



Zum Kinostart von SPACE JAM: A NEW LEGACY bringen Warner Bros. Consumer Products und SNIPES eine spannende Kollektion auf den Markt

Am 10. Juli, kurz vor dem weltweiten Kinostart des langersehnten Films SPACE JAM: A NEW LEGACY mit NBA-Superstar LeBron James, bringt SNIPES eine limitierte Kollektion für die ganze Familie heraus, die aus insgesamt 48 Kleidungsstücken sowie Accessoires besteht, alles inspiriert von den LOONEY TUNES und der Ästhetik des Films.

Dabei handelt es sich nicht nur um eine herkömmliche Basketball-Kollektion. Die Kollaboration kombiniert die urbane Streetstyle-Kultur von SNIPES mit dem lässigen Charisma der LOONEY TUNES und umfasst auch alltagstaugliche Jeansjacken, Shorts und coole Accessoires.

Caps, Bucket Hats und Socken ergänzen die Kollektion, aber auch Basketball-Fans und -Spieler kommen auf ihre Kosten. Bunte Tracksuits mit LOONEY TUNES Prints, Basketball-Trikots, Grafik-Shirts und sogar Schweißbänder und Basketbälle sind dabei. Alles, was man eben braucht, um die LOONEY TUNES zu repräsentieren.

Um noch mehr Vorfreude rund um die Kollektion zu erzeugen, hat SNIPES einige spannende Aktionen vorbereitet. Vom 25. bis 27. Juni haben riesige Basketbälle in Paris, Mailand, Madrid, Berlin und Köln für Überraschungsmomente gesorgt.

Zusätzlich fordert SNIPES seine Community mit ein paar aufregenden Basketball-inspirierten Spielen heraus. Die Sieger gewinnen Tickets für ein besonderes Pre-Screening-Event, das in Berlin stattfinden wird.

Zu guter Letzt wird es ein Basketball AR-Game geben, das auf allen mobilen Endgeräten verfügbar sein wird. Ganz ohne App-Download haben Teilnehmer die Chance auf tolle Preise.

Die limitierte Kollektion SPACE JAM: A NEW LEGACY X SNIPES ist ab dem 10. Juli 2021 in allen SNIPES-Filialen und online unter www.snipes.com erhältlich. Die Kooperation für die gemeinsame Kollektion ist von der Beratungsagentur Jung von Matt NERD kuratiert worden.



Über SNIPES:

WE ARE SNIPES!

Inspiziert von Hip-Hop, Streetball, Dance und Action-Sports legte die Eröffnung des ersten SNIPES Stores im Jahr 1998 den Grundstein für ein Movement, das mittlerweile junge Menschen weltweit miteinander verbindet. Dem Outfitter-Prinzip folgend, bieten der SNIPES Onlineshop und die mehr als 400 SNIPES Stores in Europa und den USA sowohl aktuelle Streetwear-Pieces und Sneaker als auch klassisch zeitlose Looks von Marken wie adidas, Jordan, Karl Kani, Nike, Reebok oder Vans. Die eigenen SNIPES Kollektionen und erfolgreiche Kollaborationen mit anderen Streetwear-Brands sowie exklusive Sneakermodelle stellen besondere Alleinstellungsmerkmale im Sortiment dar. Darüber hinaus ist SNIPES weiterhin tief in der globalen Street-Culture-Community verwurzelt, arbeitet eng mit Schlüsselfiguren aus der Szene und unterstützt talentierte Sportler oder kreative Künstler.

Über SPACE JAM: A NEW LEGACY:

Welcome to the Jam! NBA-Champion und Basketball-Ikone LeBron James begibt sich in „Space Jam: A New Legacy“ auf ein episches Abenteuer. An seiner Seite: kein Geringerer als der unverwüsthche Bugs Bunny persönlich! Regisseur Malcolm D. Lee wurde bei diesem verrückten Animations-/Live-Action-Event von einem innovativen Filmteam unterstützt, dem unter anderen Ryan Coogler und Maverick Carter angehörten. „Space Jam: A New Legacy“ präsentiert nicht nur ein aberwitziges Mash-up zweier Welten, sondern zeigt auch, wie weit manche Eltern gehen, um eine Verbindung zu ihren Kindern aufzubauen.

Im Film nimmt eine bössartige Künstliche Intelligenz LeBron und seinen kleinen Sohn Dom in der digitalen Welt gefangen. Um zurück nach Hause zu kommen, muss LeBron aus Bugs, Lola Bunny und der gesamten Bande notorisch undisziplinierter Looney Tunes ein Basketball-Team formen, das es mit den digitalen Champions der Künstlichen Intelligenz aufnehmen kann. Auf dem Spielfeld bekommen es die Helden dabei mit einer nie zuvor gesehenen und scheinbar übermächtigen Truppe von professionellen Basketball-Stars zu tun. Das epische Match „Tunes“ gegen „Goons“ beginnt – und mit ihm die größte Herausforderung in LeBrons Leben. Wird es ihm gelingen, die Beziehung zu seinem Sohn neu zu definieren und zu erkennen, wie wichtig es ist, man selbst zu sein? Verraten sei schon jetzt: Die Tunes scheren sich nicht viel um Konventionen, sondern lassen ihren einzigartigen Talenten im Spiel einfach freien Lauf – und damit überraschen sie selbst „King“ James!

Über Warner Bros. Consumer Products:

Warner Bros. Consumer Products (WBCP), eine WarnerMedia Company, erweitert das leistungsstarke Portfolio des Studios an Entertainment-Marken und -Franchises bis in das Leben von Fans auf der ganzen Welt. WBCP arbeitet mit führenden Lizenznehmern weltweit an einer preisgekrönten Reihe von Spielwaren, Mode, Wohndekor und Verlagsveröffentlichungen zusammen, die von Franchises und Properties wie DC, Wizarding World, Looney Tunes, Hanna-Barbera, HBO, Cartoon Network und Adult Swim inspiriert sind. Der erfolgreiche, globale Themen-Entertainment-Bereich des Unternehmens umfasst bahnbrechende Erlebniswelten wie die The Wizarding World of Harry Potter und Warner Bros. World Abu Dhabi. Mit innovativen, globalen Lizenz- und Merchandising-Programmen, Einzelhandelsinitiativen, Werbepartnerschaften und Erlebniswelten ist WBCP eine der führenden Lizenz- und Einzelhandels-Merchandising-Organisationen der Welt.

Über Jung von Matt NERD

Jung von Matt NERD wurde im Dezember 2019 von JvM SPORTS Partner Toan Nguyen gegründet. Die Agentur ist eine Vermarktungsberatung für Fandom-, Nerd- und digitale Popkultur. Im Zentrum steht die Kuration für Marken von individuellen Lizenz-, Rechte- und Aktivierungsportfolios aus den Bereichen: Gaming, Let's Play, Cosplay, Superhelden, Fantasy, Science-Fiction, Anime, Kawaii und K-POP. Zum Partnernetzwerk von Jung von Matt NERD gehören große Filmstudios, globale Videogame-Publisher und Talent Managements.



Kontakte:

Warner Bros. Consumer Products, Nick Mondry-Ritter, Tel: 040 22 650 472,
infolicensing@warnerbros.com www.warnerbroconsumerproducts.de

SNIPES, Akosua Asamoah-Boateng, Tel: +49 162 21 93 540,
akosua.asamoah-Boateng@snipes.com

Jung von Matt NERD, Alexander Möthe, Tel: +49 40 4321-1377,
alexander.moethe@jvm.de

Presse:

public insight, Michelle Schmidt, Tel: 089 78 79 79 914, mschmidt@publicinsight.de