

GESTERN
HEUTE
Morgen

Kompetenz seit 100 Jahren



MINDEN
HANNOVER

ÜBER DEN BERICHT

Mit dem vorliegenden Unternehmensbericht 2020 führt die EDEKA Minden-Hannover die Geschäftsberichterstattung mit der integrierten Nachhaltigkeitsberichterstattung in einem Bericht fort.

In diesem Bericht informiert die EDEKA Minden-Hannover über die Ergebnisse und wichtigsten Entwicklungen des Geschäftsjahres 2020. Zudem enthält der Bericht Angaben zum laufenden Geschäftsjahr 2021. Mit der Zusammenführung von Nachhaltigkeits- und Geschäftsinformationen spiegeln wir die fortschreitende Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in das Tagesgeschäft wider.

Zugleich verfolgt der Bericht das Ziel, eine Übersicht über die wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Leistungen der EDEKA Minden-Hannover für alle Anspruchsgruppen gleichermaßen zu schaffen.

Die im Nachhaltigkeitsbericht 2015 im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse (siehe Anhang Seite 83) als wesentlich identifizierten Themen behalten ihre Gültigkeit. Einige davon, beispielsweise die Berichterstattung zu den Aktivitäten entlang der Lieferkette, sind regelmäßig wiederkehrende Inhalte. An ihnen arbeitet der Unternehmensverbund mit seinen Geschäfts- und Kooperationspartnern auf langfristiger Basis. Andere Themen, wie beispielsweise die Maßnahmen rund um den Klimaschutz, erhalten aufgrund gesellschaftlicher und politischer Entwicklungen eine neue Dynamik und werden im Rahmen des Geschäftsmodells mehr denn je forciert. Aus diesem Grund wird die EDEKA Minden-Hannover in den nächsten ein bis zwei Jahren eine Überarbeitung ihrer Wesentlichkeitsanalyse durchführen. Die im Anhang beigefügte Tabelle (siehe Seite 83) zeigt die als wesentlich identifizierten Standards der Global Reporting Initiative (GRI) auf und verdeutlicht, ob die Regionalgesellschaft auf die Auswirkungen selbst maßgeblich Einfluss nehmen kann (innerhalb wirksam) oder ob die Einflussmöglichkeiten eher extern liegen (außerhalb wirksam).

Somit wendet die EDEKA Minden-Hannover die GRI-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) an. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option »Kern« erstellt. Die Rechtsgrundlage für die Finanzberichterstattung wird auf Seite 123 im Konzernanhang dargestellt.

Sofern nicht anders beschrieben, beziehen sich die Daten im Unternehmensbericht auf die Aktivitäten der EDEKA Minden-Hannover. Diese umfassen auch die sogenannten Regie-Märkte, die direkt betrieben werden, nicht jedoch den selbstständigen Einzelhandel. Dessen Nachhaltigkeitsaktivitäten werden anhand von Beispielen gezeigt. Die Tochtergesellschaften sind ebenso einbezogen. Der Konsolidierungskreis für den Konzernabschluss ist auf Seite 123 im Konzernanhang aufgeführt.

Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2020 (1. Januar bis 31. Dezember). Wo vorhanden, werden Vergleichsdaten aus dem Geschäftsjahr 2019 angegeben. Ereignisse, die aus Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsperspektive relevant sind, wurden bis zum Redaktionsschluss am 3. Mai 2021 aufgenommen. Die EDEKA Minden-Hannover berichtet jährlich, der nächste Unternehmensbericht soll im Mai 2022 erscheinen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird im Bericht bei geschlechtsspezifischen Bezeichnungen durchgängig die männliche Form verwendet. Damit sind selbstverständlich Personen jeden Geschlechts gemeint.

Bei allen gezeigten Fotos wurden die Corona-Richtlinien eingehalten. Einige Bilder wurden vor der Corona-Pandemie aufgenommen.

KONZERNABSCHLUSS

Ertragslage (in Mio. €)	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Umsatz (netto, gemäß BilRUG)	7.986,8	8.170,7	8.717,5	9.362,4	9.785,7	10.606,2
Warenumsatz (netto, gemäß BilMoG)	7.720,2	7.892,2	8.426,0	9.041,8	9.447,0	10.257,1
EBIT ¹⁾	221,2	221,8	164,3	185,6	187,6	229,2
EBITA ¹⁾	234,5	233,5	180,4	202,5	203,6	244,1
EBITDA ¹⁾	395,8	402,2	362,3	392,3	402,5	448,0
Konzernergebnis	114,6	132,2	107,1	116,9	115,8	142,3

Vermögen/Kapital (in Mio. €)	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anlagevermögen	1.907,7	1.985,4	2.200,3	2.291,0	2.409,8	2.522,2
Umlaufvermögen inkl. RAP	897,3	878,7	848,4	989,7	1.115,9	1.059,3
Eigenkapital	1.240,2	1.371,3	1.477,4	1.551,8	1.704,4	1.844,5
Eigenkapitalquote (in Prozent)	44,2 %	47,9 %	48,5 %	47,3 %	48,3 %	51,5 %
Verbindlichkeiten	1.564,8	1.493,4	1.571,3	1.728,9	1.821,3	1.737,1
Bilanzsumme	2.805,0	2.864,7	3.048,7	3.280,7	3.525,7	3.581,5

Finanzierung (in Mio. €)	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cashflow ²⁾	310,6	298,2	297,8	304,7	335,3	359,7
Cashflow vom Umsatz (in Prozent)	4,0 %	3,6 %	3,4 %	3,3 %	3,5 %	3,5 %
Investitionen	226,5	329,5	440,5	323,0	359,0	354,0
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	367,9	241,3	338,9	225,7	266,9	450,6
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-114,2	-153,9	-349,7	-227,9	-243,1	-260,0
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-256,9	-93,3	-30,3	68,0	-32,0	-139,3
Veränderung des Finanzmittelfonds	-3,2	-5,9	-41,1	65,8	-8,2	51,3
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	132,2	126,3	85,2	151,0	142,7	194,1

Personal	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Anzahl Mitarbeiter	26.071	26.580	28.784	27.900	27.722	28.461

GRUPPENÜBERBLICK

inklusive selbstständiger Einzelhandel	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Verkaufsfläche (in Tsd. m ²)	1.818	1.825	1.889	1.894	1.903	1.915
Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte	1.513	1.491	1.521	1.511	1.488	1.469

¹⁾ Ermittlung siehe Konzernlagebericht Seite 104

²⁾ Ermittlung siehe Konzernlagebericht Seite 109

ZAHLEN & FAKTEN

PERSONAL- UND SOZIALBERICHT

76.782
Mitarbeiter inklusive des
selbstständigen Einzelhandels

3.090
Auszubildende
spartenübergreifend

rund **900**
mobile
Arbeitsplätze

NACHHALTIGKEIT

Lebensmittel im
Gesamtwert von
1.482.362
Euro wurden 2020
an die **Tafeln** gegeben

Ziel **70%**
weniger **CO₂-Ausstoß** bis
2025 (im Vergleich zu 2011)

Steigerung des Umsatzes
mit **Bio-Artikeln** im
Vergleich zu 2019 um
30,2 Prozent auf insgesamt
497,9 Millionen Euro

EINZELHANDEL

581
selbstständige
Einzelhändler

52.000
über
Quadratmeter neue
Verkaufsfläche

1.469
Einzelhandelsstandorte

GROSSHANDEL

Einsparung bei Obst & Gemüse
von **16.333**
Tonnen **CO₂-Ausstoß** durch
den Einsatz von **Mehrweg-
Kunststoffbehältern**

rund
1.200
Erzeugnisse des
Anbauverbands **Demeter**

Die **EDEKA Minden-Hannover
IT-Service GmbH** betreut
mit **rund 450 Mitarbeitern**
gegenwärtig **etwa 63.000
IT-Komponenten**

DIENSTLEISTUNGEN

Veröffentlichung einer **limitierten
Chronik** »100 Jahre EDEKA
Minden eG – Die Liebe wächst!«

Umsetzung von **11 Gewinnspielen** für
die EDEKA-Kunden anlässlich des
100. Jubiläums der EDEKA Minden eG

Installation von **24 Photovoltaik-
Anlagen** bei Neubauten und
Bestandsobjekten in 2020

PRODUKTION

BauernGut

2
Produktionsbetriebe
(Bückeburg, Könnern)

143
EDEKA-Märkte wurden mit dem
»**EDEKA Bio**«-Thekensortiment
für Schweinefleisch- und
Rindfleischartikel beliefert

Schäfer's

4
Produktionsbetriebe (Osterwed-
dingen II, Lehrte, Teutschenthal und
Berlin), **2 Verwaltungsstandorte**
(Osterweddingen I und Porta Westfalica
als Verwaltung inkl. Verteilzentrum)

Neuentwicklung von **mehr als
30 Produkten** aus allen Waren-
gruppen (Brot, Brötchen, Kuchen/
Gebäck) im Fokus

Hagenah
die fischwerker seit 1892

ca. **40**
Tonnen verarbeitete Menge
an **Fisch** pro Woche

Entwicklung und Einführung des
neuen **Shop- und Produktmarken-
Konzepts »die fischwerker
seit 1892«** im Einzelhandel

die fischwerker
seit 1892

VISION



Wir ♥ Lebensmittel.

**... und weil wir Lebensmittel lieben,
ist keiner kompetenter in Sachen Lebensmittel als EDEKA.
Wir stehen 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.

6



DER VORSTAND



PERSONAL- UND SOZIALBERICHT

14



NACHHALTIGKEIT

38





52



60

74

Anhangsverzeichnis

82

Konzernlagebericht und Konzernabschluss

Konzernlagebericht	93	Konzernabschluss	119
Wesentliche Konzerngesellschaften	94	Konzernbilanz	120
Geschäft und Rahmenbedingungen	95	Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	121
Gesamtwirtschaftliches Umfeld	97	Konzernkapitalflussrechnung	122
Umsatz und Ertragslage	101	Konzernanhang	123
Ergebniskennzahlen	104	Aufstellung der Besitzanteile	139
Vermögens- und Finanzlage	106	Anlagespiegel	145
Finanzmanagement	108	Eigenkapitalspiegel	149
Personalbericht	110	Wiedergabe des Bestätigungsvermerks	150
Chancen- und Risikobericht	111		
Prognosebericht	115		

GRI-Inhaltsindex

153

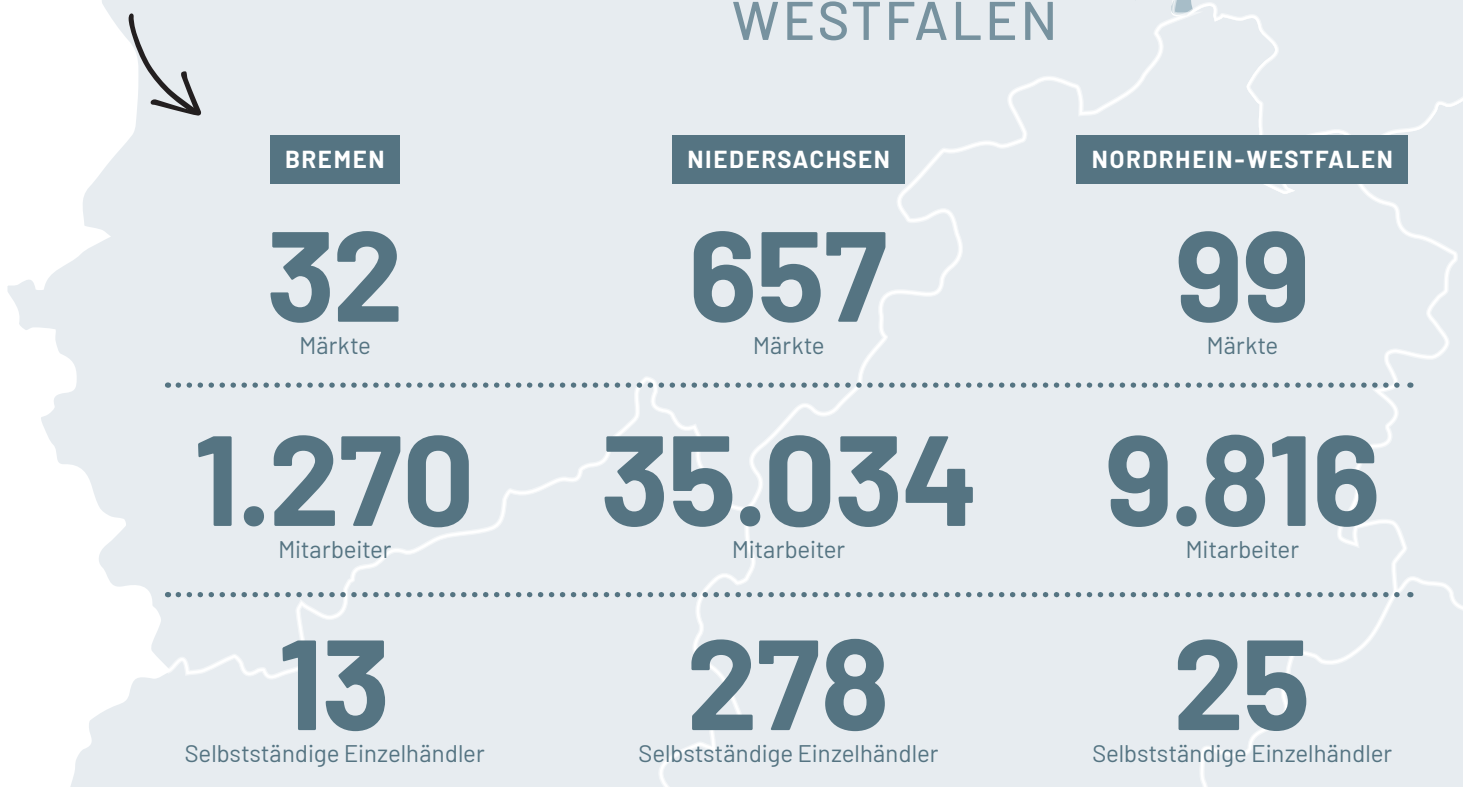
IM GESAMTEN GESCHÄFTSGEBIET DER EDEKA MINDEN- HANNOVER ...

... arbeiten 76.782 Mitarbeiter in den unterschiedlichen Bereichen, das heißt in den 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.

581

SELBSTSTÄNDIGE
EINZELHÄNDLER¹⁾



1.469

MÄRKTE¹⁾

SACHSEN-
ANHALT

BERLIN

76.782

BRANDENBURG

MITARBEITER¹⁾

BERLIN

213

Märkte

BRANDENBURG

156

Märkte

SACHSEN-ANHALT

307

Märkte

11.119

Mitarbeiter

5.893

Mitarbeiter

13.237

Mitarbeiter

99

Selbstständige Einzelhändler

79

Selbstständige Einzelhändler

86

Selbstständige Einzelhändler

¹⁾ Ein selbstständiger Einzelhändler, fünf Märkte und 413 Mitarbeiter befinden sich außerhalb des Geschäftsgebiets der EDEKA Minden-Hannover, sind aber in der jeweils aufgeführten Gesamtzahl enthalten.

01

DER VORSTAND

Solidarität ist unsere Stärke. Hygieneregeln und Maskenpflicht. Lockdown und Zugangsbeschränkungen. Die Corona-Pandemie prägte 2020 in historischen Dimensionen. Mittendrin: der 100. Geburtstag der EDEKA Minden eG. In seinem Bericht blickt der Vorstand zurück auf ein aufwühlendes Geschäftsjahr – auf noch nie dagewesene Herausforderungen und willkommene Lichtblicke.



Verehrte Leserinnen und Leser,

unser Blick zurück auf 2020 kann keine routinierte Zusammenfassung eines normalen Geschäftsjahres sein. Natürlich beleuchten wir auch in diesem Bericht erreichte Meilensteine, Highlights und Leistungen der EDEKA Minden-Hannover. Aber die stetige Ausbreitung des Coronavirus wirkte und wirkt wie eine Zäsur auf das Wirtschaftsgeschehen und unser soziales Miteinander. Ob wir wollen oder nicht, Corona hat vergangenes Jahr den Kurs vorgegeben und wird dies auf unbestimmte Zeit auch weiterhin tun. Auch wenn sich mit den voranschreitenden Impfungen in Deutschland, in Europa und der Welt nun neue Perspektiven ergeben, wir werden weiter mit dem Virus und seinen Folgen leben und umgehen müssen. »Ausnahmejahr«, »Krisenjahr« oder »annus horribilis« – welchen Namen wir 2020 auch immer geben, es wird in die Geschichte eingehen als das Jahr, in dem das weltweite Auftreten des Coronavirus viele Fragen aufgeworfen und uns als Gesellschaft vielfach den Spiegel vorgehalten hat.

Das Jahr des
100. Geburtstags unserer
Genossenschaft, der
EDEKA Minden eG

Zugleich war es auch das Jahr des 100. Geburtstags unserer Genossenschaft, der EDEKA Minden eG. Also eigentlich ein Grund zum Feiern. Und wir von der EDEKA Minden-Hannover sind auch mit entsprechend großer Freude in die geplanten Feierlichkeiten gestartet. Doch spätestens mit dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 war klar: Corona stellt das Leben und Arbeiten hierzulande auf den Kopf und nicht nur unseren Unternehmensverbund vor bisher ungeahnte Herausforderungen. Im Herbst traf uns dann die zweite Corona-Welle mit voller Härte und einem noch dramatischeren Infektionsgeschehen. Sonderaktionen zum Jubiläum und Geburtstags-events für unsere Kunden spielten somit über weite Zeiträume des Jahres eine untergeordnete Rolle und traten in den Hintergrund. Für unseren Verbund rückte während des gesamten Jahresverlaufs die Sicherheit unserer Kunden und Mitarbeiter sowie die kontinuierliche Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs in den Mittelpunkt des Handelns. Immer wieder beschäftigten neue Vorschriften, die lückenlose Umsetzung geltender Abstands- und Hygieneregulungen und nicht zuletzt – in der ersten Jahreshälfte – die Folgen massiver Hamsterkäufe den Einzelhandel. Mittlerweile stellen wir fest, dass die Verbraucher zwar seltener, dafür aber umfangreicher in unseren Märkten einkaufen.

»DANKE!«

Analog zu den massiven Nachfragespitzen im Frühling stiegen die Bestellungen in unseren Warenlagern. Teilweise wurde das Bestellniveau um mehr als das Dreifache übertroffen. Und sowohl die EDEKA-Kaufleute und -Marktleiter, die Teams unserer Märkte als auch die Kollegen aus Logistik, Produktion, Einkauf, Vertrieb sowie Verwaltung gingen oft an ihre Belastungsgrenzen – und darüber hinaus. Als Team haben wir alles uns Mögliche unternommen, um die Ausnahmesituationen in den jeweiligen Bereichen erfolgreich zu meistern. Und es ist uns gelungen. Für ihr Engagement und ihren Einsatz gebührt allen EDEKAnern unseres Geschäftsgebiets unser besonderer Dank und unser größter Respekt! Diese schwierige Zeit zeigt uns: Gute Zusammenarbeit und eine funktionierende Solidargemeinschaft sind die Stärken unseres Unternehmensverbunds.

LEBENDIGE GENOSSENSCHAFT

Dies sollte sich im Jubiläumsjahr noch einmal bei unserer Generalversammlung zum 100. Geburtstag der EDEKA Minden eG widerspiegeln. Doch auch hier kam alles anders: Die 101. Generalversammlung musste auf Ende September 2020 verlegt werden und konnte dann nur unter strengsten Corona-Auflagen stattfinden. In diesem Rahmen wurden entsprechend des Vorschlags des Aufsichtsrats die EDEKA-Einzelhändler Roland Höhne, Ingo Kirchhoff, Tom Kutsche und Katrin Schneider als Aufsichtsratsmitglieder wiedergewählt. Der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr wurde einstimmig festgestellt, Vorstand und Aufsichtsrat wurde ebenfalls einstimmig Entlastung erteilt. Guter Tradition folgend, wurde Klaus-Peter Klausen als langjähriges Mitglied für 25 Jahre Genossenschaftszugehörigkeit geehrt. Gleichzeitig zeigte sich, wie lebendig die EDEKA Minden eG anlässlich ihres 100. Geburtstags war und ist: Aufsichtsratsvorsitzender Stefan Ladage begrüßte 20 neue Genossenschaftsmitglieder.



GLÜCK IM UNGLÜCK – ABER KEINE GEWINNER

Mit der sich rasant ausbreitenden Pandemie entpuppte sich der deutsche Lebensmitteleinzelhandel als »systemrelevante« Branche und wird seither in der Öffentlichkeit auch als solche wahrgenommen und geschätzt. Die EDEKA Minden-Hannover unterstützte als effizienter Nahversorger mit ihrer verlässlichen Infrastruktur den Warenfluss und den Lebensmittelvertrieb. Während viele Märkte des Einzelhandels und anderer Branchen im Verlauf des ersten und zweiten Lockdowns über Wochen und Monate hinweg schließen mussten, durften unter anderem Supermärkte weiterhin ihre Türen für die Kunden öffnen. Den Supermarktbetreibern bescherte dies eine Art Sonderkonjunktur.

Auch wir von der EDEKA Minden-Hannover blicken für 2020 auf eine positive wirtschaftliche Entwicklung. Unser Umsatzvolumen steigerte sich über alle Sparten hinweg um 8,4 Prozent auf insgesamt 10,6 Milliarden Euro. Für das Berichtsjahr liegt das Ergebnis vor Steuern bei 210 Millionen Euro (Vorjahr: 171 Millionen Euro). Gehören wir deshalb zu den häufig zitierten »Krisengewinnern«? Kann es in einem durch die Pandemie gezeichneten Jahr wie dem zurückliegenden überhaupt so etwas wie Gewinner geben? Richtig ist: Unsere Branche hatte in der Gesamtbetrachtung unter

NAME	Mark Rosenkranz
JAHRGANG	1967
POSITION	Sprecher des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover seit 2011
RESSORTS	<ul style="list-style-type: none"> • Einzelhandel • Fleischwerke • Großhandel • Konzernprozessmanagement • Marketing • Standortsicherung • Unternehmenskommunikation • Werbeagentur



NAME	Stephan Wohler
JAHRGANG	1967
POSITION	Vorstandsmitglied der EDEKA Minden-Hannover seit 2011
RESSORTS	<ul style="list-style-type: none"> • Backwaren-Produktion • EDEKA Foodservice • Fisch-Produktion • IT und regionale Warenwirtschaft

ökonomischen Gesichtspunkten Glück im Unglück. Aber wir EDEKAner spüren auch die negativen Effekte der Pandemie deutlich: geschlossene Gastro-Bereiche in den Märkten, den Einbruch des Großverbraucher-geschäfts oder auch die Auswirkungen des zeitweilig komplett zurückgefahrenen Tourismus auf unsere Einzelhandelsstandorte. Dies galt es 2020 – und darüber hinaus – zu kompensieren.

JUBILÄUM UND MEHRWERTSTEUER SORGTEN FÜR ZUSÄTZLICHE IMPULSE

Als ab Mai vergangenen Jahres die Infektionszahlen zunächst sanken, nahmen auch die Feierlichkeiten zu »100 Jahre EDEKA Minden eG« nach und nach wieder Fahrt auf. Die Sommermonate bescherten den Kunden unserer Vertriebsformate EDEKA, EDEKA Center, MARKTKAUF und NP zahlreiche Aktionen und Besonderheiten im Sortiment, wie beispielsweise die exklusiven Ottifanten-Produkte, die zusammen mit Otto Waalkes entwickelt wurden. Wir haben es geschafft, die Menschen zu begeistern. Angefangen bei Gewinnspielen über Wettbewerbe und Sammelaktionen bis hin zu jeder Menge preislicher Rabatte. Highlights wie unser »Jahr100Einkauf« sorgten für zusätzliche Impulse für den Geschäftsverlauf 2020. Einmal mehr zeigte sich, wie flexibel und kundenorientiert die EDEKA-Kaufleute und unsere Marktteams agierten, indem sie das Jubiläum von einem Moment auf den anderen jederzeit professionell inszenierten, Aktionsware bereitstellten und den Funken zu ihren Kunden überspringen ließen. Auch dafür sind wir ihnen zu großem Dank verpflichtet.

In Zeiten, in denen viele Menschen coronabedingt in Kurzarbeit sind oder um ihre Jobs bangen, positioniert sich EDEKA mit stabil niedrigen Preisen langfristig als verlässlicher Partner an ihrer Seite. Die zeitlich begrenzte Absenkung der Mehrwertsteuer, um zusätzliche Kaufanreize für private Haushalte zu bieten, war 2020 ein richtiges und wichtiges Signal seitens der Politik. EDEKA gab die Steuersenkung bundesweit schnell und vollumfänglich an die Verbraucher weiter. Den damit verbundenen organisatorischen Aufwand meisterten die Teams der 1.469 Märkte unseres Geschäftsgebiets mit Bravour – ein weiterer Kraftakt.

STARKE LEISTUNGEN UND VORZEIGEOBJEKTE

Aber da war doch noch was?! Genau, das tägliche operative Geschäft mit all seinen Projekten, Initiativen und Standorten. Ebenfalls allesamt starke Leistungen unserer Mitarbeiter sowie des selbstständigen Einzelhandels. Sie dürfen im Corona-Jahr 2020 nicht unter den sprichwörtlichen Tisch fallen.

Grund zur Freude gab es zum Beispiel über die Auszeichnung »Supermarkt des Jahres«. In der Kategorie »Selbstständige über 2.000 Quadratmeter« sicherte sich der EDEKA-WEZ-Markt in der Weserstraße in Bad Oeynhausen von Inhaber Karl Stefan Preuß die renommierte Auszeichnung. Seit mehr als 40 Jahren ist der Markt der erfolgreichste der WEZ-Gruppe und die erste Adresse für feine Lebensmittel in der Kurstadt. Erfolgsfaktoren sind hier nicht nur das zukunftsorientierte Konzept und die kompetenten Mitarbeiter vor Ort, sondern auch eine »Sortimentsauswahl auf Großstadtniveau«. An dieser Stelle gratulieren wir dem erfolgreichen Kaufmann und seinem Team noch einmal herzlich zu dieser Ehrung. Der EDEKA-WEZ-Markt zählt jetzt zu den besten Einkaufsstätten für Lebensmittel in Deutschland. In der Kategorie »Filialisten bis 2.000 Quadratmeter« setzte sich der Elli-Markt in Schloß Holte-Stukenbrock durch. Der Nahversorger der Lüning-Gruppe engagiert sich mit vielfältigen Angeboten und Aktionen für Nachbarschaft und lokalen Zusammenhalt. Auch dahin geht unser Glückwunsch!

Potenzielle Kandidaten für einen Branchenpreis dieser Art sind unsere neuen Märkte in Wolfsburg und Bremen. Der nachhaltig gestaltete Neubau des EDEKA Center Wolfsburg Nordstadt zeichnet sich dadurch aus, dass er für zusätzlichen Einkaufskomfort, mehr Lebensmittelvielfalt und somit verbesserte Lebensqualität für die Anwohner vor Ort sorgt. Mit Café- und Gastro-Angeboten soll er zudem Schritt für Schritt zum sozialen Treffpunkt im Quartier avancieren. Vorausgesetzt, mögliche Corona-Beschränkungen stehen diesem Ziel zukünftig nicht im Wege. »Ahoi am Genuss-Hafen« heißt es indes im EDEKA Center Weserpark in Bremen. Hier treffen Lebensmittelhandwerk und Hausgemachtes auf regionale Verbundenheit und umweltfreundliche Technologien – ebenfalls ergänzt durch attraktive Gastronomiekonzepte. In Bremen führen wir das zusammen, was zusammengehört, und bereichern so auch hier auf innovative Weise die Nahversorgung vor Ort. Ein weiterer Höhepunkt des vergangenen Jahres war die Eröffnung des EDEKA Center Brehm in der »Zehlendorfer Welle« in Berlin. Die selbstständige EDEKA-Kauffrau Stefanie Brehm eröffnete nach umfassender Ausbauphase den Markt wieder für die Kundschaft. Highlights sind eine Fischtheke mit Räucherofen, eine hauseigene Konditorei und Kaffeerösterei, die Fleisch-Bedientheke mit Dry-Aged-Reifeschrank sowie das umfangreiche umweltfreundliche Unverpackt-Sortiment. Diese Großflächen spiegeln eindrucklich den hohen Qualitätsanspruch wider, den wir bei der EDEKA Minden-Hannover an unsere Expansion und die Erschließung neuer Standorte stellen. Alle drei sind echte Vorzeigeeobjekte und EDEKA-Flaggschiffe, auf die wir stolz sind. Insgesamt sind 2020 über 52.000 Quadratmeter neue Verkaufsfläche eröffnet worden.

Über die Auszeichnung »Supermarkt des Jahres« konnten sich der EDEKA-WEZ-Markt in der Weserstraße in Bad Oeynhausen und der Elli-Markt in Schloß Holte-Stukenbrock freuen.



NAME	Ulf-V. Plath
JAHRGANG	1970
POSITION	Vorstandsmitglied der EDEKA Minden-Hannover seit 2014
RESSORTS	<ul style="list-style-type: none"> • Beteiligungen • Controlling und Finanzen • Immobilien • Logistik • Personalwesen und -entwicklung • Qualitätsmanagement • Rechnungswesen • Revision • Vertragswesen

Damit die Prozesse in Märkten wie diesen, aber auch in den Logistik-Zentren und Produktionsstandorten reibungslos ablaufen können, bestimmen digitale Lösungen heute immer stärker unser Tagesgeschäft. Bei der EDEKA Minden-Hannover investieren wir gezielt in Digitalisierung. Aus gutem Grund: Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik zählt unsere EDEKA Minden-Hannover IT-Service GmbH zur »kritischen Infrastruktur« in Deutschland. Aber auch die uns angeschlossenen Kaufleute profitieren von diesen Investitionen. Ein Beispiel ist das EDEKA.NET mobil. Die App ermöglicht den EDEKA-Unternehmern, unabhängig von Ort und Zeitpunkt, auf für ihr Business relevante, EDEKA-interne Daten zuzugreifen. Sie können sich so auf der Fläche noch intensiver um ihre Kunden kümmern.

KUNDENNÄHE – FÜR UNS DAS WESENTLICHE

Aber was nutzen modernste Super- und Verbrauchermärkte und digitalisierte Prozesse, wenn wir EDEKAner nicht auch mit unseren Sortimenten ständig am Puls unserer Kunden wären? Zusammen mit den EDEKA-Kaufleuten unseres Einzugsgebiets fragen wir regelmäßig nach ihren Wünschen und Bedürfnissen. Das gewonnene Wissen versetzt uns in die Lage, Jahr für Jahr gezielt darauf einzugehen. Dazu gehört unter anderem, dass wir unsere Handelsleistung immer nachhaltiger und umweltfreundlicher gestalten. Beispielsweise, indem wir unser Angebot an Bio-Produkten qualitativ wie quantitativ stetig ausbauen. Kein Zufall: Unsere exklusive Partnerschaft mit dem Bio-Spezialisten Alnatura, eine der beliebtesten Lebensmittelmarken Deutschlands, feierte 2020 bereits ihr Fünfständiges. Wir fördern und verstärken mit unserem Warenangebot den anhaltenden Bio-Trend. Und überdurchschnittliche Umsatzsteigerungen in diesem Segment belegen auch für das zurückliegende Jahr, dass wir unsere Kunden überzeugen und als kompetenter Anbieter von Lebensmitteln aus kontrolliert ökologischem Anbau wahrgenommen werden. Dasselbe gilt für regional produzierte Lebensmittel. Bei den Verbrauchern wächst das Interesse und die Wertschätzung für regionale Produkte weiter. Und auch hier gibt EDEKA den Takt vor, pflegt auf regionaler und lokaler Ebene langfristige Partnerschaften mit Landwirten und Produzenten und bereitet saisonalen Erzeugnissen die Bühne, die sie verdienen. Wir EDEKAner fördern Regionalität in all ihren Facetten und schaffen so langfristig Werte.

NACHHALTIGKEIT PRÄGT DAS JAHR 2021

Das Thema Nachhaltigkeit prägt auch das laufende Geschäftsjahr. 2021 steht für uns unter dem Motto: »Wir & Jetzt – Wir für eine bessere Zukunft & jetzt mit vereinter Kraft«. Auf nationaler Ebene bewirbt EDEKA mit dem Claim »Wir & Jetzt« bereits alle Themen rund um Nachhaltigkeit und Regionalität. Bei der EDEKA Minden-Hannover drehen wir das Rad noch weiter, insbesondere mit Blick auf konkrete Maßnahmen im Einzelhandel. Neben dem Angebot der finanziell geförderten Bio-Zertifizierung für unsere Märkte wird es zahlreiche weitere Maßnahmen und Aktionen zum Ressourcenschutz und für mehr Artenvielfalt geben: Wir engagieren uns für den verbundweiten Ausbau von Ökostrom. Wir unterstützen in Ballungszentren wie Berlin den fahrradfreundlichen Einkauf. Darüber hinaus werden die EDEKA-Märkte buchstäblich grüner – beispielsweise durch die naturnahe Gestaltung der Außenanlagen mit Bienenwiesen, Blühstreifen und Parkplatzbäumen. Und auch die Themen »Tierwohl« und »Bio-Fleisch« stehen für uns weiter im Rampenlicht. Kurz: Wir übernehmen im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit kontinuierlich Verantwortung. Für die Gesellschaft, für die Umwelt und – selbstverständlich – für unsere Region.

2021 steht unter dem Motto »Wir & Jetzt – Wir für eine bessere Zukunft & jetzt mit vereinter Kraft«.

2020 ist Geschichte. Die Corona-Pandemie ist es nicht. Doch auch weit über die Pandemie hinaus ist solidarisches Handeln für unsere genossenschaftlich organisierte EDEKA Minden-Hannover ein essenzieller Bestandteil des Geschäftsmodells. Das war immer so und daran wird sich nichts ändern. Denn als »kritische Infrastruktur« wollen und werden wir parallel zu unseren unternehmerischen Interessen weiterhin unseren Teil zum Wohle aller beitragen. Wir investieren unvermindert in leistungsfähige Logistik- und IT-Strukturen, in zukunftsfähige Märkte und immer verantwortungsvoller gestaltete Sortimente. Zugleich unterstützen wir die selbstständigen EDEKA-Kaufleute aus voller Kraft dabei, ihre Handelsleistung, trotz widriger Rahmenbedingungen, kontinuierlich auszubauen.

Und auch daran kann Corona nicht rütteln – im Gegenteil: Der Mensch wird immer im Mittelpunkt unseres Handelns stehen!

In diesem Sinne – bleiben Sie zuversichtlich. Vor allem aber, passen Sie auf sich und andere auf und bleiben Sie gesund!


EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG
Der Vorstand



Ulf-U. Plath



Mark Rosenkranz
(Sprecher)



Stephan Wohler

02

PERSONAL- UND
SOZIALBERICHT

Als starke Gemeinschaft überzeugen.
Im Jubiläumsjahr unterstrich die EDEKA Minden-Hannover ihre Position als attraktiver Arbeitgeber innerhalb ihres Geschäftsgebiets. Der Unternehmensverbund schafft weiterhin Arbeitsplätze, sorgt für qualifizierte Berufsausbildung und investiert kontinuierlich in familienfreundliche und vielfältige Strukturen. Hierfür zeichnen unsere Geschäftsbereiche Personalverwaltung und -entwicklung ebenso verantwortlich wie für die Themen Gesundheits- und Ideenmanagement und das Diversity-Management.

Daumen hoch: Der Infektionsschutz wird in den Märkten akribisch umgesetzt.





Zeichen der Zeit: gebührender Abstand und Homeoffice.

Im Ausnahmejahr 2020 gewannen sichere Arbeitsplätze und belastbare berufliche Perspektiven an Bedeutung. Als verlässliche und vertrauenswürdige Arbeitgebermarke steigerte die EDEKA Minden-Hannover im Berichtszeitraum die Zahl ihrer Beschäftigten um 739 auf insgesamt 28.461. Inklusive der Teams der selbstständigen EDEKA-Kaufleute belief sich die Zahl der Mitarbeiter auf 76.782 (Vorjahr: 73.792). Über alle Unternehmenssparten hinweg betrachtet, entstanden im Berichtsjahr insgesamt 2.990 zusätzliche Stellen. Bezogen auf Vollzeit-Äquivalente entspricht das im Vorjahresvergleich einem Zuwachs von rund 5,7 Prozent. Eine Übersicht über die Mitarbeiterstruktur und die Auszubildenden der EDEKA Minden-Hannover finden sie im Anhang auf Seite 84.



Die Corona-Pandemie veränderte auch die Zusammenarbeit innerhalb des Unternehmensverbunds. Durch digitale Konferenzen und Seminare reduzierten sich Dienstreisen. Aufgrund der massiv erhöhten Nachfrage im Einzelhandel während des ersten Lockdowns unterstützten Mitarbeiter der Großhandelsebene in den Märkten, um die Lebensmittelverfügbarkeit sicherzustellen – beispielsweise durch das Einräumen von Regalen. Zugleich verarbeitete die IT zusätzliches Datenvolumen und richtete rund 900 mobile Arbeitsplätze kurzfristig ein.

STRENGE COMPLIANCE-REGELN

Die EDEKA Minden-Hannover hält geltende gesetzliche Vorschriften und Verordnungen ein. Neue Mitarbeiter werden zu den verbindlichen Regeln – im Rahmen der Verhaltensrichtlinie »Compliance Management« – geschult. Sowohl sämtliche Mitglieder des Vorstandsteams als auch des Aufsichtsrats der EDEKA Minden-Hannover erhielten im zurückliegenden Geschäftsjahr wieder eine Schulung zur Korruptionsbekämpfung. Darüber hinaus wurden alle 17.656 Beschäftigten kaufmännischer Bereiche sowie alle 10.805 gewerblichen Mitarbeiter in schriftlicher Form rund um das Thema Korruption informiert. Die Verhaltensrichtlinie definiert sogenannte Leitplanken und dient in Zweifelsfällen als Orientierungsrahmen für ein verantwortungsbewusstes Engagement im Rahmen der jeweiligen Tätigkeiten sowie zur Vermeidung von Regelverstößen im Unternehmen. Dies umfasst auch den Themenbereich Korruptionsprävention. Die Compliance-Regeln bilden eine wichtige Grundvoraussetzung, um Unternehmen, Mitarbeiter und Organe vor potenziellen Folgeschäden zu bewahren und den guten Ruf der EDEKA einschließlich ihrer Marken nachhaltig zu schützen. Die Selbstverpflichtungen sind dabei in ausgewählten Fällen bewusst wesentlich enger gefasst als der geltende gesetzliche Rahmen.

Schaffung von rund

900

möglichen mobilen Arbeitsplätzen

zusätzliches

Datenvolumen

Auf Achse: EDEKA besucht potenzielle Bewerber vor Ort und stellt sich als attraktiver Ausbilder vor.



Junge Talente erlebnisorientiert überzeugen

Die Zahl der Auszubildenden im Unternehmensverbund erhöhte sich 2020 im Vergleich zum Vorjahr auf 3.090. Zugleich starteten etwa 1.479 junge Menschen (Stand: 10/2020) ihre Berufsausbildung bei der EDEKA Minden-Hannover. Die Zahl der Bewerber stieg von 42.322 auf 54.089. Ausschlaggebend dafür ist unter anderem eine immer zielgenauere Ansprache potenzieller Kandidaten. Häufig ist der beste Weg zur Rekrutierung neuer Azubis, den Kontakt zur Zielgruppe in den Schulen herzustellen. Mit dem EDEKA-Talente-Truck wird die EDEKA-Welt erstmals direkt auf die Schulhöfe gebracht. Das mobile Info-Zentrum bietet Schülern interaktive Berufsorientierung. Verschiedene Stationen vermitteln jede Menge Spaß und geben gleichzeitig erste Einblicke in die vielfältigen Tätigkeiten in den EDEKA-Märkten. Die jungen Leute können sich vor Ort direkt auf Praktikums- oder Ausbildungsstellen bewerben. Aufgrund der Corona-Pandemie wurde der Tourstart auf 2021 verschoben.

Auszubildende im Unternehmensverbund



Anzahl der Bewerber



»WIR FRAGEN. EXPERTEN ANTWORTEN – HOMEOFFICE«

Oliver Tornau aus dem Geschäftsbereich Personalentwicklung im Gespräch:

- »Homeoffice« war und ist in Pandemiezeiten ein wichtiges Instrument. In welchem Umfang hat es die EDEKA Minden-Hannover genutzt?**

»Mit dem ersten Lockdown im Frühjahr haben viele unserer Mitarbeiter das erste Mal von zu Hause gearbeitet – oft im Wechsel mit Kollegen aus demselben Team. Im Sommer wurde diese Möglichkeit weniger genutzt, ab Herbst mit dem zweiten Lockdown wieder verstärkt. Zu Spitzenzeiten haben über 800 Beschäftigte zeitgleich mobil gearbeitet.«
- Was waren die größten Herausforderungen?**

»Wir brauchten kurzfristig eine ausreichende Anzahl an Notebooks. Zugleich benötigten sämtliche Kollegen im Homeoffice sichere Zugänge zu den Netzwerken. Dadurch musste ein hohes zusätzliches Datenvolumen verarbeitet und die Kapazitäten dafür dauerhaft etabliert werden. Die Herausforderungen wurden aber gut gemeistert. Innerhalb weniger Tage war der Großteil der Kollegen arbeitsfähig.«
- Welche Erkenntnisse konnten Sie sammeln?**

»Noch profitieren wir klar davon, dass die Kollegen im Unternehmensverbund vor Corona schon ein eingespieltes Team waren. Wir werden aber sicherlich auch nach Corona in vielen Bereichen dauerhaft anders zusammenarbeiten: unabhängiger vom Büro, virtuell und doch weiterhin persönlich miteinander. Und weil das auch eine neue Art des Zusammenarbeitens bedeutet, wollen wir im Projekt »Neues Arbeiten« herausfinden, wie wir diese neue Arbeitswelt gemeinsam gestalten müssen.«


GUTES FÜHREN WILL GELERNT SEIN

Um qualifizierte Mitarbeiter dauerhaft an den Unternehmensverbund zu binden, startete mit »Führung@EDEKA« im Frühjahr 2020 ein im Jahr zuvor konzipiertes Programm zur Entwicklung von Führungskräften. Inhaltlich vermittelt es zentrale Werte der EDEKA-Kultur, stärkt die Führungskompetenzen der Teilnehmer und intensiviert dabei den Dialog zwischen Großhandel, Logistik, Produktion und Einzelhandel des Verbunds.

Für den Bereich Personalentwicklung der EDEKA Minden-Hannover stand das abgelaufene Geschäftsjahr auch im Zeichen des digitalen Wandels. Präsenzseminare für Azubis werden immer häufiger durch entsprechende Online-Angebote abgelöst. E-Learning-Kurse unterstützen die Vorbereitungsphasen für Zwischen- und Abschlussprüfungen. So wird zeitgemäß und ortsunabhängig auf die Bedürfnisse des EDEKA-Nachwuchses eingegangen.

Im Jahr 2020 wurden unter Berücksichtigung der Mitarbeiter des selbstständigen Einzelhandels 1.577 Seminartage (rund 14.246 Teilnehmertage) durchgeführt. Die Seminare fanden überwiegend in Präsenz statt, es gab aber erste Seminare online. Die durchschnittliche Seminarzeit je Mitarbeiter im Unternehmensverbund belief sich somit auf rund 1,3 Stunden. Die geringe durchschnittliche Seminarzeit je Mitarbeiter resultiert daher, dass von März bis Mitte Mai sowie von Mitte Oktober bis Ende Dezember coronabedingt keine Seminare stattgefunden haben. Seit 2021 werden fast ausschließlich Online-Seminare angeboten.

Die »JobWelt« der EDEKA Minden-Hannover



DIALOG VIA SOCIAL MEDIA INTENSIVIERT

Dort Präsenz zeigen, wo die Zielgruppen unterwegs sind – auf Job-Portalen wie **indeed**, **kununu** & Co. Die »JobWelt« der EDEKA Minden-Hannover auf **Facebook** verzeichnete zum Jahresende 2.446 Fans – eine deutliche Steigerung gegenüber 2019. Im Schnitt erreichte das Unternehmen mit seinen Beiträgen so rund 2.514 Abonnenten. Im Jahr 2020 erhöhte sich die Anzahl der **XING**-Follower per Dezember ebenfalls spürbar auf 9.042.

kununu [✘]

indeed

FACEBOOK

XING [✘]

AUSGEZEICHNETE LEISTUNGEN



Ehrungen

25 Jahre Betriebsjubiläum:
386 Mitarbeiter

40 Jahre Betriebsjubiläum:
71 Mitarbeiter

45 Jahre Betriebsjubiläum:
17 Mitarbeiter



Dienstälteste Mitarbeiter mit aktiven Berufsjahren bei der EDEKA Minden-Hannover: **Renate Scheil** (Eintritt 04/1970, beschäftigt im NP Bremerhaven-Lehe), **Heinz-Dieter Freese** (Eintritt 08/1970, ausgeschieden zum 31.12.2020, Prokurist, EH-Controlling) und **Kurt Klaassen** (Eintritt 04/1972, Drucker MIOS-Werbung)



EDEKA-Ausbildung: 1.500 abgeschlossene Ausbildungen in über **20** Ausbildungsberufen

EDEKA-Nachwuchsförderpreis: Dank **Frederike Diekmann** geht der Preis in der Kategorie »Nachwuchskraft Großhandel/Zentrale« zum zweiten Mal in Folge an die EDEKA Minden-Hannover.



Der AzubiGuide macht die Ausbildung für Ausbilder nicht nur leichter, sondern gleichzeitig für unsere Auszubildenden noch attraktiver.

