

**Exklusiv im Lebensmitteleinzelhandel:**

## **EDEKA startet als Ernährungspartner der Männer-Nationalmannschaft die große WM-Offensive**

- **Nationaler Auftakt mit TV-Spot sowie Digital-, Social- und POS-Aktivierungen**
- **Start der exklusiven DFB-Sammelkartenaktion mit Panini am 18. Mai**
- **Nationaler Fan-Shirt-Aktionstag am 27. Mai in den EDEKA-Märkten**
- **Prominenter Besuch von Lothar Matthäus am 23. Mai im EDEKA-Markt**

**Hamburg, 18. Mai 2026:** Als offizieller Ernährungspartner der Männer-Nationalmannschaft des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) bringt EDEKA den Fußballsommer 2026 mit einer groß angelegten WM-Offensive in den Alltag der Kund:innen. Unter dem Motto „Das Herz macht den Unterschied.“ verbindet EDEKA Emotionen, Gemeinschaft und Genuss – im Markt, digital und über alle weiteren Kommunikationskanäle hinweg. Im Lebensmitteleinzelhandel ist die exklusive Partnerschaft ein klares Differenzierungsmerkmal: Nur bei EDEKA finden die Kund:innen die Spieler der Männer-Nationalmannschaft auf Eigenmarkenprodukten und als Sammelkarten, können an exklusiven Gewinnspielen und Aktionen teilnehmen und erleben damit echtes WM-Feeling.

„Der Sommer schafft diese besonderen Momente, in denen Menschen zusammenkommen, mitfiebern und Erinnerungen teilen. Als Ernährungspartner der Männer-Nationalmannschaft bringen wir dieses Gefühl direkt in die Wohnzimmer unserer Kundinnen und Kunden – erlebbar in unseren EDEKA-Märkten und auf all unseren Kanälen“, so Markus Mosa, Vorstandsvorsitzender der EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG. „Mit dieser exklusiven Partnerschaft im Lebensmittelhandel können wir den Menschen rund um die WM zuhause noch mehr echte gemeinsame Momente schenken und die Begeisterung für den Fußball ganz nah in ihren Alltag bringen.“

### **Nationaler Aufschlag mit TV-Spot und 360-Grad-Kommunikation**

Den Auftakt bildet ein aufmerksamkeitsstarker Spot, der Fußball-Emotionen mit der Ernährungskompetenz von EDEKA verbindet. Zunächst auf Streaming-Plattformen, später auch im TV und Kino zu sehen, steht er unter dem Motto „Das Herz macht den Unterschied.“ EDEKA positioniert sich dabei als exklusiver Ernährungspartner der Männer-Nationalmannschaft und bringt die Leidenschaft des Fußballs in die EDEKA-Märkte. Mit Herzblut, Know-how und dem täglichen Einsatz der EDEKAner:innen werden Genuss, Gemeinschaft und echte Fanmomente für Kund:innen erlebbar. Flankiert wird der Spot durch reichweitenstarke Maßnahmen in Social Media, digitalen Kanälen und der Außenwerbung sowie durch eine umfassende Inszenierung am Point of Sale, bei der sich die EDEKA-Märkte in einzigartige Fan-Hotspots verwandeln.

**EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG**

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

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

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka](http://verbund.edeka)

## **EDEKA-Fanerlebnis: Sammelspaß mit Spielern der Männer-Nationalmannschaft**

Für zusätzliche Begeisterung über alle Generationen hinweg sorgt eine exklusive DFB-Sammelkartenaktion mit Panini, die am 18. Mai startet: Pro 15 Euro Einkaufswert erhalten Kund:innen ein Flowpack mit entweder drei Sammelkarten mit Spielern der Männer-Nationalmannschaft oder zwei Sammelkarten und einer Tattookarte. Das offizielle Sammelalbum ist für 3,90 Euro in den EDEKA-Märkten erhältlich. Ein nationaler Tauschtag am 10. Juni in allen teilnehmenden EDEKA-Märkten lädt Fans zum gemeinsamen Sammeln und Tauschen ein und stärkt den Gemeinschaftsgedanken.

