

S.OLIVER GROUP eröffnet neuen Campus „House of Brands“

Mit der großen Eröffnung des S.OLIVER GROUP Campus in Rottendorf setzt die S.OLIVER GROUP ein weiteres klares Signal in ihrer strategischen Marken- und Wachstumsentwicklung. Das neu eröffnete Areal bildet das Herzstück der Marken s.Oliver, comma, QS, Liebeskind Berlin, Copenhagen Studios und lala BERLIN.

Unter dem Leitmotiv „New Area, New Era“ entsteht ein Ort, der die Ausrichtung als House of Brands konsequent erlebbar macht: modern, connected und nah an den Bedürfnissen von Kund:innen, Partnern und dem Handel.

Campus Opening als großes Event mit 600 Gästen

Das Campus Opening wurde im Rahmen eines beeindruckenden Events gefeiert: Rund 600 Gäste, darunter zahlreiche Handelspartner, Medienvertreter:innen und Wegbegleiter, kamen zusammen, um diesen großen nächsten Schritt der Unternehmensgruppe zu erleben. Der Abend bot den Gästen ein abwechslungsreiches Programm, das neben der offiziellen Eröffnung auch strategische Einblicke in die Marken-, Produkt- und Vertriebswelt der S.OLIVER GROUP ermöglichte.

Im Mittelpunkt des Programms standen das Welcome durch Felicitas Gutjahr, Brand- und Produkt-Insights von Johannes Rellecke sowie den Division Heads Anita Beckmann und Britta Doppelfeld. Einen zukunftsweisenden Impuls setzte die AI-Keynote von Andreas Brunsch von Jung von Matt, ergänzt durch aktuelle Sales-Updates von Mathias Eckert und Linus Holzmann, bevor der Gründer und Inhaber Bernd Freier eine inspirierende Rede hielt.

Kulinarische Highlights im Sinne der Marken-DNA, aufmerksamkeitsstarke Brand Activations, die neuesten Kollektionen sowie ein stimmungsvoller Übergang in den Abend rundeten das Erlebnis ab. Stargast des Abends war der internationale Künstler Nico Santos, der die Eröffnung musikalisch begleitete und für einen emotionalen Höhepunkt sorgte.

Ein Ort für Markenwelten, Begegnung und Innovation

Der neue Campus vereint Inspiration, Markenidentität und Erlebnis in einem ganzheitlichen Konzept. Als Plattform für Austausch, Produktwelten und Inszenierung schafft er Raum für neue Impulse, Kreativität und eine zeitgemäße Markenpräsentation. Hochwertige Materialien wie helles Holz, natürliche Steinelemente und ausgewählte Präsentationsflächen aus Marmor prägen das Interior Design und unterstreichen den modernen, zugleich einladenden Charakter.

Auf einer Fläche von 1.560 m² bietet der Standort Raum für Präsentation, Beratung und Kollaboration – und wird zur zentralen Anlaufstelle für interne Teams ebenso wie für externe Partner. Community Spaces, flexible Zonen und ein designorientiertes Umfeld machen den Campus zu einem Ort, an dem Markenführung und Kundenerlebnis konsequent weitergedacht werden. Digitale Elemente wie eine markante Curved Wall und großflächige Screens ermöglichen zudem eine dynamische Inszenierung von Content und einen digitalen Sales Prozess.

House of Brands: 6 Marken. 1 Strategie. Klare Positionierung.

Im House of Brands Ansatz der S.OLIVER GROUP stehen eigenständige Marken mit klarer Positionierung und Handschrift im Mittelpunkt – getragen von einer gemeinsamen Vision, hohen Qualitätsstandards und einer starken Infrastruktur.

Der Campus übersetzt diese Strategie nun in ein physisches Erlebnis. Vertreten sind alle sechs Brands der Group: s.Oliver, comma, QS, Liebeskind Berlin, Copenhagen Studios und lala BERLIN.

State of the Art: AI Kampagnenfilm

Im Rahmen des Events wurde außerdem ein neuer Kampagnenfilm präsentiert, der ausschließlich mit Artificial Intelligence (AI) entwickelt wurde und den Campus als Symbol für Innovation, Fortschritt und die Zukunft der Markeninszenierung positioniert.

Ein Campus, der verbindet

Die Realisierung des Campus ist das Ergebnis einer engen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit zahlreicher Beteiligter – von der ersten konzeptionellen Planung über Design und Flächenentwicklung bis hin zur operativen Umsetzung und Markeninszenierung. Die Idee wurde von Inhaber und Gründer Bernd Freier initiiert, dessen visionärer Blick den Grundstein für die Entwicklung legte. Vor zwei Jahren wurde dieser Ansatz konkretisiert und vor rund einem Jahr aktiv in die Umsetzung überführt. Im weiteren Entwicklungsprozess wirkten unterschiedliche Expert:innen und Partner mit, darunter 4DMagic, Konhäuser und Konzeptloft sowie weitere Fachpartner wie BECK-Elektrotechnik und Projektstore. Gemeinsam wurde ein Campus geschaffen, der funktionale Anforderungen, gestalterische Qualität und Markenidentität auf einzigartige Weise verbindet.

Mit dem neuen Campus startet die S.OLIVER GROUP in eine neue Ära der Markenpräsentation: als Ort, der verbindet – Marken, Menschen und Möglichkeiten. In den kommenden Monaten wird der Campus schrittweise mit weiteren Formaten und Aktivitäten bespielt, um den Austausch mit Partnern weiter zu intensivieren und Markenwelten noch erlebbarer zu machen.

Bildmaterial

Bilder vom Event und Campus Opening finden Sie [hier](#).

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