SHOE FASHION

DAS MAGAZIN VON DEICHMANN • 1.2011



SEITE 32

Mitmachen und gewinnen:
Schuhe für ein ganzes Jahr!

LAUF-STEG
UNTER PALMEN

5th Avenue
Die neue Cindy Crawford Collection

MODE • Zauberhaftes Frühjahr/Sommer 2011

MAGISCHE MOMENTE
MIT TINO OAC

SPORT & LIFESTYLE
Most wanted

PARKOUR-STAR
CHASE ARMITAGE

DEICHMANN

www.deichmann.com





Liebe Leserin, lieber Leser!



Hasen und Models waren die perfekte Kombination im Mode-Märchenwald. Mehr ab Seite 8.

Von Denim bis Spitze, mal lässig, mal feminin: Die Mode für Frühjahr/Sommer 2011 lässt keine Wünsche offen. Die neuen Schuhe machen jeden Look komplett – hier stylishe Begleiter für Trendklassiker wie Marine oder Safari, dort perfekte Partner für aktuelle Hosenformen wie Sarouel oder Boyfriend-Jeans. Mit ungewöhnlichen Materialien und spannenden Formen setzen die Schuhdesigner eigene Trends und machen jeden Schuh zum Mode-Star.

Internationale Stars sind es auch, die Ihnen die neuen Modelle in Ihrer SHOE FASHION präsentieren. Super-Model Cindy Crawford, Stil-Vorbild für Millionen Frauen, gibt ab Seite 4 einen Einblick in ihre Kollektion. Fotograf Tino Oac, als Mitglied der Gruppe „Söhne Mannheims“ selbst ein Star, hat viele weitere trendige Schuhe in einer märchenhaften Atmosphäre in Szene gesetzt. Ab Seite 16 können Sie auch einen Blick hinter die Kulissen des Shootings werfen. Außerdem stellt der englische Parkour-Läufer Chase Armitage ab Seite 18 seinen außergewöhnlichen Sport vor.

Die Mode kommt dabei natürlich nicht zu kurz: In dieser Ausgabe finden Sie garantiert Ihre persönlichen Lieblingsmodelle!

Viel Spaß beim Entdecken wünscht

Ihre SHOE FASHION-Redaktion

Neues ONLINE MAGAZIN deichmann.com/shoefashion

Treffen Sie Deichmann auf Facebook. Unter www.facebook.com/Deichmann finden Sie aktuelle Infos und Aktionen.



4 Cindy Crawford



8 Die Trends mit Tino Oac



18 Parkour-Star Chase Armitage



20 Taschen und Accessoires



24 Schuhe für kleine Trendsetter



28 Das neue „Deichmann-D“

INHALT

MODE

4 Laufsteg unter Palmen
Die neue Cindy Crawford Collection by 5th Avenue

8 Magische Momente
Tino Oac: Willkommen im Märchenwald der Mode

20 Taschen und Accessoires
Der neue Look im Frühjahr/Sommer

SPORT & LIFESTYLE

18 Spektakuläre Show
Parkour-Star Chase Armitage im Deichmann-Spot

31 Und Action
Joey Kellys Tipps für einen erlebnisreichen Urlaub

KIDS

22 Füße in besten Händen
Deichmann und Elefanten sorgen für die richtige Passform

24 Ich packe meinen Koffer
Schuhe für kleine Trendsetter

SPEZIAL

28 Na Logo – Wie man ein Zeichen setzt
Deichmann stellt sein neues „D“ vor

30 Karriere bei Deichmann
Verstärkung gesucht

MAGAZIN

16 Shooting im Märchenwald
Spannende Einblicke hinter die Kulissen eines Foto-Shootings

25 Fashion-News

26 Zwei Generationen an einem Herd
Köstlich kochen mit den Stembergs

32 Gewinnspiel

33 Fotoaktion

Impressum

HERAUSGEBER: DEICHMANN Unternehmenskommunikation, Essen I **REDAKTIONSLEITUNG:** Andreas Conze, Ulrich Effing I **OBJEKTLEITUNG:** Katharina Martin, Tel. 0201/8676-964, shoefashion@deichmann.com I **REDAKTION:** Silke Janssen, Michèle Leyendecker, Katharina Martin I **ANSCHRIFT DER REDAKTION:** Deichmannweg 9, 45359 Essen I **TEXT:** Michael Feldkirchner, Silke Bruns, KOCH ESSEN I **KONZEPTION, LAYOUT UND REALISIERUNG:** KOCH ESSEN Kommunikation + Design GmbH, www.koch-essen.de I **DRUCK:** MOHN Media – Mohndruck GmbH, 33311 Gütersloh I **GESAMTAUFLAGE:** 1,75 Mio. Exemplare in sieben Sprachversionen, gedruckt auf LWC-Papier I Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.

Die redaktionellen Texte und Angaben sind nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr erstellt worden. Bitte haben Sie dafür Verständnis, dass einzelne Artikel in den Filialen nicht immer in ausreichender Menge und Größe vorhanden sein können.

LAUFSTEG UNTER PALMEN

DIE NEUE CINDY CRAWFORD COLLECTION BY 5TH AVENUE

Traumziel Karibik: Supermodel Cindy Crawford präsentiert ihre aktuelle Schuhmode dort, wo die Lebensfreude zuhause ist. Von sexy Sandalen über stylishe Peeptoes bis zu klassischen Ballerinas reicht die Cindy Crawford Collection by 5th Avenue, die Lust macht auf Frühling und Sommer. Die Kollektion gibt es exklusiv bei Deichmann.



Ein Strand wird zum Laufsteg, gesäumt von Palmen: Cindy Crawford dreht auf der Karibikinsel Antigua den TV-Spot für ihre neue 5th Avenue Collection. Die Macher zeigen das attraktive Model von seiner ganz privaten Seite und im Job, bei Modeaufnahmen. Stilecht trifft Cindy im Wasserflugzeug auf der Insel ein – bereits von oben hat sie einen überwältigenden Blick auf das Eiland mit seinen weißen Stränden und dem kristallklaren Meer werfen können. Vor dem Shooting gönnt sich das Model noch einen Bummel über einen typischen karibischen Markt und lauscht der Musik einer Steeldrum-Band. Cindy ist begeistert, die Insel zu entdecken: „Reisen ist einer der Vorzüge meines Jobs", sagt die zweifache Mutter. „Ich liebe es, fremde Länder zu besuchen und interessante Menschen zu treffen, die mich inspirieren."

Faszinierende Eleganz

Dann ruft die Arbeit: In den Dünen posiert das top gestylte Supermodel in sexy schwarzen High-Heel-Sandalen. „Es ist unglaublich, wie elegant sie sich bewegt, ohne in den weichen Sand einzusinken", bewundert das Team die Professionalität von Cindy Crawford. Auch beim Spaziergang über schroffe Felsen scheint sie trotz der hohen Absätze fast zu schweben. „Schuhe sind absolut wichtig für meinen Style", erklärt das Model, dessen Kollektion mit modischem und elegantem Design überzeugt.

Aufwändige Details

Ob schicke Ballerinas oder trendige Pumps: Die neuen Modelle machen Lust auf steigende Temperaturen. Ohne Zweifel sind allerdings Sandalen die Renner der Saison – und das nicht nur im Hochsommer. Es gibt sie in den verschiedensten Formen und Styles: ganz luftig als flache Römersandale oder etwas geschlossener als Ankle-Sandale mit Absatz. Viele Schuhe zeigen ein leichtes Plateau, das die Beine optisch verlängert. Insgesamt besticht die neue Kollektion durch aufwändige Details wie Cut-Outs und Perforationen, Riemchen in allen Variationen und Schnallen. Alle Schuhe sind wie immer aus hochwertigem Leder gefertigt. ▶



Welcher Schuh passt zu welchem Outfit? Supermodel Cindy Crawford verrät, wie man Sandalen & Co. perfekt in Szene setzt.

