ADIDAS i PUMA – historia rywalizacji

Na rynku sprzętu sportowego trwa od lat rywalizacja Adidasa i Pumy. O tej bratobójczej „wojnie” przypomina książka holenderskiej autorki Barbary Smit - \"Trzy paski kontra Puma\".

Założycielem firmy Adidas był Adolf Dassler, który urodził się ur. 3 listopada 1900 w Herzogenaurach w Bawarii w Niemczech. Zaczynał skromnie jako łatacz starego obuwia w miejscowości Herzogenaurach. Jest to małe miasteczko niedaleko Norymbergii, w Bawarii, w Niemczech. Dorastał w osłabionych pierwszą Wojna Światową Niemczech, więc był zmuszony dopomóc rodzinie w zarabianiu na życie. Wytwarzali i sprzedawali domowej roboty pantofle. Przez te lata Adi Dassler otrzymał pierwszy trening w rzemiośle szewskim, co pozwoliło mu w przyszłości zbudować jedną z największych i najpopularniejszych marek obuwia i stroju sportowego.

Dassler rozpoczął produkcję butów treningowych w 1920 roku, gdy miał dopiero 20 lat.

Jego warsztatem była pralnia matki o powierzchni aż 20 metrów kwadratowych. Trenował wtedy piłkę nożną i chciał zarobić. Później zaczął produkować również buty do tenisa i do biegów. Aby zapewnić to, że każdy but będzie zarówno bezpieczny, jak i pozytywnie wpłynie na osiągany wynik, Dassler użył swojego własnego sportowego doświadczenia oraz doświadczeń lekarzy, trenerów i innych sportowców przy projektowaniu butów.

W 1923 roku przekonał brata Rudolfa, aby przyłączył się do interesu i rok później zarejestrowali działalność jako „Gebrder Dassler Schuhfabrik.”. W tym roku przy produkcji butów pracowało 12 osób (wliczając członków rodziny), którzy produkowali 50 par butów dziennie. Adolf był od projektowania obuwia, a Rudolf od interesów. W 1927 roku wydzierżawili fabrykę i mogli produkować 100 par butów dziennie i zatrudniać 25 osób.

A trzy lata później wykupili tę fabrykę.

Wraz ze wzrostem jego doświadczenia rosła również jego reputacja. Dassler stał się szeroko znany jako „światowy menadżer wyposażenia”. Jego buty jako pierwsze były noszone podczas Olimpiady w 1928 roku i od tego czasu współpracował prawie ze wszystkimi, od olimpijskich atletów po piłkarskie drużyny narodowe. Wiele z najlepszych w historii występów olimpijskich jest zasługą między innymi Dasslera i jego pracy. Jesse Owens nosił buty bieżniowe Adidasa podczas swojego spektakularnego występu na olimpiadzie w 1936 roku, kiedy to zdobył cztery złote medale.

Reklama

[](https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=CDEnREok8XMbSI9qR3gPloYuACq3r6e5U8Mam5NoIg8GI1KoJEAEg57azJ2Dp5MmF2BqgAc6LnuwDyAEBqQIDIHeyKTuzPuACAKgDAcgDmwSqBNUBT9CIpglUa9gqfVUtim0ojx2f1huzMCigJyySU4z4fX4XjDiQFuNa23Obk5mcbb4kkZjVFtq-uxF8joZ8RJzdWxx783bTowfhBkWPFREsI3eatpHWt5IVjV_P34zDK7OxQzUBaIhD566w9qa9n6GGiYyMIy3L-Z4D3TusX1b5xxn-GMKDX46pBTkhfBoqb6nYxeOqTikk4iBixt7gr5OFhVTQxEFg7oW9L6ZvI5mGFxf2mb7vf3iojE4LoumysseLPcrlvNJQwFg-cgq08e1CLLk5Ijdm4AQBgAeC2vM5qAeOzhuoB9XJG6gHqAaoB9nLG6gHz8wbqAemvhvYBwHSCAkIgOGAEBABGAGxCSCYTN998OplgAoD2BMM&num=1&cid=CAASFeRo2Osu-iHNgkvq1KDh21oulKIlNg&sig=AOD64_3zK_cwIwkQ6RJjUFXljOZsV0mREw&client=ca-pub-3054771532839992&adurl=https://www.zalando-lounge.pl/lp_dis3%3Futm_source%3Ddis%26utm_medium%3D9%26utm_campaign%3Dgdn%26utm_content%3Dsdc)

