

Presse-Information

Der Weihnachtshase: EDEKA und die Alzheimer Forschung Initiative e.V. sensibilisieren in gemeinsamer Osterkampagne für das Thema Leben mit Demenz

Düsseldorf, 24. März 2023 – EDEKA startet in Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Alzheimer Forschung Initiative e.V. (AFI) eine emotionale Kampagne, um die Alzheimer-Forschung zu unterstützen und Spenden zu sammeln. Der emotionale Film, der ab dem 24. März auf den digitalen Kommunikationskanälen von EDEKA zu sehen ist, vermittelt einen Eindruck davon, wie sich Demenz auf den Alltag auswirkt und zeigt, dass betroffene Angehörige nicht allein in ihrer Situation sind. Parallel zur Kampagne werden in den Märkten außergewöhnliche EDEKA Weihnachtshasen verkauft, von deren Erlös EDEKA jeweils einen Euro an die AFI spendet.

Die Alzheimer-Krankheit ist die häufigste Form der Demenz und verursacht unter anderem Gedächtnisverlust, Verwirrung und zeitliche wie räumliche Orientierungsprobleme. Mit dem emotionalen Film zeigt EDEKA, wie sich diese kognitiven Störungen auswirken können: Eine ältere Seniorin bereitet mit viel Mühe und Liebe den Feiertagsbesuch ihrer Familie vor. Dabei zeigt der anrührende Spot, dass selbst vermeintliche Fixpunkte wie Feiertage oder Jahreszeiten von Menschen mit Demenz möglicherweise schwer auseinanderzuhalten sind. Der Film ist ab dem 24. März auf dem YouTube-Kanal von EDEKA zu sehen: https://youtu.be/hV_53xipqZk

„Alzheimer ist eine Erkrankung, die jede:n von uns treffen kann. Uns ist daher wichtig einen Beitrag zu leisten, dass dieses Thema mehr Sichtbarkeit bekommt,“ so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA Zentrale Stiftung & Co. KG. Gemeinsam wollen die AFI und EDEKA mit der neuen Osterkampagne für diese Erkrankung und ihre Folgen sensibilisieren. Insbesondere auch dafür, wie man ihre ersten Anzeichen frühzeitig erkennen kann und welche Möglichkeiten es gibt, ihren Verlauf zu mildern. „Alzheimer ist die häufigste Form der Demenz und eine große gesellschaftliche Herausforderung. Daher sollten wir uns alle für eine Heilung der Krankheit stark machen“, sagt die Geschäftsführerin der AFI Oda Şanel. „Wir freuen uns über die großzügige Unterstützung des EDEKA-Teams. Mit den Spenden möchten wir wichtige Forschungsprojekte an deutschen Universitäten unterstützen, die uns allen helfen, die Alzheimer-Krankheit zu besiegen. Außerdem können so unsere Aufklärungsbroschüren weiterhin kostenlos bleiben.“

Während des Kampagnenzeitraums ab dem 24. März werden in EDEKA-Märkten einzigartige „Weihnachtshasen“ verkauft – ein Schokoladenhase mit Weihnachtsmannmütze, der so die Botschaft des Spots in die Märkte bringt. Pro verkauftem Weihnachtshasen spendet EDEKA einen Euro an die AFI, die neben der unabhängigen Forschungsförderung auch Betroffene und Interessierte mit umfassenden Informationen über die Krankheit und individueller Beratung unterstützt.

Weitere Informationen zur Alzheimer-Krankheit

www.alzheimer-forschung.de/alzheimer

Über die Alzheimer Forschung Initiative e.V.

Die Alzheimer Forschung Initiative e.V. (AFI) ist ein gemeinnütziger Verein, der das Spendenzertifikat des Deutschen Spendenrats e.V. trägt. Seit 1995 fördert die AFI mit Spendengeldern Forschungsprojekte engagierter Alzheimer-Forscherinnen und –forscher stellt kostenloses Informationsmaterial für die Öffentlichkeit bereit. Bis heute konnte die AFI 360 Forschungsaktivitäten mit über 14,5 Millionen Euro unterstützen und über 925.000 Ratgeber und Broschüren verteilen. Interessierte und Betroffene können sich auf www.alzheimer-forschung.de fundiert über die Alzheimer-Krankheit informieren und Aufklärungsmaterial anfordern. Ebenso finden sich auf der Webseite Informationen zur Arbeit des Vereins und allen Spendenmöglichkeiten. Botschafterin der AFI ist die Journalistin und Sportmoderatorin Okka Gundel.

Über den EDEKA-Verbund

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.500 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, die Kooperation mit online-basierten Lieferdiensten wie Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2021 mit über 11.100 Märkten und rund 405.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 62,7

Mrd. Euro. Mit rund 19.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

Pressekontakt

Alzheimer Forschung Initiative e.V. (AFI)

Astrid Marxen

Kreuzstr. 34

40210 Düsseldorf

0211 - 86 20 66 28

presse@alzheimer-forschung.de

www.alzheimer-forschung.de/presse

Spendenkonto

Bank für Sozialwirtschaft Köln

IBAN: DE19 3702 0500 0008 0634 00

BIC: BFSWDE33XXX