DIE ZUKUNFT DES LERNENS IST DIGITAL

Eine wichtige Säule der zunehmenden Digitalisierung im Bereich Ausbildung ist das EDEKA Wissensportal. Es deckt Themenbereiche wie »Warenwirtschaft«, »Rechnungswesen« oder auch »Wirtschaftskunde« ab und verzeichnete zum Jahresende rund 50.000 aktive User. Eine ebenfalls zentrale Rolle spielt in diesem Kontext die Quiz-App »Wizz Up!«. Ihren über 3.100 Nutzern innerhalb der EDEKA Minden-Hannover stellt sie prüfungsrelevante Fragen bereit und fördert so spielerisches Lernen. 2020 wurden im Wissensportal und in der Quiz-App 14 zusätzliche Kurse angeboten – Tendenz steigend. Wichtig in diesem Zusammenhang ist zudem der AzubiGuide, eine digitale Plattform für Auszubildende und Ausbilder mit allen relevanten Elementen der Ausbildung. Hierdurch wird die Ausbildung für Ausbilder leichter und gleichzeitig für die Auszubildenden noch attraktiver. Bereits über 400 geschulte Ausbilder, mehr als 500 Märkte und über 1.000 Azubis nehmen seit dem Start 2020 daran teil.



Wizz Up!

JETZT BEI
Google Play

Laden im
App Store



Laden Sie sich die App kostenlos im Google Play Store oder im Apple App Store herunter.

U21 GEWINNER-TEAMS



Beim »U21 TeamAward« erarbeiten die Auszubildenden Konzepte zu einem bestimmten Thema. Die besten Teams werden als Sieger geehrt. 2020 fand die Preisverleihung coronabedingt online statt. Die Sieger waren:

EDEKA Colombino (Berlin)

Kategorie: SEH bis 1.500 Quadratmeter

EDEKA Röthemeier (Diepenau)

Kategorie: SEH 1.500 bis 2.500 Quadratmeter

EDEKA Center Niemann (Berlin)

Kategorie: SEH ab 2.500 Quadratmeter

Schäfer's Hefehof Hameln

Kategorie: Regie-Einzelhandel bis 2.500 Quadratmeter

EDEKA Wilmersdorfer Arkaden¹⁾ (Berlin)

Kategorie: Regie-Einzelhandel ab 2.500 Quadratmeter

Team EHG Angels (Großhandel)

Kategorie: Großhandel/Produktion

NP-Markt Geeste

Kategorie: NP

EDEKA Center Braunschweig

Sonderkategorie: Azubis werben Azubis

EDEKA Center Wilhelm (Halle/Saale)

Sonderkategorie: Media Heroes



¹⁾ Es handelt sich um eine Kooperation mit anderen Märkten. Die Kategorie ergibt sich aus dem größten Markt.



Vielfalt als Chance: Kaufleute und Marktleiter der EDEKA Minden-Hannover integrieren Mitarbeiter aus verschiedenen Nationen in die Arbeitsabläufe in den Märkten.

Ein Hoch auf die Vielfalt

Und das nicht nur mit Blick auf das Lebensmittelangebot bei EDEKA oder die facettenreichen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Vergangenes Jahr waren bei der EDEKA Minden-Hannover Mitarbeiter aus 100 Nationen beschäftigt. Sie alle bereichern den Verbund mit ihren unterschiedlichen Talenten, ihren individuellen Erfahrungen und kulturellen Hintergründen. Und sie genießen allesamt identische Entwicklungsmöglichkeiten, was sie auf sämtlichen Hierarchie- und Handelsstufen zum Einsatz kommen lässt. Der Unternehmensverbund arbeitet vor diesem Hintergrund eng mit den Unternehmensnetzwerken »Wir zusammen« sowie »Unternehmen integrieren Flüchtlinge« zusammen.

Gefördert werden die Vorteile dieser vielfältigen und bunten Gemeinschaft im Rahmen des umfassenden Diversity-Managements der EDEKA Minden-Hannover. Dieses beinhaltet auch die Chancengleichheit von Frauen und Männern

hinsichtlich ihrer Karrierechancen, ausgewogene Altersstrukturen innerhalb der Belegschaft sowie die Inklusion von Menschen mit Behinderung. Ende 2020 waren etwa 1.200 Personen mit anerkannter Schwerbehinderung oder Gleichstellung in den Unternehmen des Verbunds aktiv.

Die für 2020 geplante Gründung einer LGBTI-Organisation, die eine Plattform für lesbische (Lesbian), schwule (Gay), bisexuelle (Bisexual) sowie transsexuelle (Transgender) und intersexuelle (Intersexual) Mitarbeiter schaffen soll, konnte coronabedingt leider nicht erfolgen. Vorarbeiten, so z. B. die Namensfindung »Nie zu bunt – das queere Netzwerk der EDEKA Minden-Hannover« mit dem Zusatz »Wir lieben dich, so wie du bist!« und die Formulierung von Statements zur Selbstdefinition wurden geleistet. Die Gründung der Organisation wird nachgeholt, sobald es die Lage zulässt.

Familienfreundlich und stetig in Kontakt

Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben alltagstauglich zu fördern, ist eines der langfristigen Nachhaltigkeitsziele der EDEKA Minden-Hannover – und Teil ihres unternehmerischen Selbstverständnisses (siehe Verantwortungsdimension »Mitarbeiter« auf Seite 32). Als familienfreundlicher Arbeitgeber werden fortwährend vielfältige Angebote wie flexible Arbeitszeit- und alternative Beschäftigungsmodelle unterstützt. Seit 2014 bietet der unternehmenseigene Familienservice »Emilie Plus« in Zusammenarbeit mit der AWO lifebalance GmbH allen Beschäftigten Hilfe bei der Betreuung und Pflege der eigenen Kinder oder anderen Familienangehörigen an. Und das unabhängig von ihrer Beschäftigungsart oder ihrem Arbeitsort. 2020 wurde dazu unter anderem die Broschüre »Pflegeleicht« veröffentlicht, die Informationen rund um das Thema »Pflege« bereitstellt.

Um auch jenseits des Jobs – zum Beispiel während der Elternzeit – Teil der EDEKA-Gemeinschaft zu bleiben, gibt es das Kontakthalteprogramm »Bleib dabei«. Es verfügt über drei Module: »Informieren«, »Vernetzen« und »Integrieren«. Allein das Modul »Informieren« in Form eines Newsletters nutzen pro Jahr rund 65 EDEKAner. Die Teilnahme ist freiwillig und sie ermöglicht es den Mitarbeitern, den Kontakt zu allen Unternehmen im Verbund der EDEKA Minden-Hannover zu halten. Dazu wurde bereits im Jahr 2018 auch die Facebook-Gruppe »Eltern bei EDEKA« ins Leben gerufen. Sie zählte zum Jahresende 254 Mitglieder.



Eines unserer Ziele ist es, Berufs- und Privatleben stets in Einklang zu bringen.

Die Organisation unruhiger Zeiten

Administrativ stellte die Ausschüttung von »Corona-Prämien« für Mehrleistungen von Mitarbeitern und die Abrechnung des zum Teil anfallenden Kurzarbeitergeldes das Personalteam vor neue Aufgaben. Letzteres wurde auf Einzelhandelsebene für verschiedene selbstständige Schäfer's-Partner, EDEKA-Kaufleute und -Märkte im Regie-Einzelhandel beantragt. Hinzu kam im ersten Lockdown ein signifikanter Organisationsaufwand beim Abwickeln von Arbeitgeberbestätigungen für EDEKA-Mitarbeiter. Sie stellten in diesem Zeitraum in den Logistik-Zentren und Supermärkten die Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln sicher. Ihre Tätigkeiten gelten als Teil der »kritischen Infrastruktur«.

FAIRE ENTLOHNUNG – ESSENZIELLER ASPEKT DER UNTERNEHMENSKULTUR

Bei der EDEKA Minden-Hannover erfolgt die Entlohnung entsprechend der gültigen Tarifverträge und auf Basis der jeweiligen Qualifikation und Tätigkeit. Rund 900 Mitarbeiter aller Unternehmensbereiche engagierten sich Ende 2020 in den Arbeitnehmervertretungen, um sich für die Interessen der Belegschaft einzusetzen. Zugleich sind Arbeitnehmervertretungen im Gesamt- und Konzernbetriebsrat und auch im Aufsichtsrat Ansprechpartner der örtlichen Geschäftsleitungen sowie des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover. Den entsprechenden Rahmen gibt das Betriebsverfassungsgesetz vor. Dieses regelt auch die Beteiligungsrechte der Arbeitnehmervertreter.



Gesundheitsvorsorge mit Spaßfaktor

Eine intakte Gesundheit ist das wichtigste Gut der Menschen. Die EDEKA Minden-Hannover hat dies erkannt und unterstützt ihre Mitarbeiter seit 2013 dabei, etwas für das eigene Wohlbefinden zu tun. Über das betriebliche Gesundheitsmanagement (BGM) fördert der Verbund das Wohlbefinden und ein gesundheitsbewusstes Verhalten seiner Mitarbeiter. Bis zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres besuchten passend dazu 83 Führungskräfte das Seminar »Gesund führen – sich und andere«.

Ähnlich wie beim Azubi-Marketing brachte der Unternehmensverbund den Themenkomplex »Gesundheit« 2020 direkt zu den Beschäftigten. Der VIActiv Fitnessstruck besuchte die EDEKA-Logistik-Standorte im Geschäftsgebiet, um als rollendes Sportstudio Ausgleich zur körperlichen Arbeit anzubieten. Unter professioneller Anleitung nutzten insgesamt 510 Mitarbeiter das mobile Angebot. Kooperationspartner hierbei war die Krankenkasse VIActiv.



Zudem organisierte das BGM in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Roten Kreuz zahlreiche Corona-Test-Möglichkeiten für die Mitarbeiter der EDEKA Minden-Hannover an den verschiedenen Standorten.

Der VIActiv-Truck bringt Bewegung ins Arbeitsleben an den EDEKA-Logistik-Standorten.




CORPORATE HEALTH
AWARD



Überzeugendes Gesundheitsmanagement wird belohnt: Sophia Leffringhausen, Mario Grotefeld und Fenja-Carina Leib (von links) nahmen den Corporate Health Award 2020 entgegen.

TROTZ CORONA – EDEKANER BLEIBEN IN BEWEGUNG

Um körperliche Ertüchtigung ging es auch beim »Run@Home« – dem Alternativprogramm zum coronabedingt abgesagten »B2Run-Firmenlauf«. Über 100 EDEKAner machten sich auf die Socken, um eine fünfeinhalb Kilometer lange Strecke zu laufen – alternativ konnte die Distanz auch per Inline-Skates oder auf Rollschuhen zurückgelegt werden.

KURSANGEBOT WEITER AUSGEBAUT

Kontinuierlich erweiterte die EDEKA Minden-Hannover vergangenes Jahr ihren Katalog zertifizierter Präventionskurse. Der Unternehmensverbund übernimmt dabei für seine Mitarbeiter die Kosten, die nicht vonseiten der Krankenkassen abgedeckt werden. Neu hinzu kamen im Mai 2020 beispielsweise Onlinepräventionskurse, Präventionsreisen sowie Kurse zur Raucherentwöhnung. Auch wurden Online-Vorträge für Mitarbeiter angeboten, speziell vor dem Hintergrund der besonderen Corona-Situation, zum Beispiel gab es einen Vortrag »Positiv denken in Corona-Zeiten«. Diese Angebote werden 2021 noch um Themen wie »Stress« und »Achtsamkeit« erweitert.

GEMEINSAM GEGEN CORONA – MIT ANTIKÖRPERTESTS

Im Kampf gegen Corona kooperiert die EDEKA Minden-Hannover seit November mit dem Herz- und Diabeteszentrum NRW, Bad Oeynhausen. Zusammen bieten sie Antikörper-Tests für EDEKA-Mitarbeiter im Mühlenkreis an. Gleichzeitig wird GWD Minden finanziell mit 20 Euro je durchgeführtem Test unterstützt. Das HDZ NRW kann so Plasmaspender finden, um schwer erkrankten COVID-19-Patienten zu helfen.

(ARBEITS)SICHERHEIT / GESUNDHEITSMANAGEMENT

Es sind extreme Zeiten wie das Pandemie-Jahr 2020, in denen Themen des Bereichs Gesundheitsschutz und Mitarbeiterfürsorge noch stärker als zuvor in den Mittelpunkt rücken. Die EDEKA Minden-Hannover begegnete der angespannten Corona-Situation mit einem Bündel an Maßnahmen: die Einrichtung einer Telefon-Hotline mit Fachexperten, die Benennung konkreter Ansprechpartner, die kontinuierliche Sicherstellung der geltenden AHA+C+L-Formel, wöchentliche Informationen zum Infektionsgeschehen sowie eigens für das EDEKA Wissensportal entworfene COVID-19-Kurse – inklusive Verhaltensempfehlungen.



Mit Begeisterung an den Start gegangen: der Run@Home als Alternativprogramm für aktive EDEKAner.

100

EDEKAner nahmen am
»Run@Home«
teil.

03

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur. Was macht zukunftsorientierten Handel aus? Worauf legen die Verbraucher Wert? Und wie lassen sich natürliche Ressourcen langfristig erhalten? Die EDEKA Minden-Hannover gestaltet ihr Geschäftsmodell Schritt für Schritt verantwortungsvoller und liefert so kontinuierlich Antworten, um den Herausforderungen unserer Zeit adäquat zu begegnen. Eine durchdachte Strategie, klare Strukturen und realistisch gesetzte Meilensteine helfen dem Unternehmensverbund heute dabei, seine Nachhaltigkeitsziele zu erreichen.

Nachhaltig ins Netz gegangen: Mehrweg-Beutel für frisches Obst und Gemüse.





1.000 neue Bäume für den Stadtwald Halle. Mit dabei: Anett Grey, EDEKA-Spartenleitung Regionalität (links), und EDEKA-Kauffrau Saskia Renner. Quelle: MaM/Kerstin Eschke

Tag für Tag entwickeln die Mitarbeiter der EDEKA Minden-Hannover Ideen und Strategien, wie der führende Unternehmensverbund des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet noch nachhaltiger, noch verantwortungsvoller und effizienter arbeiten kann. Im Hinblick auf die Umwelt. Im Hinblick auf das soziale Gefüge seiner Kunden und Mitarbeiter. Und natürlich im Hinblick auf sein Kerngeschäft. Es ist sein genossenschaftliches Organisationsmodell, das dem langfristigen ökonomischen Erfolg zugrunde liegt und darüber hinaus gesellschaftliche und ökologische Verantwortung kontinuierlich fördert. Grundlage ist ein bereits seit 100 Jahren währender Generationenvertrag – eine Generation übernimmt automatisch Verantwortung für Folgegenerationen. Dieses systemimmanente Solidarprinzip ist gelebte Praxis und somit fester Bestandteil der Unternehmensstrategie.



In der

»Agenda 2025«

wurden langfristige
Nachhaltigkeitsziele
entwickelt



Grundlage für den langfristigen
ökonomischen Erfolg ist ein bereits seit
100 Jahren währender Generationenvertrag

Mehrdimensionale Strategie flexibel umgesetzt

»Produkte«, »Mitarbeiter«, »Umwelt«, »Region« und »Gesellschaft« – diese fünf Verantwortungsdimensionen hat der Unternehmensverbund der EDEKA Minden-Hannover bereits im Jahr 2011 für sich definiert. Für die einzelnen Dimensionen wurden in der »Agenda 2025« langfristige Nachhaltigkeitsziele entwickelt (siehe Überblick im Anhang Seite 85). Diese werden über verschiedene Unterziele noch weiter konkretisiert. Sie berücksichtigen relevante Herausforderungen wie den Klimawandel, den demografischen Wandel, die Herausforderung der stetigen Verknappung natürlicher Ressourcen sowie zentrale Fragestellungen rund um die Themenkomplexe »Mitarbeiter« und »Gesundheit«. Um die Zielsetzungen erfolgreich voranzutreiben, werden Geschäftspartner, Mitarbeiter sowie die Verbraucher als aktiv am Prozess Beteiligte verstanden und, wo dies möglich und sinnvoll ist, in die Maßnahmen integriert. Zum schrittweisen Erreichen der kurz-, mittel- und langfristig gesteckten Nachhaltigkeitsziele werden zudem jedes Jahr Meilensteine festgelegt. Die einzelnen Etappen stets vor Augen wird so sichergestellt, dass im Falle von Kursabweichungen rechtzeitig und flexibel justiert werden kann. Passend dazu wurden bereits Anfang 2019 die neuen, langfristig angelegten Nachhaltigkeitsziele seitens des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover an alle Mitarbeiter kommuniziert.

Zielvorgaben der Vereinten Nationen integriert

Die seitens der Vereinten Nationen im Jahr 2015 verabschiedeten Sustainable Development Goals (SDGs) liefern einen zusätzlichen Handlungsrahmen. Im Zuge diverser Workshops haben die Fachbereiche der EDEKA Minden-Hannover gemeinsam mit dem für die Steuerung der Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlichen Team die SDGs analysiert. Dabei wurde hinterfragt, für welche der insgesamt 17 SDGs der Unternehmensverbund einen effektiven und messbaren Beitrag leisten kann, beispielsweise durch veränderte Sortimentsgestaltung oder einen immer bewussteren Einsatz endlicher Ressourcen sowie im Umgang mit den eigenen Mitarbeitern. Die EDEKA Minden-Hannover hat sechs SDGs für sich identifiziert und ausgewählt (siehe Tabelle im Anhang auf Seite 87). Sie wurden bei der Entwicklung der bis 2025 festgelegten Nachhaltigkeitsziele berücksichtigt.



Ein Herz für nachhaltiges Handeln im Rahmen unserer »Agenda 2025«.

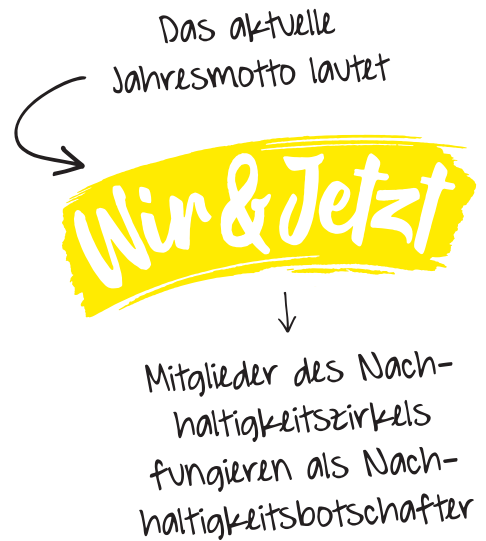
Nachhaltigkeitsmanagement – Verantwortung ist Teamsache

Welche Bedeutung dem Thema »Nachhaltigkeit« bei der EDEKA Minden-Hannover beigemessen wird, spiegelt sich in der Tatsache wider, dass dieses auf oberster Managementebene angesiedelt ist. Die strategische Ausrichtung gibt der geschäftsführende Vorstand vor. Unterstützt wird dieser im operativen Geschäft durch die jeweiligen Geschäftsbereichsleiter und Geschäftsführer. Konkrete Maßnahmen wiederum setzen Teams der einzelnen Geschäftsbereiche um – auch in bereichsübergreifender Zusammenarbeit. Im Zuge des Planungsprozesses berichten die verantwortlichen Geschäftsbereichsleiter und Geschäftsführer dem geschäftsführenden Vorstand kontinuierlich über die Umsetzung der »Agenda 2025«.

Das seit Herbst vergangenen Jahres im Bereich Vertrieb angesiedelte Nachhaltigkeitsteam begleitet die einzelnen Fachbereiche bei ihren Aktivitäten. Gleichzeitig koordiniert es die integrierte Nachhaltigkeitsstrategie sowie deren interne und externe Kommunikation.

Seit im Jahr 2019 ein Nachhaltigkeitszirkel ins Leben gerufen wurde, hat sich der Dialog zwischen den Fachbereichen weiter intensiviert. Die Teilnehmer tauschen sich in regelmäßigen Treffen über ihre Projekte, deren Status bzw. den jeweiligen Grad der Zielerreichung aus und erarbeiten weitere Konzepte und neue Projektideen. Für gewöhnlich liegen das Erreichen der Ziele sowie die dafür notwendigen Maßnahmen in gemeinschaftlicher Verantwortung mehrerer Abteilungen. Weitere Teams kommen bei Bedarf hinzu und unterstützen flexibel. Mit dem laufenden Geschäftsjahr fungieren die Mitglieder des Nachhaltigkeitszirkels auch als Nachhaltigkeitsbotschafter in ihren jeweiligen Abteilungen. Auf diese Weise wird das aktuelle Jahresmotto »Wir & Jetzt – Wir für eine bessere Zukunft & jetzt mit vereinter Kraft« noch gezielter vorangetrieben.

Während an sämtlichen Verantwortungsdimensionen fortwährend gearbeitet wird, werden 2021 im Rahmen des Jahresmottos drei konkrete Schwerpunkte, die Verantwortungsdimensionen »Umwelt«, »Produkte« und »Region«, noch intensiver bearbeitet.



UNSERE VERANTWORTUNGSDIMENSIONEN



»UMWELT«

- Reduzierung der CO₂-Emissionen
- Förderung von Grünstrom
- Fahrradfreundliche und begrünte Märkte



»REGION«

- Intensivierte Kommunikation zu Partnerschaften mit regionalen Lieferanten und landwirtschaftlichen Betrieben in den Märkten



»GESELLSCHAFT«

- Unterstützung sozialer und ökologischer Projekte
- Ausweitung des Engagements gegen Lebensmittelverschwendung



»PRODUKTE«

- Verstärkte Kommunikation zu WWF- und Bio-Artikeln
- Umsetzung des nachhaltigen Einzelhandelskonzepts
- Höherer Anteil »unverpackter« Waren



»MITARBEITER«

- Intensivierte Mitarbeiter-Kommunikation
- Umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsperspektiven
- Zielgenaue Gesundheitsangebote

Fünf Verantwortungsdimensionen und Ziele im Überblick

Sie sind die Säulen der integrierten Nachhaltigkeitsstrategie der EDEKA Minden-Hannover. Auf ihnen fußen sämtliche Aktivitäten für verantwortungsvollen Handel. Die entsprechende Tabelle finden Sie im Anhang auf Seite 85.

Wir nutzen die Kraft der Sonne als erneuerbare Energiequelle für unsere Märkte.

VERANTWORTUNGSDIMENSION »UMWELT«

Die EDEKA Minden-Hannover stellt sich in diesem Rahmen den vielfältigen Herausforderungen in Sachen Klima- und Ressourcenschutz. Das bis 2025 definierte Ziel hinsichtlich ihrer CO₂-Emissionen lautet: Reduktion des Treibhausgasausstoßes um 70 Prozent (im Vergleich zum Basisjahr 2011). Um dieses Ziel zu erreichen, steht die Absenkung des Energieverbrauchs im Verbund bzw. die stetig optimierte Energieeffizienz in den Märkten, den Großhandels-, Produktions- und Logistik-Standorten weiter im Mittelpunkt. Hier kommen beispielsweise Maßnahmen wie der Einsatz von Kühlmitteln mit dem natürlichen Kältemittel CO₂, die Beleuchtung über energiesparende LED-Technologie oder die Ausstattung der Märkte mit Photovoltaik-Anlagen zum Tragen.

Diese Maßnahmen wurden in 2020 um die stufenweise Einführung von nachhaltiger Energie aus Wasserkraft ergänzt. So wurde zunächst für die Bereiche Logistik, Produktion und Verwaltung Ökostrom beschafft, was einem Anteil von 41 Prozent des gesamten elektrischen Energiebedarfs darstellt.

2020 hat die EDEKA Minden-Hannover ihr Ziel, den CO₂-Ausstoß im Vergleich zum Vorjahr um 25 Prozent zu reduzieren, nicht ganz erreicht (Angaben zu den THG-Emissionen siehe Anhang Seite 86). Seit dem zurückliegenden Geschäftsjahr decken aber alle Großhandels- und Produktionsstandorte ihren Strombedarf durch erneuerbare Energien (siehe Kapitel »Dienstleistungen«). 2021 erhalten alle verbleibenden Geschäftsbereiche Ökostrom, um den elektrischen Energiebedarf CO₂-neutral zu stellen. Damit wird das gesetzte Ziel der CO₂-Einsparung für 2025 voraussichtlich bereits im Jahr 2021 erreicht. Informationen zum Energieverbrauch finden Sie im Anhang auf Seite 86.



Märkte werden mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet



Beleuchtung erfolgt über energiesparende LED-Technologie

Ziel bis 2025: Reduktion des Treibhausgasausstoßes um

70%

(im Vergleich zum Basisjahr 2011)

Einsatz von Ökostrom, um den elektrischen Energiebedarf CO₂-neutral zu stellen



Bio-Verbandsware und Bio-Eigenmarken sind wichtige Sortimentsbausteine.



VERANTWORTUNGSDIMENSION »REGION«

Lokal wie regional angebaute und produzierte Lebensmittel gehören zu den wesentlichen Sortimentsbausteinen sämtlicher Einzelhandelsstandorte im Absatzgebiet. Das Motto »Bestes aus unserer Region« bildet die operative Klammer für vertrauensvolle und langjährige Partnerschaften mit landwirtschaftlichen und verarbeitenden Betrieben unter anderem aus einem Umkreis von nicht mehr als 30 Kilometern um die jeweiligen Märkte. Zum Jahresende führte die EDEKA Minden-Hannover heimische Produkte von über 1.300 lokalen und regionalen Erzeugern in ihren Regalen. Während die Umwelt von kurzen Lieferwegen profitiert, stärkt die regionale Nachfrage den Wirtschaftskreislauf vor Ort. Arbeitsplätze werden gesichert und die Kaufkraft wird gestärkt. Darüber hinaus forciert die EDEKA Minden-Hannover ihr Angebot an nachhaltig produzierten Lebensmitteln. Im Jahr 2020 steigerte sie den Umsatz mit Bio-Artikeln im Vergleich zu 2019 um 30,2 Prozent auf insgesamt 497,9 Millionen Euro. Und so ist es kein Zufall, dass bis Ende 2025 die Umsatzmarke für Bio-Artikel von einer Milliarde Euro geknackt werden soll.

Das Umsatzziel von mindestens 430 Millionen Euro für Lebensmittel aus kontrolliert ökologischem Anbau wurde 2020 durch folgende Maßnahmen erreicht:

- Information der EDEKA-Kaufleute und Unterstützung bei der Vermittlung des Themas »Biologischer Anbau« hinsichtlich der Relevanz von Bio-Produkten
- Erweiterung des Bio-Sortiments in der Drogerie, beispielsweise durch Einführung der neuen Eigenmarke »EDEKA Bio-Babynahrung« in Demeter-Qualität
- Erweiterung des Bio-Sortiments, beispielsweise durch Einführung neuer »EDEKA Bio«-Eigenmarkenartikel in der Fleisch-Bedientheke sowie Ausbau des Demeter-Sortiments
- Steigerung der Anzahl an EDEKA-Märkten mit Bio-Zertifizierung durch gezielte Subventionierung der Zertifizierung
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit Verbänden (z. B. Demeter) und Landwirten

Weiterführende Informationen finden Sie auch im Kapitel »Großhandel« auf Seite 55.

Umsatz mit Bio-Artikeln (in Mio. €)





Bärenstark: EDEKA und der WWF sind strategische Partner für mehr Nachhaltigkeit.

VERANTWORTUNGSDIMENSION »PRODUKTE«

Hier werden sämtliche Themen gebündelt, die – bezogen auf das Sortiment – den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen entlang der Lieferkette behandeln. Dies gilt sowohl für Deutschland als auch für weltweite Aktivitäten. Faktoren wie der Einkauf zertifizierter Ware zählen dazu. Hier orientiert sich das Team unter anderem am eigens dafür entwickelten Handbuch der Hamburger EDEKA-Zentrale. Hinzu kommt das vertriebsseitige Verhalten unverpackter Produkte sowie von Mehrweg-Lösungen für die EDEKA-Kunden in den Märkten sowie Lösungen im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung, z. B. »Liebe²«-Chutneys aus nicht mehr verkaufsfähigem, aber noch bedenkenlos verzehrfähigem Obst und Gemüse. Zudem beinhaltet diese Verantwortungsdimension sämtliche Aspekte zur Bereitstellung der Waren im Einzelhandel, den damit verbundenen Serviceleistungen sowie Verbraucherinformationen zu nachhaltigeren Produkten und deren Entsorgung. Im Fokus bis 2025 steht dabei die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts von EDEKA und dem WWF in 80 Prozent aller Märkte des Absatzgebietes.

2020 sollte das Marktconcept finalisiert werden und in zehn Testmärkten Anwendung finden. Die anhaltende Corona-Pandemie verzögerte die Umsetzung der Maßnahmen. Im Fokus für die Märkte stand vergangenes Jahr, die Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln unter den verschärften Bedingungen jederzeit sicherzustellen. Der aktive Austausch mit dem WWF wurde parallel dazu weiterhin gepflegt, sodass die Finalisierung des Konzepts seitens der EDEKA Minden-Hannover erreicht wurde. Ausstehend ist unter anderem noch die Bewertung des ökologischen Nutzens je Maßnahme, der vom WWF eingeschätzt wird, um den größtmöglichen nachhaltigen Nutzen zu erzielen.

Der erste Entwurf des Maßnahmenkatalogs hat aufgrund der genannten Bedingungen im Geschäftsjahr 2020 Anwendung in einem Testmarkt gefunden. Anfang 2021 folgten weitere Testmärkte. Auf Basis dieser Ergebnisse wird die Arbeitsgruppe den Maßnahmenkatalog ergänzen und ab dem 2. Quartal 2021 mit dem Rollout des Konzepts in 50 Märkten beginnen.



Im Fokus bis 2025 steht dabei die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts von EDEKA und dem WWF in 80 Prozent aller Märkte des Absatzgebietes.

VERANTWORTUNGSDIMENSION »MITARBEITER«

Basis des Unternehmenserfolgs sind und bleiben stets die Mitarbeiter. Mit ihrem Wissen und ihrer Leistungsbereitschaft sichern sie die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Verbunds. Zu den wesentlichen Handlungsfeldern dieser Dimension gehören deshalb sehr gute Arbeitsbedingungen, umfassende Qualifizierungs- und Entwicklungsperspektiven, zielgenaue Gesundheitsangebote sowie gute Rahmenbedingungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Sie tragen in ihrem Zusammenwirken dazu bei, dauerhaft eine zeitgemäße und motivierende Unternehmenskultur zu etablieren, damit die EDEKA Minden-Hannover die attraktive Arbeitgebermarke bleibt, die sie heute bereits ist. Deshalb beschäftigt sich der Verbund auch intensiv mit dem Thema, der familienfreundlichste Lebensmittelhändler innerhalb der Region zu sein und will dafür bis 2025 weitere entscheidende Weichen stellen.

Die Corona-Pandemie machte es 2020 nicht möglich, eine übergreifende Projektgruppe sowie einen Lenkungsausschuss zu gründen, um die individuellen Ziele und Maßnahmen in den einzelnen Geschäftsbereichen zu definieren und zu verwalten. Es erfolgte jedoch eine Ableitung von Ansatzpunkten aus Interviews mit den Geschäftsbereichsleitern. Die Feinkonzeptionierung befindet sich bereits in Arbeit. Ziel für 2021 ist es, drei daraus resultierende Teilprojekte umzusetzen.



Ausgeprägte Mitarbeiterorientierung macht uns zur attraktiven Arbeitgebermarke.

KONKRET HEISST DAS:

- eine Kommunikationskampagne zu starten, die systematisch über bereits bestehende familienfreundliche Maßnahmen informiert und zu deren Nutzung anregt. Ziel ist es, dass alle Mitarbeiter wissen, welche Angebote es gibt.
- die für die Teams in den Regie-Märkten bereits bestehenden Angebote ebenfalls dem selbstständigen EDEKA-Einzelhandel anzubieten.
- die bereits bestehenden und etablierten Gesundheitszirkel um das Thema »Vereinbarkeit« zu erweitern, um standortspezifische, individuelle Maßnahmen zu ermöglichen.

WESENTLICHE HANDLUNGSFELDER





Gründungsort der EDEKA Minden eG (oben) und Retter-Becher-Aktion für den Erhalt des Kirchturms der Marienkirche (unten).

VERANTWORTUNGSDIMENSION »GESELLSCHAFT«

Als aktive Mitglieder einer genossenschaftlich organisierter Gemeinschaft engagiert sich die Einzelhandelsebene der EDEKA Minden-Hannover – von den selbstständigen Kaufleuten bis zu den Marktleitungen und -teams – Tag für Tag in sozialer und ökologischer Hinsicht in ihren Städten und Gemeinden. Die gemeinnützige Stiftung des Unternehmensverbands übernimmt auf Großhandelsebene Verantwortung für das gesellschaftliche Gemeinwohl. Der intensive Austausch mit den EDEKA-Kaufleuten, den Kunden, den Mitarbeitern und Gesellschaftern des Verbands sowie weiteren Anspruchsgruppen rundet das komplexe Beziehungsgeflecht ab. Auch dessen Ausbau ist ein zentraler Baustein dieser Verantwortungsdimension.

Ziel bis 2025 ist es, dass jeder Markt jeweils ein soziales und/oder ökologisches Projekt unterstützt, z. B. die Anlage von Gemüsebeeten in Kindergärten oder die Teilnahme an der Baum-Pflanz-Karte (siehe Seite 51 im Kapitel »Einzelhandel«). Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden zur Stärkung und weiteren Systematisierung bestehender Initiativen in den Märkten bereits Kriterien für soziale und ökologische Projekte definiert. Hierbei steht im Fokus, das individuelle Engagement des Einzelhandels zu evaluieren, um aus den Ergebnissen weitere geeignete Maßnahmen abzuleiten.

GEMEINSAM FÜR UNSERE GESELLSCHAFT

Es gehört zum Wesen der genossenschaftlich organisierten EDEKA Minden-Hannover, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und sich kontinuierlich für ein funktionierendes Sozialgefüge stark zu machen. Das Gemeinwohl ist fest in den Unternehmenswerten verankert. Im Rahmen des 100. Jubiläums der EDEKA Minden eG spendete die EDEKA Minden-Hannover insgesamt eine Millionen Euro: 800.000 Euro an die Stadt Minden zur Förderung der Digitalisierung der Mindener Schulen sowie weitere 200.000 Euro an den Bauverein St. Marienkirche Minden e. V. für den Erhalt ihres Kirchturms.



**Ziel bis 2025: Jeder Markt unterstützt
jeweils ein soziales und/oder
ökologisches Projekt**



Handeln von Mensch zu Mensch – immer im Dialog mit unseren Anspruchsgruppen.

Vertrauensvoller Dialog mit Anspruchsgruppen

Für die EDEKA Minden-Hannover stellt die Pflege eines konstruktiven Dialogs mit einer Vielzahl verschiedener Anspruchsgruppen ein essenziell wichtiges Anliegen dar. Basierend auf einer Anspruchsgruppenmatrix hat der genossenschaftlich organisierte Unternehmensverbund die vier wichtigsten Gruppen bereits 2012 für sich identifiziert. Neben den selbstständigen EDEKA-Kaufleuten der Region zählen sowohl die Verbraucher als auch sämtliche Mitarbeiter der im Verbund aktiven Betriebe und Tochtergesellschaften sowie Gesellschafter wie die Hamburger EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG dazu.

Darüber hinaus prägt der stetige und vertrauensvolle Austausch mit zumeist langjährigen Geschäftspartnern und Lieferanten das Tagesgeschäft. Dies gilt gleichermaßen für den kontinuierlichen Dialog, den die EDEKA Minden-Hannover zur (Bundes-, Landes- und Kommunal-) Politik, zu Verbraucher- und Wirtschaftsverbänden, karitativen Institutionen und Nichtregierungsorganisationen sowie weiteren Anspruchsgruppen pflegt (siehe Anspruchsgruppen-Tabelle sowie Übersicht zu Mitgliedschaften und Kooperationen im Anhang auf Seite 88 f.).



Ein stetiger und vertrauensvoller Austausch mit langjährigen Geschäftspartnern und Lieferanten

Eine wegweisende Partnerschaft für die gesamte Branche

Die strategische Partnerschaft zwischen EDEKA und der unabhängigen Umweltschutzorganisation WWF setzt seit über zehn Jahren Maßstäbe und positive Impulse in der deutschen Handelslandschaft. Das gemeinsame Ziel ist klar definiert: Schritt für Schritt werden Sortimente und Lieferketten umweltverträglicher gestaltet und so der ökologische Fußabdruck des bundesweit aktiven EDEKA-Verbunds verkleinert. Die langfristig angelegte Kooperation umfasst mittlerweile acht Handlungsschwerpunkte und wird von der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG koordiniert. Die EDEKA Minden-Hannover unterstützt die Maßnahmen und kommuniziert u. a. die Partnerschaft mit dem WWF an ihre Kunden (siehe Tabelle im Anhang Seite 90).

Am Ende des Berichtsjahres trugen mehr als 400 umweltverträglich hergestellte EDEKA-Eigenmarkenartikel das Panda-Logo des WWF. Es liefert den EDEKA-Kunden wertvolle Orientierungshilfen, damit sie ihre Einkäufe immer nachhaltiger gestalten und somit verantwortungsvoll konsumieren können. Die EDEKA Minden-Hannover stärkt das Verbraucherbewusstsein ihrerseits, indem sie zum Beispiel anhand von Infoständen in den Märkten des Geschäftsgebiets regelmäßig über die Zusammenarbeit zwischen EDEKA und dem WWF informiert. Darüber hinaus forciert sie die gemeinsamen Zielsetzungen über kontinuierliche Zusammenarbeit in verschiedenen Projekten.



Schritt für Schritt
den ökologischen
Fußabdruck verkleinern



mehr als

400

umweltverträglich hergestellte
EDEKA-Eigenmarkenartikel

Bio und vegan bleiben im Trend und sind bei unseren Kunden eine angesagte Kombination.



Blühende Aussichten: Unsere gemeinnützige Stiftung unterstützt viele Initiativen.

Die EDEKA Minden-Hannover Stiftung

Zweck der autark agierenden gemeinnützigen Stiftung privaten Rechts ist es, Menschen zu unterstützen, die aufgrund ihres individuellen körperlichen, geistigen oder seelischen Zustands auf Hilfe angewiesen sind. Hinzu kommen Hilfeleistungen für Einzelpersonen, die infolge unverschuldeter Unglücksfälle in eine wirtschaftliche Notlage gerieten. Zugleich fördert die Stiftung seit ihrer Gründung im Jahr 1995 andere gemeinnützige Einrichtungen.

128.900

Euro für karitative Zwecke schüttete die Stiftung aus

Im Rahmen der »Cent-Spende« kamen rund

6.309

Euro zusammen

STIFTUNGSKAPITAL FÜR GEMEINNÜTZIGE ARBEIT VERDOPPELT

Die im gesamten Geschäftsgebiet der EDEKA Minden-Hannover aktive Stiftung verfügt seit 2020 dauerhaft über ein Stiftungskapital von zwei Millionen Euro. Anlässlich des 100. Jubiläums wurde das Kapital verdoppelt. So stiegen im Jubiläumsjahr auch die finanziellen Mittel, die jährlich aus dessen Verzinsung für soziale Zwecke zur Verfügung stehen, auf nunmehr 100.000 Euro. Dank regelmäßiger Geldspenden wird dieser Betrag noch einmal erhöht. So geben zahlreiche Mitarbeiter der EDEKA Minden-Hannover über die sogenannte »Cent-Spende« Monat für Monat den Betrag rechts des Kommas ihrer Gehaltsabrechnung weiter. 2020 kamen allein auf diese Weise rund 6.309 Euro hinzu. Vergangenes Jahr schüttete die Stiftung insgesamt 128.900 Euro für karitative Zwecke aus.

NEUES BOTSCHAFTERKONZEPT GING IN DIE UMSETZUNG

Das bereits 2019 von der Stiftung entwickelte Botschafterkonzept kam im zurückliegenden Geschäftsjahr erstmals erfolgreich zur Umsetzung. Dabei bauen Botschaftertandems Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen im Geschäftsgebiet auf. Die Tandems setzen sich aus selbstständigen Kaufleuten und der Leitung einer der sechs Vertriebsregionen (Nordwest, West, Mitte, Sachsen-Anhalt, Berlin sowie Brandenburg) zusammen. Gemeinsam halten sie den Kontakt zu ausgewählten Einrichtungen aus dem jeweiligen Vertriebsgebiet und pflegen die Zusammenarbeit. Ganz im Sinne der Stiftungsarbeit profitieren auch Privatpersonen von dem neuen Botschafterkonzept. Den Botschaftertandems werden zu Beginn ihrer 15-monatigen Amtszeit von der Stiftung jeweils 5.000 Euro Startkapital zur Verfügung gestellt, das durch Eigeninitiative der Botschafter aufgestockt werden kann. 2020 erfolgte eine Aufstockung um insgesamt 10.343,92 Euro, sodass zusammen mit den Stiftungsmitteln 40.343,92 Euro vergeben werden konnten. Im März dieses Jahres wurde bereits die zweite Amtsperiode mit neuen Botschaftern eingeläutet.

Eine ausführliche Beschreibung der Tätigkeiten befindet sich im jährlich erscheinenden Tätigkeitsbericht der gemeinnützigen Stiftung der EDEKA Minden-Hannover.



Weiterhin lecker: Mit Liebe² landen extrareife Früchtchen im Glas, nicht in der Tonne.



Das von der Stiftung entwickelte
Botschafterkonzept kam
erfolgreich zur Umsetzung

»WIR FRAGEN. EXPERTEN ANTWORTEN. – ZUSAMMENARBEIT MIT TAFELN EINE HERZENSANGELEGENHEIT«

**Bettina Stolt, Gruppenleitung Koordination
Nachhaltigkeit im Gespräch:**

1. Wie wirkt die EDEKA Minden-Hannover der Verschwendung von Lebensmitteln entgegen?

»Wir engagieren uns auf vielfältige Weise, um überschüssige Lebensmittel im Handel auf ein Minimum zu reduzieren – sei es durch moderne Warenwirtschaftssysteme, die den Warenfluss optimieren und dazu beitragen, ein Überangebot von vorne herein zu vermeiden. Aber auch durch Verkaufsaktionen mit Preisnachlass für Artikel kurz vor dem Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums. Lebensmittel, die nicht mehr für den Verkauf geeignet sind, aber noch bedenkenlos verzehrt werden können, werden gespendet. In erster Linie an die lokalen Tafelorganisationen.«

2. Welche Bedeutung hat die Zusammenarbeit mit lokalen Tafeln für Sie?

»Für mich ist die Zusammenarbeit mit den lokalen Tafeln eine Herzensangelegenheit. Die Tafeln erfüllen mit der Versorgung bedürftiger Menschen eine ganz wichtige Aufgabe, die wir sehr gerne unterstützen. Vergangenes Jahr konnten wir Lebensmittel im Gesamtwert von rund 1.482.362 Euro übergeben. Dabei ist unsere jährliche, gemeinsam mit den Kunden durchgeführte Aktion ›Kauf eins mehr!‹ hervorzuheben, bei der ebenfalls immer viele Lebensmittelspenden für die Tafelorganisationen zusammenkommen.«

3. Gibt es weitere Projekte, die Sie aktiv begleiten?

»Ja, seit 2018 setzen wir in einigen Märkten unseres Absatzgebietes das Projekt ›Liebe²‹ erfolgreich um. So geben wir extrareifen Früchten ein zweites Leben – als Chutney. In einigen der Märkte gibt es zudem ›Zu schade für die Tonne‹-Regale, aus denen sich unsere Kunden kostenlos Lebensmittel mitnehmen können, die sonst in der Abfalltonne gelandet wären.«

04

EINZELHANDEL

Mit einem lachenden und einem weinenden Auge. 2020 haben die EDEKA-Kaufleute und die Mitarbeiter des Einzelhandels sowie des Großhandels eine echte Kraftanstrengung hingelegt. Dabei sind sie oft bis an ihre Belastungsgrenzen gegangen. Wo eigentlich Geburtstag gefeiert werden sollte, stand nun im Fokus, Menschen zu schützen. So ganz konnte das Coronavirus die Aktivitäten zum 100. Jubiläum der EDEKA Minden eG dann aber doch nicht stoppen – auch das ist der Verdienst der Kaufleute und Mitarbeiter im Einzelhandel.

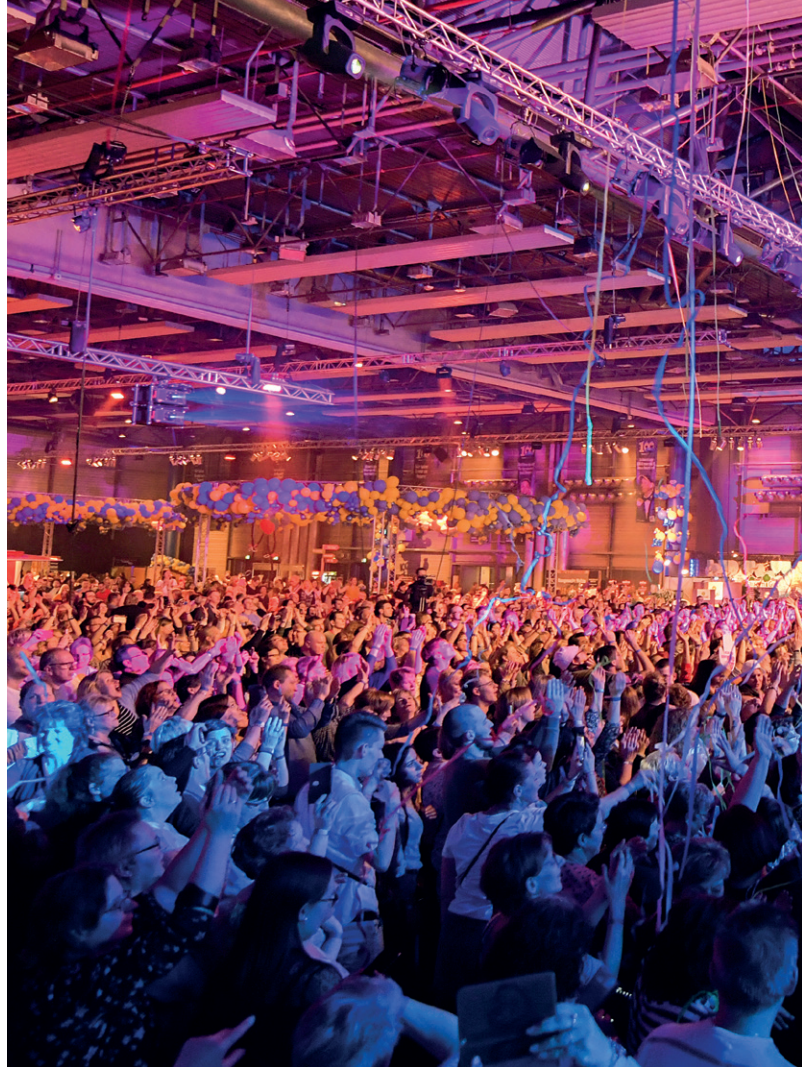


Otto Waalkes war das Gesicht des 100. Jubiläums der EDEKA Minden eG.



