

PRESSEINFO

TAMARIS



TAMARIS WIRD PARTNER DER HELENE FISCHER 360°-STADION-TOUR – GÄNSEHAUTMOMENTE GARANTIERT!

Wenn Helene Fischer das Stadion verzaubert, macht Tamaris den Moment perfekt: 2026 wird die führende europäische Schuhmarke Partner einer der spektakulärsten Konzert-tourneen des Jahres. Anlässlich ihres 20-jährigen Bühnenjubiläums veranstaltet Live Nation für Helene Fischer vom 10. Juni bis 17. Juli 2026 eine außergewöhnliche 360°-Stadion-Tour mit 15 Konzerten. Neun deutsche Städte sowie Wien und Zürich stehen auf dem Tourplan.

Die Ausnahmekünstlerin erfüllt sich mit dieser Tour einen lang gehegten Traum: So nah wie möglich bei ihrem Publikum zu sein, und das aus jeder Perspektive. Dafür wird im Zentrum der Stadien eine 360°-Bühne aufgebaut, die über Laufstege mit vier Satellitenbühnen verbunden ist. Das gesamte Spielfeld wird so zur Showfläche.

Dass die beliebte Schuhmarke Partner der Tour ist, entspricht ihrer Ausrichtung, besondere kulturelle Ereignisse zu unterstützen, die Menschen emotional bewegen. Im Mittelpunkt stehen Werte wie Selbstbewusstsein, Qualität, Emotion und Stil, die ein breites Publikum ansprechen. „Marken wachsen heute nicht allein über Produkte und Leistung, sondern auch durch Begeisterung, Zugehörigkeit und den Mut, Emotionen anzustoßen“, erklärt Cathleen Burghardt, Head of Marketing bei Tamaris. „Das besondere Jubiläum dieser Tour bietet den Rahmen, um unserer Zielgruppe eindrucksvolle Erlebnisse zu schenken. Getreu unserem Markenmotto ‚Perfekt für dich in jedem Moment‘ möchten wir damit Erinnerungen schaffen, die lange in den Herzen der Menschen bleiben.“

Digitale Präsenz und emotionale Markenbindung

Für diese Aktivierung legt Tamaris den Fokus klar auf digitale Kanäle: Social Media, gezielte Online-Kampagnen und interaktive Formate lassen die Fans die Tour hautnah erleben – von der Vorfreude bis zur Erinnerung. Ziel ist es, die dabei entstehende Markenaufmerksamkeit auch in den stationären Handel zu übertragen und so die Verbindung zwischen D2C-Maßnahmen und Handelspartnern gezielt zu stärken.

„Diese Partnerschaft mit einer besonderen Künstlerin und dem einzigartigen 360°-Live-Konzept bietet uns die Möglichkeit, ein hoch involviertes Publikum im für sie emotionalsten Moment des Jahres zu erreichen“, sagt Jens Beining, geschäftsführender Gesellschafter der Wortmann Schuh-Holding KG und CEO von Tamaris. „Konsumentinnen erwarten heute mehr als gute Produkte – sie suchen eine tiefere Verbindung zur Marke, inspiriert von authentischen Erlebnissen, die unterhalten und berühren. Indem wir Teil dieser Jubiläumstour sind, schaffen wir genau solche Momente und eine Bindung, die weit über den Konzertabend hinauswirken wird.“

PRESSEINFO

TAMARIS



Foto-Credit: Sebastian Balz

V. l. n. r.: Marek Lieberberg (Geschäftsführer Live Nation), Cathleen Burghardt (Head of Marketing Tamaris), Helene Fischer und Jens Beining (Geschäftsführender Gesellschafter und CEO der Wortmann Schuh-Holding KG) bei der Pressekonferenz in München am 12. November, bei der die Partnerschaft verkündet wurde.

Über die Wortmann Gruppe

Die Wortmann Gruppe, Detmold, bekannt vor allem durch ihre Marke Tamaris, gehört zu den größten Schuhproduktions- und -vertriebsunternehmen in Europa und gilt als Marktführer für modische Damenschuhe. Die Kollektionen werden weltweit in über 70 Ländern und mehr als 10.000 Schuhgeschäften angeboten. Zur Unternehmensgruppe zählen neben der Topmarke Tamaris die Marken Marco Tozzi, Caprice, Peter Kaiser und Jana. Zur Gruppe gehört auch die Novi Footwear International Co. Ltd. in Hongkong, die zahlreiche globale Marken und Handelsketten zu ihren Kunden zählt. International hat die Gruppe knapp 1.000 Mitarbeitende. Weltweit produzieren ca. 25.000 Arbeitskräfte für das Detmolder Unternehmen.