

Peek & Cloppenburg lanceert pop-upconcept

16-02-2018 15:10



Peek & Cloppenburg introduceert pop-upgebieden om actuele trends en lifestylethema's een podium te geven. Zes kledingwarenhuizen worden gedurende het jaar voorzien van nieuw, exclusief aanbod, meldt de Duitse retailer.

Elk halfjaar moet het pop-upconcept drie keer van inhoud veranderen. De focus ligt volgens het modebedrijf op lifestyleproducten die niet per se gerelateerd zijn aan de branche en nieuwe modemerken, die binnen het thema passen.

Het eerste thema is 'Now Life', wat volgens Peek & Cloppenburg een eerbetoon is aan het jonge stadsleven, waarbij alles om 'levensbalans en bewust genieten' draait. Het Amsterdamse drinkwaterlabel Marie-Stella-Maris bevindt zich onder de eerste partners, evenals Nike en Taschen Verlag, dat chique koffietafelboeken verkoopt. Andere thema's die op de planning staan draaien om sportkleding voor vrouwen, festivals, reizen, premium en Kerst.

Het pop-upconcept wordt op 7 maart geïntroduceerd in Düsseldorf, Keulen, Berlijn, Frankfurt en de twee vestigingen in Wenen. Peek & Cloppenburg heeft ook winkels in Rotterdam, Den Haag en Amsterdam.