Exklusivkonzert:

Kampagnengesicht anaïs präsentiert neue FILA Kollektion bei DEICHMANN

Hamburg, 11.02.2026

Musik, Style und Community: Mit einem exklusiven Live-Konzert der Musikerin anaïs feierten FILA und DEICHMANN am Mittwochabend in Hamburg den Launch ihrer gemeinsamen Kampagne „Vibin' It My Way". In Anlehnung an anaïs' kürzlich stattgefundene Tour „wünsch dir was" wurde die Kollaboration in der urbanen Atmosphäre des Haus 73 erlebbar gemacht.



Die Musikerin trifft mit warmen Vocals, authentischen Texten und urbanem Style den Puls einer ganzen Generation und ist damit das perfekte Match für FILA und DEICHMANN. Ihre wachsende Community, ihre Social-Media-Strahlkraft und ihr Gespür für Streetwear-Trends machen sie zu einer starken Stimme junger, trendbewusster Frauen.

„Ich liebe es, dass die Pieces der Kollektion so wandelbar sind und trotzdem Charakter haben. Nicht nur für Alltagslooks, sondern auch bei meinen Performances: Auf der Bühne bin ich ein kleiner Flummi und die Sneaker sind super, um viel zu laufen, zu tanzen und zu springen", sagte anaïs, die an diesem Abend ihre persönlichen Lieblingsstyles aus der Kollektion trug.

Vor rund 50 geladenen Gästen, darunter Fashion- und Lifestyle-Redakteure, Content Creator wie Cassy Cassau, Alicia Pinheiro, Luise Neck und Fans der Künstlerin, präsentierte anaïs ein energiegeladenes Set und machte die Verbindung von Musik und Fashion in einem einzigartigen Rahmen erlebbar. Begleitet von entspannter Club-Stimmung entwickelte sich der Abend zu einem persönlichen und nahbaren Markenerlebnis. Neben der Live-Performance setzte das Event auf Interaktion: Ob Bingo, Kollektionspräsentation, die individuelle Bestickung von Shirts aus der aktuellen Kollektion oder das anschließende Meet & Greet mit anaïs – der Abend war geprägt von Highlights, die die Nähe zur Community spürbar machten.

„Wenn Fashion und Musik so zusammenkommen wie heute Abend, entsteht einfach eine besondere

Energie – das hat man richtig gespürt. Genau das hat das Event für mich ausgemacht. Die neue Kollektion mit anaïs trifft für mich genau den Sweet Spot zwischen sporty Attitude und urbanem Style“, sagte Musikerin und Content Creatorin Alicia Isabel Costa Pinheiro.

In der Kollaboration zwischen anaïs, FILA und DEICHMANN entsteht eine Head-to-Toe-Kollektion, die sportliche Elemente in moderne Fashion-Statements verwandelt. Schwarze und weiße Looks fungieren als stylishe Allrounder, während Metallic-Elemente oder knallige Farbakzente jeden Look zum Eyecatcher machen. Der Miniskirt bringt mit seinem dynamischen Schnitt Leichtigkeit in jedes Outfit, die Jacke überzeugt mit cleanem Design und ist ideal für Layering-Looks von Street bis Sport und die sporty Bags kombinieren praktische Funktion mit Trendbewusstsein. Das Finish bilden die Sneaker: sportiv in ihrer Silhouette, feminin in ihren Details. Mit Highlights wie goldenen Ketten oder modernen Colour-Pops verleihen sie jedem Look einen selbstbewussten Charakter.

„Mode ist für mich ein bisschen wie ein Podcast: Sie erzählt Geschichten und spiegelt Stimmungen. Die neue Kollektion hat genau den Vibe, der mir gefällt – sportlich, urban und trotzdem verspielt“, sagte Podcasterin und Content Creatorin Cassy Cassau.

Die Kollektion ist ab sofort in allen DEICHMANN-Filialen sowie online unter deichmann.com und fila.de erhältlich. Die Preise liegen zwischen 24,99 Euro und 69,99 Euro.

*Die gezeigten PR-Motive und Freisteller sind unter Angabe des jeweiligen Bildnachweises ausschließlich redaktionell frei verwendbar

Über DEICHMANN
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.

Über FILA
Während des letzten halben Jahrhunderts war FILA für ikonische Momente da und begleitete außergewöhnliche Individuen – die mit einer nahtlosen Kombination aus Kraft und Anmut mutig Grenzen überschreiten und Erwartungen herausfordern. Von den bescheidenen textilen Anfängen in Biella, Italien im Jahr 1911 bis zur historischen Einführung von Farbe auf dem Tennisplatz im Jahr 1973, war die Marke immer stolz darauf, Designs zu kreieren, die so kühn und atemberaubend sind wie ihre Trägerinnen. Mit einer Philosophie der Innovation und der Verpflichtung zu Leistung und Raffinesse setzt FILA auch weiterhin ein Zeichen mit Styles, die neuartig in der Ästhetik und effektiv in der Funktion sind. Besuchen Sie www.FILA.eu, um die gesamte Kollektion an Kleidung und Schuhen zu sehen.