



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 10. September 2025

Lidl setzt die Partnerschaft mit der UEFA Europa League und der UEFA Conference League nach hervorragendem Fan-Engagement fort

Nach einem unvergesslichen Jahr im europäischen Fußball setzt Lidl sein Engagement als offizieller Partner der UEFA Europa League und der UEFA Conference League in der Saison 2025/26 fort.

Die Partnerschaft von Lidl mit der UEFA Europa League und der UEFA Conference League umfasste in der vergangenen Saison 36 Nationen und 72 Vereine an 342 Spieltagen. Damit war Lidl laut Nielsen Global Sports Report der sichtbarste Sponsor beider Wettbewerbe* und brachte die Fans nahe an den Sport.

Die Initiativen und Maßnahmen von Lidl haben während des gesamten Turniers tausende Spieler, Fans und Familien erreicht. Die Highlights der Saison 2024/25:

- Ausgabe von über 18.000 Portionen frisches Obst an Fußballfans in den Stadien
- Verteilung von 4.685 Eintrittskarten an Lidl-Kunden, um dadurch mehr Menschen Zugang zu europäischem Spitzenfußball zu ermöglichen
- 7.524 junge Fußballfans wurden Teil des Lidl Kids Teams, die mit ihren Helden den Rasen betreten und die Spieltage hautnah miterleben durften

Auch in der kommenden Saison dürfen sich die Lidl-Kunden wieder auf exklusive Ticketverlosungen, das Lidl Kids Team bei ausgewählten Spielen sowie auf frische und gesunde Lebensmittel an den Spielstätten freuen. Besondere Höhepunkte sind das Finale der UEFA Europa League am 20. Mai 2026 in Istanbul und das Finale der UEFA Europa Conference League am 27. Mai 2026 in Leipzig. Als offizieller Partner sorgt Lidl vor Ort für den Frische-Kick und echte Fan-Momente. Besonders beim Finale in Leipzig dürfen sich Fußball-Fans auf ein umfangreiches Programm mit vielfältigen Aktionen vor und im Stadion freuen. Damit unterstreicht der Lebensmitteleinzelhändler sein Engagement für einen aktiven Lebensstil, die Stärkung sozialer Gemeinschaften sowie für einen Fußballsport, der Menschen mit und ohne Behinderungen vereint.

Durch das Eintreten für eine bewusste Ernährung und einen aktiven Lebensstil geht es bei der Partnerschaft von Lidl und der UEFA nicht nur um die Unterstützung von Weltklasse-Fußball, sondern auch darum, Fußballfans und Familien in ganz Europa unvergessliche Momente zu bescheren.



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 10. September 2025

„Fußball zeigt auf besondere Weise, wie Menschen zusammenfinden und Gemeinschaft entsteht. Wir verbinden Fans aus Lidl-Ländern in ganz Europa und machen Fußball für viele Menschen erlebbar. Dabei ist es unser Ziel, den Fans echte Erlebnisse zu bieten und einen gesunden, aktiven Lebensstil zu fördern. In der kommenden Saison wollen wir noch mehr Menschen erreichen und auf sowie neben dem Platz neue, unvergessliche Momente schaffen“, sagt Alexander Lafery, Leiter Marketing der Lidl Dienstleistung GmbH und Co. KG.

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

*Nielsen Sports. Interner Bericht, Juni 2025. Unveröffentlichtes Dokument. Zugriff durch Lidl. Basis: 12.000 repräsentative Bürger im Alter von 16 bis 69 Jahren.