Was für ein schöner Start in ein schwieriges Jahr 2020! Mit tollen Show-Acts haben wir unseren Kollegen auf vier Jahrhundert-Partys eingeeheizt. Ich hoffe, alle haben in der partyfreien Zeit von den schönen Erinnerungen zehren können.

Marie Ubben, Projektleitung
»100 Jahre EDEKA Minden eG«



Im Einzelhandel der EDEKA Minden-Hannover prägten zwei Faktoren den Geschäftsverlauf des Jahres 2020 maßgeblich: die andauernde Pandemie sowie – coronabedingt mit Unterbrechungen – das Jubiläum »100 Jahre EDEKA Minden eG«. Für viele selbstständige EDEKA-Kaufleute und ihre Markt-Teams sowie die Teams in den unter der Regie des Unternehmensverbundes geführten Märkten entwickelte sich das zurückliegende Geschäftsjahr somit zu einer organisatorischen Mammutaufgabe bisher nicht gekannten Ausmaßes. Das Virus machte den Feierlichkeiten der EDEKAner und ihrer Kunden ab März zunächst einen Strich durch die Rechnung. Mit dem ersten Lockdown traten verschärfte Hygiene- und Abstandsregeln in Kraft. Hinzu kamen die sogenannten »Hamsterkäufe« und, damit einhergehend, gesteigerter Warenbedarf in den Märkten. Erst ab Mai kehrte Schritt für Schritt die vielzitierte »neue Normalität« ein und mit ihr sukzessive auch die Aktivitäten rund um das 100. Jubiläum der EDEKA Minden eG zurück.

Ende November entschieden die Bund- und Länderchefs wie schon im ersten Lockdown, die Zahl der Supermarktbesucher deutlich zu beschränken, um das gesteigerte Corona-Infektionsgeschehen einzudämmen. Das führte in der Vorweihnachtszeit bei kontrolliertem Einlass vor den Märkten der EDEKA Minden-Hannover zu längeren Kundenschlangen. Auch die »Hamsterkäufe« waren wieder präsent, wenn auch nicht so ausgeprägt wie zum ersten Lockdown.

Die EDEKA Minden-Hannover blickt für das Jahr 2020 unter dem Strich auf eine positive Geschäftsentwicklung zurück. Nicht zuletzt dank ihres vielfältigen Vertriebsportfolios unterschiedlicher Markttypen. Zum Ende des Berichtszeitraums umfasste es 761 EDEKA-Märkte (inkl. WEZ), 144 EDEKA Center, 330 NP-Märkte, 25 MARKTKAUF-Häuser, 112 nah und gut-Märkte, 97 sonstige Märkte, 178 Schäfer's-Regiefilialen sowie 104 Schäfer's-Partnerfilialen. Insgesamt 1.469 Einzelhandelsstandorte (exklusive Schäfer's-Filialen) und im Vergleich zu 2019 eine Verringerung um 19 Märkte.

In der Sparte Lebensmitteleinzelhandel erwirtschaftete die EDEKA Minden-Hannover gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus von 8,7 Prozent und damit ein Umsatzvolumen von über elf Milliarden Euro. Auf vergleichbarer Fläche beträgt der Zuwachs 8,4 Prozent.

Im Rahmen des 100-jährigen Jubiläums gab es sechs verschiedene Wettbewerbe für die Markt-Teams. Die Aufgabe war dabei, das Jubiläum in den Märkten für die Kunden sichtbar zu machen. Den drei Siegermärkten winkte je eine Reise für das gesamte Markt-Team nach Mallorca – »Malle für Alle« eben.





Umsatzplus

8,7%

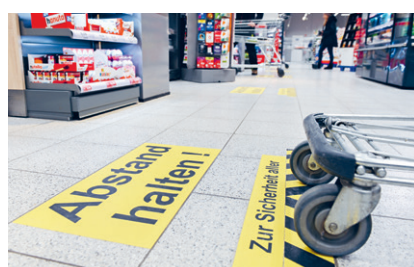
(im Vergleich zum Vorjahr)

Ein Umsatzvolumen von
über elf Milliarden Euro

Stimmung! Die »100 Jahre EDEKA Minden eG«-Feierlichkeiten zu Jahresbeginn.



Vorstand Mark Rosenkranz stimmt die Mitarbeiter aufs Jubiläum ein – doch dann kam alles anders ...



Kreative Sonderplatzierungen in den Märkten sorgten für Geburtstagsstimmung.

Corona war und ist allgegenwärtig

Um den Unternehmensverbund verdient machen sich die Mitarbeiter auf der Einzelhandelsebene in Zeiten von COVID-19 in erster Linie durch ihren unermüdlichen Einsatz bei der Organisation des Tagesgeschäfts. Während des gesamten zurückliegenden Jahres galt es, die von behördlicher Seite mitunter sehr spontan und kurzfristig vorgegebenen Maßnahmen zur Eindämmung der Verbreitung des Coronavirus umzusetzen – inklusive individueller, bis auf kommunale Ebene reichende Anordnungen. Die Markt-Teams gaben und geben alles, um die Situation zu meistern. Dazu gehörte auch das fortwährende Auffüllen der Regale mit Ware. Die Markt-Mannschaft ging – wie auch ihre Kollegen in der Warenlogistik – dabei oft bis an ihre Belastungsgrenzen. Auch sie trägt maßgeblich dazu bei, dass die Versorgung mit Lebensmitteln jederzeit gesichert ist.

Hilfsaktion unter dem Motto #GemeinsamFürBerlin



AUF DEM »HIGHWAY TO HELP«

In den Wochen des ersten corona-bedingten Lockdowns fuhr ein gelber »Rosinenbrummi« durch Berlin, um den Menschen zu helfen, die kein Zuhause haben. Vollbeladen mit Lebensmittelpaketen von bis zu 20 teilnehmenden EDEKA-Märkten versorgte das Team in diesem BVG-Bus Hilfsbedürftige in den Straßen der Hauptstadt. Die solidarische Hilfsaktion fand am 1. und 21. April 2020 unter dem Motto #GemeinsamFürBerlin statt. Der Lohn: eine riesige Welle der Dankbarkeit.



Hier kommt Hilfe in der Tüte – Innenansichten vom »Rosinenbrummi« im Frühjahr 2020.



DANKBARKEIT UND SOLIDARITÄT SPÜRBAR

Dies blieb auch auf Verbraucherseite nicht unbemerkt: Sicher gab es mancherorts Beschwerden über leere Regale. Die Mehrzahl der EDEKA-Kunden aber würdigte die Leistungen und dankte den Mitarbeitern vor Ort. So gab es von ihnen immer wieder Blumengeschenke oder Schokolade und Pralinen. In den sozialen Medien posteten die Märkte, wie sich ihre Kunden beim jeweiligen Team für den Einsatz zur Versorgung der Bevölkerung bedankten. Sogar anhand von Kreidebildern vor den Eingangsbereichen drückten sie ihre Verbundenheit aus. Unterstützt wurden die Mitarbeiter des Einzelhandels im Verlauf des Jahres 2020 auch von ihren Kollegen des Großhandels. Auf Bitte des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover halfen EDEKAner aus zentralen Bereichen, die nicht unmittelbar für das Tagesgeschäft arbeiteten, zum ersten Lockdown in Märkten, Lagern und im Bereich Logistik aus. Vor Ostern waren dabei rund 300 Mitarbeiter im Sondereinsatz.



Mit Kreidebildern bedankten sich die Kunden bei den Mitarbeitern im Einzelhandel.



Mehrwertsteuer runter: In der Rekordzeit von drei Wochen wurden die Preise von 310.000 Artikeln angepasst.

Innerhalb von
drei Wochen wurden
310.000
gelistete Artikel
im Preis angepasst.

MEHRWERTSTEUER-ANPAS- SUNG – EIN KRAFTAKT FÜR DIE GESAMTE ORGANISATION

Am 3. Juni 2020 beschloss die Bundesregierung, die Mehrwertsteuer von 19 auf 16 Prozent bzw. von sieben auf fünf Prozent abzusenken. Ziel war es, im Zuge der Corona-Pandemie Konsumanreize für den privaten Sektor zu schaffen und somit positive konjunkturelle Impulse zu setzen. Nur zwei Tage nach Bekanntgabe der Maßnahme signalisierte EDEKA, die Steuersenkungen bundesweit vollumfänglich an die Verbraucher weiterzugeben. Was zwischen Anfang Juli und Ende Dezember als befristete Maßnahme zur Stärkung der hiesigen Wirtschaft gedacht war, mündete im Discountsegment des deutschen Lebensmitteleinzelhandels jedoch schnell in einem verbissenen geführten und zum Teil wertevernichenden Preiskampf.

Mit der Mehrwertsteuersenkung einher ging für den Lebensmittelhandel ein nicht zu unterschätzender organisatorischer Aufwand. Oder besser: ebenfalls ein echter Kraftakt für die Teams in den rund 1.750 Standorten (inklusive Schäfer's-Filialen) der EDEKA Minden-Hannover. Innerhalb von drei Wochen wurden 310.000 gelistete Artikel im Preis angepasst und an die Märkte verschickt. Ein Koordinationsteam wurde eigens für die Umstellung gegründet. Denn für den Unternehmensverbund stand von Beginn an fest, dass die mit der Absenkung verbundenen Einsparungen für die Kunden direkt an den Regalen sichtbar werden sollten. Ende Juni war es soweit: Die Mehrwertsteuer-Umstellung war erfolgreich geschafft, etwa 20 Millionen Produkt-Etiketten gedruckt und ausgetauscht. Alle EDEKA-Kunden profitierten von der umfassenden Preissenkung.



TIERISCH GUT – »HOLLADAHITI«

Im Jubiläumsjahr hat die EDEKA Minden-Hannover gemeinsam mit Promi-Ostfrieise und Testimonial Otto Waalkes mehr als 30 Artikel im »Ottifanten«-Design aufgelegt. Weitere neue »Ottifanten«-Produkte folgen 2021.



Ob süße
»Ottifanten-
Küßchen«
(übrigens nur
echt mit
dem Zipfel),



»Ottifanten-
Curry-
Ketchup«



oder
Knusprige
»Ottifanten-
Nuggets«

– die exklusive Produktwelt zum 100. Geburtstag der EDEKA Minden eG machte das Jubiläum noch ein bisschen bunter und war in den EDEKA-Märkten ein voller Erfolg.

Jubiläumsaktivitäten gekonnt inszeniert

Treiber des Wachstums waren erneut die EDEKA-Kaufleute sowie die Markt-Teams des Regie-Einzelhandels mit ihren im Ausnahmejahr 2020 außerordentlich engagierten Mitarbeitern. Gemeinsam setzten sie im Absatzgebiet die Aktivitäten rund um das genossenschaftliche Jubiläum, wann immer ihnen dies möglich war, prominent und kundenorientiert in Szene. Im Rahmen des »Jahr100Einkauf« warteten beispielsweise ab einem Einkaufswert von zehn Euro viele Sofortgewinne auf die EDEKA-Kunden. Der Hauptpreis: »Zehn Jahre gratis einkaufen« im Gesamtwert von 60.000 Euro. Ab Juli waren außerdem alle Vereine des Geschäftsgebiets aufgerufen, sich als »Mannschaft des Sommers« zu bewerben und so einen kompletten Trikotsatz oder eine vergleichbare Ausstattung für ihr Team zu gewinnen. Das »EDEKA-Jahrhundert-Turnier«, Deutschlands größtes Fußball-Turnier für D-Junioren mit über 500 teilnehmenden Teams, startete zumindest mit den Vorrundenspielen. Abhängig vom Verlauf der Pandemie ist das Turnier zunächst auf die zweite Jahreshälfte 2021 verschoben worden.

EDEKA-Kaufleute gezielt gefördert

Zukunftsorientierte Sortimentsberatung und -gestaltung im Hinblick auf Trendthemen wie beispielsweise »Tierwohl« und »Bio«, »innovative und nachhaltigere Produktverpackungen«, »Naturkosmetik« oder »Regionalität« stärkten 2020 einmal mehr die Wettbewerbsfähigkeit der EDEKA-Kaufleute. Als eingespieltes Team sicherten sich Einzelhandel und Zustellgroßhandel der EDEKA Minden-Hannover 2020 so erneut den Spitzenplatz im Einzugsgebiet. Dabei profitieren die EDEKA-Unternehmer mit ihren Vollsortimentsmärkten zugleich von einem großen Maß an Vertrauen, das ihnen von ihren Kunden entgegengebracht wird. Laut einer GfK-Verbraucher-Studie aus dem April vergangenen Jahres machen vor allem das Angebot an den Bedientheken, das vielfältige Marken- und Eigenmarkensortiment sowie die engagierten Fachkräfte den Unterschied. Folgerichtig wurde EDEKA im Rahmen des »GfK Retailer Perception Report« erstmals als »Best Food Retailer« Deutschlands ausgezeichnet.



Mitmachen lohnte sich – der Jackpot bei der Jubiläumsaktion »Jahr100Einkauf«.

ALLER EHREN WERT

EDEKA CUP

EDEKA Friedrich,
Raoul-Wallenberg-Straße, Berlin
Kategorie: SEH unter 1.200 m²

EDEKA Bontjer, Aurich
Kategorie: SEH zwischen
1.200 und 2.000 m²

EDEKA Center Ehlers, Soltau
Kategorie: SEH über 2.000 m²

EDEKA Wilmersdorfer Arcaden, Berlin
Kategorie: Regie und MK

SUPERMARKT STARS

EDEKA Center Wucherpennig,
An der Weide, Hannover
Hausleiter des Jahres: Mischa Nießen

Christian Dorfmann, Ketzin
Jungunternehmer des Jahres

MARKTKAUF Osnabrück-Nahne
Team des Jahres

MITARBEITERIN DES JAHRES 2020

Mareike Obermann
EDEKA-WEZ Weserstraße,
Bad Oeynhausen

SUPERMARKT DES JAHRES 2020

EDEKA-WEZ Weserstraße,
Bad Oeynhausen
Kategorie: Selbstständige über 2.000 m²

Elli-Markt Schloß Holte-Stukenbrock
Kategorie: Filialisten bis 2.000 m²

GASTRO-STAR 2020

EDEKA Görse & Meichsner
Kategorie: Gastronomiefläche unter
200 m²

DEUTSCHLANDS BESTES PRESSEREGAL

EDEKA Center Friedebold, Strausberg

BESONDERE FRISCHEKOMPETENZ IN BESONDEREN ZEITEN

Vom Mindestabstand über Maskenpflicht und Thekenschutz bis hin zu den nachvollziehbaren Unsicherheiten der Kunden und dem damit erhöhten Beratungsbedarf – 2020 war auch für die Teams an den Servicetheken der EDEKA-Märkte eine Herausforderung. Unter dem Motto »Zu Hause genießen« stärkte die EDEKA Minden-Hannover mit gezielten Maßnahmen das Geschäft mit frischen Lebensmitteln in Bedienung. Einen Schwerpunkt bildete dabei beispielsweise ein umfangreiches Kommunikationspaket rund um die intensivierte Hygiene- und Qualitätsstandards an den Theken. Nicht zuletzt dank des unermüdlischen Einsatzes vor Ort setzte die EDEKA Minden-Hannover – entgegen aller widrigen Umstände – so erneut ein klares Zeichen in Sachen Frischekompetenz.

Die zeitgemäße Forcierung von Bio-Fleisch in Bedienung, die Ausweitung des frischen SB-Sortiments sowie neue Spezialitäten von Bauerngut unterstützten die Fleisch- und Wursttheken zusätzlich. Auch die positive Entwicklung im Obst- und Gemüse-Segment sowie das weiter spürbar wachsende Geschäft mit Schnittblumen vergrößerte den Frische-Vorsprung der EDEKA Minden-Hannover gegenüber ihren Wettbewerbern. Ein weiteres Plus: Das neue Konzept »die fischwerker« unterstreicht seit verganginem Jahr zudem die serviceorientierte Neuausrichtung in Sachen Fisch.


die fischwerker
seit 1892



Wird als Produktmarke
sowie als »Shopmarke« im
EDEKA-Einzelhandel geführt.



Für Eisgekühltes aus dem Meer verantwortlich: unsere »Fischwerker« von Hagenah.

FRISCHFISCH AUS HAMBURG IN DIE THEKEN

Denn auch diese Maßnahme stärkt die Wettbewerbsfähigkeit des EDEKA-Einzelhandels im Absatzgebiet: Als Traditionsmarke und Tochterunternehmen der EDEKA Minden-Hannover steht Hagenah für die Produktion von Fischspezialitäten mit besonderen Qualitätsmerkmalen. Verschiedene exklusive Artikel der »Fischwerker« aus Hamburg garantieren beispielsweise handfiletierten, zertifizierten und somit nachhaltigen Frischfisch, traditionell über Buchenholz geräucherten Fisch oder auch küchenfertig ausgenommene und ebenfalls zertifizierte Schalen-, Krusten- und Weichtiere. Hinzu kommen Fischsalate, die nach »Fischwerker«-Familientradition hergestellt werden. Artikel, die dieses Qualitätsversprechen erfüllen, werden unter der neuen Produktmarke »die fischwerker« direkt an den EDEKA-Fischtheken angeboten und entsprechend gekennzeichnet. Neben der Produktmarke wurden gesamte Fischtheken unter demselben Namen als sogenannte »Shopmarke« im EDEKA-Einzelhandel eröffnet.



Frische Highlights: Vielfältige Fleisch- und Käsespezialitäten erwarten die Bremer Kunden.

KLARE STANDORTVORTEILE

Im Rahmen der GfK-Studie konnte sich EDEKA vom LEH-Wettbewerb insbesondere durch günstig gelegene Standorte absetzen. Ebenfalls ein Vorteil, den die Kaufmannschaft der EDEKA Minden-Hannover für sich verbuchen kann. Denn Jahr für Jahr übergibt die Großhandelsstufe im Rahmen ihres genossenschaftlichen Förderauftrags zukunftsfähige Einzelhandelsstandorte in die Hände der Kaufleute. 2020 wurden so fünf Märkte übergeben, drei davon gingen an junge Existenzgründer: EDEKA Hochheimer (Magdeburg), EDEKA Dömel (Großefehn) und EDEKA Schimski (Isernhagen-Kirchhorst).

EXPANSION: TOP-GROSSFLÄCHEN ERÖFFNET

Auch 2020 wurde genutzt, um neue Standorte und modernisierte Märkte zu eröffnen. Exemplarisch seien hier die folgenden Neueröffnungen genannt. Ein Highlight des Jahres war die Eröffnung des EDEKA Center Weserpark, die größte und günstigste Genusswelt Bremens. Eine Einkaufsstätte auf 6.800 Quadratmetern Verkaufsfläche mit mehr als 50.000 Artikeln und der Vision, die Nummer 1 an der Weser zu sein. Das neue Konzept stellt Frische, Genuss und Vielfalt, inspiriert von traditioneller Marktplatzatmosphäre, für die Kunden in den Mittelpunkt. Der, wie bei neuen EDEKA-Standorten üblich, zu 100 Prozent über Ökostrom betriebene Markt bietet vor Ort zahlreiche Highlights: vom ausgeprägten Angebot an Bio-Lebensmitteln über handwerkliche Backwarenproduktion bis zur haus-eigenen Weinbar. Das EDEKA Center im größten Einkaufszentrum Bremens bietet zudem zahlreiche Gastronomie-Angebote. Aufgrund der corona-bedingten Einschränkungen konnten die Gastronomie-Bereiche bisher noch nicht öffnen.



Hereinspaziert! Eröffnung eines neuen Flaggschiffs: das EDEKA Center Weserpark in Bremen.



Nachhaltige und außergewöhnliche Bauweise: das EDEKA Center in der Wolfsburger Nordstadt (links).

Trendy - und umweltfreundlich: das Unverpackt-Sortiment im EDEKA Center Brehm in Berlin.

In Sachen Nachhaltigkeit setzt die Bauweise im EDEKA Center in der Wolfsburger Nordstadt neue Maßstäbe: Wärmerückgewinnung und die Photovoltaik-Anlage auf dem Dach verringern den energetischen Fußabdruck des Marktes. Der Großteil des Strombedarfs wird über den selbsterzeugten Ökostrom gedeckt, die Verkaufsfläche wird mit der Abwärme aus den Kälteanlagen beheizt. Zudem engagiert sich das EDEKA Center Wolfsburg Nordstadt gemeinsam mit Imker Fares Achwan für den Bienenschutz. Auf dem begrünten Dach des EDEKA Centers wird nachhaltiger Honig der Imkerei Heine & Stumpp produziert. Seit diesem Jahr wird das exklusive Produkt vor Ort angeboten.

Ein weiterer Höhepunkt des vergangenen Jahres war die Eröffnung des EDEKA Center Brehm in der »Zehlendorfer Welle« in Berlin. Nach umfassender Ausbauphase öffnete die Großfläche im Oktober seine Türen für die Kundschaft. In der Nähe von Grunewald und Wannsee überzeugt der von der selbstständigen EDEKA-Kauffrau Stefanie Brehm geführte Markt mit Fischtheke samt dazugehörigem Räucherofen, mit hauseigener Konditorei und Kaffeerösterei sowie der Fleisch-Bedientheke mit Dry-Aged-Reifeschrank. Ebenfalls am Puls der Verbraucher ist das großangelegte, umweltfreundliche Unverpackt-Sortiment. Im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres eröffnet die EDEKA Minden-Hannover zudem einen neuen BUDNI-Drogeriemarkt in der »Zehlendorfer Welle«.

AUS NP WIRD EDEKA

Ebenfalls auf hohe Kundenakzeptanz stoßen ehemalige Standorte des Vertriebsformates NP, die auf das Vertriebsformat EDEKA umgestellt werden. Insgesamt 16 solcher Kleinflächen wurden bis Jahresende mit modernem Laden- design unter blau-gelbem Logo wiedereröffnet - vier Märkte allein 2020. Zudem wurde ein ganz neuer EDEKA-Markt als reiner SB-Standort eröffnet. Die neugestalteten Nahversorger bieten mit ihren zwischen 12.000 und 15.000 Artikeln ein deutlich breiteres Sortiment als zuvor und zeichnen sich durch eine erhöhte Anzahl an Markenartikeln, mehr regionale Erzeugnisse sowie Bio-Produkte aus.



Kleinfläche ganz groß - der NP-Markt in der Yorckstraße in Berlin wurde umgebaut und als EDEKA-Markt wiedereröffnet.

MARKTKAUF SAGT »MAHLZEIT« MIT »MARKTZEIT«

Seit Anfang März 2020 erstrahlt das MARKTKAUF-Haus in Herford in neuem Glanz: Die Umbaumaßnahmen reichen vom Austausch alter Kühlmöbel gegen energieeffiziente Anlagen über die neu hinzugekommene Frischfleisch-Abteilung und die ebenfalls neue Drogerie-Welt bis hin zum modernen Gastro-Bereich »Marktzeit«. Die MARKTKAUF-Kunden können vor Ort nun unter dem Motto »Leben & Treffen« den neuen Gastronomie-Bereich in sechs Erlebniswelten genießen. Ob Frühstück oder Pizza, Eisvergnügen oder frisch im Markt gebackenes Brot – so schmeckt Liebe zu Lebensmitteln.



»EASY SHOPPER«-OFFENSIVE

Um flächendeckend zeitgemäße Einkaufserlebnisse zu schaffen, etabliert die EDEKA Minden-Hannover in ihren Märkten immer wieder technologische Innovationen. Dazu zählt auch der »EASY Shopper«, der modernste Einkaufswagen der Welt. Er sorgt dafür, dass die Einkaufsprozesse in ausgewählten Einzelhandelsstandorten optimiert werden. Und zwar für EDEKA-Kunden und -Marktteams. Der »EASY Shopper« vereinfacht den Einkauf, indem Wartezeiten an den Kassen sowie das Umpacken der Ware entfallen. Dank integrierter Scanner überblicken die EDEKA-Kunden den Wert ihres individuellen Einkaufs zu jedem Zeitpunkt. Zudem sorgen eigens eingerichtete »EASY Shopper«-Kassen für einen schnellen Bezahlvorgang. Dieses technologisches Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb weitete der Unternehmensverbund 2020 noch einmal deutlich aus: Neben einem EDEKA Center startete der »EASY Shopper« allein in Berlin zusätzlich auch in einem EDEKA-Markt sowie als »EASY Shopper EXPRESS« in zwei weiteren Märkten der Bundeshauptstadt. Im Berichtsjahr erhielten in der Gesamtbetrachtung 35 neue Märkte im Absatzgebiet (3 EDEKA-Märkte, 19 EDEKA Center, 12 MARKTKAUF-Häuser und 1 EDEKA-WEZ-Markt) das innovative Serviceangebot. Die beiden »EASY Shopper EXPRESS« fokussieren dabei den rein smartphone-basierten Einkauf. Insgesamt bieten gegenwärtig 46 Märkte im Absatzgebiet der EDEKA Minden-Hannover die neuartige Technologie ihren Kunden an.



»EASY Shopper«, der modernste Einkaufswagen der Welt

UMWELTFREUNDLICHE EINKAUFSALTERNATIVEN

Die Reduzierung von Verpackungsmüll ist eines der dringlichsten Themen unserer Zeit. Da liegt es in der Natur der Sache, dass zur kontinuierlichen Vermeidung von Abfall auch Ideen von Mitarbeitern aufgenommen, geprüft und berücksichtigt werden. Bestes Beispiel aus den eigenen Reihen sind die wiederverwendbaren Silikondeckel für Joghurtbecher der Eigenmarken »GUT&GÜNSTIG«, »EDEKA« sowie »EDEKA Bio«, die die Deckel aus Plastik ersetzen. Die Idee stammt aus dem Vertriebsbereich der EDEKA Minden-Hannover. Bereits Ende 2019 eingeführt, wurden bis Dezember vergangenen Jahres rund 227.000 Doppelpacks der Deckel verkauft.



Frischedeckel für Joghurt-Becher

NACHHALTIGE VERPACKUNGSKONZEPTE

Die EDEKA Minden-Hannover und ihre Tochterunternehmen verfolgen neben dem wiederverwendbaren Frischendeckel für Joghurt-Becher auch weitere Ansätze im Verpackungsmanagement. Mehrweg-Konzepte wie Einkaufsboxen und -beutel gehören dazu. Zudem spart unverpacktes Obst und Gemüse oder das »Smart Branding« der Frischeartikel per Lasertechnik viele Tonnen Plastik ein. Parallel dazu wird der Anteil ökologisch sinnvoller Materialien für verschiedene Produkte im Eigenmarkensortiment erhöht. Weitere Informationen zum Thema »eingesetzte Serviceverpackungen« finden Sie im Anhang auf Seite 91.



NP unterstützt jedes Jahr verschiedene soziale Projekte. 2020 waren es insgesamt

25

NEUE WEGE GEGEN HÄUSLICHE GEWALT AUFZEIGEN

Seit Ende April vergangenen Jahres unterstützt EDEKA bundesweit die Initiative »Stärker als Gewalt« des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Ziel ist es, auf Konflikte und häusliche Gewalt aufmerksam zu machen und betroffenen Menschen Wege zur Hilfe aufzuzeigen – zum Beispiel im Supermarkt. Betroffene von häuslicher Gewalt und deren Umfeld (z. B. Nachbarn) können hier über Plakate und Aushänge in den Märkten, bedruckte Kassenbons, Hinweise in Handzetteln, Sticker auf den Verpackungen ausgewählter Eigenmarkenartikel wie etwa H-Milch, Obst & Gemüse oder Hygieneprodukte erreicht werden.

»NP HILFT!« – GELEBTE NACHBARSCHAFTSHILFE

Ein preiswerter Nahversorger, der sich für die Menschen in den Gemeinden und urbanen Quartieren engagiert, das sind die NP-Märkte. Mit der seit 2015 existierenden Aktion »NP hilft!« unterstützt die Tochtergesellschaft der EDEKA Minden-Hannover jedes Jahr verschiedene soziale Projekte. Auch 2020 konnten Institutionen, Privatpersonen und Vereine wieder ihre Initiativen einreichen – online wie offline. Und die Jury? Besteht zu einem Teil aus NP-Kunden. Sie entschieden sich per Online-Abstimmung unter allen Online-Bewerbungen für ihr Lieblingsprojekt. Rund 130 Bewerbungen sind im letzten Jahr eingegangen und 5.000 Verbraucher haben im Online-Voting abgestimmt. Insgesamt wurden 25 Projekte unterstützt. Je Kategorie (Bildung, Kultur, Sport, Soziales, postalische Einreichung) bekamen die jeweils ersten und zweiten Plätze je 1.000 Euro und die dritten bis fünften Plätze jeweils 500 Euro. Mehr Infos unter: www.np-hilft.de

ES WURDEN WIEDER HELDEN GESUCHT

Pünktlich zum »Internationalen Tag des Ehrenamtes« am 5. Dezember 2020 startete NP seine alljährliche Aktion »Tag des Ehrenamtes – NP sucht wahre Alltagshelden«. Menschen, die sich in ihrer freien Zeit für andere Menschen engagieren, konnten sich im Oktober bewerben und ihre freiwillige Arbeit vorstellen. Rund 80 Bewerbungen gingen bei NP ein. Und die zehn Gewinner – zu sehen auf der NP-Webseite – erhielten erneut jeweils ein Preisgeld in Höhe von 500 Euro. Weitere Infos unter: www.np.de



NACHHALTIGE HILFE BEI RADLOSIGKEIT

Anfang Juni vergangenen Jahres fiel in Berlin der Startschuss zur Kooperation mit nextbike, dem offiziellen Fahrradverleihsystem in der Bundeshauptstadt. Über die Zusammenarbeit mit nextbike fördert die EDEKA Minden-Hannover urbane Mobilität und bietet den Berlinern die Möglichkeit, mit dem Fahrrad umweltbewusst zum Einkaufen zu fahren. Insgesamt stehen rund 4.000 nextbike-EDEKA-Mietfahrräder sowie 350 Stationen im EDEKA-Design zur Verfügung. Somit befindet sich in der Nähe fast jedes EDEKA-Marktes ein nextbike-Fahrrad, das die Nutzer leihen und zurückgeben können. Durch die Radnutzung konnten bereits ca. 55.680 Kilogramm CO₂ eingespart werden.



Damit in der Region nichts anbrennt, unterstützte EDEKA wieder Freiwillige Feuerwehren.

GUT GESAMMELT – FEUERWEHRLEUTE IM RAMPENLICHT

Wie bereits im Jahr zuvor unterstützte die EDEKA Minden-Hannover 2020 durch den Verkauf von »Feuerwehr-Salami« und »Feuerwehr-Brot« die Arbeit von Feuerwehrfrauen und -männern im Geschäftsgebiet. Durch deren Verkauf kam so 2020 eine Gesamtsumme von 110.000 Euro zugunsten der Landes- und Kreisfeuerwehrverbände zusammen. Bis Jahresende machten außerdem ausgewählte EDEKA-Märkte über einen individuell gewählten Zeitraum von zehn Wochen die lokalen Freiwilligen Feuerwehren zu Stars in Sticker-Sammelalben. Aus dem Verkauf der Alben gingen zwei Euro direkt als Spende an die jeweilige Feuerwehr vor Ort.

KARTE VOLL, BAUM GEPFLANZT!

Im Januar letzten Jahres startete in 33 EDEKA-Märkten des Einzugsgebiets das Projekt »Baum-Pflanz-Karte«. Dabei sammeln die Kunden auf besagter Karte Stempel ihres Marktes. Diese erhalten sie, indem sie ihre frischen Lebensmittel mit Mehrweg-Netzen, -Dosen oder -Bechern einkaufen. Bei zehn Stempeln ist die Baum-Pflanz-Karte voll und der teilnehmende Markt pflanzt einen Baum pro Karte. Dies kann in Absprache mit der lokalen Försterei vor Ort erfolgen. Und erste EDEKA-Kaufleute organisieren diese Möglichkeit in ihrem Umfeld. Die Karte kann aber auch für Baumanpflanzungen in Kenia eingesetzt werden – gemeinsam mit dem EDEKA-Partner, der Naturschutzorganisation WWF. Sechs EDEKA- und 271 NP-Märkte haben 2020 für Bäume in Kenia gesammelt. Vergangenes Jahr wurden so bereits 12.500 Bäume von der EDEKA Minden-Hannover in dem ostafrikanischen Land gepflanzt.

UND WEITERE BÄUME PFLANZEN – BEIM »EINHEITSBUDELN«

Erfunden wurde das »Einheitsbuddeln« in Schleswig-Holstein. Und zwar 2019, anlässlich des »Tag der Deutschen Einheit«, der jedes Jahr am 3. Oktober feierlich in einem anderen Bundesland begangen wird. Die Idee dahinter: Jeder Mensch pflanzt an diesem Tag einen Baum. Theoretisch wären das etwa 83 Millionen Bäume pro Jahr – allein in Deutschland. Damit aus der Theorie gelebte Praxis wird, unterstützte die EDEKA Minden-Hannover die Aktion vergangenes Jahr über vier zusätzliche Seiten in den Handzetteln der EDEKA Center und von MARKTKAUF sowie via Facebook. Denn 2020 fand der Festakt in Potsdam statt, das im Geschäftsgebiet liegt. Durch diese zusätzliche Werbung für das »Einheitsbuddeln« wurden über 13.000 eigens für diese besondere EDEKA-Initiative bereitgestellte Setzlinge verkauft. Kunden, die Fotos ihres gepflanzten Baums über den Facebook-Kanal des Unternehmensverbands hochluden, konnten einen Präsentkorb gewinnen. Außerdem gingen 8.000 Bäume zur Aufforstung als Spende an den Grumsiner Forst in Brandenburg. Im laufenden Geschäftsjahr ist Sachsen-Anhalt Schirmherr der Feierlichkeiten zum »Tag der Deutschen Einheit«. Und die EDEKA Minden-Hannover ist erneut mit von der Partie.



83

Millionen mögliche
Bäume pro Jahr

—

13.000

verkaufte Setzlinge durch
EDEKA-Initiative

05

GROSSHANDEL

Engagiert, verlässlich und »system-relevant«. Explodierende Nachfrage, Sonderschichten, Krisenmodus – das Coronavirus wurde auch auf der Großhandelsebene der EDEKA Minden-Hannover 2020 zum maßgeblichen Faktor im Tagesgeschäft. Die Einkauf- und Logistik-Teams leisteten insbesondere in der ersten Jahreshälfte Außergewöhnliches, um die Versorgung des Einzelhandels und ihrer Kunden sicherzustellen. Im Jahresverlauf offenbarte sich: Der deutsche Lebensmittelhandel gilt im Hinblick auf die Versorgung der Menschen mit Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs als »kritische Infrastruktur«.

Auch in besonderen Zeiten bringen EDEKA-Trucks beste Lebensmittel verlässlich ans Ziel.





Die Großhandelsebene der EDEKA Minden-Hannover organisiert Einkauf, Entwicklung und Vermarktung sämtlicher Sortimentsgruppen für alle Vertriebslinien und Einzelhandelsstandorte. Darüber hinaus steuert sie anhand präziser Beschaffungs- und Lieferlogistik die Warenströme.

Mit einem Mal ging es ganz schnell: Das Coronavirus war weltweit auf dem Vormarsch, in Deutschland kam der Frühjahrslockdown und mit ihm der Ansturm auf die Supermarktreale. Nudeln und Konserven, Hefe und Mehl, Seife und Desinfektionsmittel – sogenannte »Hamsterkäufe« bzw. massive Bevorratung charakterisierten vielerorts das Konsumverhalten der Verbraucher. Toilettenpapier wurde hierzulande zum sinnbildlichen Produkt für die ersten Monate mit der Pandemie.

Einkauf und Logistik der EDEKA Minden-Hannover arbeiteten insbesondere in der ersten Jahreshälfte unter Hochdruck daran, die sprunghaft gestiegene Nachfrage im Einzelhandel zu bedienen und die Märkte im Einzugsgebiet fortwährend bedarfsgerecht zu unterstützen. Regelmäßige und ausreichende Warenlieferungen wurden zur Herausforderung, denn die Volumina nahmen ein bis dahin nicht gekanntes Ausmaß an (auf Produktebene bis zu 200 Prozent). So verzeichneten die Warenlager beispielsweise im März für Artikel des Trockensortiments und bei Tiefkühlprodukten einen Anstieg der Warenbewegungen um 25 Prozent. Es gab Tage, an denen die EDEKA-Kaufleute doppelt so viel Ware bestellten wie unter normalen Umständen.

Aufgrund von Rohstoff-Engpässen, z.B. auch bei Verpackungen, nutzte das Einkaufsteam verstärkt auch sein europäisches Netzwerk zur Beschaffung von Artikeln aller Art. So wurde der Nachschub bestmöglich gewährleistet. Trotz Transportproblemen durch Grenzschießungen und darin begründeten Spediteurmangels waren die EDEKA-Logistikzentren in der Region während der Ausnahmesituation immer imstande, alle vorrätigen Waren zu liefern. Anfang Mai normalisierte sich die Lage. Aber noch bis Jahresende waren die Auswirkungen der Pandemie in einigen Produktgruppen spürbar. Insbesondere, nachdem Anfang November ein zweiter Teil-Lockdown in Kraft getreten war.

Analog zu dieser Entwicklung stieg das Umsatzvolumen des Zustellgroßhandels der EDEKA Minden-Hannover (nicht konsolidiert nach BilMoG) im Geschäftsjahr 2020 um 8,8 Prozent auf insgesamt 9,13 Milliarden Euro.

Anstieg der Warenbewegungen um

25%

9,13

Milliarden Euro Umsatzvolumen des Zustellgroßhandels

Niedrige Preise, zufriedene Kunden – und Kaufleute

Der Wettbewerb im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist und bleibt intensiv. Corona verschärft diese Dynamik im Markt zusätzlich. Die EDEKA Minden-Hannover investierte 2020 gleich zweimal ganz gezielt in immer attraktivere Verbraucherpreise. Insgesamt floss ein zweistelliger Millionenbetrag in Tiefkühl- und Trockensortimente oder auch Drogerieartikel. Diese Investition gab ordentlich Rückenwind für die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Einzelhandelsstandorte. Die EDEKA-Kunden freuten sich über diese Impulse. Und die EDEKA-Kaufleute der Region stärkten einmal mehr ihr Profil als preiswürdige Vollversorger.

Kein Papier wie jedes andere: Corona ließ die Nachfrage nach Toilettenpapier durch die Decke gehen.



Unsere exklusive Kooperation mit der Bio-Marke Alnatura feierte 5. Geburtstag (oben). Mit zukunftsweisender Bio-Vielfalt punkten wir nachhaltig bei den Kunden (unten).

Erfolgsgeschichte Bio – ein beliebtes Differenzierungsmerkmal

Bio ist und bleibt unter den Verbrauchern ein Megatrend. Bereits seit vielen Jahren sind Lebensmittel aus kontrolliert ökologischem Anbau nicht mehr aus den EDEKA-Regalen wegzudenken. Ihr Anteil am Gesamtsortiment wächst beständig und das Angebot wird immer vielfältiger. Beflügelt durch den Einkauf der EDEKA Minden-Hannover, der die gezielte Beschaffung von Bio-Produkten kontinuierlich forciert.

Über das Jahr 2020 hinweg betrachtet summierte sich die Gesamtzahl verfügbarer Bio-Artikel auf Großhandelsebene auf insgesamt 13.800. Darunter beispielsweise ein Sortiment aus über 480 Alnatura-Artikeln, aus dem die EDEKA-Kaufleute im Einzugsgebiet ihren individuell passenden Mix zusammenstellen können. 2020 feierte die Kooperation zwischen dem EDEKA-Verband und Alnatura ihren fünften Geburtstag. Zusammen mit rund 1.200 Erzeugnissen des Anbauverbands Demeter – darunter deutlich mehr als 300 Obst- und Gemüse-Artikel – sowie gut 350 Produkten der Eigenmarke EDEKA Bio sind sie beliebte und effektive Differenzierungsmerkmale gegenüber dem Wettbewerb. Die EDEKA-Kunden schätzen diese vielfältige Bio-Kompetenz zunehmend. Im Berichtszeitraum steigerte die EDEKA Minden-Hannover ihren mit Bio-Lebensmitteln erwirtschafteten Umsatz überdurchschnittlich um 30 Prozent.

Klare EDEKA-Standards entlang der Lieferkette

Zur stetigen Versorgung des EDEKA-Einzelhandels seitens des Großhandels ist der Warenfluss auf mehrere Säulen verteilt: Hauptbezugsquelle ist die Hamburger EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, bei der zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres die Zusammenarbeit mit rund 2.350 Lieferanten gebündelt wurde. Dazu gehören zahlreiche weltweit agierende Unternehmen der Lebensmittelindustrie. Die 800 umsatzstärksten von ihnen liefern auf bundesweiter Ebene Waren an den EDEKA-Verbund und damit an alle sieben EDEKA-Regionalgesellschaften. Zusätzlich verhandelt die EDEKA Minden-Hannover bilateral, also auf regionaler Ebene, mit weiteren 1.550 Lieferanten. Diese Geschäftspartnerschaften basieren vielfach auf langjährig gepflegten, vertrauensvollen, fairen Beziehungen.

Qualität und Produktsicherheit stehen dabei stets im Mittelpunkt. Auf allen Ebenen wird die Zusammenarbeit mit den Lieferanten deshalb über strikte Qualitätsvorgaben von EDEKA definiert. Anspruch des Unternehmensverbunds ist und bleibt es, über sämtliche Warengruppen hinweg die exakte Herkunft der jeweiligen Produkte sowie die damit verbundenen Produktionsbedingungen zu kennen. Daran knüpft EDEKA zudem die Zielsetzung, sein gesamtes Sortiment schrittweise umwelt- und ressourcenschonender zu machen.

Zu den vorgegebenen Qualitätsanforderungen zählen beispielsweise allgemein anerkannte Standards wie Qualität und Sicherheit (QS), GLOBAL G.A.P. oder International Featured Standards (IFS). Neben anderen ergänzen sie die gesetzlichen Regelungen. Darüber hinaus fordert der EDEKA-Verbund von sämtlichen seiner Geschäftspartner die kontinuierliche Einhaltung ökologischer und sozialer Mindeststandards ein.

Die Lieferanten verpflichten sich ihrerseits in den EDEKA-Sozialstandards, die aktuell geltenden ILO-Konventionen und -Empfehlungen einzuhalten. Darin werden unter anderem Themenkomplexe wie »Ausschluss von Kinder- und Zwangsarbeit« und »Arbeitssicherheit« behandelt. Der EDEKA-Verbund behält sich jederzeit vor, die Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten zu beenden, sollten diese gegen die EDEKA-Sozialstandards verstoßen. Dies ist so auch in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen festgehalten. Im Rahmen seiner freiwilligen Selbstverpflichtung definiert EDEKA außerdem Parameter, nach denen sämtliche Sortiments- und



Bei Warenlieferungen und Warenfluss gelten strikte Standards für Lieferanten.

Einsparung von 16.333 Tonnen CO₂-Ausstoß durch den Einsatz von Mehrweg-Kunststoffbehältern bei Obst und Gemüse



Alles paletti? Qualität und Produktsicherheit werden auf allen Handelsstufen kontrolliert.

Anerkannte Standards wie Qualität und Sicherheit

GLOBALG.A.P.





Strenge Qualitätsleitlinien garantieren beste Lebensmittel im Frischesegment.

Warengruppen bewertet werden. Diese dienen dazu, die konsequente Umsetzung der eigenen Nachhaltigkeitsaktivitäten sicherzustellen und somit ein lückenloses Qualitätsmanagement zu gewährleisten. Als über die Branche hinaus beispielhaft gelten hier die Leitlinie für ein nachhaltiges Fisch- und Meeresfrüchte-Sortiment sowie die EDEKA-eigenen Vorgaben für Rückstandsmengen von Pflanzenschutzmitteln für Obst und Gemüse. EDEKA akzeptiert maximal 70 Prozent der gesetzlich zugelassenen Rückstandshöchstmengen – unabhängig vom Erzeugnis. Für Obst und Gemüse des EDEKA-Eigenmarkenprogramms liegt diese Grenze sogar bei nur 50 Prozent. Alle Vorgaben werden durch strenge Kontrollen abgesichert.

ABSICHERUNG DURCH ANERKANNTE STANDARDS

Bereits seit 2010 engagiert sich EDEKA in der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI). Hier geht es darum, entlang der gesamten Lieferkette Strukturen zur Einführung und Kontrolle von Sozialstandards aufzubauen. Für risikobehaftete Warengruppen wie beispielsweise Importartikel des Non-Food-Segments zielt die Kooperation darauf ab, ausschließlich Produkte ins Sortiment aufzunehmen, die durch amfori BSCI oder vergleichbare Organisationen bzw. Standards abgesichert sind. In der Hamburger EDEKA-Zentrale ist das Einkaufsteam sowie die Abteilung »Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit Eigenmarken« für die Überprüfung der amfori BSCI-Kriterien verantwortlich. Sämtliche Lieferanten der Segmente Import-Food- und Non-Food-Waren werden dazu im Turnus eines halben Jahres kontrolliert. Wer in Risikoländern produziert oder von dort Waren bezieht und nicht Mitglied der amfori BSCI ist bzw. über keine vergleichbare Absicherung verfügt, kommt grundsätzlich nicht

als EDEKA-Lieferant infrage. Für Lieferanten des EDEKA-Eigenmarkenprogramms gilt: Sie dürfen ausnahmslos in Produktionsstätten herstellen lassen, die über ein gültiges amfori BSCI-Audit mit mindestens »C«-Level oder eine äquivalente Absicherung verfügen.

