



Zöliakie sichtbar machen: Allianz für mehr Verständnis, Aufklärung und Unterstützung im Alltag

EDEKA, Dr. Schär, Peter Maffay und Hendrikje Balsmeyer bündeln ihre Kräfte für Menschen mit Zöliakie

Hamburg/Dreihausen/Tutzing, 21. April 2026 – Für viele Menschen ist Essen selbstverständlich. Für Menschen mit Zöliakie ist es das nicht. Jede Mahlzeit erfordert Aufmerksamkeit, jede Entscheidung kann gesundheitliche Folgen haben. Was für Außenstehende oft unsichtbar bleibt, prägt den Alltag der Betroffenen und ihrer Familien tiefgreifend – beim Einkaufen, in der Schule, in der Kita oder unterwegs. Um genau dafür mehr Bewusstsein zu schaffen, haben sich EDEKA, Dr. Schär, Peter Maffay und Hendrikje Balsmeyer zu einer gemeinsamen Allianz zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, Zöliakie aus dem Verborgenen zu holen, gesellschaftliches Verständnis zu stärken und Betroffene im Alltag konkret zu unterstützen. Dabei verbinden die Partner ihre jeweiligen Stärken: die Nähe zum Alltag der Menschen, medizinische Expertise sowie persönliche Erfahrung und öffentliche Reichweite.

Start der Allianz ist die Buchpremiere von Hendrikje Balsmeyer am 21. April in Köln. In ihrem Kinderbuch „Der unerwünschte Gast“ erklärt sie die Erkrankung einfühlsam und kindgerecht und macht sie so für Familien, Kinder und ihr Umfeld greifbar. Gemeinsam mit Peter Maffay bringt sie zudem eine persönliche Perspektive in die Allianz ein. Beide setzen sich für das Thema ein und kennen die Herausforderungen, die ein strikt glutenfreier Alltag mit sich bringt.

Bis zu 1 % der Bevölkerung – rund 840.000 Menschen in Deutschland – ist von Zöliakie betroffen. Gleichzeitig bleibt die Erkrankung häufig unerkannt. Laut der Deutschen Zöliakie Gesellschaft e.V. dürfte die Dunkelziffer der nicht erkannten Fälle zwischen 80 und 90 % liegen. Zöliakie ist eine chronische Autoimmunerkrankung, bei der Gluten, ein Eiweiß in Weizen, Roggen und Gerste, Entzündungen im Dünndarm auslöst. Die Folge ist eine gestörte Nährstoffaufnahme, die zu vielfältigen Beschwerden und Mangelerscheinungen führen kann. Die einzige Therapie ist eine lebenslange, strikt glutenfreie Ernährung.



DrSchär

INNOVATING
SPECIAL
NUTRITION

PRESSE-INFORMATION

Trotz dieser klaren medizinischen Notwendigkeit fehlt es im Alltag vielerorts an Wissen, Orientierung und Verständnis. Genau hier setzt die Initiative an: Sie will Zöliakie verständlich erklären, Unsicherheiten abbauen und die Lebensrealität der Betroffenen sichtbar machen.

Peter Maffay beschreibt die gemeinsame Motivation so: „EDEKA, Dr. Schär und wir machen uns stark für das Thema Zöliakie – eine Autoimmunkrankheit, die für die Betroffenen den vollständigen Verzicht auf Gluten fordert, und zwar lebenslang. Diese Menschen brauchen eine Lobby, und deshalb möchten wir gemeinsam aufmerksam machen, aufklären und um Verständnis in der Gesellschaft werben.“

Auch die beteiligten Unternehmen sehen ihre Verantwortung über die reine Produktverfügbarkeit hinaus. Der EDEKA-Verbund bringt als führender Lebensmitteleinzelhändler seine besondere Nähe zu den Kundinnen und Kunden ein und schafft mit dem breitesten glutenfreien Sortiment im deutschen Handel konkrete Orientierung im Alltag. Bundesweit umfasst das Angebot unter anderem über 140 Produkte von Schär sowie zahlreiche glutenfreie Artikel der Eigenmarken EDEKA Herzstücke, EDEKA Bio und GUT&GÜNSTIG. Ziel ist es, dieses Angebot weiter auszubauen und noch besser auf die Bedürfnisse von Menschen mit Zöliakie abzustimmen.

Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, betont: „Wir tragen Verantwortung dafür, dass sich Menschen mit Zöliakie bei uns in den EDEKA-Märkten beim Lebensmitteleinkauf gut aufgehoben fühlen. Ein breites, klar gekennzeichnetes Sortiment sowie verständliche Informationsangebote sind dafür essenziell.“

Dr. Schär ergänzt die Allianz mit seiner langjährigen Erfahrung und medizinischen Expertise im Bereich glutenfreier Ernährung. Das Unternehmen verfolgt seit jeher das Ziel, das Leben von Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen nachhaltig zu verbessern und bringt dieses Selbstverständnis aktiv in die Initiative ein.

Matthias Müller-Thederan, Geschäftsführer von Dr. Schär Deutschland, erklärt: „Unser Anspruch ist es, Zöliakie dorthin zu bringen, wo sie hingehört: ins Bewusstsein der gesamten Gesellschaft. Wir möchten Betroffenen Sicherheit geben, Orientierung schaffen und ihren Alltag spürbar erleichtern.“



Dr'Schär

INNOVATING
SPECIAL
NUTRITION

PRESSE-INFORMATION

Die Initiative setzt bewusst entlang des gesamten Alltags an und verbindet Aufklärung mit konkreten Angeboten. Geplant sind unter anderem ein umfassender Wissenshub auf der EDEKA-Website, alltagsnahe Rezept- und Informationsformate in Kundenmedien, weiterentwickelte Services und Orientierungshilfen in der EDEKA App sowie Social-Media-Formate, die eine breite Öffentlichkeit erreichen. Ergänzt wird dies durch eine Präsenz beim Tag der Zöliakie am 16. Mai in Lübeck.

Darüber hinaus richtet die Allianz den Blick auf politische und strukturelle Fragen, die den Alltag vieler Familien unmittelbar beeinflussen – von klareren Vorgaben in öffentlichen Einrichtungen bis hin zu verlässlicheren Diagnosewegen. Langfristig möchte das Bündnis Impulse setzen, die auf politischer Ebene Voraussetzungen schaffen, um Betroffenen das Leben spürbar zu erleichtern: etwa durch strengere Standards in Kitas und Schulen, eine Verbesserung finanzieller Zuschüsse oder durch standardisierte Tests bei Kinderärzten, wie sie in einigen europäischen Ländern längst üblich sind.

Der gemeinsame Anspruch bleibt dabei klar: Glutenfreie Ernährung ist kein Trend, sondern eine medizinische Notwendigkeit. Umso wichtiger ist es, dass Wissen, Empathie und konkrete Unterstützung zusammenkommen.

Mit ihrer Allianz wollen EDEKA, Dr. Schär, Peter Maffay und Hendrikje Balsmeyer dazu beitragen, dass Menschen mit Zöliakie nicht länger unsichtbar bleiben, sondern verstanden, unterstützt und selbstverständlich mitgedacht werden.



DrSchär

INNOVATING
SPECIAL
NUTRITION

PRESSE-INFORMATION

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbunds basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 trinkgut, 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 2024 mit rund 10.859 Märkten und rund 413.000 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 75,3 Mrd. Euro. Mit mehr als 19.200 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.

Dr. Schär

Unsere Geschichte begann 1922 in Südtirol, im Herzen der Alpen, mit der Vision, das Leben von Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen zu verbessern. Seither ist die Nähe zu unseren Konsumenten unser Antrieb. Unsere Kernkompetenz ist unser Erfolgsrezept: Wir verbinden spezielle Anforderungen an die Ernährung mit Lebensfreude und Lebensgenuss. Unsere Stabilität und Zuverlässigkeit basieren auf unseren Werten Verantwortung, Fortschritt und Nähe. Wir sind ein Familienunternehmen mit internationaler Ausrichtung, mit 18 eigenen Standorten in 11 Ländern und 1.800 Mitarbeitern weltweit. Unsere Produkte sind in über 100 Ländern erhältlich. www.drschaer.com