

PRESSEMITTEILUNG

S.OLIVER LÄSST ES MIT DER NEUEN DACHMARKENKAMPAGNE HERBST/WINTER 2017 KNALLEN

ROTTENDORF, 1. August 2017

Am 1. August 2017 startet s.Oliver mit der neuen Dachmarkenkampagne in eine farbenfrohe, frische Herbst/Winter-Saison. Fotograf Nagi Sakai setzte die winterlichen Styles von s.Oliver und s.Oliver BLACK LABEL in einem Studio in Berlin kreativ in Szene. Er realisierte bereits die Frühjahr/Sommer-Kampagne 2017 sowie die Herbst/Winter-Kampagne 2016 für s.Oliver, und setzte damit bildliche Maßstäbe.

s.Oliver setzt mit dem Leitgedanken „COLOR SHOCK/COLOR BLOCK“ auf Knalleffekte: Ruhige Naturtöne werden mit Kick-Farben wie Poppy Red und Cosmic Blue geblockt, wodurch ein klassisch-sportiver Look entsteht. Denims und sportive, weit geschnittene Webhosen mit abgesetzten, seitlichen Streifen ergänzen den Style. Die Kampagne greift die Kollektionsfarben in kräftigen Hintergründen bewusst auf: „Im Herbst/Winter setzten wir bewusst auf satte Farben und verpassen damit unserem Markenauftritt einen frischen Look, der definitiv Lust auf die neuen Trends macht! Auch unsere Themen-Specials fügen sich super in das neue Konzept ein und zeigen den Kunden, welche Lieblings-Teile für kältere Tage auf keinen Fall fehlen dürfen“, so Susanne Schwenger, Geschäftsführerin Product & Marketing s.Oliver. Im September stehen AUTHENTIC DENIMS und cosy KNITWEAR im Fokus. Der Oktober bringt mit neuen OUTDOOR-Teilen einen Mix aus Woll- und Daunen-Jacken, die die Outfits perfekt ergänzen. Die Models **Inguna Butane**, **Antonina Petkovic** und **Harvey Haydon-Newton** präsentieren die selbstverständlichen Looks der Casual Brand s.Oliver. Auch für s.Oliver Junior fängt Nagi Sakai mit den Kindermodels die unkomplizierte Kollektionsaussage auf authentischen Bildern ein.

Karolina Kurkova ist erneut Kampagnengesicht für s.Oliver BLACK LABEL. Mit ihrer einzigartigen Ausstrahlung unterstreicht das Supermodel die anspruchsvolle Kollektionsaussage der Dressed Brand, die moderne Einflüsse tragbar übersetzt und dabei auf hochwertige Qualitäten zurückgreift. Im Herbst/Winter werden bei Oberteilen und Mänteln vor allem feinste Wolle und Cashmere eingesetzt. Für die neue Kampagne präsentiert Karolina Kurkova erstmals ihre Lieblingsteile der Kollektion, die unter dem Label „Karolina Kurkova – My Favorite“ beworben werden. **Gaspard Meinier** setzt die Herbst/Winter-Edition des JOGG-SUIT und den brandneuen BOMBER-SUIT lässig-elegant in Szene. Auch bei s.Oliver BLACK LABEL greift das Kampagnenkonzept die Kollektionsfarben in den Hintergründen auf.

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



Die neuen Kampagnenmotive werden ab August 2017 im s.Oliver Marketing-Mix international eingesetzt – in einer großen Media-Kampagne in Print- und Onlinemedien, auf den s.Oliver Social Media-Kanälen, auf soliver.com und stationär am POS. Kommuniziert werden auch die Kampagnen-Clips, die während des Shootings 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 1,67 Milliarden € aus und beschäftigte international rund 7.200 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver 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:

Julia Stang

Consultant Fashion & Brand PR

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

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

E-Mail: julia.stang@de.soliver.com

Verena Väth

Consultant Fashion & Brand PR

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

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

E-Mail: verena.vaeth@de.soliver.com

soliver.com