

Live-Entertainment und Community-Nähe: DEICHMANN beim Creator-Event Splash House 3

Essen, 08.10.2026

Vier Tage voller Live-Formate, kreativer Challenges und gemeinsamer Erlebnisse: Als Partner von Splash House 3 war DEICHMANN vom 1. bis 4. Oktober 2026 bei einem der reichweitenstärksten Creator-Events im deutschsprachigen Raum präsent. Auf Kreta kamen zehn bekannte deutsche TikTokker und Streamer zusammen und begeisterten ihr Publikum mit plattformübergreifendem Content, interaktiven Votings und einem abwechslungsreichen Programm.



DEICHMANN nutzte das Umfeld, um junge Zielgruppen in ihrer digitalen Lebenswelt anzusprechen. Mit Challenges, Styling-Momenten und Freizeitaktivitäten war die Marke während des gesamten Events in die Themen Fashion, Lifestyle und Social Entertainment eingebunden. So entstanden direkte Kontaktpunkte zwischen den Creatoren, ihren Communities und DEICHMANN.

Markenpräsenz mit hohem Erlebnisfaktor

Ein besonderer Blickfang und Treffpunkt war der DEICHMANN Pop-up-Store auf der Terrasse der Creator-Villa, in dem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre Outfits mit passenden Schuhen abrunden konnten. Beim Styling standen tragbare, trendnahe Looks wie Sneaker, Slides, und Party-Modelle im Fokus. Für zusätzliche Dynamik sorgte die "The floor is lava"-Challenge direkt in unserem Pop-up-Store.

Interaktives Entertainment für starke Communities

Splash House 3 verband Livestreams, TikTok-Content, Creator-Challenges und Community-Votings zu einem mehrtägigen Entertainment-Erlebnis. Die Zuschauerinnen und Zuschauer waren nicht nur live dabei, sondern konnten Wettbewerbe und Programmpunkte aktiv mitgestalten. Im Rahmen des Events setzte DEICHMANN zudem eine Content-Kooperation mit den Splash-House-Initiatoren Jeremy Okoth und Hannes Kessel um. Gemeinsam veröffentlichter Co-Author-Content und zusätzliche Inhouse-Inhalte verlängerten die Präsenz des Events über die verschiedenen Social-Media-Kanäle hinweg. Dadurch entstand ein lebendiger Austausch zwischen Publikum, Creatoren und Marke. Insgesamt generierte Splash House 3 über 170 Mio. Views.

„Splash House 3 hat gezeigt, wie Marken Teil digitaler Unterhaltung werden können, wenn sie den Creatoren Raum für eigene Ideen geben und die Community aktiv einbeziehen. Mit Live-Formaten, Votings und kreativem Content konnten wir DEICHMANN in einem für junge Zielgruppen relevanten Umfeld erlebbar machen. Entscheidend war für uns, nicht nur sichtbar zu sein, sondern echte Interaktion rund um Fashion und Lifestyle zu ermöglichen“, sagt Matthias Kräling, Head of Social Media Global Marketing bei DEICHMANN.

Creator-Vielfalt für starke Reichweite

Gastgeber von Splash House 3 waren Hannes Kessel und Jeremy Okoth, die auf TikTok gemeinsam unter dem Namen „hannesundjeremy“ auftreten. Zum Creator-Cast gehörten außerdem Romina und Livia (liros.lifeee), Mirko (Legendarymirko), Chana (chanajk), Brooklyn (Brooklyn_oy), Lena (woistlenaa), Moritz (HeyMoritz), Felix (mehlix) und Colja & Gabriel (coljaungabriel). Mit einer profilbereinigten TikTok-Gesamtreichweite von rund 11,3 Mio. Followern und ihren unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und Communities eröffneten sie DEICHMANN vielfältige Anknüpfungspunkte für die Ansprache einer jungen Social-Media-Zielgruppe. Special Guests waren u.a. Mentalist Timon Krause und Rap-Star Bausa.

Splash House ist ein Gemeinschaftsprojekt von LEONINE C_ und SPLASH Partyspiele. LEONINE C_ ist das Content-Studio von LEONINE Studios für Branded- und Creator-Entertainment; SPLASH ist mit über 10 Mio. App-Downloads Deutschlands beliebteste Creator-App.

Die gelungene Teilnahme beim Splash House 3 erfolgte gemeinsam mit der Agentur BlackFly Media. Projektverantwortlich bei DEICHMANN waren Sara da Silva Barreto, Marketing Manager Social Media und Sophie Roschamir, Junior Marketing Manager Social Media.

Medienkontakt



Corporate
Communication
Michèle Leyendecker
[Presse@deichmann.co
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.