



“Herz-Partnerschaft”: Kasseneinsatz für den guten Zweck

FC St. Pauli Innenverteidiger Hauke Wahl kassiert ab

- **Hauke Wahl an EDEKA-Kasse in der Rindermarkthalle in Hamburg**
- **Spendensumme von 10.000 Euro geht an die FC St. Pauli Rabauken**
- **Die FCSP-Fußballschule fördert Kinder und Jugendliche abseits des Leistungssports durch Bewegung und Gemeinschaft**

Hamburg, 17. März 2026: Für viele Kund:innen der EDEKA Rindermarkthalle auf St. Pauli wurde der Einkauf am gestrigen Montag zu einem besonderen Erlebnis: FC St. Pauli Innenverteidiger Hauke Wahl übernahm für den guten Zweck die Kasse und gab sein Debüt als „Aushilfskassierer“. Die während des Kasseneinsatzes eingenommene Summe wurde von EDEKA auf insgesamt 10.000 Euro aufgestockt. Der Erlös kommt den FC St. Pauli Rabauken zugute und ermöglicht ein Fußballcamp für Kinder aus Familien, die sich eine Teilnahme sonst nicht leisten könnten.

Zwischen Einkaufskörben und überraschten Gesichtern sorgte Hauke Wahl für gute Laune an der Kasse. Zahlreiche Fans nutzten die Gelegenheit für ein kurzes Gespräch oder ein Selfie. Wahl sagt nach der Aktion: „Es war schön zu sehen, wie positiv die Kundinnen und Kunden reagiert haben. Die Arbeit der Rabauken liegt mir sehr am Herzen. Kinder früh für Bewegung, Teamgeist und gesunde Ernährung zu begeistern, ist extrem wichtig. Wenn ich dazu einen kleinen Beitrag leisten kann, mache ich das gern.“ Die FC St. Pauli Rabauken bieten vielfältige Bewegungs-, Camp- und Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche mit einem Fokus auf Fußball, Gemeinschaft und sozialer Verantwortung. Die Spendensumme von 10.000 Euro unterstützt diese Arbeit und hilft, noch mehr jungen Menschen Zugang zu Bewegung zu ermöglichen.

Seit 2019 mit Herz und Haltung

Die Aktion ist Teil der langjährigen „Herz von St. Pauli“-Partnerschaft zwischen EDEKA und dem FC St. Pauli, in deren Mittelpunkt gesellschaftliches Engagement, bewusste Ernährung und regionale Verbundenheit stehen. Seit Jahren setzen EDEKA und der FC St. Pauli gemeinsam Impulse – von Lebensmittelspenden über Fan- und Jugendaktionen bis hin zur kostenfreien Bereitstellung von Periodenprodukten im Millerntor-Stadion. Auch die gemeinsam auf Bio-Qualität umgestellte Stadionwurst oder die Integration der EDEKA-Eigenmarken BOOSTER und albi gehören dazu.

Mehr Informationen zum weiteren sportlichen Engagement des EDEKA-Verbands finden Sie [hier](#).



Über den FC St. Pauli

Der FC St. Pauli wurde 1910 gegründet und ist seit jeher im Herzen Hamburgs beheimatet – nur einen Steinwurf von der Reeperbahn entfernt, im Millerntor-Stadion, eins der stimmungsvollsten Fußballstadien des Landes. Bekannt ist der Kiezclub vor allem für seine in Braun-Weiß auflaufende Profimannschaft, doch der Verein bietet weit mehr: In rund 25 Sportarten engagieren sich Menschen in den Amateur-Abteilungen – vielfältig, inklusiv und mit großer Leidenschaft. Dabei versteht sich der FC St. Pauli nicht nur als Sportverein, sondern auch als gesellschaftlicher Akteur. Vielfalt, Respekt, Gleichberechtigung und Nachhaltigkeit sind zentrale Werte, für die der Verein steht – getragen von seinen Fans und Mitgliedern, die ihre Überzeugungen ins Stadion gebracht und die Identität des Clubs bis heute entscheidend mitgeprägt haben. Der FC St. Pauli ist fest im Stadtteil verwurzelt. Aus dieser Verankerung schöpft er seine Identität – und übernimmt Verantwortung: für die Menschen auf und neben dem Platz, für den Stadtteil und für eine offene, solidarische Gesellschaft.

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 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 online-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. EDEKA erzielte 2024 mit rund 10.900 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.