WELCOME back to school & WELCOME Sarah Connor

DEICHMANN startet mit zwei lebensfrohen Kampagnen in die Herbst-Saison

Essen, 03.08.2022

„It’s good to be back!“ – das ist die übergeordnete Klammer der beiden Kampagnen für Sport-Markenschuhe von Europas größtem Schuheinzelhändler, die beide am 01. August 2022 an den Start gegangen sind und bis zum 4. September 2022 ausgespielt werden. Mit Welcome Sarah Connor begrüßt DEICHMANN die Pop-Ikone und thematisiert ihre Rückkehr auf die Bühne nach der Corona-Pause. Welcome back to school feiert die Magie des Neuanfangs, die Rückkehr in gewohnte Umgebungen und Rituale wie Schule, Beruf und Alltag.

In exklusiver Zusammenarbeit mit Sängerin Sarah Connor inszeniert DEICHMANN hier das große Angebot an Marken-Sneakern von Adidas. WELCOME Sarah Connor wird von 1. August 2022 bis 4. September 2022 europaweit über TV, Digital und Social Media sowie am POS ausgespielt und durch PR-Maßnahmen begleitet. Die Kampagne ist ein Teil der Kampagne WELCOME, mit der DEICHMANN im HW22 sein großes Angebot an Sportschuhen für die GenZ und Familien mit Kids bewirbt.

Das Leben ohne Beschränkungen zu genießen und unbeschwert miteinander zu sein ist durch Corona ein kostbares Gut geworden. Die Kampagne begrüßt das „neugewonnene“ Leben und ist eine Hommage an gemeinsam erlebte Momente. „Wir brauchen Leben um uns herum, müssen tun, was wir lieben, um glücklich und wir selbst zu sein. Die neue Kampagne ist ein großes ‚Willkommen‘ an alles, was wir so vermisst haben”, so Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN.

Der Spot verbindet das „Willkommen zurück im Leben“, und „willkommen Sarah Connor“. Ein Close-up auf den Adidas Grand Court Base eröffnet den Kampagnenfilm. Die Kamera folgt den federnden, unbeschwerten Schritten durch die Stadt. Die Kamera zieht auf und zeigt, Sarah Connor ist die Trägerin der Adidas Sneaker. Auf groovige Beats beginnt sie zu tanzen. Immer mehr Passanten folgen ihr dabei. Am Ende steht Sarah auf der Bühne und singt, unter frenetischem Jubel des Publikums.

„Sarah Connor ist ein großartiger, berühmter Popstar, und dabei nicht abgehoben, im Gegenteil. Ihre Leichtigkeit, Freude und sprühende Energie sind ansteckend und ein super Match! Wir könnten uns kein besseres Testimonial für unsere Adidas-Schuhe vorstellen”, freut sich Sabine Zantis, Chief Marketing Officer DEICHMANN.

Der Auftritt umfasst den Kampagnenfilm in einer 30s Image-Version, 20s TVC und Pre-Rolls, 10s TVC-Reminder, individuelle Online- und Social Media-Formate und Bumper Ads sowie Stills für POS, Online-Shop und Newsletter.

WELCOME Back to School

Der WELCOME Back to School-Spot mit dem Kampagnen-Slogan „Liebe den Schuh und den Preis“ zeigt den klassischen Tagesbeginn einer Familie. Doch etwas ist anders: Als eingespieltes Team meistern sie den Morgen schwungvoll, voller Leichtigkeit und Freude strömen sie hinaus in den Tag. Auch der Rest der Stadt scheint von einer besonderen Energie erfasst, die sich über den Sommer

gesammelt hat und nun überall Tatendrang und gute Laune verbreitet.

Die Sport-Markenschuhe von DEICHMANN werden hierbei subtil und stimmig präsentiert. Als alltägliche Helden werden die Styles kurz in den Mittelpunkt gestellt, bevor die Kamera weiter der Geschichte folgt. Der Betrachter ist mittendrin im Alltag der Menschen. „Wir wollten unsere Nähe zu den Menschen betonen und, dass wir es lieben mit unseren Schuhen Teil ihres Lebens und Alltags zu sein. Es war uns wichtig, eine neue, positive Perspektive auf das Bekannte und Routinen zu zeigen. Bei den gezeigten Charakteren waren uns Persönlichkeit und Authentizität wichtig“, erklärt Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN. Und weiter: „Die besten Styles für jeden Tag gibt es schließlich bei uns.“

Sabine Zantis, Chief Marketing Officer bei DEICHMANN, fügt zum Hintergrund der Kampagne hinzu: „Wir alle spüren gerade die Auswirkungen globaler Ereignisse in Form steigender Kosten. DEICHMANN steht als Unternehmen zu seinem Versprechen: Wir bieten eine große Auswahl an Marken und Produkten, zum besten Preis, für die ganze Familie.”

WELCOME Back to School richtet sich an aktive Familien mit Kindern und an Teenager mit einer hohen Affinität zu Fashion, Sportmarken und Sneakern, die Wert auf gute Qualität und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis legen. “Streetwear und Familie, das ist für uns kein Widerspruch. Denn cool sein oder ein aktives Leben zu führen muss nicht teuer sein. Bei DEICHMANN gibt es einfach gute Schuhe zu einem guten Preis”, betont Nawrath.

Die WELCOME Back to School-Kampagne wird europaweit und über TV-, Print- und Digitalmedien (Online, Display, Social Media, instore-TV, eShop u.v.m.) ausgespielt. Der Auftritt umfasst den Kampagnenfilm in einer 30s Image-Version, 20s TVC und Pre-Rolls, 10s TVC-Reminder, individuelle Online- und Social Media-Formate und Bumper Ads sowie Stills für POS, Online-Shop und Newsletter.

Die kreative Leitidee von Marcel Nawrath, Head of Global Creation & Brand Management bei DEICHMANN, wurde in enger Zusammenarbeit mit Bemo Lundgren von B33M Studio und Regisseurin Giada Bossi weiterentwickelt und umgesetzt. Für die Produktion zuständig zeichnet sich BWGTBLD Berlin mit Julian Holland als Executive Producer und Nina Klein als Producerin. Regisseurin des Kampagnenfilmes ist Giada Bossi, DOP Jacob Møller und Fotografin Camilla Armbrust. Für Styling sind Diana Conceição und Sofia Pires von Naeev verantwortlich. Das Team von Sarah Connor besteht aus Frank Wilde (Styling), Reza (Hair & Makeup), und Tricia Le Hanne (Makeup Artist). Zuständige Mediaagentur ist Mediaplus Media 1 GmbH & Co. KG.

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.

Medienkontakt

Leitung Internationale
Presse
Sonja Schröder
sonja_schroeder@deic
hmann.com