



PRESSEMITTEILUNG

S.OLIVER FEIERT 50-JÄHRIGES BESTEHEN MIT GROß ANGELEGTER KAMPAGNE & JUBILÄUMSKOLLEKTION

ROTTENDORF, September 2019

Das internationale Mode- und Lifestyleunternehmen s.Oliver feiert sein 50-jähriges Bestehen. Startschuss für die groß angelegte Markenkampagne rund um die eigens für das Jubiläum entwickelte s.Oliver THE ANNIVERSARY COLLECTION ist am 26. September. Die Kollektion im Madras-Karo spielt mit der Erfolgsgeschichte der Marke, die 1969 mit einem kleinen Geschäft in Würzburg begann. Sie wird in eine Kampagne eingebettet, die den typischen s.Oliver Familienspirit transportiert und humorvoll mit alltäglichen Situationen spielt.

Die Markenkampagne zum Jubiläum legt den Grundstein für weitere Kommunikationsmaßnahmen und transportiert die überarbeitete und geschärfte s.Oliver DNA. Die Marke möchte ihre Kunden auf Augenhöhe dazu ermutigen, ihren Style zu entdecken oder neu zu definieren. Etwas neues auszuprobieren und einfach Spaß an der Mode zu haben! Dabei steht s.Oliver zu jedem Anlass mit Rat und Tat zur Seite und inspiriert immer wieder mit neuen Trends und unerwarteten Kombinationen, sodass jeder Einzelne den besten individuellen Look für sich findet. Wo immer möglich, sollen freche Botschaften und verspielte Details Optimismus und Humor versprühen. Mit dem für s.Oliver typischen Augenzwinkern sorgt die Marke auf allen Kanälen für Freude und Überraschung.

Die 360°-Kampagne wurde von dem Fotografen-Team Meis Belle Wahr & Jip Merkies in Tallin geshootet, der zugehörige Videoclip entstand in Zusammenarbeit mit Florida Reklame. Die Kampagne erzählt die Geschichte einer Familie, die sich zur Goldenen Hochzeit der Großeltern trifft – natürlich im Lieblingsmuster der s.Oliver Familie: Madras. Auf dem Weg dorthin spielt sich der ganz normale Wahnsinn ab – vom verpassten Bus über tobende Kinder bis hin zum ruinierten Geschenk. Am Ende kommt es aber nur darauf an, als Familie zusammen zu sein und eine schöne Zeit miteinander zu verbringen. Die Geschichte ist mitten aus dem Leben gegriffen und blickt mit einem Augenzwinkern auf den Familienalltag – ganz nach dem Motto **50 YEARS WORN BY GENERATIONS.**

Von 26. September bis 27. Oktober wird der Content in allen Vertriebsländern großflächig und zielgruppengerecht im Fernsehen, auf den Social Media Kanälen, am POS inkl. Schaufenstern, in Print- und Onlineanzeigen, Digital Out of Home und in Kooperation mit 50 Influencern unter dem **#50years50stories** ausgespielt. Bei bestehenden und auch neuen Handelspartnern wird es darüber hinaus eigene Pop-Up-Flächen für die Promotion der s.Oliver THE ANNIVERSARY COLLECTION geben. Die Kollektion ist im Würzburger Flagship Store am Marktplatz erhältlich. Die Infoscreens am Hauptbahnhof sowie zahlreiche Großposter machen in der ganzen Stadt auf sie aufmerksam.

s.Oliver THE ANNIVERSARY COLLECTION: Madras-Muster legt Grundstein für Unternehmenserfolg

Von Kleidern über Logo-Sweats bis hin zu Madras Hosen und reversible Daunen-Jackets - die Kollektion von s.Oliver Women, Men und Junior bietet alles, was das Fashion-Herz diesen Herbst begehrt. Die Outfits basieren auf den für s.Oliver charakteristischen Authentic-Colors: Leuchtendes Rot, Dunkelblau, Royalblau, kräftiges Curry-Gelb sowie Weiß und Graumelange. Accessories wie Taschen, Schals, Beanies, Industrial Webbing-Belts und Quilted Bags machen den Familien-Look perfekt.



Die Jubiläumskollektion transportiert das legendäre Madras-Muster aus den Anfängen in das Jahr 2019. Unternehmensgründer Bernd Freier importierte Anfang der Siebzigerjahre tausende Hemden im farbenfrohen Madras-Stil direkt aus Indien und verkaufte sie innerhalb kürzester Zeit komplett aus – obwohl sie aufgrund eines Versehens in Lila anstatt Blau geliefert wurden. s.Oliver, das Unternehmen, das mit einer kleinen Boutique in einer Einkaufspassage in Würzburg begann, war nun Produzent und Großhändler in einem. Auf die Madras-Hemden folgten weitere Produkte, ganze Kollektionen und schließlich die Ausdifferenzierung verschiedener Marken. 2007 knackte der Unternehmensumsatz die Milliarde. Das Fazit von Firmengründer und CEO Bernd Freier: „Ich hatte keinen Masterplan. Ich habe Gelegenheiten genutzt, und ich hatte Glück, zur richtigen Zeit die richtigen Leute zu haben.“

Heute ist das Familienunternehmen s.Oliver ein internationaler Konzern mit rund 9.000 Verkaufsflächen in 44 Ländern und beschäftigt rund 6.400 Mitarbeiter. Der Hauptsitz ist im fränkischen Rottendorf. Als einer der größten Arbeitgeber der Region beschäftigt die s.Oliver Group hier rund 2.000 Mitarbeiter und verschickt jede Woche bis zu 3 Millionen Teile in die Welt. Die Region profitiert dabei nicht nur von den Arbeitsplätzen, sondern auch von der langjährigen Unterstützung verschiedener Vereine und kultureller Veranstaltungen wie des Africa Festivals oder des Mozartfestes. Die IHK Würzburg Schweinfurt würdigte die Rolle des Unternehmens im Rahmen einer Urkundenübergabe.

Passend zum 50-jährigen Jubiläum wurde die Marke s.Oliver in diesem Jahr von einer Expertenjury mit Vertretern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Medien als Superbrand 2018/2019 ausgezeichnet. Für die weitere Entwicklung kann sich die Marke in Deutschland auf eine enorme Markenbekanntheit stützen.

s.Oliver-Museum eröffnet

Anlässlich des Firmenjubiläums wurde im Headquarter ein eigenes s.Oliver Museum eingerichtet. Es zeigt die Höhepunkte der 50-jährigen Markengeschichte mit Exponaten aus den Bereichen Produkt und Marketing. Direkt am zentralen Empfang angegliedert, bietet es jedem Besucher die unkomplizierte Möglichkeit, hereinzuschauen und sich überraschen zu lassen. Die Ausstellungsstücke reichen vom original Madras-Hemd über eine Bildergalerie mit wichtigen Werbegesichtern bis hin zum Formel 1-Rennwagen aus dem Bereich Sportsponsoring.

UNTERNEHMENSINFORMATION

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt. Der Konzern beschäftigt international rund 6.400 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver, s.Oliver BLACK LABEL, s.Oliver ACTIVE, O/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma, comma casual identity und LIEBESKIND Berlin zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Verena Väth
Senior Consultant Corporate Communications

Julia Stang
Senior Consultant Fashion & Brand PR

Telefon: +49-(0)9302-309-9557
E-Mail: verena.vaeth@de.soliver.com

Telefon: +49-(0)9302-309-9822
E-Mail: julia.stang@de.soliver.com

www.soliver-group.com