

s.Oliver trifft auf Heidi Klum – und Heidi Klum auf sich Selbst

Neue Hero Brand Campaign „Casual Since Forever“ bringt Heidi Klum mit ihrem jüngeren Ich zusammen und wird von einer limitierten Vintage Capsule begleitet

Rottendorf, 10. September 2026. Wie ist es, seinem jüngeren Ich zu begegnen? Genau diese Frage stellt s.Oliver in seiner neuen Hero Brand Campaign mit Heidi Klum. Dafür trifft die Heidi von heute auf ihr jüngeres Ich aus den 90er-Jahren – zu Beginn einer Karriere, die sie von Bergisch Gladbach auf die größten Laufstege der Welt führen sollte.

Ob Rheinland oder Mailand, ob Bergisch oder Beverly - ob Klum oder Kaulitz. Dazwischen liegen Jahrzehnte, eine außergewöhnliche Karriere und eine Welt, die sich grundlegend verändert hat. Und doch wird schnell klar: **Manche Dinge bleiben.** Die natürliche Lässigkeit, die Bodenständigkeit und die Liebe zu einem unkomplizierten Casual Look verbinden beide Heidis bis heute.

Casual Since Forever

Unter dem Kampagnenmotto „**Casual Since Forever**“ erzählt s.Oliver von Veränderung und dem, was bleibt. Denn Trends kommen und gehen, Lebenswege entwickeln sich weiter und Erfolg verändert vieles – echte Persönlichkeit bleibt. In der Hauptrolle: Heidi Klum. Co-Starring: Heidi Klum. Zwei Versionen einer Persönlichkeit, getrennt durch Jahrzehnte – und verbunden durch einen Casual Spirit, der geblieben ist.

Genau darin liegt die Verbindung zwischen Heidi Klum und s.Oliver. Die Kampagne inszeniert sie bewusst nicht nur als internationalen Superstar, sondern zeigt die Persönlichkeit hinter der öffentlichen Figur: selbstbewusst, nahbar und authentisch. Damit verkörpert sie eine Haltung, die s.Oliver seit Jahrzehnten prägt – **Casualness als Lebensgefühl und Mode für das echte Leben.**

„Mit dieser Kampagne schärfen wir unsere Positionierung als 100% Casual Brand konsequent weiter. Die Geschichte zeigt auf emotionale Weise, dass sich vieles verändert, echter Casual Spirit aber bleibt. Gemeinsam mit Heidi Klum interpretieren wir genau diesen Gedanken auf eine überraschende und bisher ungesehene Weise“, sagt Johannes Rellecke, Co-CEO der S.OLIVER GROUP.

Auch für Heidi Klum ist die Begegnung mit ihrem jüngeren Ich mehr als eine Zeitreise: „s.Oliver begleitet mich, schon seit meiner Jugend. Wenn ich meinem jüngeren Ich heute begegne, würde ich sagen: Bleib genauso mutig und vertrau deinem Bauchgefühl. Genau das hat mich bis heute begleitet“, sagt Supermodel Heidi Klum.

Gemeinsam mit Jung von Matt entwickelte s.Oliver eine Kampagne, die emotionales Storytelling mit technologischer Raffinesse verbindet und die außergewöhnliche Begegnung zwischen Vergangenheit und Gegenwart möglich macht. **„Casual Since Forever“ startet am 10. September 2026.**

Limitierte Vintage Capsule bringt die 90er zurück

Die Zeitreise endet nicht mit der Kampagne: Zum Launch präsentiert s.Oliver eine **limitierte Vintage Capsule Collection**, die den 90er-Jahre-Vibe in die Gegenwart übersetzt.

Lässige Basic Pieces und Vintage-inspirierte Designs greifen die Ästhetik der Kampagne auf und schlagen zugleich die Brücke zur eigenen Markengeschichte. Die Capsule feiert die Casual-DNA von s.Oliver und zeigt, dass guter, unkomplizierter Stil kein Jahrzehnt kennt.

Die limitierten Vintage Pieces sind ab Kampagnenstart online sowie in ausgewählten s.Oliver Stores erhältlich.

Mit „**Casual Since Forever**“ und der begleitenden Vintage Capsule macht s.Oliver seine Positionierung als **100% Casual Brand** sichtbar und erlebbar: eine Marke, die sich weiterentwickelt – und dabei ihrer Haltung treu bleibt.

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