

PRESSEINFO

TAMARIS



TAMARIS ROCKT DIE BÜHNE MIT NICKI MINAJ UND JUSTIN TIMBERLAKE

In diesem Sommer ist Tamaris, führende Schuhmarke in Europa, auf den Bühnen der Stars zu Hause: Im Rahmen von zwei der größten Konzerttourneen des Jahres, der Pink Friday 2 World Tour von Nicki Minaj und der The Forget Tomorrow World Tour von Justin Timberlake, unterstreicht Tamaris vor Millionen von Fans die Positionierung als Marke, die Frauen in all ihrer Vielfalt feiert, inspiriert und ermutigt.

Vom 23. Mai bis 12. Juni war Tamaris Teil der Pink Friday 2 World Tour von Nicki Minaj, die in dieser Zeit 14-mal in Europa Station machte. Während die Fans dem Auftritt ihres Stars entgegenfieberten, sahen sie auf einem Screen auf der Bühne nicht nur die bekannten Tamaris Schuhspots: „Der besondere Gänsehautmoment, bevor Nicki Minaj schließlich die Bühne betritt, gehörte unserem hochemotionalen Markenspot zum Thema ‚Superpower‘, in dem wir Frauen mit starken Bildern und bewegenden Worten dazu ermutigen, fest an sich zu glauben, ihre Stärken und Schwächen zu kennen und ihren Gefühlen Raum zu geben“, so Cathleen Burghardt, Head of Marketing bei Tamaris. „Damit erreichen wir die Fans in einem Moment höchster Spannung und schaffen eine starke Verbindung zur Künstlerin, die passend zur Positionierung von Tamaris ebenfalls Selbstbewusstsein und Individualität verkörpert.“ In Deutschland konnten die Fans die „Queen of Rap“ in Köln und Berlin erleben. Die weiteren Europakonzerte fanden in den Niederlanden, Großbritannien, Frankreich, Dänemark und Schweden statt.

Zusätzlich zum emotionalen Markenerlebnis in den Konzerthallen hat Tamaris am Freitag, 7. Juni in Berlin das Konzertmotto „Pink Friday“ auf rund 30 Screens zum Leben erweckt: Ausgewählte Styles der aktuellen Kollektion haben die Uber Arena und ihre Umgebung in ein pinkes Schuhparadies verwandelt. Schon bei der Anreise mit dem Zug oder der U-Bahn wurden die Besucher mit Tamaris Kampagnenmotiven auf diversen Big Screens begrüßt, die die pinken Schuhe mit dem ikonischen Hangtag eindrucksvoll in Szene setzten. Auf dem Vorplatz stimmten die Fans dann 21 simultane Screens mit verschiedensten Schuhtypen in Pink auf das Konzertmotto ein – von Sneakern über Ballerinen bis Pantolekten. Ganz im Sinne der Mission von Tamaris, jeden Frauentyp in seiner Individualität zu inspirieren und zu bestärken.

Vom 26. Juli bis 7. September schließt sich direkt das nächste Konzert-Highlight an, bei dem Tamaris mit auf Tour geht: Die The Forget Tomorrow World Tour von Justin Timberlake. In Deutschland können die Fans den Popstar in Köln, Berlin, München und Hamburg sehen. Auch hier ist Tamaris mit einem bildgewaltigen 30-Sekünder präsent, der unmittelbar vor dem Auftritt gezeigt wird. Der Film trägt den Titel „Be yourself“ und zeigt starke Frauen, die ihren eigenen Weg gehen, für sich eintreten und sich dabei von niemandem aufhalten lassen.

„Auf dem Weg zur Love Brand gehen wir im Mediamix immer neue Wege, um unsere Zielgruppe auf verschiedenen Sinnesebenen emotional abzuholen und an die Marke zu binden. Zuletzt zum Beispiel mit Kinospots und Podcasts – und jetzt erstmals mit Konzerten“, erläutert Cathleen Burghardt die Strategie. „Bei den Tourneen der Weltstars bieten wir einem großen, hoch involvierten Publikum ein auditives und visuelles Erlebnis mit Tamaris, das ihnen sicher lange in Erinnerung bleiben wird.“

PRESSEINFO

TAMARIS



Über die Wortmann Gruppe

Die Wortmann-Gruppe Detmold, bekannt durch ihre Marken Tamaris, Marco Tozzi, s.Oliver shoes, Caprice, Peter Kaiser und Jana gehört zu den größten Modeproduktions- und –vertriebsunternehmen in Europa und gilt als Marktführer für modische Damenschuhe. Die Kollektionen werden weltweit in über 70 Ländern und mehr als 15.000 Modegeschäften angeboten. International zählt die Gruppe über 1.100 Mitarbeiter:innen. Weltweit produzieren ca. 30.000 Arbeitskräfte für das Detmolder Modeunternehmen