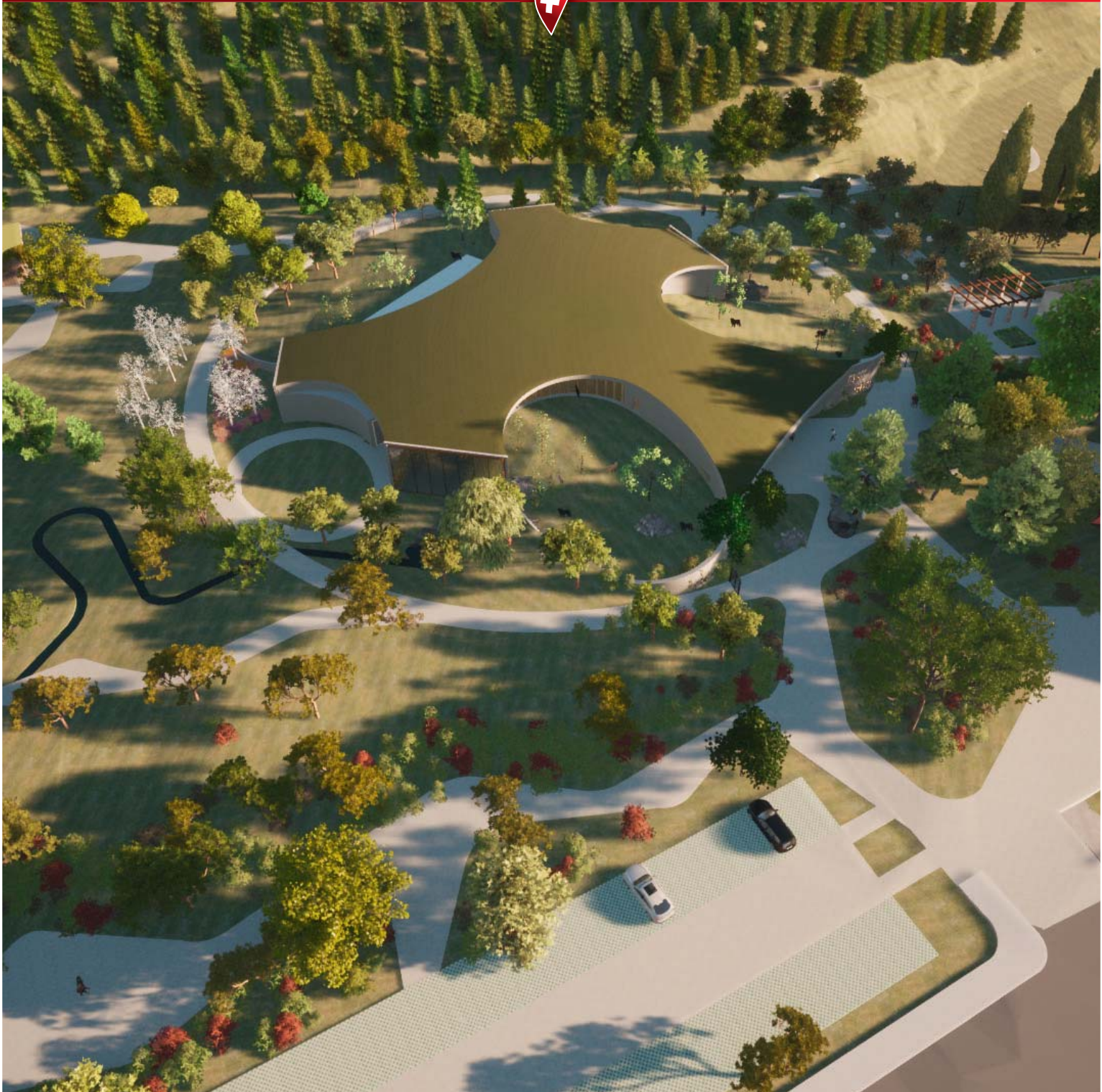


Die Tradition lebt weiter

Themenpark Barryland

Neues Schaufenster für ein Schweizer Kultursymbol



*„Ein Traum wird Wirklichkeit...
Besuchen Sie uns 2025,
um im Themenpark Barryland
in die Welt der Bernhardiner
einzutauchen“*

Inhalt

Fondation Barry du Grand-St-Bernard

- Die Institution ist gemäss dem Schweizerischen Zivilgesetzbuch als gemeinnützig anerkannt
- Mission: Sicherung des Fortbestands der ursprünglichen Rasse des Bernhardinerhundes

