DEICHMANN und Fila-Botschafterin Leni Klum

luden in Hamburg zur Fashionparty

Hamburg, 31.03.2023

What’s your next Move? Das war das Motto der Fashionparty von DEICHMANN anlässlich der „FILA meets Leni Klum“-F/S 2023 Kollektionspräsentation in Hamburg. Mit einer urban inspirierten Tanzshow wurde die neue Kollektion, bestehend aus Sneakern, Apparel und Accessoires, in Szene gesetzt. Stargast Leni Klum selbst stellte ihre Favorite Styles vor. Spiegelinstallationen sorgten für unzählige Insta-Momente.

Auf dem „weißen Teppich“ vor der Sneakerwall fanden sich am Freitag in der Hamburger Hafencity prominente Gesichter der Fashionszene ein. Stars wie Elena Carrière, Toni Mahfud, Cheyenne Ochsenknecht, Alex Mariah Peter, Soulin Omar, Janin Ullmann, Alena Gerber und die Influencerin „Videozeugs“ feierten mit Leni den Launch ihrer zweiten FILA-Kampagne für DEICHMANN, die aktuell europaweit in den Filialen und Onlineshops läuft. Präsentiert wurden Lenis Favorite Styles in Form einer spektakulären Tanzshow. Sechs Tänzerinnen ließen durch einen Mix aus Catwalk und Urban Streetdance Moves, unter der choreographischen Leitung von Karen Schweiger, das Kampagnenmotto „On the Move“ lebendig werden.

Die rund 100 geladenen Gäste feierten zu coolen Beats von DJ Hollywood Tramp in der ganz in Weiß gehaltenen Location. 100 von der Decke hängende Sneaker, Lichtinstallationen, bunte Spiegel und sich optisch bewegende Hashtags erweckten das Kampagnengenmotto zum Leben. Moderatorin Janin Ullmann führte durch den Abend. Leni war begeistert: „Ich freue mich, dass so viele Gäste heute meine Kampagne mit mir feiern. Und besonders cool finde ich, dass so viele von ihnen meine Favorite Styles schon tragen und sie toll kombinieren.“

Die Kollektion

Bereits zum zweiten Mal ist Leni Klum das Gesicht der italienischen Kultmarke. Die Sneaker werden in dieser Saison erstmals mit einer Apparel-Linie sowie Accessoires und Taschen zu einem Head-to-Toe-Look ergänzt. Die Kollektion für Frühjahr/Sommer 2023 umfasst neben 23 Sneakern somit auch Sport-Tops, Trackpants, Sweater, Shorts, Socken, Bucket Hats, Crossbody Bags, Rucksäcke und Totes, die allesamt stylisch und lässig zugleich sind. Die aktuellsten Trends der Saison finden sich in allen Artikeln wieder: grafisch, retro und sportlich. Erhältlich sind die Styles seit dem 20. März europaweit in ausgewählten DEICHMANN-Stores sowie im Onlineshop unter www.deichmann.com. Preislich liegen sie zwischen 7,99 € und 64,99 €.

Die Kampagne

Die FILA meets Leni Klum-Kampagne wird europaweit und über TV-, Print- und Digitalmedien (Online, Social Media, instore-TV, eShop u.v.m.) ausgespielt. Der Auftritt umfasst den Kampagnenfilm in einer 20s Image-Version sowie drei weitere 10s Activate-Versionen, 20s TVC und drei 10s TVC-Reminder und Pre-Rolls, individuelle Online- und Social Media-Formate und Bumper Ads sowie Stills für POS, Online-Shop und Newsletter.

Die kreative Leitidee von Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN, wurde in enger Zusammenarbeit mit Bemo Lundgren von B33M Studio weiterentwickelt und umgesetzt. Projektverantwortlich für die Steuerung und Umsetzung der Kampagne bei Deichmann ist Johanna Wlotzek, Marketing Managerin für Fila Europe. Für die Produktion zuständig

zeichnet sich SOUPFILM Berlin mit Jana Melzer als Executive Producer und Joschka Bauer als Producer. Regisseur des Kampagnenfilmes ist Nathan Presley, Kampagnenfotograf ist Max Montgomery. Die Social Media-Formate wurden von Matilda Montgomery umgesetzt. Für das Styling ist Gorge Villalpando verantwortlich. Zuständige Mediaagentur ist Mediaplus Media 1 GmbH & Co. KG.

ÜBER FILA:

Bereits seit 110 Jahren steht Fila für unverwechselbares Design mit italienischen Wurzeln. Von den Textil-Anfängen 1911 in Biella, Italien, bis zur historischen Einführung von Farbe auf dem Tennis Court im Jahre 1973 ist Fila stolz auf seine Designs, die so einzigartig sind wie die, die sie tragen. Mit einer Philosophie, die sich der Innovation und Qualität verpflichtet hat, setzt Fila unaufhörlich ein Statement mit Styles, die originell in der Ästhetik und zugleich effektiv in der Funktion sind.

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 über 30 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 49.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt rund 4.700 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format 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.