Konflikt zwischen Edeka und den Herstellern ergreifen die Shopper ganz überwiegend für Edeka Partei. Nur jeder Zehnte steht auf Seiten der Hersteller.**
- Für die große Mehrheit der Edeka-Shopper sind die Auslistungen nicht dramatisch, denn **knapp zwei Drittel hält die aktuell nicht erhältlichen Markenartikel für austauschbar.**
- Zwei Drittel der Edeka-Shopper weichen auf andere Produkte bei Edeka selbst aus. Nur jeder Vierte kauft das fehlende Produkt stattdessen bei der Konkurrenz.
- **Edeka Eigenmarken können im besonderen Maße von den Auslistungen profitieren: 43% der älteren Generation und auch ein Drittel der Jungen greifen alternativ zur Edeka Eigenmarke.** Insgesamt zeigt sich: am wenigsten getroffen von Auslistungen wird die ältere Generation. Sie vermisst die Markenartikel am wenigsten und substituiert am häufigsten mit Eigenmarken.

Von Auslistungen aufgrund gescheiterter Preisverhandlungen haben Edeka-Shopper mehrheitlich aus den Medien erfahren und nur ein Viertel im Markt. Kenntnis um Auslistungen bei Edeka



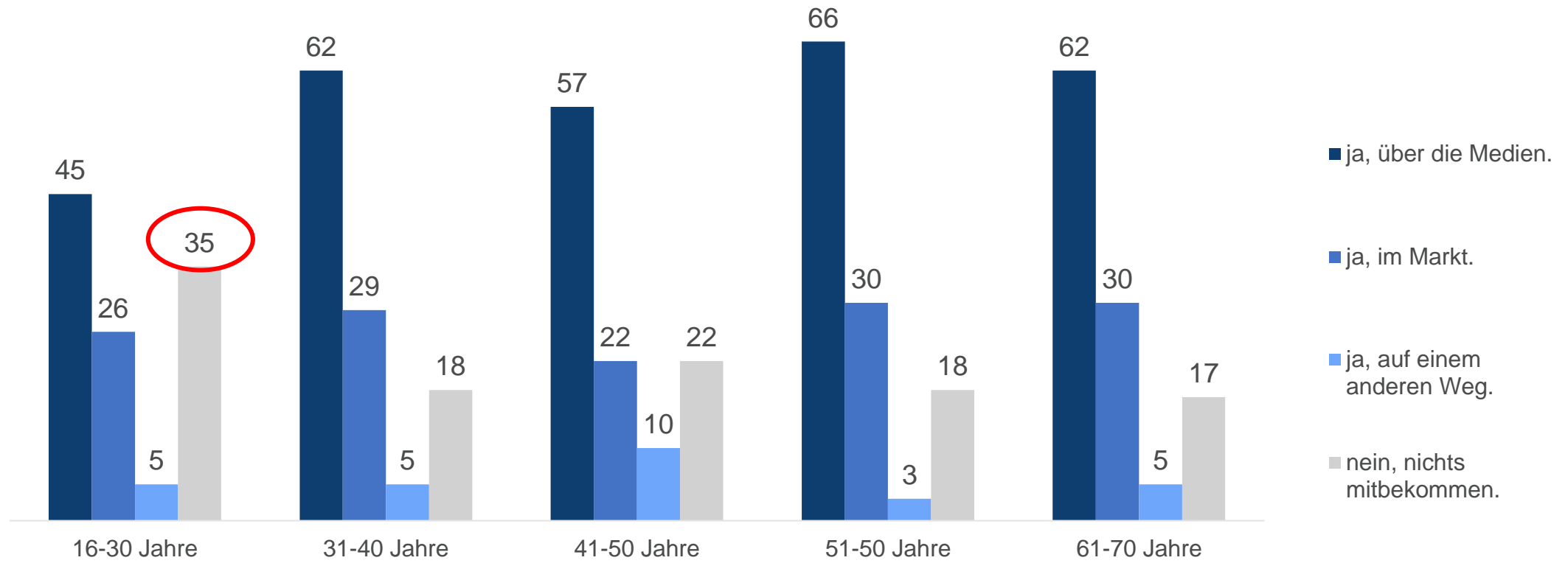
Frage 1: Falls Edeka-Shopper: Haben Sie mitbekommen, dass Edeka aufgrund von gescheiterten Preisverhandlungen mit einigen Herstellern, eine ganze Reihe von Marken aus dem Sortiment genommen hat?