[Znane marki do 75% taniej](https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=CDEnREok8XMbSI9qR3gPloYuACq3r6e5U8Mam5NoIg8GI1KoJEAEg57azJ2Dp5MmF2BqgAc6LnuwDyAEBqQIDIHeyKTuzPuACAKgDAcgDmwSqBNUBT9CIpglUa9gqfVUtim0ojx2f1huzMCigJyySU4z4fX4XjDiQFuNa23Obk5mcbb4kkZjVFtq-uxF8joZ8RJzdWxx783bTowfhBkWPFREsI3eatpHWt5IVjV_P34zDK7OxQzUBaIhD566w9qa9n6GGiYyMIy3L-Z4D3TusX1b5xxn-GMKDX46pBTkhfBoqb6nYxeOqTikk4iBixt7gr5OFhVTQxEFg7oW9L6ZvI5mGFxf2mb7vf3iojE4LoumysseLPcrlvNJQwFg-cgq08e1CLLk5Ijdm4AQBgAeC2vM5qAeOzhuoB9XJG6gHqAaoB9nLG6gHz8wbqAemvhvYBwHSCAkIgOGAEBABGAGxCSCYTN998OplgAoD2BMM&num=1&cid=CAASFeRo2Osu-iHNgkvq1KDh21oulKIlNg&sig=AOD64_3zK_cwIwkQ6RJjUFXljOZsV0mREw&client=ca-pub-3054771532839992&adurl=https://www.zalando-lounge.pl/lp_dis3%3Futm_source%3Ddis%26utm_medium%3D9%26utm_campaign%3Dgdn%26utm_content%3Dsdc)

[Zaufało nam już ponad 20 milionów Klientów. Dołącz do nich już teraz!](https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=CDEnREok8XMbSI9qR3gPloYuACq3r6e5U8Mam5NoIg8GI1KoJEAEg57azJ2Dp5MmF2BqgAc6LnuwDyAEBqQIDIHeyKTuzPuACAKgDAcgDmwSqBNUBT9CIpglUa9gqfVUtim0ojx2f1huzMCigJyySU4z4fX4XjDiQFuNa23Obk5mcbb4kkZjVFtq-uxF8joZ8RJzdWxx783bTowfhBkWPFREsI3eatpHWt5IVjV_P34zDK7OxQzUBaIhD566w9qa9n6GGiYyMIy3L-Z4D3TusX1b5xxn-GMKDX46pBTkhfBoqb6nYxeOqTikk4iBixt7gr5OFhVTQxEFg7oW9L6ZvI5mGFxf2mb7vf3iojE4LoumysseLPcrlvNJQwFg-cgq08e1CLLk5Ijdm4AQBgAeC2vM5qAeOzhuoB9XJG6gHqAaoB9nLG6gHz8wbqAemvhvYBwHSCAkIgOGAEBABGAGxCSCYTN998OplgAoD2BMM&num=1&cid=CAASFeRo2Osu-iHNgkvq1KDh21oulKIlNg&sig=AOD64_3zK_cwIwkQ6RJjUFXljOZsV0mREw&client=ca-pub-3054771532839992&adurl=https://www.zalando-lounge.pl/lp_dis3%3Futm_source%3Ddis%26utm_medium%3D9%26utm_campaign%3Dgdn%26utm_content%3Dsdc)