Außerdem ist EDEKA Mitglied des Bündnisses für nachhaltige Textilien, in dessen Rahmen eine Roadmap mit konkreten Zielen veröffentlicht wurde. Zugleich arbeitet der Unternehmensverbund kontinuierlich daran, sein Angebot an ökologisch und fair produzierten Textilien schrittweise auszubauen. Dafür ist die Hamburger EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG seit 2017 nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert. Darin wird festgelegt, dass der gesamte Produktionsprozess nachhaltig ablaufen muss – angefangen bei der Aufzucht der jeweiligen Pflanze über das Pflücken bis zu ihrer Verarbeitung. Seit Ende des zurückliegenden Geschäftsjahres ist das komplette textile Eigenmarkensortiment auf GOTS umgestellt.



← Das EDEKA-Eigenmarkenprogramm

Weiterentwicklung des Logistik-Standortes Wiefelstede

Welchen Bedeutungsgrad die genannten Qualitätsstandards auf allen Handelsstufen der EDEKA Minden-Hannover einnehmen, dokumentiert die IFS Logistics-Zertifizierung des Standorts in Wiefelstede im November 2020. Der International Featured Standard Logistics für Logistikprozesse beinhaltet Prüfkriterien wie Qualitätsmanagement, Produktsicherheit sowie Ressourcenmanagement. Mit dem Drehkreuz vor den Toren Oldenburgs operieren nun sämtliche Lebensmittel-Warenlager im Absatzgebiet im Rahmen dieses hohen Qualitätsniveaus.

Um vor Ort auch die Belieferung der Kunden des Geschäftsgebiets immer effizienter zu gestalten, führte das Logistik-Team im Verlauf des vergangenen Jahres in Wiefelstede einen erfolgreichen Testlauf zur marktgerechteren Kommissionierung von Lebensmitteln durch. Ziel des Tests war es, anhand konkreter Markt-Layouts die richtige Anordnung gelagerter Ware stetig anzupassen. Im laufenden Geschäftsjahr werden die weiteren Logistik-Standorte nach dem niedersächsischen Vorbild nach und nach umgestellt und mit Blick auf den Einzelhandel bedarfsgerecht optimiert.

AUSLIEFERUNG FRISCHFISCH DURCH LOGISTIK

Der Logistik-Standort Freienbrink beliefert seit Mai des zurückliegenden Jahres im Großraum Berlin insgesamt 60 EDEKA-Einzelhandelsgeschäfte mit Frischfisch und Fisch-

artikeln. Dazu kooperiert der Standort – durch Übernahme vorkommissionierter Behälter – als Transportdienstleister mit der Tochtergesellschaft Hagenah aus Hamburg, ihres Zeichens die Fisch-Plattform der EDEKA Minden-Hannover.

EFFIZIENTE LOGISTIKPROZESSE

Im Bereich des Trockensortiments am Logistik-Standort Wiefelstede konnte im Jahr 2020 erfolgreich die Reduzierung von bis zu 65 Prozent der eingesetzten Stretchfolie realisiert werden. So lautet das Ergebnis einer Pilotphase, die die Logistik im Rahmen einer Prüfung zur alternativen Ladungssicherung umgesetzt hat. Eine Rolle mit 1.000 Meter Wickelfolie verursacht einen Ausstoß von etwa 2,3 Kilogramm CO₂. Bei einem Rollbehälter wurden bisher durchschnittlich 10,5 Meter Wickelfolie angewendet. Der sparsame Umgang mit Wickelfolie führt zu einer deutlichen Reduzierung des Folienverbrauchs und damit zu einer Verbesserung des ökologischen Fußabdrucks.

Das Verpackungsmaterial unterstützt den sicheren Transport von Lebensmitteln auf dem Weg zum Kunden. Alternativ kommen nun bei Bedarf auch Spanngummis zum Einsatz, um die Ware zu stabilisieren. Ein Rollout in allen weiteren Lagerstandorten der EDEKA Minden-Hannover wird angestrebt.

ERWEITERUNG DER FLÜSSIGERDAS-(LNG)-LKW-FLOTTE



Die EDEKA Minden-Hannover erweitert nach erfolgreichen Testergebnissen ihre Flüssigerdgas-(LNG)-Lkw-Flotte. Für das laufende Geschäftsjahr werden weitere 24 LNG-Fahrzeuge in den Einsatz genommen. Teile dieser neuen Flotte werden unter anderem auch zur Belieferung der EDEKA-Einzelhandelsmärkte in den Großstädten eingesetzt und sorgen für eine umweltbewusste Belieferung der Kunden.

Auditierung bestanden – IT-Sicherheit hat oberste Priorität

Damit hinter den Kulissen alles reibungslos läuft und beispielsweise der Warenfluss zu jedem Zeitpunkt gewährleistet werden kann, bedarf es belastbarer IT-Infrastruktur und verlässlicher IT-Prozesse. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) bezeichnet deutschlandweit etwa 1.500 Anlagen und Unternehmen als »kritische Infrastruktur«. Das heißt, Systeme und Organisationen, die zur Grundversorgung der Bevölkerung von essenzieller Bedeutung sind. Die EDEKA Minden-Hannover gehört zu diesem Kreis. Dies beinhaltet, dass der Verbund besondere Maßnahmen zur Abwehr von Angriffen auf seine IT-Architektur treffen muss. Zugleich werden strenge Kriterien zur Absicherung des gesamten IT-Betriebs angesetzt. Vergangenes Jahr bestand die EDEKA Minden-Hannover IT-Service GmbH erfolgreich eine entsprechende Auditierung durch das BSI. Die Tochtergesellschaft der EDEKA Minden-Hannover betreut mit rund 450 Mitarbeitern gegenwärtig etwa 63.000 IT-Komponenten.

Zusätzlich zur Sicherstellung des täglichen IT-Betriebs brachte der Verbund im Jahr 2020 die Einführung der geschlossenen Warenwirtschaftslösung für den Einzelhandel (RWWWS EH) weiter voran. Trotz zeitweiliger, corona-bedingter Unterbrechung des flächendeckenden Rollouts wurden vergangenes Jahr die Warenwirtschaftssysteme von insgesamt 271 Standorten umgestellt – davon 78 Märkte des selbstständigen EDEKA-Einzelhandels. Passend dazu gingen in den umgestellten Märkten etwa 2.000 MDE-Geräte zur mobilen Datenerfassung, zum Beispiel für Warenlieferungen, an den Start.

Die Warenwirtschaftssysteme von

271

Standorten wurden umgestellt.



EDEKA-IT-Spezialisten stellen flächendeckend beste Datenverfügbarkeit sicher.

»WIR FRAGEN. EXPERTEN ANTWORTEN – EDEKA.NET MOBIL – ALLE INFOS IN DER HOSENTASCHE«

Timo Jakob, Hauptabteilungsleiter für den Bereich EH-Prozesse und Konzernprozessmanagement im Gespräch:

1. Das Einzelhandelsportal EDEKA.NET ist seit November 2020 für mobile Endgeräte verfügbar. Welche Vorteile ergeben sich daraus für die Kaufleute?

»Unsere Kaufleute und Marktleiter tragen das EDEKA.NET seit November 2020 quasi in der Hosentasche. Dadurch bekommen sie jederzeit und von überall Zugriff auf alle EDEKA-internen Informationen.«

2. Was ist erneuert worden?

»Wir haben die EDEKA.NET-Benutzeroberfläche auf die Größe von Smartphones und Tablets optimiert. Natürlich unter verschärften Sicherheitsvorkehrungen. Außerdem haben wir nach Ostern den neuen digitalen Marktplatz für Sonderverkäufe, der ebenfalls mobiloptimiert ist, live geschaltet. Push-Mitteilungen aufs Smartphone für verschiedene Bereiche im EDEKA.NET sind als Nächstes in Planung.«

3. Wie fällt das Feedback auf das innovative Angebot aus?

»Es hat zwar länger gedauert als geplant, aber dafür ist das Tool umso besser gelungen. Die Kaufleute und Marktleiter, die es nutzen, sind sehr zufrieden mit unserem neuen Angebot.«



06

PRODUKTION

Massive Herausforderungen für die Produktionssparte. Ein weiterhin leicht rückläufiger Fleischkonsum und uneinheitliche Sortimentsbewegungen in Deutschland, eine nach wie vor unter starkem Kostendruck stehende Backwarenbranche sowie strenge Fischereiquoten – die Rahmenbedingungen für die Produktionsbetriebe der EDEKA Minden-Hannover blieben auch 2020 eine Herausforderung. Die Corona-Pandemie verschärft die jeweilige Marktsituation zusätzlich.

So kriegen wir das gebacken: mit flexibler Produktion marktgerecht agieren.



Bauerngut be- hauptet sich stark

Die gute Nachricht zuerst: Dank eines ansehnlichen Umsatzanstiegs von 7,0 Prozent erwirtschaftete die Bauerngut Fleisch- und Wurstwaren GmbH im zurückliegenden Geschäftsjahr ein Gesamtvolumen von ca. 692 Millionen Euro. Überdurchschnittliche Zuwächse verzeichneten die Groß- und Einzelhandelsstufen, während die Nachfrage im Gastro- und Großküchensegment aufgrund der beiden Lockdowns im Frühjahr und zum Jahresende gegenüber 2019 spürbar einbrach.

Auf Verbraucherseite fragten die EDEKA-Kunden im Ausnahmejahr 2020 verstärkt verpackte Fleisch- und Wurstartikel aus den Selbstbedienungsregalen sowie Fleischkonserven nach. Außerdem machten Bio-Produkte mit Blick auf ihre Absatz- und Umsatzzahlen regelrechte Sprünge, mit einem Plus von jeweils um die 49 Prozent. Dabei war ein ausgeprägtes Augenmerk auf artgerechter Tierhaltung erneut klar nachvollziehbar. Die nachhaltige Erzeugung von Lebensmitteln sowie deren regionale Herkunft spielt auch im Fleisch- und Wurstbereich weiter eine wichtige Rolle für die Konsumenten. Und diese sind bereit, hierfür in den Supermärkten auch höhere Ladenpreise zu bezahlen. Die andauernde Corona-Pandemie »verändert auch den Ernährungsalltag der Deutschen«, wie es der Ernährungsreport 2020 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft formuliert.



Ansehnlicher Umsatzanstieg von

7,0 %



Herzhafte Vielfalt – und dabei immer auf die Wünsche der Kunden achten.

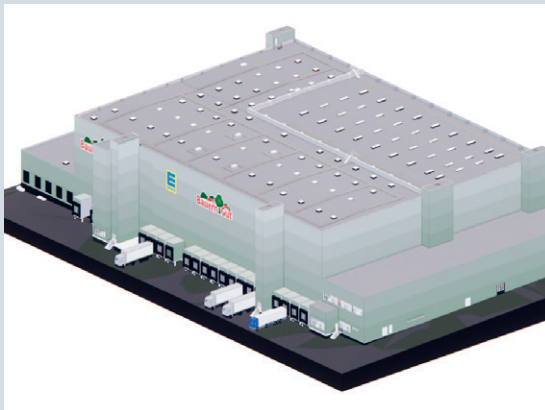
STRENGES SICHERHEITS- UND HYGIENE-KONZEPT GREIFT – DIE AHA+L+C-FORMEL ALS SCHUTZ VOR ANSTECKUNG

Das Corona-Infektionsgeschehen löste im Sommer 2020 grundlegende Veränderungen in der fleischverarbeitenden Industrie aus: Im Verlauf des Jahres sorgte die temporäre Schließung verschiedener Schlacht- und Zerlege-Betriebe für Aufsehen. Infolgedessen rückten die Arbeitsbedingungen innerhalb der Branche und der Gesundheitsschutz der Beschäftigten sowie die in diesem Marktsegment genutzten Werkverträge zusehends in das Interesse der Öffentlichkeit. Bauerngut vergibt Verträge dieser Art nur in seltenen Fällen an Drittfirmen. Und dank ihres bereits seit Jahren strengen und in der aktuellen Situation noch einmal angepassten Sicherheits- und Hygienekonzepts wurden in den Bauerngut-Produktionsstätten bis zum Ende des Berichtsjahres nur vereinzelt Infektionen durch regelmäßige Testungen festgestellt. Diese Infektionen waren auf private Kontakte zurückzuführen und sofortige Quarantänemaßnahmen konnten weitere Ansteckungen ver-

hindern. Die gute Zusammenarbeit mit den Behörden und wöchentliche Tests durch das DRK in Kombination mit Schnelltests durch den Betriebsarzt haben sich bemerkbar gemacht ebenso wie eine höhere Luftumwälzung und ein HEPA-Filtersystem im Produktionsbereich, konsequentes Tragen von Mund- und Nasenschutz und zusätzliche Desinfektionen im Prozess und in den Sozialbereichen. Regelmäßige Informationen im gesamten Unternehmen wurden erweitert und neue Maßnahmen kurzfristig umgesetzt.

Eine weitere Herausforderung stellt gegenwärtig die in Europa erneut auftretende Afrikanische Schweinepest dar. Ihre konkreten Folgen werden sich erst im weiteren Verlauf des aktuellen Geschäftsjahres abschätzen lassen. Sicher ist: Beide Faktoren beeinflussen die Branche massiv.

**GESELLSCHAFTER GEBEN GRÜNES LICHT
FÜR LOGISTIK-ZENTRUM**



Für das Produktionswerk in Bückeberg plant Fleisch- und Wurstwarenproduzent Bauerngut derzeit die Errichtung eines neuen Logistik-Drehkreuzes. Im Frühjahr vergangenen Jahres fiel die Entscheidung der Gesellschafter, auf über 52.000 Quadratmetern das Warenlager für die Belieferung des EDEKA-Einzelhandels zu bauen. Neben den Fleisch- und Wurstwarensortimenten werden hier zukünftig auch Produkte wie Salate und Thekengewürze integriert. Aktuell läuft die Abstimmung mit Architekten und lokalen Behörden.

Mit Einführung der Marke »EDEKA Bio« weitet Bauerngut das Angebot an Frischfleischprodukten aus höheren Haltungsstufen aus.



Das angepasste Sicherheits- und Hygienekonzept für Bauerngut-Standorte greift.

**STROM- UND GASVERBRAUCH
AUF VORJAHRESNIVEAU**

Der absolute Energieverbrauch am Standort Bückeberg hat sich im Vorjahresvergleich insgesamt um etwa 1,2 Prozent erhöht (Strom: +2,7 Prozent, Gas: -1,5 Prozent). Der Mehrverbrauch an Energie entstand im Wesentlichen durch die Steigerung der Produktionsmengen sowie durch die Erweiterung der Kälteanlage. Der reduzierte Gasverbrauch ist auf die Optimierung der Rauch- und Kochanlagen zurückzuführen. Am Produktionsstandort in Könnern sank der absolute Energieverbrauch 2020 hingegen um etwa 0,6 Prozent (Strom: -2,9 Prozent, Gas: +2,3 Prozent). Das geringe Plus beim Gasverbrauch basiert ebenfalls auf der Steigerung der Produktionsmengen im vergangenen Jahr, während die Einsparungen beim Stromverbrauch unter anderem auf den Witterungsbedingungen bzw. durchschnittlich kühleren Außentemperaturen beruhen. Damit verringerte sich die Kälteleistung vor Ort. Hinzu kamen verschiedene Umstellungen auf LED-Beleuchtung sowie der Einsatz effizienterer Raumluftkühler im Bereich der Produktion.



»EDEKA BIO« FÜR DIE FRISCHETHEKEN

Im Zuge der COVID-19-Pandemie gewinnt die Haltungsform von Nutztieren für die Verbraucher weiter an Bedeutung. Davon profitiert auch das Bio-Segment. Bereits zum Start ins Jahr 2020 und passend zum anhaltenden Bio-Trend führte Bauerngut die Marke »EDEKA Bio« für Frischfleischprodukte an den Bedientheken ein. Binnen Jahresfrist wurden bereits 143 EDEKA-Märkte im Absatzgebiet mit dem Thekensortiment für Schweinefleisch- und Rindfleischartikel beliefert. Flankierend dazu startete eine großangelegte Kampagne für das neue Sortiment. Jeder EDEKA-Markt erhielt umfangreiche Werbemittel. Das Motto: »Eine Frage der Haltung: EDEKA Bio.« Zugleich trieb Bauerngut die Sortimentserweiterung von »EDEKA Bio« Konserven- und Frischpackartikeln für SB-Fleisch und -Wurst voran. Die 2020 eingeführte Produktrange verzeichnete zum Start in den Markt eine sehr gute Umsatzentwicklung.



Wissen, was gut und nachhaltig ist: immer mehr Bio-Spezialitäten an den Frischetheken.



»BAUERNGUT LANDELEBEN« – HALTUNG, BITTE!

Im Oktober brachte Bauerngut die regionale Eigenmarke »Bauerngut Landleben« in die SB-Regale der EDEKA-Märkte. Für die Produktrange wird ausschließlich Schweinefleisch von Tieren vermarktet, welches der Haltungsform 3 entspricht, also über mindestens 40 Prozent mehr Stallplatz verfügt. Zudem müssen die Schweine Außenklimareize erhalten. Darüber hinaus ist Spielzeug aus natürlichen Materialien sowie ein mit Stroh eingestreuter Stall zwingend. Neben artgerechterer Haltung setzt die EDEKA-Tochter bei den Verpackungen von »Bauerngut Landleben« auf umweltfreundlichere Alternativen: Sie kommen mit einem Drittel weniger Kunststoff aus.



Schäfer's-Produktion entwickelt sich stabil

Schäfer's
EINE MARKE DER EDEKA.

Verpackte Backwaren hingegen, insbesondere aus SB-Regalen, sowie tiefgekühlte Produkte rückten in den Vordergrund.

Im Segment für Backwaren führte die Corona-Pandemie ebenfalls zu weitreichenden Veränderungen. Insbesondere zu Beginn stellten stark schwankende Absatzmengen die Backwarenproduktion vor neue Herausforderungen. Im Zuge des ersten Lockdowns zwischen März und Mai 2020 wandelte sich das Konsumverhalten der Verbraucher spürbar. Die Kundenfrequenz an den Backwaren-Bedientheken und in den SB-Marktbäckereien ging spürbar zurück. Somit wurden tagesfrische Backwaren deutlich weniger nachgefragt - die Einschränkung bzw. Schließung der Sitzbereiche verstärkte dies noch. Verpackte Backwaren hingegen, insbesondere aus SB-Regalen, sowie tiefgekühlte Produkte rückten in den Vordergrund. Trotz leichter Erholung des Bedientheken-Geschäfts sowie bei den SB-Marktbäckereien bis Ende Oktober waren ab November, im Verlauf des zweiten Lockdowns, vergleichbar negative Absatz-Entwicklungen festzustellen.

Der Backwarenumsatz der Schäfer's-Produktionsgesellschaften entwickelte sich in der Gesamtbetrachtung aber nahezu stabil. Er belief sich 2020 auf 151 Millionen Euro, ein leichter Rückgang von 1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Bereits zu Beginn der Pandemie hatte die Backwarentochter der EDEKA Minden-Hannover den sich abzeichnenden Trend zu verpackter Ware erkannt und das Sortiment verpackter Brötchen und Kuchen – insbesondere für die SB-Marktbäckereien – deutlich ausgeweitet. Zudem wurden die Verpackungen optimiert und damit die Produktsicherheit erhöht und die Frische verbessert. Durch die eigene Produktion der Brotmengen für die SB-Marktbäckereien, die zuvor durch den Wettbewerb geliefert wurden, sowie durch konsequentes Kostenmanagement in der Backwaren-Produktion und -Logistik konnten Umsatzverluste zu großen Teilen kompensiert werden.



Ein Schwerpunkt lag auf der Neuentwicklung von Produkten: die Laugenecke, das Kartoffelbrötchen, der Marmorkuchen oder der Berliner Himbeer-Glitter



Innere Werte und noch bessere Tiefkühl-Brötchen machen im Wettbewerb den Unterschied.

GEZIELTE IMPULSE IM BACKWARENSORTIMENT

Das Erreichen der vollen Leistungsfähigkeit im Schäfer's-Werk in Lehrte trug im zurückliegenden Geschäftsjahr ebenfalls dazu bei, dass sich die Backwarensparte gut im weiterhin umkämpften Wettbewerb behaupten konnte. Mit optimierten Prozessen und Verpackungen konnte eine verbesserte Frische erreicht werden, die Brot- und Kuchenmengen und daran geknüpft die Warendistribution für SB-Marktbäckereien wurde deutlich erhöht.

Ein weiterer Schwerpunkt des vergangenen Jahres lag auf der Neuentwicklung von mehr als 30 Produkten aus allen Warengruppen (Brot, Brötchen, Kuchen/ Gebäck). So wurden beispielsweise neue Artikel wie die Laugenecke, das Kartoffelbrötchen, der Marmorkuchen oder auch der Berliner Himbeer-Glitter erfolgreich im Sortiment gelistet, um zusätzliche Kaufimpulse bei tagesfrischen Kuchen und Gebäcken zu setzen sowie bestehende Wettbewerbsartikel im Bereich Tiefkühl-Brötchen abzulösen.

Parallel dazu startete Schäfer's verschiedene Projekte mit dem Ziel, das Dienstleistungsangebot für die Einzelhandelsstandorte im Absatzgebiet der EDEKA Minden-Hannover stetig zu optimieren. So werden im Rahmen der Sortimentsoptimierung die Sortimentswechsel jetzt effizienter gestaltet und Top-Artikel rücken stärker in den Fokus der Verbraucher, wovon die Warenpräsentation insgesamt profitiert.

Zudem zielt die automatische Bestellprognose darauf ab, potenzielle Regallücken sowie Retouren und Abschriften zu reduzieren. Und das bei gleichzeitig geringerem Aufwand für die Disposition im Einzelhandel. Auf Basis erfolgreicher Testläufe in beiden Projekten wird im laufenden Geschäftsjahr mit der flächendeckenden Umsetzung der Sortimentsoptimierungen sowie der Vorbereitung der Umsetzung der automatisierten Bestellprognose gestartet.

PROZESSKETTE WIRD INSGESAMT TRANSPARENTER ...

Mit Einführung des mobilen Personal Digital Assistant (PDA) für Lkw-Fahrer in der Schäfer's-Logistik werden seit dem vergangenen Geschäftsjahr die Bewegungen verschiedener Transportmittel wie beispielsweise Stikkenwagen mit Backwarenblechen oder Brotkörben systemisch abgebildet. Durch diese schon von der EDEKA-Logistik bekannte Lösung erhöhen sich sowohl die Prozesssicherheit als auch die Transparenz der Abläufe deutlich.

Flankierend dazu wurde auf Grundlage einer erfolgreichen Konzeption im IT-Bereich die Einführung von »Backpro« bis Ende 2022 beschlossen. Dabei handelt es sich um ein neues, ganzheitlich angelegtes Warenwirtschaftssystem, das die Leistungsfähigkeit und Transparenz innerhalb der gesamten Schäfer's-Prozesskette erhöhen und zugleich die Kosteneffizienz weiter steigern wird.

... UND IMMER NACHHALTIGER!

Der Standort Osterweddingen II wurde im November 2020 nach den RSPO-Richtlinien (Roundtable on Sustainable Palm Oil) für den Einsatz nachhaltigen Palmöls zertifiziert. Die Zertifizierung für das Lieferkettenmodell »Segregated« stellt sicher, dass das in den Produkten verarbeitete Palmöl aus einer Lieferkette stammt, die zu 100 Prozent RSPO-zertifiziert ist.

ENERGIEMANAGEMENT WEITERENTWICKELT

Ende November 2020 stellten die Schäfer's-Produktionsbetriebe ihr Energiemanagement von der Norm ISO 50001:2011 auf ISO 50001:2018 Higher Level um. Am Produktionsstandort Osterweddingen II wurde darüber hinaus die Einführung des Lastmanagements erfolgreich abgeschlossen. Durch Verringerung von Lastspitzen um mindestens 20 Prozent konnten Netzentgelte eingespart und dadurch die Gesamtstromkosten reduziert werden. Weitere Optimierungsmaßnahmen wie beispielsweise die Temperaturerhöhung im Tiefkühl-lager sorgten dafür, dass insgesamt 1.675 kWh eingespart wurden, das entspricht dem CO₂-Äquivalent von 671 Kilogramm pro Woche. Zugleich konnte der Wirkungsgrad der bereits 2017 installierten Anlage zur Wärmerückgewinnung durch Verbesserungen in der Steuerung um 25 Prozent gesteigert werden.

Durch die Anpassung von Verpackungseinheiten sowie die Optimierung von Reinigungs- und Rüstzeiten reduzierten sich im Berichtsjahr zudem die Produktionsabfälle, bezogen auf die produzierte Menge, noch einmal deutlich (-60,8 Prozent).



Wir schaffen zusätzliche Kaufimpulse dank tagesfrischem Kuchen und Gebäck.

1.675

kWh durch die Temperaturerhöhung im Tiefkühl-lager im Vergleich zum Vorjahr eingespart



DANIELS Genusstationen mit bester Schäfer's-Qualität und exklusivem Bio-Kaffee.

VERBRAUCHERTRENDS FEST IM BLICK

Sicher ist: Der Trend zu verpackter Ware wird im laufenden Geschäftsjahr anhalten. Vor diesem Hintergrund investiert die Schäfer's-Produktion in zusätzliche Verpackungsanlagen. Diese Entwicklung macht sich auch in der Gestaltung des Sortiments bemerkbar: Das Angebot an vorverpackten, halbgebackenen Brötchen für die SB-Marktbäckereien sowie der neu zu erschließende Vertriebskanal Tiefkühltruhe wird ausgebaut. Hinzu kommt verpackter frischer Kuchen, dessen Verfügbarkeit erweitert und die Verpackungen sowie die Frischhaltung weiter optimiert werden.

Im Logistik-Bereich nimmt das Projekt Anlieferzeitfenster eine zentrale Rolle ein. Ziel ist die Flexibilisierung der Tourenplanung durch Öffnung der Anlieferzeitfenster insbesondere in die Nacht hinein.

Der 2020 temporär stillgelegte Standort Osterweddingen I wird im laufenden Geschäftsjahr zur Produktionsstätte für Bio-Brötchen, -Brote und -Baguettes umgebaut. Damit geht die Schäfer's-Produktion verstärkt auch auf die Verbraucher-trends zu nachhaltigeren Lebensstilen und ausgewogener Ernährung ein. Bereits ab 2022 sollen alle Backwaren-Vertriebskanäle mit hochwertigen Bio-Backwaren beliefert werden. Schon jetzt bietet Schäfer's hochwertige Bio-Produkte in 131 Schäfer's-Filialen, 227 EDEKA-Märkten, 94 EDEKA Centern und 25 MARKTKAUF-Häusern von externen Lieferanten an. Insgesamt gewinnt der Themenkomplex »Nachhaltigkeit« für Schäfer's immer stärker an Bedeutung. Somit zählt auch die Schäfer's-Produktion auf das Jahresmotto der EDEKA Minden-Hannover »Wir & Jetzt für mehr Nachhaltigkeit« ein.

NEUES KONZEPT: DANIELS BY SCHÄFERS

Die Vertriebsgesellschaft Schäfer's Brot und Kuchen entwickelte im vergangenen Geschäftsjahr ein neues Konzept, das die Stärken und Erfahrungen aus den Schäfer's-Fachgeschäften mit einem hohen Anteil an Gastronomie kombiniert. Ganz neu dabei ist das zusätzliche Angebot eines Drive-in-Schalters, das am Standort Bitterfeld umgesetzt wurde – gerade vor dem Hintergrund von Kontaktbeschränkungen und Lockdown wurde dieser Service sehr gut angenommen. Ein Highlight aus dem Sortiment der Genusstation ist der eigens entwickelte DANIELS-Kaffee in 100-prozentiger FairTrade- und Bio-Qualität. Die handwerkliche Zubereitung am Siebträger rundet das Konzept ab.

DANIELS BY SCHÄFERS ging erstmals im Dezember 2020 mit dem Standort in Bitterfeld an den Start. Kurz darauf folgte Anfang Januar 2021 bereits die zweite Genusstation nach diesem Konzept in Hannover-Wettbergen. Beide DANIELS-Geschäfte sind sogenannte »Freestander«-Standorte an stark befahrenen Verkehrsknotenpunkten. Namensgeber für das neue Kaffeehaus-Konzept ist übrigens Daniel Rennekamp, der Begründer von Schäfer's Brot und Kuchen. Dieser hatte 1898 in Porta Westfalica-Kleinenbremen nicht nur eine Bäckerei eröffnet, er schuf auch einen Treffpunkt im Ort. Wer wollte, konnte damals seinen Brot- und Kuchenteig dorthin mitbringen und backen lassen.

DANIELS
Genusstation
BY SCHÄFERS



Hagenah wächst im Ausnahmejahr weiter

Für die Hamburger Fischwerker von Hagenah entwickelte sich 2020 zu einem ambivalenten Geschäftsjahr mit starken, coronabedingten Marktverschiebungen. Einerseits verbuchte das Gastro-Gewerbe mit seinen Restaurants, Hotels und Kantinen deutliche Minderumsätze von bis zu 50 Prozent. Die Umsatzsituation blieb während des gesamten Jahresverlaufs unsicher. Denn die beiden Lockdownphasen im Frühjahr und ab November trafen die Branche hart und machten es für die Betreiber enorm schwer, ihre Besucher- auslastung und damit auch ihr Frischfisch-Angebot zu planen. Die Sortimente wurden zu einem guten Teil mit TK- Ware angepasst. Andererseits generierte insbesondere die Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels spürbar höhere Umsätze. Der »Urlaub zu Hause« bzw. in Deutschland führte ab Jahresmitte zu weiteren Umsatzsteigerungen.



die fischwerker seit 1892



Positive Entwicklungen
an den Fischtheken des
Lebensmitteleinzelhandels

Die EDEKA-Tochtergesellschaft Hagenah erreichte unter diesen erschwerten Rahmenbedingungen ihre Umsatzziele: Das Unternehmen erwirtschaftete 2020 ein Umsatzvolumen von 22,3 Millionen Euro – ein Plus von 34,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zugleich wuchs die verarbeitete Menge an Fisch im selben Zeitraum von 29 auf ca. 40 Tonnen pro Woche. Die positive Geschäftsentwicklung dokumentierte sich insbesondere in der Steigerung der Absatz- und Umsatzzahlen im Lebensmitteleinzelhandel der EDEKA Minden-Hannover: Die Bezugsquote der Fisch-Bedientheken bei Hagenah wuchs im Laufe des Jahres von 30 auf über 50 Prozent.

MIT STARKER MARKE NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

Mit Entwicklung und erfolgreicher Einführung seines neuen Shop- und Produktmarken-Konzepts »die fischwerker – seit 1892« im Einzelhandel hat der Hamburger Fisch-Spezialist Hagenah seine Sortimentsweichen auf Zukunft gestellt. Im Fokus des neuen Markenkonzepts stehen die vier Alleinstellungsmerkmale »Tradition«, »Handwerk«, »Nachhaltigkeit« und »Kompetenz«. Als ältester Fischhändler Deutschlands mit der längsten Fischtheke im eigens betriebenen Fachhandel und angeschlossenen Bistro kann Hagenah auf eine langjährige Tradition zurückblicken. Im Hamburger Produktionswerk wird nach wie vor großer Wert auf handwerkliche Fisch-Produktion gelegt – mit unternehmenseigener Räucherei sowie unverändert durchgeführter Handfiletierung von z. B. Lachs. Stufenübergreifend weitergegeben wird die langjährige Expertise im Fisch-Fachhandel durch das neuentwickelte Schulungskonzept für Mitarbeiter im Einzelhandel und in der Produktion.

Zur Sicherstellung des hohen Qualitätsversprechens werden alle Hagenah-Produkte bereits bei der Beschaffung sorgfältig ausgewählt. Dabei nimmt Nachhaltigkeit für Hagenah einen hohen Stellenwert ein. Zur Förderung nachhaltiger Fischerei werden – sofern verfügbar – Produkte mit MSC (Marine Stewardship Council)- oder ASC (Aquaculture Stewardship Council)- Zertifizierung verwendet. Im Rahmen des aktuellen Jahresmottos der EDEKA Minden-Hannover wird Hagenah seine Nachhaltigkeitsaktivitäten ebenfalls weiter vorantreiben.



Ein Umsatz von
22,3
 Millionen Euro
 —
 ein Plus von
34,1%



»Nu aber ma Hagenah bei die Fische«: das neue »die fischwerker«-Thekenkonzept.



»FISCHWERKER«-THEKEN KOMMEN

Das neue Shopmarken-Konzept »die fischwerker – seit 1892« wurde 2020 in sieben Pilot-Märkten erfolgreich eingeführt. Dazu gehören das EDEKA Center Brehm in Berlin sowie das EDEKA Center Weserpark in Bremen. Hier können EDEKA-Kunden die Hagenah-Fisch-Qualität an der eigens gestalteten »fischwerker«-Theke erleben. Damit wird das echte Fisch-Handwerk vom Hamburger Fischmarkt in die Märkte der EDEKA Minden-Hannover gebracht. Die »fischwerker« überzeugen vor Ort mit Fachkompetenz und authentischem Auftritt. Nach erfolgreicher Testphase erfolgt im aktuellen Geschäftsjahr – je nach den individuellen Marktgegebenheiten vor Ort – Schritt für Schritt der Rollout des Shop- oder Produktmarken-Konzepts im Absatzgebiet.

AUF DEM WEG ZUR ZENTRALEN FISCHPLATTFORM

Einen weiteren Ausbau des Dienstleistungsangebots für den EDEKA-Einzelhandel stellt die Fischplattform dar. Das bedeutet, ab Mitte 2021 können alle Kaufleute und Marktleiter der EDEKA Minden-Hannover sämtliche Sortimente für ihre Fischtheken über den Hagenah-/EDEKA-Großhandel beziehen. Passend dazu stand abseits der Pandemie das abgelaufene Geschäftsjahr für die Hagenah-Fischwerker im Zeichen umfassender Restrukturierungsmaßnahmen. Geprägt von mehreren Teilprojekten trieb das Hagenah-Team den Umbau des Unternehmens zur Fischplattform der EDEKA Minden-Hannover voran. Im Fokus: mehr Vielfalt und handwerklich verarbeitete Produkte für die Bedientheken



Verbraucherorientierte Maßnahmen wie Rezeptkarten, der »Fisch des Monats« und das quartalsweise erscheinende »fischwerker Schnack«-Magazin



Umbau von Hagenah zur Fischplattform der EDEKA Minden-Hannover läuft auf Hochtouren.

F(R)ISCH AUF DEM TISCH:

*aber Bitte mit
Siegel*



des gesamten Absatzgebiets. Umfangreiche Baumaßnahmen zur Kapazitätssteigerung begleiteten die Umstrukturierung. Der erste Bauabschnitt wurde Ende des Jahres fertiggestellt, Bauabschnitt zwei wird im Sommer 2021 planmäßig folgen.

Parallel dazu wurde die Effizienz der Produktionsprozesse weiter optimiert – und das unter vollem Produktionsdruck. Dazu zählte beispielsweise die Umstellung der Frischfisch-Warenausgangslogistik für die Berliner EDEKA-Märkte. In einem sogenannten Beistell-Prozess mit der EDEKA-Logistik im Lager Freienbrink konnte eine deutliche Absenkung der Logistikkosten bei gleichzeitiger Steigerung der Kundenzufriedenheit unter den EDEKA-Kaufleuten erreicht werden. Hierbei stellen die Fischerwerker von Hagenah ihre Produkte komplett versandfertig in Hygiene-Rollbehältern für die Märkte zusammen. Am Standort Freienbrink angeliefert, werden die Behälter direkt der jeweiligen Tour nach Berlin zugeordnet. Die übrigen Regionen werden über eine leistungsfähige Direkt-Logistik ab Hamburg beliefert und in Abhängigkeit des Volumens perspektivisch auch auf die EDEKA Logistik-Lösung umgestellt. Ebenfalls im Jahr 2020 wurde seitens des Hagenah-Qualitätsmanagements die Re-Zertifizierung nach IFS Food Standard auf höherem Niveau realisiert.



die Fischerwerker von Hagenah bieten eine große Vielfalt und handwerklich verarbeitete Produkte für die Bedientheken der EDEKA Minden-Hannover



07

DIENSTLEISTUNGEN

Serviceangebote machen den Unterschied. Ob zielgenaue Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen, enger Verbraucherdialog oder nachhaltige Handelsleistungen – der Dienstleistungskatalog der EDEKA Minden-Hannover ist im intensiv geführten Wettbewerb oft das Zünglein an der Waage. Profiteure sind Kaufleute, Mitarbeiter und natürlich die EDEKA-Kunden.

Scan und Go: zeitgemäßer Service und moderne Technologien in unseren Märkten.





Rund 22.000 EDEKAner feiern auf den »Mitarbeiter-Partys des Jahrhunderts«.

Das Jahr 2020 begann für die EDEKA Minden-Hannover wie ein Jubiläumsjahr zum 100. Geburtstag der Genossenschaft beginnen sollte: mit Feierlichkeiten und attraktiven Preisaktionen für Mitarbeiter und Kunden. Zwischen Mitte Januar und Mitte Februar veranstaltete der Verbund in Oldenburg, Hannover, Berlin und Halle (Saale) vier große Veranstaltungen für seine Belegschaft aus Einzelhandel, Verwaltung, Produktion und Logistik. Auf den »Mitarbeiter-Partys des Jahrhunderts« feierten insgesamt rund 22.000 EDEKAner ihr Unternehmen auf großer Bühne und mit vielen prominenten Live-Acts – unterstützt von bis zu 50 Industriepartnern pro Veranstaltungsort. Federführend hinter den Kulissen steuerte das Team der EDEKA-Tochter MIOS-Werbung GmbH sowohl das Veranstaltungsmanagement als auch Aktionen zur Verkaufsförderung, die Entwicklung entsprechender Werbematerialien sowie attraktiver Online-Konzepte zum Firmenjubiläum.

Mit der sich stetig ausbreitenden COVID-19-Pandemie musste der genossenschaftliche Unternehmensverbund seine Pläne für sämtliche Aktivitäten im Rahmen des Geburtstags jedoch schon ab März kurzfristig überarbeiten und flexibel an das Infektionsgeschehen und die damit verbundenen Regelungen anpassen. Die Gesundheit der Menschen stand und steht unverändert an erster Stelle.



Rund 22.000 EDEKAner feierten auf den »Mitarbeiter-Partys des Jahrhunderts« ihr Unternehmen

LIMITIERTE CHRONIK



BEWEGTE GESCHICHTE ZUM NACHLESEN

Am 24. November 1920 fing alles an – mit 34 Kaufleuten aus Minden und Umgebung. Heute, gut 100 Jahre später, kann die erfolgreiche wie bewegte Geschichte der EDEKA Minden eG in einer eigens zum Jubiläum veröffentlichten und limitierten Chronik »100 Jahre EDEKA Minden eG – Die Liebe wächst!« nachgeschlagen werden. Das Werk entstand in Zusammenarbeit mit Historikern, Gesprächen mit Zeitzeugen und nach intensiven Recherchen in öffentlichen und unternehmenseigenen Archiven. Parallel zum Buch gibt es die spannende Historie außerdem im Internet, unter 100jahre.edeka-minden.de zu entdecken.





Im Frühjahr 2020 konnte »100 Jahre EDEKA Minden eG« endlich durchstarten.

NEUSTART IN DER »NEUEN NORMALITÄT«

Erst Anfang Mai startete »100 Jahre EDEKA Minden eG« langsam wieder durch. Schritt für Schritt – mit Werbemitteln und auf Handzetteln, auf Webseiten und Social Media-Kanälen. Bei diesem 360-Grad-Ansatz stand stets im Fokus, verantwortungsbewusst und gemeinsam mit den Kunden auf die neue, außergewöhnliche Corona-Situation einzugehen.

Aber Langeweile ließ die EDEKA Minden-Hannover nicht aufkommen: Ab Juni überraschte der »Jahr100Sommer« die EDEKA-Kunden in den Märkten mit Gewinnspielen und Rätseln rund um den Geburtstag. Im gesamten Jahr wurden elf Gewinnaktionen durchgeführt. So erhielten alle Kunden beim »Jahr100Einkauf« die Chance, sich den Hauptpreis zu sichern: »Zehn Jahre gratis einkaufen«. Der Gewinner wurde aus mehr als 7.000 Einsendungen gezogen. EDEKA-Testimonial Otto Waalkes und seine »Ottifanten« waren in Medien und Supermarktregalen aufmerksamkeitsstark immer mit von der Partie. Und Vereine aus dem Absatzgebiet – von Fußballern über Skat-Clubs bis zu Taubenfreunden – konnten sich in EDEKA-Märkten, EDEKA Centern sowie in den EDEKA-WEZ-Märkten und MARKTKAUF-Häusern unter dem Motto »Verein(t) gewinnt« bewerben. Rekordverdächtig: Mehr als 2.200 Teams meldeten sich für die Aktion.

*Rekordverdächtig:
Mehr als 2.200 Teams
bewarben sich im
Rahmen der Aktion
»Verein(t) gewinnt«.*

Aus mehr als

7.000

Einsendungen wurde der Gewinner von »Zehn Jahre gratis einkaufen« gezogen



*Der »Jahr100Sommer«
überraschte im Juni mit
Gewinnspielen und Rätseln*

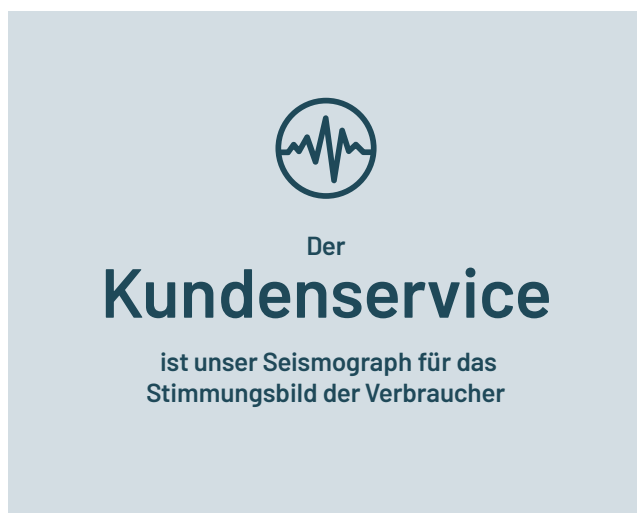
NEUE KOMMUNIKATIONSSTRUKTUREN ETABLIERT

Der bis Oktober 2020 zur EDEKA-Tochtergesellschaft MIOS-Werbung GmbH zählende Bereich Unternehmenskommunikation splittete sich auf. Die Medien- und Mitarbeiterkommunikation sowie das Veranstaltungsmanagement sind seither als Stabsstelle des Vorstands der EDEKA Minden-Hannover aktiv. Das Team Nachhaltigkeit wechselte in den Einzelhandelsvertrieb, um das Thema von dort noch gezielter im Einzelhandel unterstützen zu können und in der Regionalgesellschaft zu koordinieren. Diese Veränderung ist Teil einer neuen Vertriebsstruktur und angestoßen durch Empfehlungen des Einzelhandelsbeirates, vertriebsseitig zusätzliche Dienstleistungen anzubieten. In diesem Zuge wurden die Bereiche Service Digital, Kundenservice sowie Marketing-Services ebenfalls dem Einzelhandelsvertrieb zugeordnet. Die Auswirkungen dieser neuen Struktur werden 2021 erkennbar sein.

Kompetente Antworten schaffen Transparenz

Der Dialog mit den Verbrauchern bleibt für die EDEKA Minden-Hannover ein entscheidender Erfolgsfaktor. Bereits vor vielen Jahren hat der Unternehmensverbund dazu einen eigenen Kundenservice etabliert. Er ist und bleibt ein zentraler Baustein des Dienstleistungsportfolios. Das Kundenservice-Team erfasst systematisch Verbraucheranfragen, wertet diese aus und liefert kompetente Antworten. Auch auf Kundenbeschwerden und Anregungen gehen die Mitarbeiter ein. Dazu pflegen sie nach innen und außen ein dichtes Netzwerk und arbeiten eng mit den jeweiligen Fachbereichen sowie mit EDEKA-Märkten und Lieferanten der EDEKA Minden-Hannover zusammen.

Der Kundenservice fungiert wie eine Art Seismograph. Denn nur wer über ein umfassendes und aktuelles Stimmungs- und Meinungsbild seiner Klientel verfügt, ist in der Lage, die eigenen Serviceangebote flexibel und zielgenau zu justieren. Zugleich fördert er den Austausch mit kritischen Verbrauchern. Hierbei geht es darum, komplexe Fragestellungen sachlich, konstruktiv und fachkundig bis ins letzte Detail zu beantworten und für Transparenz zu sorgen. Als Quelle für solche Verbraucheranliegen dienen nicht zuletzt die Social Media-Kanäle der EDEKA Minden-Hannover. Sie spiegeln das wachsende Informationsbedürfnis der Konsumenten wider, bei dem Nachhaltigkeitsthemen immer mehr an Bedeutung gewinnen. Eine Übersicht zum Thema »Kundenhinweise« finden Sie im Anhang auf Seite 91.





Stetiger Dialog mit den Kunden liefert aktuelle Erkenntnisse und sorgt für zusätzliche Kundennähe.

WISSEN, WAS DIE MENSCHEN BEWEGT

Was wünschen die EDEKA-Kunden? Welche Themen beschäftigen sie? Worauf legen sie bei ihrem Einkaufserlebnis Wert? Die EDEKA Minden-Hannover erfasst im Zuge der Marktforschung kontinuierlich Verbrauchermeinungen. Die Studien gehen dabei insbesondere auch auf unterschiedliche Themenkomplexe rund um verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln ein und ergänzen so die Erkenntnisse aus dem Kundenservice sowie von Facebook & Co.

