

Gemeinsam nach vorne: Neuer Auftritt für die S.OLIVER GROUP



Die S.OLIVER GROUP geht mit einem neuen Auftritt an den Start. Das Redesign umfasst die Corporate Website unter www.soliver-group.com, Corporate Identity und Corporate Design sowie im nächsten Schritt das Arbeitgeberprofil. Ziel war es, die Stärken der Mitglieder als Gruppe und damit auch ein neues Selbstverständnis zu transportieren.

Die S.OLIVER GROUP besteht aus etablierten, unternehmerisch geführten Marken. Gleichzeitig bündeln diese als Unternehmensgruppe Kräfte und erschließen Synergien – diese Haltung soll auch der neue Konzernauftritt verdeutlichen. Die Gruppe erhält zum ersten Mal ein eigenständiges Design, das allen Marken eine neutrale Plattform bietet. Es grenzt sich damit vom Auftritt der Gründungsmarke s.Oliver ab, die in der Vergangenheit auch für das Erscheinungsbild der Gruppe prägend war.

Eigenständiges Corporate Design für die S.OLIVER GROUP

Die neue Wortmarke, in Anthrazit und bold gesetzt, legt den Fokus auf die Stärke der Gruppe, von der die Mitarbeitenden sowie die Marken im Verbund profitieren. Sie ist klar, selbstbewusst und lässt sich in allen Medien bzw. Kanälen gut darstellen.

Auf Basis der Primärfarben Anthrazit, Grauabstufungen und einem warmen Taupe entstand das schlichte und hochwertige Website-Design, das den Besucher:innen der Seite mit inspirierenden und dokumentarischen Bildern sowie anschaulichen Texten Einblicke in die Unternehmensgruppe gibt. Die Sekundärfarben aus den Farbfamilien Blau, Grün und Orange wurden von den Unternehmenswerten Verantwortung, Vertrauen und Stärke abgeleitet.

Mehr Einblicke und Transparenz

Dreh- und Angelpunkt der Geschichten auf der Website sind die Unternehmenswerte sowie die gemeinsame Leidenschaft, die die Mitarbeitenden über die verschiedenen Marken und Funktionen hinweg miteinander verbindet: verantwortungsvolle Mode für Menschen mit Charakter zu schaffen und sie damit in ihren persönlichen Lebensentwürfen zu begleiten und zu stärken.

Der Karriere-Bereich vermittelt die positive und offene Grundhaltung der S.OLIVER GROUP, die Unternehmenskultur, Umgang und Zusammenhalt prägt. Im Mittelpunkt stehen die zahlreichen Benefits und Karrieremöglichkeiten, die der Multi-Markenkonzern den Mitarbeitenden bietet, um eine individuelle Entwicklung zu fördern. Gleichzeitig unterstreicht der Slogan „Create! Don't hesitate.“ die Aufforderung an die Mitarbeitenden, nicht nur die eigene, sondern auch die Zukunft des Unternehmens aktiv mitzugestalten.

Verantwortung nicht nur für die Beschäftigten, sondern für die gesamte Wertschöpfungskette zu übernehmen, ist zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie. Mit einem integrierten Nachhaltigkeitsprogramm rund um die Themen Lieferkette, Umweltschutz und Produktinnovationen sowie starken Partnerschaften gestaltet das Unternehmen daher die nachhaltige Entwicklung der Modewelt aktiv mit. Der Sustainability-Bereich der Webseite, der sukzessive weiter ausgebaut wird, macht diese Entwicklung transparent. Der Unternehmenswert „Verantwortung“ bildet dabei die kommunikative Klammer um diese Aktivitäten auf Konzernebene.

In der News-Rubrik finden sich darüber hinaus Pressemitteilungen und weitere Einblicke zu aktuellen Themen und Projekten eines Fashion-Unternehmens.

Art Direction: Ellen Göbel – Visual Communications
Implementierung: DeepBlue Networks
Fotografen: Oliver Helbig (Documentary), Rainer Hosch (Portraits),
Tonmoy Jaber (Lieferkette)

UNTERNEHMENSINFORMATION

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 und COPENHAGEN STUDIOS. Der Konzern beschäftigt international rund 5.100 Mitarbeitende.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

S.OLIVER GROUP

Verena Väth
Teamlead Corporate Communications
Telefon: +49-9302-309-9557
E-Mail: verena.vaeth@de.soliver.com
soliver-group.com