[zalando-lounge.pl](https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=CDEnREok8XMbSI9qR3gPloYuACq3r6e5U8Mam5NoIg8GI1KoJEAEg57azJ2Dp5MmF2BqgAc6LnuwDyAEBqQIDIHeyKTuzPuACAKgDAcgDmwSqBNUBT9CIpglUa9gqfVUtim0ojx2f1huzMCigJyySU4z4fX4XjDiQFuNa23Obk5mcbb4kkZjVFtq-uxF8joZ8RJzdWxx783bTowfhBkWPFREsI3eatpHWt5IVjV_P34zDK7OxQzUBaIhD566w9qa9n6GGiYyMIy3L-Z4D3TusX1b5xxn-GMKDX46pBTkhfBoqb6nYxeOqTikk4iBixt7gr5OFhVTQxEFg7oW9L6ZvI5mGFxf2mb7vf3iojE4LoumysseLPcrlvNJQwFg-cgq08e1CLLk5Ijdm4AQBgAeC2vM5qAeOzhuoB9XJG6gHqAaoB9nLG6gHz8wbqAemvhvYBwHSCAkIgOGAEBABGAGxCSCYTN998OplgAoD2BMM&num=1&cid=CAASFeRo2Osu-iHNgkvq1KDh21oulKIlNg&sig=AOD64_3zK_cwIwkQ6RJjUFXljOZsV0mREw&client=ca-pub-3054771532839992&adurl=https://www.zalando-lounge.pl/lp_dis3%3Futm_source%3Ddis%26utm_medium%3D9%26utm_campaign%3Dgdn%26utm_content%3Dsdc)

[ODWIEDŹ](https://www.googleadservices.com/pagead/aclk?sa=L&ai=CDEnREok8XMbSI9qR3gPloYuACq3r6e5U8Mam5NoIg8GI1KoJEAEg57azJ2Dp5MmF2BqgAc6LnuwDyAEBqQIDIHeyKTuzPuACAKgDAcgDmwSqBNUBT9CIpglUa9gqfVUtim0ojx2f1huzMCigJyySU4z4fX4XjDiQFuNa23Obk5mcbb4kkZjVFtq-uxF8joZ8RJzdWxx783bTowfhBkWPFREsI3eatpHWt5IVjV_P34zDK7OxQzUBaIhD566w9qa9n6GGiYyMIy3L-Z4D3TusX1b5xxn-GMKDX46pBTkhfBoqb6nYxeOqTikk4iBixt7gr5OFhVTQxEFg7oW9L6ZvI5mGFxf2mb7vf3iojE4LoumysseLPcrlvNJQwFg-cgq08e1CLLk5Ijdm4AQBgAeC2vM5qAeOzhuoB9XJG6gHqAaoB9nLG6gHz8wbqAemvhvYBwHSCAkIgOGAEBABGAGxCSCYTN998OplgAoD2BMM&num=1&cid=CAASFeRo2Osu-iHNgkvq1KDh21oulKIlNg&sig=AOD64_3zK_cwIwkQ6RJjUFXljOZsV0mREw&client=ca-pub-3054771532839992&adurl=https://www.zalando-lounge.pl/lp_dis3%3Futm_source%3Ddis%26utm_medium%3D9%26utm_campaign%3Dgdn%26utm_content%3Dsdc)

A Armin Hary był pierwszym sprinterem, który przebiegł 100 metrów w czasie 10 sekund, również w adidasach.

Tuż przed wybuchem wojny Adi otworzył drugą fabrykę w centrum Herzogenaurach, ale wraz z nadejściem wojny naziści skonfiskowali mu obie fabryki, aby produkować w nich sprzęt wojskowy. Jednak maszyny do produkcji butów kompletnie nie nadawały się do produkcji sprzętu, więc nakazano Adolfowi robić buty treningowe dla żołnierzy. Po wojnie fabrykę przejęli alianci. Ci z kolei polecili produkować buty hokejowe.

