

Information

## Startschuss für „eatbetter“

### Bundesweite Initiative für bessere Ernährung

Burda startet gemeinsam mit EDEKA die Initiative „eatbetter“. Kern von eatbetter ist die Idee, jedem Menschen in Deutschland einen einfachen Zugang zu einer gesunden, bewussten und ausgewogenen Ernährung zu ermöglichen. Die dazugehörige Plattform [www.eatbetter.de](http://www.eatbetter.de) bietet leicht verständliche, gelingsichere und qualitativ hochwertige Rezepte, Informationen sowie Services on- und offline für bessere Ernährung an. Eatbetter schafft Orientierung im Ernährungsdschungel, informiert und motiviert, ohne erhobenen Zeigefinger. Alle eatbetter-Rezepte sind von Köchen und Ökotrophologen nach den eatbetter-Leitlinien entwickelt und tragen zum Großteil das Logo "Empfohlen von IN FORM in Kooperation mit der DGE". Die Kriterien für diese Auszeichnung orientieren sich an den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) und garantieren eine ausgewogene Nährstoffzusammensetzung. Flankiert wird die eatbetter-Initiative von einer bundesweiten Kommunikationskampagne.

#### Ziele

Gesund kann einfach und lecker sein! Gerade jetzt, inmitten der Corona-Pandemie, ist gesunde Ernährung ganz besonders präsent im Bewusstsein der Menschen. Einfach, genussvoll und dabei gesund und nachhaltig: Das ist die Idealvorstellung in Sachen Ernährung für immer mehr Menschen. Doch trotz des wachsenden Trends haben viele aufgrund der Masse an Informationen, zu wenig vertrauenswürdiger Quellen und mangelnder Orientierungshilfe den Überblick verloren. Eatbetter setzt genau hier an, schafft Klarheit mit verlässlicher Qualität und hohem Nutzwert.

#### Initiatoren

Burda vereint fachliches Know How und große Reichweite als einer der größten Medienanbieter und Printmarktführer im Themenbereich Food (u.a. *Meine Familie & ich*, *Lust auf Genuss*, *Slowly Veggie*, *dasKochrezept.de*, *einfachbacken.de*, IVW I/2020). „Eatbetter wird unseren Lesern und Usern auf allen Kanälen in der für sie jeweils passenden Form das Thema gesunde Ernährung näherbringen und erleichtern.“, erklärt Nina Winter, Managing Director (BurdaHome/Food) und eatbetter-Verantwortliche. „Mit EDEKA, Deutschlands größtem Nahversorger mit einem hohen Bewusstsein für Qualität und Verantwortung hat Burda dafür den perfekten Partner an seiner Seite, der die eatbetter-Initiative aus Überzeugung über alle Kanäle mitträgt“, betont Winter. „Bewusste Ernährung zu fördern, ist für EDEKA ein wichtiges Anliegen. Wissen ist die Voraussetzung, um sich gut und ausgewogen ernähren zu können.“

#### Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft

Sitz: Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRA 471250 – Geschäftsführende, persönlich haftende Gesellschafter: Professor Dr. Hubert Burda, Hubert Burda Media Holding Geschäftsführung SE: Sitz Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRB 716673 – Vorstand: Holger Eckstein, Dr. Paul-Bernhard Kallen, Dr. Andreas Rittstieg, Martin Weiss, Philipp Welte  
Vorsitzender des Verwaltungsrats: Dr. Paul-Bernhard Kallen

# Hubert Burda Media

Deshalb starten wir gern zusammen mit Burda die Initiative eatbetter, um das Thema noch stärker in das Bewusstsein der Menschen zu rücken“, so Rolf Lange, Leiter Unternehmenskommunikation der EDEKA-Zentrale.

## Inhalte

Auf [www.eatbetter.de](http://www.eatbetter.de) (Launch 19.5.2020) finden die User zahlreiche qualitätsgeprüfte, gelingsichere Rezepte und fundierte, nutzwertige Informationen rund um gesunde, genussvolle und nachhaltige Ernährung – erstellt von eatbetter-Experten, -Köchen und -Ökotrophologen. Angeboten werden zudem weiterführende Workshops und Webinare in der angeschlossenen eatbetter-Akademie in Kooperation mit der Akademie der Naturheilkunde (AKN) in Luzern. Die eatbetter-Rezepte und -Inhalte werden über die Burda Food-Medien transportiert. Darüber hinaus werden sie unter Regie von Anke Krohmer, Chefredakteurin (BurdaHome/ Food Lifestyle), auch in die Themenwelten vieler anderer Burda-Marken und EDEKA-Medien und Kommunikationskanäle eingebunden.