Verbundübergreifend trägt weiterhin der EDEKA-Kundenspiegel, initiiert von der Hamburger EDEKA-Zentrale, dazu bei, dass ein soweit wie möglich komplettes Stimmungsbild entstehen kann. Im vergangenen Jahr standen neben Basis- und Kernfragen zur Gesamtzufriedenheit, zum Leistungsprofil oder zur Bereitschaft, EDEKA weiterzuempfehlen, auf regionaler Ebene Zusatzmodule wie Markenimage und Bio sowie Sonderfragen rund um Nachhaltigkeitsthemen im Mittelpunkt der Verbraucherbefragungen. Zwischen März und Dezember 2020 offenbarten die Befragungen zum regionalen Kundenspiegel – und hier speziell zu den Vertriebslinien EDEKA und EDEKA Center –, dass bei rund einem Drittel der teilnehmenden Kunden Bio-Produkte häufig bis ständig im Einkaufswagen landen. Zugleich assoziieren sie mit »Nachhaltigkeit« an erster Stelle die Förderung regionaler Lebensmittel und Produzenten. Die Themen »Verpackungsmüll« und »biologischer Anbau« folgen gleich dahinter. Ein weiteres Ergebnis: Regionalität geht vor Bio – etwa 45 Prozent der Befragten kaufen lieber regionale Erzeugnisse als Bio-Produkte. Diese Erkenntnis bestätigte auch die Nachhaltigkeits-Bio-Studie der EDEKA Minden-Hannover aus dem ersten Halbjahr 2020.



Etwa 45 Prozent der Befragten kaufen lieber regionale Erzeugnisse als Bio-Produkte

Starkes Fundament für ein starkes Versprechen

Die Nähe zu den Menschen im Einzugsgebiet, zu Kunden, zu Kaufleuten und Mitarbeitern sowie Geschäftspartnern ist essenziell für die EDEKA Minden-Hannover. Von ebenso großer Bedeutung ist die Nähe zum Sortiment mit seinen Tausenden Produkten. Der Unternehmensverbund untermauert sein prominentes Qualitätsversprechen »Wir lieben Lebensmittel« durch ein systematisches und lückenloses Qualitätsmanagement (QM). Es ist zugleich eine kontinuierliche Investition in das Vertrauen der Kunden. Das QM wird von zwei eng miteinander verzahnten Bereichen geprägt: dem konzeptionellen (KQM) sowie dem operativen (OQM) Qualitätsmanagement.

Das Team des KQM übernimmt eine Beraterfunktion für den Vorstand der EDEKA Minden-Hannover und informiert das Top-Management über Veränderungen im Lebensmittelrecht sowie aktuelle Entwicklungen der regionalen Qualitätssicherungssysteme. Darüber hinaus stellt das KQM die Einhaltung der stufenübergreifenden QM-Strategie sicher. Auf deren Grundlage berät es zudem die operativ tätigen Teams der jeweiligen Sparten und Tochterunternehmen.

Hand in Hand mit dem Einzelhandel setzen QM-Fachberater in den Märkten das Eigenkontrollsystem im OQM um. Im Mittelpunkt ihrer Arbeit steht das Beantworten sämtlicher lebensmittelrechtlicher Fragestellungen. Parallel dazu aktualisieren sie die Qualitätsmanagement-Handbücher. Im Verlauf des Jahres 2020 führten die QM-Spezialisten im Geschäftsgebiet und über alle Vertriebsparten hinweg insgesamt 1.272 QM-Fachberatungen durch.

SCHNELLE UND EFFEKTIVE WARENRÜCKRUF

Die EDEKA Minden-Hannover wurde im zurückliegenden Jahr von behördlicher Seite insgesamt 205 Mal aufgefordert, Produkte aus dem Verkauf zu nehmen. Bei 39 Rückrufen konnte eine Gesundheitsgefährdung von Verbrauchern nicht komplett ausgeschlossen werden, sodass diese als öffentliche Warenrückrufe durchgeführt wurden. Diesem Vorgehen liegen zumeist Ursachen wie Fremdkörper in den Produkten oder deren Kontamination mit Bakterien zugrunde. Ebenso können Grenzwertüberschreitungen oder – mit Blick auf allergene Inhaltsstoffe – fehlerhafte Produktkennzeichnungen den Ausschlag für einen öffentlichen Warenrückruf geben. Das Warenrückrufsystem der EDEKA Minden-Hannover funktionierte in allen Fällen schnell und effektiv.

Wir ♥ Lebensmittel.

Das prominente Qualitätsversprechen wird durch ein systematisches und lückenloses Qualitätsmanagement (QM) untermauert

EDEKA-CAMPUS KOMMT 2024



Die Rückbauarbeiten der ehemaligen Lagerhallen in Minden begannen im Juni 2020. Bis Anfang 2024 soll der Neubau der Zentrale der EDEKA Minden-Hannover auf dem EDEKA-Areal Wittelsbacherallee in Minden stehen und das Verwaltungsgebäude von 1964 ersetzen. Das Unternehmen investiert etwa 147,5 Millionen Euro sowie bis zu 1,5 Millionen Euro für eine Photovoltaik-Anlage. Der Bürokomplex mit Betriebsrestaurant wird als Dienstleistungszentrale zukünftig rund 2.000 EDEKANern einen Arbeitsplatz bieten – ein klares Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort Minden. Durch »Moderne Arbeitswelten« und »Flexible Arbeitsmodelle« können die Beschäftigten, die bisher in zwölf Bürogebäuden in und um Minden verteilt sind, an einem Standort zusammenkommen.



Dank neuer Kommissioniervorgaben wird der Einsatz von Stretch-Folie reduziert (links).

Seit April 2019 werden im Fuhrpark auch Elektro-Pkw und seit Sommer 2020 zunehmend Hybrid-Fahrzeuge eingesetzt.

Konsequentes Energiemanagement

Abseits von Jubiläumsfeierlichkeiten und Pandemie-Geschehen trieb die EDEKA Minden-Hannover im abgelaufenen Geschäftsjahr die nachhaltige Ausstattung von Bestands- und Neu-Märkten zielgerichtet voran. Um den ökologischen Fußabdruck ihres Vertriebsnetzes sukzessive zu verringern, wurden 2020 Neubauvorhaben mit einer Photovoltaik-Anlage ausgestattet sowie auch Bestandsobjekte nach und nach umgerüstet und somit insgesamt 24 Photovoltaik-Anlagen auf EDEKA-Märkten im Einzugsgebiet installiert.

Ein weiterer Schwerpunkt der EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH lag im abgelaufenen Geschäftsjahr auf dem Austausch vorhandener Kälte- und Beleuchtungstechnik gegen energieeffizientere Anlagen in den Standorten des Einzelhandels. Ziel ist es auch hier, den individuellen Energieverbrauch weiter zu senken. Um die Inhaber und Marktleiter in den EDEKA-Märkten kontinuierlich für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren, verfügt mittlerweile jeder Einzelhandelsstandort im Geschäftsgebiet über eigene Energiebeauftragte und damit über direkte Ansprechpartner vor Ort. Hierzu werden auch gezielte Schulungen zum energetischen Betrieb der Märkte angeboten.

Parallel dazu wurde mit Beginn des Jahres 2020 für die Produktions- und Logistik-Standorte der EDEKA Minden-Hannover Ökostrom beschafft und diese Standorte somit ausschließlich mit CO₂-neutralem Strom versorgt. Die Märkte des Regie-Einzelhandels werden seit Januar 2021 mit Ökostrom versorgt. Gleichzeitig wurde die flächendeckende Nutzung von Ökostrom für den selbstständigen EDEKA-Einzelhandel vorbereitet. Das Ziel, 70 Prozent CO₂ einzusparen bis zum Jahr 2025 (im Vergleich zum Basisjahr 2011), wird mit diesen Maßnahmen damit voraussichtlich bereits im Jahr 2021 erreicht.

FOKUSSIERT UND IDEENREICH GEGEN DIE ABFALLFLUT

Ein weiteres zentrales Element bei der Positionierung als verantwortungsvoll agierender Unternehmensverbund ist konsequentes Abfallmanagement. Dieses ist wesentlicher Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie. Hier gilt das Prinzip der Abfallpyramide: »Vermeiden. Wiederverwenden. Recyceln.« Maßgeblich in der Prozesskette ist die stetige Analyse der im täglichen Be-

trieb anfallenden Abfallfraktionen und -mengen. Optimierungen zur schrittweisen Müllreduzierung werden über ständiges Hinterfragen bestehender Abläufe in den Märkten, der Produktion sowie im Logistik-Bereich realisiert.

Passend dazu fordert die EDEKA Minden-Hannover auch ihre Partner in der Abfallwirtschaft dazu auf, zum Schutz der natürlichen Ressourcen selbst umweltfreundliche und im Tagesgeschäft durchführbare Lösungen zu entwickeln und umzusetzen. Der Unternehmensverbund arbeitet ausschließlich mit zertifizierten Entsorgungsunternehmen zusammen. Zusatzregelungen zum Schutz von Mensch und Umwelt ergänzen die geschlossenen Rahmenverträge.

Im Jahr 2020 fielen im Absatzgebiet und über alle Handelsstufen der EDEKA Minden-Hannover hinweg betrachtet zusammen 67.620 Tonnen (Vorjahr: 64.848 Tonnen) nicht gefährlichen Abfalls an. Eine Übersicht zum Thema »Abfallmengen« finden Sie im Anhang auf Seite 92.

Der gesamte Unternehmensbericht ist auch online unter www.edeka-minden-geschaeftsbericht.de veröffentlicht.



ANHANGS-
VERZEICHNIS

Über den Bericht

ANHANG 1: ÜBERSICHT GRI-THEMEN

Wesentliches Thema	Innerhalb wirksam	Außerhalb wirksam
Indirekte ökonomische Auswirkungen	●	●
Beschaffungspraktiken	●	
Korruptionsbekämpfung	●	●
Wettbewerbswidriges Verhalten	●	●
Materialien	●	
Energie	●	
Emissionen	●	
Abwasser und Abfall	●	
Beschäftigung	●	
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	●	
Aus- und Weiterbildung	●	
Diversität und Chancengleichheit	●	
Lokale Gemeinschaften		●
Soziale Bewertung der Lieferanten	●	●
Kundengesundheit und -sicherheit	●	●
Marketing und Kennzeichnung	●	●

Personal- und Sozialbericht

ANHANG 2: MITARBEITERSTRUKTUR UND AUSZUBILDENDE DER EDEKA MINDEN-HANNOVER 2020

Mitarbeiter		Gesamt	%	Männer	%	Frauen	%	Divers	%
Total		28.461	100	11.604	41	16.856	59	1	0
nach Alter	< 30 Jahre	5.574	20	2.843	51	2.730	49	1	0
	30 – 50 Jahre	11.534	40	5.207	45	6.327	55	0	0
	> 50 Jahre	11.353	40	3.554	31	7.799	69	0	0
nach Betriebszugehörigkeit	< 10 Jahre	15.803	56	7.170	45	8.632	55	1	0
	10 – 25 Jahre	8.887	31	3.381	38	5.506	62	0	0
	> 25 Jahre	3.771	13	1.053	28	2.718	72	0	0
nach Arbeitsverhältnis	befristet	2.948	10	1.660	56	1.287	44	1	0
	unbefristet	25.513	90	9.944	39	15.569	61	0	0
nach Arbeitszeit	Vollzeit	12.231	43	8.040	66	4.191	34	0	0
	Teilzeit	16.230	57	3.564	22	12.665	78	1	0
	davon geringfügig	3.990	25	1.426	36	2.563	64	1	0
	davon SV-pflichtig	12.240	75	2.138	17	10.102	83	0	0

Auszubildende nach Unternehmensbereichen		
Einzelhandel (1.006 in Regie-Märkten, 1.689 im selbstständigen Einzelhandel)		2.695
Logistik		200
Produktion		105
Großhandel		90
Auszubildende insgesamt		3.090

Nachhaltigkeit

ANHANG 3: DIE FÜNF LANGFRISTIGEN NACHHALTIGKEITSZIELE BIS 2025, ZIELSTELLUNG UND ZIELERREICHUNG 2020

Bereich	Ziel 2025	Ziel 2020	Zielerreichung 2020
Umwelt	Reduktion des CO ₂ -Ausstoßes um 70 Prozent (Basis 2011)	Reduktion des CO ₂ -Ausstoßes um 25 Prozent zum Vorjahr	Reduktion des CO ₂ -Ausstoßes um 21,4 Prozent zum Vorjahr (ca. -42.000 Tonnen CO ₂)
Region	Umsatz mit Bio-Artikeln auf 1 Milliarde Euro pro Jahr steigern	Umsatz mit Bio-Artikeln beträgt 430 Millionen Euro	Umsatz mit Bio-Artikeln beträgt 497,9 Millionen Euro
Produkte	80 Prozent der Märkte erfüllen das Marktkonzept von EDEKA und dem WWF	Finalisierung des Konzepts, Umsetzung des Konzepts in 10 Testmärkten	Konzept zu ca. 80 Prozent erarbeitet. Umsetzung in einem Testmarkt.
Mitarbeiter	Familienfreundlichster Lebensmittelhändler im Absatzgebiet	Definition von individuellen Zielen für EH, Produktion, Logistik und Verwaltung durch eine Projektgruppe	Übergreifende Projektgruppe und Lenkungsausschuss konnten nicht gegründet werden. Ableitung von Ansatzpunkten aus den GBL-Interviews ist erfolgt, Feinkonzeptionierung ist in Arbeit. Einzelhandel: Aufnahme des Themas in den strategischen Personalzirkel ist erfolgt.
Gesellschaft	Jeder Markt führt einen Anspruchsgruppdialog und unterstützt ein soziales oder ökologisches Projekt	50 Regie- und 50 SEH-Märkte setzen ein nachhaltiges Projekt um	Anzahl erfüllt durch diverse Projekte (z. B. Botschafterkonzept, Stiftungsprojekte der nat. EDEKA Stiftung, Pfandspende, Tafelzusammenarbeit, Baum-Pflanz-Karte, etc.)

ANHANG 4: ENERGIEVERBRAUCH NACH PRIMÄRQUELLEN 2020 IN GIGAWATTSTUNDEN (GWH)

Energieverbrauch nach Primärquellen	2020	Tendenz (Vorjahr)
Direkter Energieverbrauch	338,89	↓
Gas (Erd- & Flüssiggas)	156,51	↓
Heizöl	6,00	↓
Kraftstoffe (Lkw, Pkw) ¹⁾	176,38	↓
Transport (Lkw)	163,07	↓
Dienstwagen (Pkw)	13,31	↓
Indirekter Energieverbrauch	331,44	↓
Strom	320,97	↓
Fernwärme	10,47	→
Gesamtenergieverbrauch innerhalb der Organisation	670,32	↓

Energieintensität der Organisation ²⁾	2020	Tendenz (Vorjahr)
Energieverbrauch in GWh	670,32	↓
Flächen in m ²	1.238.333	
Energieintensitätskennzahl in kWh/m²	541,3	→

DIREKTE UND INDIREKTE THG-EMISSIONEN IN TSD. T CO₂-ÄQUIVALENT (SCOPE 1 & 2)

Direkte und indirekte THG-Emissionen	2020	Tendenz (Vorjahr)
Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	89,49	↓
Gas (Erd- & Flüssiggas)	39,14	↓
Heizöl	1,78	↓
Kraftstoffe (Lkw, Pkw) ¹⁾	48,56	↓
Transport (Lkw)	44,98	→
Dienstwagen (Pkw)	3,58	↓
Indirekte THG-Emissionen (Scope 2)	52,11	↓
Strom	49,13	↓
Fernwärme	2,98	→
Summe THG-Emissionen (Scope 1 & 2)	141,60	↓

Intensität der THG-Emissionen ²⁾	2020	Tendenz (Vorjahr)
Summe der THG-Emissionen in Tsd. t	141,60	↓
Flächen in m ²	1.238.333	↓
Intensität der THG-Emissionen kg CO₂-e/m²	114,3	↓

MASSNAHMEN ZUR VERRINGERUNG DES ENERGIEVERBRAUCHS (EINSPARUNG IN MWH)³⁾

Maßnahmen zur Verringerung des Energieverbrauchs	2020
Beleuchtung (Planung gemäß Aktionsplan)	1.500
Umrüstung der Beleuchtung auf LED	
Optimierung Lichtsteuerung durch Reduzierung der Einschaltzeiten	
Kühlung (Planung gemäß Aktionsplan)	2.550
Erneuerung der Anlagentechnik (Austausch der Kälteanlage)	
Erneuerung der Kühlmöbel	
Organisation und Schulung	409
Einführung von Energiebeauftragten in den Märkten	

¹⁾ ohne Kraftstoff für Notstromaggregate
²⁾ Gesamtfläche gemäß Flächenschlüssel (Verkauf, Lager, Produktions- und Büroflächen)
³⁾ kalkulatorische Werte der in 2020 umgesetzten Energiesparmaßnahmen

ANHANG 5: UNSER BEITRAG ZU DEN SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDG	Beschreibung des SDGs	Unser Beitrag (Auswahl wesentlicher Bausteine)	Bearbeitet in folgender Verantwortungsdimension
Ziel 3: Gesundheit und Wohlergehen	Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	Großes Angebot frischer, nährstoffreicher Produkte plus Rezept- und Verwendungstipps im Markt, per Handzettel und online, Berücksichtigung besonderer Ernährungsformen (z. B. vegan, laktose- oder glutenfrei), Ernährungsbildung (Stiftungsprojekte der EDEKA-Zentrale, EDEKA Ernährungsservice), entlang der Lieferkette: Einhaltung der EDEKA-Sozialstandards, Mitglied der amfori BSCI, Fairtrade u. ä. Sortimente; Angebot für eigene Mitarbeiter im Rahmen des Engagements von »Vereinbarkeit von Beruf & Familie«	Produkte, Mitarbeiter, Gesellschaft
Ziel 8: Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit für alle	Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern	Genossenschaftlicher Förderauftrag, Verankerung von Wachstum und Menschenrechten im Leitbild, Verantwortung als teilweise größter Arbeitgeber im Absatzgebiet, Innovationstreiber im Mittelstand; entlang der Lieferkette: Einhaltung der EDEKA-Sozialstandards, Mitglied der amfori BSCI	Produkte, Mitarbeiter
Ziel 12: Nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen	Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	Ausbau des Anteils nachhaltiger Produkte im gesamten Sortiment, Arbeit am Eigenmarkensortiment gemeinsam mit dem WWF, WWF-Modell-Projekte, EDEKA Ernährungsservice-Angebote, nationale Stiftungsprojekte der EDEKA-Zentrale, Lebensmittelspenden, bedarfsorientierte Bestellprozesse, Projekte zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung (z. B. »Liebe ² «), Abfallmanagement, Transparenz durch integrierten Nachhaltigkeitsbericht, WWF-Fortschrittsbericht, Reduzierung von Transport- und Verpackungsmaterial, Umstellung auf nachhaltigere Verpackungsalternativen, Angebot von Mehrweg-Lösungen	Produkte, Region, Gesellschaft, Umwelt
Ziel 13: Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen	Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen	Senkung des Energieverbrauchs, Monitoring durch zertifiziertes Energiemanagement, effiziente Logistik, Ausbau der Infrastruktur für Elektromobilität, Test von alternativen Antriebstechnologien, Reduktion von Verpackungen bzw. Umstellung auf ökologischere Alternativen, Angebot von Mehrweg-Lösungen	Produkte, Region, Umwelt
Ziel 14: Ozeane erhalten	Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinn nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen	Fisch-Einkaufspolitik (Ausbau des Sortiments zertifizierter Produkte nach MSC, ASC, Bio), Erreichung des WWF-Ziels »Fisch und Meeresfrüchte«, sukzessive Umstellung der EDEKA-Eigenmarke ELKOS auf mikroplastikfreie Inhaltsstoffe, Einführung eines eigenen »Mikroplastikfrei«-Logos	Produkte
Ziel 15: Landökosysteme schützen	Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen	Erreichung der WWF-Ziele »Holz, Papier, Tissue«, »Soja«, »Palmöl & Palmkernöl« und »Beschaffungsmanagement«, WWF-Modell-Projekte, Förderung von Tierwohl in der Lieferkette, Einsatz des Tierschutzlabels, Unterstützung des WWF-LfA-Projekts, Ausbau des Biosortiments, Zusammenarbeit mit Demeter, Projekte zur Förderung lokaler Imker (z. B. Standorte von Bienenvölkern in Marktnähe, insektenfreundliche Begrünung)	Produkte

ANHANG 6: ANSPRUCHSGRUPPEN

Anspruchsgruppen	Themen	Dialogformen
Mitglieder (selbstständige Einzelhändler)	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Sicherheit • Stabilität • Mitarbeitergewinnung und -bindung • Klima- und Ressourcenschutz • Gesellschaftliches Engagement vor Ort • Werte der Genossenschaft 	<ul style="list-style-type: none"> • Interne Dialogforen (sog. Börsen) • Einzelhandelsbeirat¹⁾ • Generalversammlung • Kundendienst
Verbraucher	<ul style="list-style-type: none"> • Qualität • Produktsicherheit • Herkunft der Produkte • Verbraucherschutz • Ressourcenschutz • Energieeinsparung • Soziale Themen (entlang der Lieferkette und vor Ort) • Umgang mit Mitarbeitern 	<ul style="list-style-type: none"> • Kundentelefon • Gespräche im Markt • Marktforschung • Soziale Medien • Öffentlichkeitsarbeit
Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsbedingungen • Ausgleich Beruf und Privatleben • Gesundheitsmanagement • Berufliche Entwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungsgespräche • Intranet • Mitarbeiterbefragungen • Austausch über Betriebsrat • »Meine Idee« Ideenmanagement • Mitarbeiterzeitschrift »wir«
Gesellschafter	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie des Unternehmensverbunds 	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Foren • Regionsübergreifende Arbeitskreise • Sprecherrunde

¹⁾ 2020 haben diese Dialogformen aufgrund von Corona sowohl virtuell als auch in Präsenz stattgefunden

ANHANG 7: UNTERSTÜTZUNG EXTERNER INITIATIVEN UND WICHTIGE MITGLIEDSCHAFTEN – AUSZUG

Mitgliedschaften	Kooperationen
Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) (über EDEKA-Zentrale)	AFB gGmbH (Social and Green IT)
Ausschuss für Lebensmittelrecht und Qualitätssicherung - Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH)	Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH, Magdeburg
Beirat für Zoonosen in der Lebensmittelkette - Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen	ALBA Berlin
Bund der Steuerzahler e.V.	Arbeitskreis Sicherheit und Arbeitskreis Inventurdifferenzen (EHI Retail Institute)
Bundesverband der Deutschen Fleischwaren-Industrie e.V.	Bildungspartner - Soziale Initiative der Mindener Wirtschaft
Bundesvereinigung Logistik (BVL)	Caritas-Verbände (diverse Städte & Gemeinden)
Deutsche Arbeitsgruppe - IFS Management GmbH	Deutsche Kinderkrebsstiftung
Deutscher Tierschutzbund e.V.	Diakonische Stiftung Wittekindshof (Projekt »Liebe ² «)
DLG testservice GmbH	DRK-Lausitz Fahrdienst GmbH
DLG-Gesamtausschuss - Deutsche Landwirtschaftliche Gesellschaft e.V.	Elbe-Weser-Welten GmbH
DLG-Kommission für Fleischwirtschaft - Deutsche Landwirtschaftliche Gesellschaft e.V.	Fachstelle für Suchtprävention Berlin gGmbH
EHI Retail Institute GmbH	Fischtown Pinguins
Fachbeirat Fleisch - Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung	Freiwillige (Jugend-) Feuerwehren (diverse Städte & Gemeinden)
Fachbeirat Schädlingsbekämpfung - Weihenstephaner Institut für Getreideforschung	Hoffnungstaler Stiftung Lobetal
Fördermitglied in der DEHOGA (diverse Bundesländer)	Initiative Tierwohl
Gesellschaft zur Förderung des Tierwohls in der Nutztierhaltung mbH	Kinderschutzbunde (diverse Städte & Gemeinden)
Global G.A.P. (über EDEKA-Zentrale)	diverse Konsum-Genossenschaften
Global G.A.P. Risk-Assessment on Social Practices (über EDEKA-Zentrale)	Landesverbände Deutsche Tafeln e.V.
GS1 Germany GmbH	Landfrauenverband Sachsen-Anhalt e.V.
Handelsverband Deutschland (HDE)	Lebenshilfe Minden e.V.
HBB Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.	Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft
Initiative »Wir zusammen« (über EDEKA-Zentrale)	Parisozial Minden-Lübbecke/ Herford
Lenkungsausschuss - Tierschutzplan 4.0 des niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz	Paritätisches Bildungswerk Bremen
Lenkungsgremium - FQ-Cert GmbH	Per Mertesacker Stiftung
Marine Stewardship Council (MSC)	Salzwirker Bruderschaft im Thale zu Halle
Netzwerk »Unternehmen integrieren Flüchtlinge«	Sportvereine (diverse Städte & Gemeinden)
Organivent Entwicklungs- und Koordinationsgesellschaft mbH	Tierschutzvereine (diverse Städte & Gemeinden)
Pro Agro Verband zur Förderung des ländlichen Raumes in der Region Brandenburg-Berlin e. V.	World Wide Fund For Nature (WWF) (über EDEKA-Zentrale)
QS Qualität und Sicherheit GmbH	
Rainforest Alliance	
Unternehmensnetzwerk »Erfolgsfaktor Familie«	
Verband der Ernährungswirtschaft e.V. (VdEW)	
Verband Niedersächsischer Fleischwarenfabriken e.V.	
Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen e.V. (KAT e.V.)	
Verein zur Förderung des Fischhandels e.V.	
Zentralverband gewerblicher Verbundgruppen e.V.	

ANHANG 8: ZIELE DER PARTNERSCHAFT ZWISCHEN EDEKA-ZENTRALE UND WWF

Themenfeld	Ziele
Fisch und Meeresfrüchte	Zielsetzung ist es, das Fisch- und Meeresfrüchtesortiment zu 100 Prozent aus nachhaltigen Quellen zu beziehen. Im Eigenmarken-Sortiment erfolgt dies bis 2022. Bei Markenartikeln und Herstellermarken verfolgt EDEKA dies durch die kontinuierliche Ansprache von Lieferanten und Herstellern. Im Thekenbereich wird das Sortiment im EDEKA-Verbund auf nachhaltigere Quellen umgestellt und die Verbraucherinformation verbessert.
Holz, Papier, Tissue	EDEKA will zum Schutz der Wälder beitragen und stellt alle Holz-, Papier- und Tissue-Eigenmarkenprodukte sowie Endverbraucherpackungen der Eigenmarken zu 100 Prozent auf nachhaltige Alternativen um. Vorzugsweise ist das Recyclingmaterial (Blauer Engel/ FSC® Recycled) vor FSC®-zertifiziertem Frischfasermaterial. Zusätzlich will EDEKA weiterhin alle Transport- und Versandverpackungen der Eigenmarken komplett auf vorzugsweise FSC Recycling/ FSC umstellen. Ausgedehnt wird die Zielsetzung auf Holz- und Papiermaterialien, wie Eisstiele oder Bedienungsanleitungen der Eigenmarken.
Palmöl, Palmkernöl	EDEKA hat Palmöl in EDEKA-Eigenmarkenprodukten mit Palmölbestandteilen bereits komplett auf nachhaltigere Quellen umgestellt und optimiert das Zertifizierungsniveau weiter. Die Zertifizierung des reinen Palmöls erfolgt weiterhin nach 100 Prozent RSPO Segregated. Auch bei Palmkernöl will EDEKA nach RSPO Segregated zertifiziertes Palmkernöl verwenden. In allen EDEKA-Eigenmarken mit Derivaten und Fraktionen aus Palm(kern)öl setzt EDEKA weiterhin 100 Prozent RSPO Mass Balance-zertifizierte Ware ein. EDEKA fordert darüber hinaus Verbesserungen in den Standards und fördert deren Weiterentwicklung.
Soja	EDEKA will dazu beitragen, dass die Auswirkungen des Soja-Anbaus für Futterzwecke auf die Umwelt reduziert werden und eine verantwortungsvollere Ausrichtung beim Soja-Anbau erfolgt. EDEKA stellt beim Einsatz von Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung daher auf heimische bzw. europäische Futtermittel oder nachhaltigeres, gentechnikfreies, zertifiziertes Soja um (RTRS+GVO frei, Soja nach »Pro Terra«-Richtlinien, Donau Soja, Europe Soja).
Süßwasser	Wasserrisiken bei der Erzeugung von Eigenmarkenprodukten sollen erkannt und systematisch reduziert werden. Ein internes Wassermanagement inklusive EDEKA Wasserrisiko-Tool zur Verringerung der Wasserrisiken wird schrittweise eingeführt. Projekte zur konkreten Minderung von Wasserrisiken werden durchgeführt, auch mit dem Ziel, in den Anbauregionen ein vernetztes Management der Wasserressourcen über die einzelne Farm hinaus zu fördern (Water Stewardship). EDEKA und WWF setzen dabei auf den Standard der Alliance for Water Stewardship (AWS) und engagieren sich darüber hinaus für eine Markttransformation zur nachhaltigeren Wassernutzung, zum Beispiel über die Aufnahme verbesserter Wasserkriterien in Landwirtschaftsstandards.
Klima	EDEKA hat das Ziel, die THG-Emissionen des EDEKA-Unternehmensverbunds, bezogen auf die Verkaufsfläche in Quadratmetern, um 50 Prozent bis zum Jahr 2025 zu reduzieren (jeweils im Vergleich zum Basisjahr 2011). Diese Ziele gelten für die EDEKA-Zentrale und deren Tochtergesellschaft Netto Marken-Discount. Für die Reduktion des THG-Fußabdrucks im Sortiment werden neben eigenen Maßnahmen bei EDEKA auch Klimaschutzmaßnahmen innerhalb der Lieferkette im Rahmen einer neu zu gründenden »Climate Supplier Initiative« (CSI) durchgeführt. Der Fortschritt der THG-Emissionsminderung wird alle zwei Jahre in einer Klimabilanz veröffentlicht.
Verpackungen	EDEKA arbeitet kontinuierlich daran, seinen ökologischen Fußabdruck bei Produkt- und Transportverpackungen der EDEKA Eigenmarken zu reduzieren und hat das Ziel, Eigenmarkenverpackungen insgesamt nachhaltiger zu gestalten. Der Ansatz dabei sind individuelle Lösungen im Dreiklang der Schritte: Vermeidung, Mehrweg/ Reduzierung, Recycling. Gemeinsam mit dem WWF erarbeitet EDEKA hierzu konkrete Ziele. In den Fokus rückt dabei die Verpackungsoptimierung im Bereich Obst und Gemüse, der Einsatz von Recyclingmaterial bei PET-Flaschen im Bereich Einweggetränke und Drogerie/ WPR sowie die Reduzierung von Aluminium und PVC in Eigenmarken-Verpackungen. Zudem wurde die Reduktion von Einweg-Tragetaschen sowie von Hemdchen- und Knotenbeuteln vereinbart.
Beschaffungsmanagement	EDEKA will nicht nur einzelne Produkte, sondern seine Lieferketten langfristig und systematisch nachhaltiger gestalten. EDEKA und WWF arbeiten daher gemeinsam am Thema nachhaltiges Beschaffungsmanagement, das heißt an der schrittweisen Reduktion von Beschaffungsrisiken kritischer Agrarrohstoffe und dessen Monitoring. Unter anderem über ein in Entwicklung befindliches Webtool sollen Umwelt und Soziales systematisch im EDEKA-Einkauf kritischer Agrarrohstoffe – beginnend bei Obst und Gemüse – überprüft werden.

Einzelhandel

ANHANG 9: EINGESETZTE SERVICEVERPACKUNGEN (IM MARKT) JAHRESVERGLEICH 2019/2020

(in kg)	Einzelhandel ¹⁾		Backwaren- Bedientheke ²⁾		Großhandel ³⁾	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Pappe, Papier, Karton	3.071.023	2.691.103	785.032	763.759	–	–
Aluminium, sonstige Metalle	5.404	5.900	–	–	–	–
Kunststoffe	2.510.590	2.600.759	59.506	100.363	275.749	337.000
Sonstige Verbunde	7.103	10.169	1.714	1.768	–	–
Naturmaterialien	9.935	3.918	8.531	–	–	–

¹⁾ u.a. Verpackungen für Fleisch, Wurst, Käse, Obst und Gemüse, Convenience

²⁾ u.a. Verpackungsmaterial wie Bäckerbeutel, Sahne-Abdeckpapier, Pappteller

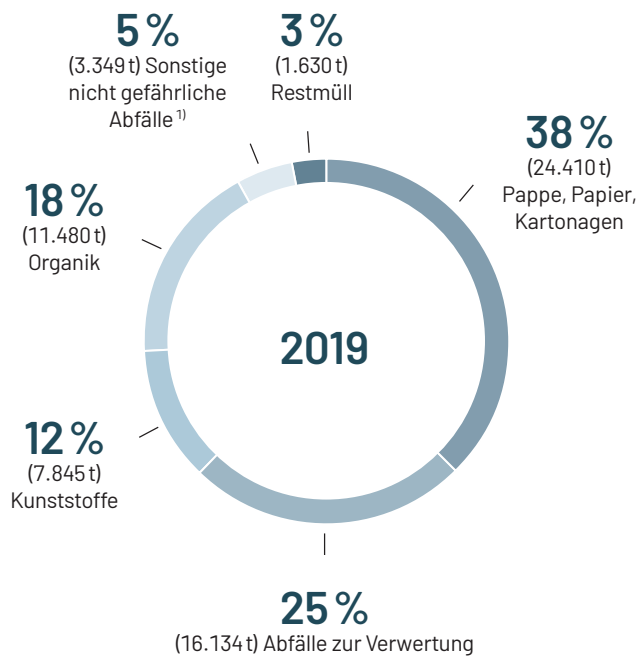
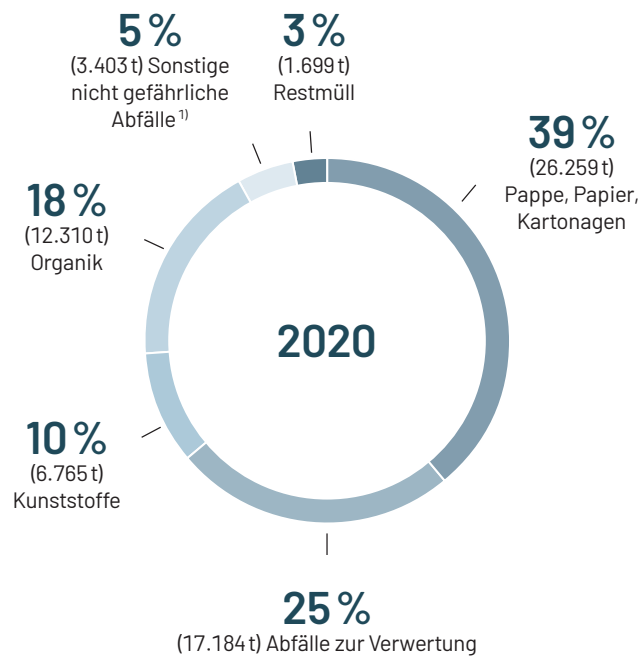
³⁾ Rollbehälter-Stretchfolie

Dienstleistungen

ANHANG 10: KUNDENHINWEISE 2020

	2020	2019
Bio-Produkte	4	469
Unverpackt- und Mehrweg-Konzepte	11	116
Verpackung allgemein	55	155
Lebensmittelverschwendung	37	73
Vegan	6	66
Nachhaltigkeit allgemein	5	27
Bio Janssen	0	13
Tierwohl	30	13
Lieferkette	42	0
Regionalität	45	12
Tragetaschen	0	10
Kassenbon	0	7
Sortiment	18	6
Getränke Mehrweg vs. Einweg	2	5
Feuerwehr-Spendenaktion	8	5
Fairtrade	2	3
Marktgebäude & Außengelände	2	3
Landwirte («Essen hat einen Preis verdient»)	444	0
Gesamt	711	983

ANHANG 11: ABFALLMENGEN 2019/2020 (IN T)



¹⁾ Metall, Sperrmüll, Baumisch, Holz, ungefährliche Elektroaltgeräte



KONZERNLAGEBERICHT

WESENTLICHE KONZERNGESELLSCHAFTEN

SPARTEN

EINZELHANDEL

- EDEKA-Markt Minden-Hannover GmbH
- E Reichelt Supermarkt GmbHs
- Marktkauf GmbHs
- Schäfer's Brot- und Kuchen-Spezialitäten GmbH
- EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG

GROSSHANDEL

- EDEKA Handelsgesellschaft Minden-Hannover mbH
- EDEKA Minden-Hannover IT-Service GmbH
- EDEKA Minden-Hannover Logistik-Service GmbH
- EDEKA Minden-Hannover Zentralverwaltungsgesellschaft mbH



IMMOBILIEN

- EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH
- Diverse Immobiliengesellschaften

DIENSTLEISTUNGEN

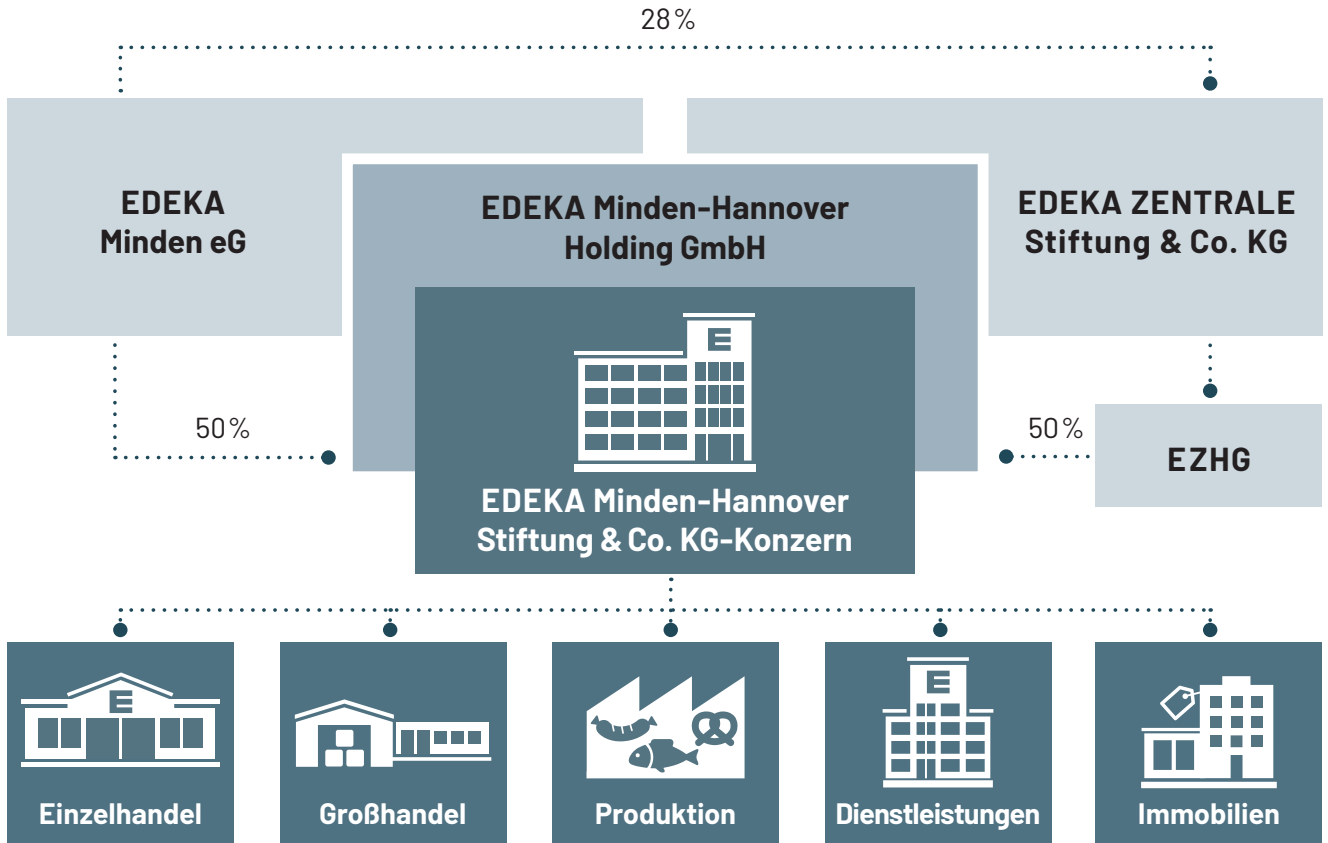
- MIOS-Werbung GmbH

PRODUKTION

- Bauerngut Fleisch- und Wurstwaren GmbH
- Goldswien GmbH
- Schäfer's Produktionsgesellschaft mbH
- Schäfer's Backwaren GmbH
- Hagenah Frische GmbH

GESCHÄFT UND RAHMENBEDINGUNGEN

KONZERNSTRUKTUR



GESCHÄFT

Die Förderung und Betreuung der Mitglieder sowie die Verwaltung, Sicherung und Mehrung des Vermögens sind die Hauptaufgaben der eingetragenen Genossenschaft EDEKA Minden (EDEKA Minden eG). Ein wesentlicher Vermögenswert ist die indirekte Beteiligung an dem EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG-Teilkonzern (»Teilkonzern«), über den sie wirtschaftlich ihre Aufgaben erfüllt. An diesem Teilkonzern EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG hält die EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH (»Holding«) 100 Prozent der Kommanditanteile. Persönlich haftende Gesellschafterin ist die EDEKA Minden-Hannover Holding Stiftung. Die Gesellschafter der Holding sind die EDEKA Minden eG und die EDEKA Zentralhandels-gesellschaft mbH (EZHG) mit je 50 Prozent (= 50,0 Millionen Euro) Anteil am Stammkapital. Zudem hält die EDEKA Minden eG 28 Prozent der Anteile an der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG (vormals EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG). Die Aufsichtsräte der EDEKA Minden eG sind zugleich auch Aufsichtsräte der Holding.

Der von den Mitgliedern gewählte Vorstand trägt die Gesamtverantwortung für die EDEKA Minden eG. Er vertritt die Genossenschaft nach außen und verantwortet ihre Geschäftstätigkeit sowie die der Tochter- und Beteiligungsunternehmen. Im Berichtsjahr setzte sich der Vorstand aus sechs männlichen Mitgliedern zusammen (drei geschäftsführende und drei ehrenamtliche Vorstandsmitglieder).

Der Aufsichtsrat der Genossenschaft überwacht den Vorstand bei seiner Geschäftsführung. Wichtige Entscheidungen (lt. § 51 der Genossenschaftssatzung) treffen Vorstand und Aufsichtsrat nach gemeinsamer Beratung in getrennter Abstimmung.

Der Aufsichtsrat der Holding besteht derzeit aus zehn Arbeitgeber-Vertretern (Aufsichtsrat der EDEKA Minden eG) und fünf Vertretern der Arbeitnehmer. Seine Aufgabe ist die Kontrolle der Holding-Geschäftsführung sowie der Geschäftsführung der Tochter- und Beteiligungsgesellschaften. Im Berichtsjahr bestand der Aufsichtsrat aus fünf weiblichen und zehn männlichen Mitgliedern.

Die EDEKA ist ein genossenschaftlicher Unternehmensverbund. Die Genossenschaftssatzung beschreibt den Unternehmenszweck: »Gegenstand des Unternehmens ist, wirtschaftlich gesunde, voll existenzfähige Betriebe selbstständiger Unternehmer des mittelständischen Lebensmittel-Einzelhandels und verwandter Berufsgruppen zu schaffen, sie zu fördern und zu erhalten«.

Die heutige EDEKA Minden-Hannover wurde 1920 als genossenschaftlicher Verbund von selbstständigen Kaufleuten gegründet, zunächst unter dem Namen: »Weserkauf-Kolonialwarenhandler-Bezugsgenossenschaft für Minden und Umgebung«.

Heute zählen 559 Genossenschaftsmitglieder zur EDEKA Minden eG. Im Berichtsjahr wurden weitere fünf Standorte privatisiert.

Die Privatisierung ist ein wichtiger Beitrag zur Förderung des mittelständischen Unternehmertums. EDEKA gilt als einer der bedeutendsten Existenzgründer in Deutschland.

Das operative Geschäft des Teilkonzerns ist in fünf Geschäftsbereiche mit diversen Tochtergesellschaften aufgeteilt. Der Geschäftsbereich **Einzelhandel** einschließlich Vertrieb Backwaren ist im Lebensmitteleinzelhandel mit eigenen Vertriebskonzepten und zahlreichen Marken in seinem Segment selbstständig am Markt tätig. Der Geschäftsbereich **Großhandel** einschließlich C+C Fachgroßhandel versorgt Mitglieder und Kunden mit Lebensmitteln und Artikeln des täglichen Bedarfs. Der C+C Fachgroßhandel besteht in der 40-prozentigen Beteiligung an der bundesweit tätigen EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG. Die **Produktion** beliefert den Großhandel mit Fleisch- und Wurstwaren, mit Fisch sowie Backwaren. Der Geschäftsbereich **Dienstleistung** erbringt Leistungen für den Konzern sowie für Mitglieder und Kunden. Der Geschäftsbereich **Immobilien** umfasst im Wesentlichen die Standortsicherung durch den Erwerb und die Errichtung von Immobilien, das Facility Management sowie die An- und Vermietung von Immobilien für den Einzelhandel.

GESAMTWIRTSCHAFTLICHES UMFELD

Die Weltwirtschaft wurde im Jahr 2020 durch die Corona-Pandemie erschüttert. Die neuartige Atemwegserkrankung COVID-19 wurde am 31. Dezember 2019 erstmalig im chinesischen Wuhan der Weltgesundheitsorganisation (WHO) durch die dortigen Behörden bestätigt.