W 1948 roku drogi obu braci rozeszły się. Adi założył firmę Adidas, a Rudolf firmę Puma. Rok później Dassler stworzył pierwsze „korki” piłkarskie i zaadaptował znak firmowy, „trzy paski”, a Adidas stał się oficjalną nazwą firmy. Finansami firmy zajęła się jego żona Kathe, którą poślubił w 1934 roku. Pierwsze korki były gumowe, jednak już w 1954 roku niemiecka reprezentacja piłkarska wygrała mistrzostwa świata, grając w butach z wkręcanymi korkami, które pozwalały na grę w różnych warunkach bez poślizgów. W tym czasie Adidas praktycznie dominował na rynku obuwia sportowego. Na olimpiadzie w Rzymie w 1960 roku 75 % sportowców występowało w butach Adidasa. Cztery lata później w Tokio już aż 80 %. A w Montrealu w 1976 roku nawet 83 %. W międzyczasie (w 1960 roku) rozpoczęto produkcję ubrań, a trzy lata później profesjonalnych piłek. Setki rekordów świata, medali olimpijskich i zwycięstw w mistrzostwach świata są dowodem pracy życia Adi Dasslera.

Jednym z celów Dasslera w produkcji butów, było dostosowanie ich do specyficznych potrzeb każdego sportu. Dążenie do spełnienia tego celu zaowocowało ponad 700 patentami. Na długiej liście innowacji znajdują się m.in. nylonowe podeszwy oraz kolce biegowe.

Brał pod uwagę każdy materiał, który mógł pozytywnie wpłynąć na otrzymany wynik. Eksperymentował ze skórą rekina na podeszwie i skórą kangura na bokach buta.

Czegokolwiek potrzebował sportowiec, Dassler brał to pod uwagę podczas projektowania buta. Złote medale, rekordy świata i osobiste osiągnięcia dowodzą efektywności wprowadzanych przez Dasslera innowacji. Uznając geniusz pracy Dasslera, „Organizacja Amerykańskiego Przemysłu Sportowego” (American Sporting Goods Industry Assosiation) wprowadziła w 1975 roku Dasslera do Galerii Zasłużonych (Hall Of Fame), jako pierwszego nieamerykańskiego członka, a świat odnosi się teraz do Dasslera jako do twórcy nowoczesnego przemysłu sportowego. Adi zmarł na serce w 1978 roku mając 77 lat.

Po śmierci Adolfa firma wpadła w niewielkie kłopoty. Dlatego w 1990 roku Adidas stał się spółką akcyjną, a Bernard Tapie kupił 80 % akcji firmy. Tym samym Adidas przestał być już firmą rodzinną. Kolejnym etapem było wprowadzenie spółki do notowań giełdowych. Stało się to w 1995 roku, kiedy to Adidas debiutował na parkietach we Frankfurcie i w Paryżu.

Dzisiaj spuścizna rodziny Dasslerów żyje dalej w projektach i produkcji współczesnych produktów firmy Adidas. Tak samo skrupulatnie zwraca się uwagę na ewoluujące potrzeby sportowców. Firma trzyma rękę na pulsie, wie co się dzieje w świecie technologii sportowej, używa najnowszych, najbardziej zaawansowanych materiałów, które pozwolą zwiększyć osiągane wyniki oraz bezpieczeństwo. A agresywna strategia marketingowa skupia się na uświadomieniu jak największej grupie ludzi wysokiej jakości produktów firmy Adidas. Do tego celu od dawna wykorzystywani byli najlepsi sportowcy świata. Niegdyś Jesse Owens, Muhammad Ali, Franz Beckenbauer, teraz David Beckham, Ian Thorpe, Kobe Bryant. I pomimo iż czasy i technologie się zmieniły, cel firmy pozostał taki sam jak cel Adi Dasslera ponad 80 lat temu: być najlepszą marką sportową na świecie.

