Weil wir Schuhe lieben

DEICHMANN startet mit großer Brand-Kampagne ins Jubiläumsjahr 2024

Essen, 05.02.2024

DEICHMANN ist mehr als nur ein Schuhgeschäft. Wir begleiten unsere Kundinnen und Kunden seit 111 Jahren auf Schritt und Tritt. Ob im Alltag, in der Freizeit, beim Sport oder im Urlaub, ob erste Schritte, Meilensteine oder bequemer Einstieg – wir wollen, dass sich jeder Mensch gute Schuhe leisten kann. Diesen Anspruch erweckt DEICHMANN als kommunikativen Jahresauftakt in einer bildgewaltigen Multichannel-Brand-Kampagne zum Leben. Für alle Menschen von jung bis junggeblieben, von der Fashionista bis zum Sneakerhead, immer zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Mit einem starken Auftakt im Frühjahr, aber langfristig als fester Bestandteil der Kommunikation geplant, stärkt die Kampagne die Position von DEICHMANN als Europas Love-Brand #1 für Schuhe weiter.

Die Inszenierung der neuen Image-Kampagne ist dabei gewohnt hochwertig, aber ebenso betont frisch und humorvoll. Durch das wiederkehrende „Wir wollen, dass…“, zeigt DEICHMANN nicht nur Selbstbewusstsein, sondern auch ein tiefes Verständnis für die Dinge, die Kunden von einer modernen Marke erwarten und auch verlangen können. Dabei wird weniger der einzelne Schuh oder ein konkretes Angebot beworben, als vielmehr der Kern der Marke, der den Kunden immer in den Mittelpunkt stellt. Die Kreation ergänzt den Marketingplan zu den gewohnten saisonalen Kampagnen und Promotions und dient gleichzeitig der Neuaufladung des Claims „Weil wir Schuhe lieben“.

„Die Marke DEICHMANN bleibt am Puls der Zeit und als verlässlicher Begleiter an der Seite aller Menschen. Das wollen wir mit einem frischen, stylischen und selbstbewussten Auftritt zum Ausdruck bringen, über den gesprochen wird. Als Bestätigung für alle, die schon heute gerne bei uns kaufen, aber vor allem auch für die, die uns vielleicht nicht mehr oder noch nicht auf dem Zettel haben“, erklärt Sabine Zantis, CMO bei DEICHMANN.

Mit einer breiten Markenauswahl, den neuesten Trends, modernen Filialen und Onlineshops und nicht zuletzt überzeugenden Preisen möchte DEICHMANN allen Zielgruppen das rundum beste Schuh-Angebot machen. Dieses nahbare „Wir verstehen, was ihr braucht, und sind für Euch da – in allen Schuhlagen“ transportiert die Kampagne an jedem Touchpoint. Vom 30“- und 20“-TV-Spot, über das Onlinevideo und Social Media in diversen Formaten bis hin zu Out-Of-Home- Motiven, den POS und begleitender PR. Und das natürlich im Heimatmarkt Deutschland, aber auch in allen anderen DEICHMANN-Ländern in Europa.

„Mit dieser Kampagne starten wir auch unsere erste DOOH-Kampagne überhaupt, die in plakativen, modischen Bildern den Lifestyle unserer Zielgruppen feiert. Und die in humorvollen Zeilen unseren Marken-Anspruch untermauert, einfach jedem den perfekten Schuh zum bestmöglichen Preis anzubieten. Ob 18 oder 81, Familienvater oder Fashionista“, sagt Andreas Conze, Senior Head of Marketing bei DEICHMANN.

Verantwortlich für die Kreation zeichnet erneut die Agentur Jung von Matt Hamburg, die seit 2022 für DEICHMANN tätig ist.

Für die kreative Leitung bei DEICHMANN zeichnen Andreas Conze, Senior Head of Marketing, und Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management, verantwortlich. Die Produktion übernahm Tempomedia mit Vera Portz als Executive Producer. Regisseur ist Nadia Marquard Otzen, DOP Mathieu Plainfossé, Fotografin Janine Sametzky, für Styling verantwortlich sind Lorena Maza (International Fashion Stylist) mit Michael Cooper (Stylist), Hair & Make-up Artist ist Neveen Scello.

Mediaagentur für den deutschen Markt ist die Mediaplus Media 1 GmbH & Co. KG.

Hier gibt es den Spot auf YouTube:

Medienkontakt



Corporate Communication
Michèle Leyendecker
Presse@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.