

adidas is all in

Start der größten Marketingkampagne in der Geschichte der Marke

Herzogenaurach, 14. März 2011 – Am 16. März 2011 präsentiert adidas seine neueste globale Markenkampagne. Dabei hat das Unternehmen erstmals eine Kampagne für die Submarken adidas Sport Performance, adidas Originals und adidas Sport Style kreiert und gibt damit auf eine bisher einzigartige, vielfältige sowie allumfassende Art und Weise Einblicke in die Marke. Die Kampagne verdeutlicht die ausgeprägte Präsenz von adidas in verschiedenen Sportarten, Kulturen und Lifestyles, wobei sich die Welt des Sports, der Musik und der Mode bunt miteinander vermischt. In ihrer natürlichen, authentischen Umgebung zeigen Markenbotschafter wie die Fußballstars Lionel Messi und David Beckham, NBA-Star Derrick Rose und Popikone Katy Perry sowie das adidas Skateboard-Team und viele weitere, dass man alles gibt, wenn man das tut, was man liebt – egal, worum es sich dabei handelt.

„In den letzten zehn Jahren haben wir die Marke adidas erfolgreich in drei starke Submarken unterteilt: adidas Sport Performance, adidas Originals und adidas Sport Style. Nun sind wir stolz, die Breite und Tiefe der Marke adidas in einer globalen Markenkampagne zeigen zu können“, erklärt Erich Stamminger, Mitglied des Vorstands und verantwortlich für den Bereich Global Brands. „all adidas‘ ist die größte Kampagne, die wir je durchgeführt haben. Das kreative Konzept vereint die Vielfalt der Marke unter einem starken Dach. Egal ob Laufstrecke oder Laufsteg, Stadion oder Straße – wir setzen ein authentisches Statement voller Glaubwürdigkeit, die nur adidas besitzt.“

Die unter Regie von Romain Gavras entstandene Kampagne basiert auf einer 30- und 60-sekündigen Version des TV- und Kinowerbespots sowie einer verlängerten, 2-minütigen Online-Version. Zuschauer und Fans können anschließend online

über soziale Plattformen wie Facebook mit adidas kommunizieren, wo adidas täglich detailliert exklusive Inhalte aus verschiedenen Bereichen der Marke präsentiert – von neuen Produktveröffentlichungen bis hin zu Preisausschreiben für Katy Perry-Konzertkarten und vieles mehr. adidas erreicht über solche Plattformen bereits regelmäßig mehr als 10 Millionen Fans der Marke. Darüber hinaus umfasst die Kampagne ein komplettes Through-the-Line-Angebot, einschließlich Aktivitäten über Mobiltelefone und im Einzelhandel sowie Aktivierungsevents und auch Printwerbung.

Die in Montreal ansässige Agentur Sid Lee entwarf und produzierte die globale Kampagne. Sid Lee wurde Anfang 2008 als globale Werbeagentur für das Lifestyle-Label adidas Originals engagiert und entwickelte bereits 2009 und 2010 die globalen Kampagnen für adidas Originals. 2010 wurde Sid Lee zur globalen Lead-Agentur für die gesamte Marke adidas ernannt.

Die Kampagne „all adidas“ läuft das ganze Jahr 2011 hindurch mit verschiedenen Elementen in unterschiedlichen Bereichen, von Sport über Musik und Lifestyle bis hin zu Mode. Sie wird geteast, bevor sie mit dem Hero-Werbespot am 16. März 2011 offiziell vorgestellt wird.

Die „all adidas“ Kampagne im Internet:

YouTube: www.youtube.com/adidas

Facebook: www.facebook.com/adidas

adidas Website: www.adidas.com

Kontakte:

Media Relations

Jan Runau

Chief Corporate Communication Officer

Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber

Senior Corporate PR Manager

Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Investor Relations

John-Paul O'Meara

Vice President Investor Relations

Tel.: +49 (0) 9132 84-2751

Johannes Fink

Junior Investor Relations Manager

Tel.: +49 (0) 9132-3461