CINDY CRAWFORD COLLECTION

BY 5TH AVENUE



Art. 1 171 053,
5th Avenue,
49,90 €,
ab Ende Februar

Vielseitige Kombinationen

Farblich halten sich die Schuhe fürs Frühjahr und den Sommer allerdings zurück: Grau zeigt sich in vielfältigen Nuancen und Schattierungen – von elegantem Silbergrau bis zu rauchigen Tönen. Schwarz kommt ganz groß heraus, wirkt ebenso sexy wie elegant. Beige-, Taupe- und Schlammtöne finden sich ebenfalls in der Kollektion von Cindy Crawford. In dieser Palette dezenter Farben findet man immer den richtigen Schuh. Das stellt das Model im neuen TV-Spot auch selbst unter Beweis: Zur Römersandale trägt sie enge Jeans und T-Shirt, zu schwarzen High-Heel-Sandalen das lange Kleid, zur grauen Ankle-Sandale mit Nieten kombiniert sie eine sexy Tunika. „Erst die Schuhe machen aus einem Outfit einen Look", freut sich das Super-Model über die breite Auswahl ihrer Kollektion.

Den aktuellen Spot gibt es ab dem 14. März im TV und im Internet unter www.deichmann.com zu sehen.





Ballerina. Auf Ballerinas kann ich im Sommer nicht verzichten: Die flachen Schuhe für den Alltag oder zum Shopping sehen vor allem zu Hosen gut aus, finde ich. Insbesondere zu Röhrenjeans, Caprihose oder Leggings unter einem Kleid machen sie sich gut.

CINDYS STYLE-CHECK

Pumps. Modisch geht hier im Moment nichts ohne leichtes Plateau. Sehr sexy finde ich Peeptoes. Ich kombiniere die Klassiker gerne modisch, z. B. zur Haremshose. Aber eigentlich passen sie zu fast jedem Look.

Art. 1145 034, 5th Avenue, 39,90 €, ab Anfang März



Art. 1175 037,
5th Avenue,
44,90 €,
ab Ende Februar



Art. 1171 043,
5th Avenue,
49,90 €,
ab Ende Februar

CINDY CRAWFORD COLLECTION
BY 5TH AVENUE



Making-of VIDEO
deichmann.com/shoefashion



Art. 1 241 046,
5th Avenue,
49,90 €,
ab Ende Februar



Art. 1 171 042,
5th Avenue,
49,90 €,
ab Anfang März



Art. 1 165 045,
5th Avenue,
44,90 €,
ab Anfang März

CINDYS STYLE-CHECK

Sandale mit Keilabsatz.
Wichtig ist, dass der Absatz gut zur Geltung kommt: Die trend-starke Schuhform kombiniert man daher am besten zu verkürzten Chinos oder gekrempelten Boyfriend-Jeans.



Römersandale.
Ich find's super, dass diese luftig-bequemen Sandalen weiterhin im Trend liegen. Sie sind ideal für Sommerpartys. Tipp: Mädchenhaft wirken die filigranen Schuhe in der Kombination mit trendigen langen Röcken und Kleidern.

Art. 1 241 053,
5th Avenue,
44,90 €,
ab Anfang März



Magische Momente

WILLKOMMEN IM MÄRCHENWALD DER MODE! Bezaubernd anziehend gehen sie mit lässigen Looks durch Frühling und Sommer: Marine, Safari, Military sind stylishe Must-Haves in dieser Saison. Sommerlich kurze oder einfach gekrempelte Hosen machen den Blick frei auf ihre neuen Lieblingsbegleiter: zauberhafte Schuhmode. Sie steht auf reiche Verzierungen, prinzessinnenhafte Spitze, cooles Denim – er macht mit Vintage-Leder, flachen Sneaker-Typen und Bootsschuhen seinen lässigen Casual Look perfekt. Freuen Sie sich auf sinnliche Begegnungen!

DIE MODETRENDS FRÜHJAHR/SOMMER 2011

FOTOGRAFIE TINO OAC | STYLING JENNIFER MERTENS | PRODUKTION KATHARINA MARTIN

SCHUHMARKEN: GRACELAND, CATWALK, 5TH AVENUE, BORELLI, AM SHOES

MODEMARKEN: DR. DENIM, 2TWO PARIS, LA CHASER , ALEXEJ BALLACH, JEAN PAUL BERLIN, JOCKEY. SUNGLASSES BY EYECATCHER: CHRISTIAN DIOR, CARRERA, DIOR HOMME, DIANE VON FÜRSTENBERG, GUCCI, MICHAEL KORS



Jeans / Hemd / Jacke DR. DENIM
Longsleeve / Underwear JOCKEY

Jeansoverall ALEXEJ BALLACH | Fliege DR. DENIM

Art. 1 333 040,
Borelli, 69,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 262 008,
Graceland,
Clog in Braun mit
Schnallenband,
16,90 €,
ab Anfang März



Overall 2TWO PARIS
Shorts ALEXEJ BALLACH
Blazer DR. DENIM
Sunglasses DIANE VON FÜRSTENBERG

Hose / Shirt ALEXEJ BALLACH
Fliege DR. DENIM
Sunglasses DIOR HOMME

Art. 1 331 044,
Borelli,
49,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 240 015,
Graceland,
Sandalette im Marine-Look,
19,90 €,
ab Ende April





Art. 1 154 050,
Graceland,
beiger Peeptoe mit
Spitze und Schleifen-
dekoration, 19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 154 055,
Graceland,
grauer Pumps mit
schwarzer Spitze,
19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 4 100 017,
Graceland,
Tasche, 12,90 €,
ab Anfang März

Art. 1 104 048,
Graceland,
Ballerina in Silber mit
schwarzer Spitze und
Satinschleife, 19,90 €,
ab Anfang März

VERTRÄUMTE LOOKS WIE AUS EINEM MÄRCHEN: Spitze liegt voll im Trend und findet sich als Detail oder allover auf Ballerinas und Pumps.



Art. 1 331 043,
Borelli, 59,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 241 024,
Catwalk, Plateau-
Sandalette,
34,90 €,
ab Anfang Juni

Dress DR. DENIM | Blazer JEAN PAUL BERLIN | Fliege DR. DENIM
Accessoires HEAVEN NO.7

Shorts / Sakko DR.DENIM | A-Shirt JOCKEY | Schal LA CHASER SHIRTS
Fliege DR. DENIM | Sunglasses CHRISTIAN DIOR



Shorts / Blazer 2TWO PARIS
Shirt LA CHASER

Shorts / Shirt DR. DENIM

Art. 1 240 014,
Graceland,
Sling-Sandalette
in Denim auf Keil-
absatz, 19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 313 043,
AM Shoes,
49,90 €,
ab Ende Februar



