



LIDL DEUTSCHLAND TOUR



LIDL DEUTSCHLAND TOUR 2026

19. AUGUST – 23. AUGUST 2026

Großes Finale am Sonntag, den 23. August 2026

PROLOG UND 4 ETAPPEN MIT LIVE-ÜBERTRAGUNG

4 spannende Etappen führen durch die schönsten Regionen Deutschlands

INTERNATIONALE UND NATIONALE WELTELITE

20 Teams mit je 6 Fahrern

5 TAGE RADSPORTFESTIVAL

Cycling Tour, Mini Tour, Ride Tour, Newcomer Tour, Expo Tour



TV LIVE-ÜBERTRAGUNG

- A.S.O. Germany produziert die TV-Bilder in Eigenregie
- Tour de France Niveau / Top Qualität
- Bis zu 2 Stunden live in ARD und ZDF
- Fokus: Rennen, Etappenorte und Regionen, Sehenswürdigkeiten & touristische Highlights
- Übertragung in 190 Ländern weltweit



DEUTSCHLANDS GRÖSSTES RADSPORTFESTIVAL





EIN PROFIRENNEN



100
WEITERE AKTIVITÄTEN

LIDL DEUTSCHLAND TOUR

RADSPORTFESTIVAL

ADAC
CYCLING
TOUR

LichtBlick
NEWCOMER
TOUR

EXPO
TOUR

Kinder.
Joy of moving

RIDE
TOUR



Breitensportrennen

→ Nur Sonntag



U17-weiblich
Nachwuchsrennen

→ Samstag und Sonntag



Sport- und
Freizeitmesse



Lauftradrennen,
Bike Parade &
Bike Experience World



Geführte Ausfahrt für
Alltagsradler*innen

LIDL DEUTSCHLAND TOUR

DIE VISION DES RADSPORTFESTIVALS

MEHR ALS EIN PROFIRENNEN

Die internationalen und nationalen Stars der Tour de France als Teil von Deutschlands größtem RadSPORTfestival – mit Spaß auf 2 Rädern für alle.

FÜR EINE GRÜNE & GESUNDE ZUKUNFT

Ob mit Rennrad, E-Bike oder Trekking-Rad – die Lidl Deutschland Tour bewirbt das Fahrrad als nachhaltiges Transportmittel.

DIE FREUDE AM RADFAHREN WECKEN

Die Lidl Deutschland Tour steht für Radfahren für Alle – vom Radprofi über den Pendler bis zur ganzen Familie von jung bis alt.

FÖRDERUNG DES TOURISMUS / STANDORT

Mit spektakulären TV-Bildern bringt die Lidl Deutschland Tour die gastgebenden Regionen in Millionen Haushalte weltweit.



DIE LIDL DEUTSCHLAND TOUR IN ZAHLEN



5 TAGE RADSPORTFESTIVAL

ZAHLEN & FAKTEN

- **8:50 Stunden** Live Übertragung ARD, ZDF, BR
- **Bis zu 4 Mio. TV-Zuschauer*innen** in Deutschland
- **6-10 % Marktanteil** Übertragung TV-Bilder in über **190 Länder weltweit**
- Entlang der Strecke **800.000 Zuschauer**
- **2.300 Teilnehmende** bei der Cycling Tour
- Über **5,4 Mio. Impressionen** auf den Social Media Kanälen
- Große Reichweite in Print- und Online-Medien



33 MILLIONEN Reichweite durch Quotenstarke Magazine



LIVE TV-Übertragung



Sehenswürdigkeiten aus der Vogelperspektive



Zusätzliche Berichterstattung in ARD...



... und ZDF Nachrichten und Magazinen



TV ZAHLEN WELTWEIT

Reichweitenstarke TV Berichterstattung

- 11 Stunden TV Live Produktion
- 65 Stunden Live TV
- 6,8 Mio Stunden Sehzeit
- Übertragung in 190 Ländern



