



s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Presseabteilung  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
Tel.: +49/(0)9302/309-9559  
Fax: +49/(0)9302/309-89559  
www.soliver.com

## **s.Oliver: Vom Einzelhandelsgeschäft zu einem internationalen Mode- und Lifestyleunternehmen**

**s.Oliver bietet Mode für jeden Tag und Anlass mit monatlich neuen Kollektionen für die ganze Familie. Seit der Gründung 1969 hat sich das Unternehmen mit über einer Milliarde Umsatzvolumen zu einem der führenden Bekleidungshersteller in Europa entwickelt.**

### **Porträt**

Mode für jede Persönlichkeit und jeden Anlass, monatlich neue Kollektionen, ein hohes Maß an Qualität und ein sehr gutes Preis-/ Leistungsverhältnis: Dieses Lifestylekonzept lebt s.Oliver mit zehn Produktlinien und elf Accessories- und Lifestylekonzepten mit viel Liebe zum Detail.

### **Wie alles begann**

1969 eröffnete Firmengründer und Inhaber Bernd Freier in Würzburg sein erstes Geschäft unter dem Namen „Sir Oliver“ in der Herrnstrasse 5 in Würzburg. Der Name Sir Oliver wurde nach dem Romanhelden Oliver Twist gewählt und wurde später in s.Oliver abgeändert. Am 27. April 1979 wurde die Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt in München eingetragen. In 2009 kann s.Oliver auf eine erfolgreiche 40-jährige Firmengeschichte zurückblicken.

s.Oliver Produkte sind heute in rund 30 Ländern zu finden. Täglich arbeiten 6.330 Mitarbeiter weltweit gemeinsam am Erfolg der internationalen Firmengruppe. Der Teamgeist und die moderne Unternehmenskultur machen s.Oliver einzigartig. Seit 1995 konnte der Umsatz mehr als vervierfacht werden. 2007 wurde die Milliardengrenze geknackt. In 2009 erwirtschaftete die Group einen Markenumsatz von 1,16 Milliarden Euro. Aus einem kleinen Einzelhandelsgeschäft ist so eines der 20 größten Bekleidungsunternehmen Europas\* entstanden.

Was sind die Erfolgsfaktoren? Neben der stringenten Markenführung anhand ausgeprägter Imagepositionierung – der Garant für hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte – ist es die Fähigkeit, aktuelle Trends zu erkennen und in kürzester Zeit in kommerzielle Produkte umzusetzen. Es sind die Schnelligkeit und Professionalität, mit der pro Marke und Segment mehr als zwölf Kollektionen im Jahr in perfekter Passform, sehr guter Qualität und mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden. Nicht zuletzt ist es der Teamgeist der Mitarbeiter und ihre Identifikation mit der Marke, die den Erfolg der s.Oliver Group ausmachen.

## **Die Geschäftsführung**

### **Mitglieder der Geschäftsführung**

**Bernd Freier**, Chief Executive Officer

**Oliver Hein**, Managing Director Sales and Shop Operations & POS

**Henry Taubald**, Chief Operations Officer & Logistics

**Thorsten Grönlund**, Managing Director Marketing, Product and Sourcing

**Thomas Steinhart**, Chief Financial Officer

\* TW Rangliste: Die größten Bekleidungslieferanten in Europa 2007



s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Presseabteilung  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
Tel.: +49/(0)9302/309-9559  
Fax: +49/(0)9302/309-89559  
www.soliver.com

## Die Firmenzentrale

s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG, s.Oliver-Straße 1, 97228 Rottendorf

In der Firmenzentrale im fränkischen Rottendorf nahe der Universitätsstadt Würzburg sitzen die unterschiedlichen Abteilungen von Personal über Marketing bis hin zu Vertrieb. Hier werden die Produkte von den verschiedenen Designteams entwickelt, um dann in den Produktionsstätten in Europa, im Mittleren Osten und in Asien produziert zu werden. International verfügt s.Oliver über eigene Beschaffungsorganisationen in Hongkong (China), Hangzhou (China), Chennai (Indien), Bogor (Indonesien), Dhaka (Bangladesch) und in Istanbul (Türkei). Die Logistik wird zentral in Rottendorf abgewickelt, so treten täglich bis zu 350.000 Kleidungsstücke ihre Reise zu Bestimmungsorten in der ganzen Welt an. Im Sommer 2008 wurde ein weiterer Meilenstein der Firmengeschichte gelegt: Die neue Firmenzentrale wurde eingeweiht und von rund 350 Mitarbeitern bezogen. Mit dem aufwendigen Bau hat die Marke auch am Standort ein prägnantes Gesicht. Insgesamt beschäftigt die s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. über 1.780 Mitarbeiter am Standort Rottendorf.

