



Neue strategische Kooperation

EDEKA und RTL Deutschland starten gemeinsame Streaming-Partnerschaft

- **RTL+ wird dauerhaft in die EDEKA App von EDEKA integriert**
- **Attraktiver Kundenvorteil mit RTL+-Gratismonat und -Vergünstigungen**
- **Starker Kampagnenauftritt inklusive TV-Spot**

Hamburg/Köln, 30. April 2026 – Der führende Lebensmitteleinzelhändler EDEKA und das führende Entertainment-Unternehmen RTL Deutschland bündeln ihre Reichweite und Kräfte für ein besonders attraktives Kundenerlebnis. Das gemeinsame Ziel: Einkaufen mit Unterhaltung verbinden und Kund:innen für ihre Treue belohnen. Denn ab sofort können Kund:innen durch ihre Einkäufe mit der EDEKA App einen Monat RTL+ Basic gratis nutzen und dann dauerhaft günstig zum monatlichen Vorteilspreis 50 Prozent Rabatt erhalten – in besonderen Aktionszeiträumen sogar gratis. Eine aufmerksamkeitsstarke Kampagne stellt den Vorteil unter anderem in einem kreativen TV-Spot dar.

EDEKA stellt stets die Kund:innen in den Mittelpunkt und möchte deren Alltag so einfach und inspirierend wie möglich machen. Mit der Partnerschaft zu RTL+ fügt EDEKA der eigenen App einen wertvollen Baustein hinzu, der das Einkaufserlebnis bereichert und die digitale Reise der Kund:innen weiter optimiert.

Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG: „Einkaufen ist für Millionen Menschen Teil ihres Alltags. Hier setzen wir gemeinsam mit RTL+ an und verbinden den Wocheneinkauf mit einem echten Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden. Im Zentrum steht dabei unsere EDEKA App, die wir durch diese Partnerschaft gezielt weiterentwickeln. Im Ergebnis bündeln zwei starke Marken ihre Stärken, um Handel und Unterhaltung intelligent miteinander zu verknüpfen und den Alltag unserer Kundinnen und Kunden mit einem attraktiven Angebot zu bereichern.“

Stephan Schmitter, CEO RTL Deutschland: „Unsere Partnerschaft mit EDEKA ist ein weiterer strategischer Meilenstein für RTL+. Wir bringen unser Streaming-Angebot dorthin, wo Millionen Menschen ihren Alltag gestalten. Der klassische Wocheneinkauf wird so zum direkten Zugang in die digitale Entertainment-Welt. Für uns ist das ein weiterer konsequenter Schritt in der Transformation vom linearen Fernsehen hin zu einem starken, eigenständigen



Streaming-Ökosystem. RTL+ steht für Premium-Content, Technologie und Nutzerzentrierung und genau diese Stärke verbinden wir jetzt mit der enormen Reichweite, Stärke und besonderen Kundennähe von EDEKA.“

So einfach wird der Einkauf zum Streaming-Abo

Bereits ab einem Einkaufswert von 25 Euro erhalten registrierte App-Nutzer:innen einen kostenlosen Monat RTL+ Basic. Anschließend können sie dauerhaft sparen: Kaufen App-Nutzer:innen mindestens für einen Euro pro Monat bei EDEKA ein, sparen sie monatlich 50 Prozent auf ihren RTL+ Basic Tarif (2,99 € statt 5,99 €). In besonderen Aktionszeiträumen sogar bis zu 100 Prozent. Kund:innen registrieren sich dafür einfach nach ihrem Einkauf über die EDEKA App bei RTL+, um den Vorteil zu aktivieren. Unter dem Motto „Erst einkaufen, dann streamen“ führen EDEKA und RTL beide Welten zusammen und machen den Vorteil für Verbraucher:innen unmittelbar sichtbar.

Zwei starke Marken, ein gemeinsames Ziel

Mit rund 6.400 Märkten und täglich mehreren Millionen Kund:innen bringt EDEKA eine enorme Reichweite in die Partnerschaft ein. RTL Deutschland wiederum steht mit bereits über 7 Millionen Abonent:innen bei RTL+ für Premium-Entertainment aus einer Hand von Fiction, Shows und Reality über Dokumentationen bis hin zu exklusiven Originals. Gemeinsam schaffen beide Unternehmen ein Modell, das den Alltag der Menschen bereichert: Der Wocheneinkauf wird zum Zugangsticket für Deutschlands führende Streaming-Plattform.

Starke Kampagne: TV-Spot als kreativer Kern

Die begleitende Kampagne wird reichweitenstark über alle relevanten EDEKA- und RTL-Kanäle verlängert – darunter mit einem TV-Spot, Social Media, InStore Screens, Handzettel und digitalen Flächen. <https://www.edeka.de/services/rtl-plus/>



Über RTL+:

RTL+ ist mit über 7 Millionen Abonnent:innen der erfolgreichste deutsche Streamingdienst. Der Streamingservice von RTL Deutschland bietet ein breites Entertainmentserlebnis – von exklusivem Live-Sport über packende Realityformate, mitreißende Serien und Filme, große Show-Highlights sowie hochwertige News- und Doku-Inhalte bis hin zu vielfältigem Kids-Programm für die ganze Familie. Und das mit Erfolg: Mit seinen unverwechselbaren Formaten prägt RTL+ den Streamingmarkt, wird regelmäßig zum Talk of Town und fährt laut offizieller AGF-Messungen immer wieder Reichweiten- und Abrufrekorde ein. Alle [RTL+ Pakete auf einen Blick](#).

EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 3.200 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 lieben 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, NATURKIND oder budni, die Kooperation mit dem App-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2025 mit rund 10.900 Märkten und rund 417.500 Mitarbeitenden einen Umsatz von 77,3 Mrd. Euro. Mit rund 20.900 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.