



Neue Kampagne

EDEKA-Verbund macht MAX BALANCE zur neuen Kraft im Fitnessregal – mit frischem Look, mehr Produkten und großer Kampagne

- **Neuer Markenauftritt für Fitnessmarke vom EDEKA-Verbund**
- **Erweitertes Produktportfolio bietet noch mehr Auswahl**
- **Reichweitenstarke Kampagne mit Fokus auf fitnessaffine Zielgruppe**

Hamburg, 21. April 2026 – Mit der Marke MAX BALANCE bietet der EDEKA-Verbund 2026 eine qualitativ hochwertige und preisgünstige Alternative im boomenden Protein- und Fitnesssegment. Die Marke richtet sich an aktive Menschen, die auf eine proteinreiche und gleichzeitig leckere Ernährung achten, und besetzt den Bereich zwischen spezialisierten Performance-Marken und rein preisgetriebenen Handelsmarken. Das Sortiment von MAX BALANCE umfasst Proteinriegel, Trinkmahlzeiten und Whey-Produkte, die mit besonders hohem Anteil an Protein und Whey Protein Isolat (WPI) überzeugen. 2026 wird das Sortiment konsequent erweitert: Neben zusätzlichen Riegeln kommen im Jahresverlauf unter anderem Clear Wheys, Protein Iced Coffee, funktionalen Supplements wie Kreatin, essentielle Aminosäuren (EAAs) sowie Kollagen Peptide und Vitaminwasser neue Sirups hinzu. Die Produkte von MAX BALANCE sind erhältlich bei EDEKA, Netto Marken-Discount und Marktkauf.

Im April startet EDEKA eine reichweitenstarke Kampagne unter dem Claim „FUEL FOR EVERY BODY“, die Social Media, Online Video, Streaming und Außenwerbung in bundesweit über 200 Fitnessstudios intelligent verzahnt. Ergänzend sorgen Sampling bei großen Sportevents und in Fitnessstudios, eine Challenge über die Fitness-Tracking-App Strava sowie Creator-Kooperationen und Kooperationen mit Olympia Team D Athlet:innen für hohe Sichtbarkeit und authentische Markenpräsenz im Sportumfeld. Am POS setzt EDEKA auf neue Präsentationskonzepte – von einfachen „Sport & Fitness“-Regalen bis hin zu Premium-Shop-in-Shop-Lösungen mit Beleuchtung, Touchscreens und integrierter Beratung reichen die Konzepte, die das Einkaufserlebnis deutlich aufwerten und Impulskäufe fördern.

Mit MAX BALANCE stärkt der EDEKA-Verbund konsequent seine Sortimentsstrategie und schafft eine Marke, die Fitness und Alltag verbindet – für alle, die smarter und stärker durchs Leben gehen möchten.



Weitere Informationen zu MAX BALANCE finden Sie hier: edeka.de/maxbalance und hier netto-online.de/marken/maxbalance

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.