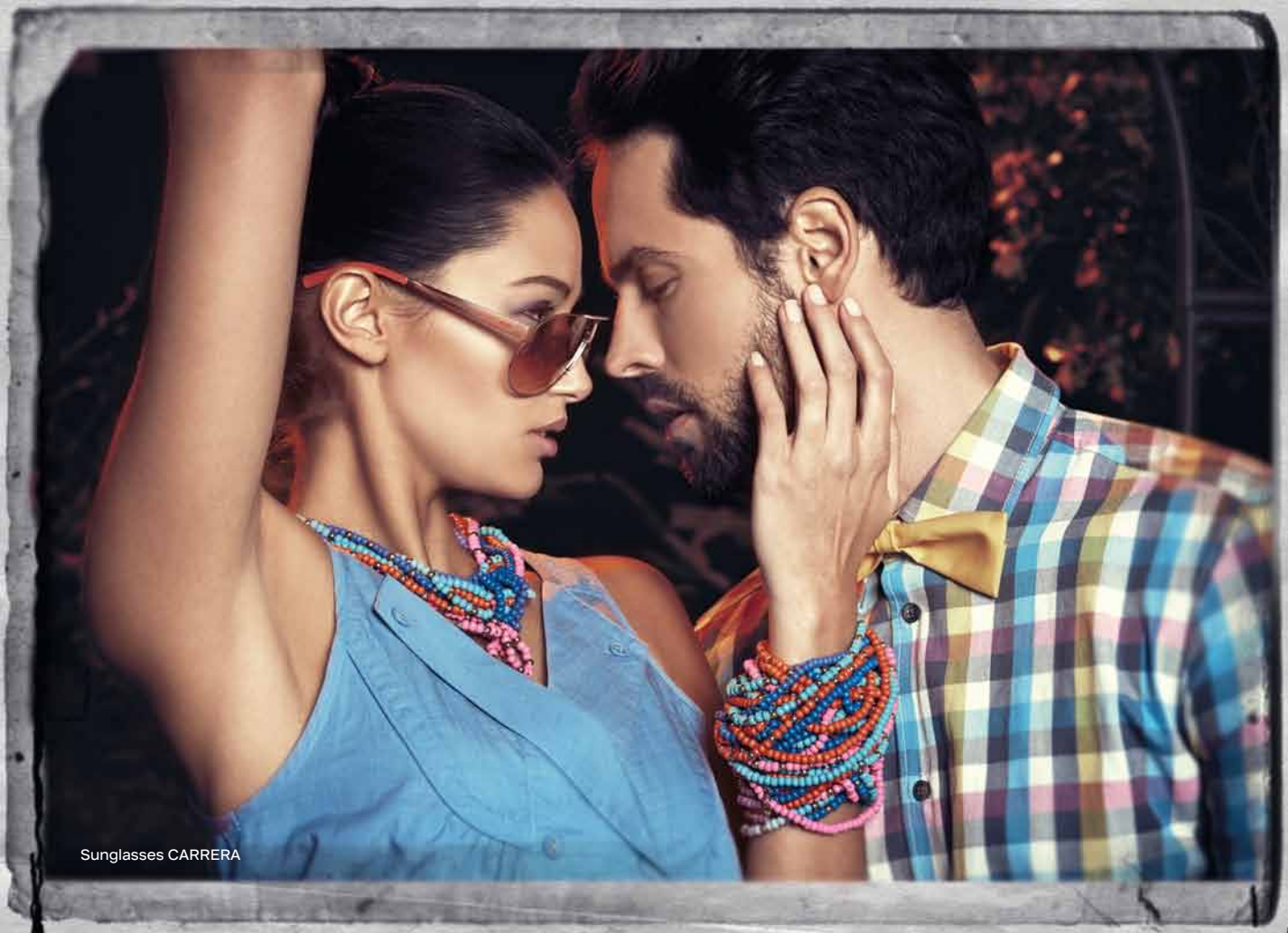


Shorts / Hemd DR. DENIM
Fliege HEAVEN NO.7
Sunglasses MICHAEL KORS

Overall 2TWO PARIS
Accessoires HEAVEN NO.7
Sunglasses GUCCI

Art. 1 311 072,
AM Shoes,
39,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 241 033,
Catwalk,
Sandalette auf
Plateau-Keilboden,
34,90 €,
ab Mitte Mai



Sunglasses CARRERA

AUSGEWASCHEN, GEBLEICHT UND AUSGEFRANST:
Die Denim-Mania, bestens bekannt von Boyfriend-Jeans, Röhren, Miniröcken und Shorts, erreicht jetzt auch die Schuhe.

Art. 4 101 005, Graceland, Tasche im Denim-Look, 19,90 €, ab Ende Februar

Art. 1 174 018, Graceland, Peeptoe in Denim mit Strasssteinen und Nietendekorationen, 24,90 €, ab Mitte April

Art. 1 263 018, Graceland, Pantolette in verwaschenem Denim auf Holzbodenoptik, 19,90 €, ab Ende Februar









Bild links oben: Der Zauberwald entsteht. | Links unten: Tino gibt alles. | Rechts: Licht und Posing müssen stimmen.

Fotos: Steffen Hoffner, Waghäusel | www.steffen-hoffner.de

Shooting IM MÄRCHENWALD

WIE TINO OAC DIE AKTUELLE DEICHMANN-KOLLEKTION INSZENIERT

DRAUSSEN LIEGT HOCH DER SCHNEE, SELBST IN DER ALTEN TRANSFORMATORENHALLE BRINGT DAS RIESIGE HEIZGEBLÄSE DIE TEMPERATUREN KAUM IN DEN ZWEISTELLIGEN BEREICH. TROTZDEM HERRSCHT SUMMER FEELING: FÜR DAS FOTOSHOOTING DER NEUEN DEICHMANN-KOLLEKTION ENTSTAND IM WINTERLICHEN MANNHEIM DIE PERFEKTE ILLUSION.

Einen Tag hat der Aufbau des märchenhaften Zauberwaldes (mit echten Bäumen!) gedauert, einen weiteren Tag das Fitting – also die Anprobe der Outfits mit den beiden Models Emanuelle Baque und Isaac Hub. Mehr als ein Dutzend Teammitglieder sind im Einsatz, damit Set und Looks genau so aussehen, wie es sich der Fotograf vorstellt. Von ihm stammt auch die Idee für die „Magischen Momente", so das Thema des Shootings:
Tino Oac, bekannt geworden als Sänger der „Söhne Mannheims" und inzwischen auch renommierter Fashion-Fotograf, arbeitet zum zweiten Mal für Deichmann. Für die Planung und Umsetzung der Ideen, die fünf Wochen in Anspruch nahm, war dann Setdesigner Paddy Bohr zuständig.

14 Stunden dauert das eigentliche Shooting. Fünf verschiedene Stylings – perfekt von Jennifer Mertens arrangiert – fotografiert der 34-Jährige, präsentiert die Looks des Frühjahrs und Sommers, inszeniert die neue Deichmann-Kollektion: angesagte Plateausandalen, luftige Cut-Out-Modelle, stylish verzierte Ballerinas und vieles mehr. Viele hundert Fotos schießt Tino Oac, das Team begutachtet die Bilder sofort am Computer. Verschiedene Perspektiven, ein bisschen mehr Licht, Nebel, ein wie zufällig drapiertes Accessoire – viele Kleinigkeiten sorgen hinterher für Wirkung und schaffen die gewünschten Emotionen.

Um 22.30 Uhr ist das letzte Bild geschossen. Einen weiteren Tag wird der Abbau des Sets dauern, dann erinnert im Mannheimer Trafowerk nichts mehr an die magischen Momente rund um Fashion und Lifestyle. Übrigens: In der gleichen Halle probten zuvor auch schon die „Söhne Mannheims" für eine ihrer Tourneen, bei der Tino Oac nicht als Fotograf vor, sondern als Sänger auf der Bühne stand …
Einen Videoclip vom Making-of gibt es im Internet unter www.deichmann.com zu sehen.

DIE CREW Fotograf: Tino Oac (www.tinooac-photography.de) | Assistent: Sebastian Moser | Setdesign und Setbau: Tino Oac, Paddy Bohr, Alan Trapp, Ben Reich | Catering: Michaela Ozegovic | Styling: Jennifer Mertens | Make-up & Hair: Verena Wirth | Models: Emanuelle Baque und Isaac Hub / East West Models | Making-of-Fotos: Steffen Hoffner



DIE STARS DES FOTO-SHOOTINGS:
Die Frühjahr-/Sommer-Kollektion.

Art. 1 104 012,
Graceland,
beiger Ballerina mit
Fesselriemchen,
19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 104 015,
Graceland,
blauer Ballerina mit
Fesselriemchen,
19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 210 716,
Graceland,
beige Römer-Sandalette
mit Fesselriemchen,
19,90 €,
ab Mitte März

PARKOUR-STAR CHASE ARMITAGE IM DEICHMANN-SPOT

Aktuelles VIDEO deichmann.com/shoefashion



SPEKTAKULÄRE SHOW

Als kleiner Junge ist er über Treppen, Bäche und Zäune gejagt, heute springt er über Hochhausschluchten und fahrende Autos: Der Engländer Chase Armitage ist der Mega-Star der Parkour-Szene – und liefert sich im jüngsten „Most wanted"-Fernsehspot von Deichmann wieder eine atemberaubende Verfolgungsjagd mit der Polizei.