Rudolf Dassler, założyciel Pumy, urodził się 26 marca 1896 w Herzogenaurach. Historia jego firmy wszystko zaczęła wtedy, gdy drogi braci Dassler... rozeszły się. W 1948 roku Rudolf Dassler postanowił założyć „Puma – Fabryka Obuwia Rudolf Dassler”, a jego brat Adi, zaangażował się w rozwijanie marki Adidas. Puma była ulubionym zwierzęciem Rudolfa, dlatego zdecydował się, aby jej symbolem oznaczać swoje wyroby. Logo zmieniało się na przestrzeni kilkudziesięciu lat. W roku 1979 projektant Lutz Backes zaprojektował nowe logo, które obowiązuje do dzisiaj i jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych znaków towarowych na świecie

W 1948 roku Puma wprowadziła swój pierwszy but piłkarski – Puma Super Atom. Już w 1951 wyroby Pumy trafiły na rynki zagraniczne, początkowo do Szwajcarii i USA. W 1960 roku na rynku pojawiły się pierwsze sportowe buty opracowane z wykorzystaniem rozwiniętej technologii „wulkanizacji”. W historii zwycięskich butów zapisało się wielu wybitnych sportowców, którzy swoje największe sukcesy odnosili właśnie w butach Pumy.

Pierwsze zwycięstwo nad Adidasem w tej wojnie o rynek Puma odniosła w 1970 r.

W ostatnich sekundach przed pierwszym gwizdkiem sędziego meczu finałowego Mistrzostw Świata 1970 r. w Meksyku Pele poprosił arbitra o pozwolenie na zawiązanie sznurowadeł. Klęknął i starannie zawiązał sznurowadło, a kamery telewizyjne, w zbliżeniu, pokazały milionom widzów but Pumy. Za grę w butach tej firmy Pele dostał (nieoficjalnie) 120 000 dolarów. Ta sprytna, a przemyślana reklama Pumy wywołała wściekłość rywala. W historii zwycięskich butów zapisało się również wielu innych wybitnych sportowców, którzy swoje największe sukcesy odnosili właśnie w butach Pumy. Należą do nich między innymi Euzebio – zdobywca największej liczby bramek oraz tytułu „Piłkarz Turnieju” podczas MŚ w Anglii; Guillermo Vilas, który w butach Pumy zwyciężał w turniejach tenisowych French i US Open, a następnie podczas Australian Open; Martina Navratilova i Boris Becker, którzy zwyciężali Wimbledon ubrani w strój oraz obuwie Pumy. W 1986 Diego Maradona, grający w zespole Argentyny, zdobył Mistrzostwo Świata w Piłce Nożnej. Linford Christie ustanowił dwa rekordy w biegu na 60 i 200 metrów. Od 1999 do 2002 Puma dostarcza ubrania i obuwie francuskiemu napastnikowi Nicolasowi Anelce, który staje się drugim najdroższym graczem piłkarskim na świecie.

Siedziby obu firm sąsiadują nadal w miasteczku (23 200 mieszkańców) Herzogenaurach, leżącym 20 km od Norymbergii, a choć większość produkcji przeniesiono już dawno do krajów o mniejszych kosztach produkcji.

Jednym z kluczowych momentów rywalizacji były igrzyska olimpijskie 1960 r. Barbara Smit twierdzi w swej książce, że wtedy po raz pierwszy olimpijczycy dostali pieniądze za reklamę obuwia. Rudolf Dassler otworzył tę puszkę Pandory w 1960 r., płacąc niemieckiemu sprinterowi Arminowi Hary\'emu za używanie butów Pumy w finale stumetrówki. Przedtem Hary biegał w butach Adidasa i poprosił o pieniądze Adiego, ten odmówił. Hary wygrał finał olimpijski w butach Pumy, a potem założył buty Adidasa na ceremonię wręczania medali, szokując tym obu braci. Sprytny Hary miał nadzieję dostać pieniądze od obu firm, ale Adi był tak oburzony, że nie dał grosza mistrzowi igrzysk.

