

Presseinformation

Corporate Marketing » Frauen-Fußball WM

„Show the world what you're made of“: Samsung Kampagne blickt hinter die Kulissen des Frauenfußballs

Der emotionale Samsung Spot beleuchtet den harten Trainingsalltag der Frauen-Nationalmannschaft und junger Fußballtalente

- Kampagnenstart am 30. Mai
- Werbespot zeigt die Strapazen auf dem Weg zur WM
- Technologiepartnerschaft mit dem DFB



Schwalbach/Ts. – 29. Mai 2019 – Als Technologiepartner des DFB inszeniert Samsung Electronics eine packende Kommunikationskampagne rund um die deutsche Frauen-Fußballnationalmannschaft. Im Mittelpunkt steht ein 60-sekündiger TV-Spot, der die Spielerinnen bei der Vorbereitung auf die anstehende Weltmeisterschaft in Frankreich und den damit verbundenen Kampfgeist zeigt. Unter dem Motto „Show the world what you're made of“ zeigen die Athletinnen vollen Einsatz und Leidenschaft bis an die Schmerzgrenze und teilweise darüber hinaus.

Seit Jahren fördert Samsung sportliche Höchstleistungen – und seit 2018 als Partner des DFB auch die deutsche Fußballnationalmannschaft der Frauen. Im Vorfeld der WM in Frankreich ist daher eine umfassende Kommunikationskampagne entstanden.

Emotionen, Ehrgeiz und Leidenschaft abseits der Flutlichter

Höhepunkt ist ein emotionaler Werbespot, der unter dem Motto „Show the world what you're made of“ zeigt, dass es mehr als Talent braucht, um im Fußball große Ziele zu erreichen. Aufstehen, wenn sich andere im Bett noch einmal umdrehen, im Training an die Grenzen gehen und danach zusätzlich im Fitnessstudio schuften, sind nur einige der Strapazen, die im Clip nicht nur die Nationalspielerinnen auf sich nehmen, sondern auch Nachwuchstalente, die in Zukunft vielleicht einmal das DFB-Trikot überstreifen wollen. Zu sportlicher Leidenschaft gehören auch der Umgang mit Schmerzen nach Verletzungen, das Bewältigen von Frust, das

Wiederaufstehen nach Niederlagen und die Bereitschaft mit Leidenschaft für das große Ziel zu kämpfen. All diese Eigenschaften zeigen die Athletinnen eindrucksvoll und glaubhaft.

Untermalt wird der Film mit einer eigens von Simonne Jones neu interpretierten Version des Klassikers „Girls just want to have fun“. Der Song macht den Spot eingängig und unterstreicht die spannenden Kontraste im Frauenfußball zwischen harter Arbeit, Kampf und Leidenschaft auf der einen Seite und der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit auf der anderen Seite.

„Mit der Kampagne bricht Samsung als Partner des DFB und der Nationalmannschaften eine Lanze für den Frauenfußball. Oft scheint es, als müsse man eine Kampagne zur Frauen-WM öfter erklären oder rechtfertigen als eine Kampagne zu einem Herrenturnier. Alleine das zeigt das immer noch existente Missverhältnis im Stellenwert zwischen Männer- und Frauenfußball. Unseren Beitrag zu leisten für mehr Gleichstellung von Frauenfußball, das war für uns Motivation für diese Kampagne“, sagt Mario Winter, Senior Director Marketing IT & Mobile Communication Samsung Electronics GmbH.

Zum Auftakt wird der Clip auf der Stadionleinwand in Regensburg gezeigt, beim letzten Testspiel der DFB-Mannschaft gegen Chile am 30. Mai 2019. Der TV-Spot wird bei ARD und ZDF im Umfeld der deutschen WM-Spiele laufen, ergänzend auf privaten Sendern. Daneben wird das Kampagnen-Highlight auf verschiedenen digitalen Kanälen zu sehen sein, sowie auf den Plattformen von Samsung und dem DFB. Ergänzend zu dem Spot wird es verschiedene weitere Kampagnen-Assets geben, u.a. auch eine Kampagnen-Verlängerung mit kurzen Produktpots in TV und digital.

Zentraler Kampagnen-Hub & Trikotaktion

Zentraler Anlaufpunkt für „Show the world what you're made of“ ist der Kampagnen-Hub unter www.samsung.de/fussball. Hier informiert Samsung nicht nur über weitere geplante Aktionen, Fans erleben z.B. die Spielerinnen analog zum Werbespot von einer anderen Seite. In Interviews stehen die Athletinnen wie Johanna Elsig, Linda Dallmann und Lina Magull Rede und Antwort und erklären unter anderem, wie sie sich auf die WM vorbereitet haben. Außerdem gewährt Samsung einen Blick hinter die Kulissen des produzierten Werbespots.

Spannend für den Nachwuchs im Frauenfußball ist die Trikotaktion, die Samsung im Rahmen der Kampagne startet: Für jedes bei der WM erzielte Tor des DFB-Teams verlost das Unternehmen einen kompletten hochwertigen Trikotsatz an ein Frauen-Nachwuchsteam, damit auch die Spielerinnen von morgen im professionellen Outfit zeigen können, was in ihnen steckt.

Die Presseinformation und Bildmaterial finden Sie unter:

news.samsung.com/de/show-the-world-what-youre-made-of-samsung-kampagne-blickt-hinter-die-kulissen-des-frauenfussballs

Credits

Regie: Tristan Holmes
Produktion: Anorak Film GmbH / Cindy Steigerwald
Lead Agentur: Cheil Germany GmbH
Creative Director: Daniel Gumbert
Executive Creative Director: Harald Linsenmeiner
Business Director: Stefan Prilipp
Account Manager: Jonas Niedling
DOP: Danny Hiele
Grading: Company3
Komposition: PlayDis!
Sängerin: Simonne Jones
Sounddesign: A.R.T. Studios

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Lösungen. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

Pressekontakt Samsung

Telecommunications

Samsung Electronics GmbH
Barbara Gehl
IT & Mobile Communication
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach / Ts.
B.Gehl@samsung.com

Pressekontakt Agentur

Telecommunications

Faktor 3 AG
Petra Müller / Larissa Schröder
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
040 / 679446 - 6183
samsung.tc@faktor3.de