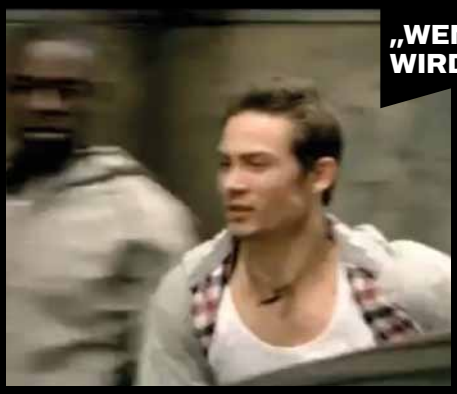


„UM IM LEBEN VORWÄRTS ZU KOMMEN, BRAUCHEN WIR EIN ZIEL."

Bei diesem Spot stockt dem Zuschauer schier der Atem: Polizisten verfolgen auf dem Dach eines Hochhauses einen Mann, der scheinbar mühelos jedes Hindernis überwindet, das sich ihm in den Weg stellt. Mit einem gewaltigen Sprung hechtet er über eine tiefe Schlucht auf das nächste Dach, läuft senkrecht eine Mauer hinauf und stürzt sich dann mit einem Wasserschlauch als Bungee-Seil vom Gebäude. Alles in einem halsbrecherischen Tempo, fast scheint der Verfolgte zu fliegen. Das kann doch nicht echt sein, wundert sich da mancher Betrachter. Ist es aber doch (siehe Kasten)! Der Darsteller des Spots ist kein Gerin-







„WENN ES SCHWIERIG WIRD, IST ES GUT."



ALLES ECHT!

Die spektakulärsten Szenen des ersten Deichmann-Spots mit Chase Armitage ließ die TV-Sendung „Galileo" (Pro7) für die Rubrik „Fake-Check" nachstellen. Zunächst konnte sich kaum einer vorstellen, dass man die waghalsigen Stunts ohne Hilfsmittel wie Seil oder Rampen vollführt. Ein deutscher Parkourläufer erbrachte jedoch den Beweis und packte es tatsächlich nur durch Körperbeherrschung – wie Chase Armitage im Original-Spot. „Mein Puls liegt bei über 180", sagte der Deutsche anschließend total abgekämpft – und zollte dem englischen Kollegen großen Respekt für dessen Leistung.

„EIGENTLICH BRAUCHT MAN NICHT MEHR ALS GUTE SCHUHE."

gerer als Chase Armitage, der große Star eines Sports, der allerdings (noch) weitgehend unbekannt ist: „Le Parkour".

Die Kunst der Bewegung

Begründet vom französischen Schauspieler David Belle, ist „Le Parkour" oder auch Parkouring Sportart, Kunst und Philosophie zugleich. Der Traceur genannte Sportler übt die „Kunst der Bewegung" durch die Landschaft aus und steht dabei im Einklang mit Natur und Umwelt. Parkour versteht sich selbst nicht als Fun-, sondern als Extremsport. Akrobatische Einlagen sind nie Selbstzweck, sondern nur Mittel zum Zweck. Es geht darum, die eigenen Grenzen kennenzulernen und zu überwinden – auch für Chase Armitage.

Je schwieriger, desto besser

Der 25-jährige Engländer ist im besten Sinne ein Besessener, sein Motto lautet: „Nimm die Herausforderungen des Lebens an und überwinde sie." „Um im Leben vorwärts zu kommen, brauchen wir ein Ziel", sagt der Mann mit den stahlblauen Augen. „Erst wenn man ein Ziel hat, weiß man, wo es lang geht." Chase war schon als Junge fasziniert von den akrobatischen Auftritten des Schauspielers Jackie Chan („Rush Hour") und sagt: „Wenn es schwierig wird, ist es gut. Stellen Sie sich vor, man würde immer sofort alles bekommen, was man will. Wie könnte man sich weiterentwickeln?"

„NIMM DIE HERAUSFORDERUNGEN DES LEBENS AN UND ÜBERWINDE SIE."

GET THE MOST WANTED

PUMA



Art. 1 716 059, PUMA, Größen 7,5–11,5, 54,90 €, ab Ende Februar



Art. 1 716 055, NIKE, Größen 40–46, (Gr. 47-49 im Online-Shop) 49,90 €, ab Ende Februar

adidas



Art. 1 716 063, ADIDAS, Größen 7,5–11,5, 49,90 €, ab Ende Februar

Man braucht gute Schuhe

Armitages ganz persönliches Markenzeichen ist die Verbindung von Akrobatik und Kampfkunst, präsentiert mit unnachahmlicher Eleganz. Sein durchtrainierter Körper ist sein Kapital: Er beherrscht Rollerblading ebenso wie Fußball, er boxt und golft, schwimmt und spielt Tennis. Für Parkour sei aber etwas anderes entscheidend als Fitness, sagt Chase mit einem Augenzwinkern: „Eigentlich braucht man nicht mehr als ein Paar guter Schuhe."

Den aktuellen Most-wanted-Spot gibt es ab 21. März im TV und im Internet unter www.deichmann.com zu sehen.



Art. 1 240 024,
Graceland,
19,90 €,
ab Ende Februar

Art. 4 690 058,
Schal, 6,95 €,
ab Ende Februar

Art. 4 100 086,
Graceland,
Tasche, 16,90 €,
ab Ende Februar

Art. 1 220 010,
Graceland,
19,90 €,
ab Ende Februar

DER NEUE LOOK
IM FRÜHJAHR/SOMMER

Für echte Frühlingsgefühle und einen heißen Sommer braucht sie – klar, den richtigen Begleiter an ihrer Seite. Das gilt natürlich auch in Sachen Mode! Deshalb nehmen die Lieblingsaccessoires die Trend-Themen der großen Fashion-Shows auf: Denim, Nieten, Ketten und Spitze finden sich auch bei Taschen & Co. – so passt eins zum anderen! Ob sommerliches Braun, klassisches Schwarz oder frühlingshaft blumig: Mit den passenden Accessoires wird jedes Outfit perfekt!



1 I Art. 4 690 005, Mütze, auch in weiteren Farben, 4,95 €, ab Ende Februar **2** I Art. 4 100 024, Graceland, 14,90 €, ab Anfang März **3** I Art. 4 690 057, Tuch, 6,95 €, ab Ende Februar **4** I Art. 4 100 011, Graceland, auch in Schwarz, Weiß und Grau, je 12,90 €, ab Anfang März **5** I Art. 4 100 008, Graceland, auch in weiteren Dessins, 9,95 €, ab Anfang März **6** I Art. 4 690 011, Hut, auch in weiteren Farben, 5,95 €, ab Ende Februar **7** I Art. 4 101 026, Catwalk, 19,90 €, ab Anfang März **8** I Art. 4 690 037, Schal, auch in weiteren Farben, je 4,95 €, ab Anfang März **9** I Art. 4 100 017, Graceland, 12,90 €, ab Ende Februar **10** I Art. 4 100 005, Graceland, auch in weiteren Farben, 9,95 €, ab Ende Februar **11** I Art. 4 690 045, Schal, 6,95 €, ab Mitte März **12** I Art. 4 100 023, Graceland, auch in weiteren Farben, 14,90 €, ab Anfang Mai **13** I Art. 4 100 009, Graceland, auch in weiteren Farben, 9,95 €, ab Anfang März **14** I Art. 4 100 004, Graceland, auch in weiteren Farben, 9,95 €, ab Ende Februar

KINDER-FÜSSE IN BESTEN HÄNDEN

DEICHMANN UND ELEFANTEN SORGEN FÜR DIE RICHTIGE PASSFORM

Die 3-jährige Lynn ist in der Deichmann-Filiale in Nürnberg kaum zu bremsen: „Mama, diese pinkfarbenen Schuhe da vorne, die will ich haben", ruft das kleine Mädchen mit großen Augen. „Wenn sie dir passen, können wir die auch kaufen", verspricht die Mutter. „Passen" ist das richtige Stichwort: Denn eigentlich sind die beiden wegen der großen Fußmessaktion der Kinderschuhmarke Elefanten vor Ort.





