Sneaker-Fangemeinde begeistert

Aktion mit limitiertem Kult-Sneaker

Essen, 09.02.2023

Sneaker-Fangemeinde begeistert: Aktion mit limitiertem Kult-Sneaker von Nike und dem US-amerikanischen Künstler Tom Sachs sorgte bei DEICHMANN gleich in drei Metropolen und im Netz für Aufsehen.

Die Szene horcht auf! Riesen-Run auf die Kollaboration von Nike und dem US-amerikanischen Künstler Tom Sachs: Diesen Drop in limitierter Stückzahl bei DEICHMANN zu bekommen, hat in der Sneaker-Fan-Szene wirklich niemand erwartet.

Released wurde der gehypte Nike-Schuh in DEICHMANN-Filialen in Berlin, London und Paris exklusiv. Bereits nach wenigen Minuten war die limitierte Sneaker-Kollaboration ausverkauft. Auch der bekannte Sneaker-Collector und Blogger Sneakerb0b, der die „Tom Sachs x Nike"-Serie persönlich seit dem ersten Release 2013 feiert, war in der Berliner Filiale live vor Ort, um eines der limitierten Paare zu ergattern.

Sneaker-Fans feiern die überraschende Kooperation zwischen Nike, Tom Sachs und DEICHMANN. Der ikTok 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."

Ein überraschender Retail-Moment: Bisher wurden die Drops der „Tom Sachs x Nike"-Reihe sehr selektiv bei Sneaker-Boutiquen weltweit angeboten. Doch für Tom Sachs ist bei dem Schuh neben Design auch die Zugänglichkeit für jeden oberstes Ziel. „Entstanden ist der Move aus einer gemeinsamen Idee der verantwortlichen Köpfe bei Nike und DEICHMANN. Mit der Aktion setzen wir ein starkes Zeichen in die Branche, dass strategische Kooperationen mit globalen Marken für DEICHMANN eine wichtige Rolle spielen", so Oliver Cantoria, VP Sports & Strategic Brands von DEICHMANN. Als europäischer Marktführer setzt DEICHMANN auf modische, qualitativ gute Schuhe für die ganze Familie zum günstigen Preis. Die Kollaboration mit Nike bildet ein gutes Zusammenspiel und sendet zugleich ein starkes Signal an die Branche.

2013 entwarfen NikeCraft und Tom Sachs einen Schuh für Weltraumforscher. Dabei inspirierte sie die Vision, einen Fuß auf den roten Planeten zu setzen. Ab 2016 wurde die NikeCraft-Mentalität mit dem GPS ausgebaut und fokussiert sich darauf, bequem, modern, haltbar, atmungsaktiv und gut kombinierbar zu sein. Der Sneaker spiegelt die GPS-Vision dar: mit seinem Erdton, den Mesh-Einsätzen sowie den Wildleder-Akzenten und dem Nike-Swoosh stellt dieser einen sportlichen und praktikablen Schuh, aber zugleich auch einen dezenten Style dar – der perfekte Alltagsschuh für jedes Outfit und jeden Typ – und somit auch das perfekte Match mit DEICHMANN. Wenige Monate nach Launch der „Tom Sachs x NikeCraft"-Kollektion, die damals sofort ausverkauft war, finden der New Yorker Künstler und der weltweit führende Sportartikelanbieter ein weiteres Mal zusammen und designen den Sneaker in einer neuen Farbgebung, „Field Brown".

Pressekontakt

Agentur:

we love pr GmbH
Laura Puchta
Tel.: +49 (0) 89 / 2555 554 – 13
laura.puchta@welovepr.de

we love pr GmbH
Hanna Meier
Tel.: +49 (0) 89 / 2555 554 – 19
hanna.meier@welovepr.de

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.