Pressemitteilung

Lidl baut Radsport-Engagement in Spanien aus: Partnerschaft mit La Vuelta, La Vuelta Femenina by Lidl und weiteren spanischen Radrennen

Partnerschaft umfasst ab 2027 La Vuelta, La Vuelta Femenina by Lidl, Itzulia Basque Country, Volta a Catalunya und Clásica San Sebastián

Neckarsulm, 4. November 2026 – Lidl erweitert sein internationales Engagement im Radsport und wird ab 2027 Official Fresh Food Partner von fünf renommierten Radrennen in Spanien. Die Partnerschaft mit dem spanischen Rennveranstalter Unipublic umfasst La Vuelta, La Vuelta Femenina by Lidl, Itzulia Basque Country, Volta a Catalunya und Clásica San Sebastián.

Bei allen fünf Veranstaltungen tritt Lidl als Official Fresh Food Partner auf. Darüber hinaus übernimmt Lidl je nach Rennen weitere Partnerschaftsrollen:

- La Vuelta Femenina by Lidl: Presenting Partner, Main Partner und Partner des Roten Trikots der Gesamtführenden
- La Vuelta: Main Partner und Partner des Roten Trikots des Gesamtführenden
- Itzulia Basque Country: Main Partner und Partner des Trikots
- Volta a Catalunya: Main Partner
- Clásica San Sebastián: Main Partner

Die Zusammenarbeit beginnt 2027 und ist über mehrere Jahre ausgelegt.

Ausbau des internationalen Radsport-Engagements

Die spanischen Rennen sind ein weiterer Schritt innerhalb des internationalen Radsport-Engagements von Lidl. Dabei geht das Unternehmen über die klassische Rolle eines Sponsors hinaus. Lidl bringt seine Reichweite, seine organisatorische Erfahrung und seine Kompetenz als internationaler Lebensmitteleinzelhändler in die Zusammenarbeit ein. Ziel ist es, gemeinsam mit den Partnern zur Weiterentwicklung der Veranstaltungen beizutragen und den Radsport für ein breites Publikum erlebbar zu machen.

„Radsport findet mitten im Leben statt und verbindet vieles, wofür Lidl täglich steht: bewusste Ernährung, einen aktiven Lebensstil und echten Teamgeist. Unser Engagement geht deshalb bewusst über klassische Markenpräsenz hinaus. Wir möchten unsere Stärke als Unternehmen einbringen, um gemeinsam mit unseren Partnern den Radsport weiterzuentwickeln und möglichst viele Menschen für Bewegung zu begeistern“, sagt Jens Thiemer, Chief Customer Officer Lidl Stiftung & Co. KG.

Pressemitteilung

„Wir freuen uns sehr über die neue Partnerschaft mit Lidl. Das Unternehmen kann auf ein langjähriges und nachweisliches Engagement im Radsport zurückblicken. Dank seiner internationalen Präsenz und seines Fokus auf ausgewogene Ernährung und einen aktiven Lebensstil ist Lidl ein idealer Partner für unsere Veranstaltungen. Uns verbindet das Ziel, unsere Events kontinuierlich weiterzuentwickeln, das Erlebnis für die Fans zu verbessern und den Radsport für Familien und neue Zielgruppen noch zugänglicher zu machen. Besonders freut uns, dass die Partnerschaft auch das Engagement von Lidl für La Vuelta Femenina und den Frauenradsport weiter stärken wird“, sagt Javier Guillén, Generaldirektor von La Vuelta.

Fokus auf Frische, Bewegung und Frauenradsport

Als Official Fresh Food Partner verbindet Lidl das Engagement mit seinem internationalen Leitgedanken „Feed Your Passion“. Im Mittelpunkt steht die Verbindung zwischen frischen Lebensmitteln, ausgewogener Ernährung und einem aktiven Lebensstil. Spanien spielt dabei als wichtiges Herkunftsland für Obst und Gemüse, das Lidl in zahlreiche europäische Länder exportiert, eine besondere Rolle.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Förderung des Frauenradsports. Als Presenting Partner und Main Partner von La Vuelta Femenina by Lidl und Partner des Roten Trikots der Gesamtführenden möchte Lidl die Aufmerksamkeit für das Rennen erhöhen und zu einer gleichberechtigten Sichtbarkeit sportlicher Leistungen von Frauen und Männern beitragen.