Herkunft und Tradition

- Die Legende und das Erbe von Barry sind auch heute noch sehr lebendig

Projekt des neuen Themenparks

- „Barryland“ ist ein Projekt der Fondation Barry
- Hundeglück auf 20 000 m²

Bau eines weltweit einzigartigen Parks

- Gebäude in Form eines Hundepfotenabdrucks
- Immersiver Rundgang mit emotionalen Inhalten

Die Erlebniswelten des Parks

- Fünf verschiedene Erlebniswelten
- Grosszügige Aussenanlagen
- Indoor- und Outdoor-Aktivitäten

Eckdaten

- Stiftung und Projekt

Finanzierung des Parks

- Budget von CHF 24 Millionen.



Blick in den Park aus dem neuen Restaurant



Besucherempfang



Souvenirshop

Fondation Barry du Grand-St-Bernard

Die Fondation Barry wurde im Januar 2005 gegründet und übernahm die Zuchtstätte und die Zucht der berühmten Bernhardinerhunde des gleichnamigen Passes von der Kongregation der Chorherren des Grossen Sankt-Bernhard im Herzen der Alpen.

Die gemeinnützige Organisation aus Martigny im Wallis setzt sich dafür ein, die mehr als 300 Jahre alte Zucht am ursprünglichen Herkunftsort der Bernhardiner dauerhaft zu erhalten. Im Rahmen ihres Stiftungsauftrags besteht ihr Hauptziel darin, den Hunden ein gesundes und artgerechtes Leben zu ermöglichen. Sie versteht sich als beispielhafte kynologische Stätte, die das Tier und seine Bedürfnisse respektiert. Die Fondation Barry ist das Kompetenzzentrum für Bernhardinerhunde in Bezug auf die Zucht sowie für tiergestützte Interventionen im sozialen Bereich. Für die vorbildliche Führung ihrer Zucht wurde ihr das Gütesiegel Certodog verliehen.

Ein weiterer Auftrag der Stiftung besteht darin, möglichst vielen Menschen Freude zu bereiten und ihnen eine Zusammenkunft mit den mythischen Bernhardinerhunden zu ermöglichen. So trägt sie aktiv dazu bei, die Bindung zwischen Mensch und Hund zu stärken.

Organisatorisches

Die Fondation Barry erhält als gemeinnützige Stiftung keinerlei staatliche Subventionen und ist für die Finanzierung der Zucht, die Gewährleistung des Wohlbefindens der Hunde und ihre Aktivitäten im sozialen Bereich auf private Spenderinnen und Spender angewiesen. Unter der Leitung von Präsident Jean-Maurice Tornay sind rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter täglich für die Stiftung im Einsatz. Ein Team von Tierpflegerinnen und Tierpflegern sorgt für Entwicklung, Sozialisierung und optimale Ausbildung der Hunde und garantiert die artgerechte Haltung und professionelle Pflege der Bernhardiner.

Herkunft und Tradition

Die Existenz der Bernhardinerhunde im Hospiz des Grossen Sankt-Bernhard ist bereits seit dem Jahr 1695 dokumentiert.

Die Hunde wurden schon bald als Begleithunde und besonders als Rettungshunde für im Schnee und Nebel verirrte Reisende eingesetzt. Barry I lebte von 1800 bis 1812 im Hospiz. Er ist zweifellos der berühmteste aller Rettungshunde. Er allein soll über 40 Menschen das Leben gerettet haben. Seine Geschichte wurde weltberühmt und ist von zahlreichen Legenden umrankt. Der hervorragende Ruf der Bernhardinerhunde ist grösstenteils ihm zu verdanken.

Die heutige Rasse entstand in wenigen Generationen durch die systematische Zucht nach einem festgelegten Idealtyp. Barry und seine Nachkommen sind zu einem berühmten Wahrzeichen der Schweiz geworden – ein Kulturgut, das die traditionellen Werte Solidarität, Stabilität und Sicherheit repräsentiert.

Die Legende und das Erbe von Barry sind auch heute noch sehr lebendig. So wurde der Name der Stiftung zu Ehren des berühmten Rettungshundes Barry gewählt. Zu seinem Andenken wird ausserdem dieser Name in der Zucht traditionell dem schönsten Rüden im Rudel verliehen.

