



AW: Anfrage Preissenkungen (PRDE-11531)

Von [REDACTED]

Datum Do, 2025-06-05 17:47

An [REDACTED]

Cc [REDACTED]

Sie erhalten nicht häufig E-Mails von presse@aldi-nord.de. [Erfahren Sie, warum dies wichtig ist](#)

Guten Tag Frau [REDACTED]

vielen Dank für Ihre Anfrage, die wir im Namen von ALDI Nord und ALDI SÜD beantworten.

Als Erfinder des Discounts und Preisführer können sich Kundinnen und Kunden bei ALDI jederzeit darauf verlassen, gute Qualität zum besten Preis zu erhalten. Preisvorteile gibt ALDI, wo immer möglich, seit jeher und umgehend an die Kundinnen und Kunden weiter.

Seit Anfang des Jahres hat ALDI zahlreiche Artikel über alle Warengruppen hinweg dauerhaft im Preis gesenkt. Vergangene Woche waren es beispielsweise über 100 Produkte. Die entsprechende Pressemitteilung inklusive transparenter Artikelliste finden Sie [hier](#). Alle bisher dauerhaft im Preis gesenkten Sortimentsartikel finden Sie auf den Websites von [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#). Der Anspruch von ALDI ist es, die vergünstigten Preise stabil und verlässlich niedrig zu halten.

Als Grundversorger legt ALDI großen Wert auf einen permanenten Austausch mit seinen Partnern, Landwirten und Lieferanten, mit denen die Unternehmen zum Teil seit Jahrzehnten zusammenarbeiten. Durch diese langfristigen Partnerschaften und stabilen Abnahmemengen bietet ALDI seinen Lieferanten ein hohes Maß an Planungssicherheit.

Beste Grüße

[REDACTED]
Communications Deutschland[ALDI Nord Deutschland Stiftung & Co. KG](#)
[REDACTED]

Alle Neuigkeiten rund um ALDI Nord finden Sie in unserem [Newsroom](#).



Outlook

AW: Anfrage Preissenkungen

Von [REDACTED]

Datum Di, 2025-06-03 15:30

An [REDACTED]

Sehr geehrte Frau [REDACTED]

vielen Dank für Ihre Anfrage.

Grundsätzlich bilden sich Preise am Markt, also durch Angebot und Nachfrage sowie den Wettbewerb, der im deutschen Lebensmitteleinzelhandel sehr intensiv ausgeprägt ist. Wir investieren als EDEKA in unsere Verkaufspreise, um unseren Kundinnen und Kunden stets ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis anbieten und Einkaufsvorteile, wann immer möglich, weitergeben zu können.

In den vergangenen zwei Jahren haben wir die Preise für mehr als 3.000 Artikel aus allen Warenbereichen dauerhaft gesenkt. Dies betrifft in erster Linie das breite Sortiment unserer Eigenmarken wie beispielsweise GUT&GÜNSTIG, aber auch anderer Eigen- und Exklusivmarken. Wir haben den Anspruch, in unseren Märkten jederzeit wettbewerbsfähige Preise zu bieten, bei mindestens gleicher und meist höherer Qualität und großer Vielfalt. Wenn wir also von einer Preissenkung der Discount-Wettbewerber erfahren, dann ziehen wir in der Regel mit unseren vergleichbaren GUT&GÜNSTIG-Artikeln zeitnah nach. Das ist ein Beleg dafür, dass der Wettbewerb im deutschen Lebensmittelhandel funktioniert.