TV ZAHLEN HEILBRONN

827.000
Zuschauer
Spitzenzeit

10%
Marktanteil



16.794
Sekunden

461.251€
Exposure Value



REICHWEITE PRINT & ONLINE

Print Medien

4000+ Erwähnungen rund um das Event

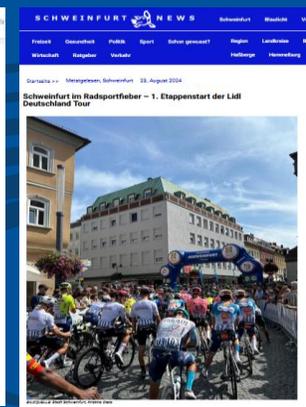
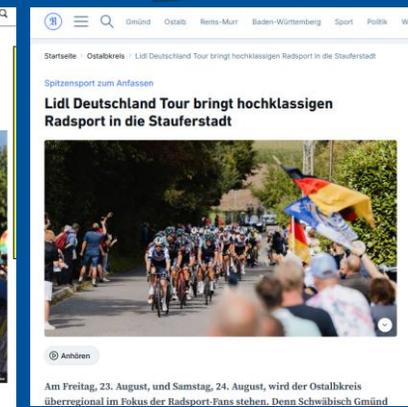
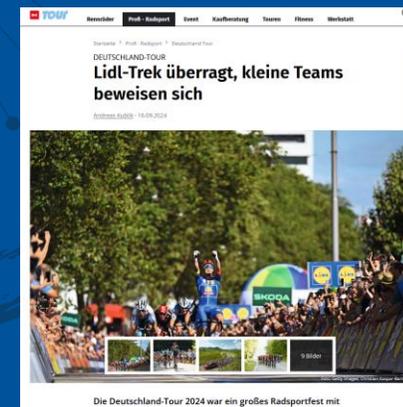
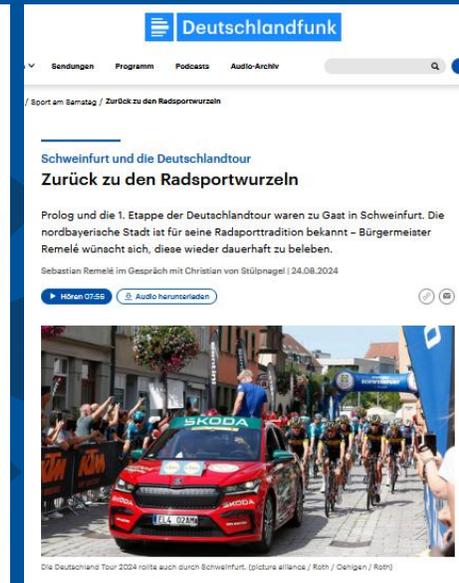
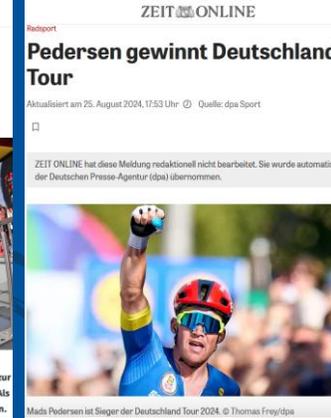
(+/- 1 Woche)

~100,000,000 Reichweite

Online Medien

3000+ Erwähnungen in deutschen Online-

Medien (t-online.de, bild.de, faz, Zeit-Online, Süddeutsche u.v.m.)



DER MEDIALE WERT EINES ETAPPENORT AM BEISPIEL DER STADT ERLANGEN (2021)

Die Ergebnisse von "Landau Media" zeigen: In ganz Deutschland sind zum Radrennen in Erlangen insgesamt **878 Meldungen in Print, Radio und TV erschienen**, das entspricht einer Reichweite von **167,4 Millionen Personen**. Rechnet man um, wie viel die Stadt für Werbemittel hätte ausgeben müssen, um ebenso viele Leute zu erreichen, **wären 2,4 Millionen Euro** fällig gewesen. Medienbeobachter nennen das "Anzeigenäquivalenz".

Quelle & Link, Artikel vom 12.11.2021
<https://www.nordbayern.de/sport/die-bilanz-das-kostet-die-deutschland-tour-in-erlangen-1.11525901>





ZIEL 2024 - PROLOG | SCHWEINFURT

LIDL

SCHWEINFURT
Zukunft findet Stadt

SKODA

T+TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

T+TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

T+TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853

GROUP-F | RENTAL | 0800/99 0 99

DIE STADT WIRD ZUM STADION

SKODA

LIDL LIDL

↑ P 3
Marienbach
Museum Geo



25 50

TOP STRUKTUREN FÜR EINEN SCHNELLEN AUFBAU



Zielgerade



TV-Compound



Siegerehrungspodium



VIP-Bereich



TOP STRUKTUREN FÜR EINEN SCHNELLEN AUFBAU



Einschreibungsbühne



Startbogen



Team Area



VIP-Bereich



ATTRAKTIVE ZIELRUNDEN

10-15 km
Bis zu 30 Minuten Live im TV
Zuschauer sehen die Profis mehrmals in
der Innenstadt