Die Partnerschaft soll außerdem genutzt werden, um professionellen Radsport und Bewegung im Alltag miteinander zu verbinden. Die vorgesehenen Aktivierungsmaßnahmen umfassen unter anderem Angebote für Fans entlang der Rennstrecken sowie ausgewählte Initiativen für Familien mit Kindern.

Über La Vuelta
La Vuelta gilt als Spaniens spektakulärstes und eines der offensten Radrennen und zählt zu den renommiertesten Radsportveranstaltungen der Welt. Neben der Tour de France gehört sie zu den drei Grand Tours im professionellen Straßenradsport. Seit ihrer ersten Austragung im Jahr 1935 führt La Vuelta die Fahrer über 21 Etappen durch das abwechslungsreiche und unberechenbare Terrain Spaniens und verlangt ihnen dabei gemeinsam ein Höchstmaß an Ausdauer ab. Als großes Finale der europäischen Radsportsaison im August bietet La Vuelta den besten Fahrern eine letzte Gelegenheit, ihr Können unter Beweis zu stellen. Wer das anspruchsvolle Rennen gewinnt, entscheidet sich erst ganz zum Schluss.

In ihrer über 90-jährigen Geschichte hat sich La Vuelta zu einem internationalen Großereignis entwickelt. Dank umfassender Medienberichterstattung in 190 Ländern erreicht das Rennen weltweit Millionen von Fans. Hinzu kommen Millionen von Zuschauern, die das Geschehen entlang der Strecke und in der mobilen Veranstaltungsarena hautnah verfolgen und La Vuelta zu einem großen Fest für die Öffentlichkeit machen.

Pressemitteilung

La Vuelta setzt sich zudem für Fortschritt und Inklusion ein. Ein wichtiger Bestandteil dieses Engagements ist das Frauenrennen La Vuelta Femenina by Lidl, das kontinuierlich an Bedeutung und Sichtbarkeit gewinnt.

Doch La Vuelta ist längst mehr als ein Sportereignis. Mit dem neuen Programm „La Vuelta es Más“ unterstreicht das Rennen sein Engagement für eine umweltverträglichere Durchführung von Sportveranstaltungen. Gleichzeitig fördert die Initiative das Radfahren als Lebensstil, unterstützt soziale Projekte und präsentiert die verschiedenen Regionen Spaniens als attraktive Reiseziele für Radsportbegeisterte. Damit trägt La Vuelta zu einem lebendigen und stärker vernetzten Spanien bei.

Über Lidl
Lidl, beheimatet in Neckarsulm, gehört als Teil der Schwarz Gruppe zu den führenden Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen in Deutschland und Europa. Lidl betreibt in derzeit 32 Ländern rund 13.000 Filialen, mehr als 230 Warenverteil- und Logistikzentren und beschäftigt über 395.000 Mitarbeiter.

Bei Lidl legen wir Wert auf ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis für die Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln in den Filialen, den Regionalgesellschaften und den Dienstleistungen. Die Lidl Stiftung & Co. KG mit Sitz in Neckarsulm liefert als Systemgeberin die Basis für die lokalen Aktivitäten der Landesgesellschaften. In Abstimmung mit den Landesgesellschaften gibt sie den Rahmen für das operative Geschäft vor und ist für Konzeption und Ausgestaltung einheitlicher Prozesse weltweit verantwortlich.

Lidl übernimmt im täglichen Handeln Verantwortung für Menschen, Gesellschaft und Umwelt. Nachhaltigkeit heißt für Lidl, das Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen.

Leistung, Respekt, Vertrauen, Bodenständigkeit und Verbundenheit sind die Unternehmenswerte von Lidl, die das Herzstück unserer Unternehmenskultur sind, unser tägliches Handeln prägen und die Basis für unseren unternehmerischen Erfolg bilden.

Lidl erreichte im Geschäftsjahr 2025 einen Filialumsatz von 140,2 Milliarden Euro. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erwirtschafteten im Geschäftsjahr 2025 einen Gesamtumsatz von 185,6 Milliarden Euro.

Lidl Stiftung & Co. KG · Corporate Affairs
Stiftsbergstraße 1 · 74172 Neckarsulm · Deutschland
Bankverbindung: Commerzbank AG · SWIFT: DRES DE FF 620 · IBAN: DE05 6208 0012 0703 6176 00
Sitz: Neckarsulm · Registergericht Stuttgart · HRA 102314 · USt.-IdNr.: DE 145 803 808