Solche Preissenkungen sind möglich, weil wir dafür zum Teil auf eigene Handelsmarge verzichten. Es gibt aber auch weitere Faktoren, die hier zum Tragen kommen. So sind etwa auch Kosten für Energie und Logistik zuletzt gesunken. Ebenso haben sich die Rohstoffpreise in vielen Bereichen wieder beruhigt. Anders als vielen Markenherstellern ist es uns wichtig, gesunkene Energie- und Rohstoffpreise schnell an die Verbraucher weiterzugeben. Dabei hilft auch, dass wir viele Eigenmarkenartikel in eigenen Betrieben selbst produzieren und damit Kosten einsparen können. Im Markenbereich ist es uns in langwierigen Verhandlungen gelungen, die überhöhten Preisforderungen mehrerer internationaler Markenkonzerne abzuwehren, so dass auch hier wieder günstigere Verkaufspreise realisiert werden konnten.

Was Ihre Frage nach landwirtschaftlichen Erzeugnissen betrifft, so legen wir ebenfalls Wert auf wettbewerbsfähige Preise. Dies gelingt uns aber langfristig nur, wenn auch die landwirtschaftlichen Erzeugerbetriebe davon profitieren. EDEKA ist der größte Partner der Landwirtschaft in Deutschland und bietet vielen Erzeugern langfristige Absatzperspektiven und damit Planungssicherheit. Günstige Verkaufspreise sind hier auch deshalb möglich, weil wir auf Zwischenhändler verzichten, viele Prozesse selbst übernehmen und damit sehr effizient und kostensparend arbeiten können. Beispiel Fleisch & Wurst: Für unsere regionalen Markenfleischprogramme pflegen wir direkte vertragliche Beziehungen zu vielen Schweine- und Geflügelhaltern in allen Regionen. Beispiel Milch: Auch hier werden wir für unsere eigene Molkerei im brandenburgischen Prenzlau unmittelbar von vielen Milchviehaltern aus der Region beliefert. Beispiel Obst und Gemüse: Unser EDEKA-Fruchtkontor bezieht seine Waren, ohne Einbindung von Zwischenhändlern, von zahlreichen Produzenten aus über 90 Ländern weltweit. Und in Deutschland betreibt unser Tochterunternehmen Sonnländer sogar eigenen Obstbau, darunter Bio-Plantagen, um die Rohstoffbasis für die Fruchtsaftproduktion zu sichern.

Ihr EDEKA-Presseteam
[REDACTED]**EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG**

<http://www.edeka.de>

Wir  Lebensmittel.

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, Hamburg, eingetragen beim Amtsgericht Hamburg HRA 96305

Persönlich haftender Gesellschafter: EDEKA ZENTRALE Handels Stiftung, Hamburg

Vorstand: Markus Mosa (Vorsitzender), Peter Keitel

Vorsitzender des Kuratoriums: Uwe Kohler

**EDEKA handelt verantwortungsvoll und setzt sich für den schonenden Umgang mit Ressourcen ein.
Bitte drucken Sie nur, wenn es wirklich notwendig ist.**

HINWEIS: Diese Nachricht ist vertraulich und nur für den Adressaten bestimmt. Sollten Sie irrtümlich diese

Nachricht erhalten haben, bitten wir um Ihre Mitteilung per E-Mail oder unter der oben angegebenen Telefonnummer.

Informationen zu unseren Datenschutzbestimmungen finden sie [hier](#).

NOTICE: This message is confidential and may be read, copied, disseminated or otherwise used only by the intended recipient.

Should you have received this message in error, please contact us immediately by return e-mail or by telephone at the number above.

Von:

Gesendet: Montag, 2. Juni 2025 14:55

An: Presse EDEKA <presse@edeka.de>

Betreff: Anfrage Preissenkungen

[ACHTUNG] Die Nachricht kommt von einem externen Absender. Seien Sie achtsam beim Öffnen von Links und Dateianhängen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

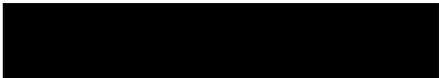
Sie kündigen auf Sozialen Medien und grundsätzlich in Ihrer Werbung niedrigere Preise für Lebensmittel an (unabhängig von wöchentlichen Angeboten). Wir haben uns in Bezug darauf folgende Fragen gestellt:

1. Welche Marken wurden primär im Preis gesenkt, Eigenmarken oder Markenprodukte?
2. Welche Produktsegmente wurden primär im Preis gesenkt, Genussmittel, Obst/Gemüse oder verpackte Nahrungsmittel des alltäglichen Bedarfs?
3. Wann haben Sie damit angefangen, Preise zu senken und bei welchen Produkten wurde der Preis zuerst gesenkt?
4. Wie lange werden die niedrigeren Preise Bestand haben?
5. Warum wollen Sie die Preise senken?



