



LIDL UND UEFA STARTEN EINZIGARTIGE STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT

- **Lidl wird UEFA Take Care Nutrition Partner und Breitenfußball-Partner und schafft im Rahmen der Partnerschaft gesellschaftlichen Mehrwert durch die Verbindung von Sport und Ernährung**
- **Lidl ist offizieller, globaler Partner der UEFA Frauen- und Männer-Nationalmannschaftswettbewerbe**

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erweitern ihr Engagement im europäischen Fußball und vereinbaren eine langfristige strategische Partnerschaft mit der Union der Europäischen Fußballverbände (UEFA) – die erste der UEFA-Geschichte.

Im Rahmen dieser bisher einzigartigen, strategischen Partnerschaft erweitert auch Lidl seine Zusammenarbeit mit der UEFA. Beide Seiten bündeln ihre Kompetenzen, um bewusste Ernährung und einen aktiven Lebensstil über den europäischen Profifußball in den Breitensport zu transportieren. Die Zusammenarbeit geht dabei weit über klassisches Sponsoring hinaus und schafft über die Bildungsprogramme der UEFA einen spürbaren gesellschaftlichen Mehrwert.

Breitenfußball und Bildungsprogramme im Mittelpunkt

Ein zentraler Bestandteil der Partnerschaft ist das Engagement im Breitenfußball. Aufbauend auf der Präsenz bei großen Turnieren, bringt Lidl seine Expertise für gesunde und bewusste Ernährung in die Bildungs- und Breitenfußball-Programme der UEFA ein, um eine positive Wirkung im europäischen Breitensport zu generieren. Als Partner des UEFA-Schulfußball-Programms trägt Lidl an Schulen und Vereinen dazu bei, bewusste Ernährung, Sport und Bewegung in den Alltag von Kindern in ganz Europa zu integrieren. Hierzu gestalten die UEFA und Lidl gemeinsam eine paneuropäische, digitale Plattform, die nationale Fußballverbände dabei unterstützt, hochwertigen und inklusiven Fußball in Schulen



PRESSEINFORMATION

und Vereinen anzubieten. Die Plattform stellt praktische Anleitungen zur Verfügung und bringt Fußball, Bildung und gesunde Ernährung zusammen. So finden sich dort unter anderem Onlinekurse für Lehrer und Trainer, um mit altersgerechten Inhalten einen aktiven Lebensstil durch Fußball zu vermitteln. Auch an den Erfolg des Lidl Youth Camps von 2025 möchten Lidl und die UEFA zukünftig weiter anknüpfen, um junge Fußballtalente nachhaltig zu begeistern und zu fördern. Lidl übernimmt zudem die Rolle des offiziellen Take Care Nutrition Partners der UEFA.

Lidl engagiert sich dort, wo große Fußball-Karrieren beginnen

Die Leidenschaft für Sport und Bewegung, die oft ein Leben lang hält, beginnt meist im heimischen Sportverein - hier wird der Grundstein für ein bewusstes und aktives Leben gelegt.

Als Partner der UEFA-Breitenfußball-Auszeichnungen stärkt Lidl daher den Breitensport. Mit den Awards werden jährlich herausragende Projekte, Initiativen oder Vereine aus dem Breitensport ausgezeichnet. Mit der UEFA-Breitenfußball-Woche im September feiern Lidl als Presenting Partner und die UEFA gemeinsam für eine Woche den europaweiten Fußball-Breitensport.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer Lidl International: „Wir entwickeln unsere Zusammenarbeit mit der UEFA gezielt weiter und schaffen mit der ersten strategischen Partnerschaft mit der UEFA einen nachhaltigen Mehrwert für die Gesellschaft. Durch die Kraft des Fußballs bringen wir unsere Expertise für bewusste Ernährung genau dorthin, wo sie einen Unterschied macht: zu Trainern, Eltern und Kindern im Breitensport. Denn gesellschaftlicher Wandel entscheidet sich nicht im Stadion, sondern vor allem auf dem Schulhof und im lokalen Verein.“

Erfolgsgeschichte geht in die Verlängerung

Lidl ist bereits seit 2024 Partner der UEFA und wird künftig sowohl offizieller, globaler Partner der UEFA Frauen-Nationalmannschaftswettbewerbe als auch offizieller, globaler Partner der



PRESSEINFORMATION

Männer-Nationalmannschaftswettbewerbe sein. Bis 2030 unterstützt Lidl somit zahlreiche prestigeträchtige Wettbewerbe im europäischen Frauen- und Herrenfußball, darunter die UEFA Euro 2028 in Großbritannien und der Republik Irland sowie die UEFA Women's EURO 2029 in Deutschland.

