

Blutige Rinderherzen bringen Adidas einen Shitstorm

Diese Reaktion war absehbar: Eine Adidas-Werbekampagne mit blutigen Rinderherzen ist im Netz auf Empörung gestoßen. Nutzer beschimpfen den Hersteller, der offenbar bewusst auf Provokation setzt. *Von Andre Tauber*

Artikel empfehlen: E-Mail

Twittern 29

+1 32



Foto: Adidas

Das Rinderherz, das Lukas Podolski in der Werbung zeigt, stammt aus einem Metzgerei-Fachgeschäft

Es ist, als habe Adidas förmlich um diesen Shitstorm im Netz gebettelt. Kurz nach dem der Sportartikelhersteller ein Werbemotiv mit dem deutschen Nationalspieler Lukas Podolski präsentierte, auf dem der ein Rinderherz in der Hand hält, bricht nun ein Sturm der Entrüstung über Adidas herein.

Auf der Facebook-Seite von Adidas reagieren Menschen entsetzt. "Schämt euch Adidas", schreibt dort jemand. "Was für eine geschmacklose Kampagne", erregt sich eine Frau. An Perversion sei das nicht zu übertreffen.

Dabei wollte Adidas nur verdeutlichen, wie engagiert die Fußballer nach Brasilien aufbrechen. "Wir wollten die Bilder so kraftvoll wie möglich gestalten, um die Leidenschaft für die Weltmeisterschaft von Spielern und Fans zu unterstreichen", erklärt Adidas.

Das Werbemotiv mit Lukas Podolski ist entsprechend unterschrieben mit dem Spruch: "Für die WM gebe ich mein Herz." Ähnliche Motive präsentierte Adidas auch mit Spielern anderer Nationalteams, darunter Arjen Robben.

Die ING-Diba provozierte allein schon mit einer Wurst

Viele Menschen finden das Werbemotiv, das etwas an einen Horrorfilm erinnert, allerdings schlichtweg abstoßend. Ein Mann, dessen Kind herzkrank ist, beklagt sich. Unter denjenigen, die sich entsetzen, dürften auch viele Vegetarier sein. Fast 300 Kommentare hat Adidas unter einem Bild des Werbemotives auf Facebook erhalten.

Dass Werbung mit Fleisch ein sehr heikles Thema ist, das ist in der Branche bereits bekannt. Vor zwei Jahren hatte die ING-Diba einen Werbespot mit Dirk Nowitzki präsentiert, in der der Basketballstar eine Wurst in einer Metzgerei gereicht bekam. Die Facebook-Seite der ING-Diba war daraufhin über Tage hinweg Schauplatz einer heftigen Auseinandersetzung, die Vegetarier angestoßen hatten.

Adidas indes versucht, die Aufregung im Netz zu beschwichtigen. "Es ist nicht die Intention von Adidas, gegen das Tierschutzgesetz zu verstoßen oder Menschen mit dem Motiv zu beleidigen", teilt das Unternehmen mit. "Das Herz wurde regulär in einem Metzgerei-Fachgeschäft gekauft und war für Kunden im Laden erhältlich."

Mit einer solchen Werbung dürfte Adidas allerdings gezielt auf Provokation



MEISTGELESENE ARTIKEL

- 1. Panorama**
Entsetzen über heftiges Unwetter mit sechs Toten
- 2. Politik**
Neues Gewitter von Westen – "Alarmstufe Rot"
- 3. Ausland**
Islamisten unterwandern Schulen in Großbritannien
- 4. Deutschland**
Wie die NPD Joachim Gauck den Mund verbieten will
- 5. Webwelt & Technik**
So löschen Sie Dateien sicher und unwiderruflich

MEISTGELESEN AUF THE WALL STREET JOURNAL

1. Warum Sex und Drogen bald ins BIP einfließen
2. Der knallharte Preiskampf der Fernbus-Linien
3. Thermomix -- eine Küchenmaschine erobert Deut...
4. So teuer sind Immobilien in deutschen Großstä...
5. Diese Städte sind die Lieblinge der Touristen...

