

ZUSAMMENARBEIT ÜBER POP-UP-FLÄCHEN

Bravo-Poster und Röhrenfernseher: Breuninger und Replay setzen auf die 90er

Von Anja Probe

Mittwoch, 03. April 2024



Die von Replay neu aufgelegte Kollektion 9Zero1 aus den 90ern wird stilecht in Retro-Umgebung präsentiert.

Die italienische Denim-Marke Replay vertieft die Zusammenarbeit mit den Department Stores von Breuninger. Im Vordergrund der Partnerschaft steht die neu gelaunchte 9Zero1-Kollektion, die aktuell auf mehreren Pop-up-Flächen, gestaltet im 90er Style, präsentiert wird.

In den [Breuninger \(/suche/schlagworte/Breuninger/\)](#)-Häusern in München, Stuttgart und Freiburg sind die 90er Jahre zurück. [Replay \(/suche/schlagworte/Replay/\)](#) hat die Denim-Kollektion 9Zero1 neu aufgelegt in fünf Waschungen samt der passenden Jeansjacke in vier Varianten. Herausgestellt werden sie auf ausgewählten Pop-up-Flächen (rund 7 bis 30 m²), die wie Jugendzimmer ganz im 90er Jahre-Stil gestaltet sind: mit Röhrenfernseher, bunter Bettwäsche und Bravo-Postern an den Wänden. Das Konzept stammt von der Agentur Team Pera. Um die Fenster kümmert sich die Agentur Dfrost. Kundinnen und Kunden können die Pop-ups hier erleben:

25. März bis 13. April in der Marktstraße 1-3 in Stuttgart

25. März bis 13. April in der Sendlinger Straße 3 in München

3. April bis 13. April in der Karls-Passage in Stuttgart

16. April bis 4. Mai in der Kaiser-Joseph-Straße 169 in Freiburg im Breisgau



Die 9Zero1 habe die Geschichte Replays maßgeblich geprägt. Charakteristisch für die Denim, die einst vor allem für Männer

gedacht war – nun aber als unisex gilt – sind ein Patch am Hosenschlitzknopf und der gerade Schnitt.

Markenbotschafter der von Thierry Le Gouès fotografierten zugehörigen Kampagne sind Usain Bolt, Martin Garrix, Marco Verratti, Beauden Barrett, Amelia Gray, Maye Musk, Leni Klum, Paulo Dybala sowie die All Blacks und die Fußballmannschaften von PSG, Bayern München und Ajax. Sie wollen eine einheitliche Stimme bilden, die alle Generationen ansprechen und sich mühelos zwischen den Welten des Sports, der Musik und der Mode bewegen soll.



Ein Motiv aus der aktuellen 9Zero1-Kampagne von Replay.

"Mit der Einführung dieser neuen Kollektion in unserem Sortiment vertiefen wir unsere Zusammenarbeit mit Replay und bieten unseren Kundinnen und Kunden auch künftig eine große Auswahl an hochwertiger und modischer Denim-Bekleidung", so Breuninger-CMO Sandra Hartmann. Die Kollektion ist ebenfalls auf breuninger.com und auf replayjeans.com erhältlich sowie in allen Replay Flagships. Begleitet wird der Verkauf durch Live-Aktionen in den Breuninger Häusern sowie Online-Marketing.

MEHR ZUM THEMA



NEUE BRAND IDENTITY

Breuninger inszeniert Stil und Nähe – auch für sich selbst