

New Beginnings

DEICHMANN launcht Back-To-School-Kampagne mit Nike als Hero-Brand

Essen, 28.07.2025

In der neuen Back-To-School-Kampagne feiert DEICHMANN den Schulanfang als einen Moment des Aufbruchs.

Europas größter Schuheinzelhändler präsentiert sein Angebot an starken Sport-Marken wie Nike, adidas, Puma und Fila und bringt mit cineastischem Storytelling frischen Wind in die Klassenzimmer. Die Kampagne wird vom 28. Juli bis 14. September 2025 europaweit in TV, OLV, Social Media, im Onlineshop, am POS und über Newsletter ausgespielt und von PR-Maßnahmen begleitet.

Im Zentrum der Kampagne stehen Sneaker und Accessoires für Kids, Teens und junge Erwachsene. Hero-Brand ist Nike, flankiert von adidas, Puma und Fila. Das Sortiment umfasst aktuelle Trend-Sneaker und non-marking Hallenschuhe sowie passende Rucksäcke, Taschen und Caps: alles für einen coolen und zugleich erschwinglichen Schulstart.

Highschool-Ästhetik voller Energie

Unter dem Kampagnenmotto „New Beginnings“ feiert DEICHMANN die Magie des ersten Schultags nach den Sommerferien. Der Kampagnenfilm setzt diesen Moment in Szene, inspiriert von den ikonischen Highschool-Filmen der Nullerjahre. Retro-inspirierte Farben, Zeitlupe, Bewegungsunschärfe – die Ästhetik wirkt vertraut, zugleich modern und energiegeladen. Erst ein leerer Flur. Absolute Stille. Dann – ein Beat, scheinbar beiläufige Sounds wie das Zuschlagen von Spinden, hallenden Schritten und das Quietschen von Sneakern verschmelzen zu einem kraftvollen Soundtrack. Aus der ersten Bewegung beim Öffnen der Schultür entsteht eine Welle der Energie.

„Schule ist mehr als ein Ort, sie ist Bühne, Treffpunkt, und Spielfeld zugleich. Der erste Schultag nach den Sommerferien ist der Anfang von etwas Großem – das honorieren und zelebrieren wir in der neuen Back-To-School-Kampagne und präsentieren mit Nike & Co. die passenden Produkte“, erklärt Marcel Nawrath, Head of Global Creation and Brand Management bei DEICHMANN.

Zielgruppe: Modebewusste Kids, Teens und junge Erwachsene

Der Cast stellt Persönlichkeit und Authentizität in den Vordergrund und spricht eine weltoffene, modeaffine Zielgruppe an. „Back To School“ richtet sich an Haushaltsführende mit Kindern und Jugendlichen im Schulalter sowie an junge Erwachsene mit aktivem, authentischem Lebensstil, die Wert auf Fashion, Qualität und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen.

„Mit Back To School verbinden wir modische Energie, kreative Inszenierung und einen klaren Anspruch: DEICHMANN macht den Schulstart stylisch – und für alle erschwinglich“, ergänzt Lukas Kaiser, Vice President Global Brand Competence Center bei DEICHMANN.

Der Auftritt umfasst einen 125s Long Edit, 20-sekündige Pre-Rolls, individuelle Social-Media-Snippets sowie Kampagnen-Stills für Print, Onlineshop und Instore-TV.

Kreative Umsetzung in-house realisiert

Die Kampagne entstand erneut in-house unter der kreativen Leitung von Marcel Nawrath, Head of Global Creation and Brand Management und Executive Creative Director.

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

Credits:

Verantwortliche Projektmanagerinnen sind Karo Junker (Senior Marketing Manager Global Content Production) und Alina Scheermann (Marketing Manager Campaign) bei DEICHMANN. Regisseur ist Jackson Tisi, DOP Aiden Ulrich. Die Produktion realisierte North South Productions, mit Eric Gukelberger als Executive Producer, Jonathan Michalowsky als Head of Production und Catherine de la Harpe als Line Producer. Das Set Design stammt von Laurence Bishop, die Steadicam führte Karl Schmidt. Für das Styling sorgten Kamilla Richter (international) und Michael Beaumont Cooper (lokal). Make-up Artist ist Neveen Scello, Hair Stylist Claudine Nemeth. 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 sind 86 Tales verantwortlich.

Hier findet sich der Spot auf YouTube:

<https://youtu.be/hM3Ggk81OrE>

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.