

Sponsoring Extra
8702 Zollikon
043 277 94 22
<https://www.sponsoringextra.ch/de>

Genre de média: Imprimé
Type de média: Médias professionnels
Tirage: 2'400
Parution: mensuel



Page:
12,13,14,15,16,17,18,19,20
Surface: 48'944 mm²

Ordre: 1090149
N° de thème: 561002
Référence:
6f7885d2-737a-4e12-bb2e-295d6003567b
Coupure Page: 11/12

Lidl Schweiz: Starker Partner des Themenparks Barryland

Lidl Schweiz kündigt eine Partnerschaft mit Barryland in Martigny an und wird 2025 neuer starker Partner (neben Cornèrcard und Rouvinez) des Themenparks. Die vierjährige Zusammenarbeit bietet Lidl Schweiz eine prominente Logopräsenz im Park. Der Bernhardiner soll für den Detailhändler bald eine noch grössere Rolle spielen, wie Lidl Ende August mitteilte. Die Partnerschaft verbinde zwei Schweizer Unternehmen, die sich der «Tradition und den Werten der Region verpflichtet fühlen».

Erst im Juni 2025 feierte Barryland nach zweijähriger Bauzeit Wiedereröffnung. In fünf interaktiven Themenwelten bietet der Park nun ein einzigartiges Erlebnis rund um die Geschichte und die Mythen der Bernhardiner. «Die Partnerschaft mit Lidl Schweiz, einem publikumsnahen Schwergewicht im Detailhandel, erfüllt uns mit Stolz und eröffnet neue Möglichkeiten, die Faszination des Bernhardiners einem breiten Publikum näherzubringen», so Alexandra Burgdorf, Leiterin Kommunikation & Fundraising von Fondation Barry.

Im Rahmen des Sponsorings wird Lidl Schweiz mit einer prominenten Präsenz im Barryland vertreten sein. Auch die neu lancierte Marke «Qualité Suisse» von Lidl Schweiz werde in der Themenwelt «Barry Star» eine wichtige Rolle spielen und mit einem eigenen Werbespot für die Vielfalt und Qualität Schweizer Produkte werben, wie es weiter heisst.

Nicolas Cadonau, Abteilungsleiter Sponsoring bei Lidl Schweiz, betont die besondere Bedeutung dieser Kooperation: «Mit Barryland verbindet uns weit mehr als nur ein Logo im Park. Diese Partnerschaft untermauert die neue Verbindung des Bernhardiners mit Lidl Schweiz – und in den kommenden Monaten werden wir dazu noch mehr verraten.»

Die enge Zusammenarbeit zwischen Lidl Schweiz und Barryland symbolisiert die Wertschätzung für Schweizer Werte, Tradition und Qualität. Beide Unternehmen sehen in dieser Partnerschaft eine einzigartige Chance, die Geschichte der Bernhar-

diner zu ehren und gleichzeitig ein unvergessliches Erlebnis für die ganze Familie zu schaffen.