

Bekleidung für Tokio 2021 vorgestellt

Messe Düsseldorf schafft den Rahmen für die Präsentation der Bekleidung

Olympische und paralympische Athlet*innen präsentieren Outfits von adidas



Messe
Düsseldorf

Die Messe Düsseldorf war heute stolzer Co-Gastgeber der Bekleidungspräsentation für Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics. Im Congress Center Düsseldorf CCD wurde die neue Kollektion des exklusiven Ausstatters adidas für die Spiele in Tokio vorgestellt. Die Messe Düsseldorf ist seit Sydney 2000 offizieller Partner der Deutschen Sport Marketing (DSM), der offiziellen Vermarktungsagentur des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) und des Deutschen Behindertensportverbands (DBS).

Düsseldorf / Berlin, 6. Mai 2021. In einer Mischung aus Live-Talk und zahlreichen Bewegtbild-Clips haben Athlet*innen von Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics in Düsseldorf die Kollektion des exklusiven Ausstatters adidas für die Olympischen und Paralympischen Spiele in Tokio 2021 vorgestellt. Als Kulisse für das Event in der Rhein-Metropole, das erstmals in seiner Geschichte digital umgesetzt wurde, dienten Motive aus der kürzlich gestarteten Kommunikationskampagne des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB) sowie des Deutschen Behindertensportverbandes (DBS) zu Tokio, „[Mein Weg](#)“. Regie bei der Veranstaltung, die von der ehemaligen Bahnradsprinterin und Olympiasiegerin Miriam Welte moderiert wurde, führte Projektpartner und Co-Gastgeber Messe Düsseldorf gemeinsam mit DOSB, DBS sowie der Deutschen Sport Marketing (DSM) als Vermarktungsagentur der beiden Verbände. Integriert in das Programm in Düsseldorf war zudem die Dokumentation einer begleitenden Aktivierung von adidas, bei der die neuen Outfits im Rahmen einer Augmented Reality-Experience in Berlin in Szene gesetzt wurden.

Den Look zu Tokio präsentierten vor Ort in Düsseldorf die Hockeyspielerin Selin Oruz, Para-Tischtennisspielerin Stephanie Grebe, Para-Leichtathlet Johannes Floors und der Trainer der U21-Fußballnationalmannschaft, Stefan Kuntz, stellvertretend für die beiden Teams. Sie ergänzten mit ihren Outfits die Motive, die im Vorfeld der Veranstaltung bei Fotoshootings in Zusammenarbeit mit adidas entstanden waren. Unter anderem dabei: Simone Blum (Reiten), Johannes Floors (Para Leichtathletik), Gina Lückenkemper (Leichtathletik), Laura Ludwig/Maggie Kozuch (Beachvolleyball), Niklas Kaul (Zehnkampf), Sarah Köhler (Schwimmen), Angie Kerber (Tennis), Melat Kejeta (Leichtathletik), Lara Lessmann (BMX), Marcel Nguyen (Turnen), Selin Oruz (Hockey), Denise Schindler (Paracycling), Maike Naomi Schwarz (Para Schwimmen), Ornella Wahner (Boxen), Stefan Weinhold (Handball), Patrick Wiencek (Handball).

Hockeyspielerin Selin Oruz, die bei den Fotoshootings sowie bei der Präsentation der Outfits vor der Kamera stand, sagte: „Dass ich die Kleidung für Tokio hier präsentieren darf, ist für mich eine große Ehre. Dadurch rückt das ganze olympische Thema auch in meinem Fokus immer näher. Insbesondere das gemeinsame Auftreten als Team D über die Kleidung finde ich sehr wertvoll. Ich werde nie vergessen, wie wir zu Rio 2016 ins Maracana Stadion eingelaufen sind. Das ist eine Dynamik, die man nicht in Worte fassen kann. Para Sprinter Johannes Floors ergänzt: „Es ist immer ein aufregender Moment zu sehen, in welcher Kleidung wir bei den Paralympics auftreten. Wenn man den ersten Blick darauf wirft, kann man sich das Gesamtbild noch nicht so vorstellen, aber in Tokio werden die Outfits dann mit Leben gefüllt. Spätestens dann ist der gemeinsame Look eines der Dinge, die man mit den Olympischen Spielen und Paralympics gleichermaßen verbindet.“

