



## PRESSEINFORMATION

---

Bad Wimpfen, 23. Oktober 2025

### **UEFA Partnerschaft bis 2030: Lidl verlängert sein Engagement für den Frauenfußball**

- **Lidl wird UEFA Women's National Team Football Partner 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 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 UEFA Women's National Team Football Partner bis 2030 fortführen. Nach dem 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 bis 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 sowie Fans zu inspirieren.

#### **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



## PRESSEINFORMATION

---

Bad Wimpfen, 23. Oktober 2025

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.

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