Karrierestart dank DEICHMANN-Schuhen

Ridle Baku blickt in der neuen Sport-Kampagne von DEICHMANN in Kooperation mit Adidas auf die Anfänge seiner Fußball-Karriere zurück.

Essen, 26.03.2024

Seit Jahren weitet DEICHMANN sein Angebot an Marken-Sneakern immer stärker aus. Die Idee dahinter: Wir wollen die relevantesten Marken für jeden zugänglich machen. Dieses Grundversprechen von Europas größtem Schuhhändler spiegelt sich auch in der aktuellen Sport-Kampagne mit Fußball-Profi Ridle Baku wider. Der Nationalspieler verbindet seinen erfolgreichen Einstieg in den Profisport auch mit Schuhen von DEICHMANN.

„Für meine Geschwister und mich war der Sport schon immer alles“, sagt Ridle Baku zu Beginn des neuen Kampagnen-Spots, der in Kooperation mit Adidas entstanden ist. „Wir waren zu Hause sieben Kinder. Dass ich damals gute Fußball-Schuhe hatte, lag auch daran, dass diese bei DEICHMANN zu einem fairen Preis zu haben waren“, beschreibt Baku seine ersten Erlebnisse mit dem Family-Retailer.

In dem emotionalen Spot sieht der U21-Europameister von der Tribüne aus nicht nur einer jüngeren Version seiner selbst beim Fußball-Training zu, sondern auch zurück auf seine persönlichen Anfänge und die Bedeutung des Sports in seinem Leben. Und natürlich die Bedeutung von guten, erschwinglichen Sportschuhen. „Gute Schuhe zu einem fairen Preis waren damals wichtig für uns. Und sind es auch heute noch“, schließt Baku im Spot, der den „Adidas Breakstart“ bewirbt – ein neues und exklusiv bei DEICHMANN erhältliches Model, das für 59,99 € in allen DEICHMANN-Filialen sowie im Online-Shop erhältlich ist.

„Ridle Baku ist auf uns zugekommen. Er ist ein außergewöhnlicher 25-jähriger Fußball-Profi, dem Werte und soziales Engagement sehr wichtig sind. Genau wie uns. In gemeinsamen Gesprächen haben wir schnell festgestellt: Das ist ein Perfect Fit“, beschreibt Oliver Cantoria, Vice President Sports & Lifestyle Brands bei DEICHMANN, die Verbindung zu Baku.

Julian Müscher, Senior Manager Sports Brands bei DEICHMANN und verantwortlich für die Kampagnenumsetzung, ergänzt: „Der Profifußball wirkt oft sehr abgehoben. Unsere Kooperation mit Adidas und Ridle Baku zeigt eine andere, bodenständige Facette und die Überzeugung, dass gute und modische Marken-Sneaker auch zu einem bezahlbaren Preis erhältlich sein können.“

Die Adidas Breakstart-Kampagne mit Ridle Baku wurde in kreativer Co-Konzeption von Julian Müscher, TRXBE und saymyname. entwickelt. Verantwortlich für die Produktion der Kampagne sowie das Styling ist saymyname., mit Benjamin Zech als Lead Producer und Franz Becker als führendem Kameramann. Regie und Fotografie stammen von Sebastian Mowka. Für das Make Up ist Anna Ariztegui verantwortlich.

Die Kampagne läuft seit dem 25. März 2024 deutschlandweit für die Dauer von vier Wochen sowohl instore als auch über einen 360° Omnichannel-Ansatz.

Mediaagentur für die nationale Kampagne ist die Mediaplus Media1 GmbH & Co KG.

Hier findet sich der Spot auf YouTube:
adidas x Ridle Baku bei DEICHMANN

Medienkontakt

Unternehmens-
kommunikation
Michele Leyendecker
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.