Das Engagement umfasst die Women's European Qualifiers 2026 und 2028, die UEFA Women's Nations League 2027 und 2029 sowie die UEFA Women's EURO 2029. Bei den Wettbewerben der Herren unterstützt Lidl die UEFA European Football Championship 2028, die UEFA Nations League 2027 und 2029, die European Qualifiers 2027 und 2029, die UEFA U21 European Football Championship 2027 und 2029 sowie die UEFA European Futsal Championship 2026 und 2030.

Gemeinsame Wertebasis

Leistung, Respekt, Vertrauen, Bodenständigkeit und Verbundenheit: Das sind die Werte von Lidl. Sie prägen unser tägliches Handeln. Werte, die sie auch im sportlichen Wettbewerb wiederfinden - ob Spitzen- oder Breitensport. Auch die UEFA steht für Integrität, Chancengleichheit und die verbindende Kraft des Sports. Beide Organisationen agieren europaweit und tragen Verantwortung für Millionen Menschen – auf und neben dem Platz.

UEFA-Marketingdirektor Guy-Laurent Epstein sagt: „Wir freuen uns, die Unternehmen der Schwarz-Gruppe als unseren ersten strategischen Unternehmenspartner begrüßen zu dürfen. Gemeinsam bündeln wir unsere Stärken, um die Zukunft des europäischen Fußballs nachhaltig, verantwortungsvoll und wettbewerbsfähig zu gestalten. Zusammen mit Lidl werden wir die Kraft des Fußballs nutzen, um die Leidenschaft für Bewegung und bewusste Ernährung über den Profisport hinaus in den Breitensport zu tragen.“

Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz



PRESSEINFORMATION

Neben Lidl ist auch PreZero Teil der strategischen Partnerschaft zwischen den Unternehmen der Schwarz Gruppe und der UEFA. PreZero bringt Expertise zur Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft im Kontext großer Sportveranstaltungen in die Zusammenarbeit ein.

Die strategische Partnerschaft mit den Unternehmen der Schwarz Gruppe schafft einen verbindlichen Rahmen, um die gemeinsamen Werte in langfristige Programme zu überführen – mit dem Anspruch, gesellschaftliche Wirkung über den Profifußball hinaus zu entfalten.

Diese Presseausendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: *Guy-Laurent Epstein, Marketingdirektor der UEFA und Jens Thiemer, Chief Customer Officer Lidl International. Foto: Kristian Skeie – UEFA.*

(Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)

Über Lidl Österreich

Wir bieten unseren Kunden einen einfachen und schnellen Einkauf zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Seit dem Start 1998 haben wir uns erfolgreich am heimischen Lebensmittelmarkt etabliert. Heute arbeiten bereits rund 5.800 Mitarbeiter bei uns: in der Salzburger Zentrale, in den drei Logistikzentren in Laakirchen, Wundschuh und Großbeersdorf und in über 250 Filialen.

Außerdem wurden wir auch heuer wieder zum „Besten Händler des Jahres“ in Österreich gewählt: In unserem smarten Sortiment mit über 2.400 Artikeln gibt es alles für den täglichen oder wöchentlichen Familieneinkauf. Vieles davon kommt AMA-zertifiziert oder in Bio-Qualität von heimischen Lieferanten. Ein durchdachtes Logistikkonzept ermöglicht neben Frische ein Angebot von jährlich rund 6.000 zusätzlichen Artikeln, darunter heimische Schmankerl und internationale Spezialitäten. Mit den beiden Geschäftsfeldern Lidl-Reisen und Lidl-Connect haben wir weitere attraktive Angebote für Lidl-Kunden. www.lidl-reisen.at, www.lidl-connect.at

Verantwortung lohnt sich.

Nachhaltiges Wirtschaften ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten:innen, Lieferant:innen, Partner:innen, Mitarbeiter:innen, unserer Umwelt und der gesamten Gesellschaft. Im Zuge unserer „Net Zero Strategie“ schützen wir das Klima, indem wir unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2050 so weit wie möglich reduzieren. Wir fördern die



PRESSEINFORMATION

Gesundheit, indem wir unser Sortiment entlang der „planetary health diet“ entwickeln. Dabei bieten wir unseren Kund:innen eine umfangreiche Auswahl für eine bewusste Ernährung zum besten Preis. Mit dem „Rette mich Sackerl“, der „Rette mich Box“, gezielten Rabattierungen und Spenden an gemeinnützige Organisationen setzen wir aktiv Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung. Im Rahmen unserer Plastikstrategie „REset Plastic“ gestalten wir Produkte und Verpackungen so, dass sie recyclingfähig sind. Wir schließen Kreisläufe und schonen dadurch Ressourcen. Durch den verantwortungsvollen Einkauf unserer Waren achten und schützen wir die Biodiversität. Mehr Infos zum nachhaltigen Engagement gibt's auf www.lidl.at/verantwortung

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