6. Bedeuten niedrigere Verbraucherpreise bei (weitgehend) unverarbeiteten Produkten wie Obst, Gemüse, Fleisch oder Milch, dass landwirtschaftliche Erzeuger:innen auch weniger für ihre Produkte von Ihnen erhalten – aufgrund von vorhergehenden Preisverhandlungen oder aber allgemein gesunkener Warenpreise am (Welt-)Markt?

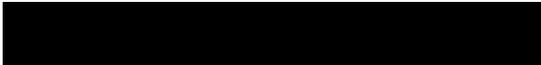
Wir freuen uns über die Beantwortung der Fragen **bis Donnerstag, den 05.06.25 um 12:00 Uhr.**



foodwatch ist eine unabhängige Verbraucherorganisation, die für ehrliche, gesunde und zukunftsfähige Lebensmittel streitet.



recherche und kampagnen | research and campaigns



foodwatch e.v. | brunnenstr. 181 | 10119 berlin | germany | www.foodwatch.de

registered association | sitz berlin | vr 21908 nz ag charlottenburg | executive board: dr chris methmann, jörg rohwedder



Outlook

RE: Ihre Anfrage bei Lidl

Von presse@lidl.de <Presse@lidl.de>

Datum Do, 2025-06-05 19:13

An [REDACTED]

Guten Abend Frau [REDACTED]

jetzt hat es doch noch etwas schneller geklappt. Unten finden Sie unsere Antworten.

Angesichts der anhaltend herausfordernden wirtschaftlichen Lage in Deutschland setzen wir mit der Preissenkung bei Lidl ein deutliches Zeichen für die Verbraucher. Die neuen Preise gelten dauerhaft seit 24.05.2025. Damit bieten wir unseren Kunden hervorragende Qualität und eine große Vielfalt zum gewohnt günstigen Lidl-Preis.

Wir möchten betonen, dass es sich um eine strategische Entscheidung mit langfristiger Wirkung handelt und nicht um eine Werbeaktion. Dadurch unterstreichen wir unser Versprechen "Lidl lohnt sich". Daher investieren wir in erster Linie in umfassende Preisnachlässe, um unsere Kunden dauerhaft zu entlasten und die Kaufkraft zu erhöhen.

Besonders bei den Grundnahrungsmitteln achten wir darauf, die Preise niedrig zu halten. Mit der historischen gleichzeitigen Preissenkung von 500 weiteren Artikeln hat Lidl allein in diesem Jahr insgesamt bereits mehr als 1600 Artikel quer durch das Sortiment dauerhaft im Preis gesenkt – darunter viele Grundnahrungsmittel, frische Produkte, aber auch Bio- und vegane Produkte.

In den letzten drei Jahren sind die Kosten innerhalb der Lieferkette und Rohstoffpreise für einige Lebensmittel, beispielsweise Kakao, stark gestiegen. Dennoch haben wir bei Lidl in Deutschland stets den Anspruch, unseren Kunden erstklassige Qualität, Frische sowie eine große Auswahl an Produkten des täglichen Bedarfs zu einem vergleichsweise günstigen Lidl-Preis anzubieten. Wir haben auch in der Vergangenheit immer wieder Preissenkungen vorgenommen, wenn es unser Geschäftsmodell ermöglicht hat. Diese Vorgehensweise sichert nachhaltig niedrige Preise, die dauerhaft Bestand haben. Neben unserer aktuellen historischen Preissenkung haben wir in diesem Jahr bereits viele Artikel aus unterschiedlichen Warengruppen reduziert - zuletzt unter anderem in den Bereichen [Backwaren](#), [Butter](#) und [Säfte](#).