Angaben in %

Basis: n=971
(gewichtet)

Deutlich mehr jüngere Edeka-Shopper wissen nicht, dass Edeka eine Reihe von Marken aus dem Sortiment genommen hat.

Kenntnis um Auslistungen bei Edeka



Frage 1: Falls Edeka-Shopper: Haben Sie mitbekommen, dass Edeka aufgrund von gescheiterten Preisverhandlungen mit einigen Herstellern, eine ganze Reihe von Marken aus dem Sortiment genommen hat?

Angaben in %

Basis: n=971 (gewichtet)

Im Konflikt zwischen Edeka und den Herstellern votieren die Shopper deutlich für die Position von Edeka. Nur jeder Zehnte vertritt die Seite der Hersteller. Haltung zum Konflikt zwischen Edeka und Herstellern



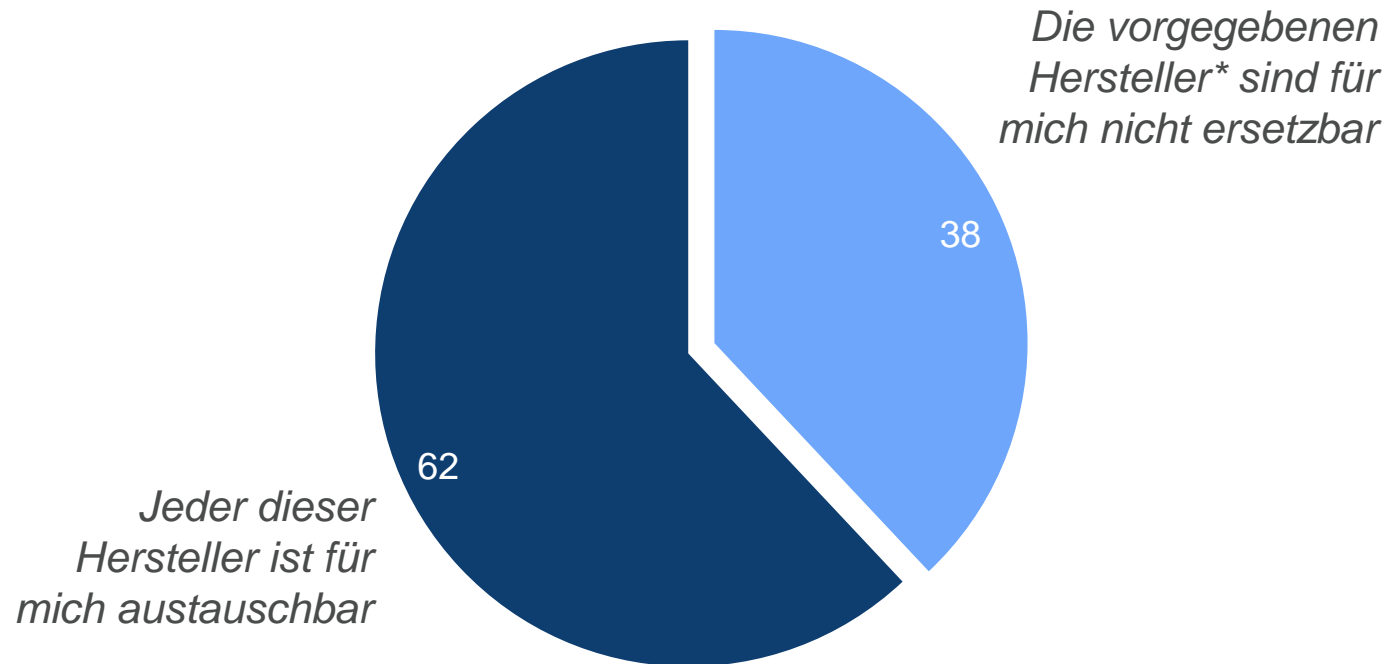
Fehlende zu 100%: kann ich nicht beurteilen/ ist mir egal

Frage 2: Falls Edeka-Shopper: Wie stehen Sie zu diesem Konflikt?

