



gut für dich und deine welt

**wir suchen neue  
nachbarschaften.**

# wer wir sind.

## verlässlich. freundlich. stabil.

Seit 2017 besteht eine **Einkaufs- und Expansionskooperation** zwischen **budni** und dem stärksten deutschen Lebensmitteleinzelhandelskonzern – der **EDEKA**.

Das gemeinsame Ziel ist eine **nachhaltige Expansion**. Die über **100-jährige Geschichte** macht **budni** zugleich zu einem verlässlichen und stabilen Partner. Deshalb setzen wir auf **Kontinuität und Kommunikation** und gleichzeitig **Fortschritt** – auch und besonders im persönlichen Kontakt mit unseren Geschäftspartner:innen und Vermieter:innen.

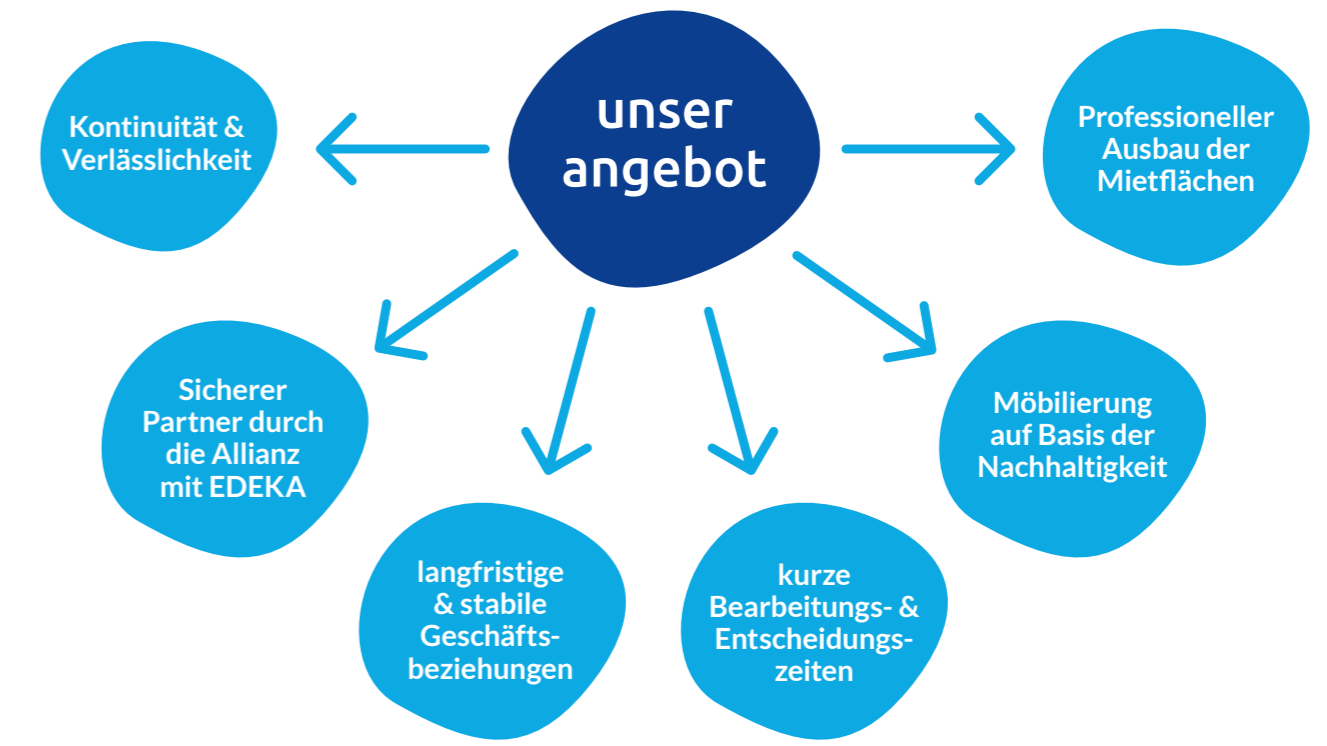
**Verlässlichkeit und Langfristigkeit** liegen uns am Herzen.





# was wir bieten.

wir bieten unseren kund:innen ein individuelles einkaufserlebnis und ein nachbarschaftliches lebensgefühl.



# wo wir hinwollen.

## budni. gut für dich und deine welt.

Das neue **budni-konzept** nimmt das Beste aus der aktuellen Welt und setzt mit neuen Nachhaltigkeitselementen und -systemen neue Maßstäbe. Wir bieten unseren Kund:innen als verantwortungsbewusster Drogeriemarkt nicht nur **nachhaltigere Alternativen**, sondern auch **Transparenz** und **Orientierung**, damit die Menschen bewusste Konsumentscheidungen treffen können. Denn bei uns stehen **Ökologie** und **Soziales** gleichberechtigt neben ökonomischen Zielen.

