



FILA HOLT ZUM GOLDENEN HIRSCHEN AUFS SPIELFELD

„PLAY IT YOUR WAY“ – Die von den Kölner Hirschen umgesetzte Markenkampagne und Re-Positionierung von FILA zielt darauf ab, die Freude am Sport wiederzuerwecken, statt beim Workout nur auf Resultate zu setzen.

Köln, 24. März 2022. Nachdem FILA den Fokus der Markenkommunikation zuletzt vor allem auf den Bereich Fashion setzte, hat sich die Marke – für die Region Kontinentaleuropa – im Mai des vergangenen Jahres auf die Suche nach einem starken Partner zur geplanten Re-Positionierung gemacht. Eine Agentur, die die Marke versteht, stärkt wie auch weiterentwickelt, um FILA in Zukunft wieder vorrangig in Verbindung mit Sport zu positionieren und aufzuladen. Überzeugt haben die Kölner Hirschen, die die kreative Konzeption und die Umsetzung der neuen paneuropäischen* Markenkampagne der Marke FILA für mindestens zwei bis vier Saisons verantworten.

Der Kern der traditionellen Sport- und Lifestylemarke FILA mit ihrer einzigartigen DNA italienischen Ursprungs soll wieder mehr in den Fokus treten. Um die Markenwahrnehmung und die Werte der Marke sichtbar zu transportieren, haben die Kölner Hirschen eine zielgruppengerichtete Leitidee entwickelt sowie, unter Berücksichtigung der Produktbereiche Multisport, Tennis und Streetwear, eine Markenkampagne umgesetzt, die ab Mitte März ausgespielt wird. Die Kampagne greift auf, dass in der Frühjahr/Sommer Kollektion 2022 die Bereiche Sport und Style wieder stärker miteinander verbunden und so Authentizität und Heritage der Marke hervorgehoben werden.

„Anhand einer Marktforschung konnten wir erkennen, dass Konsumentinnen und Konsumenten das Momentum von FILA zwar schätzen, wofür die Marke im Kern jedoch steht, ist über die Jahre etwas verblühen. Mittelpunkt der neuen Brandkampagne wird demnach die Aktivierung der Marke mit einer starken Kampagnen-Tagline und ihre Beziehung zum Multisport sein“, erklärt Konrad Nowak, Marketingleiter FILA Europe. Neben Konrad Nowak ist bei FILA auch Maria Pade, Brand Design Manager, für die Kampagne verantwortlich.

Die neue Tagline „PLAY IT YOUR WAY“ erinnert daran, worum es beim Sport geht. So liegt das Hauptaugenmerk der Rebranding-Kampagne nicht auf dem Erbringen einer sportlichen Leistung, sondern auf dem Ursprung und Anfang in Allem: Spaß! FILA verändert mit der Brand Message „PLAY IT YOUR WAY“ die Spielrichtung und erinnert die Menschen daran, dass es beim Sport nicht nur um Erfolg geht. Mit diesem Ansatz hebt sich FILA von seinen Mitbewerber:innen ab und rückt den Kern der Marke bewusst in den Mittelpunkt.

„Eine Vielzahl etablierter Wettbewerber:innen agiert vor allem leistungsorientiert. Wir haben uns die „Brand Lover“ und „Follower:innen“ genauer angesehen und festgestellt, dass es den Zielgruppen beim Sport im Wesentlichen nicht um eine gute Performance geht, sondern um den Faktor Spaß und die Liebe zum Sport“, erläutert Adrian Butnariu, Creative Director Art bei Zum goldenen Hirschen Köln.



Die gesamte Kampagne ist bereits gestartet und wird über OoH, Social Media, darunter Pre-Rolls, Instagram, TikTok und YouTube, sowie am PoS ausgespielt.

**alle Märkte in Europa exkl. UK und Russland / Key Markets: Germany, Italy, France. Nordics + Sweden*

Credits

Deichmann SE

Konrad Nowak (Head of Brand and Licensing)

Maria Pade (Brand Design Manager)

Zum goldenen Hirschen Köln

Tidiane Bah (Account Director)

Amelie Henne (Account Manager)

Adrian Butnariu (Creative Director)

Nora Zimmermann (Creative Director)

Maxine Zeman (Art Director)

Filmproduktion: Film Deluxe Berlin

Regie: Mario Clement

Foto: Katinka Bester

Über FILA: Seit über einem halben Jahrhundert begleitet FILA außergewöhnliche und erfolgreiche Sportler – jene, die mutig Grenzen herausfordern und sich über alle Erwartungen hinwegsetzen. Von den bescheidenen Textil-Anfängen 1911 in Biella, Italien bis zur historischen Einführung von Farbe auf dem Tennis Court im Jahre 1973 ist FILA stolz auf seine Designs, die so einzigartig sind wie die, die sie tragen. Mit einer Philosophie, die sich der Innovation und Qualität verpflichtet hat, setzt FILA unaufhörlich ein Statement mit Styles, die originell in der Ästhetik und zugleich effektiv in der Funktion sind.

Zum goldenen Hirschen wurde 1995 gegründet und ist eine der größten inhabergeführten Agenturen Deutschlands mit rund 350 Mitarbeitenden an sechs Standorten in Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Integrierte Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Digital-Expert:innen decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen andersartige Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Durch unsere dezentrale Struktur in Form von sechs Standorten mit unterschiedlichen und sich ergänzenden Kompetenzschwerpunkten betreuen wir als Agenturmarke eine Fülle an Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus unterschiedlichsten Bereichen.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Anne Oloff

Senior Corporate Communications Manager

m: [0171-8129102](tel:0171-8129102)

e: oloff@hirschen.de