## Expertenrat

Die gleichbleibend hohe Qualität sichert der eatbetter-Expertenrat, unter Leitung von Gaby Höger, Chefredakteurin (BurdaHome/ Food Daily). Das Gremium besteht aus aktuell dreizehn Mitgliedern aus den Bereichen Ernährungswissenschaft, Kochen, Gesundheit und Nachhaltigkeit zur inhaltlichen und fachlichen Beratung der Initiative. Dazu gehören u.a. Holger Stromberg, Koch, Gastronom, Autor und Ernährungsberater, Dagmar von Cramm, Foodjournalistin und Ernährungsexpertin, Dr. Axel Kölle vom Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU), Prof. Dr. Stefan Lorkowski von der Universität Jena, Jens Richter, Mediziner und Chief Medical Officer von NetDoktor.de, Lisa Scholz von Geprüfte IN FORM-Rezepte/DGE sowie Karin Voß, Ökotrophologin und Qualitätsmanagement-Expertin in der EDEKA-Zentrale. Die Experten stehen im regelmäßigen Kontakt und treffen sich turnusmäßig zum ausführlichen Austausch.

## Leitlinien

Frisch, regional, saisonal: Eatbetter setzt den Schwerpunkt auf pflanzliche Lebensmittel – bevorzugt in Bio-Qualität und fair produziert. Bevorzugt eingesetzt werden hochwertige, pflanzliche Öle und Fette sowie frische Kräuter, in Maßen dagegen Zucker und Salz. Die eatbetter-Ernährung ist abwechslungsreich und erschwinglich, die Zubereitung leicht, modern sowie vitamin- und nährstoffschonend. Ob Veganer, Vegetarier oder Fleischesser – eatbetter berücksichtigt unterschiedliche Bedürfnisse und Vorlieben.

Alle Informationen rund um die Initiative für bessere Ernährung unter [www.eatbetter.de](http://www.eatbetter.de).

## Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft

Sitz: Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRA 471250 – Geschäftsführende, persönlich haftende Gesellschafter: Professor Dr. Hubert Burda, Hubert Burda Media Holding Geschäftsführung SE: Sitz Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRB 716673 – Vorstand: Holger Eckstein, Dr. Paul-Bernhard Kallen, Dr. Andreas Rittstieg, Martin Weiss, Philipp Welte  
Vorsitzender des Verwaltungsrats: Dr. Paul-Bernhard Kallen

# Hubert Burda Media

Hintergrund:

## **Burda bewegt! - persönlich, vielfältig, nachhaltig**

Auch intern macht Burda die Philosophie von eatbetter künftig erlebbar. „Burda bewegt“ bündelt alle unternehmensweiten Initiativen, die soziale und gesellschaftlich relevante Themen auf die öffentliche Agenda setzen. Eines der drei Handlungsfelder, die den Schwerpunkt des Burda-Engagements ausmachen, ist „Gesundheit“. So werden z.B. die Kantinen künftig regelmäßig eatbetter-Gerichte anbieten. Zudem sind eatbetter-Aktionstage oder auch Vortrags-, Workshop- und Kochkurse für Mitarbeiter u.v.m. geplant. Hubert Burda Media ist ein Familienunternehmen mit Werten. Wir wollen Vorbild sein und gemeinsam mit unseren Mitarbeitern etwas bewegen. Denn seit jeher sind wir ein Unternehmen, das Veränderungen anstößt, soziale und gesellschaftliche Verantwortung lebt. Wir sehen es als unsere Aufgabe, persönliches Engagement sichtbar zu machen und zu fördern. Unsere Handlungsfelder: Nachhaltigkeit, Gesundheit, Kindeswohl. Wir treiben den Sustainable Turn voran. Wir erarbeiten aktuell Strategien und Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit. Wir setzen uns für mehr Gesundheitsprävention und für die Verbesserung des gesundheitspolitischen Systems ein. Wir fördern Initiativen für gesunde & nachhaltige Ernährung. Wir unterstützen Bildungsprojekte für sozial benachteiligte Kinder in Deutschland und Afrika und machen durch unsere Medien auf Missstände und Themen aufmerksam, die in der Gesellschaft zu wenig wahrgenommen werden.

## **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.

Offenburg, 18.5.2020

## **Pressekontakt:**

Verena Bücher  
Hubert Burda Media  
Corporate Communications  
Hubert Burda Platz 1  
77652 Offenburg  
Tel.: +49 781 843243  
Mobil: +49 171 3066820  
E-Mail: [verena.buecher@burda.com](mailto:verena.buecher@burda.com)

## **Hubert Burda Media Holding Kommanditgesellschaft**

Sitz: Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRA 471250 – Geschäftsführende, persönlich haftende Gesellschafter: Professor Dr. Hubert Burda, Hubert Burda Media Holding Geschäftsführung SE: Sitz Offenburg – Handelsregister: Amtsgericht Freiburg HRB 716673 – Vorstand: Holger Eckstein, Dr. Paul-Bernhard Kallen, Dr. Andreas Rittstieg, Martin Weiss, Philipp Welte  
Vorsitzender des Verwaltungsrats: Dr. Paul-Bernhard Kallen