

Pizza trifft Basketball-Design: Domino's und Comrade Berlin präsentieren 160 limitierte Design-Basketbälle

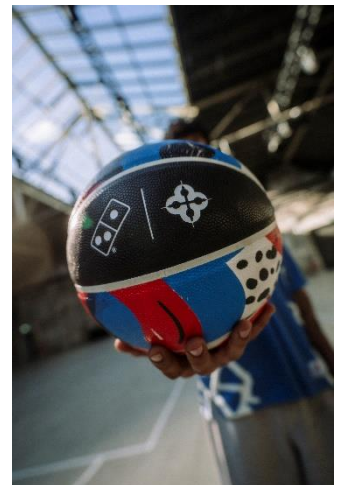
Hamburg, August 2026. *Pizza trifft Design, Basketball trifft Street Culture: Domino's Pizza und die Berliner Design-Basketball-Brand Comrade Berlin haben gemeinsam zwei exklusive Design-Basketbälle entwickelt. Die Designs „Memphis“ und „Monogram“ erscheinen in einer Gesamtauflage von nur 160 Exemplaren – und sind nicht käuflich erhältlich.*

Die limitierten Bälle werden stattdessen über ausgewählte Community-Aktivierungen, Social-Media-Gewinnspiele und Basketball-Events vergeben. Die Kooperation verbindet das bestehende Basketball-Engagement von Domino's mit der Design- und Street-Culture-Welt von Comrade Berlin.

Vom Friedrichshainer Start-up zur internationalen Designmarke

Comrade Berlin wurde 2023 in Berlin-Friedrichshain gegründet und hat sich innerhalb kurzer Zeit in der internationalen Basketball- und Street-Culture-Szene etabliert. Die Marke entwickelt Basketballbälle als Designobjekte an der Schnittstelle von Sport, Kunst und Interior Design. Mehr als 200 Entwürfe sind seit der Gründung entstanden, viele davon als limitierte Drops oder Einzelstücke.

Für die Kooperation mit Domino's entwickelte das Berliner Unternehmen zwei exklusive Designs: „Memphis“ übersetzt die Domino's Farbwelt in ein auffälliges, grafisches Design mit den Farben der Marke und abstraktem Muster. „Monogram“ setzt dagegen auf einen dunkleren, reduzierten Look und einen hochwertigen Logo-Muster Prägung.



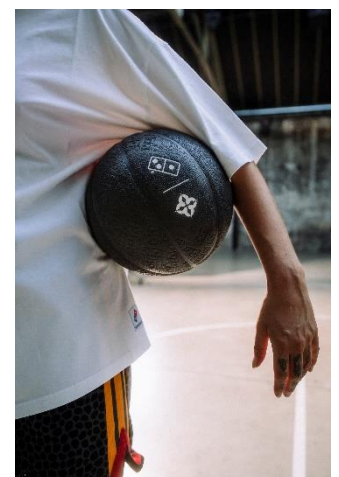
"Memphis"

„Basketball ist längst mehr als Sport und Teil von Street Culture, Mode und Design. Comrade interpretiert Basketball auf eine moderne und überraschende Art und ist damit ein perfekter Fit für uns. Diese Kooperation ist Teil unseres Basketball-Engagements über das Spielfeld hinaus: Wir bringen unsere Marke in einen relevanten kulturellen Kontext und schaffen neue Berührungspunkte mit der Basketball-Community“, sagt Sarah Kilian, Senior Brand Manager von Domino's Pizza Deutschland.

Berlin als Bühne der Kampagne

Begleitet wird der Launch von einem eigens produzierten Kurzfilm, der komplett in Berlin gedreht wurde. Die Kampagne inszeniert die limitierten Basketballbälle als begehrte Kunstobjekte in einem urbanen Kunstraub-Szenario und greift dabei die kreative Energie und den Charakter der Hauptstadt auf. Verschiedene Berliner Schauplätze bilden die Kulisse für eine Geschichte zwischen Street Culture, Kunstwelt und Basketball.

Mit der Kooperation baut Domino's seine Zusammenarbeit mit außergewöhnlichen Partnern weiter aus und schafft neue Berührungspunkte mit seiner Community. Gleichzeitig knüpft die Aktivierung an das kontinuierliche Engagement der Marke im Basketball an. Als Premium-Partner des Deutschen Basketball Bundes (DBB) unterstützt Domino's den Sport bereits seit mehreren Jahren und erweitert dieses Engagement nun um kreative Impulse jenseits des Spielfelds.



"Monogram"

Die Basketballbälle werden nicht verkauft. Der Großteil der limitierten Auflage wird direkt über Community-Aktivierungen, Social-Media-Gewinnspiele und bei Basketball-Events vergeben.



Über Domino's Pizza Deutschland GmbH

Domino's Pizza Deutschland ist mit rund 400 Stores, rund 180 Franchisepartner:innen sowie über 10.500 Mitarbeiter:innen Marktführer im Bereich Pizza Home Delivery und gehört zu den zehn größten Gastro-Franchisegebern. Die Marke mit dem rot-blauen Dominostein bereitet jährlich 30 Mio. Pizzen zu. Dabei verfolgt Domino's Pizza stets das Ziel, handgemachte Pizza, Pasta, Salate sowie Wraps, Chicken Snacks und Desserts aus hochwertigen Zutaten schnell und frisch zu liefern. www.dominos.de

Pressekontakt:

E-Mail: presse@dominos.de

Domino's Newsroom: <https://www.dominos.de/dominospresse/>