NEUESTE BILDERGALERIEN



Studie
Das sind die Länder mit den reichsten Bürgern

Praktikum
In Deutschland gibt es immer weniger Praktikanten



gesetzt haben. Das Kalkül dahinter: Aufmerksamkeit erregen. "Schockwerbung ist immer ein Tanz auf der Rasierklinge", sagt Markus Voeth, Professor für Marketing an der Universität Hohenheim. "Man begeistert viele Menschen, stößt aber auch viele ab."

Nike hat Adidas bisher oft in den Schatten gestellt

Generell wirbt Adidas bei dieser Weltmeisterschaft sehr aggressiv. In den aktuellen Spots für die neuen WM-Schuhe, das Battle Pack, **präsentiert das Unternehmen die Spieler der Nationalelf als wütenden Kriegerstamm.**

So steht Nationaltorhüter Manuel Neuer mit einem Samuraischwert im Tor. Mesut Özil führt als Ritter ein Heer in die Schlacht. Bastian Schweinsteiger hingegen **ist als wilder Krieger mit Speer in der Hand zu sehen.**

"Die Kampagne muss man als Versuch von Adidas werten, sich ein anderes, auch aggressiveres Image zuzulegen", sagt Professor Voeth. "In der Vergangenheit musste Adidas häufig zusehen, wie sie von Nike mit neuen Formaten ins Abseits gestellt wurden."

1200 Nutzer teilten das Foto der Fußballer mit Kuhherzen

Für Adidas geht es um viel. Für das Unternehmen ist die Fußballweltmeisterschaft das wichtigste Sportereignis überhaupt. Das Unternehmen möchte in diesem Jahr erstmals mehr als zwei Milliarden Euro mit Fußball-Artikeln umsetzen.

Ob die Werbekampagne mit Podolski sich allerdings als Eigentor erweist, das muss sich erst noch zeigen. "Wenn die Reaktion ein Sturm im Wasserglas bleibt, dann kann sich die Werbung für Adidas am Ende auszahlen", sagt Marketing-Experte Voeth. "Anders wäre es, wenn Adidas dauerhaft damit in Verbindung gebracht wird."

Ein Hoffnungsschimmer gibt es für Adidas. Trotz aller Kritik haben 1200 Menschen das Foto der Fußballer mit Kuhherzen bereits geteilt – und zwar mit dem Daumen nach oben.

Schweinsteiger, Neuer und Müller als Voodoo-Krieger



Quelle: N24

Es bleibt martialisch: Nachdem Adidas mit ihrer "Blutige Rinderherzen"-Kampagne für Aufsehen und Ärger sorgte, lässt die Firma nun Bastian Schweinsteiger und Co. als grimmige Voodoo-Krieger posieren.

Video teilen

Mülheim Kärlich
Die Elappen des
Abbaus

Cyborgs
In Symbiose mit der
Technik

KURSFINDER.DE

DIE WELT bringt Sie voran: MBA-Programm finden

> Jetzt informieren



PLISTA TIPPS

ANZEIGE



DIE JUNGEN GEBRAUCHTEN VON VOLKSWAGEN. Jetzt günstig finanzieren und von der Wechselprämie profitieren.



Leckeres Tafelwasser aus Ihrer eigenen Küche Entdecken Sie mit Grohe Blue wie clever eine eigene Wasserquelle ist.



Bitdefender 2015 steht vor der Tür! Jetzt 20% sichern und kostenlos upgraden. Sicher, schnell und mit 1 Klick geschützt.



powered by plista

NEUESTE VIDEOS



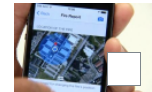
Somaland
So kauft man ein Kamel mit dem Handy



Alternative Unterkünfte
WM-Preise treiben Fans in Favelas und Love



China
Mit dem Motor-Koffer durch den Straßenverkehr



Bei Großveranstaltungen
Kann die Handy-App "Rescuer" Leben retten...

VERIVOX

ANZEIGE

Finden Sie hier Ihren DSL Spartarif

Zum Preisvergleich

SOZIALE NETZWERKE

DIE WELT



Folgen

+1

+ 234.912

Facebook

Vom 04.06.2014

Abrufbar unter:

<http://www.welt.de/wirtschaft/article128731726/Blutige-Rinderherzen-bringen-Adidas-einen-Shitstorm.html>