

31.07.2025 - 08:28 Uhr

Lidl Schweiz zieht positive Bilanz zur UEFA Women's EURO 2025TM



Weinfelden (ots) -

Vier Wochen Fussball, Emotionen und Engagement - die UEFA Women's EURO 2025 ist zu Ende, die Initiativen von Lidl wirken weiter. Mit dem Austragungsort im eigenen Land war das Turnier für Lidl Schweiz eine Herzensangelegenheit. Das Turnier hat ganz Europa begeistert und für mehrere Rekorde im Frauenfussball gesorgt.

657'291 Stadionbesucherinnen und -besucher, 400 Millionen Menschen am TV und der grösste Fanmarsch im Frauenfussball mit insgesamt 25'000 Fans - noch nie erreichte Dimensionen und ein starkes Zeichen für den Frauenfussball. Nicholas Pennanen, CEO von Lidl Schweiz: "Wir sind begeistert von der Euphoriewelle, die durch das ganze Land ging - und stolz mit unserem Engagement ein Teil dieser Bewegung gewesen zu sein. Unser Ziel war es, Gesundheit und bewusste Ernährung zu fördern - und das ist uns mehr als gelungen. Mit diversen Aktivitäten und Initiativen wie dem Lidl Youth Camp und dem Awareness Team haben wir klare Haltung für mehr Respekt, Inklusion und gemeinsames Wachsen gezeigt."

Lidl Youth Camp - Perspektiven für junge Frauen schaffen

Ein besonderes Highlight war das Lidl Youth Camp in Basel, bei dem 100 junge Frauen aus ganz Europa, darunter 24 aus der Schweiz teilgenommen haben. Sie wurden von UEFA-Coaches trainiert, besuchten Workshops zu Ernährung und mentaler Gesundheit, knüpften internationale Freundschaften und entwickelten sich persönlich weiter - auf und neben dem Platz. Madlaina (15) aus Ilanz: "Das Youth Camp war ein tolles Erlebnis mit super Trainingsbedingungen, spannenden Inputs und neuen Freundschaften. Es war inspirierend, mit so vielen fussballbegeisterten Mädchen gemeinsam auf dem Platz zu stehen."

Fan Zones - Frische, Spiel und Bewegung für alle

In den Spielstädten war Lidl in den Fan Zones präsent, ob mit Frische-Stationen, an denen frische Früchtebecher als gesunde Snack-Option angeboten wurden, oder mit spielerischen Elementen wie einer XXL-Dartscheibe oder einem Dribbelparcour, die für gute Stimmung sorgten und die Fans zu Bewegung und Spass animierten. Einige Highlights in Zahlen:

- Präsenz in den Fan Zones aller Spielstädte; 240'000 Besucherinnen und Besucher beim Lidl Stand in den Fan Zones Basel, Bern, Zürich und Genf
- 230'000 verteilte Früchtebecher; 32 Tonnen verteilte Früchte

Awareness Team - für ein respektvolles Stadionerlebnis

Lidl hat in Zusammenarbeit mit der UEFA in allen acht Stadien bei 31 Spielen Awareness Teams eingesetzt. Im Einsatz standen 57 Lidl Mitarbeitende wie auch erfahrene Teams von Guardian Angels, die für ein inklusives und respektvolles Umfeld für alle Fans sorgten. Zahlreiche Begegnungen und Gespräche und viele positive Rückmeldungen zeigten, dass die Präsenz des Awareness Teams geschätzt wurde.

Das Frische-Feld - Ernährung erlebbar machen

Lidl hat in Rapperswil-Jona am Zürichsee ein Feld in Form und Grösse eines Fussballfeldes angepflanzt und hat Themen wie Gesundheit und bewusste Ernährung wortwörtlich wachsen lassen. In den vergangenen Monaten sind über 15 Tonnen verschiedene Früchte- und Gemüsesorten gewachsen und geerntet worden. Lidl Schweiz spendet die Ernte an seine Partnerorganisationen Tischlein deck dich, Caritas und Schweizer Tafel. Der interaktive Frische Pfad, der durch das Feld geführt hatte, vermittelte spielerisch Wissen zu Ernährung, Früchte und Gemüse sowie zur Geschichte der UEFA Women's EURO.

Spendenaktion für IdéeSport

Vom 19. Juni bis 16. Juli 2025 sammelte Lidl Schweiz 10 Rappen pro verkaufter 500g-Packung Cherryrispentomaten an IdéeSport. Mit diversen Angeboten wie z.B. MiniMove oder MidnightSports stellt IdéeSport verschiedenen Altersgruppen kostenlos Sporteinrichtungen zur Verfügung und fördert so die körperliche sowie geistige Gesundheit von Kindern und Jugendlichen. Lidl Schweiz übergibt IdéeSport einen Spendenbeitrag von CHF 30'000.

Unterstützung von Fussball kann mehr Schweiz

Lidl Schweiz unterstützt die Netzwerkorganisation "FUSSBALL KANN MEHR SCHWEIZ" mit einem finanziellen Beitrag und beteiligt sich am diesjährigen Forum. Die Organisation setzt sich für mehr Sichtbarkeit und strukturelle Veränderungen im Schweizer Frauenfussball ein. Am Forum haben zahlreiche Persönlichkeiten aus Sport, Wirtschaft und Politik teilgenommen.

Pressekontakt:

Medienstelle
Dunantstrasse 15
8570 Weinfelden
Tel.: +41 (0)71 627 82 00
E-Mail: media@lidl.ch

Medieninhalte



BASEL, SWITZERLAND - JULY 27: General impressions from LIDL Youth Camp 2025 on July 27, 2025 in Basel, Switzerland. (Photo by Christian Kaspar-Bartke - UEFA/UEFA via Getty Images) / Weiterer Text über ots und 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/100016795/100933781> abgerufen werden.