Angaben in %

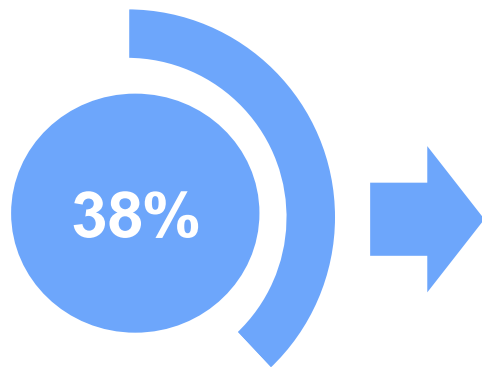
Basis: n=971
(gewichtet)

Für knapp zwei Drittel der Edeka-Shopper sind die ausgelisteten Markenartikel durch andere Produkte austauschbar. Ersetzbarkeit der ausgelisteten Markenprodukte



Frage 3: Falls Edeka-Shopper: Von der Auslistung sind z.B. die folgenden Hersteller betroffen. Welche der folgenden Hersteller sind für Sie nicht ersetzbar?

Jeder 6te Edeka-Shopper hält Mars Süßwaren oder Henkel WPR, jeder 8te PepsiCo Drinks, Unilever- oder Procter & Gamble-Produkte für nicht ersetzbar. Ersetzbarkeit der ausgelisteten Markenprodukte



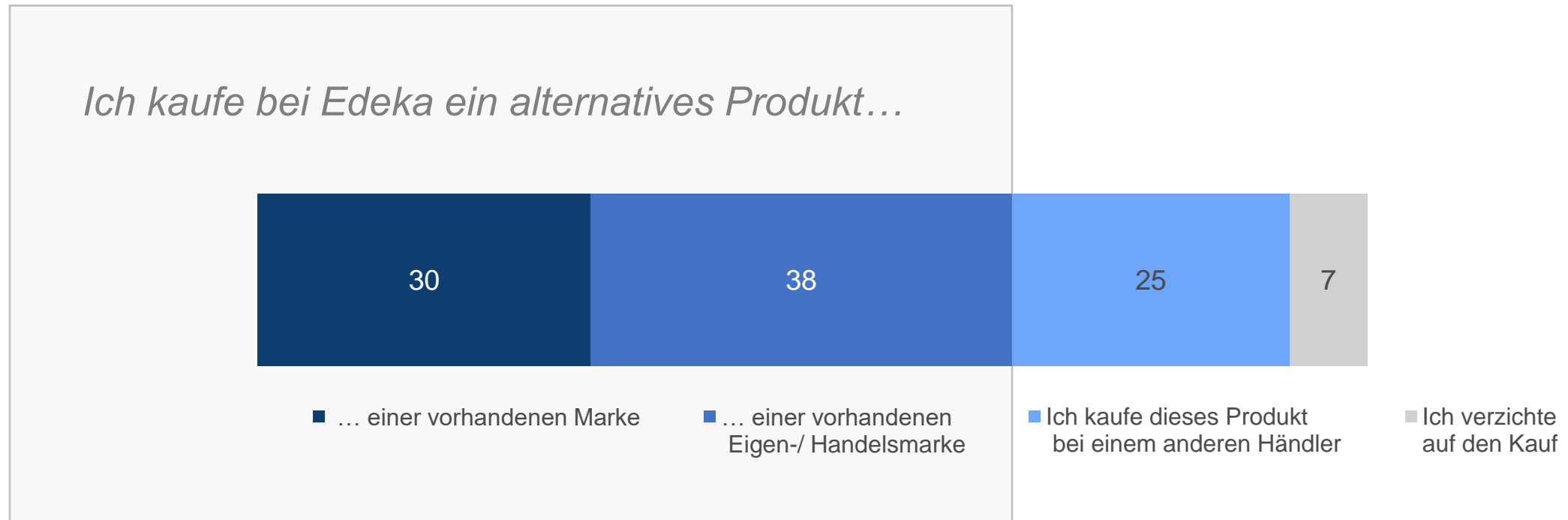
Die vorgegebenen Hersteller sind für mich nicht ersetzbar

