



Zur sofortigen Veröffentlichung

7. November 2017

adidas baut digitale Präsenz weiter aus und präsentiert die neue adidas App

- **Neue adidas App bietet Konsumenten nahtloses Shopping-Erlebnis, personalisierte Services sowie Sport- und Style-Inspiration**

Herzogenaurach/San Francisco – ‚To you, for you, with you‘ ist das Motto der neuen adidas App, die das Sportartikelunternehmen bei Dreamforce vorstellte, der weltweit größten Software-Konferenz in San Francisco, Kalifornien. Die neue App nutzt Technologien von Salesforce wie Commerce Cloud, Marketing Cloud und Service Cloud und ist über den Apple App Store und Google Play Store in den USA und Großbritannien zum Download verfügbar.

Die adidas App bietet ein auf die jeweiligen Vorlieben und Verhaltensweisen des Konsumenten zugeschnittenes adidas Erlebnis. Sie ermöglicht einen leichten Zugang zum Online-Produktangebot von adidas, personalisierte Produktempfehlungen sowie Inspiration anhand von personalisierten Artikeln, Blog-Posts oder Videos. Darüber hinaus liefert die App neueste Meldungen in Echtzeit über die Sportarten, Athleten und Produkte, die dem Konsumenten am Herzen liegen. Konsumenten können Transaktionen direkt über die App abwickeln und mit Apple Pay und Android Pay bezahlen. Sie können ihren Auftrag verfolgen und mit dem Consumer Service Kontakt aufnehmen. adidas plant, die neue App in der ersten Hälfte 2018 auch in weiteren Ländern einzuführen.

„Mit der adidas App verbessern wir tatsächlich das Konsumentenerlebnis bei adidas und geben diesem noch eine persönliche Note. In wenigen Schritten können Konsumenten nun direkt über die App ihre Bestellung aufgeben und verfolgen, mit der Marke kommunizieren und von einem personalisierten Newsfeed profitieren“, erklärte Joseph Godsey, Head of Digital Brand Commerce bei adidas.

„Die App versteht die Sport- und Style-Vorlieben des Konsumenten und zieht aus dessen Verhalten und Interaktion mit adidas Schlüsse über alle digitalen Berührungspunkte hinweg. Die relevantesten Neuigkeiten, Artikel, Blog-Posts, Videos und Event-Ankündigungen werden gezeigt, um den Konsumenten über die Dinge, die ihn besonders begeistern, auf dem Laufenden zu halten. Die App wird bevorzugte Größen und Farben berücksichtigen und die jeweilige Verfügbarkeit basierend auf dem Land des Konsumenten aufzeigen“, sagte Godsey.

„Die adidas App ist ein tolles Beispiel für die Art von Konsumentenerlebnis, die wir über alle Berührungspunkte schaffen wollen – erstklassig, vernetzt und personalisiert. Mit der neuen App können wir mit unseren Konsumenten in Kontakt treten und eine direkte Beziehung zu ihnen aufbauen, Inspiration für ihren persönlichen Weg mit Sport und Style liefern und gleichzeitig die Produkte und Services bereitstellen, die sie tatsächlich wollen und brauchen, und das wann und wo sie wollen. Als integrierter Teil des digitalen Ökosystems von adidas befähigt uns die App dazu, unser Geschäft weiterzuentwickeln und sicherzustellen, dass eCommerce auch weiterhin unser am schnellsten wachsender Vertriebskanal bleibt“.

Die Neudefinition unserer digitalen Präsenz ist Teil des Bestrebens von adidas, sich noch mehr auf den Konsumenten zu konzentrieren und die digitale Transformation als Teil seiner Geschäftsstrategie ‚Creating the New‘ bis 2020 über die ganze Organisation hinweg zu beschleunigen. Die Webseiten www.adidas.com und www.reebok.com sind bereits heute die weltweit größten und profitabelsten eigenen Point-of-Sale-Kanäle. Bis 2020 rechnet das Unternehmen mit einem Umsatz über die eigenen eCommerce-Plattformen in Höhe von 4 Mrd. € im Vergleich zu noch 1 Mrd. € im Jahr 2016.

Über adidas

adidas ist einer der weltweit führenden Anbieter in der Sportartikelindustrie mit den Kernmarken adidas und Reebok. Das Unternehmen mit Sitz in Herzogenaurach beschäftigt 60.000 Mitarbeiter weltweit und generierte im Jahr 2016 einen Umsatz von 19 Mrd. €.

Medien-/IR-Kontakte:

Media Relations

Jan Runau
Chief Corporate Communication Officer
Tel.: +49 (0) 9132 84-3830

Katja Schreiber
Vice President Corporate Communication
Tel.: +49 (0) 9132 84-3810

Investor Relations

Sebastian Steffen
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-4401

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

Claudia Lange
Director Media Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-2338

Jennifer Gaussmann
Senior Manager Investor Relations
Tel.: +49 (0) 9132 84-74734

Besuchen Sie uns auch im Internet: www.adidas-Group.com. Fotomaterial ist auf Anfrage verfügbar.