

In den letzten Tagen hat Edeka mit seinem Muttertags-Werbespot vielerorts für Empörung gesorgt. Der Vorwurf: Edeka bediene damit veraltete Rollenklischees; Väter wollten zwar, könnten es jedoch nicht, Fürsorge bleibe damit Frauensache. Vielleicht war der Spot eine schlechte Idee. Nun zeigt sich jedoch, dass Edeka auch gute Ideen haben kann.



„Aus der Wildnis“ - Finnischer Stand auf der Edeka-Hausmesse. (Foto Food from Finland)

Viele Märkte von Edeka Nord setzen ab Mai auf mehr Produkte aus Finnland. Genauer gesagt, werden 80 Filialen dieser Kette finnische Lebensmittel in ihr Sortiment aufnehmen. Mehr als 50 finnische Lebensmittel und Getränke von 17 verschiedenen Herstellern

kommen so in die deutschen Märkte, heißt es in der heutigen Pressemitteilung von Business Finland, einem Interessenverband der finnischen Wirtschaft.

Außerdem beteiligen sich etwa 20 Edeka-Märkte an einer größeren Marketingkampagne, die den Namen „Finnland - aus der Wildnis“ trägt. Dieser Slogan wurde ursprünglich für die [Grüne Woche in Berlin](#) im Januar 2019 erfunden, auf der Finnland als Partnerland im Fokus stand.

Mehr finnische Erzeugnisse in Deutschland als je zuvor

Das von Business Finland entwickelte Programm „Food from Finland“ und mehrere finnische Unternehmen haben im Februar an der Hausmesse von Edeka Nord teilgenommen, auf der die Händler der Handelskette das finnische Angebot kennenlernen konnten.

„Wir haben festgestellt, dass Finnland und finnische Lebensmittel die Verbraucher in Norddeutschland interessieren, und wollten in unseren Märkten etwas Neues und Besonderes vorstellen.“, sagt David Ott, der Einkaufsleiter von Edeka Nord in der Pressemitteilung.

„Die Auswahl der hier vorgestellten Produkte ist sehr interessant und ich habe bereits mehrere neue Produkte für meinen Markt entdeckt.“, kommentierte Herr Tschorn, wie es in der Meldung heißt. Matthias Tschorn ist Besitzer eines der erfolgreichsten deutschen Edeka-Märkte in Lüneburg, und einer der Fachbesucher des finnischen Stands auf der Hausmesse.

Deutschland ist der fünftgrößte Exportmarkt für finnische Lebensmittel und Getränke, aber

die wichtigsten Exportartikel waren bisher Rohstoffe und Produkte für die Eigenmarken.

„Mit Markenprodukten können wir den Wert des Exportes steigern. Wir bieten den deutschen Verbrauchern mehr finnische Erzeugnisse als je zuvor an. Die Einführung der auf dem deutschen Markt bisher unbekanntem Marken in den Geschäften erfordert aber Ausdauer - auf finnisch [sisu](#) -, und wirtschaftlicher Erfolg wird nur durch systematische und langfristige Arbeit und Investitionen erzielt, erklärt Lili Lehtovuori, die bei Food from Finland für den deutschen Markt verantwortlich ist.

Finnland kann aufgrund seiner geographischen Lage und der Beschaffenheit des Weltmarktes bei Lebensmitteln weder über die Menge, noch über den Preis konkurrieren. Daher ist Finnlands Hebel, mit dem man auf dem Weltmarkt bestehen will, die Qualität.

Nach Angaben des Landwirtschaftsministeriums ist das Land nicht nur frei von Salmonellen, sondern verfügt auch, laut Unicef, über das sauberste Grundwasser der Welt. Beste Voraussetzungen für gute Lebensmittel. Auf diesem Terrain sollte sich Edeka bewegen, hier ist ihre Expertise glaubwürdig - vielleicht kommt bald ein Werbespot, der diesen Umstand berücksichtigt.

ap