Fotos: Markenloft

Was fühlst du? Der Barfuß-Parcours begleitet die Fußmesstour. Mit verschiedenen Materialien lässt er die Kinder spielerisch Erfahrungen machen.

„Zum regelmäßigen Messen gibt es keine Alternative", weiß Deichmann-Filialleiterin Grit Dürichen. Denn Kinderfüße wachsen sehr schnell: im zweiten und dritten Lebensjahr jährlich um zwei bis drei Größen, im Kindergartenalter sind es immer noch zwei Größen, im Schulalter ein bis zwei Größen. Beim Weiten-Maß-System WMS, das von Elefanten maßgeblich mitentwickelt wurde, werden für die perfekte Passform Fußlänge und Ballenweite berücksichtigt – einfach und schnell gemessen mit dem WMS-Fußmessgerät.

Daumendruck genügt nicht

Lynn stellt das gerne unter Beweis: In Windeseile zieht sie ihre Schuhe aus und stellt die Füße auf das flache Messgerät. Filialleiterin Grit Dürichen schiebt erst den Längen-, dann den Weitenschieber an die Füßchen heran und drückt die Zehen noch einmal leicht nach unten. Denn Kinder neigen beim Messvorgang oft dazu, die Zehen unwillkürlich anzuziehen. Das Fußmessgerät zeigt die erforderliche Schuhgröße an, auch die Schuhweite lässt sich direkt ablesen. Nur wenn ein Schuh die richtige Passform hat, kann er Halt geben und die



Und wieder ein Stück erwachsener! Kinder finden es meist richtig spannend, gemessen zu werden – nicht nur bei den Füßen.

Entwicklung des Fußes fördern. „Ob der Schuh zu groß oder zu klein ist, können weder das Kind selbst noch die Eltern entscheiden", wissen Schuh-Experten. „Auch der bekannte Daumentest, der Aufschluss darüber geben soll, ob das Kind mit den Zehen vorne an den Schuh stößt, ist nicht verlässlich, weil die Kinder reflexartig die Zehen einziehen."

Kostenloser Service

Das Messen der Füße gehört bei Deichmann bei jedem Kinderschuhkauf zum Service. Darüber hinaus starten regelmäßig große Fußmessaktionen in den eigenen Filialen, aber auch in Kindergärten und Kindertagesstätten. Allein zwischen 2006 und 2010 wurden mehr als 32.000 Paar Füße von Kindern bis 14 Jahren vermessen. Die Daten fließen in die Entwicklung von neuen Kinderschuhen ein. Seit vielen Jahren arbeitet Elefanten mit Ärzten und Orthopäden an unterschiedlichen Uni-Kliniken zusammen; aktuell wurde die Universität Duisburg-Essen mit einer umfassenden Studie zum Thema Kinderfüße und Kinderschuhe beauftragt. Neue Schuhmodelle werden entwickelt und getestet, Fußbewegungen im Schuh beobachtet und ausgewertet. Vor zwei Jahren erweiterte WMS die Skala des Weiten-Maß-Systems: Das Deutsche Schuhinstitut und das Institut für Sportmedizin und Prävention der Universität Potsdam hatten festgestellt, dass Kinder heutzutage größere Füße haben. Deichmann hat diese Standards übernommen.

Lynns Füße jedenfalls sind erst einmal vermessen: Stolz hält sie ihren Fußmess-Pass in der Hand, in dem die Daten festgehalten sind. Wenn Mama ihr jetzt noch die rosa Schuhe kauft …

free

DIE NEUE FREIHEIT

„Elefanten free" unterstützt Kinder dabei, auf starken, gesunden Füßen durchs Leben zu gehen. Denn kleine Füße brauchen Bewegungsfreiheit – die „Elefanten free"-Kinderschuhe geben sie ihnen:



Art. 1 400 082, Elefanten, Größen 19–24, 34,90 €, ab Ende März



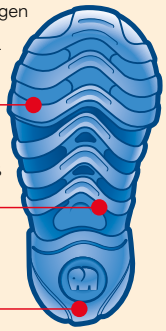
Art. 1 400 083, Elefanten, Größen 19–23, 34,90 €, ab Ende Februar

3 Teile machen die Sohle noch biegsamer: Die patentierte Sohle ist so flexibel, dass sich der Kinderfuß frei entwickeln kann.

Die **Flexi-Rillen** der Sohle sorgen dafür, dass sich der Fuß – geschützt durch den Schuh – allen Bodenunebenheiten anpassen kann.

Durch die **Aussparung in der Mittelsohle** kann sich der Fuß in jede Richtung bewegen.

Der **abgerundete Absatz** unterstützt das Abrollen.





Auch 2011 geht die Fußmesstour von Elefanten weiter. Die Termine erfährt man im Internet unter www.elefanten.de, Rubrik „Events".



50-Euro-Gutschein zu gewinnen

Mal den Elefanten!

Jedes Kind kennt den großen roten Elefanten, das Markenzeichen der beliebten Kinderschuhe. Und jetzt bist du gefragt: **Male den Elefanten, wie du ihn am liebsten siehst!** Schicke dein fertiges Kunstwerk an: Deichmann Unternehmenskommunikation, Michèle Leyendecker, Deichmannweg 9, 45359 Essen. Unter allen Einsendern verlosen wir 5 Gutscheine im Wert von jeweils **50 Euro für Elefanten-Schuhe.**

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Die Gewinner erklären sich mit der Veröffentlichung ihres Namens und Wohnortes einverstanden. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Mitarbeiter von Deichmann sind nicht teilnahmeberechtigt. Einsendeschluss ist der 7. Mai 2011.

GROSSE MODE FÜR KLEINE TRENDSETTER

ICH PACKE MEINEN KOFFER

Endlich Sommer! Ob im Urlaub oder während der Ferien zuhause: Gerade für Kinder beginnt nun die schönste Zeit des Jahres. Draußen spielen, toben, Neues entdecken: Jetzt ist Zeit, dem Bewegungsdrang freien Lauf zu lassen. Bewegung macht Kindern nicht nur Spaß – sie ist auch wichtig für eine gesunde Entwicklung. Dabei sind die passenden Schuhe natürlich ein Muss: perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse der kleinen Füße – und modisch genauso im Trend wie bei den Großen.



Mehr INFOS deichmann.com/shoefashion

FASHION-NEWS:

SCHUH-VERLIEBT

Schuh-Fans setzen nicht nur an ihren Füßen Akzente, sondern können ihrer Leidenschaft auch mit originellen Accessoires Ausdruck verleihen.



Ruf doch mal an

Am Telefon wird nicht mehr nur über die erfolgreiche Schuh-Shopping-Tour geplaudert, das Telefon in High-Heel-Form ist selber der neue Hingucker! Gesehen bei mikfunshopping.de, ca. 35 Euro.



Anziehend

Egal ob Schnürer, Slipper oder Stiefel – mit dem praktischen Schuhlöffel von koziol kommt man spielend leicht in Schuhe hinein und wieder heraus. Gesehen bei design-3000.de, verschiedene Farben, 2 Größen, ab 8,95 Euro.



Gute Reise

Verwechslung ausgeschlossen: Mit diesem Anhänger wird jedes Gepäckstück einzigartig. Innen kann die Adresse notiert werden, das Riemchen ist verstellbar. Gesehen bei design-3000.de, 9,90 Euro.



Einen Fuß in der Tür ...

... hat man mit dem außergewöhnlichen Türstopper in eleganter Stiletto-Optik. Aus weichem Gummi, ca. 16 x 13 x 5 cm. Erhältlich in Rot und Schwarz. Gesehen bei tomwet.de, 12,95 Euro.



Pimp your Key

Mit diesem coolen Schuh-Schlüsselanhänger von Small Foot Design wird der Turnschuh zum Schmuckstück und witzigen Accessoire. Gesehen bei amazon.de, ab ca. 3 Euro.