Am 30. Januar 2020 bewertete die Weltgesundheitsorganisation (WHO) die Geschehnisse um die Ausbreitung des Coronavirus als »gesundheitliche Notlage von internationaler Tragweite«. Aufgrund der Neuartigkeit und Gefährlichkeit sowie der Angst, vorsorglich oder bei Infizierung mit dem Virus in eine 14-tägige häusliche Quarantäne zu müssen, haben viele Menschen angefangen, sog. »Hamsterkäufe« zu tätigen und sich zu bevorraten. Dieses hat zum Teil solche Ausmaße erreicht, dass die Lebensmitteleinzelhändler kaum damit nachgekommen sind, leere Regale wieder aufzufüllen. Die Bevorratung betraf besonders Nudeln, Mehl, Konserven, Fertigsuppen und Hygieneartikel wie Toilettenpapier und Seife.

Die WHO bewertete am 11. März 2020 die globale Lage neu und sprach fortan von einer Pandemie, da sich das Coronavirus seit Beginn des Jahres weltweit mit einer rasanten Geschwindigkeit ausgebreitet hat. Am 13. März wurde die Schließung aller Schulen und Kindergärten in ganz Deutschland angeordnet. Auch sämtliche öffentliche Veranstaltungen wurden abgesagt, Büchereien, Museen sowie alle Bereiche mit Publikumsverkehr wurden geschlossen und die Bevölkerung wurde aufgerufen, zu Hause zu bleiben. Der Lebensmitteleinzelhandel war als systemrelevante Infrastruktur von der Schließung nicht betroffen.

Die Auswirkungen der Pandemie auf die Wirtschaft sind infolge der im In- und Ausland ergriffenen Maßnahmen zur Eindämmung bereits seit dem ersten Halbjahr 2020 massiv zu spüren gewesen. So sind im zweiten Quartal fast überall die Exporte eingebrochen, da Kontaktbeschränkungen das Wirtschaften über Ländergrenzen hinweg erschwert haben und die weltweite Nachfrage nach wichtigen Exportgütern wie Automobilen oder Industrierohstoffen eingebrochen ist. Der Welthandel mit Waren sank in den ersten Monaten dieses Jahres in etwa so stark wie während der Finanzkrise im Winterhalbjahr 2008/2009. Deutlich stärker als damals ging allerdings der Handel mit Dienstleistungen zurück, vor allem durch den weitgehenden Stillstand im internationalen Reiseverkehr und Tourismus. Auch waren die Konsummöglichkeiten aufgrund der Infektionsschutzmaßnahmen stark eingeschränkt, sodass infolgedessen der private Verbrauch im Verlauf des ersten Halbjahres um 16,3 Prozent zurückging, während die Sparquote der Haushalte auf einen historischen Höchststand stieg. In der ersten Jahreshälfte 2020 ist die Wirtschaftsleistung in Deutschland so stark eingebrochen wie nie zuvor in einem Sechsmonatszeitraum seit Bestehen der Bundesrepublik; im zweiten Quartal lag sie um 11,5 Prozent unter ihrem Niveau vom Schlussquartal 2019. Die Schließung von Schulen und Kindertagesstätten belastete zusätzlich jene Wirtschaftsbereiche, die sich nicht für das Arbeiten von zu Hause eignen und wo Arbeitskräfte wegen Kinderbetreuungs-pflichten ihren Arbeitsplatz nicht aufsuchen konnten.

Trotz diverser bundesdeutscher und europäischer Wirtschaftshilfen gerieten kleine wie auch große Unternehmen und Konzerne in eine ökonomische Schiefelage. Sinnbildlich hierfür steht die Rettung der Lufthansa durch ein Hilfsprogramm der Bundesregierung in Milliardenhöhe am 25. Mai 2020.

Nach dem ersten »Lockdown« in den Monaten März und April setzte schon im Mai eine kräftige Gegenbewegung ein, die sich in nahezu allen Branchen finden ließ:

Die **Einzelhandelsumsätze** haben bereits im Mai ihr Vorkrisenniveau überschritten und im August ein Allzeithoch erreicht. Hier ist die Weltwirtschaft vor allem deswegen angesprungen, weil viele Arten des privaten Konsums, die mit sozialen Kontakten einhergehen, wieder möglich wurden und die Kaufkraft der privaten Haushalte weitaus weniger zurückging als die Produktion. Eine entscheidende Rolle dürften hierfür eine aktive Finanzpolitik sowie automatische Stabilisatoren gespielt haben: Beschäftigte, die aufgrund der Pandemie ihre Lohneinkommen verloren haben, wurden in erheblichem Ausmaß finanziell unterstützt. Allerdings wurde die Kauffreude von der gestiegenen Arbeitslosigkeit und der hohen Unsicherheit überschattet. Daher wurde als zusätzliche Maßnahme zur Entlastung der privaten Haushalte und zur Stabilisierung der deutschen Wirtschaft am 3. Juni die zeitlich befristete Absenkung der Umsatzsteuersätze vom 1. Juli bis zum 31. Dezember beschlossen.

In der **Industrie** konnte der Einbruch durch die zuvor ausgefallene Produktion bis einschließlich August bereits zu etwa 60 Prozent aufgeholt werden. Jedoch haben die Unsicherheit und die massiv gesunkene Kapazitätsauslastung die Unternehmen für einige Zeit von Investitionen abgehalten und haben die Erholung der Investitionstätigkeit von dem in den Wochen des Lockdowns verzeichneten Einbruch gedämpft. Unternehmen, die aufgrund von Infektionsschutzmaßnahmen Umsatzausfälle verkraften mussten, wurde Liquidität bereitgestellt oder der Staat bürgte für Unternehmenskredite. Zudem wurden erhöhte öffentliche Investitionen und Maßnahmen zur Förderung privater Investitionen geplant. Diese geschnürten Fiskalpakete sind in ihrem Umfang einmalig.

Im **Dienstleistungssektor** hingegen ging die Wertschöpfung besonders stark zurück; er litt insbesondere aufgrund der Reisebeschränkungen und der Maßnahmen zur Einschränkung sozialer Kontakte, sodass im Verkehrswesen, im Tourismus sowie in der Gastronomie und im Veranstaltungsbereich hohe Defizite eingefahren wurden, die nicht durch Nachholeffekte ausgeglichen werden konnten.

Der im Mai gestartete allgemeine Erholungsprozess verlor jedoch zunehmend an Fahrt, da Nachholeffekte ausgelaufen sind, einige Branchen weiterhin erheblichen Einschränkungen ausgesetzt waren und die für die deutsche Wirtschaft wichtige globale Investitionstätigkeit weiterhin geschwächt blieb. Zudem sind die Infektionszahlen vielerorts nach der schrittweisen Lockerung der Infektionsschutzmaßnahmen wieder deutlich gestiegen, was im 4. Quartal zunächst einen »Teil-Lockdown« zum 2. November mit Schließung nahezu aller Einzelhandelsgeschäfte, Kultureinrichtungen und der Gastronomie zur Folge hatte. Aufgrund regionaler Verordnungen und Erlasse kam es auch im Lebensmitteleinzelhandel erneut zu Einschränkungen hinsichtlich der maximalen Kundenanzahl und der Öffnungszeiten von Märkten. Am 2. Dezember wurde der »Teil-Lockdown« bis zum 10. Januar 2021 durch einen Beschluss des Bundes und der Länder verlängert. Der Beschluss des Bundes und der Länder vom 13. Dezember führte zu einer weiteren Verschärfung der Corona-Maßnahmen. Der Beschluss sah einen sog. »harten Lockdown« vor, der u. a. die Schließung der Schulen in der Zeit ab dem 16. Dezember bis ins neue Jahr zur Folge hatte.

Die Wirtschaftspolitik hat frühzeitig mit massiven finanzpolitischen Maßnahmen auf die Corona-Krise reagiert. Die Konjunkturprogramme haben im Zusammenspiel mit den automatischen Stabilisatoren dazu beigetragen, dass die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte selbst in der akuten Krisenphase relativ stabil blieben. Dies führt zugleich dazu, dass der öffentliche Gesamthaushalt das laufende Jahr mit einem Rekorddefizit abschließen wird nach einem Überschuss von 53 Milliarden Euro (1,5 Prozent in Relation zur Wirtschaftsleistung) im Vorjahr. Auch in den kommenden beiden Jahren werden die Fehlbeträge beträchtlich bleiben.

Die deutsche Wirtschaft erlitt durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie eine rezessive Entwicklung. Das Bruttoinlandsprodukt nahm im Vergleich zum Vorjahr preisbereinigt um 4,9 Prozent ab. Im Vergleich zum Vorjahr ist auszugsweise im 2. Quartal ein Rückgang des Bruttoinlandsproduktes preisbereinigt um 11,3 Prozent zu verzeichnen, was durch die Einschränkungen des ersten sog. »Lockdowns« zu erklären ist. Der private Konsum nahm im 2. Quartal um 12,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ab. Ganzjährig ist für den privaten Konsum ein Rückgang von 6,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen. Die staatlichen Konsumausgaben stiegen hingegen preisbereinigt um 3,3 Prozent. Die Inflationsrate in Deutschland betrug 0,4 Prozent.

Die robuste Verfassung des Arbeitsmarktes hat durch die Corona-Krise einen leichten Rückschlag erlitten. Im Jahresdurchschnitt 2020 waren rund 44,8 Millionen Erwerbstätige beschäftigt (Vorjahr: 45,3 Millionen).

ENTWICKLUNGEN

LEBENSMITTELEINZELHANDEL 2020

Im Lebensmitteleinzelhandel (LEH – Vollsortimenter, Discounter und Drogeriemärkte) stiegen die Umsätze 2020 nach Angaben des Marktforschungsinstituts GfK nominal um 11,3 Prozent nach 1,7 Prozent im Vorjahr. Der Lebensmitteleinzelhandel profitierte nach Analysen der GfK von der Schließung der Gastronomie und dem daraus resultierenden höheren Inhome-Konsum der privaten Haushalte. Mit Blick auf die einzelnen Vertriebslinien schnitten die Vollsortimenter (Super- und Verbrauchermärkte) wieder deutlich besser ab als der LEH insgesamt – ihr Zuwachs lag im Jahr 2020 mit 16,7 Prozent (Vorjahr: 3,0 Prozent) deutlich über dem Gesamtmarkt.

KONZERNENTWICKLUNG

Die EDEKA Minden-Hannover erhöhte den Umsatz aus dem Warengeschäft um 8,6 Prozent auf 10,3 Milliarden Euro, während der um die Erträge aus allen Lieferungen und Leistungen erweiterte Umsatz gemäß Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRUG) um 8,4 Prozent auf 10,6 Milliarden Euro anstieg. Mit einer Steigerung um 8,4 Prozent auf vergleichbarer Verkaufsfläche entwickelte sich der Einzelhandel der EDEKA Minden-Hannover außerordentlich gut. Die führende Marktposition im Geschäftsgebiet konnte ausgebaut werden.

Auch 2020 zeigte der unternehmergeführte selbstständige Einzelhandel mit seinen motivierten Teams, lokal zugeschnittenen Sortimenten sowie individuell gestalteten Märkten wieder seine Stärken. Nähe zum Markt und zu den Kunden sind seine entscheidenden Wettbewerbsvorteile. Im Sinne des genossenschaftlichen Förderauftrags wurden fünf Märkte in die Hände selbstständiger Einzelhändler gegeben. In drei Fällen war die Übertragung mit einer Existenzgründung – überwiegend durch die jeweilige Marktleitung – verbunden. Selbstständige Einzelhändler betreiben rund 70 Prozent der 1.469 Märkte.

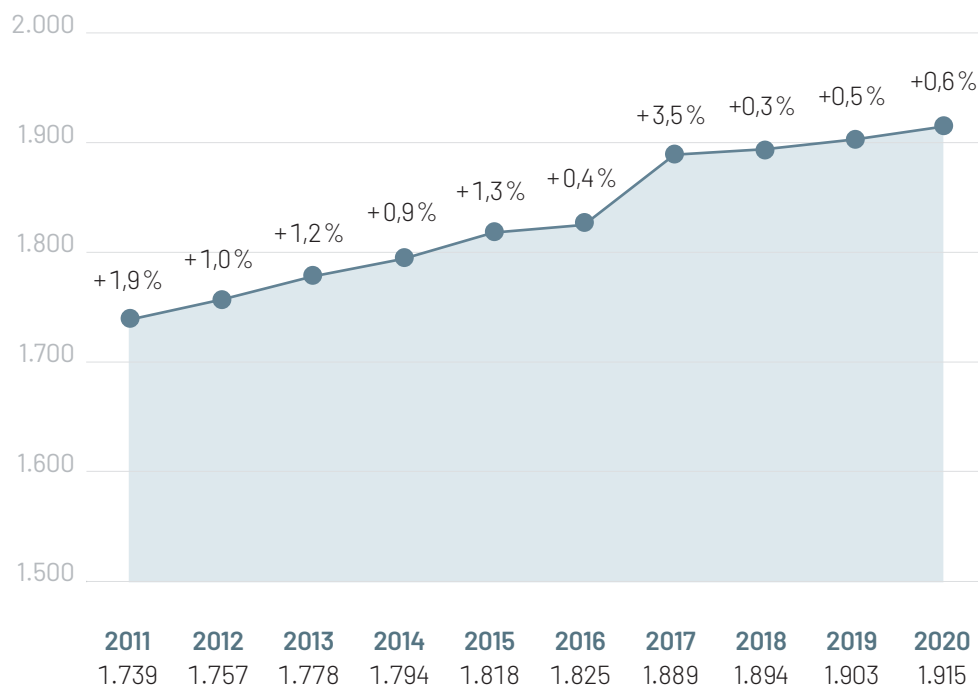
VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNG

Zum Jahresende 2020 zählten 1.469 Einzelhandelsmärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.915.050 Quadratmetern zur EDEKA Minden-Hannover (Vorjahr: 1.488 Märkte, Gesamtverkaufsfläche 1.902.691 Quadratmeter).

Zum 31.12.2020 beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Markt 1.304 Quadratmeter (Vorjahr: 1.279 Quadratmeter). Die durchschnittliche Verkaufsfläche von 1.775 Quadratmetern je neu eröffnetem Markt ist das Ergebnis der Geschäftspolitik im Bereich Expansion. Ziel war und ist die Expansion in zukunftsfähige Marktgrößen.

VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNG 2011-2020

in Tausend m² / Nettoexpansion in Prozent



UMSATZ UND ERTRAGSLAGE

UMSATZ

Im Geschäftsjahr 2020 erzielte der Konzern EDEKA Minden-Hannover einen Umsatz nach BilRUG von 10,6 Milliarden Euro. Der nach BilMoG für 2020 mit 10,1 Milliarden Euro geplante Konzernumsatz wurde mit einem Ist-Konzernumsatz in Höhe von 10,3 Milliarden Euro übertroffen. Die Umsatzplanung wurde insbesondere in der Sparte Zustellgroßhandel überschritten.

Der Konzernumsatz verteilt sich wie folgt auf die Sparten:

Konzernumsatz (in Mio. €)	2020	2019
Einzelhandel und Vertrieb Backwaren	3.137	2.936
Großhandel	7.047	6.437
Zustellgroßhandel	(6.215)	(5.654)
C+C Fachgroßhandel	(832)	(783)
Produktion	121	123
Dienstleistung	3	9
Immobilien	298	281
Konzernumsatz	10.606	9.786

UMSATZENTWICKLUNG IN DEN SPARTEN

2020 konnte der **Einzelhandel** der EDEKA Minden-Hannover-Gruppe seinen Marktanteil weiter ausbauen. Insbesondere die Umsatzentwicklung der ehemaligen Kaiser's-Märkte hat dies begünstigt. Durch die Privatisierungen in den letzten Jahren wurden Umsätze des Regie-Einzelhandels an den selbstständigen Einzelhandel übertragen. Mit einem flächenbereinigten Zuwachs von 8,4 Prozent entwickelte sich die Einzelhandelssparte mit ihren klassischen Super- und Verbrauchermärkten außerordentlich gut.

Bei der Gegenüberstellung der einzelnen EDEKA-Vertriebsformate erzielten die großflächigen Formate EDEKA Center mit +9,1 Prozent sowie MARKTKAUF mit +8,9 Prozent im Geschäftsgebiet auf vergleichbarer Fläche die stärkste Umsatzentwicklung.

Das Jahr 2020 war geprägt durch die Corona-Pandemie, welche im Lebensmitteleinzelhandel deutliche Auswirkungen hatte. Aufgrund der »Hamsterkäufe« ab Ende Februar bis Mitte März 2020 sowie der allgemein erhöhten Nachfrage mussten immense logistische Herausforderungen gemeistert werden, um diese bedienen zu können und die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln sicherzustellen. Aus diesem Grund traten Sonderaktionen zum Jubiläum und Geburtstagsereignissen für die Kunden im Rahmen des Jahresmottos 2020 »100 Jahre EDEKA Minden eG« vorübergehend in den Hintergrund und konnten nicht in der Form gefeiert werden,

wie dieses zuvor geplant war. Viele Aktionen und Aktivitäten konnten jedoch insbesondere in den Sommermonaten durchgeführt werden. Zwar war die Lebensmittelbranche in ihrer Gesamtbetrachtung unter ökonomischen Gesichtspunkten nicht nachteilig betroffen – trotzdem waren auch hier die negativen Effekte der Pandemie deutlich zu spüren: der Einbruch des Großverbrauchergeschäftes, geschlossene Gastro-Bereiche oder die Auswirkungen des zeitweilig komplett zurückgefahrenen Tourismus auf entsprechende Einzelhandelsstandorte.

In der **Großhandelssparte** werden sowohl der Zustell- als auch der Abholgroßhandel (Cash+Carry und Großverbraucher-Service) gezeigt. Der konsolidierte Umsatz (ohne Umsätze mit Konzerngesellschaften) beträgt 7,0 Milliarden Euro und liegt damit 9,5 Prozent über dem Vorjahr.

Die EDEKA Handelsgesellschaft konnte ihren Warenumsatz um 8,8 Prozent erhöhen. Der Umsatzzuwachs wurde im Wesentlichen auf vergleichbarer Fläche im Einzelhandel und durch Expansion im selbstständigen wie auch im Regie-Einzelhandel erzielt. Auch in diesem Segment bestätigt sich ein Trend: Regionale Produkte gewinnen weiter an Bedeutung.

Der **C+C Fachgroßhandel** besteht in der 40-prozentigen Beteiligung an der bundesweit tätigen EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG, die gemeinschaftlich von den Gesellschaftern geführt wird. Kerngeschäft des C+C Fachgroßhandels bleiben der beratungsintensive Gastronomiemarkt mit seinen System- und Individualkonzepten sowie der Großverbraucherbereich. Hierzu zählt insbesondere die Versorgung von Krankenhäusern, Seniorenheimen, Schulküchen und Betriebskantinen mit hochwertigen Lebensmitteln sämtlicher Warengruppen. Die EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG betreibt neben 18 Filialen der Handelshof-Gruppe 73 C+C Großmärkte.

Unter dem C+C Fachgroßhandel wird ein anteilmäßig konsolidiertes Umsatzvolumen der EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG von 832 Millionen Euro (Vorjahr: 783 Millionen Euro) ausgewiesen. Der Umsatzanstieg resultiert aus der Übernahme der Handelshof-Gruppe in 2019, von der im Vorjahr nur die Umsätze des zweiten Halbjahres bei der EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG konsolidiert wurden.

Die **Schäfer's Produktionsgesellschaften** betreiben aktuell vier Produktionsbetriebsstätten. Der Standort Porta Westfalica (Kleinenbremen) wird noch als logistischer Umschlagsplatz genutzt. Die Schäfer's Produktionsgesellschaften erwirtschafteten im zurückliegenden Geschäftsjahr unkonsolidierte Umsätze ohne Kostenartikel in Höhe von insgesamt 151 Millionen Euro (Vorjahr: 154 Millionen Euro). Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem leichten Rückgang von 1,9 Prozent. Hierin spiegelt sich das durch Corona veränderte Kaufverhalten der Kunden wider, die deutlich seltener einkaufen und verpackte Ware bevorzugen. Im Rahmen der temporären Stilllegung des Werkes Osterweddingen I im Jahr 2020 wird die Produktionsstätte für die Produktion von Bio-Backwaren umgebaut, um den Verbrauchern in Zukunft ein reichhaltiges Bio-Backwaren Sortiment anbieten zu können. Das Erreichen der vollen Leistungsfähigkeit im Schäfer's-Werk in Lehrte trug im zurückliegenden Geschäftsjahr jedoch dazu bei, dass sich die Backwarensparte gut im weiterhin umkämpften Wettbewerb behaupten konnte.

Die Sparte **Produktion Fleisch- und Wurstwaren** der EDEKA Minden-Hannover erwirtschaftete im zurückliegenden Geschäftsjahr unkonsolidierte Warenumsätze in Höhe von 692 Millionen Euro (Vorjahr: 647 Millionen Euro), mithin eine Erhöhung um 7,0 Prozent. Der deutliche Anstieg resultiert aus der gestiegenen Nachfrage der Verbraucher nach verpackten Fleisch- und Wurstwaren. Die auftretende Afrikanische Schweinepest wirkt sich auf die Rohstoffbeschaffung für die Produktion von Fleisch- und Wurstwaren aus. Eine feste Basis des Erfolgs war und ist das Bauerngut-Markenfleischprogramm in Kombination mit dem strengen Qualitätsmanagementprogramm des Unternehmens. Parallel dazu sorgen stetig optimierte Produktions- und Logistikkabläufe sowie Neuheiten im Bauerngut-Sortiment für stabile Wachstumsperspektiven.

Die Übernahme des Hamburger Traditionsunternehmens **Hagenah** im Mai 2018 führte bereits im Jahr 2019 zu einer Verbesserung der Fischkompetenz im Konzern, die im Jahr 2020 nochmals gesteigert werden konnte. Unsere EDEKA-Kunden an den Fischtheken und insbesondere unsere Kunden im Gastro- und Großverbraucherbereich profitieren vom umfassenden Sortiments-Know-how. Hier wurde 2020 ein unkonsolidierter Umsatz von 22 Millionen Euro erzielt (Vorjahr: 17 Millionen Euro). Gründe für den Anstieg sind insbesondere der gesteigerte private Konsum sowie die Ausweitung der Einzelhandelsbelieferung.

Die Umsatzerlöse der Sparte **Dienstleistungen** beinhalten im Wesentlichen Werbeleistungen an konzernfremde Unternehmen. Die unkonsolidierten Umsätze der MIOS-Werbung GmbH betragen 74 Millionen Euro (Vorjahr: 67 Millionen Euro).

Der Geschäftsbereich **Immobilien** umfasst im Wesentlichen die Standortsicherung durch den Erwerb und die Errichtung von Immobilien, das Facility Management sowie die An- und Vermietung von Immobilien für den Einzelhandel. 2020 wurde ein Außenumsatz von 298 Millionen Euro (Vorjahr: 281 Millionen Euro) erzielt.

ERGEBNISKENNZAHLEN

Der Konzern erwirtschaftete ein Konzernergebnis von 142,3 Millionen Euro (Vorjahr: 115,8 Millionen Euro). Dieses positive Ergebnis spiegelt sich auch im operativen Ergebnis wider, welches für 2020 291,6 Millionen Euro (Vorjahr: 209,2 Millionen Euro) beträgt. Das operative Ergebnis ist das Konzernergebnis vor Steuern (210,5 Millionen Euro), bilanziellen Sondermaßnahmen (-66,2 Millionen Euro) sowie Abschreibungen auf Firmenwerte und Belieferungsrechte aus Unternehmenskäufen (14,9 Millionen Euro).

Die bilanziellen Sondermaßnahmen enthalten im Wesentlichen die Zusatzvergütung an den Einzelhandel (-40,4 Millionen Euro), Zuführungen bei den Drohverlustrückstellungen aus Mietverträgen (-22,5 Millionen Euro) und Veräußerungsgewinne aus Grundstücken (4,8 Millionen Euro).

Dem Anstieg des Rohertrages stehen höhere Personalkosten, Abschreibungen, sonstige Aufwendungen und gestiegene Steuern gegenüber. Das Finanzergebnis hat sich vor allem durch gestiegene Beteiligungserträge bei einem verringerten Zinsergebnis verbessert. Das Konzernergebnis ist per Saldo gestiegen.

Das EBIT beträgt 229,2 Millionen Euro (Vorjahr: 187,6 Millionen Euro) und das EBITDA beträgt 448,0 Millionen Euro (Vorjahr: 402,5 Millionen Euro).

Ergebniskennzahlen (in Mio. €)	2020	2019
Konzernergebnis	142,3	115,8
Steuern	68,2	55,1
EBT	210,5	170,9
Nettozinsergebnis	18,7	16,7
EBIT	229,2	187,6
Firmenwert-Abschreibungen	14,9	16,0
EBITA	244,1	203,6
Abschreibungen Anlagevermögen	203,9	198,9
EBITDA	448,0	402,5

Die Abweichung zwischen dem Plan-EBT (152,6 Millionen Euro) und dem Ist-EBT (210,5 Millionen Euro) resultiert im Wesentlichen aus deutlich über Plan liegenden operativen Ergebnissen im Einzelhandel und im Großhandel.

Bezogen auf die Geschäftsbereiche ergeben sich folgende Ergebniskennzahlen:

Ergebnisse (in Mio. €)	2020	2019
Einzelhandel und Vertrieb Brot- und Backwaren	3,2	-28,7
Zustellgroßhandel	210,1	180,6
C+C Fachgroßhandel	-36,2	-12,6
Fleischproduktion	19,0	11,9
Backwarenproduktion	-20,6	-28,0
Fischproduktion	-2,7	-2,1
Sonstige Gesellschaften	55,9	52,8
Zweckgesellschaften	6,1	6,5
Summen-EBT	234,8	180,4
Konsolidierung ohne latente Steuern	-24,3	-9,5
Konzern-EBT	210,5	170,9
Steuern	68,2	55,1
Konzernergebnis	142,3	115,8

VERMÖGENS- UND FINANZLAGE

BILANZ- UND KAPITALSTRUKTUR

Im Geschäftsjahr 2020 erhöhte sich die Bilanzsumme um 55,8 Millionen Euro auf 3.581,5 Millionen Euro. Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Geschäftsjahr 2020 eine Erhöhung um 117,8 Millionen Euro auf 2.576,3 Millionen Euro zu verzeichnen. Die kurzfristigen Vermögenswerte einschließlich liquider Mittel verminderten sich um 62,0 Millionen Euro auf 1.005,2 Millionen Euro.

Vermögensstruktur (in Mio. €)	31.12.2020	31.12.2019
Anlagevermögen	2.522,2	2.409,8
Übrige mittel- und langfristige Vermögenswerte	54,1	48,7
Kurzfristige Vermögenswerte	810,4	923,8
Liquide Mittel	194,8	143,4
Vermögenswerte	3.581,5	3.525,7

Im langfristigen Bereich betreffen die wesentlichen Änderungen das Anlagevermögen. Die Sachanlagen stiegen durch Investitionen im Zusammenhang mit der Modernisierung von Einzelhandelsmärkten und mit Erweiterungen in den Bereichen Großhandel (Tiefkühlager Lauenau) und Produktion (Erweiterung Backwaren Betriebsstätte Lehrte) sowie durch Investitionen in die Logistik (Erweiterung Fuhrpark). Durch Abschreibungen und Anlagenabgänge wird dies teilweise kompensiert. Kurzfristig haben sich stichtagsbedingt im Wesentlichen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Vermögensgegenstände reduziert, während sich die liquiden Mittel erhöht haben.

Kapitalstruktur (in Mio. €)	31.12.2020	31.12.2019
Wirtschaftliches Eigenkapital ohne auszuschüttende Ergebnisanteile	1.836,6	1.696,0
Mittel- und langfristige Finanzierungsmittel	400,2	427,9
Kurzfristige Finanzierungsmittel	1.344,7	1.401,8
Finanzierungsmittel	3.581,5	3.525,7

Die Konzernbilanz der EDEKA Minden eG weist ein wirtschaftliches Eigenkapital in Höhe von 1.836,6 Millionen Euro auf. Es setzt sich wie folgt zusammen:

Wirtschaftliches Eigenkapital (in Mio. €)	31.12.2020	31.12.2019
Geschäftsguthaben (ohne Geschäftsguthaben ausgeschiedener und gekündigter Mitglieder)	74,5	71,0
Kapitalrücklagen	16,2	16,2
Gewinnrücklagen	1.191,6	1.092,6
Genussrechtskapital	40,0	40,0
Nicht beherrschende Anteile am Kapital	377,6	366,2
Konzernergebnis ohne auszuschüttende Ergebnisanteile	136,7	110,0
Wirtschaftliches Eigenkapital	1.836,6	1.696,0

Die Geschäftsguthaben der verbleibenden Genossenschaftsmitglieder haben sich durch Einzahlungen erhöht. Die Kapitalrücklage resultiert aus der Verschmelzung der Genossenschaften. Die Gewinnrücklagen haben sich hauptsächlich aus der Thesaurierung des Vorjahresergebnisses erhöht. Die Anteile anderer Gesellschafter sind durch die Thesaurierung bei den entsprechenden Gesellschaften gestiegen.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden Genussrechte in Höhe von 40.000 T€ ausgegeben. Sie sind seitens der Inhaber unkündbar und treten gegenüber den Rechten von anderen Gläubigern der Gesellschaft im Rang zurück. Sie nehmen am Verlust der Gesellschaft durch Verminderung der Rückzahlungsbeträge teil. Die Verzinsung erfolgte ab dem Tag der Einzahlung. Die Vergütung 2020 für dieses Genussrechtskapital betrug 1.600 T€.

Bei einer Bilanzsumme von 3.581,5 Millionen Euro (Vorjahr: 3.525,7 Millionen Euro) beträgt die Eigenkapitalquote bezogen auf das wirtschaftliche Eigenkapital 51,3 Prozent (Vorjahr: 48,1 Prozent). Die Eigenkapitalrentabilität als Verhältnis des Ergebnisses vor Firmenwertabschreibungen, Ertragsteuern und bilanziellen Sondermaßnahmen zu dem durchschnittlich verfügbaren Eigenkapital beträgt 16,4 Prozent (Vorjahr: 12,8 Prozent). Die mittel- und langfristigen Finanzierungsmittel reduzierten sich vor allem um planmäßige Tilgungen von verzinslichen Darlehen. Bei den kurzfristigen Finanzierungsmitteln erhöhten sich hingegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die Rückstellungen, während die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und die sonstigen Verbindlichkeiten reduziert werden konnten.

FINANZMANAGEMENT

Die Finanzierung ihrer Tochtergesellschaften erfolgt durch die EDEKA Minden eG direkt. Sie finanziert sich über Bankkredite. Freie Finanzierungsmittel werden dem EDEKA Minden-Hannover-Konzern kurzfristig zur Verfügung gestellt und somit ist eine stets ausreichende und kostengünstige Deckung des Finanzbedarfs sowohl für das operative Geschäft als auch für Investitionen gewährleistet. Langfristige Immobilieninvestitionen werden durch langfristige Darlehen finanziert.

Von entscheidender Bedeutung für die erfolgreiche Nutzung des Kapitalmarkts zur Konzernfinanzierung ist eine offene Kommunikation mit den Marktteilnehmern. So dient beispielsweise das Rating zur Kommunikation der Bonität der EDEKA Minden-Hannover gegenüber potenziellen Fremdkapitalgebern. Der Konzern unterzieht sich seit 2005 einem Unternehmensrating der Ratingagentur Euler Hermes. Zukunftsfähigkeit und Bonität der EDEKA Minden-Hannover werden seit 2015 mit einem A- bewertet, im Branchenvergleich ein Spitzenwert. 2020 wurde das Unternehmensrating A- bestätigt.

2015 hat die EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG einen neuen Konsortialkredit gezeichnet. Der Kredit hat ein Volumen von 150 Millionen Euro und läuft nach Ausübung der zweiten Verlängerungsoption bis Ende 2022. Der Kredit ist als Revolving Credit Facility ausgestaltet. Zum Bilanzstichtag wurde dieser Kredit nicht in Anspruch genommen. Auch die darüber hinaus bestehenden bilateralen Bankkreditlinien wurden nicht in Anspruch genommen.

Die EDEKA Minden eG hat in 2018 Schuldscheindarlehen von insgesamt 100 Millionen Euro aufgelegt mit Laufzeiten von vier, sieben und zehn Jahren.

FINANZKENNZAHLEN

Die Finanzlage des Konzerns ist gekennzeichnet durch ausreichende Finanzierungsmittel. Das Anlagevermögen wird vom wirtschaftlichen Eigenkapital zu 72,8 Prozent (Vorjahr: 70,4 Prozent) gedeckt. Die Anlagenintensität – Verhältnis des Anlagevermögens zum Gesamtvermögen – beträgt 70,4 Prozent (Vorjahr: 68,4 Prozent).

Die Nettofinanzschulden betragen 176,4 Millionen Euro (Vorjahr: 359,8 Millionen Euro). Der Verschuldungsgrad als Verhältnis von Nettofinanzschulden zu EBITDA beträgt 0,39 (Vorjahr: 0,89).

INVESTITIONEN

Die Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände, Sachanlagen und Finanzanlagen betrugen im Geschäftsjahr 354,0 Millionen Euro (Vorjahr: 359,0 Millionen Euro). Sie verteilen sich wie folgt:

Investitionen (in Mio. €)	2020	2019
Einzelhandel und Vertrieb Backwaren	76,1	92,7
Großhandel	74,8	169,0
Produktion Backwaren	5,5	11,9
Produktion Fischwaren	4,2	0,4
Produktion Fleischwaren	11,6	10,8
Immobilien	181,4	73,8
Sonstige	0,4	0,4
Investitionen	354,0	359,0

Die wesentlichen Investitionen im Bereich Einzelhandel betreffen die Neueröffnung, die Erweiterung und die Modernisierung von Filialen.

Im Großhandel wurde in die Erweiterung des Tiefkühlagers Lauenau, in den Fuhrpark und in den Ersatz von Betriebsausstattungen investiert.

In der Sparte Produktion (Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Fisch) entfallen die Investitionen auf den Bereich der Erweiterung der Backwaren Betriebsstätte Lehrte sowie auf Ersatzinvestitionen im Produktionsbereich.

Im Bereich Immobilien wurden zur Standortsicherung Immobilien für Einzelhandelsverkaufsflächen errichtet bzw. erworben.

CASHFLOW/KAPITALFLUSSRECHNUNG

Der Cashflow erreichte 359,7 Millionen Euro (Vorjahr: 335,3 Millionen Euro) oder 3,5 Prozent vom Konzernumsatz (Vorjahr: 3,5 Prozent). Er setzt sich wie folgt zusammen:

Cashflow (in Mio. €)	2020
Periodenergebnis	142,3
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	218,8
Wertberichtigungen auf Forderungen	9,9
Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen	-4,1
Veränderung von mittel- und langfristigen Rückstellungen	-7,2
Cashflow	359,7

Die Kapitalflussrechnung wurde entsprechend dem »Deutschen Rechnungslegungsstandard Nr. 21« (DRS 21) des deutschen Standardisierungsausschusses aufgestellt. Der Mittelzufluss aus laufender Geschäftstätigkeit beträgt 450,6 Millionen Euro (Vorjahr: 266,9 Millionen Euro). Im Wesentlichen führt der Abbau des working capital zu einer Erhöhung des Mittelzuflusses aus laufender Geschäftstätigkeit.

Die Mittelabflüsse aus der Investitionstätigkeit betragen 260,0 Millionen Euro (Vorjahr: 243,1 Millionen Euro). Sie sind durch höhere Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit beträgt 139,3 Millionen Euro (Vorjahr: 32,0 Millionen Euro). Vor allem die reduzierte Neuaufnahme sowie die Tilgungen der bestehenden Kredite sind hierfür verantwortlich. Aus diesen Mittelzu- und -abflüssen hat sich insgesamt der Finanzmittelbestand um 51,3 Millionen Euro auf 194,1 Millionen Euro erhöht. Die Zahlungsfähigkeit im Geschäftsjahr 2020 war jederzeit sichergestellt.

FAZIT ZUR ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Die EDEKA Minden-Hannover entwickelt sich beim Wachstum und bei der Erbringung von Leistungen für den Einzelhandel positiv. Sie hat ihre Position als das führende Lebensmittelhandelsunternehmen im Absatzgebiet ausgebaut. Die Nettoexpansion betrug 0,6 Prozent. Der Umsatz liegt über dem des Vorjahres. Das Eigenkapital steigt durch das laufende Ergebnis und durch die Ergebnisverwendung. Mit 51,5 Prozent, bezogen auf das bilanzielle Eigenkapital, hat der EDEKA Minden-Hannover Konzern unverändert eine solide Eigenkapitalbasis. Die Finanzlage ist geordnet. Es stehen ausreichende freie Finanzmittel zur Verfügung. Die Investitionen betragen 354,0 Millionen Euro. Die Bilanzsumme erhöht sich um 55,8 Millionen Euro. Die langfristigen Vermögenswerte sind investitionsbedingt deutlich angestiegen. Die mittel- und langfristigen Finanzierungsmittel sind durch planmäßige und freiwillige Tilgungen gesunken.

PERSONALBERICHT

Zum Ende des Geschäftsjahres waren insgesamt 28.461 Mitarbeitende bei der EDEKA Minden-Hannover beschäftigt (ohne EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG), davon 16.856 Mitarbeiterinnen. 57,0 Prozent der Mitarbeiter arbeiten in Teilzeit. EDEKA ist somit einer der bedeutendsten regionalen und überregionalen Arbeitgeber. Die Anzahl der Beschäftigten über 50 Jahre beträgt 11.353. Einen besonderen Stellenwert nimmt die Aus- und Weiterbildung ein. So beschäftigte der Konzern insgesamt 3.090 Auszubildende in 26 unterschiedlichen Ausbildungsberufen. Die EDEKA Minden-Hannover investiert kontinuierlich in die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter. Die Vergütung der Beschäftigten erfolgt grundsätzlich nach den tarifvertraglichen Vereinbarungen. Daneben werden Sondergratifikationen gewährt.

CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

Die EDEKA Minden eG hat ihre Hauptaufgaben in der Förderung und Betreuung der Mitglieder und darüber hinaus in der Verpachtung ihres Großhandelsbetriebes sowie in der Verwaltung und im Erhalt des Vermögens. Im Eigentum der Genossenschaft und ihrer Tochterunternehmen befindliche Immobilien sind fast ausschließlich an Unternehmen des Teilkonzerns der EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG vermietet.

Sie erfüllt diese Aufgaben nicht selbst, sondern hat diese in Auftragsverhältnissen an den EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG-Teilkonzern übertragen. Die EDEKA Minden eG nimmt durch ihre Gremien, den Vorstand und den Aufsichtsrat die Überwachung des EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG-Teilkonzerns über die EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH, deren Gesellschafterin sie zu 50 Prozent ist, wahr. Hierdurch stellt sie sicher, dass die von ihr übertragenen Aufgaben erfüllt werden. Bei ihrer Überwachung nutzt die Genossenschaft das Risikomanagementsystem des EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG-Teilkonzerns, dessen Grundsätze und Organisation nachfolgend auszugsweise beschrieben werden.

Das Hauptprinzip der Chancen- und Risikopolitik ist das Bestreben nach stetigem Wachstum und einer Steigerung der Leistungsfähigkeit des Konzerns. Durch Potenzialanalysen wird die Chance gesehen, den Umsatz – auch auf bestehender Fläche – weiter auszubauen. Grundlage hierfür sind insbesondere Bewertungssysteme, die es dem Vertrieb ermöglichen, erfolgreiche Einzelhandelskonzepte umzusetzen bzw. für den selbstständigen Einzelhandel bereitzustellen. Unangemessene Risiken sind weitestgehend zu vermeiden oder zu steuern. Das Chancen- und Risikomanagement ist ein integraler Bestandteil der Planung und Ausführung der Geschäftsstrategien. Diese werden durch die Organe der Gesellschaft vorgegeben. Aufgabe des Risikomanagementsystems ist es, Risiken zu erkennen, zu identifizieren, zu bewerten und zu dokumentieren, sodass geeignete Vorsorge und Sicherheitsmaßnahmen getroffen werden können. Entsprechend der Organisations- und Verantwortungshierarchie bei EDEKA sind die Bereiche verpflichtet, ein Risikomanagementsystem vorzuhalten, das auf ihr spezifisches Geschäft zugeschnitten ist und den übergreifenden Grundsätzen der Geschäftsführung des EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG-Teilkonzerns (»Konzerngeschäftsführung«) entspricht. Das Risikomanagement geht vom Grundsatz der Unternehmensfortführung (»Going-Concern-Prinzip«) aus und greift über die derzeitige Unternehmensstruktur hinausgehende Risiken – zum Beispiel Investitionen in neue Geschäftsbereiche, Schließungskosten bestehender Geschäftsbereiche etc. – nur auf, wenn diese hinreichend konkretisiert sind.

ORGANISATION DES CHANCEN- UND RISIKOMANAGEMENTS

Die Aufbauorganisation des Chancen- und Risikomanagements besteht aus aufeinander abgestimmten Risikomanagement- und Kontrollsystemen. Diese Systeme ermöglichen es, Entwicklungen, die den Fortbestand des Unternehmens gefährden, früh zu erkennen. Besonderes Gewicht haben dabei der konzernweite Prozess zur strategischen Unternehmensplanung und das interne Berichtswesen. Die strategische Unternehmensplanung soll es ermöglichen, potenzielle Chancen und Risiken geraume Zeit vor wesentlichen Geschäftsentscheidungen abzuschätzen. Eine angemessene Überwachung solcher Chancen und Risiken während der Durchführung und Abwicklung von Unternehmensprozessen soll das Berichtswesen ermöglichen. Zudem werden in regelmäßigen Zeitabständen die Angemessenheit und Effizienz des Chancen- und Risikomanagementsystems von der internen Revision kontrolliert. Bei Bedarf finden darüber hinaus Prüfungen durch externe Stellen statt. Mängel werden dabei erfasst und Maßnahmen zu deren Beseitigung initiiert. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass Konzerngeschäftsführung, Aufsichtsrat und Gesellschafter vollständig und zeitnah über wesentliche Chancen und Risiken informiert werden.

STEUERUNGSGRÖSSEN

Die Geschäftsbereiche werden von der Konzerngeschäftsführung mittels relevanter Kennzahlen gesteuert. EDEKA verfolgt eine langfristige Wachstumsstrategie: Organisches Wachstum und das operative Ergebnis sind daher wichtige Steuerungsgrößen. Verwendet werden die aus der Ergebnisrechnung direkt oder indirekt ableitbaren Kennzahlen wie Umsatz und EBITDA/EBIT/EBT.

Neue Geschäfte werden dann eingegangen, wenn sie unmittelbar oder mittelbar der Förderung des Einzelhandels dienen, die damit zusammenhängenden Risiken beherrschbar sind und die mit ihnen verbundenen Chancen eine angemessene Entwicklung der Steuerungsgrößen erwarten lassen.

CHANCEN- UND RISIKOPOLITISCHE GRUNDSÄTZE

Chancen und Risiken, die im Zusammenhang mit den Kernprozessen des Einzelhandels, des Großhandels oder der Produktion stehen, trägt die EDEKA selbst. Risiken, die sich weder auf Kern- noch auf Unterstützungsprozesse beziehen, werden vom Konzern grundsätzlich nicht eingegangen. Es werden prinzipiell nur wesentliche und existenzgefährdende Risiken, soweit möglich, angemessen versichert.

DEZENTRALE ZUSTÄNDIGKEITEN

Das operative Geschäft des Konzerns wird durch die EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG geführt. Deren Tochtergesellschaften werden nach Funktion zu Geschäftsbereichen zusammengefasst und durch die jeweilige Geschäftsführung verantwortet. Das in dieser Struktur verankerte Führungsprinzip der Dezentralität kommt auch im Umgang mit Chancen und Risiken zum Ausdruck. Diese werden am Ort des Entstehens analysiert, bewertet und effizient gesteuert. Die Verantwortung dafür liegt bei den einzelnen Geschäftsbereichen. Ihre Wahrnehmung und Umsetzung wird durch die Konzerngeschäftsführung überwacht.

ZENTRALE ROLLE DES KONZERNBERICHTSWESENS IN DER INTERNEN CHANCEN- UND RISIKOKOMMUNIKATION

Das eingerichtete Management-Informationssystem berichtet der Konzerngeschäftsführung ebenso wie den Geschäftsführungen der operativ tätigen Gesellschaften. Dies geschieht mithilfe eines dezidierten Kennzahlensystems über alle relevanten Vorgänge, Planabweichungen und deren Auswirkungen auf andere Unternehmensbereiche. Ergänzt wird dieses System durch die kurzfristige Erfolgsrechnung, Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie regelmäßiges Benchmarking. Die Auswertung aller aus diesem Instrumentarium gewonnenen Informationen erfolgt mindestens monatlich, zum Teil täglich, und wird durch das Konzerncontrolling – soweit erforderlich – verdichtet und auf ihre Plausibilität überprüft.

KONSEQUENTE CHANCEN- UND RISIKOÜBERWACHUNG

Die Umsetzung und Effektivität des Chancen- und Risikomanagements zu überwachen, ist Aufgabe jeder Führungskraft. Die Konzernrevision prüft das zentrale und dezentrale Chancen- und Risikomanagement. Sie berichtet direkt an die Konzern-Geschäftsführung. Darüber hinaus finden durch die interne Revision Prüfungen bei den Konzerngesellschaften statt. Im Hinblick auf die Vorschriften des KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) unterziehen die Wirtschaftsprüfer das Chancen- und Risikomanagementsystem einer periodischen Beurteilung. Über das Ergebnis dieser Prüfung werden Vorstand und Aufsichtsrat unterrichtet. Für die Gesellschaft und ihre Tochtergesellschaften ergeben sich folgende wesentliche Chancen und Risiken (intern und extern):

GESCHÄFTSCHANCEN UND -RISIKEN

Der starke Wettbewerb im Groß- und Einzelhandel und die Konkurrenz zwischen verschiedenen Vertriebskonzepten, angebotenen Leistungen und Servicequalitäten kennzeichnen die Handelsbranche. Auch die typische Abhängigkeit des Handels von der Ausgabenneigung der Verbraucher birgt Chancen und Risiken. Veränderungen im Konsumverhalten der Kunden erfordern die ständige Anpassung der Vertriebskonzepte. Die EDEKA Minden eG sorgt für ihre Tochterunternehmen und im Konzern der EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG für Prozesse, in denen regelmäßig interne Informationen und ausgewählte externe Quellen ausgewertet werden, um Veränderungen der Wünsche und des Verhaltens der Konsumenten frühzeitig zu erkennen und damit Chancen am Markt zu nutzen und sich vom Wettbewerb abzusetzen.

