

Hadid und Adidas: Kontroversen um die Werbekampagne zur Olympia-Edition

Bella Hadid äußert sich bestürzt über die antisemitismusbezogene Kritik an einer Adidas-Kampagne zur Olympia 1972.

Der Sportartikelhersteller Adidas sieht sich aufgrund seiner neu gestarteten Werbekampagne mit heftiger Kritik konfrontiert. Diese betrifft insbesondere die Wahl von Bella Hadid als Werbegesicht für einen Laufschuh, der ursprünglich für die Olympischen Spiele 1972 in München entworfen worden war. Die israelische Regierung äußerte ihr Unverständnis und ihren Unmut über diese Entscheidung.

Stellungnahme von Bella Hadid

In einer emotionalen Instagram-Story wandte sich das Model Bella Hadid an ihre Follower. „Ich bin schockiert, ich bin bestürzt und ich bin enttäuscht über die mangelnde Sensibilität, die in diese Kampagne geflossen ist“, erklärte sie. Hadid betonte weiter, dass sie von der historischen Tragweite, die dieser Schuh mit sich bringt, erst nach der Kritik erfahren habe. „Hätte ich etwas über die grausamen Ereignisse von 1972 gewusst, hätte ich nicht an der Kampagne teilgenommen“, sagte sie.

Historische Hintergründe und deren Bedeutung

Die Olympischen Sommerspiele 1972 in München wurden durch einen schrecklichen Terroranschlag überschattet, bei dem elf israelische Sportler und Funktionäre von palästinensischen

Terroristen getötet wurden. Diese Verbindung zu Hadid, deren Vater Palästinenser ist, führte zu Besorgnis und Enttäuschung in Israel, wobei Hadid vorgeworfen wird, antisemitische Äußerungen getätigt zu haben.

Adidas reagiert auf die Kritik

Auf die massiven Vorwürfe folgte eine offizielle Stellungnahme von Adidas, in der das Unternehmen um Entschuldigung bat und ankündigte, die Kampagne zu überarbeiten. „Wir sind uns bewusst, dass unbeabsichtigt Verbindungen zu tragischen historischen Ereignissen hergestellt wurden und entschuldigen uns für jegliche Verärgerung oder Leid, die dadurch verursacht wurden“, teilte die Marke mit. Details zu den geplanten Änderungen wurden jedoch nicht bekannt gegeben.

Ein Zeichen in eine breitere Diskussion

Dieser Vorfall wirft ein Licht auf die Herausforderungen, die Unternehmen bei der Auswahl ihrer Werbeträger und der Gestaltung ihrer Kampagnen antreffen können. Die Diskussion um Antisemitismus und gesellschaftliche Sensibilität ist aktueller denn je. Durch die Wahl von prominenten Persönlichkeiten wie Hadid stehen Marken schnell in der Kritik, insbesondere dann, wenn historische Ereignisse mit den heutigen gesellschaftlichen Spannungen verknüpft werden.

Widerhall in der Gesellschaft

Hadids Engagement in der Forderung nach Gerechtigkeit für Palästinenser hat in den letzten Jahren in verschiedenen gesellschaftlichen Kreisen sowohl Unterstützung als auch heftige Gegenreaktionen hervorgerufen. Diese aktuelle Krise für Adidas verdeutlicht die Schwierigkeiten, die selbst große Marken haben, um in einem polarisierten gesellschaftlichen Klima erfolgreich zu kommunizieren und akzeptiert zu werden.

Fazit: Die feinen Grenzen der Markenrepräsentation

Die Situation zeigt, wie wichtig es ist, historische Kontexte zu berücksichtigen und sensibel auf die Auswahl von Werbeträgern zu reagieren. Unternehmen müssen sich bewusst sein, dass ihre Entscheidungen nicht nur einen finanziellen, sondern auch einen kulturellen Einfluss haben können. In einer Zeit, in der soziale Themen immer mehr in den Vordergrund rücken, bleibt abzuwarten, wie Adidas und andere Marken in Zukunft auf solche Herausforderungen reagieren werden.

Für regelmäßige Updates und Analysen zu diesen Themen, abonnieren Sie unseren Newsletter.

- **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)