



**pierre cardin**

**PRESSEMITTEILUNG**

## **Pierre Cardin sorgt für Furore auf der Fläche**

***Modehäuser wie Hagemeyer und Garhammer setzen Futureflex mit Pop-up-Konzept der Ahlers AG in Szene***

*Herford, 10. April 2017:* Seit der laufenden Saison bietet Pierre Cardin nach verschiedenen Testflächen seinen Wholesale-Partnern ein verkaufsförderndes Pop-up-Format zur Futureflex-Linie an. Das kompakte Flächenkonzept feierte im Modehaus Garhammer, Waldkirchen, seine Premiere – aktuell sind insgesamt 14 Pop-ups installiert, weitere 25 stehen aktuell zur Auslieferung an.

„Die Nachfrage ist extrem. Wir freuen uns, mit dem Futureflex-Pop-up-Konzept unseren Kunden ein aufmerksamkeitsstarkes wie verkaufsförderndes Tool bieten zu können, das für Lebendigkeit auf der Fläche sorgt“, so Yvonne Callier, Sales Director Pierre Cardin.

Der Auslieferungszeitraum für das Pop-up-Konzept endet am 31. Juli 2017. Bis dahin kann es in der Abteilung Visual Merchandising bestellt werden. Eingesetzt wird es bereits bei diversen Wholesale-Partnern von Pierre Cardin wie Wehrmeister (Berlin), Heikorn (Singen), Pollozek (Pfarrkirchen), Ahrens (Marburg) und Stackmann (Buxtehude). Bei Hirmer in München wird die Pop-up-Fläche mit separaten Silver-Runner-Figuren ergänzt, die für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen.

Das jeweils 4 oder 5 m<sup>2</sup> umfassende Visual Merchandising der neuen Futureflex-Fläche besteht aus einem offenen Edelstahl-Gerüst mit Zyan-farbigen Kuben und dem rückseitig angebrachten Hochformat-Banner einer Block-out-Plane, auf der die leuchtend wirkende Silhouette des „Silver Runners“ der Future-Flex-Linie zu sehen ist.



„Die Pop-up-Fläche war zum Saisonstart ein echter Eyecatcher und kam zum richtigen Zeitpunkt. Die Kunden sind momentan aufgeschlossen für Neues“, kommentiert Silke Weber, Assistentin der HAKA-Leitung beim Marburger Modehaus Ahrens. „Speziell im Herrenbereich ist die Kommunikation in Bezug auf elastische Materialien gerade im Hosensegment noch etwas schwierig ist. Ein solcher Aufbau inklusive Information erleichtert den Einstieg in das Verkaufsgespräch und thematisiert das Ganze anschaulich“, so Weber weiter.

Wholesale-Partner von Pierre Cardin erhalten dank des Pop-up-Konzepts so eine optimale Möglichkeit, die innovativen Futureflex-Jeans von Pierre Cardin auf der Fläche aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen. Die komfortorientierte Denim-Innovation bietet dank besonderen Materialqualitäten hohe Elastizität und überzeugt mit einem neuartigem In-shape-Effekt für ein hohes Maß an Formstabilität. Eine speziell gewebte Kombination aus Polyestergerarnen und einem elastischen Lycrafaden verleiht den Futureflex-Jeans ihr besonderes Profil.

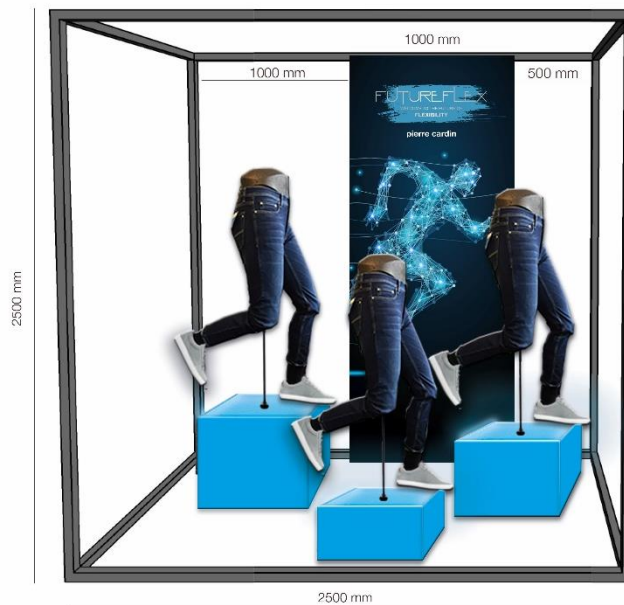
Ab Herbst/Winter 2017 wird Pierre Cardin die Pop-up-Fläche von Futureflex auch auf weitere Produktgruppen erweitert und das Warenträger-Modul mit Regalböden und einer Seitenabhängung für Liege- und Hängeware ergänzt.



*Die Futureflex-Fläche bei Hagemeyer in Minden.*



*Die Futureflex-Fläche bei Hirmer in München.*



*Visualisierung der Futureflex-Fläche.*

**Ihr Ansprechpartner bei Rückfragen:**

Rüdiger Oberschür

Online-Redakteur/PR Manager

Ahlers AG

Tel. +49 (0)5221/ 979-2713

E-Mail: [ruediger.oberschuer@ahlers-group.com](mailto:ruediger.oberschuer@ahlers-group.com)