DOSB-Präsident Alfons Hörmann sieht die Teams für Tokio gut gerüstet: „Die Athlet*innen und Trainer*innen des Team D sind – gerade auch vor dem Hintergrund der aktuellen Pandemie – ein Vorbild an Engagement, Motivation und Einsatzwillen für uns alle. Über die Bekleidung des Partners adidas wird dieser gemeinsame Auftritt nun auch ganz konkret erleb- und sichtbar. Mit diesem Tokio-Design der drei Streifen sind unsere Athlet*innen für die Olympischen Spiele nicht nur funktional gut ausgestattet, sondern auch perfekt gekleidet.“ Auch für DBS-Präsident Friedhelm Julius Beucher hat die Vorstellung der Bekleidung ein Stück weit symbolischen Charakter: „Nach Monaten der Entbehrung und der Ungewissheit ist dies heute ein Tag der Vorfreude und des Stolzes. Die Bekleidung für Tokio steht unseren Athlet*innen außerordentlich gut und unterstreicht ihre Vorbildfunktion, Stärke und Willenskraft. Die heutige Präsentation sowie die integrierten, individuellen Überraschungsmomente tragen sicherlich dazu bei, auch noch die letzten Kräfte in der Vorbereitungsphase der Athlet*innen zu mobilisieren und sie verdeutlichen ganz klar: Die Spiele rücken näher!“

Modernes Designkonzept erfindet die Teambekleidung neu

Die Ausrüstung umfasst die Podiums-, Präsentations- und Trainingsbekleidung sowie die offizielle Ausstattung für den Einzug der Athlet*innen ins Stadion. Die gesamte Teamausrüstung bekommt dabei durch eine breite Farbpalette, unterschiedliche Stoffe und transparente Elemente einen frischen, hellen Look. Neben klassischem Schwarz, Rot und Gold wurden saisonale Töne wie Mint oder ein helles Gelb integriert. Damit können die Sportler*innen einen weniger offiziellen und repräsentativen Look wählen.

Die in der Bekleidung verarbeiteten Technologien HEAT.RDY und AEROREADY halten den Körper durch die exakte Platzierung von Belüftungszonen bei Hitze kühl. Die Materialien transportieren Schweiß vom Körper weg und unterstützen so die natürliche Kühlfunktion. An den Füßen tragen die Sportlerinnen und Sportler die neuesten Innovationen des fränkischen Sportartikelherstellers. Der Podiumsschuh 4D FWD verfügt über modernste 3D-Druck-Technologie und bietet durch das besonders dehnbare Obermaterial eine sockenähnliche Passform. Für die Präsentation und das Training werden die beiden Teams mit dem Ultraboost 21 ausgestattet, der für optimalen Komfort und Stabilität sorgt.

Bei der Entwicklung der Kollektion hat adidas traditionell eng mit DOSB/DBS und Athlet*innen von Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics

zusammengearbeitet, unter anderem mit der Moderatorin der heutigen Präsentation, Miriam Welte, damals noch aktive Athlet*in: „Es war eine tolle Erfahrung, als Athletin dabei sein zu dürfen. Von den ersten abstrakten Ideen der Designer bis zur fertigen Kollektion lagen einige spannende Treffen, bei denen auch wir Athlet*innen unsere Bedürfnisse und Vorstellungen mit einbringen konnten. Ich finde es toll, dass adidas nicht nur die Outfits produziert, sondern bewusst auch Athlet*innen mit dazu nimmt und auf deren Bedürfnisse eingeht.“

„Mein Weg“-Kampagne als roter Faden

Inhaltlich standen im Zentrum der digitalen Veranstaltung die adidas-Kollektion für Tokio 2021 sowie die Sportler*innen von Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics selbst – dieses Mal über ganz besonders persönliche Geschichten und Ansätze kreativ miteinander verbunden. So bildeten neben den Gesprächen mit den Athlet*innen verschiedene Videoclips einen Schwerpunkt, in denen die neuen Outfits als integraler Bestandteil der Kommunikationskampagne zu Tokio, „Mein Weg“, gemeinsam mit Athlet*innen sowie Partnern präsentiert wurden. Beispiel: Überraschungsmomente, bei denen Sportler*innen wie BMX-Freestylerin Lara Lessmann, Ringer Frank Stäbler, Para Sprinter Johannes Floors das rote Shirt als „Key-Piece“ der Tokio-Bekleidung von einer ihr/ihm nahestehenden Wegbegleiter(in) als Anerkennung und Motivation erhalten.

