Neue Fashion-Kampagne

DEICHMANN und Jung von Matt setzen voll auf Fashion und Humor

Essen, 05.09.2022

Die neuen Schuhe der aktuellen DEICHMANN-Kollektion sind ein absolutes „Must-Have“ – mitsamt der dazugehörigen selbstbewussten Inszenierung in der neuen Modekampagne mit dem Titel „Liebe den Schuh – und den Preis“.

Schon mal Schuhe gesehen und gedacht: „Die muss ich einfach haben!“? Genau davon erzählt die neue Fashion-Kampagne von DEICHMANN und Jung von Matt. Am liebsten würde so mancher Schuh-Fan sie der Besitzerin oder dem Besitzer einfach von den Füßen reißen. Wie gut, dass die Schuhmodelle von DEICHMANN genau diese Begehrlichkeit auslösen – aber dabei zu so attraktiven Preisen angeboten werden, dass man nicht gleich zu verzweifelten Mitteln greifen muss… eben „Liebe den Schuh – und den Preis“.

Die mutige und moderne Handschrift der neuen Kampagne von Europas größtem Schuheinzelhändler verbindet Storytelling mit Fashion, sodass sowohl die Marke, als auch die Produkte zum Gesprächsthema werden. Top-Marken und Modelle zu einem unschlagbaren Preis. Das ist einfach eine unwiderstehliche Kombination.

Die facettenreiche Kampagne mit humorvollen Elementen zeigt Frauen, die beim Anblick der angesagtesten Herbst/Winter-Schuh-Styles einfach nicht anders können, als sofort das Objekt der Begierde haben zu wollen, wenn auch mit unkonventionellen Mitteln! Und dass, obwohl man sie einfach und günstig bei DEICHMANN bekommt. Doch keine Sorge, ins Gefängnis geht dafür keiner. Dafür aber ganz sicher zu DEICHMANN!

Eine Prise Humor in der Kommunikation sollte auch in schwierigen Zeiten erlaubt sein. Und mit Jung von Matt SAGA holt sich Europas Schuheinzelhändler Nummer 1 einen starken Agenturpartner an seine Seite, der für humorvolles Storytelling bekannt ist. Die Hamburger konnten bereits im Frühjahr 2022 bei DEICHMANN überzeugen und erhielten das Mandat, die Fashion-Kampagne „Herbst/Winter 2022“ zu konzipieren und umzusetzen.

„Wir freuen uns, mit JvM SAGA zusammenzuarbeiten, und auf ihre mutige, spannende und unerwartete Handschrift. Mit starkem Storytelling und einer über alle Touchpoints tragfähigen Idee mit Durchschlagskraft sind wir überzeugt davon, der Marke DEICHMANN die notwendige Sichtbarkeit in einem hart und auch lautstark umkämpften Markt zu geben“, sagt Sabine Zantis, Chief Marketing Officer bei DEICHMANN.

Mit dem Auftrag übernimmt JvM SAGA im Kampagnenzeitraum von September bis November fünf Fokus-Kategorien: Sneaker und Combat-Boots, Lifestyle-Marken, Warmfutter sowie Leder in Form von einzelnen 360 Grad-Kampagnen mit Fokus auf Bewegtbild. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit steht die strategische Neuausrichtung des Marketings, um die Modekompetenz und das Preis-Leistungs-Verhältnis von DEICHMANN in der Außenwahrnehmung zu stärken. Das Ziel: der Marke eine noch stärkere Strahlkraft und Relevanz auch bei modeaffineren Zielgruppen zu verleihen.

„DEICHMANN als Europas Schuh-Händler Nummer 1 strategisch mit noch mehr Strahlkraft neu zu positionieren, um neue, jüngere, mode-affinere Zielgruppen zu erobern, ist eine großartige

Herausforderung!“, so Dörte Spengler-Ahrens, Creative Chief Officer bei JvM SAGA.

Die ersten beiden Kampagnen der Produktkategorien Sneaker und Combat-Boots sind jetzt im TV und am POS sowie auf allen Social-Media-Kanälen zu sehen. Der Auftritt umfasst 30 und 20s TVC und Cut Downs, individuelle Online- und Social Media-Formate, Assets für POS und Display Banner.

Hier die Links zu den Spots:

https://youtu.be/GSosxpPGI5o

https://youtu.be/roaaALM–8E

Verantwortlich bei Jung von Matt:
Dörte Spengler-Ahrens, Andreas Hilbig, Stephan Giest, Michael Wilde, Hannes Rath, Philipp Schättler, Anne-Marie Brandner, Franziska Krüger, Oscar Engelhardt, Jonas Lenger, Winfried Scheller, Martin Stöpel, Luca Schöbi, Lena Conze, Jakob Cassebaum, Dennis Wendt, Viktoria Dettke, Katja Zyrull

Verantwortlich bei DEICHMANN:
Sabine Zantis, Andreas Conze, Marcel Nawrath, Lukas Kaiser, Dennis Falk, Philip Burghaus, Olivia Simon, Lea Penschek

Ihr Kontakt bei Jung von Matt
Kim Rosenthal
Tel.: +49 40 4321-2014
E-Mail: kim.rosenthal@jvm.de

Kurzprofil Jung von Matt
Jung von Matt ist – sowohl was Auszeichnungen für Kreativität als auch Effizienz angeht – die erfolgreichste Agenturgruppe im deutschsprachigen Raum. Die Agentur bietet ihren Auftraggeber:innen kreative und effiziente Marketingkommunikation über alle Kanäle und Disziplinen hinweg. Jung von Matt wurde 1991 in Hamburg gegründet und agiert bis heute, als nicht börsennotierte Aktiengesellschaft mit Agenturen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Schweden, Polen, Tschechien und China. Zu ihren Kund:innen zählen unter anderem adidas, BMW, Bosch, BVG, DFB, EDEKA, EnBW, Haribo, HUAWEI, Hyundai, NIVEA, Sixt und Vodafone.

Mehr zu Jung von Matt auf LinkedIn, Twitter und auf jvm.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 42.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt mehr als 4.300 Filialen sowie 40 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 und Off Broadway sowie die SNIPES-Gruppe mit Filialen und Onlineshops in Europa und in den USA.