

CONTACT:

Sebastian Meyer-Detring
MDPR
+49 172 8226489
smd@md-pr.de



UNDER ARMOUR.

UNDER ARMOUR EHRT UND FEIERT STARKE FRAUEN MIT DER NEUEN GLOBALEN KAMPAGNE "UNLIKE ANY"

Im Mittelpunkt der neuen Kampagne stehen die UA Athletinnen, die jede für sich ein Kapitel einer WILL-Erfolgsgeschichte abbilden, untermalt von poetischer Prosa

New York (20. Juli 2017) – Die globale Sport- und Innovationsmarke Under Armour (NYSE:UA, UAA) hat heute in New York auf dem Chelsea Market ihre neue globale Kampagne 'Unlike Any' gelauncht, die in Zusammenarbeit mit der Kreativ-Agentur Droga5 entstanden ist. Die neue Kampagne würdigt die Rolle der starken Frauen in unserer Gesellschaft exemplarisch am Beispiel der Athletinnen von Under Armour, die im Mittelpunkt der Kampagne stehen. Die Kampagne untermalt ihre jeweils sehr beeindruckenden Erfolgsgeschichten, die perfekt zum UA-Credo 'I WILL' passen, unterstreicht ihre Talente und schält genau heraus, was sie so besonders, stark und unvergleichbar ('Unlike Any') macht. Die Kampagne highlightet folgende Athletinnen: Misty Copeland, die unvergleichliche Ballett-Tänzerin, die weltweite Prominenz erlangte, als sie am 30. Juni 2015 als erste Afroamerikanerin zur Primaballerina des American Ballet Theatre wurde; Lindsey Vonn, die erfolgreichste Skifahrerin aller Zeiten (ihre Film-Premiere steht im kommenden Herbst 2017 an), Natasha Hastings, Sprint-Weltmeisterin und Spezialistin für die 400m; Alison Désir, Langstreckenläuferin und Harlem Run Crew Gründerin; die chinesische Taekwondo-Weltmeisterin und Schauspielerin Zoe Zhang (Lanxin Zhang) und die renommierte Stunt-Frau Jessie Graff. Die jeweiligen Kampagnen-Kurzfilme entstanden unter der Regie von Georgia Hudson von Agile Films. Um die Besonderheit und Einzigartigkeit der Athletinnen zu portraituren wurden sie mit einer 360-Grad-Rotation gefilmt, um die Athletik aus den verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und um zu untermalen, wie sie mit ihren außergewöhnlichen Leistungen und Fähigkeiten ihre jeweiligen Bereiche auf den Kopf gestellt haben. Jede WILL-Story mit dazugehörigem Kampagnen-Kurzfilm ist eingebettet in ein kunstvolles Set-up, in dem die Anerkennung der Leistungen ganz besonders gut zur Geltung kommt. Sprachlich untermalt sind die Kurzfilme mit poetischem Prosa von verschiedenen Künstlern, die sich von der jeweiligen Erfolgsgeschichte inspirieren ließen und es sich zum Ziel gemacht haben, lyrische Antworten auf die außergewöhnlichen Leistungen der einzelnen Athleten zu geben. Wenn Natasha Hastings einen kraftvollen Sprint startet, wenn Stunt-Frau Jessie Graff ein Rad zur die Luft schlägt und sich dabei ganz offenbar allen Gesetzen der Schwerkraft widersetzt, wenn Zoe Zhang ihre Schnellfeuer-High-Kicks zeigt oder Misty Copeland ihre ehrfurchtgebietende Ballerina Spitzen-Technik zum Besten gibt, dann steht das jeweils exemplarisch für das Außergewöhnliche, was starke Frauen zu leisten imstande sind. Folgende Künstler haben für die jeweiligen UA Athletinnen gedichtet bzw. vertont:

- Saul Williams für Misty Copeland
- Aja Monet für Alison Désir
- Kojey Radical für Jessie Graff
- Dominique Christina für Natasha Hastings
- Aristophanes für Zoe Zhang

"Unsere Kampagne feiert den Typus der starken Frau, deren Leidenschaft und Tatkraft außergewöhnlich ist und die stets auf ihrer Art und Weise anders und unvergleichbar ist. Damit drücken wir diesen Frauen unseren tiefen Respekt aus und geben ihren Leistungen den würdigen Rahmen, den sie verdienen, stellvertretend für alle Athleten in der Welt", so Pam Catlett, SVP & General Manager of Women's, Under Armour.

