

„Für das Echte“

Die Zusammenarbeit zwischen DEICHMANN, adidas und Sarah Connor geht in die dritte Runde.

Essen, 29.07.2024

Die neue Herbst/Winter-Kampagne von Europas größtem Schuheinzelhändler mit Pop-Ikone Sarah Connor bewirbt eine Auswahl an Footwear-Artikeln von adidas (VL Court Base, Grand Court Base 00s und Cloudfoam Comfy EL) und setzt dabei auf die Attribute „ehrlich“, „erreichbar“ und „authentisch“. „DEICHMANN x adidas x Sarah Connor – Für das Echte“ wird vom 29. Juli bis 8. September 2024 in Deutschland und Österreich über TV, Digital Social Media sowie am POS ausgespielt und durch PR-Maßnahmen begleitet.

Der Kampagnen-Film spielt mit einer Mischung aus Realität und „Manipulated Realities“. Sarah bewegt sich durch eine pulsierende Großstadt, in der die neuen Sneaker-Modelle unverhältnismäßig groß in verschiedenen urbanen Räumen interagieren. So bekommen auch die neuen Hero-Sneaker die Aufmerksamkeit, die sie verdienen. Ganz nach dem Motto „Für das Echte“ holt Sarah die Sneaker zurück in die Realität und lässt sie ihre normale Größe annehmen. Dafür arbeitet die Kampagne mit optischen Täuschungen, spannenden Perspektiv-wechseln und versteckten Transitions.

Die dynamischen Filmformate werden durch Sarah Connors Voice-Over ergänzt, in dem sie ihre empowernde Botschaft direkt an die Zuschauenden richtet: Sei ehrlich, sei mutig, sei echt. Und zwar in jedem Moment. Denn fragt man die Sängerin, was für sie „echt“ bedeutet, findet sie das vor allem „in Menschen, in einem Blick oder auch in der Natur.“

„DEICHMANN steht als Unternehmen und Family-Brand schon immer für Ehrlichkeit und Authentizität. Sarah Connor ist ebenfalls als authentische und facettenreiche Künstlerin bekannt, die in der Öffentlichkeit und mit ihren Songs zu sich selbst und ihren Emotionen steht. Sie ist das perfekte Gesicht für diese Kampagne“, erklärt Sabine Zantis, Chief Marketing Officer bei DEICHMANN, und ergänzt: „DEICHMANN bietet angesagte Marken-Sneaker zu erschwinglichen Preisen und gibt somit allen die Möglichkeit, den eigenen Style zu finden.“

Heros der Kampagne sind die adidas-Modelle für Frauen VL Court Base, Grand Court Base 00s und Cloudfoam Comfy EL. Das Spiel mit überdimensionalen Sneaker-Modellen, die Grenzen überwinden, wurde durch den Einsatz von CGI-Technik (Computer Generated Imagery) ermöglicht. Die Kampagne beinhaltet neben elf Sneakern auch Taschen und Rucksäcke. Erhältlich sind die Styles in DEICHMANN-Stores in Deutschland und Österreich sowie im Onlineshop unter www.deichmann.com. Preislich liegen die Artikel zwischen 17,99 € und 64,99 €.

„Unser Ansatz war, eine gemeinsame Story zu erzählen“, ergänzt Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN. „Alle drei Kooperationspartner verkörpern ähnliche Werte wie die Demokratisierung von Sport und Mode, Nahbarkeit und Authentizität.“

„DEICHMANN x adidas x Sarah Connor – Für das Echte“ richtet sich an Frauen ab 16 Jahren mit einem aktiven, authentischen Lebensstil, die Wert auf Fashion und Streetwear, aber auch auf Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen.

Die Kampagne wurde gemeinsam mit der Werbeagentur Scholz & Friends Düsseldorf umgesetzt – und setzt neben einem 10- und 20-sekündigen TV-Spot vor allem auf Social Media.

CREDITS

DEICHMANN

Andreas Conze – Vice President of Global Creation & Brand Management

Marcel Nawrath – Head of Global Creation & Brand Management

Drazen Pehar – Head of Brand & Licensing

Tina Zitelli – Marketing Manager Global Content Production

Anna Weiss – Marketing Manager Global Content Production

Marina Vogt – Marketing Manager Sports Brands & Licenses

ADIDAS

Dominik Magotsch – Senior Manager WHS Activation

Lisa Piwernetz – Manager WHS Activation

SCHOLZ & FRIENDS

SCHOLZ & FRIENDS Isabel Lapp – Executive Creative Director

Alper Yazar – Creative Director

Katrin Werthmann – Client Service Director

Alexander Richter – Senior Copywriter

Camille Köhler – Junior Art Director

Nina Hermanns – Account Manager

[Hier gibt es das Video auf YouTube:](#)

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 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.