

adidas startet Fußball-Filmprojekt „Dream Big“

Herzogenaurach, 22. April 2008 – adidas startet heute in Deutschland die Fußballkampagne für 2008. „Dream Big“ ist ein Filmprojekt, in dem die größten Stars der Welt die kleinsten Teams der Welt treffen. Das Konzept setzt die adidas Tradition fort, Spitzensportler neben ganz normalen Menschen zu zeigen, die sie inspirieren und befähigen, ihr „unmögliches“ Ziel zu erreichen - entsprechend dem Motto „Impossible is Nothing“.

Der integrierte Kommunikationsmix umfasst TV-, digitale, mobile, Print- und Retailkomponenten, die Konsumenten auf das Herzstück der Kampagne hinweisen sollen – eine zwölfteilige Web-Serie auf www.adidas.com/football. Starttermin für den TV-Spot in Deutschland ist der 26. April 2008. Die Filme laufen in Asien, Europa, Afrika und den USA und werden den ganzen Sommer hindurch, und damit auch im Rahmen der UEFA EURO 2008™, zu sehen sein.

Als Offizieller Sponsor der UEFA EURO 2008™ stellt adidas den Offiziellen Ball des Turniers sowie die Ausrüstung der Funktionäre, Schiedsrichter, Freiwilligen und Balljungen. Zudem rüstet der Sportartikelhersteller fünf Nationalmannschaften aus: Deutschland, Frankreich, Spanien, Rumänien und den amtierenden Fußball-Europameister Griechenland. Mit der UEFA EURO 2008™ plant adidas, die Marktführerschaft im Fußball sowohl in den Gastgeberländern als auch weltweit auszubauen.

Anstatt sich aber im Jahr der UEFA EURO 2008™ nur auf die großen Fußballteams zu konzentrieren, richtet adidas die Aufmerksamkeit bei „Dream Big“ auch auf die weniger bekannten Mannschaften. Top-Fußballspieler wie Kaká, Lionel Messi, Steven Gerrard, David Beckham, Michael Ballack, Philipp Lahm und Lukas Podolski wurden nach Andorra, San Marino und auf die Scilly-Inseln geschickt, um die Teams vor Ort zu trainieren.

Ein paar Jungen und Mädchen wurden von der adidas Werbeagentur 180 ausgewählt, ohne von der Mitwirkung der Fußballstars zu wissen – ihnen war nur bekannt, dass sie an einer Fußballdokumentation teilnehmen sollten. Das Überraschungselement während der Dreharbeiten sorgte für außergewöhnlich bewegende, nicht gestellte Momente zwischen den Spielern und den Kindern.

Bernd Wahler, Chief Marketing Officer adidas Sport Performance, sagt: „Ich liebe diese Kampagne, weil sie alles beinhaltet, was unsere Marke ausmacht. Wir wollen Sportler auf der ganzen Welt inspirieren und unterstützen. Für diese Kinder wurde ein Traum wahr – sie konnten mit einigen der weltbesten Fußballer spielen.“

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Anne Putz
Head of Corporate PR
Tel.: +49 (0) 9132 84-2964

Kirsten Keck
Corporate PR Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-6207

Investor Relations

Natalie M. Knight
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2187

Hendric Junker
Senior Investor Relations Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-4989

John-Paul O'Meara
Senior Investor Relations Manager
Tel.: +49 (0) 9132 84-2751

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.de