



Offizieller Ernährungspartner

Stadionatmosphäre für zuhause – EDEKA und der DFB bringen gemeinsam die „EDEKA Herzstücke Offizielle Stadion Bratwurst“ in die Märkte

- **Neue Bratwurst ist offizielles Lizenzprodukt des Deutschen Fußball-Bundes**
- **Partnerschaft wird mit aufmerksamkeitstarken Maßnahmen gefeiert**
- **Kick-Off zum Länderspiel der Männer-Nationalmannschaft in München**

Hamburg, 03. Juni 2025: Seit April ist EDEKA offizieller Ernährungspartner der Männer-Nationalmannschaft des Deutschen Fußball-Bundes (DFB). Zum Start der Partnerschaft bringen EDEKA und der DFB das Stadionfeeling direkt in die heimische Küche – oder auf den Grill: Pünktlich zur Grill-Saison und dem Länderspiel mit Beteiligung der deutschen Männer-Nationalmannschaft in München ist die „EDEKA Herzstücke Offizielle Stadion Bratwurst“ in zwei Sorten ab sofort in teilnehmenden EDEKA-Märkten erhältlich. Aktivierende Maßnahmen in den Märkten, online oder in verschiedenen Austragungsstätten begleiten den Launch des neuen Lizenzprodukts.

Als offizielles Lizenzprodukt des DFB macht die „EDEKA Herzstücke Offizielle Stadion Bratwurst“ die Länderspiele mit jedem Biss zu einem einzigartigen Fan-Erlebnis. Mit den beiden Sorten der Rostbratwurst aus Schweinefleisch in klassisch oder rot geräuchert verbindet EDEKA Genuss und Fußballleidenschaft. In den kommenden Monaten werden weitere gemeinsame Produkte in den EDEKA-Märkten erhältlich sein.

Aktivierungsmaßnahmen begleiten Partnerschaft

Die Partnerschaft von EDEKA und dem DFB wird auf allen EDEKA Online-Kanälen und in den EDEKA-Märkten reichweitenstark aktiviert. In den Turnierjahren kommen zusätzlich exklusive Sammelaktionen dazu. Anlässlich der anstehenden Länderspiele der Männer-Nationalmannschaft findet noch bis zum 8. Juni ein attraktives Gewinnspiel auf <https://www.edeka.de/dfb> statt. Teilnehmer:innen erwarten Fan-Gewinnpakete aus signierten Jubiläums-Trikots oder signierten Fußbällen der DFB-Männer-Nationalmannschaft, einem EDEKA-Einkaufsgutschein und einem EDEKA-Produktpaket. Zusätzlich begleiten eine breit ausgelegte Digital-Out-of-Home-Kampagne sowie weitere Social-Media-Maßnahmen das Länderspiel am 4. Juni in München und rücken die „EDEKA Herzstücke Offizielle Stadion Bratwurst“ aufmerksamkeitstark in den Fokus.



Sportliches Engagement bei EDEKA

Ausgewogene Ernährung und Sport gehören untrennbar zusammen. Aus diesem Grund engagiert sich EDEKA bereits seit Jahren für den Sport. EDEKA ist Premium Partner von Team Deutschland und begleitet Athlet:innen bereits seit acht Jahren auf ihrem Weg zu den Olympischen Spielen. Die sportliche Kooperation wird dabei auch auf regionaler Ebene gelebt: Die rund 3.200 selbstständigen EDEKA-Kaufleute fördern seit Jahren die Sportler:innen in ihrer Region – ob mit Kochaktionen in den EDEKA-Märkten, sportlichen Events oder der lokalen Zusammenarbeit mit Sportvereinen. Der EDEKA-Verbund ist auch im Fußball sehr aktiv: So unterstützen die EDEKA-Zentrale, die EDEKA-Regionalgesellschaften und EDEKA-Kaufleute bereits seit Jahren Fußballvereine – sowohl im Amateurbereich als auch in der Bundesliga. Durch die Partnerschaft mit der Männer-Nationalmannschaft des DFB baut der führende Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands sein Sport-Engagement weiter aus und ergänzt es um die beliebteste Sportart Deutschlands.

Mehr Informationen zum sportlichen Engagement des EDEKA-Verbunds finden Sie [hier](#).

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 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.