

PRESSEMITTEILUNG

Maßgeschneiderter Multi-Channel-Vertrieb

Medienfabrik launcht s.Oliver-Fashion-Magazin

Gütersloh, den 28. September 2012

Pünktlich mit dem Startschuss zur Herbst/Winter-Saison 2012 gibt das Mode- und Lifestyle-Unternehmen s.Oliver sein erstes Fashion-Magazin heraus. Kreativer Partner für die Konzeption und Umsetzung des Magazins ist die Medienfabrik Gütersloh. Damit stellen die Gütersloher Kommunikationsprofis erneut ihre Fashion-Kompetenz unter Beweis. Den Druck des Magazins übernahm Mohn Media. Damit bündeln die beiden arvato-Töchter ihre Kernkompetenzen zu einem zielgruppengerechten Full-Service-Ansatz.

Die erste Ausgabe des s.Oliver-Fashion-Magazins erscheint in einer Auflage von einer Million Exemplaren. Das hochwertig gestaltete Heft wird als Kundenbindungsinstrument an die s.Oliver-Card-Kunden verschickt und ist in sämtlichen s.Oliver-Geschäften erhältlich. Vanessa Stützle, Head of E-Commerce bei s.Oliver und Projektverantwortliche, erklärt: »Das Magazin liegt im Retail Store aus, wo unsere Kunden auch direkt die vorgestellten Outfits wiederfinden. Produktcodes und Deeplinks zu den einzelnen s.Oliver-Lifestylewelten schlagen im Printtitel eine Brücke zum Onlineshopping. Gleichzeitig ist das Magazin als digitale Version auf unserer Homepage verfügbar, auf der die Kunden direkt per Mausclick kaufen können. So werden Umsätze in allen Vertriebskanälen generiert.« Darüber hinaus wird das Magazin per Paketbeilage und Postwurf gestreut und unterstützt so die Neukundengewinnung.

Das neue Fashion-Magazin entführt die Leser in die aufregende Welt der Mode. Der erste Zwischenstopp: die Metropole Berlin – Shootinglocation der Herbst/Winter-Ausgabe. Auf 68 Seiten werden die aktuellsten Trends für die ganze Familie zusammengefasst. Außerdem gibt es Städtetipps für Berlin und viele weitere redaktionelle Ideen rund um die Kollektionen – von neuesten Looks und Streetstyles bis hin zu praktischen Stylingtipps von Fashionexperten oder Modebloggern.

Thomas Göllner, Geschäftsfeldleiter Sales Communication in der Medienfabrik, freut sich über die gelungene Zusammenarbeit mit s.Oliver und sieht den vertriebswirksam inszenierten Shoppingbegleiter als wichtigen Impulsgeber im Multi-Channel-Vertrieb: »Das Magazin vereint auf intelligente Weise die verkaufsfördernden Elemente eines Katalogs mit der starken Blattbindung eines Magazins. Der Leser wird hier durch nutzwertige und aktuelle Inhalte angesprochen und direkt in die Vertriebskanäle gelenkt.«

Zur Premiere erhalten die Kunden einen Shoppinggutschein im Wert von 10 Euro. Das s.Oliver-Fashion-Magazin ist ab dem 28.09. erhältlich.

Michaela Yigit

Referentin für Presse- &
Öffentlichkeitsarbeit

Phone: +49 5241 23480-398
Fax: +49 5241 23480-22
yigit@medienfabrik.de

PRESSEMITTEILUNG

Über s.Oliver

Deutschlandweit wie international steht s.Oliver für Mode für jede Persönlichkeit und jeden Anlass. Durch den monatlich wechselnden Kollektionsrhythmus und seine differenzierte Markenwelt gelingt es s.Oliver, Modetrends sehr schnell und für ein breites Publikum umzusetzen. Dabei legt s.Oliver besonderen Wert auf die Nähe zu Markt und Kunden. Die Mode zeichnet sich durch ein hohes Maß an Qualität und Liebe zum Detail, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sowie bequeme Passformen aus. Seit der Gründung 1969 hat sich das Unternehmen mit Sitz im unterfränkischen Rottendorf mit mehr als einer Milliarde Umsatzvolumen zu einem der führenden Bekleidungshersteller in Europa entwickelt.