



Das Rottendorfer Unternehmen [s.Oliver](#) hat sich den deutschen TV-Star Joko Winterscheidt als neues Werbegesicht an Bord geholt und nimmt sich dabei und vielleicht auch die Branche nicht allzu ernst. Denn ihre neuen Polo Shirts sowie der neue So Flex Sneaker werden mit Joko Winterscheidts Standard Werbepaket präsentiert und sorgen somit nicht nur für Aufmerksamkeit, sondern auch für ein gesundes Schmunzeln.

Die Story dahinter: Kern der Kampagne sind drei Werbespots, die in Südafrika geschootet wurden – wofür Joko Winterscheidt eigentlich keine Zeit hatte. Also bot er ihnen kurzerhand sein praktisches Paket an, in welches Firmen ihre Produkte im Handumdrehen, ganz einfach via Photoshop, einfügen können. Im Laufe des Spots werden daher die s.Oliver Polo Shirts und Sneaker digital auf Jokos Körper montiert, während eine monotone Computerstimme die

s.Oliver: Joko Winterscheidt als Werbegesicht

Written by Cheryll Mühlen

Friday, 06 April 2018 13:29 - Last Updated Friday, 06 April 2018 13:52

wichtigsten Fakten preisgibt.

Diese neue Art der Werbung steht dabei im Gegensatz zum allgemeinen Individualisierungstrend in der Werbebranche. Damit geht s.Oliver als Fashion Brand neue Marketing-Wege und hat in dem deutschen Moderator den perfekten Partner für diese absurde Form der Werbung gefunden. Und mit 1,5 Millionen Fans auf Facebook und 600.000 Followern auf Instagram hat Joko Winterscheidt eine vielversprechende Reichweite.

Die Werbespots sowie passendes Bildmaterial werden für alle s.Oliver Touchpoints wie Anzeigen in Print-, Onlinemedien, POS und Online-Shop sowie Social Media eingesetzt. Der Generic Gedanke steht dabei in allen Kanälen im Fokus.

Weitere Informationen unter www.soliver.de .



s.Oliver: Joko Winterscheidt als Werbegesicht

Written by Cheryl Mühlen

Friday, 06 April 2018 13:29 - Last Updated Friday, 06 April 2018 13:52

