

Der Guide für die D-A-CH Modedcommunity

PART OF THE

**WeAr**

FAMILY

# SHOW ROOMS

#6

## INDUSTRY INSIGHTS

Zwischen KI-Anstieg, Sample Sales und Pop-ups: Welche Faktoren erfolgreiche Markenstrategien 2026 bestimmen

## TRENDS FÜR DIE SAISON H/W 26/27

Die prägenden Trends der Saison – und welche Linien zunehmend zur Stabilisierung der Margen beitragen

## FASHION EVENTS

Neue Formate, relevante Termine und ein Ausblick auf die wichtigsten Events und Highlights der kommenden Saison

# POP-UPS: REICHWEITENBOOSTER MIT HALO-EFFEKT



In Gstaad zeigt rag&bone, wie ein Pop-up-Konzept überzeugend umgesetzt wird.



GUESS feiert sein 45-jähriges Jubiläum mit Pop-Ups in den Alpen.

Pop-up Stores sind nicht nur Erlebnis- und Kommunikationsräume, sondern, richtig genutzt, auch echte Content-Maschinen und strategische Instrumente, um die Reichweite einer Marke auf ein neues Level zu katapultieren. Christoph

Stelzer, Gründer und Managing Director der Stuttgarter Agentur für Retail Identity und Brand Experiences **DFROST**, erklärt, wie man mit temporären Verkaufsplätzen Brand Awareness befeuert und spielerisch neue Zielgruppen erreichen kann.

## Physisches Markenerlebnis statt digitaler Reizüberflutung

Die Relevanz von Pop-up Stores als physischer Gegenentwurf zum Prinzip ‚built, measure, learn‘ hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Dabei präsentieren sich die temporären Flächen nicht nur als POS-Spielwiese, auf der Marken sich jenseits der klassischen, von strengen CI-Vorgaben geprägten Sales-Pfade frei ausprobieren und Hypothesen im realen Raum testen können, ohne sich langfristig festzulegen. Sie bieten auch die ideale Kulisse, um besondere Formate wie Limited Editions, Künstlerkooperationen oder Brand-Collabos in einem intimen Rahmen erlebbar zu machen. Klug kommuniziert und sorgfältig kuratiert zahlen temporäre Shops auf Markenidentität, Emotion und Community ein und schaffen zugleich Raum, um mit vergleichsweise geringem Risiko Potenziale zu testen und neue Zielgruppen zu erschließen.

## Copy/Paste – Der große Irrtum

Um einen Pop-up erfolgreich umzusetzen und über den Moment hinaus Wirkung zu erzeugen, braucht es einen individuellen Plan. Im Mittelpunkt sollte dabei stets die Frage stehen, in welchem Kontext die Maßnahme stattfindet und wie sie für die Zielgruppe echte Relevanz entfaltet. Viele Brands wählen hier den vermeintlich einfachen Weg und adaptieren bereits erfolgreiche Konzepte für das eigene Projekt. Eine Strategie mit erfahrungsgemäß sehr begrenztem Outcome, denn ein Pop-up benötigt eine Uniqueness, die aus der Marke heraus entwickelt ist und ein strategisches Ziel, das konsequent verfolgt wird. Statt Copy/Paste empfiehlt es sich daher, den Fokus auf den eigenen Markenstil zu legen und eigenständige Interpretationen des Pop-up-Themas zu entwickeln. Denn Glaubwürdigkeit ist der Schlüssel, um Brand Awareness zu wecken und bei der Zielgruppe nachhaltig zu verankern.

## Meet your Community – Der soziale Faktor

Pop-ups sind soziale Begegnungsorte und richten sich an die Experience-Community. Dem entsprechend sollte das Erlebnis für den Kunden authentisch und glaubwürdig gestaltet sein – mit der Marke in der Rolle des Gastgebers und erst in zweiter Linie in der des Verkäufers. Stimmen Location und Warenportfolio, passt das Rahmenprogramm und sind die richtigen Gäste und Markenbotschafter vor Ort, entsteht eine kaufanregende Dynamik – Stichwort ‚Fear of missing out‘. Darüber hinaus fungiert der Pop-up als Content-Maschine und lokaler Marken-Satellit mit globaler Reichweite: Er bündelt visuelle, narrative und soziale Impulse und liefert damit wertvolles Material für Kommunikation und Storytelling weit über seine Laufzeit hinaus.

→ [dfrost.com](http://dfrost.com)

+++++  
**FASHION-NEWS TICKER**  
+++++  
Welcher Showroom hat welche Labels neu im Sortiment?

+++++  
+++++

**First Floor Agency (München, Düsseldorf):**  
Yacaia (Strickmode aus Norwegen für Herren)

+++++  
+++++

**Mifsud.Fashion (Glattbrugg, CH):**  
Karl Lagerfeld Men (Klassiker mit urbaner Ästhetik), Hechter Paris Men (sportlich-elegante Mode für Herren)

+++++  
+++++

**Knaus oder Knaus (Salzburg, AT):**  
Tom Ripley (zeitloser Strick für Herren)

+++++  
+++++

**Select Studio (Düsseldorf, München):**  
RRD (Outerwear für Damen und Herren)

+++++  
+++++

**Nicole Richter Mode (Kleinmachnow):**  
Senses.The Label (sportlich-feminine Styles), Covered (urbane Outerwear für Damen), Cassis (Strickmode für Damen)

+++++  
+++++

**PFA Studios (Erlenbach, CH):**  
Ferrante (italienische Staple Pieces für Herren)

+++++  
+++++

**Agentur Stirner (Salzburg, AT):**  
(Salzburg, AT): Aunts & Uncles (coole Ledertaschen und Weekender für Damen und Herren), Freaky Nation (trendige Lederjackets aus Deutschland für Damen und Herren), S.PA Accessoires (Ledergürtel aus Deutschland)

+++++  
+++++

**MD Martina Denkstein (Salzburg, AT):**  
Donna Carolina (feminine Schuh Kollektion aus Norditalien)

+++++  
+++++

**AGENTUR ZIMMERMANN MÜNCHEN SHOWROOM**  
Sturm Plaza | Karl-Weinmair-Str.6  
+49 89 3583 1600  
gz@zimmermann-agentur.com

+++++  
+++++

**CAGOL AGENCY DÜSSELDORF SHOWROOM**  
Kaiserswerther Str. 152  
+49 211 45822 25  
a.schroerer@cagolfashion.com

**CAGOL AGENCY SWITZERLAND SHOWROOM**  
Waldhofstrasse 11  
CH-8810 Horgen  
+41 43 960 88 88  
c.freiholz@cagolfashion.com

**AGENTUR ZIMMERMANN MÜNCHEN SHOWROOM**  
Sturm Plaza | Karl-Weinmair-Str.6  
+49 89 3583 1600  
gz@zimmermann-agentur.com

**MODEAGENTUR COCRON AUSTRIA SHOWROOM**  
Moosfeldstr. 1  
Brandboxx Salzburg  
+43 664 22 33 232  
office@cocronmodeagentur.at

vicario cinque



**VICARIO CINQUE SRL**  
+39 0444 1241900  
giorgia@vicariocinque.it

**VICENZA SHOWROOM**  
Via Roma, 10  
36040 Brendola (VI)

**MILAN SHOWROOM**  
Via San Gregorio, 53