



Bad Wimpfen, 20. März 2025

Lidl ist Gold-Sponsor der Kulturhauptstadt Europas

Seit über 30 Jahren ist Lidl als zuverlässiger Nahversorger in Chemnitz präsent

Lidl in Deutschland ist eine neue Partnerschaft eingegangen: Der Lebensmitteleinzelhändler darf sich von nun an „Gold-Sponsor der Kulturhauptstadt Europas Chemnitz 2025“ nennen. Als zuverlässiger Nahversorger und Arbeitgeber handelt Lidl nach Werten, die ein faires Miteinander mit Kunden und Kollegen ermöglichen, die Weiterentwicklung der Mitarbeiter fördern, den Zusammenhalt des Team-Lidl stärken und den gemeinsamen Erfolg ausbauen. Lidl zählt rund 100.000 Mitarbeiter in ganz Deutschland, davon etwa 2300 in der Gesellschaft Radeburg, zu der die Chemnitzer Filialen gehören.

„Seit über 30 Jahren leisten wir als lokaler Nahversorger einen Beitrag zur Attraktivität und Lebensqualität in der Region. Daher freuen wir uns umso mehr, die europäische Kulturhauptstadt Chemnitz zu unterstützen. Gemeinsam möchten wir die kreativen Potenziale von Chemnitz fördern und die Stadt als lebendigen Kulturort stärken“, sagt Friedrich Fuchs, Geschäftsleitungsvorsitzender der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG.

Seit 1990 in Chemnitz vertreten

Chemnitz ist für Lidl in Deutschland eine besondere Stadt: Im September 1990 eröffnete der Lebensmitteleinzelhändler dort eine seiner ersten Filialen in den ostdeutschen Bundesländern. Lange Schlangen bildeten sich damals vor dem strahlend gelben Gebäude. Seither hat sich in Chemnitz und Umgebung viel getan. Zehn Filialen garantieren die zuverlässige Nahversorgung der Stadt im Südwesten Sachsens, sechs weitere stehen den Kunden im Umland zur Verfügung.

Lidl steht als Lebensmitteleinzelhändler, der täglich mit seinen Produkten Millionen Kunden erreicht, in der Mitte der Gesellschaft. Dank gewohnt günstiger Lidl-Preise haben alle Kunden Zugang zu hochwertigen, frischen und regionalen Lebensmitteln. Auch bei den über 1000 Veranstaltungen im Kontext der Kulturhauptstadt geht es darum, ein vielfältiges Publikum zu erreichen. Hierzu leistet Lidl einen aktiven Beitrag.

Straßenkunst und Sportwoche – Lidl ist dabei

Beim Hutfestival, einem internationalen Festival der Straßenkunst, veranstaltet der Lebensmitteleinzelhändler drei Tage lang eine interaktive Kunstaktion. 80.000 Besucher werden erwartet, wenn sich vom 30. Mai bis 1. Juni die Gassen und Plätze der Chemnitzer Innenstadt in eine große Freilichtbühne verwandeln.



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 20. März 2025

Später im Jahr, Anfang September, wird Chemnitz während der Sportwoche „Sports United“ zum pulsierenden Zentrum für Bewegungsbegeisterte – mit Lidl als Partner der Auftaktveranstaltung. Lidl stellt hierbei Gesundheit durch Bewegung, Sport und bewusste Ernährung in den Mittelpunkt. Einen gesunden und aktiven Lebensstil zu fördern, sieht der Frische-Discounter als Teil seiner sozialen Verantwortung. Außerdem sind Fairness, Offenheit und Teamgeist nicht nur im Sport wichtige Werte, sondern auch beim Lebensmitteleinzelhändler.

„Als langjähriger, zuverlässiger Nahversorger fühlen wir uns mit der Region eng verbunden. Deshalb freuen wir uns darauf, uns als Sponsor aktiv in das Jahresprogramm der Kulturhauptstadt einzubringen und ein Teil davon zu sein. Chemnitz 2025 setzt auf Werte, die wir teilen. Wir sind Teamplayer und bündeln unsere Stärken, gleichzeitig schätzen wir das Engagement jedes Einzelnen“, sagt Ralf Liebich, Geschäftsführer Lidl Radeburg Vertriebs-GmbH & Co. KG. In Chemnitz und Umgebung kommt das an: „Seit durchschnittlich über elf Jahren sind die über 350 Kollegen schon in unseren Filialen beschäftigt. 43 von ihnen gehören sogar seit über 25 Jahren zum Team-Lidl.“

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).