

S.OLIVER GROUP

- STARTSCHUSS FÜR DAS NEUE HOUSE OF BRANDS

Die S.OLIVER GROUP ist im Aufbruch – strategisch, kreativ und organisatorisch.

Strategien werden neu ausgerichtet, Prozesse strukturell angepasst, und die Organisation konsequent auf Marken- und Produktstärke fokussiert. Das Ergebnis: absolute Power auf Marke und Produkt.

THE NEW HOUSE OF BRANDS

Im Zentrum steht die Transformation hin zu einem klar definierten **House of Brands**.

Dazu zählen die Marken s.Oliver, Comma, QS, lala BERLIN, Liebeskind Berlin und Copenhagen Studios.

Sechs Marken, eine klar definierte Markenarchitektur und eine gemeinsame strategische Infrastruktur bilden das Fundament des neuen House of Brands. Jede Marke bleibt eigenständig, klar profiliert und scharf positioniert, ist aber gleichzeitig Teil einer starken gemeinsamen Klammer.

Seit September treiben **Johannes und Julian Rellecke** in der Unternehmensführung gemeinsam mit den Mitarbeitenden diese Neuausrichtung konsequent voran. Ihr Fokus: **Markenschärfung, Produktqualität und kreative Exzellenz**. Die DNA jeder einzelnen Marke wird präzisiert, Profile geschärft, Kollektionen modernisiert – und die Wahrnehmung über Look & Feel sowie Creative Direction auf ein neues Level gehoben.

Ein wesentlicher strategischer Hebel: starke Investitionen in die Marken, kreativ wie finanziell. Eine zusätzliche siebenstellige Summe fließt gezielt in Markenarbeit, kreative Weiterentwicklung und kommunikative Kraft.

85 SEKUNDEN ZUKUNFT: FULLY-AI-FILM ZEIGT DAS NEUE HOUSE OF BRANDS

Dieser Aufbruch und das neue Innovationsdenken spiegeln sich auch in der jüngsten Marketingkampagne wider, die die S.OLIVER GROUP, das House of Brands und die sechs Marken in einer kraftvollen, modernen Inszenierung zeigt.

Das Jung von Matt Beauty Collective realisierte in enger Zusammenarbeit mit der S.OLIVER GROUP ein vollständig KI-generiertes Brand-Video – ein sichtbarer Ausdruck der neuen kreativen Ambition. Der 85-sekündige Film übersetzt die strategische Transformation in sechs starke, eigenständige Markenwelten – entwickelt und produziert mit den neuesten generativen AI-Technologien.

Umgesetzt wurde das Projekt von der Jung von Matt Beauty Collective, der Beauty- und Fashion-Unit der Stuttgarter Agentur. Der Impuls für das Konzept entstand in der Kreativunit der S.OLIVER GROUP und wurde in enger Zusammenarbeit zu einem kraftvollen, gemeinsamen Leitkonzept weiterentwickelt.

Die Aufgabe war klar formuliert: Die Transformation der S.OLIVER GROUP sollte nicht erklärt, sondern erlebbar werden. Ziel war eine visuelle Klammer, die die Eigenständigkeit der sechs Marken sichtbar macht und zugleich das gemeinsame Dach repräsentiert. Das Creative Team entschied sich bewusst gegen klassische Produktionslogik – und für einen radikal neuen Ansatz: Ein vollständig generativer AI-Film, der jede Marke in eine eigene filmische Identität übersetzt und zugleich das übergeordnete House of Brands inszeniert.

Die Brand Personalities wurden dafür eigens mit KI entwickelt und präzise auf die jeweilige Markenwelt abgestimmt. Gleichzeitig integrierte Artificial Crafts reale Fashion-Pieces der S.OLIVER GROUP in die digitalen Inszenierungen. So entstand eine neue Verbindung aus virtuellen Charakteren und echter Kollektion – markennah, ästhetisch präzise und produktscharf.

Premiere feierte der Film am 9. Februar beim Campus Opening der S.OLIVER GROUP in Rottendorf. Der Rollout erfolgt nun über Business-Netzwerke, Owned Media, Social- und Corporate-Kanäle.

Der AI-Film macht sichtbar, wofür die neue Ausrichtung steht: Mut, Tempo und konsequente Markenführung. Die S.OLIVER GROUP startet damit in eine neue Ära – gemeinsam, fokussiert und mit voller Kraft für sechs starke Marken im House of Brands.

ÜBER DIE S.OLIVER GROUP

Die S.OLIVER GROUP hat sich seit 1969 zu einem Multi-Marken-Konzern entwickelt. Das Markenportfolio umfasst neben s.Oliver und QS auch comma, LIEBESKIND BERLIN, COPENHAGEN STUDIOS und lala BERLIN. Der Konzern beschäftigt international rund 4.700 Mitarbeitende.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

S.OLIVER GROUP

ANN-KATHRIN GREB

Senior Brand PR & External Communications Manager

Telefon: +49 151 4221 6221

E-Mail: ann-kathrin.greb@de.soliver.com

soliver-group.com