

Supermodel Heidi Klum wird neues Brand Face von s.Oliver – Brand & Product First in Rottendorf

s.Oliver setzt ein klares Zeichen für die Zukunft der Marke: Heidi Klum wird das neue Brand Face. Diese Entscheidung steht für mehr als eine aufmerksamkeitsstarke Kooperation – sie unterstreicht den Anspruch, s.Oliver als konsequente 100% Casual Brand weiterzuentwickeln und international noch sichtbarer zu positionieren.

Mit Supermodel, Business-Women und Entrepreneur Heidi Klum gewinnt s.Oliver eine der bekanntesten Persönlichkeiten der internationalen Fashion- und Medienwelt. Sie vereint globale Strahlkraft mit hoher Wiedererkennbarkeit, verfügt über enorme mediale und digitale Reichweite und steht für eine starke visuelle Präsenz.

Strategischer Schritt für mehr Relevanz und Begehrlichkeit

Die Partnerschaft ist Teil einer klaren strategischen Weiterentwicklung von s.Oliver – Brand & Product First. Ziel ist es, die Marke in ihrer Relevanz und Begehrlichkeit zu stärken und ihre Präsenz national wie international auszubauen – ohne dabei den Markenkern aus den Augen zu verlieren.

Als 100% Casual Brand steht s.Oliver für Mode, die im echten Leben funktioniert: unkompliziert, authentisch und nah an den Menschen. Heidi Klum trägt diese Haltung in neue Kontexte und erreicht Zielgruppen weit über klassische Fashion-Communities hinaus. Sie bringt s.Oliver dorthin, wo heute Aufmerksamkeit entsteht – und verankert die Marke gleichzeitig in einem modernen, kulturellen Umfeld.

Gemeinsamer Schritt in die Zukunft

„Mit Heidi Klum als Brand Face schlagen wir ein neues Kapitel für s.Oliver auf. Heidi ist eine starke Persönlichkeit mit internationaler Strahlkraft, klarer Haltung und hoher Relevanz – und damit eine ideale Botschafterin für unsere Marke. Diese Partnerschaft ist kein kurzfristiger Aufmerksamkeitseffekt, sondern ein konsequenter strategischer Schritt nach vorn. Gemeinsam positionieren wir s.Oliver weiter als 100% Casual Brand: modern, nahbar und international sichtbar.“ Co-CEO Johannes Rellecke

„Mode ist mir nicht nur auf dem Catwalk wichtig. Ich will immer gut aussehen- ob Chic oder Casual! Deshalb möchte ich auch privat Looks tragen, die sich gut anfühlen und authentisch sind. s.Oliver begleitet mich schon seit meiner Jugend und ist für mich ein Perfect Match“, so Heidi Klum.

Die Kooperation ist zunächst auf zwei Jahre angelegt und als umfassende 360°-Partnerschaft konzipiert. Herzstück der Zusammenarbeit ist eine umfassende Hero Brand Campaign, die die geschärfte Markenvision von s.Oliver in starke Bilder und klare Botschaften übersetzt– emotional, klar, konsequent mit dem Ziel, s.Oliver langfristig zu stärken. Zeitgleich zum Kampagnenlaunch präsentiert s.Oliver eine limitierte Vintage Capsule, die ikonische Styles neu interpretiert und die Marken-DNA zeitgemäß auflädt.

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