

SAJTÓKÖZLEMÉNY

HÍREK | PARKSIDE | „Sikerülni fog!”

Közös erő: Arnold Schwarzenegger és Ralf Moeller együtt szerepel a PARKSIDE új kampányában



Hollywood és a barkácsolás találkozása: a PARKSIDE barkácsmárka új kampányában Arnold Schwarzenegger és Ralf Moeller először szerepelnek együtt. Kiállva az otthoni barkácsolás mellett, egy adag humorral friss lendületet hoznak a barkácsvilágba. A cél, hogy tapasztalt hobbi és lelkes kezdő barkácsolókat ösztönözzenek arra, hogy saját kezükbe vegyék projektjeiket.

Budapest, 2025. augusztus 28. – Arnold Schwarzenegger és a PARKSIDE egy tökéletes páros. A hollywoodi sztár és a barkácsmárka azonban most új szintre emeli az együttműködését a „YOU GOT THIS”, azaz a „Sikerülni fog!” kampány következő szakaszával. Ezúttal pedig a színész Ralf Moeller is csatlakozik Schwarzeneggerhez, hogy egy humoros reklámfilmben együtt keltsék életre a PARKSIDE szellemiségét.

→ A reklámfilm [itt](#) tekinthető meg.

„Terminátorból motivátor: a PARKSIDE-dal való együttműködés nekem lett kitalálva. Nincs olyan, hogy túl bonyolult barkácsprojekt vagy túl nagy kihívás – csak akaratra van szükség és arra, hogy higgy önmagadban” – mondja Arnold Schwarzenegger.

Most azonban Schwarzenegger nem egyedül testesíti meg az igazi „csináld magad” mentalitást –, a barkácsolás iránti lelkesedésével és szimpatikus megjelenésével Moeller is meggyőző, ha otthoni alkotásról van szó. Régi barátság és közös értékrend köti őket össze, ami tökéletesen illik a praktikus PARKSIDE márkához. A kampány központi üzenete, hogy a PARKSIDE mindenki számára lehetővé teszi, hogy saját műhelyt varázsoljon az otthonába, függetlenül a tapasztalattól vagy a költségvetéstől. A márka célja, hogy bátorítsa az embereket barkácsprojektjeik megvalósítására, legyenek azok kisebbek vagy akár komolyabbak. Nem a tökéletes végeredmény a lényeg, hanem hogy meglegyen a támogatás és a megfelelő szerszámok.

„A barkácsolás tényleg fantasztikus dolog. Saját kézzel létrehozni valamit, és a végén látni a kész végeredményt – ehhez az érzéshez semmi sem fogható. Egy pillanatig sem kellett gondolkodnom, hogy a PARKSIDE kampánya mellé álljak, különösen azért, mert mindig is lelkesedtem a saját kézzel megvalósított dolgokért” – mondja Ralf Moeller.

Martin Alles, a Lidl International márkáért felelős Igazgatósági tagja kiemelte: *„Európa egyik legkeresettebb barkácsmárkájaként a PARKSIDE túlmutat a nagy teljesítményű szerszámokon. Megtestesíti azt a bátorságot is, amivel saját magunk birkózunk meg a feladatokkal. Új kampányunk Arnolddal Schwarzeneggerrel és Ralf Moellerrel is azt erősíti, hogy mennyi minden lehetséges, ha hiszel magadban. Mindketten a PARKSIDE szellemiségét testesítik meg – az elszántságot, a lendületet és azt a meggyőződést, hogy mindenki képes megvalósítani a saját elképzeléseit.”*

A Lidl áruházakban kapható PARKSIDE márka új kampánya 2025. szeptember 2-án indul, széleskörű médiamegjelenéssel. Többek között kültéri és digitális hirdetések, széleskörű közösségi média aktivitások és televíziós reklámok várhatók.

További tippek és kreatív ötletek a www.parkside-diy.com/hu oldalon találhatóak.

Kontakt:

Tózsér Judit

+36-20-776-0017

sajto@lidl.hu

A PARKSIDE-ről:

A PARKSIDE márka - amely a Lidl és Kaufland áruházakban kapható - olyan barkácstermékeket kínál, amelyek segítségével bárki önállóan és pillanatok alatt megoldhatja a kerti, otthoni és a műhelymunkákat. A PARKSIDE Performance termékcsalád a rendkívül ambiciózus, haladó barkácsolóknak szól. Az X20V akkumulátorsorozattal több mint 100 műhely- és kerti szerszámot kínálnak a vásárlóknak, amelyek mindegyike egyetlen kompatibilis akkumulátorral működtethető. Függetlenül attól, hogy Ön profi vagy kezdő: a magas minőséggel, a verhetetlen ár-érték aránnyal, a széles választékkal és természetesen a vonzó dizájnnal a PARKSIDE már sokakat meg tudott győzni. Tudjon meg többet a következő weboldalon: www.parkside-diy.com/hu

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer-kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak, így a kereskedelmi toplista alapján ötödik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves

forgalom alapján. A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.