Zum Anbeißen:

Schuhe sehen nicht nur gut aus, man kann sie sich auch schmecken lassen: Ob Lakritz oder Fruchtgummi – die süßen Versuchungen von Red Band sind eine kleine Schuh-Sünde für zwischendurch. 1250-g-Packung, ca. 5 Euro.





Warum Mode uns anzieht

Von der Befreiung der Frau aus dem Korsett über Flower-Power bis hin zu den aktuellen Looks – Charlotte Seeling macht in ihrem großformatigen Buch eine Zeitreise durch die Welt der Mode. Die Autorin, ehemalige Chefredakteurin der deutschen Vogue und Cosmopolitan, blickt zurück auf 150 Jahre Fashion, beleuchtet die verschiedenen Mode-Epochen und stellt wegweisende Designer vor. 1000 Abbildungen illustrieren die wechselvolle Geschichte der Trends. Charlotte Seeling: „Mode: 150 Jahre Couturiers, Designer, Marken", 512 Seiten, h.f.ullmann publishing, ISBN-10: 3833155876, ISBN-13: 978-3833155871, 49,95 Euro.

Spielerische Eleganz

Stylishe Manschettenknöpfe von Bull & Bear sind das geschmackvolle Accessoire für jeden Sportfan. Aus rhodiniertem Metall. Gesehen bei amazon.de, 11,95 Euro.



Fotos: Stemberg, Deichmann







In stilvollem Landhaus-Ambiente verwöhnen Sascha, Petra und Walter Stemberg (v.l.) ihre Gäste.

Haus Stemberg
Kuhlendahler Straße 295
42553 Velbert-Neviges
Tel. 02053/5649
www.haus-stemberg.de



ZWEI GENERATIONEN AN EINEM HERD

KÖSTLICH KOCHEN MIT DEN STEMBERGS

Passend zur Saison serviert SHOE FASHION diesmal nicht nur Mode, sondern auch sommerliche Rezepte: Die beiden Spitzenköche Walter und Sascha Stemberg würzen diese Ausgabe mit einem leckeren Menü, das sich zu Hause einfach nachkochen lässt.

In vierter Generation führt Walter Stemberg mit seiner Frau Petra das 1864 gegründete „Haus Stemberg" in Velbert-Neviges, das sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einem weithin bekannten und geschätzten Gourmet-Restaurant entwickelt hat. Seit fünf Jahren ist nun Sohn Sascha Küchenchef, wurde mehrfach ausgezeichnet und ist Mitglied bei den „Jeunes Restaurateurs d'Europe", einer Vereinigung junger Spitzenköche in Europa.

Die Stembergs sind Gastgeber aus Leidenschaft. Sie haben mit ihrer kulinarischen Arbeit das kleine Städtchen Velbert, an der Grenze von Ruhrgebiet und Bergischem Land gelegen, fest auf der Feinschmecker-Landkarte verankert. Ein Grund dafür ist das Erfolgskonzept „Zwei Küchen von einem Herd", das Vater Walter eingeführt hat und Sascha Stemberg jetzt konsequent fortsetzt und weiter entwickelt. Die Gäste genießen im Landhaus-Ambiente bodenständige, regionale Kost ebenso wie eine gehobene, neue deutsche Küche. Dabei finden grundsätzlich nur beste Produkte Eingang in die Stemberg'sche Küche. Viele Zutaten kommen von ausgesuchten Lieferanten aus der Region, mit denen der Familienbetrieb schon lange zusammenarbeitet.

Die engagierten Köche möchten die Freude an der Zubereitung frischer Speisen gern weitergeben und vielen Menschen Lust aufs Kochen machen. Die Stembergs sind überzeugt, dass sich ihre Rezepte problemlos nachkochen lassen. Walter Stemberg, der 2007 mit dem „Herforder Preis" zum Gastronom des Jahres gekürt wurde, weiß genau, was für ein gelungenes Rezept entscheidend ist: „Der Eigengeschmack der Zutaten darf nicht überlagert werden! Außerdem ist die Qualität der Produkte besonders wichtig: Gutes Fleisch und frisches Gemüse sind der Schlüssel zu leckeren Gerichten."

DREI-GÄNGE-MENÜ DER FERNSEHKÖCHE WALTER UND SASCHA STEMBERG



Vorspeise:

1 Carpaccio vom gekochten Kalbstafelspitz mit Kürbiskern-Vinaigrette und Kräutersaitlingen

Zutaten für 4 Personen: 300 g gekochter Kalbstafelspitz, 2-3 geschälte, sehr fein gewürfelte Schalotten, 1 EL Schnittlauchröllchen, 1 hartgekochtes Ei, 1 Fleischtomate, 1 TL mittelscharfer Senf, Balsamico-Essig, Speiseöl, Salz & Pfeffer aus der Mühle, Steirisches Kürbiskernöl, 200 g frische Kräutersaitlinge (oder andere Pilze)

Tomate abziehen, halbieren, entkernen und sehr fein würfeln. Mit fein gehacktem Ei und Schnittlauchröllchen in eine Schüssel geben. Aus Schalotten, Essig, Öl, Senf, Salz und Pfeffer eine Vinaigrette zubereiten und mit den Zutaten in der Schüssel vermischen.

Den erkalteten Tafelspitz dünn aufschneiden und die Teller damit gleichmäßig dünn belegen. Mit der Vinaigrette bestreichen und mit Kürbiskernöl beträufeln.

Die geputzten und gesäuberten Kräutersaitlinge in Scheiben schneiden und in Olivenöl anschwitzen, mit Salz und Pfeffer abschmecken und warm auf dem Carpaccio in der Mitte anrichten.

Hauptgang:

2 Gebratene Hähnchenbrust auf Salat von zweierlei Spargel mit Sesam und Ingwer

Zutaten für 4 Personen:

FÜR DIE VINAIGRETTE :
1 TL fein gehackter Ingwer, 1 EL schwarzer und weißer Sesam, Saft und Abrieb von 1 Orange, 1 EL Schnittlauchröllchen, 2 TL Honig, Spritzer Olivenöl, Spritzer Sesamöl, Salz und Pfeffer aus der Mühle. – Aus diesen Zutaten eine glatte und würzige Vinaigrette herstellen.

FÜR DEN SPARGEL:
8 Stangen grüner Spargel, 8 Stangen weißer Spargel, geschält, blanchiert und in schräge Stücke à 4 cm geschnitten, Olivenöl

Den Spargel in Olivenöl leicht anbraten, nun einen Teil der Vinaigrette hinzugeben und abschmecken.

FÜR DIE HÄHNCHENBRUST:
4 Brüste vom Freiland-Hähnchen, Salz und weißer Pfeffer aus der Mühle, Olivenöl

Die Hähnchenbrüste beidseitig würzen und in der Pfanne goldbraun von beiden Seiten braten. Lauwarmen Spargelsalat auf flachen Tellern als Sockel anrichten, darauf die warmen Tranchen vom Hähnchen legen. Mit Kerbelsträußchen garnieren.

★ *Tipp: Zu diesem Spargelsalat schmecken z. B. auch Doradenfilets, gegrillte Gambas oder Schweinefilet-Medaillons.*



Raffiniert inszeniert auf edlem Porzellan von Tafelstern.



Nachspeise:

3 Geeister Cappuccino

Zutaten für 4 Personen: 4 Eigelb, 120 Gramm Zucker, 1 doppelter Espresso, 200 ml geschlagene Sahne

80 g Zucker im Topf karamellisieren lassen, mit Espresso ablöschen, evtl. restliche Karamellstückchen auskochen und dann etwas abkühlen lassen. Eigelbe, 40 g Zucker und Karamell-Espresso-Masse im heißen Wasserbad cremig aufschlagen. Anschließend im Eiswasser kaltrühren und geschlagene Sahne unterheben. In Kaffeetassen abfüllen und ins Gefrierfach stellen. Eine halbe Stunde vor dem Verzehr aus dem Gefrierfach nehmen, mit geschlagener Sahne und Kakaopulver verzieren.

