



## PRESSEMITTEILUNG

**Embargo 08.04.2021**

# **s.Oliver läutet mit großer Imagekampagne die Zukunft der Marke ein**

**Neues Logo, neuer Claim und eine neue Markenausrichtung: Die Mode- und Lifestyle Brand s.Oliver präsentiert sich ab April 2021 in neuem Licht und startet in die Zukunft. Im Rahmen des Relaunches wird eine 360° Markenkampagne umgesetzt.**

*Rottendorf, 18. März 2021.* Seit Gründung der s.Oliver Group im Jahr 1969 hat sich einiges getan - das Rottendorfer Unternehmen konnte sich als einer der führenden Modekonzerne Deutschlands etablieren. Die Marke s.Oliver, mit der alles begonnen hat, ist mit einer aktuellen Markenbekanntheit von mehr als 85%\* eine der bekanntesten des Landes. Mit Investitionen in die Kollektionen sowie einer neuen Ausrichtung schreibt s.Oliver die Marken-DNA nach mehr als 50 Jahren in die Zukunft fort. Ziel des Markenrelaunches, der in Zusammenarbeit mit der Serviceplan Group entwickelt wurde: An Präsenz, Relevanz und Profil zu gewinnen und gleichzeitig neue, urbane Zielgruppen zu erschließen.

Die Neuausrichtung der Marke erstreckt sich über alle Bereiche, wie Marketing, E-Shop, Social Media und Retail. Zentrales Thema ist dabei immer das Leben, denn s.Oliver macht Mode fürs Leben. Neben der visuellen Modernisierung mit einer neuen Brand Identity, die die Marke auch im digitalen Raum besonders klar und zeitgemäß visualisiert, fügt s.Oliver mit "Fashion for Life" seinen Markenkern direkt dem neuen Logo hinzu.

Levin Reyher, Director Marketing & Licences s.Oliver betont: *"Wir stellen das Leben unserer Kunden konsequent in den Fokus, denn die Rolle der Mode in unserer Gesellschaft hat sich verändert. Sie muss die Menschen in ihrem Leben unterstützen und sich nicht in den Vordergrund drängen. Wir wissen, dass unsere Zielgruppe Mode liebt, aber ihr Leben sich nicht darum dreht. Und das ist gut so. Diese zeitgemäße Haltung möchten wir vermitteln. Das bedeutet auch, dass wir uns künftig verstärkt zu gesellschaftlichen Themen positionieren, die unser Zusammenleben beeinflussen."*

Die Marke zeigt sich mit der Imagekampagne und dem Claim "Looks, die dein Leben schreibt" im April entsprechend: selbstbewusst, echt und positiv. Dieser Claim wird auch über die Kampagne hinaus genutzt und soll s.Oliver langfristig begleiten. Gemäß der Aussage des Markenmanifests "Kein Chi-Chi,



kein Zirkus, dafür richtig gute Mode" orientiert sich s.Oliver mit seinen Produkten noch stärker am Leben der Kunden und schafft vor allem Emotionen und Inspirationen.

Die Kollektionen werden einem hohen Qualitätsanspruch gerecht und sind langfristig tragbar. Sie fügen sich in alle Lebenssituationen ein und vermitteln beim Tragen ein gutes Gefühl. Wichtige Leitlinien sind auch Prinzipien wie "Größe 38 ist auch wirklich eine 38" und die Ausweitung des s.Oliver WE CARE Nachhaltigkeitsprogramms.

### **Das Leben gehört ins Zentrum**

Haltung zu zeigen ist auch die Leitidee der großen Handelsunternehmen, die im Februar 2021 die Initiative „Das Leben gehört ins Zentrum“ gegründet haben. Im Markenverbund macht sich die Initiative für eine sichere und geregelte, aber auch umfangreiche Wiedereröffnung des Einzelhandels und die Revitalisierung der Städte stark. Die Innenstadt ist ein Mikrokosmos, der nur im Zusammenspiel mit Einzelhandel, Kulturschaffenden und der Gastronomie funktioniert. Hier braucht es gute Konzepte, die die Städte in die Zukunft führen. s.Oliver möchte einen Beitrag dazu leisten und stellt Kulturschaffenden im Frühsommer 2021 an ausgewählten Standorten Schaufensterflächen in den eigenen Stores als Bühne zur Verfügung. Die Auftritte werden auch über einen Livestream online übertragen. Weitere Informationen folgen in einer Pressemitteilung in Kürze.

### **Die Styles der Brand Campaign sind ab April**

**in den s.Oliver Stores, im Handel und im Onlineshop unter [www.soliver.com](http://www.soliver.com) erhältlich.**

Hochauflösendes Kampagnenmaterial und Freisteller stehen für redaktionelle Zwecke zur Verfügung.

Interviewoptionen mit Ansprechpartnern von s.Oliver sind auf Anfrage möglich.

\* GfK Markenstudie Februar 2021

### **Über s.Oliver:**

Die 1969 von Bernd Freier gegründete s.Oliver Group hat sich innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem der führenden europäischen Modeunternehmen entwickelt und feierte 2019 ihr 50-jähriges Bestehen. Der Konzern beschäftigt international rund 5.100 Mitarbeiter. Neben den Marken s.Oliver und Q/S designed by gehören auch comma und Liebeskind Berlin zum Portfolio des Unternehmens.

Pressekontakt für weitere Informationen, Kollektions-Samples & hochauflösendes Bildmaterial:

s.Oliver GROUP | **Kristina Olivia Wellborn**

s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG | s.Oliver-Straße 1 | 97228 Rottendorf [www.soliver.com](http://www.soliver.com)

+49 (0) 151/4221-9572 | [kristinaolivia.wellborn@de.soliver.com](mailto:kristinaolivia.wellborn@de.soliver.com)

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