

Lidl ist Partner der drei größten Radsport-Events in Deutschland

Lidl setzt ein weiteres Zeichen für den Radsport in Deutschland: Als offizieller Partner der ADAC Cyclassics engagiert sich das Unternehmen künftig auch beim Hamburger WorldTour-Rennen. Als „Offizieller Frische-Partner“ bringt Lidl gesunde Impulse auch hier an die Strecke – mit frischen Produkten und Mitmachaktionen für Fans und Hobbyradsportler:innen. Mit dem traditionsreichen Rennen im Norden baut das Unternehmen seine Partnerschaft mit A.S.O. Germany, der deutschen Tochter des Tour-de-France-Veranstalters, aus.

Lidl ist bereits Namensgeber der Lidl Deutschland Tour und Partner des Radklassikers Eschborn-Frankfurt. Jetzt unterstützt Lidl mit den ADAC Cyclassics auch das zweite deutsche WorldTour-Rennen. Ziel ist es, gemeinsam mit dem Veranstalter noch mehr Menschen für Bewegung, Radsport und ausgewogene Ernährung zu begeistern.

„Die Partnerschaft mit den Cyclassics ist unser nächster Schritt, um langfristig die Weiterentwicklung des Radsports in Deutschland zu fördern. Als Frische-Partner tragen wir zudem dazu bei, dass Spitzen- und Breitensportler durch gesunde und bewusste Ernährung ihren Lebensstil optimieren können“, sagt **Alexander Lafery**, Leiter Marketing der Lidl Dienstleistung GmbH und Co. KG.

Die ADAC Cyclassics gehören mit dem Radklassiker Eschborn-Frankfurt zu den bedeutendsten Radsportevents des Landes. Jedes Jahr locken die ADAC Cyclassics mehr als 10.000 Hobbyfahrer:innen auf die abgesperrten Straßen der Hansestadt und ihrer Metropolregion – ein besonderes Erlebnis für die Teilnehmer:innen und Fans.

„Wir freuen uns sehr, mit Lidl einen engagierten Partner an unserer Seite zu wissen, der unsere Werte teilt und das Potenzial des Radsports in Deutschland aktiv mitgestaltet“, erklärt **Matthias Pietsch**, Geschäftsführer der A.S.O. Germany GmbH. *„Mit frischen Impulsen und kreativen Aktionen bereichert Lidl das Erlebnis für Fans, Aktive und Familien nun auch rund um die ADAC Cyclassics.“*

Mit der Kooperation setzt sich Lidl für den Sport und eine bewusste Ernährung mit gesunden sowie nachhaltigen Produkten ein: Alle drei Veranstaltungen bieten internationalen Spitzensport und zahlreiche Angebote zum Mitmachen – begleitet von Aktionen und gesunden Snacks, etwa frischem Obst, Gemüse und veganen Alternativen der Lidl-Eigenmarke „Vemondo“. Damit unterstreicht das Unternehmen seine Verantwortung für Gesundheit, Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Miteinander und inspiriert Menschen zu einem bewussten Lebensstil: auf dem Rad, am Tisch und im Alltag.

Die Partnerschaft mit den ADAC Cyclassics ergänzt das internationale Radsportengagement von Lidl – unter anderem als Hauptsponsor des UCI WorldTeams und UCI Women's WorldTeams Lidl-Trek.



Über die A.S.O. Germany

Die A.S.O. Germany GmbH ist der größte Radsportveranstalter Deutschlands. Das Unternehmen mit Sitz in Frankfurt/Main setzt die beiden deutschen Radrennen der UCI WorldTour um. In dieser weltweit höchsten Rennserie werden der Radklassiker Eschborn-Frankfurt und die Hamburger Cyclassics ausgetragen. Dazu organisiert A.S.O. Germany auch die Lidl Deutschland Tour – das einzige deutsche Etappenrennen der Männer. Neben den Profis nehmen insgesamt 25.000 Hobbyathleten bei diesen drei Radrennen teil.

Über Lidl in Deutschland

Der Lebensmitteleinzelhändler Lidl gehört als Teil der Schwarz Gruppe, beheimatet in Neckarsulm, zu den führenden Unternehmensgruppen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell betreibt Lidl rund 12.350 Filialen in derzeit 31 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 100.000 Mitarbeiter in über 3.250 Filialen, 39 Verwaltungs- und Warenverteilzentren für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte von Lidl-Eigenmarken und Marken aus verschiedenen Kategorien und Preissegmenten, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf sechs Fokusthemen: Klima schützen, Biodiversität achten, Ressourcen schonen, fair handeln, Gesundheit fördern und Dialog führen.