

## PRESSEMITTEILUNG

# S. OLIVER LANCIERT NEUE DACHMARKENKAMPAGNE HERBST/WINTER 2016

### **ROTTENDORF, 1. August 2016**

s.Oliver lanciert zum 1. August 2016 seine neue Dachmarkenkampagne Herbst/Winter 2016. Im New Yorker Studio „Pier 59“ nahm Fotograf Nagi Sakai in familiärer Atmosphäre die frischen Herbst-Looks der neu definierten Marken s.Oliver RED LABEL und s.Oliver BLACK LABEL auf. Der international renommierte Fotograf, der bereits Kampagnen für Net-A-Porter, Clarks und Chanel realisierte, unterstreicht durch seine natürlichen Momentaufnahmen die selbstverständlichen Looks der Marke. Die Bildsprache legt einen besonderen Fokus auf das Produkt und setzt so das Zusammenspiel aus hochwertigen Outfits und der s.Oliver typischen „twinkle in the eye“-Aussage perfekt in Szene.

Die Models **Inguna Butane**, **Steffy Argelich**, **Clay Pollioni** und **Mikkel Jensen** präsentieren mit entspanntem s.Oliver Spirit die lässigen und authentischen Looks der Casual Brand **s.Oliver RED LABEL**. Nagi Sakai fängt die Lebensfreude und Leichtigkeit der unkomplizierten Kollektionsaussage auch mit den Kindermodels für **s.Oliver RED LABEL Junior** ein. Die international erfolgreichen Unterwäschemodels **Maryna Linchuk** und **Clint Mauro** zeigen die sinnlichen Styles von **s.Oliver RED LABEL Bodywear**. Für das dressed Brand **s.Oliver BLACK LABEL** inszenieren die Topmodels **Jessica Stam** und der Ex-Fußballer **John Halls** elegant die modernen Business- und Smart-Wear Kollektionen. Durch ihre stilvolle Ausstrahlung heben sie die modischen Einflüsse und hochwertigen Materialien sowie den hohen Tragekomfort der Kollektionen hervor.

„Wir haben für dieses Shooting ganz klar in die Wertigkeit des Markenauftritts investiert. Mit Nagi Sakai konnten wir einen internationalen Star-Fotografen gewinnen und haben durch ihn und die erstklassigen Models unsere Kampagne auf ein ganz neues Level gehoben. Entstanden ist ein moderner, wertiger Markenauftritt, der die neue Strategie von s.Oliver perfekt repräsentiert“, so Susanne Schwenger, Geschäftsführerin Product & Marketing s.Oliver.

s.Oliver RED LABEL Accessories sowie die Lizenzprodukte s.Oliver RED LABEL Shoes, s.Oliver RED LABEL Time, s.Oliver RED LABEL Jewel, s.Oliver RED LABEL Eyewear, s.Oliver RED LABEL Home, s.Oliver RED LABEL Umbrellas, s.Oliver RED LABEL Socks und s.Oliver RED LABEL Baby wurden in den Shoot integriert.

Ab August 2016 werden die neuen Kampagnenmotive international im s.Oliver Marketing-Mix eingesetzt – in einer großen, klassischen und digitalen Media-Kampagne, auf soliver.com und stationär am POS. Kommuniziert werden dabei auch die Kampagnen-Clips, welche parallel zum Shooting gedreht wurden.



## **UNTERNEHMENSINFORMATION**

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt. Der Konzern wies 2015 einen Markenumsatz von über 1,6 Milliarden € aus und beschäftigte international rund 7.800 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver RED LABEL und s.Oliver BLACK LABEL, Q/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma und LIEBESKIND BERLIN zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

### **Janine Funkel**

Senior Consultant Fashion & Brand PR

Telefon: +49-(0)9302-309-9557

Telefax: +49-(0)9302-309-89557

E-Mail: [janine.funkel@de.soliver.com](mailto:janine.funkel@de.soliver.com)

### **Julia Stang**

Junior Consultant Fashion & Brand PR

Telefon: +49-(0)9302-309-9822

Telefax: +49-(0)9302-309-89822

E-Mail: [julia.stang@de.soliver.com](mailto:julia.stang@de.soliver.com)

soliver.com