

FILA und Nicola Cavanis

DEICHMANN launcht Kampagne mit exklusiven Modellen

Essen, 08.08.2025

Urban, selbstbewusst, unverkennbar FILA: Die neue Herbst/Winter-Kampagne von DEICHMANN greift die mühelose Kombination von Lifestyle und Athleisure der ikonischen italienischen Traditionsmarke auf.

Im Zentrum der Kampagne: Model und Content Creatorin Nicola Cavanis. Der 26-jährige Social-Media-Star inspiriert auf Instagram bereits über zwei Millionen Followerinnen und Follower. Mit ihrer authentischen Ausstrahlung und einem Look, der Retro-Charme mit modernen Akzenten kombiniert, verkörpert sie als FILA-Kampagnengesicht stilsicher die Verbindung von Heritage und Innovation, für die die Sport- und Lifestyle-Marke bekannt ist. Gedreht wurde im sonnigen Barcelona, dessen lebendige Atmosphäre und urbanes Flair das ideale Setting für die in Kooperation mit FILA entstandene Kollektion bieten.

Exklusive Styles bei DEICHMANN

Die Styles der Kampagne sind exklusiv bei DEICHMANN erhältlich. Die Kollektion überzeugt mit Vielseitigkeit von Kopf bis Fuß: Neben Sneakern und Kleidung runden passende Taschen und Accessoires das Gesamtbild ab. Die farblich aufeinander abgestimmten Lifestyle-Modelle setzen ein echtes Statement und bringen frischen Wind in jeden Athleisure-Look.

„FILA ist für uns eine wichtige Brand, die bei selbstbewussten, jungen Frauen sehr nachgefragt ist. Den unverkennbaren Mix aus sophisticated Streetstyle und lässigen Retro-Vibes gibt es eben nur bei FILA. Wir freuen uns sehr, diese Kooperation zusammen mit Nicola Cavanis umsetzen zu können“, erklärt Danijela Wiese, Head of Sports Brands and Licensing Management Marketing bei DEICHMANN.

Zudem wurde die Kooperation am 6. August in München im Rahmen eines exklusiven Rooftop-Event mit Nicola Cavanis gefeiert. Weitere prominente Gäste wie Model Anna Ermakova, Influencerinnen Olga Löffler und Alicia Pinheiro sowie GNTM-Zweiter Pierre Lang genossen gemeinsam mit zahlreichen Persönlichkeiten aus der Fashion- und Lifestyle-Szene nicht nur die Aussicht, sondern auch das vielfältige Programm mit interaktiven Highlights. Auch Fußball-Weltmeister Mats Hummels hat es sich nicht nehmen lassen, seine Freundin bei ihrem Launch zu unterstützen, und mischte sich dezent unter die Gäste. Für die stilvolle Begleitung durch den Abend sorgte Janin Ullmann, die als Moderatorin charmant durch das Programm führte. Ein Cocktail-Workshop, eine Basketball-Aktivierung, die Personalisierung von Caps und eine DIY-Station sorgten neben der Kollektionspräsentation für kreative Abwechslung und urbanes Community-Feeling.

„Ich liebe es, wie die Kollektion Retro-Elemente mit modernen Details verbindet. Genau dieser Mix macht sie so besonders und spiegelt meinen Style perfekt wider“, schwärmt Nicola Cavanis, die ihre persönlichen Lieblingsstyles aus der Kollektion präsentierte.

Die Kollektion ist ab sofort in den DEICHMANN-Filialen sowie im Onlineshop [deichmann.com](https://www.deichmann.com) erhältlich. Preislich liegen die Modelle zwischen 8,99 und 49,99 Euro.

Die Kampagne wird vom 04. August bis 14. September 2025 europaweit über OLV, Social Media, im Onlineshop, am POS und über Newsletter ausgespielt und von PR-Maßnahmen begleitet.

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

Credits

Produktion: EASYdoesit, Exec. Producer: Dimitri Hempel, Producerin: Selina Kaiser

Service Produktion: New Moon

Executive Producer New Moon: Simon Paul Whittard

Producer New Moon: Joseph Roncelli

DoP: Martí Herrera

Hier findet sich der Spot auf YouTube:

<https://youtu.be/cFmsK-W0MBU>

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.