16%	Mars Süßwaren
15%	Henkel WPR
12%	PepsiCo Softdrinks
12%	Unilever WPR + Körperpflege
12%	Procter & Gamble WPR + Babypflege
9%	Schwartauer Werke Marmelade + Riegel
9%	Mars Tiernahrung
8%	Mars Fertigprodukte
8%	Wrigley's Kaugummi
7%	PepsiCo salzige Snacks

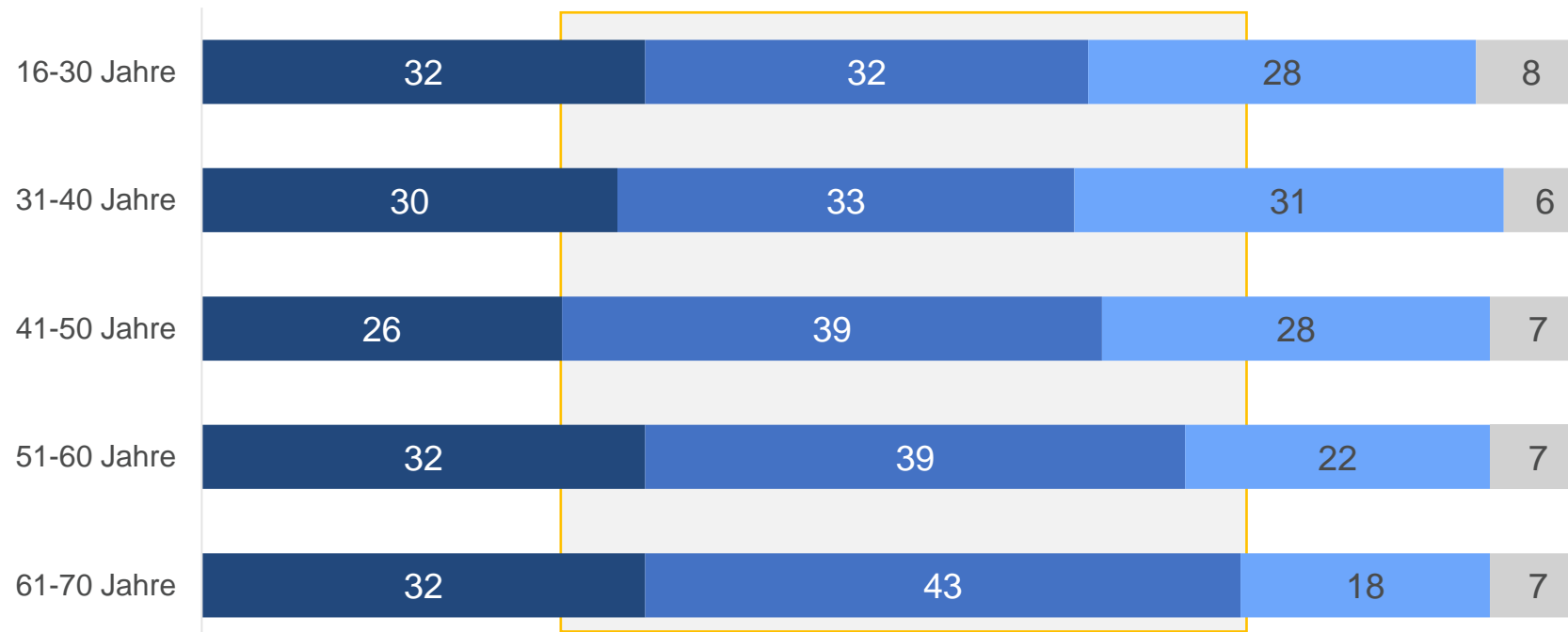


Zwei Drittel der Edeka-Shopper weichen bei Auslistungen auf andere Produkte bei Edeka aus. Jeder Vierte kauft stattdessen bei der Konkurrenz.

