



Bad Wimpfen, 10. Januar 2024

Lidl sponsert die Handball-Europameisterschaft der Männer 2024 und die deutsche Nationalmannschaft

Frische-Discounter für alle: Lidl setzt sich für Bewegung und bewusste Ernährung ein

2004, 2016 und vielleicht auch 2024: Die deutsche Handball-Nationalmannschaft der Männer hat in diesem Jahr die Möglichkeit, zum dritten Mal die Europameisterschaft zu gewinnen – und das im eigenen Land als Austragungsort. Mit Lidl hat der Handballsport einen enthusiastischen, verlässlichen Fan an seiner Seite. Der Discounter ist Official Fresh Food Partner und Wasserlieferant der anstehenden Men`s EHF EURO 2024 sowie Frische-Partner des Deutschen Handballbundes (DHB). „Sport verbindet Menschen. Mit der Kooperation wollen wir einen Beitrag zum Erfolg des Handballbreitensports leisten und gleichzeitig die Bedeutung von ausgewogener Ernährung und Bewegung mit Hilfe sportlicher Vorbilder unterstreichen“, sagt Maciej Magdziarz, Geschäftsführer Marketing bei der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG. Unter dem diesjährigen Motto „Aus Lidl zum Spiel“ versorgt der Händler die Handballer unter anderem vor und nach jedem Spiel mit frischen Lebensmitteln und Getränken der Lidl-Eigenmarken. Den DHB und Lidl verbindet eine vertrauensvolle Partnerschaft. Seit Anfang 2016 ist der Lebensmitteleinzelhändler offizieller Frische-Partner des DHB und im letzten Jahr wurde die Kooperation bis 2025 verlängert.

Bewegung und bewusste Ernährung im Fokus

Die Verbindung von Bewegung mit einer gesunden Lebensweise begleitet den Lebensmitteleinzelhändler bereits seit Jahren. Lidl sieht sich in der gesellschaftlichen Verantwortung mit seinem Engagement in sportlichen Bereichen sowie mit breit angelegten Maßnahmen zur bewussten Ernährung zu einem nachhaltigeren und gesünderen Lebensstil der Verbraucher beizutragen. Dazu zählt beispielsweise der sukzessive Ausbau des veganen und Bio-Sortiments, eine Preisangleichung von pflanzlichen Artikeln im Vergleich zu Produkten tierischen Ursprungs, eine Zucker- und Salzreduktion um 20 Prozent im Eigenmarkensortiment oder die stetige Erhöhung des Vollkornanteils. Dabei gilt immer die Lidl-Kernkompetenz: bestmögliches Preis-Leistungs-Verhältnis.

Handball-Content und gesunden Lebensstil verbinden

Lidl nutzt seine Plattformen sowie die Microsite www.lidl.de/dhb, um allen Fans exklusiven Content rund um die DHB-Teams und die Heim-EM zu liefern. Mit dem Lidl-Handball-Fan-Magazin „Frisch vom Feld“ sowie anderen Content-Formaten wie der „Bulli-Tour“ und dem Podcast „Lauschangriff“ von und mit den Sportkommentatoren Frank Buschmann und Florian „Schmiso“ Schmidt-Sommerfeld schafft Lidl hautnahe Handball-Momente. Lidl-Kunden haben bei Gewinnspielen ebenfalls die Möglichkeit,



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 10. Januar 2024

Tickets für die Heim-EM und weitere exklusive Preise wie signierte Trikots zu gewinnen. Vor Ort erleben die Kleinsten ihr größtes Highlight: Lidl vergab an Vereinsmannschaften die Plätze der EM-Einlaufkinder für die Standorte Düsseldorf, Berlin und Köln. Die „Lidl-Kids“ im Alter von 10-14 Jahren kommen ihren Handball-Idolen damit ganz nah und haben die Chance, auf ein unvergessliches Erlebnis im Lidl-Trikot. Auf www.lidl-kochen.de/rezeptwelt/aus-lidl-zum-spiel/ gibt es zudem Rezepttipps für gesunde und frische Ernährung sowie die Lieblingsrezepte der Handball-Profis. Darüber hinaus wirbt Lidl auf ausgewählten Produkten wie Körnigem Frischkäse oder High Protein Quarkriegeln von „Milbona“ sowie Sportgeräten von „Crivit“ mit der DHB-Partnerschaft unter dem Slogan „Gemeinsam für bewusste Ernährung und Bewegung“.

Alle Informationen zur Partnerschaft und die dazugehörigen Aktionen sind auf lidl.de/dhb zu finden. Hier geht es zum ersten Kampagnen-Spot: www.youtube.com/watch?v=CfvEmdSdhMQ

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