

Kolektivní síla: PARKSIDE spojuje Arnolda Schwarzeneggera a Ralfa Moellera v nové DIY kampani

29.8.2025 - | Kaufland

Arnold Schwarzenegger a PARKSIDE - to je dokonalá souhra. Hollywoodská hvězda a značka pro kutily znovu rozehrávají své partnerství a další kolo kampaně „ZVLÁDNETE TO“. Novou posilou je herec Ralf Moeller, který společně se Schwarzeneggerem v novém zábavném spotu přivádí k životu ducha kutilství značky PARKSIDE.

*„Od Terminátora k motivátorovi: partnerství s PARKSIDE je pro mě jako stvořené. Žádný DIY projekt není příliš složitý, žádná výzva není příliš velká – stačí chtít a věřit si,“ říká **Arnold Schwarzenegger**.*

Nejen Schwarzenegger ztělesňuje skutečně praktický přístup, stejně tak Moeller přesvědčuje svými kutilskými schopnostmi, nadšením pro DIY a sympatickým vystupováním. Oba spojuje dlouholeté přátelství a sdílené hodnoty, které dokonale odpovídají praktickému charakteru značky PARKSIDE. Hlavním poselstvím kampaně je, že **PARKSIDE umožňuje každému, aby si doma vytvořil vlastní dílnu bez ohledu na zkušenosti nebo rozpočet**. Cílem značky je povzbudit lidi, aby se pustili do velkých i malých kutilských projektů. Nejde ani tak o dokonalost jako spíše o to mít správnou podporu a správné nářadí.

*„Kutilství je opravdu skvělá věc. Vytvořit něco vlastníma rukama a na konci vidět hotový výsledek – tomu pocitu se nic nevyrovná. O podpoře kampaně PARKSIDE jsem se nemusel dvakrát rozmýšlet – zejména proto, že jsem byl vždy nadšen pro řemeslná témata,“ říká **Ralf Moeller**.*

Michael Lüttgen, vedení Zákaznického oddělení Kaufland International říká: „PARKSIDE je silná značka, která díky této kampani ještě více zesílí. V Kauflandu máme možnost dovedně prezentovat PARKSIDE a aktivně se podílet na dalším rozvoji značky. Na tento projekt jsme také zvláště hrdí díky spolupráci s kolegy z Lidlu. Společně jsme jako tým vytvořili něco, co inspiruje zákazníky i zaměstnance.“

Novou kampaň značky PARKSIDE, která bude probíhat napříč všemi komunikačními kanály, zahájí Kaufland a Lidl 1. září 2025 a bude mít široký mediální dosah. Mimo jiné se plánuje OOH i digitální OOH prezentace kampaně či rozsáhlé aktivity v sociálních médiích a televizní reklama.

<https://spolecnost.kaufland.cz/pro-novinare/newsroom/2025/srpen/kolektivni-sila-parkside-spojuje-arnolda-schwarzeneggera-a-ralfa-moellera-v-nove-diy-kampani>