



Starke Angebote zum Jahresauftakt:

„Sparlina“ – Palina Rojinski macht den Januar zum Sparmonat bei EDEKA

- **Neue Kampagne inszeniert Preisaktionen in EDEKA-Märkten**
- **Palina Rojinski ist unter neuem Namen auf Schnäppchenjagd**
- **10fach PAYBACK Punkte auf Highlight-Sortimente**

Hamburg, 02. Januar 2026. Humorvoll und selbstironisch startet EDEKA ins neue Jahr: Mit dem „Spar-Januar bei EDEKA“ präsentiert die neue Kampagne attraktive Wochenangebote und PAYBACK-Aktionen – unterhaltsam inszeniert von Schauspielerin und Entertainerin Palina Rojinski, die die Kampagne als „Sparlina“ unterstützt. In der begleitenden Aktion „Bunter wird’s nicht“ werden etwa ausgewählte Obst- und Gemüseartikel zu besonders günstigen Preisen angeboten. Die Botschaft ist klar: Im Januar gibt es bei EDEKA viele gute Angebote zu holen. Und das zu Preisen, die sich sehen lassen können.

Im begleitenden 15-sekündigen TV-Spot „Miss Verständnis“ sorgt Palina für eine Überraschung: Selbstbewusst und elegant betritt sie den EDEKA-Markt und macht sich scheinbar bereit für einen großen Auftritt zwischen den Einkaufsregalen. Doch statt Starallüren und Glamour gibt es Kartoffeln und klare Ansagen: Mit Humor und Selbstironie macht sie in der Obst- und Gemüseabteilung und an der EDEKA-Kasse deutlich, dass im Januar die günstigen Preise und 10fach PAYBACK Punkte die eigentlichen Stars sind. Dafür wird Palina im Spar-Januar sogar kurzerhand zu „Sparlina“ – und steht somit für den Spar-Januar sogar mit ihrem Namen. Den Spot „Miss Verständnis“ sehen Sie ab sofort im TV oder online [hier](#).

Glamour trifft auf Bodenständigkeit

Die Kampagne läuft vom 1. bis zum 31. Januar und bündelt vielfältige Aktionen unter einem aufmerksamkeitsstarken Dach. Kundinnen und Kunden profitieren von wöchentlich wechselnden Angeboten in allen relevanten Sortimentsbereichen von frischem Obst und Gemüse über GUT&GÜNSTIG-Produkte bis hin zu Markenartikeln. Obendrauf gibt es für die Dauer des Spar-Januars außerdem 10fach PAYBACK Punkte auf wechselnde

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
verbund.edeka.de





Highlight-Sortimente. Damit unterstreicht EDEKA seine Position als Preis-Leistungsführer mit Qualitätsanspruch und setzt ein klares Zeichen im Wettbewerb. Gerade das breite Sortiment der EDEKA-Eigenmarken steht für hohe Qualität zum garantiert günstigsten Preis.

Ganzheitliche Kommunikation auf allen Kanälen

Die Kampagne wird übergreifend auf allen Kommunikationskanälen wie TV, Online, Social Media und Print sowie in den EDEKA-Märkten ausgespielt. Neben dem 15-Sekunden-Spot sorgen zusätzlich aufmerksamkeitsstarke Digital-Out-of-Home-Motive für die Obst- und Gemüse-Aktionswochen für zusätzliche Reichweite. In der EDEKA App startet parallel eine spannende SPARLINA Challenge, nach deren Abschluss Kund:innen EDEKA-Einkaufsgutscheine erhalten. Die Bedingungen sind in der EDEKA App zu finden. Auf der [EDEKA-Webseite](#) und im Newsletter stehen Kund:innen alle Informationen zu den Aktionen bereit.

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 ♥ 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.

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
[verbund.edeka.de](https://www.verbund.edeka.de)

