Zum Muttertag: Mehr Wertschätzung, bitte!

Europas größter Schuheinzelhändler startet Social-Media-Kampagne zum Muttertag

Essen, 09.05.2023

Mütter leisten viel. Jeden Tag. Doch Dank bekommen sie meist zu selten. Mit der aktuellen Social-Media-Kampagne mit Blick auf den Muttertag am 14. Mai plädiert DEICHMANN für mehr Wertschätzung und präsentiert mit einem Augenzwinkern auf Instagram, Facebook und TikTok ein humorvolles Video mit Ohrwurm-Potenzial.

„Mit unserer Muttertags-Kampagne „Give moms compliments“ danken wir allen Müttern für ihren unermüdlichen Einsatz. Jeden Tag auf’s Neue, in allen möglichen und unmöglichen Situationen sind sie für ihre Kinder da“, erklärt Dennis Falk, Head of International Social Media.

Komplimente für alle

„Die Kampagne ist ein Aufruf, mehr Komplimente zu verteilen – und das nicht nur für tolle Schuhe! Sie soll uns dazu motivieren, allen Lob und Wertschätzung auszudrücken, die Tag für Tag Kleines oder Großes leisten“, sagt Social-Media-Managerin Jacqueline Strzak.

Skurriler Humor, der den Zeitgeist trifft

Inspiriert wurde die exklusiv für Social Media produzierte Kampagne von der Comedy-Truppe „Kollektivet“ aus Norwegen. Diese Art von skurrilem und oft satirischem Humor hat auf YouTube und anderen sozialen Medien aktuell eine große Fangemeinde und trifft den Nerv der Zeit. Die DEICHMANN-Spots der Muttertags-Kampagne bestechen durch Retro-Charme im VHS-Stil. Laufzeit der Kampagne ist der 10. bis 17. Mai.

Der Muttertag-Remix ist in Zusammenarbeit mit der Agentur Accenture Song und der Produktion first dot entstanden.

„Besonders an Muttertag wird werblich traditionell eher eine idealisierte Mutterrolle reproduziert. Gerade deswegen war es uns wichtig, ein realistischeres Bild des Elternalltages zu zeichnen. Wie sehr jedoch diese Arbeit jedes Kompliment verdient, wissen wohl diejenigen am besten, die sie täglich machen“, sagt Christiane Köppl, Creative Director bei Accenture Song.

Song: Mara Lauritzen, Christiane Köppl, Lukas Gädicke
first dot: Max Prothmann, Esteban Gonzáles Luna, Tom Heinrich
Foto: Christine Lipski

DEICHMANN verfolgt mit diesem Spot weiter die neue internationale Social-Media-Strategie, die auf einer sehr modernen, humorvollen und nahbaren Kommunikation basiert und bisher bei der Community sehr gut ankommt.

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.