Reaktion auf Auslistungen



Am stärksten profitieren Edeka Eigenmarken von den Auslistungen, besonders bei den Älteren. Auch ein Drittel der Jungen greift alternativ zur Hausmarke. Reaktion auf Auslistungen



Ich kaufe bei Edeka ein alternatives Produkt...

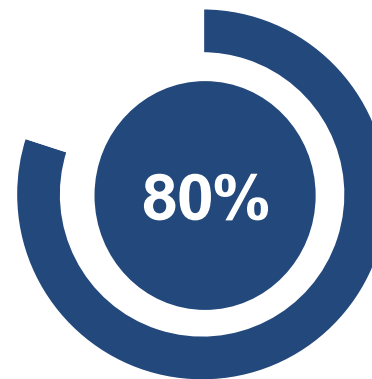
- ... einer vorhandenen Marke
- ... einer vorhandenen Eigen-/ Handelsmarke
- Ich kaufe dieses Produkt bei einem anderen Händler
- Ich verzichte auf den Kauf

Frage 4: Falls Edeka-Shopper: Nehmen wir mal an Sie gehen in den kommenden Tagen bei Edeka einkaufen und ein gewünschtes Produkt ist nicht vorhanden. Wie reagieren Sie?

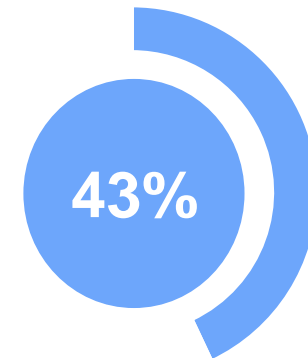
Angaben in %

Basis: n=971 (gewichtet)

Kaum getroffen von Auslistungen: die ältere Generation. Sie vermisst die Markenartikel am wenigsten und substituiert am häufigsten mit Eigenmarken. Ersetzbarkeit ausgelisteter Markenprodukte



Jeder dieser Hersteller ist für mich ersetzbar.*



Ich kaufe ein alternatives Produkt einer vorhandenen Eigen-/Handelsmarke

61 – 70 Jahre

* Mars Süßwaren, Mars Fertigprodukte, Mars Tiernahrung, Wrigley's Kaugummi, PepsiCo salzige Snacks, PepsiCo Softdrinks, Schwartauer Werke, Proctor & Gamble, Henkel, Unilever

Frage 3: Falls Edeka-Shopper: Von der Auslistung sind z.B. die folgenden Hersteller betroffen. Welche der folgenden Hersteller sind für Sie nicht ersetzbar?

Basis: n=174
(gewichtet)

Untersuchungssteckbrief



Untersuchungsmethode: Online Befragung



Untersuchungszeitraum: Mai 2023



Befragungsgebiet: Deutschland



Stichprobe: Gesamt n=1.531, davon n=971 Personen, die bei Edeka einkaufen



Zielpersonen: Personen von 16-70 Jahren



Quotierung: Gesamtstichprobe: repräsentativ nach Bundesländern, Alter und Geschlecht



Durchführung: Forschungsgruppe g/d/p, Hamburg



Marco Follmann
Business Development Director
Tel. +49(0) 40-29876- 120
Mail follmann@gdp-group.com



Janine Gerdes
Sen. Shopper Marketing Consultant
Tel.: +49(0) 40-298 76-167
Mail: gerdes@gdp-group.com



Maike Schwontek
Research Consultant
Tel. +49(0) 40 298 76-223
Mail: schwontek@gdp-group.com

g/d/p Marktanalysen GmbH
Ein Unternehmen der
Forschungsgruppe g/d/p
Richardstraße 18
22081 Hamburg
<https://www.gdp-group.com>