



LIDL VERLÄNGERT SEIN ENGAGEMENT FÜR DEN FRAUENFUßBALL DURCH DIE UEFA PARTNERSCHAFT BIS 2030

- **Lidl wird Partner der UEFA Frauen-Nationalmannschaftswettbewerbe im Fußball bis zum Jahr 2030.**
- **Die erweiterte Partnerschaft mit der UEFA umfasst die UEFA Women's EURO 2029, die Women's European Qualifiers 2028/29 und die UEFA Women's Nations League 2025, 2027 und 2029.**
- **Das ikonische Lidl Kids Team wird bei der UEFA Women's EURO 2029 zum ersten Mal dabei sein und schafft neue Möglichkeiten für junge Fußballfans.**

Lidl, einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland und Europa, gibt die Verlängerung seiner erfolgreichen UEFA-Partnerschaft bekannt und wird sein Engagement im Frauenfußball als Partner der UEFA Frauen-Nationalmannschaftswettbewerbe im Fußball bis 2030 fortführen. Nach dem phänomenalen Erfolg der UEFA Women's EURO 2025, die weltweit über 400 Millionen Fans erreicht hat, ist Lidl nun Partner der UEFA Women's EURO 2029, der Women's European Qualifiers 2028/29 und der UEFA Women's Nations League 2025, 2027 und 2029 und vertieft damit sein Engagement für die Förderung von Gesundheit, Bewusstsein und Empowerment durch Sport.

Ausweitung des Engagements von Lidl für den Frauenfußball: 2025-2030

Die erweiterte UEFA Partnerschaft im Frauenfußball umfasst die folgenden Turniere:

- UEFA Women's EURO 2029
- Europäische Frauen-Qualifikationsturniere 2028/29
- UEFA Women's Nations League 2025, 2027 und 2029

Bei der UEFA Women's EURO 2029 wird das beliebte Lidl Kids Team wieder dabei sein und Kindern die einmalige Gelegenheit bieten, Hand in Hand mit den Stars des Frauenfußballs auf das Spielfeld zu laufen und die nächste Generation von Sportlern und Fans zu inspirieren.



PRESSEINFORMATION

Auf außergewöhnlichem Erfolg aufbauen

Der Grundstein für diese erweiterte Partnerschaft wurde mit den bemerkenswerten Turnieren der letzten zwei Jahre gelegt. In diesem Jahr konnte die UEFA Women's EURO 2025 diesen Erfolg weiter ausbauen, da Lidl in allen acht Austragungsstätten und Stadien präsent war. Das Turnier begrüßte über 650.000 Fans in den Stadien und erreichte mehr als 400 Millionen Zuschauer auf der ganzen Welt. Im Rahmen seiner Marken-Aktivierungen verteilte Lidl 269.950 Obstbecher in den Fanzonen und vor den Stadien, um eine gesunde Lebensweise zu fördern. Mit Stolz stellte Lidl außerdem das Lidl Awareness Team - 57 Lidl-Mitarbeiter, die dafür sorgten, dass sich jeder Fan sicher und respektiert fühlte und die Werte von Verbundenheit und Vielfalt verkörperten.

Im Mittelpunkt der Aktivitäten von Lidl zur UEFA Women's EURO 2025 stand das Engagement, Mädchen und junge Frauen zu inspirieren. Der Lebensmitteleinzelhändler veranstaltete ein internationales Lidl Youth Camp in Basel, das 100 Mädchen im Alter von 14 bis 17 Jahren aus 18 Ländern zusammenbrachte und ihnen fachkundiges Coaching, Ernährungsworkshops und die Möglichkeit bot, dauerhafte Freundschaften zu schließen. Darüber hinaus wurden auf dem Lidl Frischefeld in Rapperswil-Jona in der Schweiz mehr als zwölf Tonnen frisches Obst und Gemüse angebaut sowie an Bedürftige gespendet, was das Engagement von Lidl für eine bewusste Ernährung und für die Gemeinschaft unterstreicht.

Gleichberechtigte Leidenschaft im Sport schaffen

Mit dieser Partnerschaft setzt sich Lidl für eine gleichberechtigte Begeisterung und Unterstützung des Frauenfußballs ein. Durch den gleichen Einsatz für Sichtbarkeit, Aktivierung und Fan-Engagement wie bei Männersport trägt Lidl dazu bei, dass der Frauensport die leidenschaftliche Unterstützung erhält, die er verdient.

Bild: *Lidl wird Partner der UEFA Frauen-Nationalmannschaftswettbewerbe im Fußball bis zum Jahr 2030. (Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)*

Pressestelle Lidl Österreich

Hansjörg Peterleitner · Unter der Leiten 11, 5020 Salzburg · 0662 - 44 28 33 1310 ·
presse@lidl.at



PRESSEINFORMATION

Über Lidl

Lidl gehört zur Schwarz Gruppe mit Hauptsitz in Neckarsulm, Deutschland, und ist einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland und Europa. Lidl betreibt derzeit rund 12.600 Filialen und mehr als 230 Warenverteilungs- und Logistikzentren in 31 Ländern und beschäftigt über 382.400 Mitarbeiter.

Bei Lidl legen wir Wert auf ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis für unsere Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln in den Filialen, den regionalen Verteilzentren und der Landeszentrale.

Lidl übernimmt in seinem täglichen Handeln Verantwortung für Mensch, Gesellschaft und Umwelt. Nachhaltigkeit bedeutet für Lidl, sein Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen.

Leistung, Respekt, Vertrauen, Bodenständigkeit und Zugehörigkeit sind die Unternehmenswerte von Lidl, die das Herzstück unserer Unternehmenskultur bilden, unser tägliches Handeln prägen und die Basis für unseren unternehmerischen Erfolg sind.

Lidl erzielte im Geschäftsjahr 2024 einen Filialumsatz von 132,1 Milliarden Euro. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2024 einen Gesamtumsatz von 175,4 Mrd. Euro.

Über die UEFA

Die UEFA ist der Dachverband des europäischen Fußballs und eine nicht gewinnorientierte Organisation, die sich dafür einsetzt, dass die weltweit beliebteste Sportart in all ihren 55 Mitgliedsverbänden sowie auf allen Ebenen wächst. Die UEFA lässt 97 % ihrer Einnahmen in fußballbezogene Aktivitäten, Projekte und Initiativen zurückfließen, mit denen die nachhaltige Entwicklung des Profifußballs der Männer und Frauen sowie des Nachwuchs- und Breitensports und des Futsals sichergestellt werden.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Lidl Österreich
Hansjörg Peterleitner
Unternehmenskommunikation
Tel.: +43/(0)662/44 28 33 - 1310
E-Mail: presse@lidl.at

Pressestelle Lidl Österreich

Hansjörg Peterleitner · Unter der Leiten 11, 5020 Salzburg · 0662 - 44 28 33 1310 ·
presse@lidl.at