Projekt des neuen Themenparks

Um der Öffentlichkeit die Welt von Barry auf pädagogische und spielerische Weise in einem neuen, erweiterten und modernen Raum näher zu bringen, hat die Fondation Barry das Projekt Themenpark Barryland ins Leben gerufen.

Das heutige Museum hat aufgrund seiner Enge wenig Raum für neue Attraktionen und die steigenden Besucherzahlen, wobei auch stets das Wohlbefinden der Hunde gewährleistet werden muss. In dem neuen Themenpark mit einer Fläche von 20 000 m² können die Besucher ihrem vierbeinigen Freund begegnen und alles über ihn erfahren: von

den Mythen und Legenden, die sich rund um die 300-jährige Geschichte des Vierbeiners ranken, bis hin zu seinen charakterlichen Besonderheiten. Es entstehen ein lebendiges Museum und ein interaktiver, pädagogischer, spielerischer und naturnaher Erlebnisort.

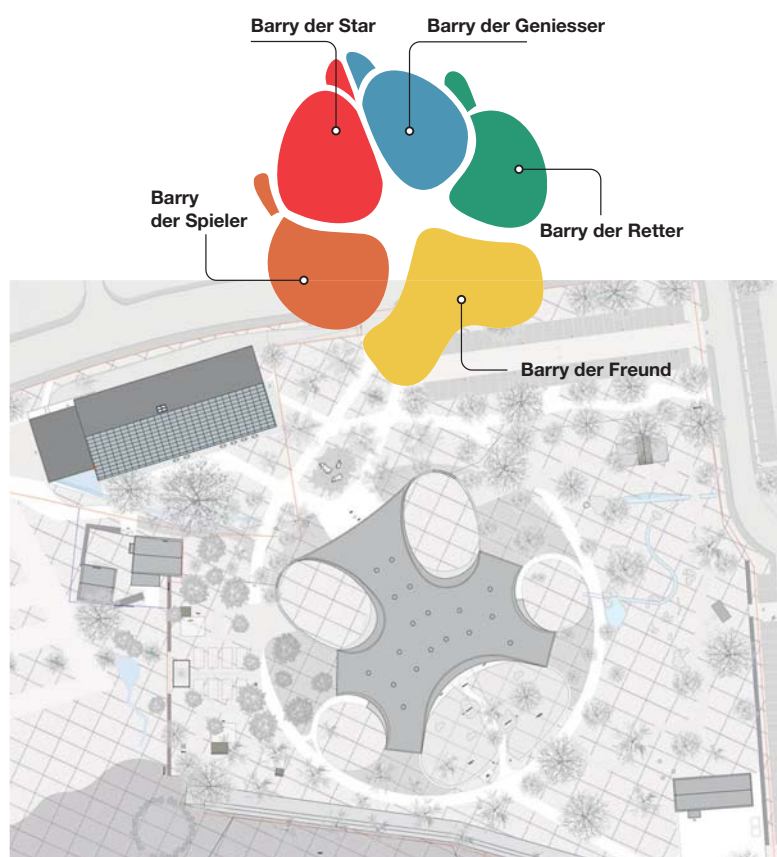
Die Bedürfnisse der Bernhardiner sowie die artgerechten Haltungsbedingungen stehen im Mittelpunkt. Die Hunde werden sich wohlfühlen und genügend Platz haben, um sich frei zu bewegen, gepflegt und trainiert zu werden, aber auch um sich in Ruhe zurückziehen und ausruhen zu können.

Bau eines weltweit einzigartigen Parks

Das Architekturbüro GAME aus Martigny hat den Wettbewerb für den Entwurf dieses neuen, in die Walliser Landschaft eingebetteten Standortes gewonnen. Der einzige Park der Welt, der dem Bernhardinerhund gewidmet ist, ist ein Ort der Begegnung mit dem Botschafter des kulturellen und historischen Erbes der Schweiz.

Das Gebäude ist in Form eines Hundepfotenabdrucks konzipiert. Der Bernhardinerhund wird in fünf Erlebniswelten zu entdecken sein, die seine wichtigsten Charaktereigenschaften repräsentieren: Retter - Freund - Star - Geniesser - Spieler. Diese Charaktereigenschaften werden den Besucher während seines gesamten Rundgangs begleiten und ihm ein neuartiges und unvergessliches Erlebnis beschern.

Der Aussenbereich rund um das Museum erweitert die Erlebnismöglichkeiten. Rund um das Hauptgebäude entsteht eine authentische Landschaft mit Kleintiergehegen und vielen Aktivitäten für Kinder.



