

Expect the Unexpected

Deichmann & Nike stellen die individuellen Lebenswelten vor

Essen, 28.04.2025

und präsentieren zwei neue Nike-Modelle mit BRKN & Laura Wittek. Nach dem großen Erfolg der letztjährigen „EXPECT THE UNEXPECTED“-Kampagne setzt DEICHMANN die Zusammenarbeit mit Nike fort und überrascht erneut mit einer kreativen Inszenierung, die mit klischeehaften Erwartungshaltungen spielt. Die diesjährige Edition stellt zwei neue Gesichter in den Mittelpunkt: Musiker BRKN und Content Creatorin Laura Wittek. Gemeinsam verkörpern sie den Geist einer Generation, die keine Zeit mit Konventionen verschwendet.

Die Kampagne erzählt eine Geschichte, die das urbane Berlin als pulsierende Kulisse nutzt. Begleitet von BRKNS Hit „Babyduweisst“ navigieren die beiden Protagonisten durch die Stadt, scheinbar getrieben von der Dynamik des Moments. Laura trägt die neue Nike-Charge-Suede-Silhouette und strahlt damit Selbstbewusstsein aus, während BRKN in den Y2K-inspirierten Nike V5 RNR zu sehen ist – ein Style, der Retro-Ästhetik mit moderner Sportlichkeit verbindet.

Der unerwartete Twist: Während sich die Erzählung anfangs an den typischen Erwartungshaltungen orientiert, werden diese plötzlich gebrochen. Laura wechselt in die Nike V5 RNR und beeindruckt mit kraftvollen Moves, während BRKN auf der großen Bühne steht und mit dem Nike Charge Suede ein energiegeladenes Saxophon-Solo hinlegt. Eine Metapher für den Mut der Gen-Z, ihre eigenen Regeln zu schreiben und sich nicht in Schubladen stecken zu lassen.

„Von Individualität geprägte Zielgruppen lassen sich nicht als homogene Masse ansprechen – genau das spiegelt die neue Kampagne wider“, sagt Julian Müscher, Senior Marketing Manager Sports bei DEICHMANN. „Mit der Fortsetzung von ‚EXPECT THE UNEXPECTED‘ zeigen wir, dass persönlicher Style, Performance und Individualität Hand in Hand gehen. Nike hat mit dem V5 RNR und dem Charge Suede zwei Modelle geschaffen, die perfekt in die vielseitige Lebenswelten der Gen-Z passen.“

Die EXPECT THE UNEXPECTED“-Kampagne wurde in kreativer Co-Konzeption von Julian Müscher und saymyname. entwickelt. Projektverantwortlich auf Seiten von NIKE EMEA ist Esayas Semere. Verantwortlich für die Produktion der Kampagne sowie das Styling ist saymyname. mit Benjamin Casser-Zech als Lead Producer und Sebastian Mowka als Directing DP. Fotograf der Kampagne ist Jonas Kaltenkirchen. Für das Styling ist Dania Douwa und für das Make Up Anna Ariztegui verantwortlich.

„EXPECT THE UNEXPECTED“ läuft ab dem 28. April 2025 deutschlandweit für die Dauer von drei Wochen, wird über Social Media, digitale Plattformen, den digitalen POS sowie über ausgewählte Fashion- und Lifestyle-Magazine gespielt und lädt dazu ein, sich selbst von den neuen Nike-Silhouetten inspirieren zu lassen. Auch international wird die Kampagne online in verschiedenen europäischen Ländern verlängert.

Mediaagentur für die nationale Kampagne ist die Mediaplus Media1 GmbH & Co KG.

[Hier findet sich der Spot auf YouTube:](#)

Medienkontakt



Unternehmens-

kommunikation

Michele Leyendecker

[michele_leyendecker](mailto:michele_leyendecker@deichmann.com)

[@deichmann.com](mailto:michele_leyendecker@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 über 30 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt rund 49.900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, betreibt circa 4.700 Filialen und rund 40 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. Seit vielen Jahrzehnten engagiert sich das Unternehmen auf vielfältige Weise sozial, etwa über die DEICHMANN-Stiftung.