

PRESSEMITTEILUNG

S.OLIVER GEWINNT DEN RENOMMIERTEN EFFIE AWARD

ROTTENDORF, 10. November 2017

Mit der ersten SEE NOW BUY NOW Kollektion THE FUSION COLLECTION hat s.Oliver in Sachen Innovation im März dieses Jahres neue Maßstäbe im Marketing gesetzt. Denn die Kommunikation rund um die Kapsel-Kollektion ist die Antwort auf das Verlangen der Kunden nach Inspiration, Innovation und Erlebnissen. Mit diesem innovativen Marketingkonzept hat s.Oliver nun als erste Modemarke in der Kategorie „Brand Experience“ den renommierten Effie Award, den nationalen Oscar der Werbe- und Kommunikationsbranche, in Bronze gewonnen.

Die offizielle Preisverleihung fand am 9. November 2017 in Frankfurt statt. Managing Director Product & Marketing, Susanne Schwenger, Marketing Director Sandro Schramm sowie das Team ließen es sich nicht nehmen, die begehrte Trophäe persönlich entgegen zu nehmen.

„Wir freuen uns sehr, diesen Preis für unser Marketing-Konzept zur THE FUSION COLLECTION, als erste und einzige Fashion Brand in der Geschichte des Effie Award, seit gestern endlich in den Händen zu halten. Besonders stolz sind wir darauf, dass wir den Mut hatten, dieses innovative Konzept umzusetzen und dafür dann mit einem solch tollen Preis belohnt zu werden. Das war eine großartige Teamleistung“, freut sich Sandro Schramm.

Susanne Schwenger erzählt begeistert: „Die enorme Resonanz, die wir von unseren Partnern und Endkunden zur Kollektion sowie zur gesamten Marketing-Strategie erhalten haben, war bereits eine riesen Bestätigung für uns. Dieser Preis setzt noch einen oben drauf. Es ist uns eine Ehre, mit innovativen Marken wie Deutsche Telekom, Red Bull oder McDonald's in einer Reihe zu stehen und wir sehen die Auszeichnung als Ansporn immer kreativ zu bleiben und neue Wege im Produkt, der Kommunikation und in der Vermarktung zu gehen“, so Susanne Schwenger.

Im Rahmen der nun preisgekrönten Marketing-Strategie bekamen Top-Influencer der Fashionszene schon vor dem Start exklusive Key-Pieces und teilten ihre Lieblingsteile mit ihren Followern.

Bei der großen Fashion Show präsentierte ein Mix aus hochkarätigen Models, Influencern und prominenten Gesichtern die Styles der Kollektion: Karolina Kurkova lief als eines der Kampagnengesichter gemeinsam mit Lena Gercke, Shermine Shahrivar, Cosima Auermann, Noah Becker, Cheyenne Ochsenknecht und den Influencer Stars Jimi-Blue Ochsenknecht, Elena Carrière, Lorena Rae, Jüly Mery und Ben Dahlhaus über den Runway. Zu sehen war die Fashion-Show überall: Bei Facebook Live, YouTube und in den s.Oliver Stores. 300.000 Zuschauer sahen live zu. Der Clou: Sobald Topmodel Lena Gercke den Catwalk betrat, konnte die Kollektion geshoppt werden. Auch im Publikum saßen die Blogger und Influencer der Szene, wie Nina Schwichtenberg (Fashioncarpet), Patrick Kahlo (Patkahlo), Jaqueline Mikuta (Mikutas), die fleißig posteten. Innerhalb von Minuten erreichte s.Oliver so Millionen Modedefans – die die Kollektion direkt digital und im Handel shoppten. Nach der Show legte das Fashion- und Lifestyleunternehmen noch mehr Media-Power nach. Im Fokus: neue Kunden und Stammkunden, die Lust auf Neues haben.



Die Verbindung von Content und Commerce funktionierte: In der Woche nach dem Event stieg der Online-Shop Traffic um 141 Prozent. Dabei generierte s.Oliver mehr als 100 Millionen Kontakte und ließ die Werbeerinnerung für s.Oliver in der Zielgruppe um 60 Prozent steigen.

Mit dem Credo „sehen-lieben-kaufen“ zeigte s.Oliver, wie erfolgreiches Fashion-Marketing von heute funktioniert.

Über den Effie Award

In Deutschland wird der Effie seit 1981 jährlich vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V. verliehen und gilt als nationaler Oscar der Werbe- und Kommunikationsbranche. Der GWA Effie zeichnet beste Marketingkommunikation in aktuell zwölf Kategorien aus. Bewertet wird vornehmlich die Effektivität der Marketingmaßnahmen. Unternehmen und Agenturen sind eingeladen, sich an diesem Wettbewerb zu beteiligen.

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 beschäftigt international rund 7.200 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver, s.Oliver BLACK LABEL, s.Oliver ACTIVE, Q/S designed by und TRIANGLE gehören auch comma und LIEBESKIND BERLIN zum Portfolio des Unternehmens.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Carolin Mäder
Senior Consultant Corporate Communication

Stefanie Heeg
Head of PR

Telefon: +49-(0)9302-309-9629
Telefax: +49-(0)9302-309-89629
E-Mail: carolin.maeder@de.soliver.com

Telefon: +49-(0)9302-309-9387
Telefax: +49-(0)9302-309-89387
E-Mail: stefanie.heeg@de.soliver.com

soliver.com