

Zur sofortigen Veröffentlichung

24. Februar 2014

## HomeCourt – adidas präsentiert ein neues Einzelhandelskonzept im weltweit größten adidas Brand Centre in Peking

*Das neue, interaktive adidas Konzept „HomeCourt“ sorgt für eine sportliche Atmosphäre in adidas Shops und schafft einen Ort, an dem sich die Energie des Sports, die Spannung des Wettkampfs und die Begeisterung der Fans spürbar vereinen.*

**Herzogenaurach/Peking** – adidas gab heute nähere Details zum Ausbau seiner eigenen Einzelhandelsaktivitäten bekannt. Das neue globale Retail Konzept [HomeCourt](#) kommt erstmals im größten adidas Store der Welt, dem adidas Brand Centre in Peking, China, zum Einsatz. HomeCourt würdigt die lange und beeindruckende Sporttradition von adidas und bietet Konsumenten ein einzigartiges, interaktives Einkaufserlebnis.



Das neue Konzept wird im Verlauf des Jahres 2014 in weltweit insgesamt 25 Stores umgesetzt.

„Unser neues Einzelhandelskonzept HomeCourt bietet adidas Fans ein bislang völlig einzigartiges Konsumentenerlebnis. Wir haben einen Store geschaffen, in dem unsere Konsumenten das Herz unserer Marke erleben.“, so Michael Stanier, Chief Sales Officer Consumer Direct. „Im adidas Brand Centre in Peking zeigen wir adidas Retail erstmals in einer neuen Dimension. Wir können es kaum erwarten, adidas Fans aus aller Welt in diesem Jahr daran teilhaben zu lassen.“

Das neue adidas HomeCourt Konzept wird vor allem von der **Arena Fassade** geprägt, die für einen sportlichen und unverkennbaren neuen Look sorgt. Wie ein Eingangstor lädt der **Tunneleingang** die Besucher in die Welt des Sports ein und begrüßt sie mit dem Klang jubelnder Fans. Zu den Highlights gehören der **Team Room**, der große Ankleidebereich und Social Space des Stores, in dem die Käufer Produkte an- und ausprobieren und zugleich mit der Marke interagieren können.



Herzstück des adidas HomeCourt Stores ist die weltweit erste **Shoebase im Centrefield**. Sie bildet den zentralen Punkt des Geschäfts, an dem sich die geballte Energie des Spieltags entfaltet.



Die Shoebase bietet außerdem eine Reihe interaktiver Elemente, die für ein rundum einzigartiges Erlebnis im Einzelhandel sorgen. Ein Beispiel ist die Shoe Bar, eine interaktive Theke mit zwei großen Touchscreens. Hier können Kunden adidas Schuhe in 3-D-Darstellungen begutachten und vielfältige Produktdetails erfahren. Die Shoe Bar bietet außerdem eine Schuhsuchfunktion mit Produktempfehlungen sowie zukünftig auch eine Anbindung an den adidas online shop [www.adidas.com](http://www.adidas.com).

„Mit HomeCourt erhalten unsere Konsumenten die Möglichkeit, die Marke adidas in ihrer vollen Dimension und Bandbreite zu erleben“, so Ted Mager, Head of Retail Environment. „Von der Materialauswahl über die Design-Inspirationen bis zu den Tools für unser Storytelling greifen wir den Sport in jedem Store-Element als Thema auf.“

Um die Position als ein weltweit führender Einzelhändler weiter zu stärken, plant adidas eine globale Expansion seiner Einzelhandelsaktivitäten. Im April 2014 eröffnet die Marke neben dem ersten südamerikanischen HomeCourt Store in Rio de Janeiro, Brasilien, auch die ersten europäischen Stores mit Bluewater im englischen Kent und Harrods in London. Im März 2014 wird in Berlin außerdem erstmals in einem Store das neue Einzelhandelskonzept für adidas Originals, „Neighbourhood“, eingeführt. Auch die Präsenz des adidas NEO Labels in Europa wird weiter ausgebaut. Neben weiteren Store-Eröffnungen in Deutschland in diesem Jahr wird es erstmals auch adidas NEO Label Stores in der Tschechischen Republik sowie in Polen geben. Der erste adidas NEO Label Store in Polen eröffnete am 20. Februar in Warschau. Weitere Stores folgen im Jahresverlauf.

**Nähere Informationen zum neuen adidas Einzelhandelskonzept HomeCourt finden Sie in der Feature Story „HomeCourt bringt die Leidenschaft für den Sport in die adidas Shops“ auf [www.adidas-group.com](http://www.adidas-group.com).**

### **Über den Bereich Global Sales der adidas Gruppe**

Die adidas Gruppe operiert in drei Vertriebskanälen: Großhandel, Einzelhandel und eCommerce. Diese Aufteilung ermöglicht es der adidas Gruppe, die vielfältigen Kunden- und Konsumentenansforderungen zu erfüllen, um das Potenzial der Marke optimal auszuschöpfen. Im Verlauf der letzten Jahre hat sich die adidas Gruppe zu einem bedeutenden globalen Einzelhändler mit weltweit mehr als 2.700 eigenen Einzelhandelsgeschäften für adidas und Reebok entwickelt: <http://www.adidas-group.com/en/group/stories/shop-anytime-anywhere/>



## **Über die adidas Gruppe**

Die adidas Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie und unterhält ein sehr umfassendes Portfolio von Schuhen, Bekleidung und Zubehör für Sport und Lifestyle um die Kernmarken adidas, Reebok, TaylorMade, Rockport und Reebok-CCM Hockey. Die Gruppe mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt mehr als 46.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2012 einen Umsatz in Höhe von 14,9 Mrd. €.

## **Kontakt:**

### **Media Relations**

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

Katja Schreiber  
Leiterin Externe Kommunikation  
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Lars Mangels  
Corporate Communication Manager  
Tel.: +49 (0) 9132 84-2680

### **Investor Relations**

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

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

Besuchen Sie uns auch im Internet: [www.adidas-Group.com](http://www.adidas-Group.com).