

s.Oliver gewinnt MIIA-Award für Q/S designed by Robin Schulz Marketingstrategie

Rottendorf, 4. Dezember 2017

Marketing Intelligence & Innovation Award (MIIA) 2017 in der Kategorie „Image Change and Rebranding“

s.Oliver hat mit der Marketingstrategie zum Relaunch der Marke Q/S designed by neue Maßstäbe gesetzt. Dafür wurde das Unternehmen mit dem Marketing Intelligence & Innovation Award (MIIA) 2017 in der Kategorie „Image Change and Rebranding“ ausgezeichnet. Die Urban Lifestyle Brand, die auf Kooperationen setzt, holte sich als ersten Partner niemand geringeren als Star-DJ Robin Schulz an Bord. Gemeinsam mit ihm setzte das Marketing-Team eine umfangreiche Kampagne um, die auf innovativen Content setzte - maßgeschneidert auf die junge, urbane Zielgruppe sowie auf das Thema Music meets Fashion.

„Robin Schulz - The Movie“ als zentraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie

Im Zentrum der Q/S designed by Robin Schulz-Kampagne stand die 90-minütige Dokumentation [„Robin Schulz - The Movie“](#), aus der im Vorfeld acht Monate lang diverse Content Pieces für den Aufbau der Q/S designed by Social Media Kanäle genutzt wurden. Highlight war die Premiere Ende Februar im Cinemaxx Hamburg mit über 1.000 Gästen. Zahlreiche Prominente wie Robin Schulz, Collien und Christian Ulmen, Janin Ullmann sowie zahlreiche Top Influencer wie Anna Maria Damm, Elena Carrière und Betty Taube machten das Ereignis zum Gesprächsthema und zeigten die ersten Teile der Q/S designed by Robin Schulz Kollektion, die kurz nach der Premiere auf allen Kanälen erhältlich war.

Durch Pressearbeit und virale Effekte in den sozialen Netzwerken rund um das Event und die Kollektion wurden über 40 Millionen Kontakte generiert. Um die Zielgruppe in den Onlineshop und die Stores zu locken, wurde der Content pünktlich zum Kollektionsstart auf allen Kanälen verlängert: als TV-Spot im zielgruppenrelevanten Umfeld wie „Germany's next Topmodel“, im adressable TV, auf den Social Media Kanälen und in einer digitalen Out of Home-Kampagne. Zusätzlich war der Film als Shoppable Video im Q/S designed by Onlineshop zu sehen. Insgesamt erreichte die Marke mit dem Konzept 210 Millionen Kontakte, steigerte die Markenbekanntheit in der Zielgruppe um 26 Prozent und die Kaufbereitschaft um 29,6 Prozent.

Die Preisverleihung fand am Donnerstag, den 30.11., im Rahmen des Marketingmanagement Kongresses in Berlin statt. Sandro Schramm, Director Marketing s.Oliver und Q/S designed by, und Teresa Pfeifroth, Manager Brand Management Q/S designed by, präsentierten die Marketingstrategie vor der Expertenjury und setzten sich erfolgreich gegen die weiteren Nominierten durch. „Wir sind sehr stolz, dass wir mit diesem Preis für Marketing Intelligence & Innovation ausgezeichnet wurden. Er ist eine Bestätigung für das ganze Team, das viel Arbeit

Pressekontakt

Verena Väh, Consultant Fashion and Brand PR, [mailto: presse@qs-designedby.com](mailto:presse@qs-designedby.com)



und Herzblut in das Projekt gesteckt hat, und bestärkt uns in unserem Anspruch, auch weiterhin neue, innovative Wege zu gehen“, sagt Sandro Schramm. Der Berliner Knowledge-Hub Quadriga vergibt die MIIA-Awards an herausragende Vorreiter des digitalen Marketings. Eine Expertenjury beurteilt die eingereichten Projekte anhand messbarer Ergebnisse in den festgelegten Kriterien Impact, Strategie, Performance und Innovation.

ÜBER Q/S DESIGNED BY

Vor dem Relaunch der Marke war Q/S designed by als s.Oliver DENIM unter der Dachmarke s.Oliver positioniert und wurde ab August 2016 separat im Markenportfolio der s.Oliver Group neben s.Oliver, comma, LIEBESKIND BERLIN und TRIANGLE aufgestellt. Die Idee von Q/S designed by ist die Kooperation mit wechselnden internationalen Markenbotschaftern und Marken: we love partnerships! Erstes großes Highlight der neuen Markenausrichtung war die Kooperation mit dem international erfolgreichen DJ Robin Schulz im März und September 2017.

Mehr Informationen über Q/S designed by finden Sie auch unter www.qs-designedby.com

ÜBER ROBIN SCHULZ

Robin Schulz, DJ und Produzent, ist mit Hits wie „Prayer In C“, „Waves“, „Sun Goes Down“, „Headlights“ und „Sugar“ einer der größten deutschen Popstars unserer Zeit. Seine Erkennungsmerkmale sind gleichzeitig auch sein wichtigstes Handwerkszeug: Schwarz-getönte Sonnenbrille, umgedrehtes Basecap, Decks. Und sein scheinbar untrügliches Gespür für milliardenfach gestreamte Superhits, mit denen er seit mehr als zwei Jahren die Massen auf der ganzen Welt zum Tanzen bringt. Eigentlich ist der Niedersachse ein zurückhaltender Typ, der nicht gerne große Reden schwingt, sondern lieber an den Plattentellern und CD-Playern steht, um seine Musik für sich sprechen zu lassen. Robin Schulz: Eine Karriere, wie sie im Buche steht. Vom regionalen Geheimtipp zum landesweiten ‚Next Big Thing‘ und schließlich zum internationalen gefeierten Megastar. Mit seinen 29 Jahren gilt der Producer und DJ schon heute als erfolgreichster deutscher Künstler der letzten beiden Dekaden.

Pressekontakt

Verena Väh, Consultant Fashion and Brand PR, [mailto: presse@qs-designedby.com](mailto:presse@qs-designedby.com)