Unsere Kunden erkennen die günstigeren Preise direkt am Regal. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass wir aus Wettbewerbsgründen keine detaillierte Liste veröffentlichen möchten. Eine Auswahl der dauerhaft reduzierten Artikel finden Sie [hier](#) und in der Liste weiter unten.

- 10 Rostbratwürstchen, 1 kg, 5,59 Euro statt 5,99 Euro (-6 Prozent)
- Vemondo Bio Schoko Hafer Drink, 1 Liter, 1,15 Euro statt 1,25 Euro (-8 Prozent)
- Rotwein: Primitivo di Manduria DOC, 0,75 Liter, 4,99 Euro (Grundpreis: 6,65 Euro / Liter) statt 5,99 Euro (-16 Prozent)
- Handseife Premium, 500 Milliliter, 2,39 Euro (Grundpreis: 4,78 Euro / Liter) statt 2,69 Euro (-11 Prozent)

Die aktuelle Preissenkung ist möglich durch unser effizientes Geschäftsmodell. Durch unsere Strukturen und hohe Abnahmemengen können wir günstige Einkaufspreise erzielen und diese Vorteile direkt an unsere

Kunden weitergeben. Wir setzen auf schlanke Lieferketten, reduzierte Betriebskosten und ein optimiertes Filiallayout. Gleichzeitig pflegen wir langjährige Partnerschaften mit unseren Lieferanten, die auf gemeinsamen Wertvorstellungen basieren.

Als Partner der Landwirtschaft ist eine enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe mit heimischen Erzeugern für uns von hoher Bedeutung. Wir setzen aktiv auf deutsche Rohstoffe und entwickeln uns im Bereich Tierwohl gemeinsam weiter. Die von der heimischen Landwirtschaft erbrachten Nachhaltigkeitsleistungen entlohnen wir, indem wir einen Tierwohlschlag zahlen.

Mit freundlichen Grüßen

Pressestelle der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

E-Mail: presse@lidl.de

Presseinformationen sowie Bildmaterial von Lidl in Deutschland finden Sie hier: unternehmen.lidl.de

Folgen Sie uns auf:

LinkedIn: linkedin.com/company/lidl-in-deutschland

LIDL Dienstleistung GmbH & Co. KG, Bonfelder Straße 2, 74206 Bad Wimpfen
Sitz: Neckarsulm • Registergericht Stuttgart HRA 103756 • USt.-IdNr.: DE 812243627
Hinweise zum Datenschutz finden Sie [hier](#).

Mit freundlichen Grüßen

Presse@lidl.de



www.lidl.de



From: presse@lidl.de <Presse@lidl.de>

Sent: Wednesday, June 4, 2025 6:49:45 PM

To: [Redacted]

Subject: Ihre Anfrage bei Lidl

Guten Abend Frau [Redacted]

vielen Dank für Ihre Anfrage. Wir brauchen noch einen Moment länger für unsere Antwort. Können wir die Deadline etwas schieben auf Freitag eob?

Beste Grüße

Pressestelle der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

E-Mail: presse@lidl.de

Telefon:

Presseinformationen sowie Bildmaterial von Lidl in Deutschland finden Sie hier: unternehmen.lidl.de

Folgen Sie uns auf:

LinkedIn: linkedin.com/company/lidl-in-deutschland

LIDL Dienstleistung GmbH & Co. KG, Bonfelder Straße 2, 74206 Bad Wimpfen

Sitz: Neckarsulm • Registergericht Stuttgart HRA 103756 • USt.-IdNr.: DE 812243627

Hinweise zum Datenschutz finden Sie [hier](#).

