

# Auch Edeka geht auf Mars los

Von Marco Hübner (mailto:marco.huebner@dfv.de) Dienstag, 23. August 2022



Schlagabtausch in den sozialen Medien: Edeka legt dem Hersteller Mars hohe Preise zur Last.

(/news/media/24/Edeka-Mars-Social-Media-233538.jpeg)

Nachdem Netto Marken-Discount den Hersteller Mars in der Preisdebatte frontal attackiert hatte, tritt jetzt das Mutterunternehmen in den Ring. Auch Edeka schlägt gegenüber dem Süßwaren-Spezialisten raue Töne an.

Die Preisdebatte zwischen Handel und Industrie verlagert sich weiter in die Öffentlichkeit: Deutschlands größter Lebensmitteleinzelhändler Edeka haut in den sozialen Medien auf den Süßwarenhersteller Mars ein. "Die Preisvorstellungen des Herstellers Mars sind auf dem Weg zum Mond", schreiben die Hamburger auf Facebook und Instagram. Der Händler fragt gar, ob eine "Marsfinsternis" bevorstehe. Damit wirbt Edeka für seine Eigenmarke Gut und Günstig, welche auch typische Mars-Produkte abdeckt.

Etwa eine Woche zuvor hatte bereits Netto Marken-Discount Mars eine Breitseite verpasst.

(<https://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/nachrichten/preisdebatte-netto-wirft-mars-mondpreise-vor-166685>) Der zu Edeka gehörende Händler schrieb ebenfalls von "Mondpreisen" und rechnete den Nutzern vor, dass die eigene Version der Süßigkeit M&M's mindestens 64 Prozent günstiger sei. Edeka verzichtet auf Prozentangaben und will eher das Engagement der Nutzer auf den Plattformen mit der Frage "Was denkt ihr?" anregen. Die Hamburger machen also Ernst und halten daran fest, das Thema Preisverhandlungen – die normalerweise hinter dem Vorhang stattfinden – vor Publikum werbewirksam auszuwalzen.

Die Nutzer reagieren teils kritisch. Auf Facebook schreibt eine Kommentatorin: "Qualität und Lohnkosten sind nun mal nicht umsonst..." Von Preisdumping ist die Rede. Mit dem Bespielen des Themas Lebensmittelpreise hatte sich Edeka im Jahr 2020 einen Shitstorm eingebracht. Damals brachte ein Edeka-Plakat Bauern auf die Barrikaden.

(<https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/nachrichten/Traktoren-blockieren-Lager-Edeka-Plakat-bringt-Bauern-auf-die-Barrikaden-144481>)

## Mars reagiert mit Diplomatie

Mars hatte nach der Veröffentlichung des Netto-Posts auf eine LZ-Anfrage diplomatisch reagiert: "Während wir steigende Kosten so weit wie möglich intern auffangen, ist jedoch ein gewisses Maß an Preisanpassung im aktuellen Umfeld nötig", erklärte eine Sprecherin. Der Hersteller will sich entgegen den Edekanern zu Preisverhandlungen mit den Partnern nicht öffentlich äußern. Gleichwohl betont Mars den Wert der über Jahre gepflegten Geschäftsbeziehungen. "Wir freuen uns darauf, unser gemeinsames Business weiter auszubauen", heißt es.

Erst vor Kurzem hatte Rewe-Einkaufschef Hans-Jürgen Moog im LZ-Interview offen von "Preistreiberei"

(<https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/nachrichten/studie-zu-internationalen-einkaufsallianzen-edeka-chef-mosa-sieht-bestaetigung-fuer-harten-kurs-gegen-industriekonzerne-165842>) seitens der Hersteller gesprochen, ähnliche Worte hatte zuvor schon Edeka-Chef Markus Mosa gefunden. Hersteller bemängeln hingegen immer wieder die nach ihrer Ansicht zu große Marktmacht der Händler in Deutschland. Nach Informationen der LZ reifen in der Industrie Überlegungen, gegen die Macht der vier großen Handelsgruppen vorzugehen. Indes bereitet die Industrie angesichts steigender Kosten, wie es heißt, gerade weitere Preissteigerungen vor. (<https://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/nachrichten/neue-vertueuerungswelle-hersteller-fordern-weitere->

Marktdaten relativieren das aktuelle Bild in der Auseinandersetzung zwischen Industrie und Handel. Edeka, Rewe, Aldi und Co. erhöhen die Preise ihrer Eigenmarken ebenfalls deutlich – vor allem im Preiseinstieg. Das zeigt eine LZ-Analyse des Datenpools der Preis-App Smhaggle. (mit hv)

MEHR DAZU



Preisstrategie des Handels

Private Labels verteuern sich stärker als Markenprodukte

Die Nervosität von Händlern und Herstellern ist angesichts von Kostenexplosion, Margenschwund und konsumunwilliger Kunden fast physisch greifbar: Die Regalpreise von Markenartikeln steigen seit Monaten. Noch stärker aber erhöhen Edeka, Rewe, Aldi und Co. die Preise ihrer Eigenmarken.

(/handel/nachrichten/datenanalyse-handel-erhoeht-die-eigenmarkenpreise-166754)

# Lebensmittel Zeitung JOBS

## AKTUELLE JOBS FÜR SIE

(<https://www.lzjobs.de/>)

LIDL DIGITAL

### Mitarbeiter Warendisposition Handelsware (m/w/d)

([http://www.lzjobs.de/Job/Mitarbeiter-Warendisposition-Handelsware-m-w-d.942063695.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/Mitarbeiter-Warendisposition-Handelsware-m-w-d.942063695.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



OSI FOODS GMBH & CO. KG

### QA Officer Plant Compliance (m/w/d)

([http://www.lzjobs.de/Job/QA-Officer-Plant-Compliance-m-w-d.942058075.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/QA-Officer-Plant-Compliance-m-w-d.942058075.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



OSI FOODS GMBH & CO. KG

### QA Officer (m/w/d) Raw Material Beef / Pork

([http://www.lzjobs.de/Job/QA-Officer-m-w-d-Raw-Material-Beef-Pork.942046245.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/QA-Officer-m-w-d-Raw-Material-Beef-Pork.942046245.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



Alle Stellenanzeigen auf [lzjobs.de](https://www.lzjobs.de/) (<https://www.lzjobs.de/>)