



PRESSEMITTEILUNG

s.Oliver führt den Fokus auf das echte Leben mit der Kampagne „Casual Thoughts“ im Herbst fort

„Looks, die dein Leben schreibt.“ – dieser authentische Claim ist seit April 2021 das Herzstück der deutschen Modemarke s.Oliver und somit auch wieder fester Bestandteil der Herbstkampagne. Denn gerade nach Monaten im Home Office, virtuellen Geburtstagsfeiern und Stunden auf der Couch zeigt sich, dass sich Mode um das Leben dreht und nicht umgekehrt. In der zweiten großen Kampagne „Casual Thoughts“ zeigt s.Oliver in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur Wynken, Blynken & Nod daher eine Hommage an Lieblingskleidungsstücke, die mit ganz persönlichen, emotionalen Erinnerungen verknüpft sind.

Rottendorf, 26. August 2021. Das Ziel des neuen Markenkerns „Fashion for Life“ ist es, der Marke s.Oliver, die es bereits seit 1969 gibt, mehr Präsenz, Relevanz und Profil zu verleihen.

„Gerade in diesen schwierigen Zeiten für die Modeindustrie ist es uns extrem wichtig, weiter in die Marke s.Oliver zu investieren. Wir gehen mit Mut und viel Selbstbewusstsein voran, haben den Werbedruck verdoppelt und somit auf ein nie dagewesenes Niveau gehoben.“, so Levin Reyher Director Marketing & Licences s.Oliver.

Die 360 Grad Kampagne „Casual Thoughts“, die eine neue, urbane Zielgruppe anspricht, beschäftigt sich sehr intensiv mit dem Leben der KundInnen und ihnen ganz nah kommt. Dafür werden ganz bewusst alltägliche Kleidungsstücke in den Fokus gerückt, denn sie sind die Begleiter, die zu den Menschen und allen Facetten ihres Lebens passen.

„Ist nicht das Kleidungsstück, in dem ich mich am wohlsten fühle und in dem ich deshalb am meisten erlebe das spannendste? Diese Frage stand am Anfang der Kampagne und wir sind begeistert, wie spannend die Antwort geworden ist.“, erklärt Jens Theil, Chief Creative Lunatic und Mitgründer von Wynken Blynken & Nod.

Der Auftritt ist für den Modemarkt ungewöhnlich, weil er statt idealisierter Kunstwelten Intimität und Verletzlichkeit zeigt. Die Marke taucht in die persönliche Gedankenwelt der Protagonisten ein und



folgt ihnen in eine ästhetische Welt voller persönlicher Erinnerungen und Assoziationen zu ihrem Lieblingskleidungsstück. „Wo andere glatt sind, hast du Tiefe.“ hören wir, oder: „Mit dir geht alles. Aber auch mal nichts.“ – es wird mal schön, mal wirr, mal banal; aber immer wahrhaftig. Durch die konsequente Umsetzung entsteht eine eigene Ästhetik, die Mode im Alltag aber trotzdem sehr emotional zeigt.

Die Ideen der Hamburger Kreativen von Wynken, Blynken & Nod wurden filmisch von Aniceidea Studios umgesetzt, die sich mit ausdrucksstarken Filmen für Adidas, Eastpak und Nike einen Namen gemacht haben. Die Gedanken-Sequenzen wurden analog auf 16 Millimeter Filmmaterial gedreht. Für die Kampagnenfotos konnte Ruben Riermeier gewonnen werden, der mit seinen emotionalen, farbenfrohen Bildern einen weiteren Akzent für die Marke setzt. Die Musik und das Sounddesign übernahm Supreme. Für die Produktion zeichnet Rekorder verantwortlich. Die mediale Inszenierung übernahm Mediaplus.

Die „Casual Thoughts“ Kampagne ist Teil eines groß angelegten Markenauftritts, der ab 26. August bis in den November in TV, Social Media, Hunderten von s.Oliver Stores, und bundesweit auf digitalen OOH-Plakaten das Bild der Marke s.Oliver weiter schärft. Den Start macht die Kategorie Denim, die nach und nach von anderen Produkten wie Hoodies und Jacken als Ausgangspunkt interessanter Gedankengänge abgelöst wird. Nach dem Auftakt in Deutschland wird „Casual Thoughts“ sukzessive auch in den internationalen Märkten eingesetzt.

„s.Oliver ist für uns eine superspannende Aufgabe, weil man mit dem Alltäglichen, das die Marke umgibt, wunderbar spielen kann. Wir drehen die Mechanismen der Mode mal um und feiern das Normale.“, kommentiert Jens Theil, Chief Creative Lunatic und Mitgründer von Wynken Blynken & Nod, die „Casual Thoughts“ Kampagne.

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

s.Oliver Group | **Ann-Kathrin Greb**

s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co KG | s.Oliver Straße 1 | 97228 Rottendorf

+49 (0) 151/4221-6221 | ann-kathrin.greb@de.soliver.com

www.soliver.com



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 by s.Oliver gehören auch comma, Liebeskind Berlin und COPENHAGEN zum Portfolio des Unternehmens.

Über Wynken Blynken & Nod:

Wynken Blynken & Nod wurde 2015 von Matthias Erb und Jens Theil gegründet und hat bereits zahlreichen Marken eine zeitgemäße Positionierung verliehen. Die Agentur arbeitet als Lead Agentur für Thalia und FRoSTA, sowie für Kunden wie H&M, AboutYou, AOK, fritz-kola und Viva con Agua.