## **Fan-Shirt-Aktion mit prominenter Aktivierung im EDEKA-Markt**

Ein weiterer Höhepunkt ist der nationale Fan-Shirt-Aktionstag am 27. Mai. Kund:innen erhalten an diesem Tag in ihrem EDEKA-Markt ein exklusives EDEKA Fan-Shirt ab einem Einkaufswert von 50 Euro (nur solange der Vorrat reicht). Als prominentes Gesicht mit Kultfaktor verschafft Lothar Matthäus, Weltmeister von 1990, der Kommunikation rund um das EDEKA Fan-Shirt zusätzliche Aufmerksamkeit. Und das nicht nur auf den dazugehörigen Werbemitteln: Am Samstag, 23. Mai, ab 12 Uhr, übernimmt der Rekord-Nationalspieler symbolisch die Kasse im EDEKA Center No. 1 in Berlin. Medienvertreter und Fans sind eingeladen, den Termin vor Ort zu begleiten und mit Lothar Matthäus im Markt persönlich in den Austausch zu treten – inklusive Fotos und Autogrammmöglichkeiten.

## **Digitale Verlängerung und Creator:innen-Aktivierung**

Die digitale Superfan-Experience auf [superfan.edeka.de](https://superfan.edeka.de) bindet die Fans interaktiv ein – vom Tippspiel bis zur personalisierten, KI-generierten Avatar FanCard. Begleitet wird dies durch eine Creator-Aktivierung, unter anderem mit Rebecca Knorr, alias Beccs ([www.instagram.com/beccsirexi/](https://www.instagram.com/beccsirexi/)). Als Host und „Reporterin“ begleitet die angehende Sport-Moderatorin die Kampagne auf den Social-Media-Kanälen von EDEKA und verbindet Fußball, Alltag und Community rund um die WM 2026 auf authentische Weise.

## **Fußballstimmung mit EDEKA-Eigenmarken: Sortiments-Highlights im Markt**

Auch im Sortiment macht EDEKA die exklusive DFB-Partnerschaft als „Fanversorger Nummer eins“ sichtbar – mit Fanprodukten, die es nur bei EDEKA gibt. Dazu zählen die DFB-lizenzierten Eigenmarkenprodukte wie Stadionbratwurst, Frucht- und Gemüsesäfte, Milch oder auch die Mezzi Rigatoni 11 Pasta in schwarz-rot-gold. Das Sahnehäubchen mit Fußballbezug liefert die Limited Edition GUT&GÜNSTIG Freistoßsahne – ein Eigenmarkenprodukt, das mit Augenzwinkern zu verstehen ist.

**Den Link zum Spot finden Sie hier: [Fußball verbindet und wir feiern mit – das !\[\]\(c50c8b7b2cc2cf9ff925edec0ee94c0d\_img.jpg\) macht den Unterschied | EDEKA Spot 2026.](#)**



## Über den DFB

Der Deutsche Fußball-Bund e.V. (DFB) ist die Dachorganisation des deutschen Fußballs und vertritt rund sieben Millionen Mitglieder. Zu seinen Aufgaben gehören die Organisation von Meisterschaften und Wettbewerben sowie die Vertretung der Interessen der Mitgliedsverbände im In- und Ausland. Der DFB fördert den Fußball auf allen Ebenen, von der Breiten- bis zur Spitzensportentwicklung, und setzt sich für Fair Play und soziale Verantwortung ein. Seit 2022 bündelt die DFB GmbH & Co. KG die wirtschaftlichen und digitalen Aktivitäten des DFB, einschließlich der Nationalmannschaften, der 3. Liga, der Frauen-Bundesligen und des DFB-Pokals. Sie bleibt zu 100 Prozent im Eigentum des DFB e.V. und umfasst die Geschäftsbereiche Spielbetrieb, Marketing, Vertrieb & Events, Nationalmannschaften & Akademie sowie IT & Digitales.

## 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.

### EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Unternehmenskommunikation

New-York-Ring 6  
22297 Hamburg

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

E-Mail: [presse@edeka.de](mailto:presse@edeka.de)  
[verbund.edeka.de](http://verbund.edeka.de)

