

QS feiert 30 Jahre: Eine einzigartige Jubiläumskampagne als Netzwerk der Communities

Zusammenarbeit mit Influencer:innen, Musiker:innen, Tänzer:innen und Creators für eine authentische und visionäre Kollektion.

QS feiert sein 30-jähriges Bestehen mit einer außergewöhnlichen Jubiläumskampagne, die die Marke als lebendiges Netzwerk verschiedener Communities präsentiert. Zum Jubiläum wurde eine exklusive, von Creators gestaltete 30-teilige Kollektion entwickelt – ein authentisches Zusammenspiel von Persönlichkeiten, die ihre Community wie keine anderen verstehen.

Mit 15 kreativen Kooperationen und 30 einzigartigen Looks setzt QS ein starkes Zeichen für Individualität, Zusammenarbeit und die Verbindung von Welten. Die Kampagne bringt prominente Musiker:innen, Tänzer:innen, Models und Creator:innen an einen Tisch, um gemeinsam etwas Einzigartiges zu schaffen – getragen von der Idee, verschiedene Communities miteinander zu vernetzen.

Die Liste der Mitwirkenden spiegelt die Vielfalt der Kampagne wider: Zu den Partner:innen gehören unter anderem Model Celine Bethmann, Sängerin SVEA, Creatorin Belina Bellwood, die Tanzgruppe BronxSistas, Model Trixi Giese, Influencerin Debi Flügge, DJ Justin Prince sowie die Sängerinnen Luna Farina, Rola und Malou. Jede:r Beteiligte hat nicht nur die eigenen Ideen, sondern auch die Wünsche und den Stil der jeweiligen Community eingebracht.

„Unsere Stärke liegt in den Communities, die QS begleiten und inspirieren. Jede:r Mitwirkende hat mit der eigenen Perspektive dazu beigetragen, Brücken zwischen diesen Welten zu bauen – das macht die Pieces so einzigartig“, erklärt Benjamin Isenheim, Brand Director QS.

Die Kampagne bringt nicht nur außergewöhnliche Mode hervor, sondern transportiert eine klare Botschaft: QS ist ein Ort, an dem Kreativität, Authentizität und Gemeinschaft im Mittelpunkt stehen. Der gesamte Content der Kampagne wurde von den Creators selbst produziert – ein Spiegelbild ihrer Identität und ein Zeichen der nahbaren Zusammenarbeit, die QS auszeichnet. Mit über 13 Millionen Followern in den Netzwerken der Mitwirkenden erreicht die Kampagne eine beeindruckende Reichweite und stärkt die Wahrnehmung von QS als Mainstream Community Brand. Dabei geht es nicht nur um kurzfristige Sichtbarkeit: QS hat es sich zum Ziel gesetzt, die Beziehungen zu den Mitwirkenden nachhaltig auszubauen.

„Durch den Austausch mit unseren Partner:innen gewinnen wir tieferes Verständnis für die Vielfalt und Bedürfnisse der Communities. Diese langfristigen Beziehungen sind es, die QS als Netzwerk der Communities auszeichnen – und auch in Zukunft unsere Strategie prägen werden“, so Benjamin Isenheim.

Die Kampagne zum 30-jährigen Jubiläum zeigt, wie die Zusammenarbeit über klassische Grenzen hinweg neue Synergien schafft. QS blickt damit nicht nur auf eine erfolgreiche Vergangenheit zurück, sondern öffnet sich mit Mut und Kreativität den Perspektiven und Potenzialen der Zukunft – gemeinsam mit den Communities, die die Marke prägen.

Erleben Sie die Vielfalt und Kreativität der QS-Community hautnah:

Exklusive Einblicke in die Kollektionen und die Geschichten hinter den Looks finden Sie auf unseren Social-Media-Kanälen (TikTok & Instagram) unter Thisis.QS Werden Sie Teil der Community und feiern Sie mit uns!

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:



Carolina Pettersson

Expert Marketing Manager QS

+49 151 4221 9623

carolina.pettersson@thisisqs.com

[QS für Damen | s.Oliver](#)

[Wir feiern 30 Jahre QS | s.Oliver](#)