



PRESSEMITTEILUNG

PUMA STARTET MARKENKAMPAGNE „ONLY SEE GREAT“ FÜR MEHR OPTIMISMUS UND SELBSTVERTRAUEN

Nach einem schwierigen Jahr verbreiten PUMA-Markenbotschafter wie Neymar Jr., Cara Delevingne, Usain Bolt, Winnie Harlow und Lewis Hamilton Hoffnung und Optimismus

Herzogenaurach, 12. April 2021 – Mit seiner jüngsten Markenkampagne „Only See Great“ gewährt das Sportunternehmen PUMA seinen Konsumenten Einblicke in die Denkweise seiner Athleten und Markenbotschafter, um nach einem überaus beschwerlichen Jahr deren Vision von Hoffnung, Optimismus und Selbstvertrauen vor den großen Sportevents dieses Sommers zu verbreiten.

Während des gesamten Jahres werden Neymar Jr., Winnie Harlow, Antoine Griezmann, Pep Guardiola, Karsten Warholm, Mondo Duplantis, Usain Bolt, Cara Delevingne, Lamelo Ball, Skylar Diggins-Smith, Kyle Kuzma, Lewis Hamilton, Rickie Fowler, Virat Kohli und viele andere PUMA-Markenbotschafter über ihre persönliche Einstellung zum Streben nach Erfolg in dieser außergewöhnlichen Zeit in Medieninterviews und auf PUMAs Digitalkanälen sprechen.

Inspiriert wurde „Only See Great“ von Kulturikone, Unternehmer und Philanthrop Shawn „JAY-Z“ Carter und seinen Worten: „Ich sehe ausschließlich Großartiges, nichts ist nur gut, ich sehe keine Kompromisse. Wir sollten immer danach streben, Großartiges zu leisten, etwas, das die Zeiten überdauert.“

„JAY formulierte seine ganz persönlichen Gedanken zu wahrer Größe damals in einem unserer ersten Gespräche über Produktdesign“, sagte Adam Petrick, Global Director of Brand und Marketing bei PUMA. „Seine Worte spiegeln die Botschaft, die wir als Marke in diesem außergewöhnlichen Jahr der Sportveranstaltungen und kulturellen Momenten wie den Olympischen Spielen in Tokio verbreiten wollen, perfekt wider. Ich denke, dabei geht es darum, alles beiseite zu schieben, was nicht für wahre Größe steht, und im Inneren das zu erkennen, was sonst kein anderer sehen kann.“

Mit seiner Anmerkung fasste JAY-Z die Botschaft zusammen, die PUMA in diesem Jahr übermitteln möchte, in dem die Welt auf ein Ende der Pandemie hofft und den großen Sportevents wie die Formel-1-Weltmeisterschaft, die Fußball-Europameisterschaft und natürlich die Olympischen Spielen in Tokio entgegenfiebert.

Mit „Only See Great“ erkunden wir die Laufbahnen unserer Markenbotschafter: Sie berichten über ihren eigenen Weg zu wahrer Größe, über den Glauben an sich selbst und über die eine Vision, die anderen verborgen bleibt – trotz der pandemiebedingten globalen Herausforderungen. Die Kampagne setzt sich zudem mit der Idee auseinander, wahre Größe zu erlangen und zeigt auf, wie steinig der Weg dorthin sein kann und wie wir unsere Wahrnehmung von wahrer Größe im letzten Jahr erweitert haben.

Mit „Only See Great“ legt PUMA das Fundament für zahlreiche Produkteinführungen in diesem Jahr, darunter wichtige Performance-Kollektionen, die von den Athleten und Verbänden bei der Euro 2021 diesen Sommer sowie bei der Copa América und bei den Olympischen Spielen getragen werden.

PUMA

PUMA ist eine der weltweit führenden Sportmarken, die Schuhe, Textilien und Accessoires designet, entwickelt, verkauft und vermarktet. Seit über 70 Jahren stellt PUMA die innovativsten Produkte für die schnellsten Sportler der Welt her. Zu unseren Performance- und sportlich-inspirierten Lifestyle-Produktkategorien gehören u.a. Fußball, Running & Training, Basketball, Golf und Motorsport. PUMA kooperiert mit weltweit bekannten Designer-Labels und bringt damit innovative und dynamische Designkonzepte in die Welt des Sports. Zur PUMA-Gruppe gehören die Marken PUMA, Cobra Golf und stichd. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte in über 120 Ländern und beschäftigt weltweit ungefähr 14.000 Mitarbeiter. Die Firmenzentrale befindet sich in Herzogenaurach/Deutschland.

