



„The Real Taste“: Starke Markenpräsenz bei „Ex on the Beach“ auf RTL+

- Softdrink-Marke ab sofort Teil des beliebten Streaming-Formats
- Markenintegration schafft hohe Sichtbarkeit bei junger Zielgruppe

Hamburg, 9. Juni 2026: Der EDEKA-Verbund geht neue Wege im Zusammenspiel von Handel, Marke und Popkultur: Die Softdrink-Marke „The Real Taste“ ist ab sofort fest in das Reality-Streaming-Format „Ex on the Beach“ auf RTL+ integriert. „The Real Taste“ bietet mit sechs Sorten verschiedene Softdrinks wie koffeinhaltige Colas und weitere fruchtige Erfrischungsgetränke, die sich mit auffälligem Design bewusst vom Mainstream abheben und vor allem eine junge, lifestyleorientierte Zielgruppe anspricht. „The Real Taste“ ist bundesweit bei EDEKA, Marktkauf und Netto Marken-Discount erhältlich.

Dabei geht es nicht nur um ein klassisches Product Placement, sondern um eine aufmerksamkeitsstarke Markenintegration, die „The Real Taste“ in Zusammenarbeit mit der Ad Alliance, der Vermarktungseinheit von RTL Deutschland, als Erlebnis positioniert: Ein gebrandeter Kühlschrank ist über die gesamte aktuelle Staffel hinweg präsent und bindet die Marke in den Alltag der Kandidat:innen ein. Ergänzt durch situative Framesplits entsteht so eine durchgängige, aufmerksamkeitsstarke Markenpräsenz im Streaming-Umfeld.

Im Mittelpunkt steht die auffällige, popkulturell anschlussfähige Markenwelt von „The Real Taste“: bunt, mutig und klar auf Wiedererkennung ausgelegt. Genau diese visuelle Eigenständigkeit entfaltet im Reality-Kontext ihre volle Wirkung und macht die Marke für eine junge Zielgruppe erlebbar. Dabei steht die Cola mit extra Koffein im Fokus, ergänzt um leckere Sorten wie Cola-Orange oder Strawberry-Kiwi.

Mit der Integration verbindet der EDEKA-Verbund reichweitenstarkes Entertainment mit konsequentem Markenaufbau – und positioniert „The Real Taste“ an der Schnittstelle von Alltag, Lifestyle und Popkultur. In dem RTL+-Format „Ex on the Beach“ ziehen Singles in eine Luxusvilla ein, um neue Bekanntschaften zu machen – ohne dabei zu ahnen, wann

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG
Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Telefon: +49 40 6377-2182
Fax: +49 40 6377-2971

E-Mail: produkt-pr@edeka.de
verbund.edeka.de





und wessen Ex-Partner unerwartet auftaucht. Seit dem 29. Mai läuft die siebte Staffel des beliebten Formats, jeden Freitag mit einer neuen Folge auf RTL+.

Über „The Real Taste“

„The Real Taste“ ist eine Softdrink-Marke des EDEKA-Verbunds, die mit koffeinhaltigen Colas sowie fruchtigen Erfrischungsgetränken bewusst neue Akzente im Getränkeregal setzt. Mit Sorten wie klassischer Cola, Cola Zero und weiteren Erfrischungsgetränken verbindet die Marke intensiven Geschmack mit einem energiegeladenen, auffälligen Auftritt. Charakteristisch sind das markante Design sowie die klare Ausrichtung auf Individualität, Lebensfreude und Abgrenzung vom Mainstream – insbesondere mit Blick auf eine junge, trendaffine Zielgruppe. Weitere Informationen unter: [The Real Taste | EDEKA](#)

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 App-basierten Lieferdienst Picnic und das Großverbrauchergeschäft mit dem EDEKA Foodservice runden das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbunds ab. Der EDEKA-Verbund 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.