Creativ Club

Austria

Kreative Inspiration für mehr Umsatz durch gesellschaftliches Engagement von adidas Runtastic â€“ BILD

ID: LCG19430 | 20.11.2019 | Kunde: Creativ Club Austria | Ressort: Wirtschaft Ã–sterreich | Medieninformation

adidas-Runtastic-Manager Chris Thaller zeigt am Dienstagabend auf Einladung des Creativ Club Austria auf, wie das erfolgreichste österreichische Start-up mit Kreativität im digitalen Umfeld punktet und die Welt ein Stück besser machen will.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Roland Rudolph

Wien (LCG) - „Die Verbindung von kreativer Exzellenz mit den digitalen Möglichkeiten ist eine Kernfrage für erfolgreiche Kommunikation, wie sie adidas Runtastic als erfolgreichstes Start-up des Landes seit Anfang an lebt. Die digitale Erfolgsgeschichte beruht auf Community-Building, Content und Kreativität und hat Vorbildwirkung“, begrüßt Creativ-Club-Austria-Geschäftsführer **Reinhard Schwarzinger** zur CCA-Session im Co-Working-Place „Zimmer“. Auf Einladung der Interessenvertretung der Kreativwirtschaft gibt **Chris Thaller**, Head of Creative Projects bei adidas Runtastic, Einblicke, wie sich digitale Kanäle nutzen lassen, um die eigene Marke zu stärken und gleichzeitig gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Mitunter entwickelte er das Kreativkonzept für „Run for the Oceans“, um auf die Verschmutzung der Weltmeere durch Plastikmüll aufmerksam zu machen.

Marketing für Produkte, die Probleme lösen

Mit 289 Millionen App-Downloads, 150 Millionen registrierten Usern und mehr als neun Millionen Fans und Followern ist das österreichische Unternehmen ein massiver Faktor in der Digitalstrategie von adidas. Über Digitalstrategien möchte die

Sportfirma Communities zusammenbringen. Zu diesen Aktivitäten zählt auch „Run for the Oceans“, die mittlerweile größte Kampagne des Konzerns. Pro gelaufenem Kilometer wurde ein U.S.-Dollar an Projekte zum Schutz der Ozeane wie die „Parley Ocean Schools“ gespendet, die Kinder in Umweltschutzthemen unterrichten. 2019 beteiligten sich bereits 2,2 Millionen Teilnehmer an dem Gemeinschaftsprojekt. Darunter auch prominente Sportler wie **Lionel Messi** oder **David Beckham**.

Bereits 2007 wurde mit „Parley“ der erste Schuh aus Plastikmüll vorgestellt. Mittlerweile werden elf Millionen der Recycling-Schuhe pro Jahr verkauft. Bis 2024 will adidas alle Produkte aus recyceltem Plastik herstellen.

„Die großen Probleme dieser Welt bieten große Möglichkeiten. Wir sprechen nicht mehr nur von Corporate Social Responsibility, sondern von Corporate Opportunity. Mit dem Projekt verdienen wir Geld, schaffen Awareness für das Umweltproblem und tragen zu dessen Lösung bei“, erklärt Thaller.

Wettkampf gegen den Schneeleoparden Uuliin

Ähnlich konzipiert ist das Projekt „Run Wild“, das in Zusammenarbeit mit dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, Internet of Elephants und dem Snow Leopard Trust auf gefährdete Tierarten wie Schneeleoparden aufmerksam macht. Teilnehmer sind aufgerufen, sich zwölf Tage lang in der App mit dem Schneeleoparden Uuliin in der Mongolei zu messen und mindestens genauso viele Kilometer wie er am Tag zurückzulegen. Über 50 Kilometer mussten sie bewältigen, um es mit ihrem tierischen Herausforderer aufzunehmen. Durch die Aktion, Content und Storytelling wird eine persönliche Beziehung zwischen den Läufern und Uuliin aufgebaut, um die Aufmerksamkeit und Spenden für gefährdete Tierarten zu steigern. Bei der Premiere von „Run Wild“ beteiligten sich 500.000 User und 280.000 aktive Läufer, von denen mehr als 21.000 weiter unterwegs waren als ihr Partner in der Mongolei.

„Wir leben in einer chaotischen Digitalwelt, deren Kraft wir mit Kreativität für eine bessere Welt einsetzen können und damit auch als Unternehmer profitieren“, schließt Thaller.

Über Chris Thaller

Chris Thaller verantwortet Multichannel-Online-Kampagnen, neue Partnerschaftskonzepte und Kreativkonzepte bei adidas Runtastic. Er ist das kreative Mastermind hinter dem „Run for the Oceans“ und verbindet außergewöhnliche Kreativkampagnen mit gesellschaftlichen Anliegen. Für das adidas-Unternehmen hat Thaller die globale Veranstaltungsreihe „Runtastic Live Workout Party“ oder das App-Feature „Runtastic Story Running“ konzipiert. Auch das interne Talent- und Kreativprogramm „DONI – Day of New Ideas“ geht auf ihn zurück. Mit Kreativität und Community-Initiativen möchte er Marken bestärken, das Potenzial ihrer Teams zu heben und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Weitere Informationen auf [https:// www.runtastic.com](https://www.runtastic.com).

Über den Creativ Club Austria

Seit seiner Gründung im Jahr 1972 ist der Creativ Club Austria das Sprachrohr und die Plattform der heimischen Kreativbranche. Mit der CCA-Venus veranstaltet er den wichtigsten Kreativ-Award des Landes, der Leistungen sichtbar macht und im Dialog mit der gesamten Branche Standards definiert. Zahlreiche CCA-Venus-Sieger wurden mit ihren Arbeiten in der Vergangenheit bei weltweit relevanten Awards wie Cannes Lions International Festival of Creativity, eurobest Festival of European Creativity, ADCE European Creativity Festival, Clio oder Golden Drum Festival ausgezeichnet und zeugen von der Leistungsfähigkeit der österreichischen Kreativszene. Seit 2016 veranstaltet der Creativ Club Austria in Zusammenarbeit mit der ORF-Enterprise als Festivalrepräsentanz die Young Lions Competition Austria für das Cannes Lions International Festival of Creativity und fördert

damit den heimischen Nachwuchs im globalen Wettbewerb. Der Creativ Club Austria bietet seinen über 220 Mitgliedern durch Workshops, Seminare, Veranstaltungen und internationalen Austausch Mehrwert und Vernetzungsmöglichkeiten innerhalb der Branche. Der Creativ Club Austria ist nationaler Partner des Art Directors Club of Europe. Der Vorstand wird von Präsident **Alexander Spielvogel** (DDB Wien) und Vizepräsident **Patrik Partl** (Brokkoli) geleitet, Geschäftsführer ist **Reinhard Schwarzinger**. Weitere Informationen auf <http://www.creativclub.at>.

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at>. (Schluss)