W 2000 roku Puma podpisała kontrakt z Polskim Związkiem Piłki Nożnej na dostawę sprzętu dla Polskiej Reprezentacji Narodowej oraz reprezentacji młodzieżowej. Cztery lata później Puma, jako oficjalny dostawca sprzętu dla reprezentacji Jamajki w lekkiej atletyce, świętowała swój sukces podczas Olimpiady w Atenach. Sztafeta kobiet zdobyła brązowy medal na dystansie 4 x 400 m oraz złoty na dystansie 4 x 100 m. W tym samym roku do kolekcji gwiazd sportu ubranych w buty Pumy dołączył zespół Mild Seven Renault F1. Także w 2004 roku, Puma Polska podpisała umowę z młodą, obiecującą tenisistką Martą Domachowską. Marta zakończyła rok 2004 na 73. miejscu listy WTA. We wrześniu Puma AG ogłosiła współpracę z Ferrari Spa. Puma AG posiada od stycznia 2005 roku licencję na repliki oraz inne artykuły dla fanów Ferrari oraz rozpoczęła dostarczanie ognioodpornych produktów, takich jak stroje dla ekipy, buty oraz akcesoria. Kolejnym sukcesem stała się współpraca z wielokrotnym zwycięzcą F1 Michaelem Schumacherem. Puma AG od początku roku 2005 jest oficjalnym dostawcą obuwia dla Michaela. W grudniu 2004 Puma Polska przedłużyła kontrakt z Polskim Związkiem Piłki Nożnej i będzie kontynuowała dostawę sprzętu dla Polskiej Reprezentacji Narodowej, a także reprezentacji młodzieżowych oraz reprezentacji kobiet.

Po koniec 2002 roku firma Puma Polska podjęła decyzję o rozpoczęciu realizacji strategii komunikowania sportlifestyle’owych wartości marki Puma. Repozycjonowano markę ze sportowej na „modową o sportowych korzeniach” – wzorem nieco wcześniejszej strategii dla tego brandu na innych rynkach. Wszystkie akcje zostały skupione na budowaniu wizerunku marki, który jest połączeniem sportu, mody i stylów życia. Celem kampanii jest zwiększenie świadomości marki jako lifestyle’owej, a strategia komunikacyjna zakłada zainteresowanie marką młodych trendsetterów.

Bardzo dobrym kanałem komunikacyjnym okazały się niekonwencjonalne pokazy mody, które oprócz prezentacji najnowszych kolekcji przedstawiały style życia inspirowane wartościami marki. W kwietniu 2004 r. odbył się pierwszy niekonwencjonalny pokaz mody pt. „Puma Anti-Fashion Show”. Natomiast w tym roku firma Puma zdecydowała się na kolejny ekscentryczny, kreujący nowe trendy życia, pokaz mody pt. „Puma Trend Convention”. Tym razem do tej oryginalnej prezentacji Puma zaangażowała osobistości polskiej sceny muzycznej, aktorów, prezenterów, dziennikarzy i sportowców, którzy razem ze swoimi przyjaciółmi przedstawili nowe ubrania, buty oraz akcesoria firmy Puma. Wybrali je z najnowszej kolekcji 2005 i zmieszali z własnym stylem życia, dopasowując do indywidualnego temperamentu oraz zainteresowań.

Dzięki marketingowi szeptanemu „whisper marketing”, zainicjowanemu przez trendsetterów obecnych na pokazach, marka Puma staje się marką symboliczną, związaną ze spontanicznym i indywidualnym stylem życia. Źródłem wizerunku jest zarówno producent – Puma jest marką o wieloletniej tradycji i bardzo dobrych notowaniach rynkowych, jak i użytkownik, który kupuje produkty dla podkreślenia własnego, indywidualnego stylu życia. Z tego też powodu pozycjonowanie oparte jest na skojarzeniach niematerialnych, takich jak styl życia, sport, moda, wysoka jakość wyrobu.