Sparbie und Shoppenheimer auf Schnäppchen-Jagd!

DEICHMANN startet Social-Media-Kampagne zur Black Week

Essen, 13.11.2023

Mit einer Persiflage auf die wichtigsten Film-Charaktere des Jahres wirbt Europas größter Schuheinzelhändler für die kleinsten Preise des Jahres. Welche Themen waren in der Social-Media-Welt 2023 omnipräsent? Richtig: die Kino-Hits „Barbie“ und „Oppenheimer“, die sowohl bei Brands als auch Usern für einen immensen Content gesorgt haben.

Die Black-Week-Kampagne von DEICHMANN nutzt die beiden Charaktere in Meme-artigem Humor, um auf Rabatte bis zu 50 Prozent während der Black Week aufmerksam zu machen. Die vier Clips bringen die beiden präsentesten Hauptfiguren des Jahres direkt in die Filialen des Family Retailers. Fashion-Ikone Barbie weiß natürlich, wo sie als „Sparbie“ die besten Shopping-Deals bekommt. Und selbst der ernste Oppenheimer geht in den 6- bis 10-Sekündern als entspannter Shoppenheimer auf Schnäppchen-Tour.

„Für Werbung während der Black Week gilt der Ausnahmenzustand. Um hier Aufmerksamkeit zu erzielen, muss man die Zielgruppe mit einem starken und emotionalen Insight erreichen. Wir setzen hier absolut auf Humor“, erklärt Sarah Diemerling, Managerin im Social-Media-Team und Kampagnen-Verantwortliche.

Und Sabine Zantis, CMO bei DEICHMANN, ergänzt: „Wir setzen im Social-Media-Bereich weiter auf ein Marketing mit popkulturellen Inhalten. Das hat auch bei unserer letzten Black-Week-Kampagne super funktioniert. Die Botschaft muss kurz sein und sofort „catchen“. Außerdem konnten wir hier eine starke Verbindung zu den bestehenden Kommunikationsmitteln schaffen.“

Ausgespielt wird die Kampagne international vom 13. bis 26. November auf TikTok, Facebook, Instagram und YouTube. Hauptzielgruppe ist die Gen Z.

Passend zur Kampagne gibt es im Rahmen der Black Week im DEICHMANN-Onlineshop unter www.deichmann.com eine Landing-Page mit den Artikeln aus dem Spot und weiteren Schuhen.

CREDITS

Creative Director: Eric Wittstock Production: DOJO Productions GmbH Producer: Steffi Seinig, Daniela Höller Regie: Julia Mücke DoP: Christopher Häring Licht: Pepi Rieck Ausstattung: Julia Schaaf Hair&MakeUp: Nadin Wagner Styling: Christina van Zon

Hier gibt es die Videos auf YouTube

Medienkontakt:
DEICHMANN SE
Unternehmenskommunikation
Michèle Leyendecker
Tel.: +49 (0) 201 / 8676 – 422

michele_leyendecker@deichmann.com

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.