Ebenfalls eingefangen wurde die Aktion „Flagge zeigen für unsere Athlet*innen“, bei denen Partner der Teams das Visual eines Sportlers/einer Sportlerin an der Fassade ihres Unternehmens parallel zur Vorstellung des Team-Outfits „enthüllten“, etwa die Sparkasse (Motiv Patrick Wiencek), Deloitte (Motiv Oliver Zeidler) und die Messe Düsseldorf (Motiv Selin Oruz). Auch adidas (Motiv Gina Lückenkemper) beteiligte sich an der Aktion und schickte unter anderem Boxerin Ornella Wahner, Sprinterin Lisa-Marie Kwayie, Para Radsportlerin Denise Schindler sowie Para Leichtathlet Ali Lacin auf einen 5-Kilometer-Lauf rund um die adidas Sports Base Berlin, auf dem die Teilnehmer*innen die verschiedenen Outfits über eine Augmented Reality Experience inklusive verschiedener Filter-Funktionen kennenlernen konnten.

Das Event aus Düsseldorf wurde live über den Youtube-Kanal von Team Deutschland gestreamt und steht nach der Veranstaltung unter <https://www.youtube.com/watch?v=fOtDwygvzZE> zum Abruf bereit.

Weitere Zitate:

Olli Zeidler (Rudern): „Beim Shooting der Outfits habe ich endlich mal wieder gespürt, wie greifbar nahe die Olympischen Spiele von Tokio sind. Die Bekleidung zu tragen und einen coolen Tag mit anderen Athleten aus unterschiedlichen Sportarten zu verbringen, hat super viel Spaß gemacht und hat die Hürden der letzten Monate etwas in den Hintergrund gerückt. Meine Vorfreude auf Tokio ist nun umso größer!“

Denise Schindler (Paracycling): „Es ist ein Gänsehautmoment, ein Teil des Team Deutschland zu sein, wenn olympische und paralympische Athlet*innen gemeinsam die adidas Kollektion für die Spiele in Tokio präsentieren. Dieses Gemeinschaftsgefühl

trägt uns durch die Vorbereitungszeit und es erfüllt mich mit Stolz, das Team-Outfit tragen zu dürfen.“

Melina Hartmann, Design Director bei adidas:

„Die Idee für die Olympischen und Paralympischen Spiele in Tokio war es, die Teambekleidung neu zu interpretieren. Neben modernen Variationen der Nationalfarben wurden Symbole wie der Bundesadler dekonstruiert und neu zusammengesetzt. Mit den Kollektionen können die Athlet*innen ihre Verbundenheit zu Deutschland zeigen und gleichzeitig durch miteinander kombinierbare Farben und Schnitte ihren eigenen Stil ausdrücken. Die Teambekleidung für diesen Sommer ist außerdem aufgrund des großen Anteils an recycelbaren Materialien die nachhaltigste, die wir je entwickelt haben.“

Erhard Wienkamp, Geschäftsführer Operatives Messegeschäft der Messe Düsseldorf:

„Wir als Messe Düsseldorf begleiten die Athlet*innen bereits seit den Spielen in Sydney 2000 und bringen als einer der weltgrößten Messeveranstalter gerne unsere Kompetenzen aus internationalen Großveranstaltungen sowie unser globales Netzwerk ein. Wir schaffen für Team Deutschland und Team Deutschland Paralympics immer wieder Plattformen für Begegnungen von Sport, Medien, Wirtschaft und Gesellschaft. Dazu zählen insbesondere die Deutschen Häuser während der Spiele aber auch Events wie die Präsentation der Bekleidung. Diese fand in diesem besonderen Jahr erstmals virtuell statt – und ist ein Beispiel dafür, wie wir den DOSB und den DBS auch auf neuen Wegen begleiten.“

Claudia Wagner, Geschäftsführerin Deutsche Sport Marketing:

„Mit der heutigen Präsentation haben wir gezeigt, dass der erfolgreiche Ansatz von PyeongChang 2018, die visuelle Präsentation der Outfits mit einer starken Storytelling-Idee zu verknüpfen, konzeptionell und inhaltlich noch weiter ausgebaut werden konnte. Das haben wir geschafft, indem wir die Bekleidung auf vielfältige Art und Weise als integralen Bestandteil der „Mein Weg“- Kampagne und Symbol von Identifikation und Teamzugehörigkeit inszeniert und unsere Partner dabei eng mitgenommen haben. Für uns ist es großartig zu erleben, wie die vielen Puzzleteile, an denen wir in den vergangenen Wochen gearbeitet haben, heute zu einem größeren Ganzen zusammengefügt wurden. Wir sind sehr stolz auf das entstandene Bild, das mit Blick auf die kommenden Monate noch lange nicht fertig ist – genau wie der Weg der Athlet*innen, den wir sehr gerne weiter begleiten und mitgestalten. Denn wir wissen um die Herausforderungen vor denen unsere Athlet*innen in diesem Jahr mehr denn je stehen und möchten ihnen ganz klar signalisieren, dass ganz Sportdeutschland hinter ihnen steht, wenn sie in Tokio an den Start gehen.“