## Die Produkte

### Drei Lifestylewelten, zehn Produktlinien, elf Accessories- und Lifestylelinien

Unter der Dachmarke s.Oliver sind drei „Lifestylewelten“ mit bestimmten Attributen aufgehängt. Elf Lifestylelinien die in Zusammenarbeit mit Lizenzpartnern entstehen, ergänzen das Sortiment.

**s.Oliver Casual**, das größte Segment des Unternehmens, bietet unkomplizierte Freizeitlooks für Damen und Herren. Hohe Qualität, Liebe zum Detail und ein gutes Preis- Leistungsverhältnis machen s.Oliver Casual aus. Die Mode weist eine perfekte Passform auf und steht dabei für Lebensfreude, Individualität und Authentizität.

**s.Oliver Selection** steht für Klasse und Stilsicherheit. Chice und elegante Looks für die Arbeit und After-Work, ein Mix aus moderner Klassik und hochmodischen Einflüssen sind immer wertig, aktuell und selbstbewusst. Konfektion, Strick und legere Optionen bieten den richtigen Stil für jeden Anlass: international und sinnlich genussvoll.

**QS by s.Oliver** ist schnell, hip, trendy und funktional. Urbanes Styling mit allem, was das Modeherz begehrt. Spontan und experimentierfreudig, aber nicht abgehoben, bietet QS by s.Oliver alle Looks die gerade angesagt sind. Mit eigenen QS-Stores setzt das Label auch in punkto Ladenbau und Visual Merchandising Akzente.

**by s.Oliver** bietet unkomplizierte Freizeit- und Businessmode für aktive und selbstbewusste Frauen von Größe 44 bis 52. Die Kollektionen beinhalten eine ausgewogene Mischung aus Konfektion, legeren Artikeln und modischen Highlights. Aktuelle Farbharmonien, kombinierfähige Einzelteile und starke Fashionbasiscs machen den Stilmix aus.

**s.Oliver Bodywear** bietet Tag- und Nachtwäsche sowie Beachwear für Damen und Herren. Ausgefeilte Schnittführungen, weiche Materialien und aufwendige Details sind die Hauptmerkmale. Eine modische Aussage ist dabei ebenso wichtig wie Passform und Tragekomfort. Die s.Oliver Loungewear orientiert sich an den Trends der Fashion Kollektionen und ist thematisch auf die Wäsche abgestimmt.



s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Presseabteilung  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
Tel.: +49/(0)9302/309-9559  
Fax: +49/(0)9302/309-89559  
www.soliver.com

**s.Oliver Junior** ist aufgeteilt in die Bereiche Boys/Girls (5-14 Jahre), Kids (2-6 Jahre), Baby (2-24 Monate) und Just Arrived (0-6 Monate). Orientiert am Stil von s.Oliver Casual finden Kinder und Teenager bei s.Oliver Junior die richtigen Outfits für Schule und Freizeit. Besonders wichtig ist dabei eine hohe Qualität, die vor allem bei den Jüngsten im Vordergrund steht. Fröhliche Farben und unkomplizierte Styles, die zudem auch modisch die aktuellen Trends beachten, gefallen sowohl den Kindern als auch ihren Eltern. Für besonders anspruchsvolle Teenager bietet die Sonderkollektion „Selected Edition“ Mode der Extraklasse.

**s.Oliver Accessories** hält zum Outfit die passenden Begleiter bereit: Taschen, Gürtel und Kleinlederwaren sind perfekt auf die Modelinien abgestimmt. Aufwendige Details, die wichtigsten Formen und Farben, Trends und eine sehr gute Qualität sind die Hauptmerkmale von s.Oliver Accessories – eben das I-Tüpfelchen für jedes Outfit.

### **Lizenzen**

s.Oliver hat den Anspruch den ganzen Kleiderschrank zu füllen und bietet neben den Mode-Kollektionen ein Sortiment hochwertiger Lifestyle-Produkte vom Schuh bis zur Sonnenbrille an. Aktuell werden elf Lizenzlinien zusammen mit erfahrenen Lizenzpartnern aus den Bereichen Schuhe, Brillen, Uhren, Schmuck und Modeschmuck, Socken, Heimtextilien, Regenschirme, Kinderwagen, Sitzauflagen und Sonnenschirme für den Garten sowie Duft entwickelt und produziert. Die Produkte bedienen die Bereiche Accessoires und Lifestyle und sind vom Designanspruch an die Mode-Kollektionen des Unternehmens angepasst. Sie ergänzen somit die Lifestylewelt der Marke s.Oliver.

s.Oliver Shoes: shoe.com GmbH & Co. KG / Wortmann-Gruppe, Detmold

s.Oliver Socks: camano® Comfort-Socks, Pleinfeld

s.Oliver Eyewear: Wagner & Kühner GmbH

s.Oliver Fragrances: Mäurer + Wirtz GmbH & Co. KG, Stolberg

s.Oliver Home: Bettwaren: IBENA Textilwerke Beckmann GmbH, Bocholt.

