Valentinstag?

Nur ein normaler Tag bei DEICHMANN

Essen, 23.02.2023

Neue Social-Media-Kampagne blickt augenzwinkernd auf den Tag der Verliebten.

Genau diese emotionale Gemengelage greift DEICHMANN in seiner aktuellen Social-Media-Kampagne auf. Der Spot behandelt das Thema mit einem Augenzwinkern und einer ordentlichen Portion Humor. Denn: Die Protagonistin des Spots findet in einer DEICHMANN-Filiale an diesem Tag eine ruhige Oase als Wohlfühlort, wenn der Rest der Welt gerade in „hektischer Romantik“ schwelgt.

Kampagne mit Humor, Selbstironie und Zeitgeist

„Mit unserer Social-Valentinskampagne schwimmen wir gegen den Strom und setzen auf Humor, Selbstironie und Zeitgeist“, sagt Dennis Falk, Head of Social Media bei DEICHMANN. „Unsere Botschaft: Nicht alle feiern am 14. Februar die Liebe, und manche sind sogar regelrecht gestresst oder genervt von dem ganzen Hype. DEICHMANN jedoch macht ALLE glücklich: die Valentinstags-Fans mit einer speziellen Valentinskollektion, aber auch diejenigen, denen der ganze Trubel um Liebe, Kitsch und Romantik zu viel ist.“

Auch auf TikTok findet die Kampagne zielgruppengerecht statt. Hier die Idee: Dating-Katastrophen, die mit Märchen-Charakteren in Szene gesetzt sind. Kathi Walter, Executive Creative Director bei Accenture Song, sagt dazu: „Keiner kann mit der Gen Z authentischer kommunizieren als die Gen Z selbst. Und das am besten über Themen wie Online Dating, die aus dieser Generation kaum mehr wegzudenken sind.“

Ergänzt wird das Ganze um Clip-Varianten, die DEICHMANN im Employer Branding einsetzen wird. Für die drei Recruiting-Videos unter dem Aufhänger #Paarberatung wurden witzige Szenen in einer Hamburger DEICHMANN-Filiale gedreht.

Neben den „normalen“ Schuhangeboten gibt es im Onlineshop unter www.deichmann.com auch eine Landing-Page mit einer Valentinskollektion – bei der dann auch die Herzchen-Liebhaber voll auf ihre Kosten kommen.

Das Video ist in Zusammenarbeit mit der Agentur Accenture Song und der Produktion first dot entstanden, Regie Nils Keller, Foto Frank Morlok. Die TikTok-Clips wurden mit der Intermate Media GmbH umgesetzt.

Hier gibt es das Video auf YouTube

Medienkontakt



Leitung Internationale Presse
Sonja Schröder
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.