

# Looks like Fashion, Feels like Comfort

## Neue Spring-Summer-Kampagne von DEICHMANN macht Tragekomfort zum Highlight des Catwalks

Essen, 14.05.2025

In der neuen Frühjahr-/Sommer-Kampagne von Europas größtem Schuheinzelhändler werden bequeme Styles zum Fashion-Statement der Saison. „Looks like Fashion, Feels like Comfort“ wird vom 12. Mai bis 8. Juni 2025 europaweit ausgespielt – am POS, im TV, auf Social Media sowie über Online-Video-Anzeigen. Mit Fokus auf modischen Sandaletten und Sandalen präsentiert DEICHMANN eine Auswahl an sommerlichen Key Pieces, die Design, Funktionalität und Alltagstauglichkeit vereinen.

Die Kampagne setzt eine klare Botschaft: Modisches Design und maximaler Komfort schließen sich nicht aus. Der Kampagnenfilm lebt von der Spannung zwischen Modeanspruch und Tragekomfort. Inmitten des Trubels einer Modenschau sorgt ein ungeplanter Moment für ein Fashion-Statement mit Wirkung: Modische Sandaletten erobern überraschend den Laufsteg – selbstbewusst, stilvoll und überraschend bequem. Die zunächst skeptischen Zuschauerinnen und Zuschauer zeigen sich am Ende begeistert von den etwas anderen Catwalk-Styles und applaudieren.

### Kampagne spielt bewusst mit den Normen der Modelwelt

„Mit unserer Kampagne ‚Looks like Fashion, Feels like Comfort‘ zeigen wir eine neue Generation von Fashion: Schuhe, die nicht nur gut aussehen, sondern sich auch gut anfühlen. Komfort ist für uns kein Widerspruch zur Mode, sondern ihre Weiterentwicklung“, erklärt Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN. „Looks like Fashion, Feels like Comfort“ überzeugt mit Leichtigkeit, einem klaren ästhetischen Stil und einem kleinen Augenzwinkern. Die Kampagne spielt bewusst mit der Modewelt und zeigt, dass Bequemlichkeit und Style kein Widerspruch sind. Ergänzt wird der Auftritt durch kraftvolle Stills und Social Assets, die die Fusion von Mode und Komfort visuell erlebbar machen.

„Mit der Kampagne sprechen wir eine moderne, trendbewusste Zielgruppe an, die Wert auf Style legt, aber nicht auf Komfort verzichten will. Bei DEICHMANN bekommen unsere Kundinnen und Kunden beides. Und das zum besten Preis“, ergänzt Lukas Kaiser, Vice President Marketing bei DEICHMANN.

### „Looks like Fashion, feels like Comfort“ ist inhouse bei DEICHMANN entstanden

Die Kampagne entstand inhouse unter der kreativen Leitung von Marcel Nawrath, Head of Global Creation and Brand Management bei DEICHMANN. Die verantwortlichen Projektmanagerinnen sind Anna Weiß (Marketing Manager Global Content Production) und Loraine Petermann (Marketing Manager Campaign Global Marketing). Director ist Josh Cohen, Director's Producer Jana Melzer.

Die Produktion realisierte North South Productions, mit Eric Gukelberger als Executive Producer, Jonathan Michalowsky als Head of Production und JC Smuts als Line Producer. Director of Photography war Anna Smoroňová. Das Set Design stammte von Laurence Bishop. Für das Styling sorgten Kamilla Richter (international) und Michael Beaumont Cooper (lokal).

Neveen Scello übernahm Hair & Make Up, die Steadicam führte Dale Rodkin. Die Kampagnenfotografie stammte von Nadia von Scotti, die Postproduktion verantwortete Paul Speirs (Then Studio), das Grading übernahm Myles Bevan (Studio RM). Für Musik und Audio waren 86 Tales verantwortlich.

## YouTube-Link zum Kampagnenfilm in Komplettlänge:

<https://www.youtube.com/watch?v=0jcaBWijOW4>

## Medienkontakt



Unternehmens-  
kommunikation / TV

Anika Hinz

[anika\\_hinz@deichmann.com](mailto:anika_hinz@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.