★ *Tipp: Nach Wunsch kann man die Masse noch mit Armagnac oder Amaretto verfeinern.*



Behutsam überarbeitet: Das neue Deichmann-Logo im Vergleich zu seinem Vorgänger von 1993 (oben).

Fotos: Deichmann

NA LOGO – WIE MAN EIN ZEICHEN SETZT

„WIR MÜSSEN UNSERE PRÄSENTATION IMMER WIEDER DEM TREND ANPASSEN." Heinrich Deichmann

ZWISCHEN TRADITION UND ZUKUNFT: DEICHMANN STELLT SEIN NEUES „D" VOR

„Irgendetwas hat sich verändert am Deichmann-D", wird sich mancher Betrachter in diesen Wochen denken, wenn er dem Logo von Europas größtem Schuheinzelhändler begegnet. Es ist vertraut, aber auch irgendwie anders. Richtig: Der blaue Schuh ist verschwunden und das D ist weicher in der Form geworden – aber auch klarer in der Linienführung.



Das waren die Wurzeln: Heinrich Deichmann mit Tochter Ellen vor seiner 1913 gegründeten Schuhmacherei in Essen Borbeck.

Genau das wollte Marken-Experte Prof. Rüdiger Goetz, der das Zeichen im Auftrag von Deichmann überarbeitet hat, erreichen. „Es sollte keine Revolution, sondern eine behutsame Weiterentwicklung werden", erläutert er die Vorgabe, die das Unternehmen gemacht hatte. Das bisherige Logo war 1993 eingeführt worden und hat dazu beigetragen, dass heute laut Marktforschung 98 Prozent der Deutschen Deichmann kennen.

Allein in Deutschland werden über 50.000 Marken beworben, rechnet der Experte vor. Es ist schwierig, sich da Aufmerksamkeit zu verschaffen. Deichmann hat dies in den zurückliegenden Jahrzehnten geschafft. Damit das so bleibt, musste das grün-blaue Logo nun auf den Prüfstand. Es sollte modernisiert werden, ohne seinen Wiedererkennungseffekt zu verlieren, denn Marken sind mehr als nur bunte Zeichen. Sie bieten den Menschen in einer immer komplexeren Welt auch ein Stück Orientierung.

Deichmann versteht sich als Anbieter für alle Altersgruppen, der modische Schuhe in guter Qualität zu einem attraktiven Preis anbietet – und das seit 1913. An diesem Unternehmensziel hat sich auch mit der neuen, modernen Optik nichts geändert, machte Firmenchef Heinrich Deichmann anlässlich der Vorstellung des neuen Logos deutlich. „Als Mode- und Lifestyle-Unternehmen müssen wir unsere Präsentation immer wieder dem Trend anpassen", so Deichmann. „Was wir nicht anpassen werden, ist das Fundament unserer Firmenphilosophie".

Und die sagt, dass das Unternehmen den Menschen dienen muss. Gemeint sind sowohl die Kunden, die sich auf ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis verlassen können sollen, als auch die Mitarbeiter, denen Deichmann sichere Arbeitsplätze mit einer fairen Bezahlung und menschlichem Führungsstil bieten will. Hinzu kommt, dass Teile des Unternehmensgewinns in soziale Projekte in Indien, Tansania, Moldawien und Deutschland fließen, von denen inzwischen rund 120.000 Menschen profitieren. Dass das bei weltweit mittlerweile fast 3.000 Filialen und über 28.000 Mitarbeitern eine echte Herausforderung ist, die man jeden Tag neu verwirklichen muss, wissen alle Beteiligten. Aber dass es sich lohnt, dafür zu arbeiten, steht außer Frage.

So steht das neue Logo für den Willen, eine erfolgreiche Unternehmenszukunft zu gestalten – und den Vorsatz, weiterhin Zeichen zu setzen, wenn es darum geht zu zeigen, dass die Wirtschaft für die Menschen da ist – und nicht umgekehrt.

ROLL-OUT FÜR DIE NEUE OPTIK

Das Wachstum begann für Deichmann Ende der 50er Jahre. Damals arbeitete man noch mit ganz verschiedenen Schriftzügen. In den 80er Jahren wuchs das Bewusstsein für die Wichtigkeit eines klaren optischen Auftritts. 1993 wurde das bisher bekannte quadratische Logo eingeführt, das heute aus keiner Fußgängerzone mehr wegzudenken ist. Die Einführung des neuen Zeichens ist ein organisatorischer Kraftakt. Nicht nur in Prospekten und an Ladenfassaden wird die Veränderung deutlich. Auch an vielen anderen Stellen wie Lkw, Briefpapier, Visitenkarten, Beschilderungen muss das neue Erscheinungsbild umgesetzt werden. Und das nicht nur in Deutschland, sondern international – und natürlich auch im Internet.



Fotos: Shutterstock, Deichmann

VERSTÄRKUNG **GESUCHT**

DEICHMANN BIETET BESTE KARRIERECHANCEN

Ein sicherer Arbeitsplatz in einem erfolgreichen und angesehenen Unternehmen, abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Tätigkeiten, gute und schnelle Aufstiegsmöglichkeiten: Dies wünschen sich viele. Bei Deichmann können sich diese Wünsche erfüllen: Das Unternehmen bietet beste Karriereaussichten.

Das Konzept, qualitativ gute Schuhe zu günstigen Preisen für die ganze Familie anzubieten, hat Deichmann zum größten Schuhhandelsunternehmen in Europa gemacht und bewährt sich erfolgreich in inzwischen 20 Ländern. Und das Unternehmen expandiert weiter, weshalb engagierte und motivierte Verstärkung gesucht wird – vom Auszubildenden bis zur Führungskraft.

Vielfältige Möglichkeiten

Aktuell bietet Deichmann Ausbildungsplätze zur Verkäuferin/zum Verkäufer oder zur Kauffrau/zum Kaufmann im Einzelhandel. Darüber hinaus gibt es spezielle Ausbildungsprogramme für Abiturientinnen und Abiturienten: entweder zum/zur Handelsfachwirt/-in oder in einer Kombination aus Studium und praktischer Ausbildung (Bachelor of Arts, Fachrichtung Handel). In der Essener Verwaltung wird außerdem zur Bürokauffrau/zum Bürokaufmann ausgebildet.

Neben einer vielfältigen, abwechslungsreichen Tätigkeit warten beste Aufstiegschancen: Nach absolvierter Ausbildung beispielsweise kann man schon in jungen Jahren Filialleiter werden. Wer dort engagiert und erfolgreich arbeitet und mehr Kompetenzen erlangen möchte, hat die Chance, weiter aufzusteigen.

Als fairer Arbeitgeber lässt Deichmann seine Mitarbeiter am Erfolg teilhaben. Dies zeigt sich unter anderem in Leistungen wie kostenlosen Fortbildungen, Umsatzbeteiligung, freiwilligen Pensionsleistungen oder Gesundheitswochen in der Schweiz.

Wer sich für eine Tätigkeit bei Deichmann interessiert, findet weitere Informationen im Internet unter www.deichmann.com/karriere.

UND ACTION!

JOEY KELLYS TIPPS FÜR EINEN ERLEBNISREICHEN URLAUB

Es muss nicht immer Faulenzen am Strand sein: Auch beim Laufen, Klettern, Radeln & Co. lässt sich wunderbar entspannen und ganz nebenbei die Gegend kennen lernen. Extremsportler Joey Kelly macht Vorschläge für einen gelungenen Aktiv-Urlaub.

Er ist durch die Wüste gejoggt und hat Australien mit dem Fahrrad durchquert: Joey Kelly sucht immer die Herausforderung. Auch in seiner Freizeit mag er keinen Stillstand: „Ich will aktiv sein, etwas unternehmen und entdecken – nur so kann ich richtig abschalten", sagt der dreifache Vater, Künstler und Manager. Denn wer sich richtig auspowert, baut Stress oft viel schneller ab. Hier seine Tipps für den nächsten Outdoor-Trip:

„Spaß ist die beste Motivation!"