DIE LIDL DEUTSCHLAND TOUR IN SCHWÄBISCH HALL



DER ETAPPENORT IM FOKUS



TV-BILDER // TOURISMUS UND STANDORTMARKETING

Die Bilder von Etappenort & Land im nationalen wie internationalen TV – eine sehr authentische und reichweitenstarke Bewerbung Ihrer **Region** mit einer **europaweiten** Reichweite von **15,5 Millionen Zuschauern**.



2. Etappe der Deutschland Tour
Mads Pedersen triumphiert in Schwäbisch Gmünd
Ex-Weltmeister Mads Pedersen ist seiner Favoritenrolle auf der zweiten Etappe der Deutschland Tour gerecht geworden. | mehr

MEDIALER FOKUS

Bundesland und Städte werden in jeder Berichterstattung über die Tour erwähnt – die Lidl Deutschland Tour wurde z.B. in der deutschen Presse genauso oft erwähnt wie die Tour de France – die Etappenstädte mehr als **5.000 Mal in deutschen Printmedien**.



RADSPORTFESTIVAL FÜR ALLE

Viele Radsportfans reisen extra an, um live vor Ort die Profis hautnah zu erleben. Die Etappenorte profitieren von zusätzlichen touristischen Zuströmen. Allein durch die Teams und Organisation werden bis zu **400 - 500 Hotelübernachtungen pro Tag generiert**.



DIE STADT SCHWÄBISCH HALL WIRD ETAPPENORT DER LIDL DEUTSCHLAND TOUR

Ziel der 1. Etappe // Donnerstag, den 20.08.2026

- Das wichtigste & größte deutsche Radsport-Ereignis mit internationalen Stars und Talenten
- TV-Live-Übertragung in ARD / ZDF
- Elite Zielankunft in der Innenstadt (bestmöglich)
- Innerstädtische Zielrunden mit Live TV-Übertragung (bestmöglich)
- Kommunikation als Etappenort im Jahresverlauf

- Radsportfestival für Alle mit vielen Side Events
- Mini Tour, Ride Tour, Expo Tour
- Gerne in Kombination mit einem Start am nächsten Tag
 - Dadurch Hotelübernachtungen in Stadt und Region mit bis zu 400 Übernachtungen möglich

Lizenzsumme: 130.000 € (zzgl. MwSt.) + Übernahme des Pflichtenhefts



DIE STADT SCHWÄBISCH HALL WIRD ETAPPENORT DER LIDL DEUTSCHLAND TOUR

Start der 2. Etappe // Freitag, 21. August 2026

- Das wichtigste & größte deutsche Radsport-Ereignis mit internationalen Stars und Talenten
- Einbindung in die Jahres-Kommunikation // Offizieller Etappenort
- Einschreibung der Fahrer auf großer Bühne
- Gelöste Stimmung am Start und Sportler hautnah erleben
- Mediale Aufmerksamkeit – auch durch TV-Bilder in späterer Live-Übertragung
- Hotelübernachtungen in Stadt und Region mit bis zu 400 Übernachtungen möglich

Lizenzsumme: 50.000 € (zzgl. MwSt.) + Übernahme des Pflichtenhefts



REFINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Eigene Sponsoren der Etappenorte

- Die Etappenorte haben die Möglichkeiten eigene Sponsoren anzuwerben
- A.S.O. Germany gibt feste Rechtepakete vor
- Etappenort kann Rechtepakete eigenständig vermarkten
- Etappenort Sponsoren erhalten eigene Sichtbarkeiten und können als Teil des Events innerhalb der Stadt präsentiert werden

Förderungsmöglichkeiten

- A.S.O. Germany unterstützt bei der Akquise von Fördermöglichkeiten aus Landes- oder Bundeshilfen





KONTAKT

Head of Lidl Deutschland Tour

Maren Hopf

mhopf@aso-germany.de

Host City Managerin

Carolin Erbuth

cerbuth@aso-germany.de

A.S.O. GERMANY

