



„Länger genießen, weniger wegwerfen“:

EDEKA startet Apeel-Kampagne mit neuem TV-Spot

- Im Fokus: Längere Haltbarkeit – weniger Verschwendung
- Neuer TV-Spot ist Herzstück der Kampagne
- Mehr Transparenz für Verbraucher

Hamburg, Deutschland und Kalifornien, USA: 16.02.2021 – Unter dem Slogan „Länger genießen, weniger wegwerfen“ startet EDEKA eine neue Informationskampagne zum innovativen Apeel-Verfahren, das die Haltbarkeit von Obst und Gemüse verdoppelt und damit wirksam zum Kampf gegen Foodwaste beiträgt. Kern der Kampagne ist ein neuer [TV-Spot](#), der auf allen reichweitenstarken TV-Sendern zu sehen ist. Nach dem unterhaltsamen „Faultier-Spot“ aus dem Jahr 2020 stellt der neue Spot die bislang in Deutschland erhältlichen Apeel-Produkte ins Rampenlicht: Avocados, Orangen, Mandarinen, Clementinen, Grapefruits und Zitronen bleiben dank Apeel rund doppelt so lange haltbar und frisch.



Begleitet wird der TV-Spot unter anderem mit Aktivitäten auf den Social-Media-Kanälen wie Facebook, Instagram und YouTube sowie im Handzettel und mit Plakaten am Point of Sale. Das Key-Visual zeigt auf einen Blick alle Produkte, die EDEKA, Netto Marken-Discount und Marktkauf bereits mit dem Apeel-Schutzmantel in die Obst- und Gemüseabteilungen ihrer Märkte gebracht haben. Zudem werden die Kundinnen und Kunden auch auf die Apeel-Website hingewiesen, auf der sie mehr über die Schutzhülle auf pflanzlicher Basis und ihre Wirkung erfahren können.



Doppelt so lange haltbar

Jedes Obst oder Gemüse verfügt über eine Haut oder eine Schale, die es schützt und frisch hält. Die Apeel-Schutzhülle auf pflanzlicher Basis verleiht der Oberfläche eine Art zweite Haut, durch die weniger Wasser aus dem Inneren durch die eigentliche Schale verdunsten und zugleich weniger Sauerstoff von außen eindringen kann. Dadurch entsteht ein optimales Mikroklima und die Frucht kann weiter atmen. Der Reifungsprozess wird somit stark verlangsamt, wodurch die Apeel-Produkte bei gleichbleibend hoher Qualität und unverändertem Genusserlebnis rund doppelt so lange frisch bleiben können.

Schutzhülle auf pflanzlicher Basis

Apeel besteht aus Fetten, die in den Schalen, Samen sowie im Fruchtfleisch sämtlicher Früchte- und Gemüsesorten enthalten sind. Somit besteht die Apeel-Schutzschicht aus Komponenten, die auch im Rahmen einer normalen Ernährung regelmäßig verzehrt werden. Damit unterscheidet sich Apeel grundsätzlich von Ansätzen, bei denen ein synthetisch hergestelltes Zuckerderivat aufgetragen wird.

Kampf gegen Foodwaste

Durch die Verlängerung der Haltbarkeit von frischem Obst und Gemüse trägt die essbare Apeel-Schutzhülle dazu bei, Lebensmittelverschwendung entlang der gesamten Lieferkette bis zum Verbraucher zu reduzieren. Gemeinsam arbeiten der EDEKA-Verbund und Apeel daran, weitere Obst- und Gemüsesorten mit Apeel in Deutschland auf den Markt zu bringen und damit einen Beitrag zur Lebensmittelwertschätzung und Ressourcenschonung zu leisten.

Mehr Informationen auf: www.edeka.de/apeel

Über Apeel

Apeel hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein nachhaltigeres weltweites Lebensmittelsystem zu schaffen, indem es die Kraft der Natur nutzt, um Produkte länger haltbar zu machen und die Lebensmittelverschwendung damit von den Erzeugern über die Lieferanten bis hin zum Einzelhändler zu bekämpfen. Apeel-Produkte halten zweimal länger dank des pflanzlichen Schutzes aus Substanzen, die in den Schalen und Samen aller Obst- und Gemüsesorten vorkommen. Die schützende zusätzliche „Schale“ von Apeel verlangsamt den Wasserverlust und die Oxidation, die generell dazu

EDEKA Zentrale Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de





führen, dass Produkte verderben. Apeel ist für biologisch und konventionell angebaute Produkte erhältlich und das Unternehmen expandiert in eine ständig zunehmende Anzahl von Kategorien und Märkten. Apeel reduziert die Umweltbelastung und gewährt jedem in der gesamten Lieferkette – vom Erzeuger über den Einzelhändler bis hin zum Verbraucher – mehr Zeit, frische Produkte zu vertreiben bzw. zu genießen. Apeel optimiert die Frischedauer von Lebensmitteln. Apeel ist ein(e) Warenzeichen/ eingetragene Handelsmarke von Apeel Technology, Inc. in den Vereinigten Staaten, der Europäischen Union sowie in anderen Ländern. Weitere Informationen erhalten Sie bei apeel.com.

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

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

EDEKA Zentrale Stiftung & Co. KG
Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: presse@edeka.de
verbund.edeka.de