Für noch mehr Action muss man nicht gleich wie Joey durch den südamerikanischen Dschungel wandern. Auch beim Rafting oder Klettern wird die Reise zum spannenden Highlight. Frankreich und Schweden haben sich mit ihren wilden Flüssen und faszinierenden Bergregionen zu reizvollen Ländern für Outdoor-Sportler entwickelt. **„Solange es dir Freude bereitet, solltest du alles einmal ausprobieren",** rät der 38-Jährige.

„Raus aus dem Alltag, rein ins Abenteuer!"

Es gibt viele Möglichkeiten, einen Aktiv-Urlaub individuell zu gestalten. Wer sich sportlich betätigen und gleichzeitig die Landschaft genießen will, sollte die Laufschuhe schnüren oder sich aufs Fahrrad setzen. Ein beliebtes Ziel ist zum Beispiel Mallorca mit seiner abwechslungsreichen Natur. **„Beim Laufen oder Biken kannst du dich nicht nur selbst fordern, sondern lernst auch Land und Leute besser kennen",** weiß Joey Kelly von seinen Reisen.

„Gut gerüstet, wird jeder Aktiv-Urlaub zum Erlebnis!"

Neben dem Spaß an der Herausforderung ist vor allem **das richtige Equipment** wichtig. Dazu gehören neben der passenden Kleidung auch robuste und bequeme Schuhe.





Art. 1 716 080, Victory, 39,90 €, ab Anfang März



Art. 1 716 081, Victory, 39,90 €, ab Anfang März

Joey Kelly vertraut seit 2004 bei seinen sportlichen Höchstleistungen auf Victory-Schuhe von Deichmann: hier 2010 beim TUI-Marathon auf Mallorca.



WETTLAUF ZUM SÜDPOL

Erst Sahara und Amazonas, jetzt Antarktis: Gemeinsam mit einem Sportlerteam und TV-Moderator **Markus Lanz** machte sich **Joey Kelly** auf den Weg zum Südpol. 400 Kilometer weit kämpfte er sich im Wettlauf mit einem österreichischen Team durch Schnee und Eis – zu Fuß und per Schlitten. Wer als erster ins Ziel kam und was Joey auf seinem abenteuerlichen Trip erlebte, erfährt man ab März im ZDF.

Fotos: Stachelhaus

Mitmachen und gewinnen: Deichmann verlost Preise im Gesamtwert von **2.400** Euro!





Art. 1 175 075, Catwalk, 29,90 €, ab Mitte Mai

Gewinnspiel auch im INTERNET deichmann.com/shoefashion



Art. 1 150 010, Graceland, 19,90 €, ab Anfang März



Art. 1 263 022, Graceland, 19,90 €, ab Anfang März

SCHUHE

FÜR EIN GANZES JAHR

Gehen Sie immer mit der Mode – und das völlig kostenlos! Fünf Gewinner bekommen von uns ein ganzes Jahr lang Monat für Monat einen Deichmann-Gutschein im Wert von 40 Euro. Sie müssen nur die richtige Antwort auf folgende Frage finden:



Art. 4 690 011, Trilby, 5,95 €, ab Ende Februar

Art. 4 100 029, Graceland, 14,90 €, ab Ende Februar



Auch in Schwarz erhältlich.

Welche Schuhform mit „Holzböden" erlebt in dieser Frühjahr/Sommer-Saison einen Boom und ist unverzichtbar auf den Catwalks und Straßen?

A **Ballerina**

B **Clog**



Art. 1 154 005, Graceland, 24,90 €, ab Mitte März

Art. 1 154 003, Graceland, 19,90 €, ab Mitte März





Art. 4 100 074, Graceland, je 16,90 €, ab Ende Februar

Auch in Schwarz und Weiß erhältlich.

Schreiben Sie den richtigen Lösungsbuchstaben mit dem Stichwort „Gewinnspiel" auf eine Postkarte und schicken Sie diese an: Deichmann Unternehmenskommunikation, Katharina Martin, Postfach 11 02 22, 45332 Essen.
Oder senden Sie eine E-Mail mit der Lösung und dem Betreff „Gewinnspiel" an shoefashion@deichmann.com.
Vergessen Sie nicht, Name, Alter und Anschrift anzugeben!

Sammelzuschriften sind von der Verlosung ausgenommen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Eine Barauszahlung des Gewinns ist nicht möglich. Mitarbeiter von Deichmann sind nicht teilnahmeberechtigt.

Einsendeschluss ist der 7. Mai 2011.

WE ARE FAMILY: „Mein Bruder Felix wollte gerne bei der Fotoaktion von Deichmann mitmachen. Also haben wir Hund und Schuhe gepackt und uns an die Arbeit gemacht, ein cooles Bild zu ergattern. Dieses Foto gefiel Felix besonders gut", schreibt Jenni aus Grenzach-Wyhlen.



FOTOAKTION:

100 EURO FÜR SCHUHE ZU GEWINNEN!

Wieder haben uns die Leserinnen und Leser der SHOE FASHION viele schöne, kreative und originelle Bilder von sich und ihren Deichmann-Lieblingsschuhen geschickt – viel mehr, als wir auf dieser Seite zeigen können. Wer diesmal nicht unter den Gewinnern ist, hat beim nächsten Mal eine neue Chance: Wenn Ihr Foto abgedruckt wird, bekommen Sie einen Deichmann-Gutschein im Wert von 100 Euro.

SENDEN SIE IHR FOTO AN:

Deichmann Unternehmenskommunikation, Katharina Martin, Deichmannweg 9, 45359 Essen, oder per E-Mail an: katharina_martin@deichmann.com

Mit der Zusendung Ihres Fotos unter dem Stichwort „Fotoaktion" erklären Sie sich mit einer Veröffentlichung in unserem Kundenmagazin „SHOE FASHION" einverstanden und stellen uns insofern von jeglichen Ansprüchen Dritter frei.



VOLLGAS gibt Martin Kind aus Letschin mit seinen Sneakers von Deichmann.



SOMMER, SONNE, ELEFANTEN: „Während es in Deutschland schon nass und kalt war, durften wir in der Türkei noch ein bisschen den Sommer genießen. So konnte Antonia noch einmal ihre Sandalen tragen", schreibt Mama Andrea Kahle aus Ritterhude.



IHRE LIEBSTEN REISEBEGLEITER präsentiert Romy Korngiebel aus Bad Salzungen auf diesem Urlaubsfoto.



SEIN „BLAUES WUNDER" erlebte Heinrich Rosenkranz in Dresden. Vor dem berühmten Wahrzeichen ließ er entspannt die Beine baumeln. „Meine Füße und die Falcon-Schuhe von Deichmann haben die ausgiebigen Fußmärsche in Dresden und Umgebung supergut überstanden", berichtet der Bochumer.



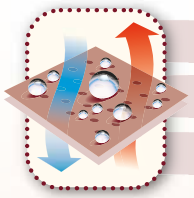
EINFACH GÖTTLICH findet Nadja Porsch ihre Schuhe von Deichmann. Nicht umsonst trägt sie ihre liebsten Stücke auf Händen – und das gleich sechsfach, wie die indische Göttin Lakshmi.

Die Gallus °Clima-Technologie.

Das bessere Klima für den Fuß.



Die Gallus °Clima-Technologie sorgt für trockene, kühle Füße und dafür, dass kein Wasser von außen eindringen kann. Eine perforierte Laufsohle macht den Schuh luftdurchlässig und atmungsaktiv. Das Ergebnis für Sie: Immer das beste Klima rund um den Fuß.



luftdurchlässig
atmungsaktiv
wasserdicht



1_312_082

Obermaterial weiches Leder
Futter feuchtigkeitsabsorbierende Textilfaser
Decksohle Leder
herausnehmbares Lederfußbett
Laufsohle mit °Clima-Technologie
Gr. 40 – 46, Weite G ½

59,90

DEICHMANN