Mit diesen Schritten möchten wir dabei helfen, bewussten Konsum voranzutreiben:

- Indem wir Verantwortung konkretisieren: Mit Hilfe unserer **4 Wegweiser-Zeichen** (für mehr Ressourcenschutz, für mehr Klimaschutz, für mehr Süßwasserschutz und für mehr Artenvielfalt) unterstützen wir die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen und schaffen für unsere Kund:innen am PoS und digital Transparenz und Orientierung auf den ersten Blick.
- Indem wir mit unabhängigen, fachkundigen und verlässlichen Partner:innen wie dem **WWF** kooperieren.
- Indem wir immer ganzheitlich handeln und neben den ökologischen Auswirkungen auch die sozialen Aspekte berücksichtigen und auf den Dreiklang aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem setzen.



# welche vorteile wir bieten.

111 jahre kund:innen-vorteil.  
analog und digital.

Wir bieten unseren Kund:innen persönliche Vorteile. Neben dem klassischen Prospekt werden durch unsere **budni-app**, dem **budni-Newsletter**, die **budni-karte** und dem **Service-Punkt** vor Ort maßgeschneiderte Angebote in der analogen und digitalen Welt geschaffen.



# wie wir uns engagieren.

die budnianer hilfe e.v.



Soziales & nachhaltiges Engagement.

Als mittelständisches Unternehmen übernimmt **budni** mit dem **Budnianer Hilfe e.V.** gesellschaftliche Verantwortung. Die Geschäftsführung und die Mitarbeiter:innen von **budni** stellen sich der gesellschaftlichen Verantwortung und helfen **bedürftigen Menschen** und **insbesondere Kindern** für einen guten Lebensweg z. B. in Form von Sach- und Sammel Spenden. Dies alles gilt nach dem Unternehmens-Motto: „gut für dich und eine welt“.

# der budni-wegweiser.

Unterstützend stellt dabei der **budni-wegweiser** einen Orientierungsrahmen dar, anhand dessen Kund:innen auf einfache und schnelle Weise verantwortungsvollere Artikel erkennen können. Dem Leitsystem liegen die 4 Dachthemen **Ressourcen-, Klima-, Süßwasserschutz und Artenvielfalt** zugrunde.

Zugleich dient das Leitsystem dazu, auch interne Entscheidungen wie Sortimentsgestaltung, Ladenbau, Werbemittel u. v. a. mit Blick auf Verantwortung zu beurteilen.



In welchen Bereichen das Produkt bereits einen positiven Beitrag leistet, wird z. B. auf unserem **blauen Preisschild** kommuniziert.

Blütezeit Handcreme 75ml

1.99  
1l = 26,53

4311596128334082333001  
31.01.21 177 10 2  
AD FL Budni





# was wir verkaufen. unsere sortimente.

Wir schneiden die Sortimente aus einem 25.000 Artikel umfassenden Gesamtsortiment passend auf die Nachbarschaft der Filialen zu.



# was wir suchen.

wir wollen **budni** als nachhaltigeren drogeriemarkt etablieren, zu einer starken marke machen und an neuen standorten lokal verankern.

Das brauchen wir idealerweise dafür:

- Verkaufsflächen ab 400 m<sup>2</sup> – kleinere Flächen sind ebenfalls interessant (abhängig vom Standort)
- Nebenflächen von etwa 80–120 m<sup>2</sup>
- 10 m Fensterfront
- Mindestens 25 eigene Parkplätze an Autofahrerstandorten
- Rund 15.000 Einwohner:innen im Einzugsgebiet
- Fachmarkt- und Nahversorgungszentren im Lebensmittelhandel oder attraktive Fußgängerzonen, Innenstadtlagen und Einkaufscenter oder Stadtteilzentren sowie Alleinlagen an Hauptverkehrsstraßen







BUDNI Handels- und Service GmbH & Co. KG  
New-York-Ring 6, 22297 Hamburg

**nicolas wöhlke**

Expansion Berlin/Hamburg

E-Mail: [nicolas.woehlke@budni.de](mailto:nicolas.woehlke@budni.de)

Mobil: **+49 163 682 7928**

**jens hesselbarth**

Expansion Hamburg

E-Mail: [expansion@budni.de](mailto:expansion@budni.de)

Mobil: **+49 163 682 7957**

**ralf seltenheim**

Expansion Berlin

E-Mail: [ralf.seltenheim@budniservice.de](mailto:ralf.seltenheim@budniservice.de)

Mobil: **+49 151 1502 8781**

**jochen stahlbuck**

Expansion National

E-Mail: [jochen.stahlbuck@budniservice.de](mailto:jochen.stahlbuck@budniservice.de)

Mobil: **+49 151 1502 8589**