

DEICHMANN begeistert mit erstem Live-Marken-Battle die Social-Media-Communities

Kleinanzeigen holt den Titel

Essen, 07.02.2025

Das große Live-Battle der Brands in Köln am 5. Februar 2025 war der Höhepunkt einer groß angelegten Social-Media-Kampagne, die in den vergangenen Monaten über 200 Millionen Views und mehrere Millionen Interaktionen auf unterschiedlichen Social-Media-Kanälen generiert hat. Neben 300 Zuschauerinnen und Zuschauern vor Ort, verfolgten auf TikTok, Twitch, Instagram und YouTube bis zu 25.000 Userinnen und User das aus Social Media entwickelte innovative Live-Format. Kleinanzeigen setzte sich am Ende gegen alle Konkurrenten durch.

Spannung, Challenges und Marken-Entertainment auf höchstem Niveau

Neben Veranstalter DEICHMANN traten Oreo, Kleinanzeigen, Aldi Süd, Condor und Glückspilz in einem packenden Wettbewerb mit Teams aus jeweils drei Mitarbeitenden um den Titel der führenden Social-Brand im realen Leben an. Die teilnehmenden Teams stellten sich einer Vielzahl an kreativen und anspruchsvollen Challenges – von Geschicklichkeitsaufgaben über Quiz-Formate bis hin zu actionreichen Speed-Battles. Die Kandidatinnen und Kandidaten zeigten dabei vollen Einsatz, um ihre Marken bestmöglich zu präsentieren und ihre Fans zu begeistern. Als Moderatoren führten Steven Gätjen und SelfieSandra durch die Show. Auch Streamer zarbex begleitete den Wettstreit auf seinem Twitch-Kanal.

„Wir freuen uns riesig, dass Kleinanzeigen den Sieg geholt hat – aber noch mehr darüber, dabei gewesen zu sein. Ein großes Dankeschön an die anderen starken Teams, an alle, die mitgefiebert haben und natürlich an DEICHMANN für die Organisation dieses außergewöhnlichen Events. Euer aller Einsatz hat diese Erfahrung unvergesslich gemacht“, erklärt Marijana Kelava, Social Media und Sustainability Lead bei Kleinanzeigen.

„Das live Event war der Höhepunkt einer mutigen Social-First-Journey, die sehr viel Neues angestoßen hat. Unser Team hat sich großartig geschlagen und wirklich alles gegeben! Wir gratulieren Kleinanzeigen von Herzen. Es war ein großartiges Miteinander und vor allem konnten wir allen Communities etwas Einzigartiges bieten!“, so Dennis Falk, Leiter Social Media bei DEICHMANN.

Social Buzz und Community-Power: Mega Reichweite für die teilnehmenden Brands

Die digitale Aufmerksamkeit für das Live-Event war enorm: Bereits Monate im Voraus eingeleitet, generierte DEICHMANN und später die teilnehmenden Brands einen Social-Buzz durch die vielen gegenseitigen Schlagabtausche und Community-Engagements. Besonders beeindruckend: Einzelne Videos knackten die Marke von über einer Million Organic-Views und erhielten mehr als 60.000 Likes. Auch die Live-Show selbst sorgte mit tausenden Kommentaren und Shares für maximale Interaktion.

Best-Case für Social-First

Beat The Brand ist ein Meilenstein für unser Social Media Marketing und beweist, wie wichtig Brand-Entertainment für die Gen Z ist. „Das Konzept hat sich als voller Erfolg erwiesen. Wir konnten mit der Kampagne über einen langen Zeitraum nicht nur sehr viele Menschen erreichen, sondern auch involvieren und begeistern und damit ein unvergleichliches Community-Erlebnis schaffen“, resümiert Lukas Kaiser, VP Global Brand Competence Center bei DEICHMANN.

Mit diesem innovativen Event-Format haben DEICHMANN und die weiteren teilnehmenden Marken gezeigt, wie Markenbindung und digitale Interaktion neu gedacht werden können.

Im Anschluss an die Show gab es für alle digitalen Zuschauerinnen und Zuschauer bis Mitternacht einen 20%-Rabatt-Code für den DEICHMANN Online-Shop.

Medienkontakt



Unternehmens-
kommunikation

Michele Leyendecker

[michele_leyendecker](mailto:michele_leyendecker@deichmann.com)

[@deichmann.com](mailto:michele_leyendecker@deichmann.com)

Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Familienbesitz. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel und in über 30 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 49.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt rund 4.700 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format in der Schweiz Dosenbach, Ochsner Shoes und Ochsner Sport, vanHaren in den Niederlanden und Belgien, in den USA Rack Room Shoes sowie die SNIPES-Gruppe mit Filialen und Onlineshops in Europa und in den USA.