

PRESSEMITTEILUNG

S.OLIVER PRÄSENTIERT GERNERIC KAMPAGNE UND JOKO WINTERSCHIEDT ALS WERBEGESICHT

ROTTENDORF, 29. März 2018

s.Oliver startet am 29. März eine neue Werbekampagne zu Polo Shirts und dem neuen SO FLEX Sneaker mit Deutschlands beliebtestem TV Star Joko Winterscheidt.

Kern der Kampagne sind drei Werbespots, die in Südafrika geshootet wurden. Die Story: s.Oliver möchte Joko für eine Werbekampagne anfragen, dieser hat aber leider keine Zeit dafür. Kurzerhand bietet er dem Modeunternehmen seinen neusten Coup an: Das Joko Winterscheidt Standard Werbepaket, in welches Firmen ihre Produkte einfach und unkompliziert einfügen können. Im Laufe des Spots werden die s.Oliver Polo Shirts bzw. der neue SO FLEX Sneaker digital auf Jokos Körper montiert und eine monotone Computerstimme ersetzt die wichtigsten Fakten zum Produkt – fertig ist eine neue Art der Werbung, multikompatibel einsetzbar.

Die Spots stehen dabei im Gegensatz zum allgemeinen Individualisierungstrend in der Werbung, der darauf beruht, möglichst passgenau und individuell zugeschnitten auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen einer breiten Zielgruppe einzugehen.

Damit geht s.Oliver als Fashion Brand neue Marketing-Wege und findet mit Joko Winterscheidt jemanden, der diese absurde Form der Werbung in Perfektion vorträgt. Mit 1,5 Millionen Fans auf Facebook und 0,6 Millionen Fans auf Instagram ist er nicht nur Meinungsmacher seiner Zeit, sondern auch modisches Vorbild seiner Generation.

Auch das Werbegesicht selbst steht voll und ganz hinter der Kampagne: „Mein Name ist Joko Winterscheidt und ich stehe mit meinem Namen für Polo-Shirts der Premium-Marke s.Oliver. Zudem habe ich mit dem SO FLEX Schuh einen starken Partner an meiner Seite.“

(Joko_Winterscheidt_Standard_Pressestatement)

Die Werbespots sowie passendes Bildmaterial werden für alle s.Oliver Touchpoints wie Anzeigen in Print-, Onlinemedien, POS und Online-Shop, sowie Social Media eingesetzt, dabei steht der Generic Gedanke in allen Kommunikationskanälen im Vordergrund.



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 2016 einen Markenumsatz von über 1,67 Milliarden € aus und beschäftigte international rund 7.200 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver, 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:

Stefanie Heeg/Head of PR
Telefon: +49-(0)9302-309-9387
E-Mail: stefanie.heeg@de.soliver.com
soliver-group.com

Julia Stang/Consultant Fashion & Brand PR
Telefon: +49-(0)9302-309-9822
E-Mail: julia.stang@de.soliver.com