

Marketing / PR

Lidl Schweiz geht unter die Bernhardiner-Hunde

Lidl Schweiz ist eine Partnerschaft mit dem Themenpark Barryland in Martigny eingegangen.

Ab 2025 wird der Detailhändler offizieller Sponsor des Event-Orts, der ganz den legendären Bernhardiner-Hunden gewidmet ist. Die Zusammenarbeit läuft bis 2028, wie aus einer Mitteilung vom Freitag hervorgeht.

Im Rahmen des Sponsorings werde Lidl Schweiz im Park prominent vertreten sein. Besonders im Fokus steht die hauseigene Marke «Qualité Suisse», die in der «Themenwelt Barry Star» durch einen eigenen Werbespot präsentiert werde, wie der Billigdiscounter weiter schreibt.

Barryland hatte im Juni nach zweijähriger Bauzeit seine Wiedereröffnung gefeiert. Der Park bietet verschiedene Parcours durch Geschichte und Mythen der Bernhardiner.

«Diese Partnerschaft untermauert die neue Verbindung des Bernhardiners mit Lidl Schweiz – und in den kommenden Monaten werden wir dazu noch mehr verraten», wird Nicolas Cadonau, Leiter Sponsoring bei Lidl Schweiz, zitiert.



Mit dem Sponsoring der legendären Rettungshunden verschafft sich Lidl einen Touch Swissness... (Bild: zVg)