



Kasseneinsatz für den guten Zweck

„Sparlina“ Palina Rojinski kassiert ab

- **Palina Rojinski im Einsatz an EDEKA-Kasse in Berliner Markt**
- **Spendensumme von 10.000 Euro geht an Projekte der EDEKA Stiftung**
- **Stiftung fördert Ernährungsbildung bei Kita- und Grundschulkindern**

Hamburg, 15. Januar 2026 – Palina Rojinski prägt derzeit als „Sparlina“ die aktuelle EDEKA-Werbekampagne – im TV, online und nun sogar direkt im Markt. Für den guten Zweck brachte sie die Botschaft „Sparen ist ganz einfach“ kurzerhand selbst an die Kasse. So staunten die Kund:innen im EDEKA Center No.1 in der Berliner Schloßstraße nicht schlecht, als die bekannte Schauspielerin und Entertainerin ihren Einkauf am gestrigen Mittwoch abkassierte. Die eingenommene Summe während ihres Kasseneinsatzes wurde von der EDEKA-Zentrale aufgestockt – so gehen nun insgesamt 10.000 Euro an die Initiative „Aus Liebe zum Nachwuchs“ der EDEKA Stiftung. Mit ihren Projekten „Gemüsebeete für Kids“ und „Mehr bewegen – besser essen“ hat sich die Stiftung zum Ziel gesetzt, Kita- und Grundschulkindern möglichst früh für ausgewogene Ernährung, mehr Bewegung und Umweltbewusstsein zu begeistern.

Die Kund:innen des EDEKA Center No.1 in Berlin-Steglitz ahnten gestern bei ihrem Einkauf noch nicht, dass sie an der Kasse eine echte Überraschung erwartet: Schauspielerin und Entertainerin Palina Rojinski begrüßte an Kasse 16 die Kund:innen und kassierte ihre Einkäufe ab. „Es hat mir riesengroßen Spaß gemacht als „Sparlina“ an der Kasse zu sitzen und ein Lächeln auf die Gesichter der Kundinnen und Kunden zu zaubern. Dass wir dabei auch noch so viel Geld für die EDEKA Stiftung gesammelt haben, freut mich besonders. Ich finde gerade die Arbeit mit Schulkindern zu den Themen gesunde Ernährung und Bewegung so wichtig und bin glücklich, dass ich einen Teil dazu beitragen konnte“, so Palina Rojinski. Die eingenommene Summe während ihres Einsatzes wurde von EDEKA aufgestockt, sodass eine Spendensumme von insgesamt 10.000 Euro erreicht wurde, die der EDEKA Stiftung zugutekommt. „Die Aktion mit Palina Rojinski war für unseren Markt ein echtes Highlight und hat bei unseren Kundinnen und Kunden für jede Menge gute Laune gesorgt. Die Überraschung ist voll aufgegangen und hat den Einkauf für viele zu einem besonderen Erlebnis gemacht“, so der Marktleiter des EDEKA Centers, Christian Harting.



Der Spar-Januar bei EDEKA

Als „Sparlina“ ist Palina Rojinski in der aktuellen EDEKA-Werbekampagne zu sehen, in der sie die attraktiven Wochenangebote und PAYBACK-Aktionen präsentiert. Noch bis Ende Februar profitieren Kundinnen und Kunden im Rahmen der Kampagne 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 Highlight-Sortimente. Das Video dazu finden Sie hier: [Sparlina präsentiert: Der Spar-Januar bei EDEKA | EDEKA Spot 2026](#)

Die EDEKA Stiftung

Seit April 1950 setzt sich die EDEKA Stiftung für gemeinnützige Zwecke ein. Sie hat das Ziel, Bedürftige zu unterstützen sowie zukunftsgerichtete Initiativen zu etablieren, die vor allem junge Menschen anregen sollen, Verantwortung für sich, Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen. Bedürftige Menschen und Einrichtungen erhalten von der EDEKA Stiftung einmalige oder laufende Zahlungen. Mit dem Projekt "Gemüsebeete für Kids" führt die EDEKA Stiftung seit 2008 mit großem Erfolg Vorschulkinder an das Thema ausgewogene Ernährung heran. 2013 kam das Grundschul-Projekt "Mehr bewegen - besser essen" hinzu. Im Mittelpunkt stehen hier während eines Projekttagess die Themen "Ernährung", "Bewegung" und "Verantwortung". Beide Projekte der EDEKA Stiftung tragen seit 2016 die Auszeichnung "Wir sind IN FORM". Die Initiative IN FORM, getragen von den Bundesministerien für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, würdigt damit das Engagement der EDEKA Stiftung für Ernährungsbildung und Bewegungsförderung.

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.