"Diese Kampagne spiegelt auch unsere Herangehensweise an den Bereich 'Women's Business' wider, die zu jedem Zeitpunkt auf dem Fundament innovativer Produkte und eines unvergleichbaren Story-Tellings beruht und dem kontinuierlichen Bedeutungszuwachs dieses Segments gerecht wird. Bei der Entwicklung und Herstellung neuer Sportprodukte haben wir stets die speziellen Bedürfnisse der Frauen im Blick, was uns unter anderem in die Lage versetzt hat, im Bereich *Footwear* und *Apparel* Maßstäbe im Markt zu setzen. Diesen Weg werden wir konsequent fortsetzen und damit weitere Marktanteile erobern", so Catlett weiter.

“Jede unserer Athletinnen hat in ihrem Bereich Außergewöhnliches geleistet, sich gegen Widerstände durchgesetzt und die jeweiligen Erwartungen weit übertroffen. ‘Unlike Any’ ist eine Hommage an unsere Athletinnen und an die Stärke und Willenskraft von Athleten im allgemeinen und setzt sich über alle Konventionen hinweg”, so Adrienne Lofton, SVP Global Brand Management, Under Armour.

“Unser Ziel war es, unseren Athletinnen mit diesen Filmen ein Denkmal zu setzen und ihnen unseren großen Respekt auszudrücken. Gleichzeitig sollen die Filme zum Nachdenken anregen, was wir durch die poetische Prosa ausgewählter Künstler verstärken wollten. Außerdem wollen wir mit der ‘Unlike Any’ Kampagne alle Frauen inspirieren, ihre eigene Erfolgsgeschichten zu schreiben. Als Marke haben wir die Frauen schon immer vollumfänglich unterstützt und gefeiert. Die neue Kampagne soll diese Tatsache erneut ins kollektive Gedächtnis bringen”, so Lofton weiter.

“Ich glaube ganz fest an die jeder Frau innewohnende Stärke, die - wenn sie entsprechend aktiviert wird - auch scheinbar Unmögliches möglich macht. Diese innere Stärke, die in jeder einzelnen Person steckt, steht im Zentrum der Kampagne ‘Unlike Any’. Die Kampagne ist ein Weckruf an alle Frauen da draußen und erinnert sie daran, dass sie etwas Besonderes sind und, dass sie über diese gewisse innere Stärke verfügen, die sie nur aktivieren müssen, um an ihr Ziel zu gelangen”, so Misty Copeland.

Weitere Informationen zu ‘Unlike Any’:

Mehr Informationen über die neue Kampagne ‘Unlike Any’ und die entsprechende Herbst-Winter-Kollektion von Under Armour gibt es auf www.ua.com

Hier kann man auch die neue UA Shop App herunterladen oder über iTunes and Google Play. ‘Unlike Any’ ist die weitreichendste UA Kampagne aller Zeiten mit mehr als 200 *Touch Points*, welche für die digitalen Plattformen sowie für den Social Media Bereich kreiert wurden, darunter Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest, Snapchat, Spotify, Refinery29, Well + Good and Soundcloud. Begleiten kann man die neue ‘Unlike Any’ außerdem bei UA.com/UnlikeAny, facebook.com/UnderArmourWomen oder via Twitter [@UAWomen](https://twitter.com/UAWomen) oder Instagram [@UnderArmourWomen](https://instagram.com/UnderArmourWomen), with [#UnlikeAny](https://twitter.com/UnlikeAny).

Mehr zu Under Armour:

Die globale Sport- und Innovationsmarke Under Armour (UA) revolutioniert seit 1996 den Bereich Sportbekleidung und ist heute einer der weltweit führenden Hersteller im Performance-Bereich. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Baltimore (Maryland/USA) verfolgt das Ziel, Sportlerinnen und Sportlern auf der ganzen Welt in puncto Equipment die besten Rahmenbedingungen zu bieten. Under Armour zählt zu den weltweit größten Herstellern für Sportbekleidung und rangiert global auf Rang 3. Durch die Anwendungen UA Record, MapMyFitness, Endomondo und MyFitnessPal bietet UA die weltweit größte digitale Community für Fitness und Gesundheit an.

Mehr Informationen unter www.ua.com oder www.uabiz.com

###