



was bedeutet es, ein superstar zu sein?

adidas originals fragt, was es bedeutet, ein superstar im jahr 2015 zu sein.

Geschichte schrieb der adidas Originals Superstar bereits 1969 als einer der ersten Basketball Modelle. Das Wort „Superstar“ war zu diesem Zeitpunkt noch nicht so geläufig. Heute findet der Begriff vermehrt Verwendung und führt hierbei zu verschiedenen Auslegungen. Dieses Jahr stellt sich adidas Originals die Frage, was es bedeutet, ein Superstar zu sein.

Für den Musiker und kreativen Kopf Pharrell Williams liegt die Bedeutung des Wortes auf der Hand: „Es geht nicht um die Anzahl der Views, Likes oder Shares“. „Es geht nicht darum zu versuchen, den nächsten großen Coup zu landen“, sagt Fußballikone David Beckham. Basketball Profi Damien Lillard spielt darauf an, dass es nicht darauf ankommt, dass dein Name ein Trikot oder eine Flagge ziert. „Es bedeutet nicht, in die Fußstapfen eines anderen zu schlüpfen“, sagt die talentierte Künstlerin Rita Ora.

All diese „Superstars“ haben verschiedene kreative, persönliche Entwicklungen gemacht – ihre ursprüngliche Motivation aus der ihre Karriere begann, hat sich aber nicht verändert: Pharrell hatte ein großes Bedürfnis Musik zu schaffen, Beckham wollte einfach Fußballspielen so gut er konnte. Dabei waren sie nicht auf Ruhm bedacht. Ihr Erfolg ist ein Produkt ihrer Hingabe und ihrer harten Arbeit.

Es gibt keine Abkürzung auf dem Weg zum Superstar.

adidas Originals hat mit dem Schweizer Kurzfilm- und Musikvideo-Produzenten Karim Huu Do diesen Film kreiert, um zu erklären was es bedeutet, ein Superstar im Jahr 2015 zu sein:

<http://a.did.as/superstarfilm>

Hintergrund zur Kampagne:

Zum Relaunch des Superstar Sneaker startet adidas Originals eine Kampagne mit der Frage, was es im Jahre 2015 bedeutet, ein Superstar zu sein.

Die Digitalen Medien haben dazu beigetragen Konzepte der Selbstdarstellung, Originalität und Kreativität zu überdenken. Die Kampagne stellt die Notwendigkeit von Starkult und das Verlangen nach Anerkennung in Frage und läuft über das ganze Jahr 2015 hinweg.

Zum Kampagnenstart veröffentlicht adidas Originals einen 90-Sekünder, produziert von dem Schweizer Kurzfilm- und Musikvideo-Produzenten Karim Huu Do, in dem Pharrell Williams, David Beckham, Rita Ora und Damian Lillard enthüllen, wie sie zu dem Thema Superstar stehen. Für den Musiker und kreativen Kopf Pharrell Williams liegt die Bedeutung des Wortes auf der Hand: „Es geht nicht um die Anzahl der Views, Likes oder Shares“. „Es geht nicht darum, auf roten Teppichen zu laufen, Interviews zu geben oder den Fans zuzuwinken“, erklärt Rita Ora.

Begleitet wird der Film von sechs kürzeren Ausführungen, darunter ein 30-Sekünder zum Launch der Supercolor Kollektion von Pharrell.

Gestaltet wurde die weltweite Kampagne von der New Yorker Kreativagentur Johannes Leonardo. Three Sixty Communications aus London hat den Rahmen für die Below-the-line-Kommunikationsstrategie geschaffen.

#OriginalSuperstar
adidas.com/originalsuperstar

- ENDE -

Weitere Informationen kontaktieren Sie:

Christina Elisa Elsmann
Junior Manager Brand PR | Central Europe West
adidas Group | Adi-Dassler-Platz 1-2 | 91074 Herzogenaurach
phone: +4991328475827 | mobil: +491717632296
Christina.Elisa.Elsmann@adidas.com
news.adidas.com/de