Mit freundlichen Grüßen

Presse@lidl.de



www.lidl.de



From:

Sent: Monday, June 2, 2025 2:43:47 PM

To:

Subject: Anfrage Preissenkungen

[Erfahren Sie, warum dies wichtig ist](#)

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie kündigen auf Sozialen Medien und grundsätzlich in Ihrer Werbung niedrigere Preise für Lebensmittel an (unabhängig von wöchentlichen Angeboten). Wir haben uns in Bezug darauf folgende Fragen gestellt:

1. Welche Marken wurden primär im Preis gesenkt, Eigenmarken oder Markenprodukte?
2. Welche Produktsegmente wurden primär im Preis gesenkt, Genussmittel, Obst/Gemüse oder verpackte Nahrungsmittel des alltäglichen Bedarfs?
3. Wann haben Sie damit angefangen, Preise zu senken und bei welchen Produkten wurde der Preis zuerst gesenkt?
4. Wie lange werden die niedrigeren Preise Bestand haben?
5. Warum wollen Sie die Preise senken?
6. Bedeuten niedrigere Verbraucherpreise bei (weitgehend) unverarbeiteten Produkten wie Obst, Gemüse, Fleisch oder Milch, dass landwirtschaftliche Erzeuger:innen auch weniger für ihre Produkte



von Ihnen erhalten – aufgrund von vorhergehenden Preisverhandlungen oder aber allgemein gesunkener Warenpreise am (Welt-)Markt?

Wir freuen uns über die Beantwortung der Fragen **bis Donnerstag, den 05.06.25 um 12:00 Uhr.**

Viele Grüße und besten Dank



foodwatch ist eine unabhängige Verbraucherorganisation, die für ehrliche, gesunde und zukunftsfähige Lebensmittel streitet.



recherche und kampagnen | research and campaigns



foodwatch e.v. | brunnenstr. 181 | 10119 berlin | germany | www.foodwatch.de

registered association | sitz berlin | vr 21908 nz ag charlottenburg | executive board: dr chris methmann, jörg rohwedder

Hinweise zum Datenschutz finden Sie [hier](#).



Anfrage Preissenkungen

Von [Redacted]

Datum Mo, 2025-06-02 14:49

An presse@rewe.de <presse@rewe.de>

Sehr geehrte Damen und Herren,

[Redacted] Sie kündigen auf Sozialen Medien und grundsätzlich in Ihrer Werbung niedrigere Preise für Lebensmittel an (unabhängig von wöchentlichen Angeboten). Wir haben uns in Bezug darauf folgende Fragen gestellt:

1. Welche Marken wurden primär im Preis gesenkt, Eigenmarken oder Markenprodukte?
2. Welche Produktsegmente wurden primär im Preis gesenkt, Genussmittel, Obst/Gemüse oder verpackte Nahrungsmittel des alltäglichen Bedarfs?
3. Wann haben Sie damit angefangen, Preise zu senken und bei welchen Produkten wurde der Preis zuerst gesenkt?
4. Wie lange werden die niedrigeren Preise Bestand haben?
5. Warum wollen Sie die Preise senken?
6. Bedeuten niedrigere Verbraucherpreise bei (weitgehend) unverarbeiteten Produkten wie Obst, Gemüse, Fleisch oder Milch, dass landwirtschaftliche Erzeuger:innen auch weniger für ihre Produkte von Ihnen erhalten – aufgrund von vorhergehenden Preisverhandlungen oder aber allgemein gesunkener Warenpreise am (Welt-)Markt?

Wir freuen uns über die Beantwortung der Fragen **bis Donnerstag, den 05.06.25 um 12:00 Uhr.**

Viele Grüße und besten Dank



foodwatch ist eine unabhängige Verbraucherorganisation, die für ehrliche, gesunde und zukunftsfähige Lebensmittel streitet.



recherche und kampagnen | research and campaigns



foodwatch e.v. | brunnenstr. 181 | 10119 berlin | germany | www.foodwatch.de

registered association | sitz berlin | vr 21908 nz ag charlottenburg | executive board: dr chris methmann, jörg rohwedder