Frottierwaren: CAWÖ TEXTIL GMBH & CO, Emsdetten

s.Oliver Time: Pro Concept Marketing Vermarktung und Beratungs GmbH, Viernheim

s.Oliver Jewel and Fashion Jewelry: Amor GmbH, Obertshausen

s.Oliver Umbrellas: Doppler Deutschland H. Würflingsdobler & Co. KG, Simbach am Inn

s.Oliver Garden: Doppler Deutschland H. Würflingsdobler & Co. KG, Simbach am Inn

s.Oliver Baby: J.G. Hartan Kinderwagenwerk, Gestungshausen



s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Presseabteilung  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
Tel.: +49/(0)9302/309-9559  
Fax: +49/(0)9302/309-89559  
www.soliver.com

## Vertrieb

s.Oliver ist ein vertikal aufgestelltes Unternehmen und steuert die gesamte Wertschöpfungskette von der Entwicklung bis zum Verkauf der Produkte selbst. Alle Aktivitäten sind auf die Bedürfnisse der Endverbraucher ausgerichtet. Die Kollektionen werden in den eigenen Retail Stores, Partner Stores, dem Online-Shop [www.soliver.de](http://www.soliver.de), im indirekten Vertrieb über Shop-in-Shops sowie Flächen im Wholesale und im Versandhandel vertrieben. Insgesamt führt das Unternehmen aktuell 234 Stores in Eigenregie, 278 Stores zusammen mit Partnern und ist in 2.303 Shops und auf 3.072 Flächen vertreten. Seinen Handelspartnern bietet s.Oliver neben modischen Produkten, attraktive Margen und Schnelligkeit von der Produktentwicklung bis zum PoS, einen umfassenden Visual Merchandising Support.

Die Retail Stores werden vom Unternehmen selbst geführt. Megastores sind Retail Stores mit einer Größe von ca. 1.500 Quadratmetern und befinden sich in den Toplagen der Großstädte. Sie gelten als „Eckpfeiler der Markenkommunikation“, in denen die s.Oliver Markenwelt auf höchstem Niveau präsentiert wird. Partner Stores werden von Franchise-Partnern geführt und sind vorwiegend in Kleinstädten Europas zu finden. Nahezu überall ist s.Oliver im Wholesale zu finden. Hier werden s.Oliver Produkte in Markenshops, inklusive s.Oliver Ladenbau und Marketingelementen sowie – vor allem in kleineren Stores – auf Flächen mit storeeigenem Ladenbau angeboten. Als weiterer Vertriebsweg liefert der s.Oliver Online Shop unter [www.soliver.de](http://www.soliver.de) jeden Tag neue Styles nach Deutschland und Österreich.

Rund um den Globus ist s.Oliver in rund 30 Ländern vertreten. Die Märkte in Österreich, der Schweiz und den Beneluxstaaten werden seit 2003 als eigene Töchterunternehmen geführt. Der Exportanteil der s.Oliver Group liegt bei 25%. Die Expansionsmärkte sind Europa und Asien. Im zweiten Halbjahr 2007 wurden die ersten Stores in Indien eröffnet.

## Marketing

s.Oliver steht für Real Fashion for Real People. Über 80 Prozent Markenbekanntheit und sehr hohe Sympathiewerte machen s.Oliver zu einer der Top-Marken in Deutschland sowie international. Schlagworte der s.Oliver Markenpositionierung sind „aufrichtig“, „authentisch“, „modisch“, „selbstbewusst“ und „hochwertig“. Geballte Brandpower und innovative Marketing-Kampagnen, Events und POS Aktionen sorgen regelmäßig für Aufsehen.

Unter der Dachmarke s.Oliver sind den einzelnen Lifestylewelten Attribute zugeordnet. So stellt die Casual Lifestylewelt Charakter und Individualität dar, die Selection Lifestylewelt steht für Genuss und Sinnlichkeit und die QS Lifestylewelt für Spontaneität und Intuition.