Die Konsumenten legen neben dem Preis zunehmend Wert auf Regionalität, Nachhaltigkeit und Qualität. In diesen Bereichen sieht sich die EDEKA Minden-Hannover gut und breit aufgestellt. Es bietet sich die Chance, durch diese Trends weiterhin Neukunden zu gewinnen.

Die eigenen Produktionsbetriebe bergen Chancen und Risiken zugleich: Zum einen können Regionalität, Nachhaltigkeit und Qualität verdeutlicht und beeinflusst werden. Zum anderen besteht das Risiko eines ungünstigen Geschäftsverlaufs bei Imageverlusten oder im Bereich der Fleischbetriebe bei Ausbruch einer Tierseuche.

Es besteht eine Beteiligung an dem (Gemeinschafts-)Unternehmen EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG, Offenburg, das im nationalen C+C-Geschäft tätig ist. Bei diesem Unternehmen haben Anlaufverluste sowie die Auswirkungen der Corona-Krise zu einer vorübergehenden Verlustsituation geführt. Ein Risiko besteht darin, die im Rahmen der Gründung dieses Unternehmens geschaffenen Kapazitäten im Logistikbereich nicht mit ausreichenden Neukunden auslasten zu können.

PERSONALCHANCEN UND -RISIKEN

Die EDEKA Minden eG ist für die Realisierung der strategischen Ziele auf qualifizierte Fach- und Führungskräfte angewiesen. Dieses Personal in einem intensiven Wettbewerb für den Konzern zu gewinnen und an ihn zu binden, ist eine dauerhafte Herausforderung. Die auf allen Ebenen des Konzerns vorangetriebene Aus- und Weiterbildung für Mitarbeiter sichert die unverzichtbare fachliche Kompetenz des Personals.

Personalführung sowie Schulungen und Personalentwicklungsmaßnahmen bewirken, dass die Mitarbeiter auf allen Stufen des Unternehmens eine unternehmerische Denk- und Handlungsweise entwickeln. Soziale Faktoren spielen bei der Personalgewinnung und -bindung eine immer größere Rolle. Um eine noch größere Identifikation der Beschäftigten und potenziellen Mitarbeiter zu erreichen, wurde ein Leitbild entwickelt und kommuniziert.

PROZESS- UND STEUERCHANCEN UND -RISIKEN

Steuerchancen und -risiken bestehen insbesondere aufgrund von Betriebsprüfungen, wobei die Risiken hier deutlich im Fokus stehen. Prozessrisiken resultieren zum Beispiel aus arbeits-, straf- und zivilrechtlichen Verfahren. Hierbei besteht die Chance eines für die EDEKA Minden eG günstigen Prozessverlaufs.

FINANZWIRTSCHAFTLICHE CHANCEN UND RISIKEN

Die finanzwirtschaftlichen Chancen und Risiken, nämlich im Wesentlichen Liquiditätschancen und -risiken, Bonitätschancen und -risiken und Chancen und Risiken aus Zahlungsstromschwankungen, finden Niederschlag in den jährlichen und unterjährigen Planungen des Konzerns.

Den Chancen und Risiken von Zinsschwankungen ist in einigen Fällen durch den Abschluss von Zinssicherungsgeschäften begegnet worden. Negative Marktwerte dieser Geschäfte sind in den in der Bilanz ausgewiesenen Rückstellungen enthalten und nicht als Bewertungseinheit bilanziert.

ZUSAMMENFASSUNG DER CHANCEN- UND RISIKOSITUATION

Insgesamt hat die Beurteilung der gegenwärtigen Risikosituation ergeben, dass keine den Fortbestand des Unternehmens gefährdende Risiken bestehen und künftige bestandsgefährdende Risiken gegenwärtig nicht erkennbar sind. Auch die Corona-Krise mit all ihren Auswirkungen ist für die EDEKA kein bestandsgefährdendes Risiko.

Die Corona-Pandemie mit der sprunghaft angestiegenen Nachfrage in unseren Märkten fordert uns über alle Stufen hinweg. Die Gewährleistung der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln in dieser Zeit ist unser oberstes Ziel. Wirtschaftlich betrachtet führten die »Hamsterkäufe« und die gestiegene Bedarfsdeckung zu einem Mehrumsatz, allerdings besteht das Risiko eines Rückgangs der Umsätze in der Folgezeit.

Zudem besteht das Risiko, dass es im Personalbereich zu erhöhten krankheitsbedingten Ausfällen kommt und damit zu erhöhten Arbeitsbelastungen.

PROGNOSEBERICHT

KONJUNKTUR UND BRANCHENENTWICKLUNG

Die führenden Wirtschaftsinstitute haben in ihrer Gemeinschaftsdiagnose im Herbst 2020 einen Rückgang des Bruttoinlandsproduktes für das Jahr um 5,4 Prozent prognostiziert und erwarteten für die kommenden beiden Jahre einen Zuwachs von 4,7 Prozent in 2021 und ein abflachendes Wachstum von 2,7 Prozent im Jahr 2022. Allerdings sind diese Annahmen in einer Zeit getroffen worden, in der erneute coronabedingte Maßnahmen wie der »Teil-Lockdown« bzw. »harte Lockdown« noch nicht vorhersehbar waren. Wie sich das Bruttoinlandsprodukt in den kommenden beiden Jahren entwickeln wird, ist aufgrund der Unsicherheit über den Pandemie-Verlauf und über den Erfolg und den zeitlichen Rahmen der Impf-Strategie sehr ungewiss.

Nach der Beendigung des »Lockdowns« und der stufenweisen Öffnung der verschiedenen Branchen, mit der zum Sommer 2021 zu rechnen ist, wird mit Nachholeffekten gerechnet. Allerdings bestehen Faktoren, die die konjunkturelle Dynamik dämpfen: Zum einen dürfte einige Zeit vergehen, bis sich der Absatz von Investitionsgütern vollständig normalisiert, denn Unternehmen dürften weltweit mit investiven Ausgaben zurückhaltend bleiben, unter anderem weil sich ihre Eigenkapitalausstattung durch die Krise verschlechtert hat. Zum anderen bestehen für diejenigen Branchen, die auf soziale Kontakte in besonderem Maße angewiesen sind (z. B. Gaststätten und Tourismus, Luftverkehr, Veranstaltungsgewerbe), wohl weiterhin erhebliche Beschränkungen. Hier wird die Produktionskapazität noch längere Zeit deutlich unterausgelastet bleiben und erst dann am Erholungsprozess teilhaben, wenn Maßnahmen zum Infektionsschutz weitgehend entfallen.

Die zurzeit bestehende Unsicherheit über den Pandemie-Verlauf und damit mögliche erneute Infektionsschutzmaßnahmen beeinträchtigt die Bereitschaft von privaten Haushalten und von Unternehmen, größere Anschaffungen zu tätigen. Auf der einen Seite wird der private Konsum in vielen Ländern dadurch gestützt, dass sich infolge verringerter Konsummöglichkeiten in erheblichem Umfang Kaufkraft aufgestaut hat, jedoch wird dieser auf der anderen Seite vielerorts gleichzeitig durch eine stark gestiegene Arbeitslosigkeit gebremst. Zwar wird sich aus den Lockerungen der Eindämmungsmaßnahmen langfristig die Normalisierung der wirtschaftlichen Tätigkeit ergeben, allerdings wird sie aber wohl in absehbarer Zeit nicht zu einer vollständigen Rückkehr auf den vor der Krise erwarteten Wachstumstrend führen. Die Investitionsneigung dürfte unter anderem infolge einer reduzierten Eigenkapitalbasis und von verschlechterten Absatzerwartungen nachhaltig gedämpft sein, was zu einem geringeren Wachstum des Kapitalstocks führt, der zudem im Zuge des zu erwartenden deutlichen Anstiegs von Insolvenzen in Teilen vermutlich abgeschrieben werden muss. In der Krise abgebaute Arbeitsplätze werden nur allmählich an anderer Stelle wieder entstehen und die Arbeitskräfte nicht in allen Fällen wieder mit der zuvor verzeichneten Produktivität beschäftigt werden können, da die Anpassung der Qualifikation Zeit erfordert.

Die weitere globale Erholung, die sich nach dem Zwischenspurt um die Jahresmitte wieder deutlich verlangsamt hat, wird durch all dies zunächst belastet und die Weltproduktion dürfte so stark wie noch nie seit dem Zweiten Weltkrieg sinken. Für das Jahr 2021 erwarten die Institute aufgrund des fortschreitenden Erholungsprozesses eine kräftige Zunahme um 5,9 Prozent. Im Jahr 2022 dürfte die Weltproduktion mit 3,7 Prozent expandieren, womit sich die Veränderungsraten allmählich normalisieren. Insgesamt bleibt damit die wirtschaftliche Aktivität aber deutlich unter den Werten, die ohne Pandemie zu erwarten gewesen wären.

Für die wirtschaftliche Entwicklung bestehen neben dem ungewissen Verlauf der Corona-Pandemie weitere internationale Risiken: Es besteht das Risiko, dass weltweit viele Unternehmen nach dem Auslaufen entsprechender Moratorien Insolvenz anmelden und zusätzliche Arbeitsplätze verloren gehen. Dies könnte auch die kreditgebenden Banken in Schwierigkeiten bringen und eine Finanzkrise auslösen. Diese Gefahr dürfte vor allem in vielen Schwellenländern bestehen. Auch bergen die bereits eingetretenen Pandemiefolgen die Gefahr, dass der kräftige Anstieg der Staatsverschuldung infolge wegbrechender Staatseinnahmen und der massiven fiskalischen Stimulierungsmaßnahmen die Risikoprämien für manche Staaten so weit steigen lässt, dass die Finanzpolitik schon bald von Expansion auf Konsolidierung schwenken muss. Ferner schwelt nach wie vor die Gefahr sich verschärfender Handelskonflikte, insbesondere zwischen den USA und China.

Die durch den ungewissen Verlauf der Corona-Pandemie generell bestehende Unsicherheit wird durch das Auftreten von verschiedenen Virus-Mutanten, die als ansteckender und gefährlicher eingeschätzt werden, noch verstärkt. Diese könnten daher im Zweifel doch wieder weitreichendere Maßnahmen erforderlich machen, wenn die Zahl der Neuinfektionen immer weiter steigen sollte.

Die Gemeinschaftsdiagnose der führenden Wirtschaftsinstitute zum Frühjahr 2021 stand bei Redaktionsschluss noch aus.

AUSBLICK EDEKA MINDEN-HANNOVER

Die außergewöhnliche Umsatzentwicklung im Einzelhandel aufgrund der Corona-Pandemie setzte sich auch in den ersten Monaten des Jahres 2021 fort und führte zu hohen Umsatzzuwächsen in den ersten beiden Monaten. Ab Ende Februar jährt sich die Corona-Situation. Wie sich die Umsätze dann im weiteren Jahresverlauf entwickeln werden, ist stark abhängig von der Fortführung der coronabedingten Maßnahmen. Der geplante Konzernumsatz aus dem Warengeschäft unterstellt, dass die erreichten Umsätze im Wesentlichen gehalten werden können und im 2. Halbjahr eine Erholung bei den Gastronomieumsätzen mit entsprechender Steigerung insbesondere im C+C Geschäft stattfindet.

Wie sich die Situation weiter entwickeln wird, lässt sich aktuell nicht einschätzen. Da der Lebensmittelhandel zur kritischen Infrastruktur gehört und von gesetzlichen Geschäftsschließungen nicht betroffen sein wird, ist zurzeit von keinem Risiko bezüglich der Erreichung des geplanten Konzernumsatzes aus dem Warengeschäft in Höhe von 10,6 Milliarden Euro (Ist 2020: 10,3 Milliarden Euro) auszugehen. Auch das für 2021 geplante Konzern-EBT von 202,1 Millionen Euro (Ist 2020: 210,5 Millionen Euro) werden wir nach aktueller Einschätzung erreichen.

JAHRESMOTTO »WIR & JETZT – WIR FÜR EINE BESSERE ZUKUNFT & JETZT MIT VEREINTER KRAFT!«

Das Jahresmotto 2021 lautet: »Wir & Jetzt – Wir für eine bessere Zukunft & jetzt mit vereinter Kraft!« und stellt die Themen Nachhaltigkeit und Regionalität in den Vordergrund. In diesem Jahr werden unterschiedliche Aktionen im Einzelhandel durchgeführt, welche das Nachhaltigkeitsengagement für die Verbraucher sichtbar machen und zum Mitmachen einladen.

NEUBAU EDEKA-CAMPUS

Im Jahr 2020 wurde am Stammsitz des Unternehmens in der Wittelsbacherallee in Minden mit den Abrissarbeiten der ehemaligen Lagerhallen begonnen. Der Neubau der Unternehmenszentrale der EDEKA Minden-Hannover soll im Jahr 2024 abgeschlossen sein. Mit einem Investitionsvolumen von rund 150 Millionen Euro in ein neues Verwaltungsgebäude sollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Bereichen Verwaltung, Einkauf, Marketing, IT und Logistik, die an verschiedenen Standorten im Stadtgebiet von Minden arbeiten, wieder an einem Ort zusammengeführt werden – für eine effektivere Zusammenarbeit und ein noch stärkeres Gemeinschaftsgefühl.

MASSEN-ROLLOUT DER WARENWIRTSCHAFT FÜR DEN EINZELHANDEL

Trotz zeitweiliger coronabedingter Unterbrechung des flächendeckenden Rollouts wurden 2020 die Warenwirtschaftssysteme von insgesamt 271 Standorten umgestellt. Für 2021 ist weiterhin der Massenrollout der neuen Warenwirtschaft für den Einzelhandel mit der Umstellung von über 400 Märkten vorgesehen.

WEITERENTWICKLUNG DER EINZELHANDELSKONZEPTE

Die in der Vergangenheit entwickelten Einzelhandelskonzepte in den Punkten Genuss vor Ort, Veredelung vor Ort, Nachhaltigkeit und Service sollen weiter vorangetrieben werden.

NACHHALTIGKEIT

Die Nachhaltigkeitsziele gelten für die fünf definierten Verantwortungsdimensionen »Produkte«, »Mitarbeiter«, »Umwelt«, »Region« und »Gesellschaft«, in denen der Unternehmensverbund das größte Potenzial sieht, um nachhaltiges Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette und somit bei allen Geschäftspartnern, Mitarbeitern und Verbrauchern langfristig zu etablieren. Es sind langfristige Nachhaltigkeitsziele bis 2025 formuliert, die jeweils mit diversen Unterzielen und Maßnahmen konkretisiert sind.

Leider wurde das Ziel, 2020 eine Reduktion des CO₂-Ausstoßes um 25 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu erreichen, mit einer Reduktion um 21,4 Prozent nicht ganz erreicht. Jedoch decken seit dem Jahr 2020 alle Großhandels- und Produktionsstandorte ihren Strombedarf durch Ökostrom. Um den elektrischen Energiebedarf CO₂-neutral zu stellen, wird in 2021 für alle verbleibenden Geschäftsbereiche Ökostrom beschafft. Im Jahr 2011 haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 70 Prozent CO₂ einzusparen. Mit den getroffenen Maßnahmen wird dieses Ziel voraussichtlich bereits im Jahr 2021 erreicht. Der Umsatz mit Bio-Artikeln wurde in 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 30,2 Prozent auf 498 Millionen Euro gesteigert, geplant waren 430 Millionen Euro.

In 2021 werden im Rahmen des Jahresmottos schwerpunktmäßig die Verantwortungsdimensionen »Umwelt«, »Produkte« und »Region« bearbeitet.

EINZELHANDELSZIELE

Die Privatisierung von 13 EDEKA-Märkten und zwei EDEKA Centern ist avisiert. Dazu sollen 2021 über 60.000 Quadratmeter neue Verkaufsfläche geschaffen werden. Ferner hat das Bundeskartellamt die Freigabe für die Übernahme von 51 Real-Märkten durch die EDEKA-Gruppe erteilt. Neun Standorte davon liegen im Absatzgebiet der EDEKA Minden-Hannover.

WAS UNS ANTREIBT

Weiterhin wollen wir auch in den kommenden Jahren das stärken, was uns traditionell vom Wettbewerb abhebt. Dazu zählen neben ausgefeilten Sortimenten und dem Unternehmertum auf allen Ebenen zunehmend auch optimale Prozessabläufe. Damit erhalten wir uns unsere Finanzkraft, um auch weiterhin in das zu investieren, was wir uns als Vision gegeben haben:

Unsere Liebe zu Lebensmitteln.

Minden, 31. März 2021

Ulf-Ulrik Plath

Mark Rosenkranz
(Sprecher)

Stephan Wohler

Karl Stefan Preuß

Horst Röthemeier



KONZERNABSCHLUSS

KONZERNBILANZ

zum 31.12.2020

Aktiva	Anhang	31.12.2020	31.12.2019
	Nr.	T€	T€
Anlagevermögen	(1)		
Immaterielle Vermögensgegenstände ¹⁾		126.401	147.345
Sachanlagen		1.868.981	1.727.019
Finanzanlagen		526.794	535.443
		2.522.176	2.409.807
Umlaufvermögen			
Vorräte	(2)	447.913	439.031
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	(3)	348.514	474.084
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	(4)	194.836	143.353
		991.263	1.056.468
Rechnungsabgrenzungsposten		68.111	59.407
Summe Aktiva		3.581.550	3.525.682

Passiva	Anhang	31.12.2020	31.12.2019
	Nr.	T€	T€
Eigenkapital	(5)		
Geschäftsguthaben	(6)	76.710	73.869
Kapitalrücklage		16.169	16.169
Ergebnisrücklagen	(7)	1.237.959	1.140.332
Genussrechtskapital	(8)	40.000	40.000
Nicht beherrschende Anteile am Kapital	(9)	377.574	366.215
Nicht beherrschende Anteile am Ergebnis		34.277	14.365
Konzernjahresüberschuss ohne Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile		61.781	53.478
		1.844.470	1.704.428
Rückstellungen	(10)	431.711	416.953
Verbindlichkeiten	(11)	1.299.246	1.400.335
Rechnungsabgrenzungsposten		6.123	3.966
Summe Passiva		3.581.550	3.525.682

¹⁾ davon Geschäfts- oder Firmenwert aus Kapitalkonsolidierungen 24.367 T€ (Vorjahr: 26.655 T€)

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

vom 1.1. bis zum 31.12.2020

	Anhang	2020	2019
	Nr.	T€	T€
Umsatzerlöse	(13)	10.606.165	9.785.678
Erhöhung oder Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Erzeugnissen		-552	711
Sonstige betriebliche Erträge		77.991	78.624
Materialaufwand	(14)	8.648.826	7.975.552
Personalaufwand	(15)	1.022.036	953.068
Abschreibungen	(16)	218.811	214.419
Sonstige betriebliche Aufwendungen		632.273	592.874
Finanzergebnis	(17)	+54.807	+47.927
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(18)	60.898	53.279
Ergebnis nach Steuern		155.567	123.748
Sonstige Steuern		11.658	6.335
Vergütungen für Genussrechtskapital	(20)	1.600	1.661
Konzernjahresüberschuss vor Dritten		142.309	115.752
Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile		-34.277	-14.365
Einstellung in die gesetzliche Rücklage		-46.251	-47.909
Konzernjahresüberschuss ohne Ergebnis der nicht beherrschenden Anteile		61.781	53.478

KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG

vom 1.1. bis zum 31.12.2020

	2020
	T€
Periodenergebnis	142.309
Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	218.811
Zuschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens	-1.864
Zunahme der Rückstellungen	18.143
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen/Erträge	4.260
Abnahme der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	104.775
Zunahme der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	28.403
Gewinne aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-7.977
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	5.124
Zinsaufwendungen (+)/Zinserträge (-)	7.666
Sonstige Beteiligungserträge	-71.900
Erträge von außergewöhnlicher Größenordnung oder außergewöhnlicher Bedeutung	-75
Ertragsteueraufwand	60.898
Auszahlungen im Zusammenhang m. Erträgen von außergewöhnlicher Größenordnung oder außergewöhnlicher Bedeutung	6.683
Ertragsteuerzahlungen	-64.610
Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit	450.646
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des immateriellen Anlagevermögens	1.551
Auszahlungen für Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen	-7.374
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	14.569
Auszahlungen für Investitionen in das Sachanlagevermögen	-344.368
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Finanzanlagevermögens	10.444
Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen	-264
Einzahlungen aus Abgängen aus dem Konsolidierungskreis	510
Erhaltene Zinsen	1.856
Erhaltene Dividenden	63.037
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-260.039
Einzahlungen Geschäftsguthaben	5.760
Rückzahlung Geschäftsguthaben	-2.919
Ausschüttungen an Mitglieder	-2.508
Ausschüttungen an nicht beherrschende Anteile	-3.000
Einzahlungen aus der Begebung von Anleihen und aus der Aufnahme von Krediten	145
Auszahlungen für die Tilgung von Anleihen und Krediten	-125.656
Gezahlte Zinsen	-9.522
Vergütungen für Genussrechtskapital	-1.600
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-139.300
Veränderung des Finanzmittelfonds	51.307
Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	142.745
Finanzmittelfonds am Ende der Periode	194.052
Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten	194.836
Jederzeit fällige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, die zur Disposition der liquiden Mittel gehören	-784
Finanzmittelfonds am Ende der Periode (davon aus quotall einbezogenen Unternehmen)	194.052 (7.911)

KONZERNANHANG

A. RECHTSGRUNDLAGE

Das Mutterunternehmen, die EDEKA Minden eG mit Sitz in Minden, ist beim Genossenschaftsregister des Amtsgerichtes Bad Oeynhausen unter der GnR 119 eingetragen.

Die EDEKA Minden eG ist als beherrschendes Unternehmen zu 50 Prozent an der EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH beteiligt. Die EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH ist 100-prozentige Kommanditistin der EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG. Die EDEKA Minden eG ist als Mutterunternehmen verpflichtet, nach §§ 11 ff. des Publizitätsgesetzes (PublG) Rechnung zu legen. Der Konzernabschluss zum 31.12.2020 ist mit befreiender Wirkung für die von ihr beherrschten und nach § 290 HGB zur Konzernrechnungslegung verpflichteten Unternehmen aufgestellt. Im Hinblick auf § 13 Abs. 3 PublG wurden die Erleichterungsvorschriften für Genossenschaften nicht in Anspruch genommen und darüber hinaus zusätzliche Angaben wie für eine große Kapitalgesellschaft gemacht. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde das Gesamtkostenverfahren (§ 275 Abs. 2 HGB) gewählt. Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit werden die Konzernbilanz und die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in T€ und analog zu § 265 Abs. 7 HGB in vereinfachter Form dargestellt. Die detaillierten Aufgliederungen erfolgen analog zu § 266 und § 275 HGB im Konzernanhang. Die Gesellschaften mit Vermerk § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264 b HGB in der Anlage 1 zum Konzernanhang wurden gemäß § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264 b HGB von der Aufstellung, Prüfung und Offenlegung der Jahresabschlüsse und Lageberichte befreit.

B. KONSOLIDIERUNGSKREIS UND ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

In den Abschluss zum 31.12.2020 werden die in Anlage 1 genannten Tochterunternehmen vollkonsolidiert.

Im Jahr 2020 wurden die 33. Planbau GmbH bis 35. Planbau GmbH sowie die 12. EDEKA Minden-Hannover GmbH bis 14. EDEKA Minden-Hannover GmbH gegründet. In 2020 wurden 100 Prozent der Anteile an der 32. Planbau GmbH (ehemals WZ Dinnebier Immobilien GmbH) sowie an der Fachmarktzentrum Wachtelfeld 7+9 GmbH (künftig 36. Planbau GmbH) erworben. Die 17. EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG (vormals Mesos Beteiligungs GmbH & Co. Objekt Könnern oHG) wurde durch den Erwerb einer 6 Prozent Beteiligung zur Gänze in den Konzern überführt.

Die Beteiligung der EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG an der Medsorg GmbH mit Sitz in Mülheim an der Ruhr wurde mit Wirkung zum 1.5.2020 an die EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG veräußert.

Zum 1.1.2019 wurden 50,01 Prozent der Anteile an der Pentland Firth Software GmbH, Pullach, erworben. In 2020 erfolgte der Erwerb weiterer 5 Prozent der Anteile.

Die Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr ist durch die Veränderungen nicht beeinträchtigt.

Von der Tochtergesellschaft EDKEA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG werden 40 Prozent der Kommanditanteile an der EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG, Offenburg, gehalten. Dieses Unternehmen wird zusammen mit zwei anderen Regionalgesellschaften der EDEKA-Gruppe als Gemeinschaftsunternehmen geführt und als solches anteilmäßig konsolidiert. Der Tatbestand der gemeinsamen Führung ergibt sich durch die einstimmige Beschlussfassung der Gesellschafter in allen wesentlichen Rechtsgeschäften.

Es werden vier (Vorjahr: vier) Beteiligungen als assoziierte Unternehmen bilanziert.

C. KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Die Kapitalkonsolidierung der einbezogenen Unternehmen erfolgt nach der Neubewertungsmethode auf den Zeitpunkt, zu dem das Unternehmen Tochterunternehmen wurde. Bis zum 31.12.2009 kam grundsätzlich auf den Zeitpunkt des Anteilerwerbs die Buchwertmethode zur Anwendung. Die aus der Erstkonsolidierung verbleibenden aktiven Unterschiedsbeträge wurden nach Zuordnung der stillen Reserven als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen. Die sich aus der Neubewertung ergebenden Geschäfts- oder Firmenwerte aus Erwerbsvorgängen, die vor dem 1.1.2010 liegen, werden gemäß Art. 66 Abs. 3 Satz 2 EGHGB weiterhin über ihre betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer linear abgeschrieben. Geschäfts- oder Firmenwerte, die durch Erwerbsvorgänge entstanden sind, die seit dem 1.1.2010 erfolgten, werden gemäß § 309 Abs. 1 HGB i. V. m. § 253 Abs. 3 HGB über die voraussichtliche betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Die Jahresabschlüsse der assoziierten Unternehmen sowie der Konzernabschluss des Gemeinschaftsunternehmens werden nach den deutschen handelsrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften erstellt und entsprechen den unter Punkt D. dargestellten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden.

Die Anteile an den assoziierten Unternehmen werden zum Zeitpunkt, zu dem das Unternehmen assoziiertes Unternehmen geworden ist, nach der Buchwertmethode mit den Anschaffungskosten bilanziert. Die Anschaffungskosten dieser Beteiligung werden in den Folgejahren nach Maßgabe der Entwicklung des anteiligen bilanziellen Eigenkapitals des assoziierten Unternehmens mit dem Equity-Wert fortgeschrieben. Ausleihungen und andere Forderungen, Rückstellungen, Verbindlichkeiten sowie entsprechende Rechnungsabgrenzungsposten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen werden gegeneinander aufgerechnet. Ein Unterschiedsbetrag ist dabei nicht angefallen.

Zwischenergebnisse im Anlagevermögen und bei den Vorräten sind ergebniswirksam eliminiert. Sonstige konzerninterne Aufwendungen und Erträge werden erfolgsneutral konsolidiert. Die bei den einbezogenen Unternehmen seit der Konzernzugehörigkeit gebildeten Rücklagen werden zusammen mit der Tilgung der in die Erstkonsolidierung einbezogenen Verlustvorträge als Rücklagen des Konzerns aus dem Gewinn ausgewiesen. Die nicht dem Mutterunternehmen gehörenden Anteile am Eigenkapital einbezogener Unternehmen werden innerhalb des Eigenkapitals als nicht beherrschende Anteile bilanziert.

D. BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

Bei der Aufstellung sind die deutschen handelsrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften beachtet worden. Es wurde vom Grundsatz der Unternehmensfortführung ausgegangen. Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Vorjahres wurden grundsätzlich beibehalten.

Belieferungsrechte sowie Geschäfts- oder Firmenwerte werden mit den Konzernanschaffungskosten angesetzt und entsprechend der Restlaufzeit der Mietverträge der erworbenen Einzelhandelsobjekte linear abgeschrieben, da hierdurch der Werteverzehr zutreffend dargestellt wird. Die Nutzungsdauer der Geschäfts- oder Firmenwerte beträgt bis zu 26 Jahre. Der gewichtete Mittelwert der Nutzungsdauer aller Firmenwerte beträgt elf Jahre. Die Firmenwerte resultieren mit 64.065 T€ aus den Einzelabschlüssen einbezogener Unternehmen und betreffen hierbei vollständig Filialübernahmen. Aus der Kapitalkonsolidierung resultieren Firmenwerte in Höhe von 24.367 T€. Die Zugänge betreffen die EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG.

Die übrigen entgeltlich erworbenen immateriellen Vermögensgegenstände werden mit ihren Konzernanschaffungskosten angesetzt und planmäßig linear über ihre voraussichtliche betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer von in der Regel drei bis fünf Jahren abgeschrieben.

Ist am Bilanzstichtag den immateriellen Vermögensgegenständen ein voraussichtlich dauerhaft niedrigerer Wert beizulegen, werden in Höhe der Wertminderungen außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen.

Die Sachanlagen werden zu Konzernanschaffungskosten angesetzt und im Falle abnutzbarer Sachanlagen um planmäßige Abschreibungen vermindert. Bei den Zugängen findet auf unbewegliche Sachanlagen die lineare und auf bewegliche Sachanlagen die arithmetisch-degressive oder in wenigen begründeten Einzelfällen die lineare Abschreibungsmethode Anwendung.

Die planmäßigen Abschreibungen werden über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer vorgenommen.

Betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer für	Nutzungsdauer in Jahren
Gebäude einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	25–33
Technische Anlagen und Maschinen	5–14
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–14
Andere Anlagen und Einbauten in fremde Grundstücke	8–15

In begründeten Einzelfällen ist von den genannten Nutzungsdauern abgewichen worden.

Abnutzbare bewegliche Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis 800 Euro werden sofort voll abgeschrieben und als Abgang behandelt. Anschaffungen bis 250 Euro werden sofort als Aufwand erfasst. Ist am Bilanzstichtag den Sachanlagen ein voraussichtlich dauerhaft niedrigerer Wert beizulegen, werden in Höhe der Wertminderung außerplanmäßige Abschreibungen vorgenommen. Ein niedrigerer Wertansatz wird in späteren Jahren nicht beibehalten, wenn die Gründe dafür nicht mehr bestehen.

Die Finanzanlagen werden mit Ausnahme der Anteile an assoziierten Unternehmen mit ihren Anschaffungskosten angesetzt. Bei einer voraussichtlich dauernden Wertminderung am Bilanzstichtag erfolgt eine Abschreibung auf den niedrigeren beizulegenden Wert.

Handelswaren sowie Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sind einzeln unter Beachtung des Niederstwertprinzips zu Konzernanschaffungskosten abzüglich angemessener Abschläge für verdeckte Mängel und eingeschränkte Verkaufsfähigkeit bewertet. Fertige und unfertige Erzeugnisse werden zu Konzernherstellungskosten einschließlich angemessener Gemeinkostenzuschläge für Fertigungs- und Verwaltungskosten angesetzt.

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände sind grundsätzlich mit den Anschaffungskosten bilanziert. Erkennbare Einzelrisiken werden durch ausreichende Wertberichtigungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert berücksichtigt. Dem allgemeinen Kreditrisiko wird durch eine Pauschalwertberichtigung in Höhe von 1 Prozent auf die nicht einzelwertberichtigten Forderungen Rechnung getragen. Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten sind zu Anschaffungskosten ausgewiesen.

Ausgaben vor dem Stichtag, die Aufwendungen für eine bestimmte Zeit nach dem Stichtag darstellen, sind als aktive Rechnungsabgrenzungsposten bilanziert.

Die Rückstellungen sind in Höhe der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbeträge bewertet.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen sind unter Anwendung des Anwartschaftsbarwertverfahrens bewertet. Das Bewertungsverfahren erfolgte auf der Grundlage der Heubeck-Richttafeln 2018 G. Zukünftig erwartete Entgelt- und Rentensteigerungen werden in den versicherungsmathematischen Berechnungen und Annahmen angemessen berücksichtigt. Dabei wird für die laufende Rente eine jährliche Steigerung von 2 Prozent der jeweiligen Vorjahresrente angesetzt. Ein Fluktuationsabschlag wird mit 0 Prozent geschätzt.

Für die (wenigen) Fälle, bei denen die Versorgungsansprüche von der Gehaltsentwicklung abhängen, wurde grundsätzlich eine Gehaltsdynamik von 2,5 Prozent p. a. verwendet. Bei der Ermittlung des Aufzinsungsaufwands wurde angenommen, dass die Änderung des Abzinsungssatzes zum Ende der Periode eintritt. Die Pensionsrückstellungen decken sämtliche Verpflichtungen der unmittelbaren Versorgungszusagen. Änderungen des Abzinsungssatzes zwischen zwei Bilanzstichtagen werden im Finanzergebnis ausgewiesen.

Gemäß § 246 Abs. 2 Satz 2 HGB werden Ansprüche aus Versorgungszusagen mit den entsprechenden Altersversorgungsverpflichtungen verrechnet. Es handelt sich um kongruent rückdeckende Zusagen. Der Erfüllungsbetrag der Versorgungszusagen bestimmt sich nach den Rechnungsgrundlagen der Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG. Der Erfüllungsbetrag der verrechneten Schulden entspricht dem beizulegenden Zeitwert bzw. den Anschaffungskosten der verrechneten Vermögensgegenstände in Höhe von 20.847 T€ (Vorjahr: 20.878 T€). In geringem Umfang wurden Zinserträge mit Zinsaufwendungen verrechnet.

Gemäß Artikel 28 EGHGB sind Fehlbeträge aus mittelbaren Pensionszusagen in Höhe von 3,8 Millionen Euro (Vorjahr: 3,1 Millionen Euro) nicht zurückgestellt.

Die Steuerrückstellungen sind mit ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt. Die sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohenden Verluste und sind mit ihrem Erfüllungsbetrag und gegebenenfalls unter Berücksichtigung zukünftiger Kostensteigerungen von 2 bis 3 Prozent angesetzt. Diese Einschätzung ergibt sich aus betriebsinternen Erfahrungswerten. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr sind mit den ihrer Restlaufzeit entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssätzen der vergangenen sieben Geschäftsjahre abgezinst. Bei der Ermittlung des Aufzinsungsaufwands wurde angenommen, dass die Änderung des Abzinsungssatzes zum Ende der Periode eintritt. Der Erfolg aus Änderungen des Abzinsungssatzes zwischen zwei Abschlussstichtagen ist im Finanzergebnis dargestellt.

Die Rückstellungen für drohende Verluste aus Mietverhältnissen werden einzeln mit einem Erfolgsbeitrag aus der Belieferung an die, die Objekte betreibenden, selbstständigen Einzelhändler von unverändert 1,8 Prozent des Lieferumsatzes auf Basis von Vollkosten berechnet. Darüber hinaus werden Drohverlustrückstellungen aus Mietverhältnissen auch auf Ebene einzelner Untermietverträge gebildet.

Für sämtliche Zinssicherungsgeschäfte wurde das Wahlrecht, eine Bewertungseinheit mit dem dazugehörigen Grundgeschäft zu bilden, nicht in Anspruch genommen. Stattdessen sind diese negativen Zeitwerte, die nach der Mark-to-market-Methode ermittelt wurden, in die Rückstellungen für drohende Verluste eingeflossen.

Verbindlichkeiten sind mit ihrem Erfüllungsbetrag passiviert.

Einnahmen vor dem Stichtag, die Erträge für eine bestimmte Zeit nach dem Stichtag darstellen, sind als passive Rechnungsabgrenzungsposten ausgewiesen.

Es bestehen zwischen handelsrechtlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schulden und Rechnungsabgrenzungsposten und ihren steuerlichen Wertansätzen Differenzen, die sich in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich abbauen. Der Abbau dieser Differenzen kann zu steuerlichen Be- und Entlastungen führen. Für die Bewertung der latenten Steuern wird eine zukünftige durchschnittliche Ertragsteuerbelastung für die Körperschaftsteuer und den Solidaritätszuschlag von 15,825 Prozent und für die Gewerbesteuer von 16 Prozent zugrunde gelegt. Das Wahlrecht eines gesonderten Ausweises von aktiven und passiven latenten Steuern wird nicht angewandt. Vom Wahlrecht der Aktivierung latenter Steuern im Einzelabschluss gemäß § 274 Abs. 1 Satz 2 HGB wurde kein Gebrauch gemacht, sodass der insgesamt bestehende Aktivüberhang im Konzern ebenfalls nicht angesetzt wird.

E. ANGABEN ZUR BILANZ UND ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

(1) Anlagevermögen

Die Aufstellung der Besitzanteile ist als Anlage 1 dem Konzernanhang beigefügt. Die Entwicklung des Anlagevermögens ist dem Anlagespiegel zu entnehmen, der als Anlage 2 dem Konzernanhang beigefügt ist.

Der Zugang zum Geschäfts- oder Firmenwert betrifft den Erwerb von Einzelhandelsfilialen. Aus den einbezogenen Einzelabschlüssen stammen Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 13.817 T€ aus dem Erwerb von MARKTKAUF-Filialen aus Vorjahren. In den Anteilen an assoziierten Unternehmen sind Goodwills in Höhe von 1.299 T€ enthalten.

Die Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht (63.840 T€) betreffen ein Darlehen an ein den C+C-Großhandel betreibendes Gemeinschaftsunternehmen (EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG, Offenburg), bei dem geplante Anlaufverluste sowie die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu einer vorübergehenden Verlustsituation geführt haben. Das Darlehen wird langfristig gewährt und wird mit dem 3-Monats-EURIBOR zzgl. 100 Basispunkten p. a. verzinst. Der beizulegende Zeitwert liegt aufgrund des Zinssatzes vorübergehend unter dem Buchwert der Darlehensforderung.

(2) Vorräte (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	13.918	13.428
Unfertige Erzeugnisse	2.738	1.786
Fertige Erzeugnisse und Waren	430.981	423.817
Geleistete Anzahlungen	276	0
Vorräte	447.913	439.031

(3) Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	115.545	184.176
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	19.766	17.402
davon aus Lieferungen und Leistungen	(10.972)	(12.347)
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	29.909	33.775
davon aus Lieferungen und Leistungen	(3.455)	(7.210)
Sonstige Vermögensgegenstände	183.294	238.731
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	348.514	474.084

Die sonstigen Vermögensgegenstände haben in Höhe von 479 T€ (Vorjahr: 900 T€) eine Restlaufzeit von mehr als einem bis zu fünf Jahren, und sie haben in Höhe von 279 T€ (Vorjahr: 308 T€) eine Restlaufzeit von mehr als fünf Jahren. Die übrigen Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände haben eine Restlaufzeit bis zu einem Jahr.

(4) Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten

In den Guthaben bei Kreditinstituten in Höhe von 37.458 T€ (Vorjahr: 43.670 T€) sind Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, enthalten.

(5) Eigenkapital

Der Eigenkapitalspiegel nach DRS 22 ist dem Konzernabschluss beigefügt.

(6) Geschäftsguthaben (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Geschäftsguthaben verbleibender Mitglieder	74.471	70.950
Geschäftsguthaben ausscheidender Mitglieder	2.030	2.781
Geschäftsguthaben aus gekündigten Geschäftsanteilen	209	138
Geschäftsguthaben	76.710	73.869

Ein Geschäftsanteil beträgt 1.250 Euro. Eine Nachschusspflicht besteht nicht. Die Geschäftsguthaben der verbleibenden Mitglieder haben sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 3.521 T€ erhöht.

(7) Ergebnisrücklagen (in T€)	Gesetzliche Rücklagen	Andere Ergebnisrücklagen	Ergebnisrücklagen
Stand am 1.1.2020	521.392	618.940	1.140.332
Einstellungen aus dem Bilanzgewinn 2019	—	51.376	51.376
Einstellungen aus dem Jahresüberschuss 2020	46.251	—	46.251
Stand am 31.12.2020	567.643	670.316	1.237.959

(8) Genussrechtskapital	WKN: A2PGRZ
Nominalwert in T€	40.000
Stand zum 31.12.2020 in T€	40.000
Ende der Laufzeit	30.06.2024
Fälligkeit des zurückzuzahlenden Betrags	30.06.2024
Maximale jährliche Gewinnausschüttung in Prozent des Nennwertes	4,0
Ausschüttung für 2020 in T€	1.600

Im Geschäftsjahr 2019 wurden Genussrechte in Höhe von 40.000 T€ ausgegeben. Sie sind seitens der Inhaber unkündbar und treten gegenüber den Rechten von anderen Gläubigern der Gesellschaft im Rang zurück. Sie nehmen am Verlust der Gesellschaft durch Verminderung der Rückzahlungsbeträge teil. Die Verzinsung erfolgte ab dem Tag der Einzahlung.

Die Vergütung in 2020 für dieses Genussrechtskapital betrug 1.600 T€.

(9) Nicht beherrschende Anteile am Kapital

Hier werden die nicht der EDEKA Minden eG direkt oder indirekt gehörenden Anteile am Eigenkapital von in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen ausgewiesen.

(10) Rückstellungen (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	65.947	65.884
Steuerrückstellungen	104.818	102.235
Sonstige Rückstellungen	260.946	248.834
Rückstellungen	431.711	416.953

Der Abzinsungssatz für die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen beläuft sich zum 31.12.2020 auf 2,30 Prozent (Vorjahr: 2,71 Prozent). Es handelt sich dabei um den von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen zehn Geschäftsjahre für eine angenommene Restlaufzeit von 15 Jahren.

Der Unterschiedsbetrag zwischen der nach Maßgabe des entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen zehn Geschäftsjahre und der nach Maßgabe des entsprechenden durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen sieben Geschäftsjahre ermittelten Rückstellung für Pensionen und ähnlichen Verpflichtungen beträgt 5.200 T€. In Höhe dieses Unterschiedsbetrages besteht eine Ausschüttungssperre.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen für ehemalige Vorstände und deren Hinterbliebene belaufen sich auf 7.113 T€. Die Bezüge hieraus beliefen sich im Geschäftsjahr 2020 auf 576 T€.

Die sonstigen Rückstellungen beinhalten vor allem Rückstellungen für Personalverpflichtungen in Höhe von 90.840 T€ (Vorjahr: 81.951 T€) und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften in Höhe von 57.790 T€ (Vorjahr: 62.374 T€).

Zur Begrenzung des Zinsrisikos aus der Fremdfinanzierung sind zum Bilanzstichtag 13 Zinssicherungsvereinbarungen abgeschlossen. Den Zinsswaps für laufende Absicherungen liegen Basisbeträge von insgesamt 128,2 Millionen Euro zugrunde. Die nach der Mark-to-market-Bewertung ermittelten Zeitwerte sämtlicher Zinsswaps belaufen sich auf -8,6 Millionen Euro. Alle Zinsswaps sichern Zinsänderungsrisiken der zugrunde liegenden variabel verzinslichen Darlehen.

(11) Verbindlichkeiten (in T€)	Gesamt	davon mit einer Restlaufzeit			Besichert
		bis zu einem Jahr	von mehr als einem Jahr bis zu fünf Jahren	von mehr als fünf Jahren	
(Vorjahreswerte in Klammern)					
Anleihen	40.000 (39.855)	40.000 (39.855)	— (—)	— (—)	— (—)
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	275.329 (400.809)	23.513 (125.864)	137.389 (100.653)	114.427 (174.292)	17.800 (19.906)
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	860.837 (831.790)	860.837 (831.790)	— (—)	— (—)	— (—)
Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen	52.390 (57.408)	52.390 (57.408)	— (—)	— (—)	— (—)
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	913 (910)	913 (910)	— (—)	— (—)	— (—)
Sonstige Verbindlichkeiten	69.777 (69.563)	69.208 (69.096)	403 (306)	166 (161)	— (—)
davon aus Steuern	26.776 (27.295)	26.776 (27.295)	— (—)	— (—)	— (—)
davon im Rahmen der sozialen Sicherheit	— (19)	— (19)	— (—)	— (—)	— (—)
Verbindlichkeiten	1.299.246 (1.400.335)	1.046.861 (1.124.923)	137.792 (100.959)	114.593 (174.453)	17.800 (19.906)

Es bestehen Verbindlichkeiten mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr in Höhe von 252.385 T€ (Vorjahr: 275.412 T€).

Für die besicherten Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten wurden Buchgrundschulden eingetragen. Zudem sind Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen durch branchenübliche Eigentumsvorbehalte gesichert. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betreffen mit 22.237 T€ (Vorjahr: 23.947 T€) Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen betreffen mit 586.488 T€ (Vorjahr: 455.855 T€) Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht. Die Verbindlichkeiten gegenüber assoziierten Unternehmen betreffen mit 48.890 T€ (Vorjahr: 55.406 T€) Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

(12) Latente Steuern (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Die Differenzen zwischen handelsbilanziellen und steuerlichen Wertansätzen resultieren aus den folgenden Sachverhalten:		
Aktive latente Steuern		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	31.951	34.022
Vorräte	2.881	2.978
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	11.429	10.832
Sonstige Rückstellungen	35.214	33.222
Sonstige Differenzen	44	–
	81.519	81.054
Passive latente Steuern		
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-41.455	-39.799
Sonderposten mit Rücklageanteil	-33.374	-32.403
Sonstige Rückstellungen	-113	-2.789
Beteiligungen	-256	-740
	-75.198	-75.731
Künftige Steuerentlastung	6.321	5.323

Die Veränderung der latenten Steuern des Geschäftsjahres 2020 beträgt 998 T€. Die aktiven latenten Steuern erhöhten sich dabei um 465 T€, die passiven latenten Steuern nahmen um 533 T€ ab.