DIE ERLEBNISWELTEN

Barry der Retter
Barry der Freund
Barry der Star
Barry der Geniesser
Barry der Spieler

DIE AUSSENBEREICHE

Die verschiedenen Landschaftsbereiche
Die Tierbereiche
Die Spielbereiche
Die Kleintiergehege
Der Food-Truck-Bereich
Les Jardins de Brigitte



Die Erlebniswelten des Parks

Um den Besuchern die Bernhardiner auf moderne und interaktive Weise näherzubringen, bietet der neue Themenpark Barryland einen immersiven Rundgang mit emotionalen, spielerischen und lehrreichen Inhalten. Die Weltikone der alpinen Rettung findet hier ein Schaufenster der Extraklasse, das ihrem Ruf gerecht wird.



Beim Betreten des Gebäudes lernt der Besucher zunächst die Fondation Barry sowie deren Aufgaben und Tätigkeiten kennen. Im Herzen des Gebäudes befindet sich die Treppe, die den Aufstieg zum Hospiz auf dem Grossen Sankt-Bernhard-Pass symbolisiert.

Barry der Retter

In diesem Abschnitt geht es um die Entstehung des Mythos von Barry. Das bestehende klassische Diorama wird mithilfe einer hochauflösenden Curved-Leinwand neu interpretiert.

Zu Beginn des Rundgangs wird dem Besucher die Geschichte der Zucht an ihrem Ursprungsort, dem Hospiz auf dem Grossen Sankt-Bernhard-Pass, nähergebracht. Zahlreiche Objekte mit historischem Wert werden dynamisch und teils interaktiv präsentiert.

Barry der Freund

Hier wird Barry in seiner neuen Rolle als Sozial- und Therapiebegleithund vorgestellt. Für die Ausbildung der Sozialhundeteams steht ein Raum zur Verfügung. Dort werden auch spezielle Aktivitäten für Kinder angeboten, beispielsweise Sensibilisierungen für das angemessene Verhalten in Gegenwart von Hunden.

Barry der Star

Im Laufe der Jahrhunderte entstanden unzählige Darstellungen, wie Gravuren, Postkarten, Briefmarken, Werbeanzeigen und Filme, die massgeblich dazu beigetragen haben, Barry als Schweizer Kultursymbol in unserem Land, aber auch ausserhalb unserer Grenzen bekannt zu machen. Sie werden hier auf ansprechende Weise präsentiert.



Besucher lernen die physischen, biologischen und sozialen Merkmale der Bernhardinerasse kennen. Den Besuchern wird ein einzigartiges multisensorisches Erlebnis geboten, das zugleich überraschend und unterhaltsam ist. Dabei können sie sich für einen Moment in einen Bernhardinerhund hineinversetzen, um ihn besser verstehen zu können und nachzuempfinden, wie er seine Sinne benutzt.

Barry der Geniesser

Im Obergeschoss lernen die Besucher die Bernhardiner in ihrem Alltag, in ihren Boxen und in den Behandlungs- und Physiotherapieräumen kennen. Hier sieht man aus nächster Nähe, wie die Hunde leben, gepflegt, betreut und trainiert werden. Die

Barry der Spieler

Die vier Aussenbereiche bieten den Hunden vielfältige Aktivitäts- und Spielmöglichkeiten sowie Ruhe- und Rückzugszonen.



Die Fondation Barry

Bernhardiner: 300 Jahre alte Zucht

Rund 30 Hunde leben in der Stiftung

Über 60 000 Spender

Über 80 000 Besucher im Jahr 2023

Mitarbeiterzahl: 60

Stiftungsrat: 10 Mitglieder

Stiftungskapital: CHF 13 Millionen

Jahresbudget: CHF 8 Millionen

Themenpark Barryland in Zahlen

Eine Fläche von 20 000m²

Fünf Erlebniswelten

Budget von CHF 24 Millionen

Ziel: 150 000 Besucher pro Jahr

Eckdaten

2005	Gründung der Fondation Barry und Übernahme der Bernhardinerzucht von der Kongregation der Chorherren vom Hospiz auf dem Grossen Sankt-Bernhard-Pass
2006	Gründung des Museums „Musée et Chiens du Saint-Bernard“
2007	Beginn der sozialen Einsätze mit den Bernhardinern
2015	Übernahme des Museums „Musée et Chiens du Saint-Bernard“ und Namensänderung in Barryland
2018	Aufnahme des Bernhardinerhundes in die UNESCO-Liste des immateriellen Kulturerbes
2019	Projektstart Themenpark Barryland
2020	Architekturwettbewerb
2023	Baubeginn, Baubewilligung
Sommer 2025	Eröffnung