## Imagekampagne

Auch im Marketing stellt s.Oliver den Kunden in den Mittelpunkt. Die Imagekampagne setzt die s.Oliver Produkte modern, wertig und authentisch in Szene. Die drei Lifestyle-Segmente s.Oliver Casual, s.Oliver Selection und QS by s.Oliver werden durch bestimmte Attribute getrennt voneinander inszeniert. Die Kampagne wird über alle Kanäle – von Print, über den Onlineauftritt bis hin zum POS – umgesetzt.

### **Warenaktionen**

Um das Produkt in den Fokus zu rücken, werden in jeder Saison Warenaktionen durchgeführt. Hierbei werden bestimmte Produktgruppen wie z.B. Denim oder aber nach speziellen Anlässen wie Weihnachten Produkte herausgestellt und kommuniziert. Die Aktionen werden beispielsweise in TV-Spots oder in einem Beihefter beworben.

### **POS Maßnahmen**

In den Stores werden regelmäßig POS Maßnahmen durchgeführt, um die Frequenz durch Neukundengewinnung und Bestandskundenintensivierung zu erhöhen. Solche abverkaufsorientierten Aktionen werden z.B. an Eröffnungen oder zu Jubiläen eingesetzt. Attraktive, auf den POS ausgerichtete Marketingaktionen mit einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Image und Kommerzialität, schaffen Kaufanreize über Anlässe, attraktive Produkte und intelligente Incentivierungen. Dank der einfachen umsetzbaren Mechanismen wird gezielt Umsatz und Frequenz generiert.

s.Oliver bietet eine Kundenkarte an, die zahlreiche Vorteile gewährleistet wie z.B. Gutscheine, Einladungen zu Veranstaltungen in den Stores und weitere Vergünstigungen. Für besonders treue Kunden gibt es die VIP-Karte, die u.a. einen kostenlosen Änderungsservice bietet. Regelmäßige Mailings informieren die Kundenkarteninhaber über aktuelle Aktionen.

### **Ladenbau / Architektur**

Auch im Store Design verfolgt s.Oliver eine klare Linie: Abgerundete Ecken, die das geschwungene s.Oliver Logo widerspiegeln, großzügige Motive aus der aktuellen Imagekampagne und eine gezielte Kommunikation der Dachmarke. Alle Vertriebs-Kooperationsformen der s.Oliver Group können mit den einzelnen Elementen bedient werden. Jedes Segment hat ein eigenes System.

Vertikale und horizontale Lamellenelemente unterstreichen den modernen Look von s.Oliver Casual in subtiler Rot/Weiß Optik. Die Architektur von s.Oliver Selection unterstreicht die Wertigkeit der Kollektionsaussage. Kontraste in Hell und Dunkel schaffen eine warme und hochwertige Raumatmosphäre. Auch der Ladenbau von by s.Oliver unterstützt eine feminine und wertige Aussage mit verspielten Elementen. Die Markenaussage von QS by s.Oliver kommt durch den Einsatz moderner, authentischer und urbaner Materialien und einen Loftcharakter zum Tragen. Eine neue Formensprache, die sich klar an der Ästhetik der anderen Segmente orientiert, schafft für s.Oliver Bodywear eine optimale Verbindung zwischen cleanem Stilgefühl und dem Thema Wäsche. Auch die Kindersegmente sowie s.Oliver Accessories sind an den Look von s.Oliver Casual angelehnt. Durch innovative, hochwertige Retailkonzepte erleben Kunden am POS jeden Monat eine neue Lifestylewelt.

### **Visual Merchandising**

Aufmerksamkeitsstarke Schaufensterkonzepte machen die Kollektionen und die Marke s.Oliver in den Geschäften sichtbar. Zum Kampagnenstart werden neue Schaufensterkonzepte mit dem aktuellen Bildmaterial und Kollektionen entwickelt. Darüber hinaus werden alle Marketing-Aktionen in den Schaufenstern umgesetzt und so für den Endverbraucher direkt am POS sichtbar. Die monatlich wechselnden Konzepte entsprechen dem Kollektionsrhythmus und werden je nach Größe des Fensters angepasst.



s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Presseabteilung  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
Tel.: +49/(0)9302/309-9559  
Fax: +49/(0)9302/309-89559  
[www.soliver.com](http://www.soliver.com)

**Pressekontakt**

s.Oliver Bernd Freier GmbH & Co. KG  
Anke Husmann, Team Leader Public Relations  
s.Oliver-Straße 1  
97228 Rottendorf  
T. +49 (0)9302 309 - 9572  
F. +49 (0)9302 309 - 89572  
E-Mail: [Anke.Husmann@de.soliver.com](mailto:Anke.Husmann@de.soliver.com)