

## PRESSEMITTEILUNG

# S.OLIVER STARTET MIT NEUER CONTENT-STRATEGIE IN 2018

### ROTTENDORF, Februar 2018

Mit der neuen Contentproduktion steigt s.Oliver auf das nächste Level: Weg von der halbjährlichen Image-Kampagne hin zu monatlichem, sehr viel umfangreicheren, Omnichannel-Content. Den Auftakt macht der Spring Content 2018, für den an 17 Tagen über 290 Motive für alle Touchpoints wie Anzeigen in Print-, Onlinemedien, POS und E-Shop, sowie 100 Social Media Formate und diverse Fashionclips produziert wurden. Im Gegensatz zu den vergangenen halbjährlichen Kampagnen mit nur einem Thema, entstehen fortan für jeden Monat und jede Kollektion zahlreiche Fashion Stories. Fotograf Sven Bänzinger bringt die frühlingshaften Looks von s.Oliver gekonnt mit dem bunten Flair der Location Lissabon zusammen.

Sandro Schramm, Marketing Director s.Oliver erklärt den Hintergrund: „Wir gehen mit dem neuen Konzept ganz klar in Richtung Zukunft und setzen einen strategischen Fokus auf Digitalisierung. Halbjährliche Image-Kampagnen sind nicht mehr zeitgemäß und passen nicht optimal zu unseren monatlich wechselnden Kollektionen und Themen. Daher ist die neue Content-Strategie auf die Anforderungen unserer digitalen, mobilen Kanäle maßgeschneidert. Diesen mobile-first Content adaptieren wir dann gleichermaßen auf alle Touchpoints wie Screens oder Displays im stationären Handel oder Out of Home. Früher war das Vorgehen umgekehrt.“

s.Oliver versprüht mit Model **Kirstin Liljegren** bereits im Januar durch einen frischen Mix an kräftigen Farben erste Frühlings-Vibes. Im Folgemonat steht bei s.Oliver Women das Thema Denim im Mittelpunkt: gestylt mit strahlenden Blumenprints ist der Stoff genauso abwechslungsreich wie die lebhaften Straßen und Mosaikböden der Altstadt von Lissabon selbst. Pastellfarbene Trenchcoats bei den Damen und funktionale Jacken bei den Herren sind die Outdoor Must-Haves im März. In Szene gesetzt werden die Promotions von den Models **Antonina Petkovic** und **Alexandre Cunha**. Auch die authentischen und lässigen Looks der s.Oliver Junior Kollektion wecken Vorfreude auf sonnige Tage.

s.Oliver **BLACK LABEL** zeigt im Frühjahr anspruchsvolle Contemporary Styles für alle Fashion-Fans. **Supermodel Karolina Kurkova** ist erneut Kampagnengesicht und präsentiert neben ihren „Favorites“ auch eine hochwertige Dresses-Collection mit passenden Mini-Me Looks für alle Nachwuchs-Trendsetter. So wird die ganze Familie auf dem nächsten Fest zum Eyecatcher. Die Looks wurden in einem stilvollen Setting mit familiärem Ambiente in Szene gesetzt. Wie smarte Casualwear und Businessmode erfolgreich kombiniert wird, zeigt **Luke van Geffen** in den neuen, individuellen Styles von **BLACK LABEL Men**.

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



## 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 1,67 Milliarden € aus und beschäftigte international rund 7.200 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver und s.Oliver BLACK LABEL, O/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](mailto: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](mailto:verena.vaeth@de.soliver.com)

[soliver.com](http://soliver.com)