

30.07.2024 - 08:04 Uhr

## Lidl feiert erfolgreiche Partnerschaft mit der UEFA EURO 2024



Weinfelden (ots) -

**Die erste internationale Fussball-Partnerschaft von Lidl geht mit der UEFA EURO2024TM erfolgreich zu Ende. Lidl ermöglichte über 1'000 Kindern das Einlaufen mit den Fussballstars. Mit dabei waren auch 33 Kinder aus der Schweiz. Das Gürteltier Lanzelot fungierte als Fussball-Orakel.**

Sport ist eine wichtige Säule in Lidls langfristigem Engagement für Gesundheit und bewusste Ernährung. Deshalb wurde die Partnerschaft von der Lidl Kampagne "We're On Your Team" geleitet. Sie steht für das Engagement von Lidl, den Kunden zur Seite zu stehen: Ob es darum geht, die Preise niedrig zu halten sowie einfache, gesunde und frische Lebensmittel leicht verfügbar zu machen, oder den Fans das grösste Fussballturnier Europas näherzubringen und unvergessliche Erlebnisse zu schaffen.

Vier Wochen lang schickte Lidl insgesamt 1'122 Kinder als offizielle Einlaufkinder, das sogenannte Lidl Kids Team, zu den Spielen nach Deutschland. Die Plätze im Lidl Kids Team wurden an Kinder im Alter von sechs bis zehn Jahren über die Lidl-Plus App verlost. Für die Verlosung gab es über 1.1 Millionen Einsendungen. Lidl Schweiz ermöglichte es 33 Kindern aus der ganzen Schweiz, Hand in Hand mit Granit Xhaka, Yann Sommer und ihren anderen Fussball-Helden der Schweizer Nati auf das Spielfeld einzulaufen. Unter den Lidl Schweiz Mitarbeitenden wurden ein Lidl Kids Team mit 11 Kindern inkl. je einer Begleitperson sowie 2x2 Finaltickets verlost.

Aylin (9) aus der Schweiz: "Es hat mir so viel Spass gemacht mit Michel Aebischer ins Stadion zu laufen. Ich werde dieses einmalige Erlebnis nie vergessen."

Neben dem Einlaufen mit den Fussballstars sorgte Lidl auch neben dem Spielfeld für abwechslungsreiche Aktivitäten und lehrreiche Erlebnisse. Das Gürteltier Lanzelot aus dem Walter Zoo SG hat als Fussball-Orakel einige Ergebnisse der Europameisterschaft vorausgesagt. Tausende Teilnehmende haben an den Orakel Gewinnspielen teilgenommen. Zu gewinnen gab es unter anderem sechs Tierpatenschaften inkl. Jahreskarte vom Walterzoo.

Die Partnerschaft von Lidl mit der UEFA EURO 2024TM sollte den treuen Kunden in ganz Europa etwas zurückgeben. Lidl veranstaltete Gewinnspiele beispielsweise über die Lidl Plus-App, bei denen Lidl Plus-Nutzer die einmalige Chance hatten, Spieltickets und eine Pauschalreise für zwei Personen nach Deutschland zu gewinnen. Beeindruckende 15,3 Millionen Einsendungen wurden eingereicht. Lidl schickte über 16'000 Fans aus mehr als 30 Ländern zu den Spielen der UEFA EURO 2024TM.

Nicholas Pennanen, CEO von Lidl Schweiz: "Es freut uns sehr, dass wir Teil einer solchen Veranstaltung sein durften und unseren Kundinnen und Kunden sowie Mitarbeitenden als Dank unvergessliche Erlebnisse schenken konnten".

Pressekontakt:

Medienstelle

Dunantstrasse 15

8570 Weinfelden

Tel.: +41 (0)71 627 82 00

E-Mail: [media@lidl.ch](mailto:media@lidl.ch)

Medieninhalte



*Lidl Schweiz / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100016795](http://www.presseportal.ch/de/nr/100016795) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016795/100921854> abgerufen werden.