Ready, set, go

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

Essen, 07.08.2023

Die neue Herbst/Winter-Kampagne von Europas größtem Schuheinzelhändler mit Popikone Sarah Connor bewirbt das breite Angebot an Markensneakern von adidas. „adidas x DEICHMANN featuring Sarah Connor“ wird vom 31. Juli bis 27. August 2023 in Deutschland und Österreich über TV, Digital und Social Media sowie am POS ausgespielt und durch PR-Maßnahmen begleitet.

Der Kampagnenfilm zeigt Sarah und ihre Crew backstage in den letzten Minuten vor dem großen Auftritt. Es liegt eine positive Aufregung in der Luft, die Stimmung ist energiegeladen. Ein Signal ertönt, Sarah geht mit ruhigen, bestimmten Schritten Richtung Bühne. Alles ist hektisch, sie bleibt fokussiert und ruhig. Der Film taucht ab in ihre Gedankenwelt, Rückblenden zeigen Sarah Connor in entscheidenden Momenten auf dem Weg zum großen, emotionalen Konzertbeginn: beim Schreiben und Einsingen des Songs und beim Einstudieren der Choreo mit ihren Tänzerinnen und Tänzern. Immer am Fuß: der exklusiv bei DEICHMANN erhältliche adidas Hoops. Ready, set, go! Sarah öffnet die Augen und betritt unter tosendem Applaus die Bühne.

„Sarah Connor ist eine der bedeutendsten deutschen Künstlerinnen und Persönlichkeiten. Wir freuen uns, wieder mit ihr und adidas zusammenzuarbeiten und unsere gemeinsame Kollektion vorstellen zu können”, erklärt Sabine Zantis, Chief Marketing Officer bei DEICHMANN.

Eine tragende Rolle spielen im Film starke Soundeffekte. Der Beat der Kampagne ist inspiriert von dem typischen Dribbel-Sound eines Basketballs, zu dem nach und nach weitere Sounds addiert werden. Das Sounddesign schlägt dabei eine Brücke zum vom Basketball inspirierten Style des adidas Hoops.

Die Kampagnenstills greifen die Sequenzen auf und zeigen Sarah Connor in unterschiedlichen Momenten, Looks – und Colorways des adidas Hoops. „Er ist stylish, bequem und zu jedem Outfit kombinierbar – egal ob auf der Bühne oder im Alltag”, erläutert Danijela Wiese, Head of Sports Brands and Licensing Management bei DEICHMANN. „Nicht nur auf die Zusammenarbeit mit Sarah Connor sind wir besonders stolz, sondern auch auf die enge Kooperation mit unserem langjährigen Partner adidas. Diese Co-Activation hebt unsere Partnerschaft auf ein nächstes Level.“ Der Claim „Liebe den Schuh und den Preis” macht den Anspruch des Marktführers im europäischen Schuheinzelhandel deutlich: DEICHMANN bietet Markenschuhe zum Top-Preis.

„adidas x DEICHMANN featuring Sarah Connor“ lässt der Persönlichkeit der großen Künstlerin den Vortritt. Natürliche Bilder und authentische Behind-The-Scenes-Momente bilden einen starken Kontrast zum glamourösen Bühnenauftritt. Immer wirkt sie jedoch ehrlich, nahbar und sympathisch. „Die Verbundenheit und Nähe zwischen Sarah Connor und ihren Fans ist besonders, und sie ist Vorbild für viele. Mit der Kampagne gewähren wir einen Blick hinter die Kulissen und öffnen Sarah Connors Welt für alle”, erläutert Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN.

„adidas x DEICHMANN featuring Sarah Connor“ richtet sich an Frauen ab 14 Jahren mit einem aktiven, authentischen Lebensstil, die Wert auf Fashion und Streetwear aber auch auf Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen. Über den individuellen Muses-Ansatz von DEICHMANN wird die

weltoffene, modische Zielgruppe angesprochen, die der Cast widerspiegelt.

Die „adidas x DEICHMANN featuring Sarah Connor“ H/W23-Kampagne ist erneut inhouse unter kreativer Leitung von Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN, entstanden.

Der Auftritt umfasst den Kampagnenfilm als 30s und 20s TVC und Pre-Rolls, 10s TVC-Reminder, individuelle Online- und Social Media-Formate und Bumper Ads sowie Stills für POS, Online-Shop, Print Prospekt und Newsletter. Begleitet wird die Kampagne durch PR-Maßnahmen und Community Activation wie Meet & Greets mit Sarah Connor.

Die Kampagne beinhaltet neben neun Sneakern auch Taschen und Rucksäcke. Erhältlich sind die Styles in ausgewählten DEICHMANN-Stores in Deutschland und Österreich sowie im Onlineshop unter www.deichmann.com. Preislich liegen sie zwischen 17,99 € und 64,99 €.

CREDITS

Film

Head of Sports Brands and Licensing Management	Danijela Wiese, DEICHMANN SE
Produktion	CZAR Film
Director	Adam Hashemi
DOP	Lasse Frank
Executive Producer	Thorne Mutert
Producer	Julia Weber
Production Assistant	Kilian Rosini

Photo

Senior Head of Global Creation & Brand Management	Andreas Conze, DEICHMANN SE
Global Content Production Manager	Karolin Junker, DEICHMANN SE
Marketing Managerin Sports Brands & Licenses	Marina Vogt, DEICHMANN SE
Produktion	neronero
Photographer	Tristan Rösler
Digi	Lewi Berninger
Producer	Salomé Schmuck

Stylist	Alisa Vornehm & Frank Wilde
Make-Up Artist	Tricia Le Hanne
Hair Stylist	Reza
Mediaagentur	Mediaplus Media 1 GmbH & Co. KG

Hier gibt es das Video 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.