(13) Umsatzerlöse (in T€)	2020	2019
Einzelhandel	3.137.221	2.935.391
Großhandel	7.047.027	6.436.841
davon Zustellgroßhandel	(6.215.145)	(5.654.055)
davon C+C Fachgroßhandel	(831.882)	(782.786)
Produktion	120.881	123.452
Dienstleistung	2.829	9.149
Immobilien	298.207	280.845
Umsatzerlöse	10.606.165	9.785.678

(14) Materialaufwand (in T€)	2020	2019
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	8.266.411	7.628.095
Aufwendungen für bezogene Leistungen	382.415	347.457
Materialaufwand	8.648.826	7.975.552

(15) Personalaufwand (in T€)	2020	2019
Löhne und Gehälter	847.217	787.529
Soziale Abgaben	169.042	161.369
Aufwendungen für Altersversorgung	5.708	4.100
Aufwendungen für Unterstützung	69	70
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	174.819	165.539
Personalaufwand	1.022.036	953.068

(16) Abschreibungen

Die Aufstellung der Abschreibungen des Geschäftsjahres auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen ist dem Anlagenspiegel zu entnehmen, der als Anlage 2 dem Konzernanhang beigefügt ist. In den Abschreibungen sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 6.803 T€ (Vorjahr: 9.152 T€) enthalten.

(17) Finanzergebnis (in T€)	2020	2019
Erträge aus assoziierten Unternehmen	5.720	3.431
Erträge aus Beteiligungen	66.180	59.500
Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	1.392	3
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	587	2.905
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	19.072	17.912
Zinsergebnis	-17.093	-15.004
Finanzergebnis	+ 54.807	+ 47.927

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Aufwendungen aus Aufzinsungen in Höhe von 3.815 T€ (Vorjahr: 3.866 T€) enthalten.

(18) Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Es werden gezahlte bzw. geschuldete Ertragsteuern in Höhe von 60.898 T€ (Vorjahr: 53.279 T€) ausgewiesen.

Die Ursachen für den Unterschied zwischen dem erwarteten und dem ausgewiesenen Steueraufwand sowie dem erwarteten und dem effektiven Steuersatz im Konzern stellen sich wie folgt dar:

Steuerliche Überleitungsrechnung	2020		2019	
	T€	Prozent	T€	Prozent
Ergebnis vor Ertragsteuern	203.207	100,00	169.031	100,00
Erwarteter Steueraufwand und erwarteter Steuersatz	64.671	31,83	53.794	31,83
Steuermehrungen/-minderungen für Vorjahre	-1.486	-0,73	2.757	1,63
Steuermehrungen/-minderungen aufgrund von Handelsbilanz zu Steuerbilanzabweichungen	7.202	3,54	1.241	0,73
Steuermehrungen/-minderungen aufgrund von gewerbesteuerlichen Hinzurechnungen und Kürzungen	5.014	2,47	2.002	1,18
Steuerminderungen aufgrund steuerfreier Erträge und sonstiger Posten	-11.093	-5,46	-9.842	-5,81
Steuermehrungen aufgrund steuerlich nicht abzugsfähiger Aufwendungen	599	0,29	922	0,55
Sonstige Steuereffekte	-4.009	-1,97	2.388	1,41
Ausgewiesener Steueraufwand und effektiver Steuersatz	60.898	29,97	53.279	31,52

(19) Periodenfremde Erträge und Aufwendungen

Die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag beinhalten periodenfremden Steueraufwand von 14.600 T€ (Vorjahr: 7.934 T€) und periodenfremden Steuerertrag von 16.086 T€ (Vorjahr: 5.177 T€).

Darüber hinaus sind periodenfremde Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 32.915 T€ (Vorjahr: 14.812 T€), aus der Herabsetzung von Wertberichtigungen in Höhe von 4.097 T€ (Vorjahr: 2.871 T€) sowie Lieferantenvergütungen in Höhe von 7.960 T€ (Vorjahr: 10.245 T€) vorhanden.

(20) Vergütungen für Genussrechtskapital

Die Verzinsung des Genussrechtskapitals beträgt im Berichtsjahr 1.600 T€ (Vorjahr: 1.661 T€).

(21) Ergebnisverwendung

Über die Ergebnisverwendung des laufenden Geschäftsjahres ist noch zu beschließen.
Das Ergebnis des Mutterunternehmens soll wie folgt verwendet werden:

	2020
Ausschüttung einer Kapitaldividende von brutto 3,00 Prozent auf die Pflichtanteile der Mitglieder	1.612
Ausschüttung einer Kapitaldividende von brutto 5,00 Prozent auf die freiwilligen Geschäftsanteile der Mitglieder	987
Einstellung in Andere Ergebnismrücklagen	12.295
Einstellung in Gesetzliche Rücklage	46.251
Jahresüberschuss	61.145

F. SONSTIGE ANGABEN

Mitgliederentwicklung	Mitglieder- bestand	Pflicht- anteile	Freiwillige Anteile	Eingezahltes Geschäfts- guthaben	Ausstehende Einlagen
				T€	T€
Stand 31.12.2019	566	42.320	14.673	70.950	292
Einzahlungen auf Altanteile	–	–	–	270	-270
Änderung Pflicht- auf freiwillige Anteile	–	-252	252	–	–
Änderung freiwillige Anteile auf Pflichtanteile	–	140	-140	–	–
Weitere Anteile	–	2.220	2.250	5.430	157
Neue Mitglieder	16	48	–	60	–
Kündigungen	-19	-1.255	-149	-1.755	–
Gekündigte Anteile	–	–	-167	-209	–
Tod	-4	-117	-103	-275	–
Stand 31.12.2020	559	43.104	16.616	74.471	179

Von den sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum Ende des Geschäftsjahres werden fällig innerhalb eines Zeitraumes von:

Sonstige finanzielle Verpflichtungen (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Bis zu einem Jahr	262.377	249.310
Von mehr als einem Jahr bis zu fünf Jahren	842.790	812.538
Über fünf Jahre	878.225	813.075
Sonstige finanzielle Verpflichtungen	1.983.392	1.874.923

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betreffen ausschließlich Miet- und Leasingverpflichtungen für Einzelhandelsstandorte und Großhandelslager, die zur Sicherung der Absatzbasis der EDEKA Minden-Hannover langfristig angemietet sind. Ferner sind hierunter Erbbauzinsverpflichtungen erfasst.

Diese Geschäfte sind in Form langfristiger Operate-Leasing-Verträge ausgestaltet, bei denen der Vermieter bzw. Leasinggeber wirtschaftlicher Eigentümer des Vermögens bleibt. Hierdurch ergibt sich im Vergleich zum Eigentumserwerb für die Gesellschaft ein Liquiditätsvorteil. Jedoch verbleibt die Chance zukünftiger Wertsteigerungen bzw. das Risiko der Wertminderungen beim rechtlichen Eigentümer.

Haftungsverhältnisse (in T€)	31.12.2020	31.12.2019
Bürgschaften für Mietverträge	2.339	2.436
Finanzierungsbürgschaften	119.665	99.096
Haftungsverhältnisse	122.004	101.532

Die Bürgschaften betreffen Mietverträge für Einzelhandelsmärkte, die von Großhandelskunden betrieben werden, sowie Bürgschaften für die Finanzierung von Einrichtungen und Vorräten von selbstständigen Kaufleuten. Die wirtschaftlichen Verhältnisse der Großhandelskunden und selbstständigen Kaufleute sind dem Konzern bekannt. Auf Basis dieser Erkenntnisse hat man das Ausfallrisiko bestimmt und den wahrscheinlichen Betrag unter den sonstigen Rückstellungen passiviert. Die angegebenen Haftungsverhältnisse enthalten auch Bürgschaften zugunsten von selbstständigen Kaufleuten, welche Mitglieder des Aufsichtsrats oder des Vorstands sind.

In den übrigen Fällen sind die wirtschaftlichen Verhältnisse so, dass nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung zum Bilanzstichtag keine konkret erkennbaren Ausfallrisiken bestehen.

Angabe zu einzelnen Segmenten	Einzelhandel	Großhandel	Produktion	Dienstleistung	Immobilien	Konzern
Umsatz der Sparte (in T€)	3.186.525	10.557.360	857.655	75.405	541.383	15.218.328
Konzerninterne Umsätze (in T€)	-49.304	-3.510.333	-736.774	-72.576	-243.176	-4.612.163
Umsätze mit externen Dritten (in T€)	3.137.221	7.047.027	120.881	2.829	298.207	10.606.165
Abschreibungen ohne Finanzanlagen (in T€)	58.665	73.262	28.832	561	57.491	218.811
Investitionen (in T€)	76.096	74.855	21.262	427	181.378	354.018
Anlagevermögen der Sparte (in T€)	390.462	704.848	134.609	21.697	1.270.560	2.522.176
Gesamtzahl der im Jahresdurchschnitt beschäftigten Arbeitnehmer	18.199	9.059	2.135	145	276	29.814

Arbeitnehmer	2020	2020 davon aus Gemeinschafts- unternehmen
Kaufmännische Arbeitnehmer	18.247	2.105
Gewerbliche Arbeitnehmer	11.567	850
Gesamtzahl der im Jahresdurchschnitt beschäftigten Arbeitnehmer	29.814	2.955

Die Anzahl der Arbeitnehmer aus Gemeinschaftsunternehmen wird entsprechend der Beteiligung an dem Gemeinschaftsunternehmen EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG mit 40 Prozent quotaal angegeben.

Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen	Warengeschäft T€		Mietverträge T€		Finanzierung/Beteiligung T€	
	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag	Aufwand	Ertrag
	7.216.548	1.027.401	2.193	18.659	664	71.900

Die Geschäfte der EDEKA Minden eG mit nahestehenden Personen und Unternehmen betreffen hauptsächlich das Warengeschäft mit der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, die An- und Vermietung von Immobilien sowie die Finanzierung von selbstständigen Einzelhändlern und die Beteiligung von assoziierten Unternehmen. Die Ausgaben umfassen sämtliche Geschäfte mit nahestehenden Personen und Unternehmen.

Prüfungsgebühren

Das vom Abschlussprüfer des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr berechnete Gesamthonorar beträgt für Abschlussprüfungsleistungen 0,7 Millionen Euro und für andere Bestätigungsleistungen 0,0 Millionen Euro.

Prüfungsverband

Zuständiger Prüfungsverband ist der EDEKA Verband kaufmännischer Genossenschaften e. V., New-York-Ring 6, 22297 Hamburg.

Mitglieder des Vorstands der EDEKA Minden eG

- Wilhelm Behrends, Wiesmoor, Einzelhandelskaufmann (Vorstand bis 12.12.2020)
- Ulf-Ulrik Plath, Porta Westfalica, geschäftsführender Vorstand
(Beteiligungen, Controlling und Finanzen, Immobilienmanagement, Personal, Rechnungswesen, Revision, Bau-/Gebäudemanagement und Technik, Qualitätsmanagement, Vertragswesen, Zustellgroßhandel (Logistik))
- Karl Stefan Preuß, Minden, Einzelhandelskaufmann
- Horst Röthemeier, Warmsen, Einzelhandelskaufmann
- Mark Rosenkranz, Bad Oeynhausen, geschäftsführender Vorstand (Sprecher)
(Einzelhandel, Fleischwerke, Zustellgroßhandel (Warengeschäft), Konzernprozessmanagement, Marketing, Standortsicherung, Unternehmenskommunikation, Werbeagentur)
- Stephan Wohler, Bad Oeynhausen, geschäftsführender Vorstand
(Backwaren- und Fischproduktion, IT, Beteiligung EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG, Offenburg)

Vorstandsbezüge werden nur an die geschäftsführenden Vorstände gezahlt.

Mitglieder des Aufsichtsrats der EDEKA Minden eG

- Stefanie Brehm, Berlin, Einzelhandelskauffrau
- Reiner Götz, Norden, Einzelhandelskaufmann
- Roland Höhne, Annaburg, Einzelhandelskaufmann
- Ingo Kirchhoff, Wietzen, Einzelhandelskaufmann
- Tom Kutsche, Bad Essen, Einzelhandelskaufmann
- Stefan Ladage, Hessisch Oldendorf, Einzelhandelskaufmann (Vorsitzender)
- Katrin Schneider, Werder (Havel), Einzelhandelskauffrau
- Jan Stepaniak, Berlin, Einzelhandelskaufmann (stellvertr. Vorsitzender)
- Marc Kuhlmann, Wallenhorst, Einzelhandelskaufmann
- Thorsten Wucherpfennig, Hannover, Einzelhandelskaufmann

Die Aufsichtsratsvergütungen für 2020 betragen insgesamt 83 T€. Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder erhalten keine Bezüge.

Minden, 31. März 2021

Ulf-Ulrik Plath

Mark Rosenkranz
(Sprecher)

Stephan Wohler

Karl Stefan Preuß

Horst Röthemeier

ANLAGE 1 ZUM KONZERNANHANG

Aufstellung der Besitzanteile nach § 313 Abs. 2 HGB

lfd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen lfd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€
1	EDEKA Minden eG	Minden				
Tochterunternehmen						
2	EDEKA Minden-Hannover Holding Stiftung	Minden				
3	EDEKA Minden-Hannover Holding GmbH	Minden	1	50,00 ⁶⁾	974.602	171.137
4	EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG	Minden	2 #	0,00	1.207.595	168.919
			3	100,00		
5	EDEKA Minden-Hannover Beteiligungsgesellschaft mbH	Minden	4	100,00	61.919	4 *
6	EMH Beteiligungs GmbH	Minden	5	100,00	10.081	5 *
7	EMH Verwaltungs GmbH	Minden	5	100,00	67	3
8	EDEKA Minden eG Beteiligungsverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	7 #	0,00	419
			1	100,00		
9	EMH Verwaltungs- und Beteiligungs GmbH & Co. KG	Minden	7 #	0,00	10.810	630
			6	93,00		
			95	7,00		
10	Otto Reichelt GmbH	Berlin	5	85,00	140.665	5 *
			9	15,00		
11	EDEKA-Markt Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	11.054	4 *
12	Konsum-EDEKA Discount Handelsgesellschaft Sachsen-Anhalt mbH	Magdeburg	4	100,00	2.901	4 *
13	Ideal Supermarkt GmbH	Wiefelstede	4	100,00	3.523	4 *
14	Zweite EDEKA-Markt Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	33	4 *
15	Marktkauf Stuhr GmbH	Minden	4	100,00	63	4 *
16	EDEKA Minden-Hannover An- und Vermietungs GmbH	Minden	4	100,00	10.101	4 *
17	EDEKA Handelsgesellschaft Minden-Hannover mbH	Minden	4	100,00	53.549	4 *
18	EDEKA Minden-Hannover IT-Service GmbH	Minden	4	100,00	70	4 *
19	EDEKA Minden-Hannover Logistik-Service GmbH	Minden	17	100,00	25	17 *
20	MIOS Großhandel GmbH	Minden	4	100,00	17.800	4 *
21	1. EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *
22	Bauerngut Fleisch- und Wurstwaren GmbH	Minden	4	100,00	18.681	4 *
23	Goldswien GmbH Erfassung und Vermarktung von Qualitätsfleisch	Minden	4	100,00	28	4 *
24	MIOS Zertifikat- und Vermögensverwaltung Gesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	361
25	Schäfer's Brot- und Kuchen-Spezialitäten GmbH	Porta Westfalica	5	100,00	15.690	5 *
26	H. Hilbig Verwaltungsgesellschaft mbH	Berlin	25	100,00	29	1
27	Schäfer's Bake off Produktions GmbH	Magdeburg	5	100,00	26	5 *
28	Der Leinebäcker GmbH	Lehrte	25	100,00	40	1
29	Schäfer's Produktionsgesellschaft mbH	Minden	5	100,00	19.295	5 *
30	Hagenah Frische GmbH	Hamburg	5	100,00	25	5 *
31	Schäfer's Vertriebsgesellschaft Ost mbH	Minden	5	100,00	25	5 *
32	Schäfer's Vertrieb Partner GmbH	Minden	5	100,00	25	5 *
33	HAMINA Grundstücksverwaltungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH	Minden	1	100,00	519	65
34	HAMINA Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG, Objekt Kleinenbremen	Minden	33 #	0,00	-427	-1.437
			1	6,00		
			29	94,00		
35	HAMINA Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG, Objekt Hildesheim	Minden	33 #	0,00	100	257
			1	6,00		
			20	94,00		
36	EDEKA-MIHA Immobilien-Service GmbH	Minden	4	100,00	18.703	4 *
37	MIOS-Werbung Gesellschaft mit beschränkter Haftung	Minden	4	100,00	52	4 *

lfd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen lfd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€	
38	Marktkauf Hannover GmbH	Minden	4	100,00	115	4 *	
39	Marktkauf Minden GmbH	Minden	4	100,00	1.169	4 *	
40	Zweite Marktkauf Minden GmbH	Minden	4	100,00	2.167	4 *	
41	EDEKA Minden-Hannover Zentralverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	4	100,00	37	4 *	
42	EDEKA Minden-Hannover Immobilienverwaltungs-gesellschaft mbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	4.468	-1.241	
			1	6,00			
			4	94,00			
43	MaDamm Grundstücksverwaltung G.m.b.H.	Berlin	10	100,00	26	10 *	
44	Goldhähnchenweg Grundstücksverwaltung GmbH	Berlin	10	100,00	26	10 *	
45	Schäfer's Backwaren GmbH	Magdeburg	5	100,00	23	5 *	
46	Renoka Unterstützungskasse GmbH	Berlin	10	100,00	26	0	
47	Zweite EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
48	EDEKA-MIHA Immobilien-Bau GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
49	EDEKA Minden-Hannover Prüfungs- und Qualitäts-Management GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
50	Dritte EDEKA-Markt Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
51	BUDNI Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	24	4 *	
52	EDEKA Minden-Hannover Catering GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
53	Neunte EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	25	4 *	
54	Zehnte EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	24	4 *	
55	Elfte EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden	4	100,00	24	4 *	
56	Planbau Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Minden	§ 264 III	1	100,00	882	1 *
57	Zweite Planbau Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	26	1 *
58	Dritte Planbau Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	45	1 *
59	Vierte Planbau Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	30	1 *
60	Fünfte Planbau Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	100	1 *
61	Sechste Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	80,00	25	1 *
			36	20,00			
62	Siebte Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
63	Achte Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
64	Neunte Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
65	Zehnte Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
66	Elfte Planbau Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
67	Zwölfte Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	26	1 *
68	13. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
69	15. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	94,00	3.004	1 *
			8	6,00			
70	16. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	97	94,00	1.034	1 *
			8	6,00			
71	17. Planbau GmbH	Wiefelstede	§ 264 III	1	94,00	500	1 *
			126	6,00			
72	18. Planbau GmbH	Wiefelstede	§ 264 III	1	94,00	60	1 *
			125	6,00			
73	19. Planbau GmbH	Wiefelstede	§ 264 III	1	94,00	60	1 *
			126	6,00			
74	20. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
75	21. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
76	22. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
77	23. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	96,00	825	1 *
78	24. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	100,00	25	1 *
79	25. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	80,00	25	1 *
			4	20,00			

lfd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen lfd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€
80	26. Planbau GmbH	Ahrensburg	§ 264 III	1	4.035	1 *
				4	20,00	
81	27. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
82	28. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
83	29. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
84	30. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
85	31. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
86	32. Planbau GmbH	Minden		1	89	63
				4	30,00	
87	33. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
88	34. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
89	35. Planbau GmbH	Minden	§ 264 III	1	25	1 *
90	Fachmarktzentrum Wachtelfeld 7+9 GmbH (zukünftig 36. Planbau GmbH)	Minden		1	3.021	83
				4	30,00	
91	12. EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden		4	25	4 *
92	13. EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden		4	25	4 *
93	14. EDEKA Minden-Hannover GmbH	Minden		4	25	4 *
94	EMH EG ostfriesische Insel Beteiligungs GmbH	Minden	§ 264 III	1	29	1 *
95	EMH EG Beteiligungs GmbH	Minden	§ 264 III	1	779	1 *
96	EDEKA Logistikgesellschaft Nordwest mbH	Wiefelstede	§ 264 III	1	20.452	1 *
				125	6,00	
				126	6,00	
97	EDEKA Grundstücksgesellschaft Aurich-Oldenburg mbH	Wiefelstede	§ 264 III	1	536	1 *
98	Hausverwaltungsgesellschaft Wallenroder Straße 7 mit beschränkter Haftung	Berlin		1	3.116	1.307
				36	50,00	
99	Grundstücks-Vermögensverwaltungsgesellschaft Eichholzer-Weg, mit beschränkter Haftung	Berlin		98	12	2
100	Grundstücks-Vermögensverwaltungsgesellschaft Eichholzer-Weg, mit beschränkter Haftung & Co., Kommanditgesellschaft	Berlin	§ 264 b	1	1.889	1.718
				98	92,30	
				99 #	0,60	
101	1. EMH EDEKA-Markt Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-1.832
				1	6,00	
				11	94,00	
102	2. EMH EDEKA-Markt Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-1.003
				1	6,00	
				11	94,00	
103	1. Otto Reichelt Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-1.987
				10	100,00	
				12	94,00	
104	2. Otto Reichelt Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-542
				10	100,00	
105	3. EMH EDEKA-Markt Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-35
				1	6,00	
				11	94,00	
106	EMH EDEKA Berlin Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	67
				1	6,00	
				36	94,00	
107	EMH Konsum EDEKA Discount Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-1.886
				1	6,00	
				12	94,00	
108	EMH Bauerngut Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden		33 #	0,00	-232
				1	6,00	
				22	94,00	

lfd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen lfd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€
109	EMH EDEKA-Handelsgesellschaft Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	1.373	-73
			1	6,00		
			17	94,00		
110	EMH EDEKA-MIHA Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	505	182
			1	6,00		
			36	94,00		
111	Erste Ostfriesen Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	-58	-92
			94	100,00		
112	Zweite Ostfriesen Grundstücksverwaltungs-gesellschaft mbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	-22	-99
			94	100,00		
113	Goldswien Bio-Vermarktungsgesellschaft mbH	Minden	4	100,00	26	4 *
114	E Reichelt Verwaltungsgesellschaft mbH	Berlin	10	100,00	52.257	10 *
115	EDEKA 14532 Kleinmachnow Adolf-Grimme-Ring 8 GmbH	Berlin	10	100,00	25	10 *
116	EDEKA 10715 Berlin Berliner Str. 24 GmbH	Berlin	10	100,00	1.099	10 *
117	E Reichelt 13156 Berlin Blankenburger Str. 79 - 81 GmbH	Berlin	10	100,00	25	10 *
118	E Reichelt 12057 Berlin Grenzallee 4 - 6 GmbH	Berlin	10	100,00	25	10 *
119	EDEKA 14129 Berlin Potsdamer Chaussee 80 GmbH	Berlin	5	100,00	25	5 *
120	EDEKA 12247 Berlin Siemensstr. 21 - 23 GmbH	Berlin	10	100,00	25	10 *
121	EDEKA 14197 Berlin Wiesbadener Str. 53 GmbH	Berlin	10	100,00	6.876	10 *
122	Fünfte E Reichelt Supermarkt GmbH	Berlin	10	100,00	25	10 *
123	Vierte EDEKA Supermarkt GmbH	Berlin	5	100,00	25	5 *
124	Pentland Firth Software GmbH	Pullach	4	55,01	-1.992	4 *
125	EDEKA Beteiligungsgesellschaft Aurich-Oldenburg mbH	Minden	§ 264 III	1	1.401	1 *
			8	6,00		
126	EDEKA Beteiligungsgesellschaft Bremen mbH	Minden	§ 264 III	1	1.392	1 *
			8	6,00		
127	MESOS Beteiligungs GmbH & Co. Objekt Nordenham KG	Pullach	§ 264 b	1	-419	55
128	Erste EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	-1.211	293
			1	85,00		
			18	15,00		
129	Zweite EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	331	81
			1	94,80		
130	Dritte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-75	-100
			20	94,00		
			1	6,00		
131	Vierte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	7.662	-66
			20	94,00		
			1	6,00		
132	Fünfte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	3.368	-3
			12	94,00		
			1	6,00		
133	Sechste EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-1.852	-1.301
			11	94,00		
			1	6,00		
134	Siebte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-404	-14
			4	94,00		
			1	6,00		
135	Achte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	25	1.464
			12	94,00		
			1	6,00		

lfd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen lfd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€
136	Neunte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-43	0
			4	94,00		
			1	6,00		
137	Zehnte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-735	427
			4	94,00		
			1	6,00		
138	Elfte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-1.313	-476
			10	94,00		
			1	6,00		
139	KANEMA GmbH & Co. Mobilien Lauenau KG	Pullach	§ 264 b	1	-1.023 ³⁾	432 ³⁾
			18	49,00		
140	MESOS GmbH & Co. Logistikzentrum Lauenau KG	Pullach	§ 264 b	11	27.341 ³⁾	2.532 ³⁾
			56	30,00		
			1	21,00		
141	Zwölfte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	26	2.709
			12	94,00		
			1	6,00		
142	Dreizehnte EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	26	345
			29	94,00		
			1	6,00		
143	Erste Planbau Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	19.061	1.268
			56	100,00		
144	Zweite Planbau Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	14.958	751
			56	100,00		
145	Dritte Planbau Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	691	-93
			56	100,00		
146	Vierte Planbau Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	154	28
			56	100,00		
147	Fünfte Planbau Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Minden	§ 264 b	33 #	17	-3
			56	100,00		
148	14. EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	-688	-91
			22	94,00		
			1	6,00		
149	15. EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	814	-21
			18	94,00		
			1	6,00		
150	16. EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	33 #	0,00	28	267
			4	94,00		
151	17. EMH Grundstücksverwaltung GmbH & Co. KG	Minden	12	94,00	4.472	231
			1	6,00		
			33 #	0,00		
152	MESOS Beteiligungs GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach	4 #	94,00	-29 ³⁾	145 ³⁾
153	MESOS Beteiligungs GmbH & Co. Objekt Lehrte KG	Pullach	36 #	94,00	13.798 ³⁾	40 ³⁾
154	MESOS Beteiligungs GmbH & Co. Objekt Dreilinden KG	Pullach	36 #	94,00	-409 ³⁾	81 ³⁾
155	MESOS GmbH & Co. Einzelhandelsobjekte Vermietungs-KG	Pullach	4 #	94,00	23 ³⁾	0 ³⁾
156	MESOS GmbH & Co. Zweite Einzelhandelsobjekte Vermietungs-KG	Pullach	36 #	94,00	-594 ³⁾	42 ³⁾
157	INTUS Beteiligungs GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach	4 #	94,00	3.742 ³⁾	-33 ³⁾
158	MESOS GmbH & Co. Objekt Zerbst-KG	Pullach	36 #	94,00	4.244 ³⁾	126 ³⁾
159	MESOS GmbH & Co. Dritte Einzelhandelsobjekte Vermietungs-KG	Pullach	36 #	94,00	23 ³⁾	0 ³⁾
160	SONUM GmbH & Co. KG	Pullach	10 #	94,00	-186 ³⁾	19 ³⁾

Ifd. Nr.	Firma	Sitz	Beteiligungsverhältnis vom Unternehmen Ifd. Nr.	Anteil am Gesellschaftskapital in %	Eigenkapital zum 31.12.2020 T€	Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 T€	
161	SONUM GmbH & Co. Objekt Bogenhaus KG	Pullach	10 #	94,00	9.748 ³⁾	352 ³⁾	
162	MESOS GmbH & Co. Objekt Hannover-Wüfel KG	Pullach	§ 264 b	1	94,50	4.444 ³⁾	-84 ³⁾
163	RATIS Beteiligungs GmbH & Co. Mobilienleasing KG	Pullach		16	100,00	25 ³⁾	2.000 ³⁾
164	AMORFOS Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH	Minden		1	100,00	3	0
165	EDEKA Minden-Hannover Luxemburg GmbH	Luxemburg		4	100,00	9.289 ¹⁾	28 ¹⁾
166	NORAS GmbH & Co. KG	Pullach	§ 264 b	18	94,00	7.398	169
Gemeinschaftsunternehmen							
167	EDEKA Foodservice Stiftung & Co. KG	Offenburg		4	40,00 ⁸⁾	11.478	-87.396
168	HANDELSHOF KÖLN GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Köln		167	100,00 ⁹⁾	57.673	462
169	HANDELSHOF Management GmbH	Köln		167	100,00 ⁹⁾	2.820	-2.256
170	Medsorg GmbH	Mülheim an der Ruhr		167	100,00 ⁹⁾	1.208	1.140
Assoziierte Unternehmen							
171	Max Lüning GmbH & Co. KG	Rietberg		4	49,00 ⁴⁾	36.523 ¹⁾	10.242 ¹⁾
172	ODIN Schiffsausrüstung GmbH	Schiffdorf		4	20,00 ⁴⁾	24.248 ¹⁾	3.565 ¹⁾
173	Kaiser's Verwaltungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH	Mülheim an der Ruhr		4	40,00 ⁴⁾	92.763 ¹⁾	0 ¹⁾⁵⁾
174	VFCE Gastronomie Betriebsgesellschaft mbH	Pattensen		5	50,00 ⁴⁾	-63 ²⁾	-113 ²⁾
Beteiligungen							
175	Birkenhof Perwenitz Fleischwaren GmbH	Minden		4	100,00 ⁷⁾	25 ¹⁾	-4.509 ¹⁾
176	Projektentwicklungsgesellschaft Kaserne Stolzenau mbH	Nienburg		36	33,33	36 ¹⁾	-112 ¹⁾
177	EDEKA Aktiengesellschaft	Hamburg		1	28,20	21.326 ¹⁾	1.073 ¹⁾
178	EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG (ehemals EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG)	Hamburg		1	28,20	2.065.894 ¹⁾	297.596 ¹⁾
179	Preuß Beteiligungs- und Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Minden		4	25,00	60 ¹⁾	3 ¹⁾
180	Karl Preuß GmbH & Co.	Minden		179 #	0,20	7.708 ¹⁾	1.031 ¹⁾
				4	24,95		

Die Anteile anderer Unternehmen liegen unter 20 % des Nennkapitals dieser Gesellschaften.

¹⁾ Ifd. Nr. Diese Gesellschaft hat einen Ergebnisabführungsvertrag mit der Gesellschaft Ifd. Nr. (z. B. 4* mit der EDEKA Minden-Hannover Stiftung & Co. KG)

Das Ergebnis des Geschäftsjahres beträgt 0 T€

Persönlich haftende Gesellschafterin (0,00 = ohne Einlage)

¹⁾ Daten aus dem Abschluss zum 31.12.2019

²⁾ Daten aus dem Abschluss zum 31.12.2018

³⁾ Vorläufige Daten für 2020

⁴⁾ Der Anteil des Stimmrechts entspricht dem Anteil am Gesellschaftskapital

⁵⁾ Diese Gesellschaft hatte zum 31.12.2020 einen Ergebnisabführungsvertrag mit der Gesellschaft EDEKA Südbayern Handels Stiftung & Co. KG

⁶⁾ Die Einbeziehung der Ifd. Nr. 3 erfolgt gemäß § 290 Abs. 2 Nr. 3 HGB

⁷⁾ Die Gesellschaft wird mangels möglichem beherrschenden Einfluss nicht vollkonsolidiert

⁸⁾ Anteilsmäßige Konsolidierung

⁹⁾ Tochterunternehmen des quotenkonsolidierten Gemeinschaftsunternehmens Ifd. Nr. 167

§ 264 III Der Abschluss dieser Gesellschaft ist nach § 264 Abs. 3 HGB bzw. § 264 b HGB von der Aufstellung,

§ 264 b Prüfung und Offenlegung durch Einbezug in den Konzernabschluss der Ifd.Nr. 1 befreit.

Die Einbeziehung der Ifd. Nr. 127, 139, 140, 152 bis bis 163 und 166 erfolgt gemäß § 290 Abs. 2 Nr. 4 HGB.

ANLAGE 2 ZUM KONZERNANHANG

Anlagespiegel

Immaterielle Vermögensgegenstände (in T€)	Entgeltlich erworbene Konzessionen und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	Geschäfts- oder Firmenwert	(davon Geschäfts- oder Firmenwert aus Kapital-konsolidierungen)	Geleistete Anzahlungen	Gesamt
Anschaffungs- und Herstellungskosten					
Stand am 31.12.2019	402.204	263.901	27.809	7.509	673.614
Veränderung Konsolidierungskreis	-13	-1.200	—	—	-1.213
Stand am 1.1.2020	402.191	262.701	27.809	7.509	672.401
Zugang	4.468	481	481	2.906	7.855
Abgang	1.001	1.132	1.200	1.426	3.559
Umbuchungen	1.052	—	—	-946	106
Stand am 31.12.2020	406.710	262.050	27.090	8.043	676.803
Abschreibungen					
Stand am 31.12.2019	362.575	160.859	1.154	2.835	526.269
Veränderung Konsolidierungskreis	-94	-240	—	—	-334
Stand am 1.1.2020	362.481	160.619	1.154	2.835	525.935
Zugang	11.783	14.034	1.809	664	26.481
Abgang	973	1.035	240	—	2.008
Zuschreibungen	6	—	—	—	6
Stand am 31.12.2020	373.285	173.618	2.723	3.499	550.402
Buchwerte					
Stand am 31.12.2019	39.629	103.042	26.655	4.674	147.345
Stand am 31.12.2020	33.425	88.432	24.367	4.544	126.401

Sachanlagen (in T€)	Grundstücke, grundstücks- gleiche Rechte und Bauten einschließlich der Bauten auf fremden Grundstücken	Technische Anlagen und Maschinen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Andere Anlagen, Einbauten in fremde Grundstücke	Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- und Herstellungskosten						
Stand am 31.12.2019	1.820.633	222.183	846.292	402.335	49.063	3.340.506
Veränderung Konsolidierungskreis	–	1.488	-265	–	–	1.223
Stand am 1.1.2020	1.820.633	223.671	846.027	402.335	49.063	3.341.729
Zugang	152.373	9.427	97.800	29.993	54.775	344.368
Abgang	6.868	2.107	45.080	4.988	1.645	60.688
Umbuchungen	11.710	2.199	5.249	5.035	-24.299	-106
Stand am 31.12.2020	1.977.848	233.190	903.996	432.375	77.894	3.625.303
Abschreibungen						
Stand am 31.12.2019	674.458	147.670	582.861	208.407	91	1.613.487
Veränderung Konsolidierungskreis	–	1.490	-155	–	–	1.335
Stand am 1.1.2020	674.458	149.160	582.706	208.407	91	1.614.822
Zugang	52.339	18.131	93.430	28.430	–	192.330
Abgang	2.728	1.278	41.324	3.641	–	48.971
Umbuchungen	91	–	–	–	-91	0
Zuschreibungen	–	1.799	20	40	–	1.859
Stand am 31.12.2020	724.160	164.214	634.792	233.156	0	1.756.322
Buchwerte						
Stand am 31.12.2019	1.146.175	74.513	263.431	193.928	48.972	1.727.019
Stand am 31.12.2020	1.253.688	68.976	269.204	199.219	77.894	1.868.981

Finanzanlagen (in T€)	Beteiligungen	Anteile an assoziierten Unternehmen	Ausleihungen an Unter- nehmen, mit denen ein Beteiligungs- verhältnis besteht	Sonstige Ausleihungen	Geleistete Anzahlungen auf Beteiligungen	Gesamt
Anschaffungs- und Herstellungskosten						
Stand am 1.1.2020	400.196	58.909	74.088	16.256	40	549.489
Zugang	263	1.531	–	1	–	1.795
Abgang	2	–	9.960	444	40	10.446
Umbuchungen	–	–	–	–	–	–
Stand am 31.12.2020	400.457	60.440	64.128	15.813	0	540.838
Abschreibungen						
Stand am 1.1.2020	378	13.380	288	–	–	14.046
Zugang	–	–	–	–	–	–
Abgang	2	–	–	–	–	2
Umbuchungen	–	–	–	–	–	–
Zuschreibungen	–	–	–	–	–	–
Stand am 31.12.2020	376	13.380	288	–	–	14.044
Buchwerte						
Stand am 31.12.2019	399.818	45.529	73.800	16.256	40	535.443
Stand am 31.12.2020	400.081	47.060	63.840	15.813	0	526.794

Anlagevermögen (in T€)	Immaterielle Vermögensgegenstände	Sachanlagen	Finanzanlagen	Gesamt
Anschaffungs- und Herstellungskosten				
Stand am 31.12.2019	673.614	3.340.506	549.489	4.563.609
Veränderung Konsolidierungskreis	-1.213	1.223	–	10
Stand am 1.1.2020	672.401	3.341.729	549.489	4.563.619
Zugang	7.855	344.368	1.795	354.018
Abgang	3.559	60.688	10.446	74.693
Umbuchung	106	-106	–	0
Stand am 31.12.2020	676.803	3.625.303	540.838	4.842.944
Abschreibungen				
Stand am 31.12.2019	526.269	1.613.487	14.046	2.153.802
Veränderung Konsolidierungskreis	-334	1.335	–	1.001
Stand am 1.1.2020	525.935	1.614.822	14.046	2.154.803
Zugang	26.481	192.330	–	218.811
Abgang	2.008	48.971	2	50.981
Zuschreibungen	6	1.859	–	1.865
Stand am 31.12.2020	550.402	1.756.322	14.044	2.320.768
Buchwerte				
Stand am 31.12.2019	147.345	1.727.019	535.443	2.409.807
Stand am 31.12.2020	126.401	1.868.981	526.794	2.522.176

EIGENKAPITALSPIEGEL

EDEKA Minden eG									nicht beherrschende Anteile			Konzern-eigenkapital
(in T€)	Ge-schäfts-guthaben	Kapital-rücklage	Ergebnisrücklagen			Genuss-rechts-kapital	Anteil am Konzern-jahres-über-schuss	Eigen-kapital	am Kapital	am Kon-zern-jahres-über-schuss	Eigen-kapital	Summe
			Gesetzl. Rück-lagen	Andere Ergebnis-rücklagen	Summe							
Stand am 01.01.2020	73.869	16.169	521.392	618.940	1.140.332	40.000	53.478	1.323.848	377.580	3.000	380.580	1.704.428
Einzahlung/ Auszahlung	2.841	–	–	–	–	–	–	2.841	–	–	–	2.841
Rücklagen- bildung aus dem Jahres- ergebnis 2019	–	–	–	50.970	50.970	–	-50.970	–	–	–	–	–
Ausschüttung	–	–	–	–	–	–	-2.508	-2.508	–	-3.000	-3.000	-5.508
Übrige Maßnahmen	–	–	–	406	406	–	–	406	-6	–	-6	400
Umgliederung nicht beherr- schende Anteile	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Konzernjahres- überschuss	–	–	–	–	–	–	108.032	108.032	–	34.277	34.277	142.309
Rücklagen- bildung aus dem Jahres- ergebnis 2020	–	–	46.251	–	46.251	–	-46.251	–	–	–	–	–
Stand am 31.12.2020	76.710	16.169	567.643	670.316	1.237.959	40.000	61.781	1.432.619	377.574	34.277	411.851	1.844.470

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

An die EDEKA Minden eG, Minden

PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Konzernabschluss der EDEKA Minden eG, Minden, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) – bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, dem Konzern-eigenkapitalspiegel und der Konzernkapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 sowie dem Konzernanhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der EDEKA Minden eG, Minden, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den nach § 13 PubliG anzuwendenden deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2020 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 und
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts geführt hat.

GRUNDLAGE FÜR DIE PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt »Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts« unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die übrigen Teile des Geschäftsberichts, mit Ausnahme des geprüften Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Konzernabschlussprüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Falls wir auf Grundlage der von uns durchgeführten Arbeiten den Schluss ziehen, dass eine wesentliche falsche Darstellung dieser sonstigen Informationen vorliegt, sind wir verpflichtet, über diese Tatsache zu berichten. Wir haben in diesem Zusammenhang nichts zu berichten.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS FÜR DEN KONZERNABSCHLUSS UND DEN KONZERNLAGEBERICHT

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den nach § 13 PubliG anzuwendenden deutschen handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

VERANTWORTUNG DES ABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und Konzernlageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im Konzernlagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren.
- Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Hamburg, 04. Mai 2021

UNIVERSA Prüfungs- und Treuhandgesellschaft mbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Mackedanz
Wirtschaftsprüfer

Hübötter
Wirtschaftsprüfer

GRI-INHALTSINDEX

Zur Durchführung des GRI Materiality Disclosures Service lag der Global Reporting Initiative (GRI) der »Unternehmensbericht 2020« vor. Die korrekte Positionierung der »Materiality Disclosures« (102-40 – 102-49) im Bericht wurde von dem GRI Services Team bestätigt.



GRI-Standards	Seite(n)/Antwort	Erläuterungen
GRI 101: Grundlagen 2016		
GRI 102: Allgemeine Angaben 2016		
Organisationsprofil		
GRI 102-1: Name der Organisation	13	
GRI 102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	Umschlag 4, 4, 40, 52, 60	
GRI 102-3: Hauptsitz der Organisation	Minden	
GRI 102-4: Betriebsstätten	Umschlag 4	
GRI 102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	95	
GRI 102-6: Belieferte Märkte	Umschlag 4, 4, 40, 52	
GRI 102-7: Größe der Organisation	Umschlag 4, 9, 16, 40, 46/47, 120	
GRI 102-8: Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	Umschlag 4, 84	
GRI 102-9: Lieferkette	28, 30, 56	
GRI 102-10: Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	46	
GRI 102-11: Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	16, 22/23, 27, 111	
GRI 102-12: Externe Initiativen	27, 35, 87, 89, 90	
GRI 102-13: Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	89	
Strategie		
GRI 102-14: Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	8-13	
GRI 102-15: Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	13, 26-29, 85	
Ethik und Integrität		
GRI 102-16: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	Umschlag 1, 16	
Unternehmensführung		
GRI 102-18: Führungsstruktur	13, 95/96, 138	
Einbindung von Stakeholdern		
GRI 102-40: Liste der Stakeholder-Gruppen	34, 88	
GRI 102-41: Tarifverträge	21	
GRI 102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	34	
GRI 102-43: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	18, 34, 78/79, 88	
GRI 102-44: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	88	

GRI-Standards	Seite(n)/Antwort	Erläuterungen
Vorgehensweise bei der Berichterstattung		
GRI 102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	Umschlag 2	
GRI 102-46: Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	Umschlag 2	
GRI 102-47: Liste der wesentlichen Themen	Umschlag 2, 83	
GRI 102-48: Neudarstellung von Informationen	Keine	
GRI 102-49: Änderungen bei der Berichterstattung	Keine	
GRI 102-50: Berichtszeitraum	Umschlag 2	
GRI 102-51: Datum des letzten Berichts	Mai 2020	
GRI 102-52: Berichtszyklus	Jährlich	
GRI 102-53: Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	157	
GRI 102-54: Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Umschlag 2	
GRI 102-55: GRI-Inhaltsindex	153-156	
GRI 102-56: Externe Prüfung	150-152	Prüfung nur für Konzernlagebericht und Konzernabschluss

Wesentliche Themen		
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	26, 30, 33, 36/37, 42, 46, 49/50, 77, 80, 83, 87	
GRI 203-1: Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	26, 30, 33, 36/37, 42, 46, 49/50, 77, 80	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	30, 56/57, 83, 87	
GRI 204-1: Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	56/57	Wir berichten nicht zum Anteil der Ausgaben, da diese Daten nicht erfasst werden
GRI 205: Korruptionsbekämpfung 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	16, 83	
GRI 205-2: Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	16	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	16	
GRI 206-1: Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	Keine	
GRI 301: Materialien 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	48/49, 58, 83, 87	
GRI 301-1: Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	91	
GRI 301-2: Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	91	

GRI-Standards	Seite(n)/Antwort	Erläuterungen
GRI 302: Energie 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	29, 64, 68, 81, 83, 87, 86	
GRI 302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	64, 86	
GRI 302-4: Verringerung des Energieverbrauchs	86	
GRI 305: Emissionen 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	28/29, 58, 83, 85, 87, 90	
GRI 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	86	
GRI 305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	86	
GRI 306: Abwasser und Abfall 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	48, 81, 83, 87	
GRI 306-2: Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	92	
GRI 401: Beschäftigung 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14, 16, 21, 83, 87	
GRI 401-2: Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	21	Außertarifliche Zahlungen, zum Beispiel Sonderzahlungen bei Betriebsjubiläen, Geburten und Hochzeiten, werden über Betriebsvereinbarungen geregelt. Für alle Beschäftigten der EDEKA Minden-Hannover besteht zudem die Möglichkeit, an der betrieblichen bzw. tariflichen Altersvorsorge teilzunehmen.
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	21, 83	
GRI 402-1: Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	21	
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14, 17-19, 83	
GRI 404-1: Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	18	
GRI 404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	17-19	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	14, 20, 83	
GRI 405-1: Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	13, 20, 84, 138	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	26, 33, 49-51, 83	
GRI 413-1: Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme	33, 36/37, 42, 49-51	

GRI-Standards	Seite(n)/Antwort	Erläuterungen
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	56/57, 83, 85, 90	
GRI 414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	56	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	56-58, 80, 83	
GRI 416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	56-58, 80	
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016		
GRI 103: Managementansatz 2016 (inklusive 103-1, 103-2, 103-3)	30, 35, 55, 73, 78-80, 83, 90	
GRI 417-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	80	

IMPRESSUM

EDEKA Minden-Hannover
Stiftung & Co. KG
Wittelsbacherallee 61
32427 Minden
Telefon: (0571) 802 - 0
Telefax: (0571) 802 - 1556

www.edeka-minden.de

GESTALTUNG UND PRODUKTION

MIOS-Werbung GmbH
Wittelsbacherallee 61
32427 Minden
Telefon: (0571) 802 - 1010
Telefax: (0571) 802 - 1020

DRUCK

Kunst- und Werbedruck,
Bad Oeynhausen

DIESER BERICHT IM INTERNET

www.edeka-minden-geschaeftsbericht.de/fakten





www.edeka-minden.de