Finanzierung

Die Baukosten für das neue Barryland belaufen sich auf rund 24 Millionen Schweizer Franken. Unter Berücksichtigung der Eigenmittel sowie der Finanzierung durch die Loterie Romande, den Kanton und die Gemeinden wie auch der Beiträge von Sponsoren und privaten Gönnern sucht die Stiftung für die Realisierung des Projektes Themenpark Barryland noch 5,6 Millionen Schweizer Franken.

Der Hauptsponsor ist Cornèrcard. Die Zusammenarbeit läuft über 10 Jahre und entspricht perfekt der Strategie der Cornèr Group, unvergessliche Erlebnisse zu schaffen sowie eine umfassende Palette von Finanzprodukten und -dienstleistungen und innovative Technologien im Bereich Bezahlkarten anzubieten, um allen Anforderungen ihrer Kunden gerecht zu werden, mit denen sie langfristige, auf gegenseitigem Vertrauen basierende Beziehungen knüpfen will.

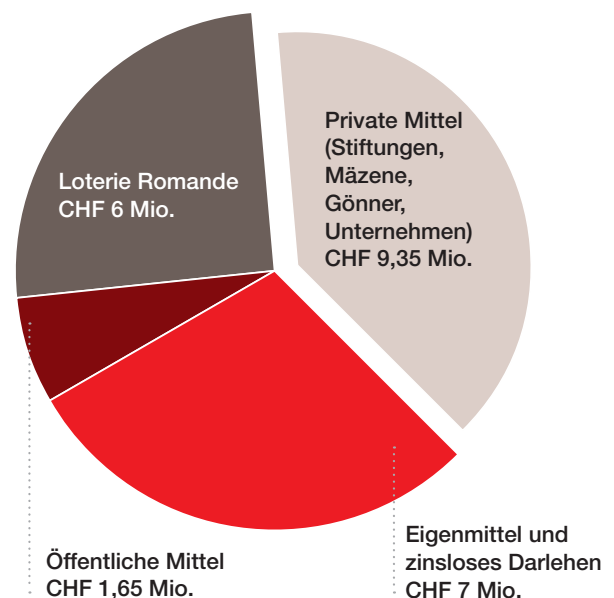
Über Cornèr Group

Die Cornèr Group ist eine private und unabhängige Schweizer Bankengruppe, die die klassischen Dienstleistungen einer Universalbank anbietet. Sie wurde 1952 in Lugano gegründet, dem drittgrössten Schweizer Finanzplatz nach Zürich und Genf. Die Produkte und Dienstleistungen decken die gesamte Palette des traditionellen Bankgeschäfts ab.

cornèrcard

Private Banking, Kreditfinanzierung, die Kredit- und Prepaidkarten Visa, Mastercard und Diners Club (Cornèrcard) sowie Online-Trading (Cornèr-trader) sind die Geschäftsbereiche, in denen die Gruppe besonders etabliert ist. Auf diesen Säulen beruht auch die weitere Entwicklung der Bank. Die Cornèr Group besteht aus der Muttergesellschaft Cornèr Bank SA in Lugano, den vier Zweigniederlassungen in Chiasso, Genf, Locarno und Zürich sowie den Tochtergesellschaften Cornèr Bank (Overseas) Limited, Cornèr Europe AG und Finpromotion. Informationen über cornergroup.ch.

Finanzierungsquellen



Auswahl von Bildmaterial



Bei Veröffentlichung muss das Copyright für die Bilder angegeben werden (Name des Fotografen in der Datei). Eine grosse Auswahl an Bildmaterial finden Sie auf unserer Website im Bereich „Mediacorner“ unter <https://fondation-barry.ch/de/mediacorner>

Logos



Kontakt Fondation Barry

Anschrift

Fondation Barry
du Grand-St-Bernard
Rue du Levant 34
CH-1920 Martigny
+41 (0)58 317 77 00
info@fondation-barry.ch
www.fondation-barry.ch

Medienkontakt

Andrea Zollinger, Projektleiterin Unternehmenskommunikation
+41 (0)58 317 77 25
Marilyne Emery, Projektleiterin Kommunikation/Marketing
+41 (0)58 317 77 27
media@fondation-barry.ch