Bewegtbild-Clips aus der Veranstaltung

- Zusammenschnitt Teaser
<https://teamdeutschland.scoop.com/directlink/6379feda61515cb2c848f511d7540e7d5035a4d7>

- Making-of / Behind the scenes
<https://teamdeutschland.scoopa.com/directlink/bc82add2cb7b683592a7c97767abab7f3765fa2d>
- Überraschungsmomente Athlet*innen
<https://teamdeutschland.scoopa.com/directlink/1a16cb01d5245a295799cb4368b69939925a373f>
- Interview Melina Hartmann / Berlin Content (Copyright: adidas)
<https://teamdeutschland.scoopa.com/directlink/db533bfe01ad34fdb6f7130158a0c6e64cd2e9d3>

<https://teamdeutschland.scoopa.com/folder/35645/file/263985>
- Kampagnen-Trailer "Mein Weg" (Copyright: DOSB / Kalle Rebbel)
<https://teamdeutschland.scoopa.com/directlink/e55d5114c2e722ef4c2adbb1baf1583dbe845547>
- Zusammenschnitt Unboxing Partner
<https://teamdeutschland.scoopa.com/directlink/ce6d2779311c89ea117f2790a9c8a49aefd806a2>

Unter Angabe des Hinweises „Copyright: DOSB / SID Marketing“ dürfen die Clips von Medien im redaktionellen Kontext rechtfrei verwendet werden.

Bilder zum honorarfreien Abdruck:

- Tokio 2021 adidas Kollektion Team D (Paralympics):

https://cdn.dosb.de/user_upload/Team_Deutschland/PdB_Motive_Fotoshooting_s.zip
(Datenpaket: 64 MB)

Unter Angabe des Hinweises „Copyright: Team Deutschland / adidas“ dürfen die Fotos von Medien im redaktionellen Kontext rechtfrei verwendet werden.

- Bilder von der Veranstaltung:
<https://www.picdrop.com/picture-alliance/HfgJPJysct>
(Zugang erfolgt später ohne Passwort – wird noch rausgenommen)

Aktuelles Bildmaterial von der Veranstaltung finden Sie zeitnah nach Ende des Livestreams unter oben aufgeführtem Link. Weitere Motive werden zudem im Laufe des Abends in das Bildportal der Picture-Alliance unter www.picture-alliance.de integriert.

Unter Angabe des Hinweises „Copyright: DOSB/DSM/Fotograf Frank May (Picture-Alliance)“ dürfen die Fotos von Medien im redaktionellen Kontext

rechtzeitig verwendet werden.

Bewegtbildmaterial SID:

Auslieferung über www.svdc.de: Interviews, Footage sowie ein Newsbeitrag sind ab dem späten Donnerstagabend verfügbar. Falls Sie noch keine Zugangsdaten für unser Downloadcenter haben, ist eine einmalige, kostenfreie Registrierung unter <http://www.svdc.de/svdc/zugangsdaten.php> erforderlich.

Die Messe Düsseldorf Gruppe*

Die Messe Düsseldorf Gruppe erzielte im Corona-Jahr 2020 einen Umsatz von 131,5 Millionen Euro. Auf den sieben Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten in diesem Messejahr 5.558 Aussteller 534.914 Mio. Fachbesuchern ihre Produkte. Die Messe Düsseldorf hat ein wegweisendes Hygiene- und Infektionsschutzkonzept entwickelt, das beim CARAVAN SALON als erste deutsche Großmesse seit dem Frühjahr 2020 erfolgreich zum Einsatz kam. Am Standort Düsseldorf finden insgesamt rund 40 Fachmessen in den fünf Kompetenzfeldern „Maschinen, Anlagen & Ausrüstungen“, „Handel, Handwerk & Dienstleistungen“, „Medizin & Gesundheit“, „Lifestyle & Beauty“ sowie „Freizeit“ statt, darunter 22 eigene N° 1-Messen sowie derzeit 15 starke Partner- und Gastveranstaltungen. Dazu kommen mehr als 1.000 Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Außerdem organisiert die Messe Düsseldorf Gruppe 75 Eigenveranstaltungen, Beteiligungen und Auftragsveranstaltungen im Ausland und ist eine der führenden Exportplattformen weltweit. 77 Auslandsvertretungen für 141 Länder – darunter 7 internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

*Alle Zahlen vorbehaltlich der finalen Bilanzierung

Kontakt:

Dr. Andrea Gränzdörffer
Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin
Tel.: +49 (0) 211/4560-555
Fax: +49 (0) 211/4560-87555
E-Mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de