

„Create Offline Memories“:

DEICHMANN und FILA launchen Gen-Z-Kampagne mit Kayla Shyx

Essen, 30.07.2026

DEICHMANN und FILA nutzen die Herbst-/Winter-Saison, um mit „Create Offline Memories“ Retro-Fashion und Creator-Kultur zu einer aufmerksamkeitsstarken Kampagnenwelt zu verbinden. Im Zentrum steht ein Lebensgefühl, das vor allem junge Zielgruppen bewegt: bewusst offline sein, gemeinsame Momente erleben und den eigenen Look selbstbewusst inszenieren. Präsentiert von Sängerin, Schauspielerin und Social Media Star Kayla Shyx aktiviert die Kampagne kanalübergreifend eine 40-teilige Head-to-Toe-Kollektion, die ab dem 3. August 2026 exklusiv in DEICHMANN-Filialen sowie online auf [deichmann.com](https://www.deichmann.com) erhältlich ist.



Offline-Momente als kultureller Zugang zur Gen Z

Unter dem Claim „Create Offline Memories“ greift die internationale Brand-Awareness-Kampagne ein Lebensgefühl auf, das vor allem junge Zielgruppen bewegt: weniger festhalten müssen, mehr erleben; weniger Scrollen, mehr echte gemeinsame Momente. Sie spricht insbesondere die Gen Z sowie junge Frauen im Alter von 18 bis 34 Jahren an, die sich für Fashion, Sportmarken und Musik interessieren.

Musikerin und Social Media Star Kayla Shyx als Kampagnengesicht

Ein zentraler Hebel der Kampagne ist Kayla Shyx, die Retro-Streetwear-Einflüsse mit einem modernen Gen-Z-Twist verbindet und so an FILAs Positionierung zwischen Heritage und Hype perfekt anknüpft.

Mit mehr als 2 Mio. Followern auf Instagram und TikTok ist sie eine der einflussreichsten Gen-Z-Creatorinnen Deutschlands und erreicht eine stark engagierte Online-Community. Die Kampagne begleitet sie bei gemeinsamen Erlebnissen mit ihrer besten Freundin Sofya in Berlin, bei denen Spontanität und Präsenz im Hier und Jetzt im Mittelpunkt stehen.

„Social Media gehört zu meinem Leben. Aber die Erinnerungen, die wirklich bleiben, entstehen meistens offline“, sagt Kayla Shyx. „Genau darum geht es für mich bei ‚Create Offline Memories‘: rausgehen, Menschen treffen, sich wohlfühlen – und dabei einen Look tragen, der zu einem passt.“

Retro-Vibe als visuelle Kampagnenlogik

Auch visuell folgt die Kampagne konsequent der Idee echter, ungefilterter Erinnerungen: Gedreht wurde komplett im Retro-Vibe – mit Camcorder-Ästhetik, nostalgischen Low Fidelity Beats und Visuals, die wirken, als kämen sie direkt aus der Einwegkamera.

Fashion-Kollektion zwischen Retro-Spirit und Streetstyle

Die neue FILA-Kollektion bei DEICHMANN verbindet ikonischen Retro-Spirit mit modernem Streetstyle und umfasst Chunky Sneaker, Cropped-Shirts, Jacken, Flared-Hosen, Caps, Taschen und kleine Details wie Teddybär-Bag-Charms. Die Preise liegen zwischen 8,99 Euro und 49,99 Euro.

„Mit ‚Create Offline Memories‘ übersetzen wir FILAs Heritage in eine relevante Produkt- und Kampagnenwelt für eine junge, trendbewusste Zielgruppe“, sagt Johanna Wlotzek, Senior Brand Manager FILA. „Kayla Shyx ist dafür der optimale Fit: authentisch, selbstbewusst und nah am Retro-Streetstyle, für den FILA steht.“

Kampagnenausspielung und Verfügbarkeit

Die Kampagne wird kanalübergreifend über POS, Online-Shop, Newsletter, die Integration im DEICHMANN Back-to-School-Prospekt sowie im digitalen Kundenmagazin als auch über Social Media ausgespielt. In den Filialen wird die Kollektion z.B. über großflächige Schaufensterinszenierungen sichtbar.

Im Fokus der Social-Media-Aktivierung auf Instagram, TikTok und YouTube stehen Bewegtbild-Assets: kurze, plattformgerecht produzierte Videoformate, die Looks aus der neuen FILA-Kollektion in Szene setzen und aktuelle Social-Trends aufgreifen. Inhaltlich stehen echte Freundschaftsmomente im Mittelpunkt: Kayla Shyx wird gemeinsam mit ihrer Freundin Sofya im Berliner Alltag gezeigt – authentisch, spontan und nah an der Bildsprache der Zielgruppe.

Der offizielle Kampagnenzeitraum läuft vom 3. August bis zum 13. September 2026. Die Kollektion ist ab dem 3. August 2026 sowohl in Deutschland als auch in 16 weiteren Ländern erhältlich. Ein Teil der Apparel-Kollektion ist online exklusiv verfügbar.

Hier geht es zum Spot: https://youtu.be/v_wdvmt_0WE

Credits:

Produktion Spot & Social Media-Assets: Justaddsugar

Fotos: DEICHMANN/Paul Pabst

Medienkontakt:

DEICHMANN SE

Unternehmenskommunikation

Michèle Leyendecker

Tel.: +49 (0) 201 / 8676 - 422

michele_leyendecker@deichmann.com

Medienkontakt



Corporate

Communication

Michèle Leyendecker

[Presse@deichmann.co](mailto:Presse@deichmann.com)

[m](mailto:Presse@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 50.000 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.