„Beat the brand“

DEICHMANN bringt den virtuellen Wettstreit der Marken ins echte Leben

Essen, 23.10.2024

Welche Marke ist wirklich die Nummer 1 im Netz? Das muss ein für alle Mal geklärt werden. Davon ist das Social-Media-Team von DEICHMANN überzeugt und fordert aktuell andere Marken zum Wettstreit heraus – und zwar in der realen Welt. „Beat the brand“ heißt die neuste Aktion des Teams, die am Ende in einem großen Live-Event im Gameshow-Format münden wird.

In den digitalen Kommentarspalten, vor allem auf TikTok, tobt er schon lange – der Wettstreit zwischen den Marken. Brand Accounts liefern sich im Community Management einen verbalen Schlagabtausch, beefen sich spielerisch an und fordern sich augenzwinkernd heraus. Wer darin gut ist, gewinnt Aufmerksamkeit, Follower und Fame.

Ganz vorne mit dabei ist auch DEICHMANN mit seiner starken und extrem aktiven Community. Europas größter Schuheinzelhändler ist Vorreiter darin, Wünsche aus der Community aufzugreifen und zu erfolgreichen nativen Content-Formaten zu entwickeln. Bestes Beispiel: Mit dem Launch einer limitierten Kollektion hat DEICHMANN auf einen Wunsch seiner Community reagiert und im Frühjahr dieses Jahres Sneaker für Erwachsene im Design von PAW Patrol auf den Markt gebracht. Vom TikTok-Kommentar zum Produkt dauerte es bei DEICHMANN nur 90 Tage. Die Schuhe fanden reißenden Absatz und es entstand ein regelrechter Hype rund um das Thema.

Doch wer ist wirklich die beste Brand im Social Web? Das soll sich im realen Leben beim spektakulären Live-Event „Beat the brand“ entscheiden, das DEICHMANN organisiert. „Die Idee zu dem Event entstand durch unsere Community Battles mit den andere Marken. Wir dachten uns: Warum immer nur Kommentare schreiben und nicht mal tatsächlich live gegeneinander antreten?“, sagt Dennis Falk, Head of Social Media bei DEICHMANN.

Für diese Idee wirbt das Team im wahrsten Sinne des Wortes derzeit auf allen Kanälen und fordert andere Unternehmen in humoriger Weise zum Mitmachen auf. Neben unangekündigten Besuchen bei einigen Brands kaperte das Social-Media-Team auch den LinkedIn-Account von DEICHMANN, um über diese Plattform die Entscheider anderer Marken zu erreichen und zur Teilnahme zu animieren.

Social-Media-Gameshow im Februar

Das Live-Event um den Titel „Beste Brand im WWW“ wird Anfang Februar in einem TV-Studio stattfinden. „Beat the brand“ ist die erste Social-Media-Gameshow, bei der bis zu acht Marken gegeneinander antreten. Während des 90 bis 120-minütigen Events beweisen Teams der einzelnen Unternehmen in kreativen, taktischen und sportlichen Challenges, dass sie die Like-Buttons und Kommentarspalten zum Glühen bringen können. Dabei stellen sie ihr Geschick, ihren Mut, ihre Schlagfertigkeit und nicht zuletzt ihren Unterhaltungswert unter Beweis. Das Spektakel wird auf TikTok, Instagram und Twitch live übertragen und macht so auch die Communities zu einem Teil der Show.

„Mit unserem Konzept bewegen wir die Generationen und gehen zugleich in der Kommunikation mit unserer Community weiter neue Wege“, sagt Sabine Zantis, CMO von DEICHMANN. „Wir wollen mit unseren innovativen, zielgruppengerechten Inhalten den teilnehmenden Brands und Zuschauern ein

unverwechselbares, zeitgemäßes Event bieten und zugleich maximale Reichweite und Engagement generieren. Bei all dem geht es vor allem um Spaß und um die Freude am spielerischen Wettstreit. Wir freuen uns über jede Marke, die Lust hat, dabei zu sein.“

Über die Landingpage www.beat-the-brand.de können sich die Brands noch bis Ende November bewerben.

Unterstützt wird DEICHMANN bei der Kampagne durch die Agenturen Accenture Song und gen-up.

Die Produktion des Live-Events übernimmt die Kölner Produktionsfirma Seapoint Productions (u.a. „Let’s Dance“, „Das Sommerhaus der Stars“, „Edins Neo Night“). „Wir lieben live, wir leben Show und freuen uns sehr, mit „Beat the Brand“ die erste Social-Media-Gameshow zu produzieren. Die Zusammenarbeit macht uns bereits in der Entwicklungsphase großen Spaß, TikTok-Challenge-Spieletests inklusive. Die Communities der Brands können sich auf eine hochwertige und sehr unterhaltsame Live-Show freuen, an der sie aktiv teilhaben können. Mit unserer langjährigen Expertise in der Produktion von Live- und Gameshows werden wir den Brands und ihren Teams eine würdige Bühne bieten, um in Challenges und Duellen um den Titel der besten Brand zu kämpfen.“ sagt Nina Klink, Geschäftsführerin von Seapoint.

Hier geht es zu den Videos bei TikTok:

Announcement Video zum Live-Event:
https://vm.tiktok.com/ZGdRMEkqj/

How to Brands „hops nehmen“
https://vm.tiktok.com/ZGddNXFcK/
https://vm.tiktok.com/ZGddNmyTs/

Flixbus-Besuch:
https://vm.tiktok.com/ZGddNgW2b/

Medienkontakt

Leitung Internationale
Presse
Sonja Schröder
sonja_schroeder@deic
hmann.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 31 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt mehr als 4.500 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format die Konzepte MyShoes, 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.