

trendTOUR retail Köln 2026

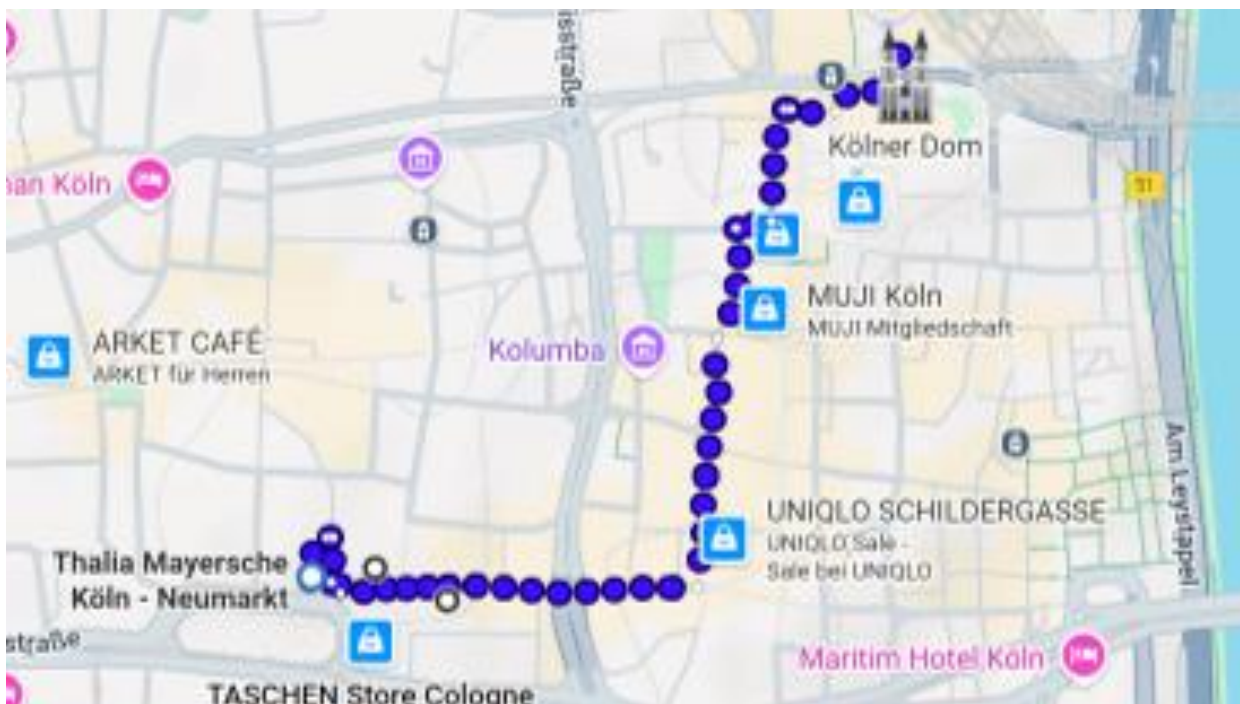
trendforum
retail 

Geht das überhaupt noch – Innenstädte, die inspirieren und zum Verweilen einladen? Das Trendforum Retail in Frankfurt zeigt mit den neuesten Handelstrends: Ja, es geht!

Inhalt

Vorwort.....	3
09:30 - 11:00 Thalía Neumarkt.....	4
11:10 – 12:30 Snipes Schildergasse	5
12:30 – 14:00 Anson´s Schildergasse	6
16:00 – 17:30 Umdasch Halle 12 Stand C19	7
18:00 – 22:30 Vusion & SAP Halle 6 Stand C19	8

Google Maps: <https://maps.app.goo.gl/zt3BknetLWuSFVJ16>



Verantwortlich für den Inhalt:

Daniel Schnödt | Pyrmonter Str. 10 | 32839 Steinheim | TeamScio | Trendforum-Retail
schnoedt@teamsco.de | M 0171 6314157 | www.trendforum-retail.de



Vorwort

Köln wird zum Labor der neuen Handelslogik. Zwischen Thalia, Snipes und Anson's zeigt sich, wie unterschiedlich Retail auf denselben Druck reagiert:

Datenhunger auf der einen Seite, Erlebnisdurst auf der anderen. Während Frequenzen schwanken und Kaufentscheidungen fragmentieren, entsteht ein neues Spannungsfeld, das den Handel zwingt, sich neu zu erfinden.

Für **Vusion** öffnen wir die Türen zu einer exklusiven Trendtour, die genau dort ansetzt, wo klassische Storechecks enden. Wir tauchen ein in reale Handelsbiotope, in denen Sortimente, Services und Storytelling auf datengetriebene Präzision treffen. Wie viel Algorithmus verträgt Atmosphäre? Wie viel Erlebnis braucht Effizienz? Und wie orchestrieren Marken ihre Flächen, wenn Kund:innen gleichzeitig Entertainment, Orientierung und Relevanz erwarten?

Köln liefert die Kontraste, die Antworten provozieren. Die Trendtour wird zur Bühne, auf der sich die Zukunft des Handels bereits andeutet: vernetzt, adaptiv, emotional – und radikal kundenzentriert.

Im Anschluss geht es weiter nach Düsseldorf: Umdasch, Grassfish und Vusion zeigen auf der EuroShop, wie Technologie, Architektur und Echtzeitdaten zu einem neuen Retail-Betriebssystem verschmelzen. Was wir in Köln beobachten, bekommt dort seine Systematik, seine Tools, seine Vision.

Die Trendtour ist der Auftakt. Die EuroShop das Menü. Und dazwischen liegt die Frage, die den Handel 2026 prägt: **Wie gelingt der Sprung vom Datenraum in den Erlebnisraum – ohne eines von beiden zu verlieren?**



09:30 - 11:00 Thalia | Neumarkt



Thalia Köln-Neumarkt ist mehr als eine Buchhandlung – es ist ein urbaner Kulturraum, der die Idee des modernen Erlebniseinkaufs neu definiert. Nach dem umfassenden Umbau 2024 präsentiert sich das Haus als lebendiger Treffpunkt für alle Generationen: ein Marktplatz des Lesens, der Stadt und der Inspiration.

Lokale Ikonen wie die Hohenzollernbrücke oder die Kölner Seilbahn verschmelzen mit Lounge-Zonen, Workshopflächen und einer spektakulären Kinderwelt zu einem einzigartigen Raumgefühl. Mit Café „Buch & Bohne“, Social Media Cube, Eventflächen und kuratierten Sortimenten wird die Buchhandlung zum Magneten für Booktoker, Familien, Viel-Leser und Entdecker. Ein Flagship, das zeigt, wie Aufenthaltsqualität, Atmosphäre und Omnichannel-Services den Handel in die Zukunft tragen – und warum Kölns neuer Thalia-Leuchtturm schon jetzt Maßstäbe setzt.

11:10 – 12:30 Snipes | Schildergasse



SNIPES auf der Schildergasse – Streetwear trifft Stadtwechsel: mit Community, Soundbooth und Style: SNIPES prägt auch in Köln den Wandel zur urbanen Erlebnismesse. Mit dem Flagship-Store setzt SNIPES ein starkes Zeichen für die Zukunft des Einzelhandels.

Auf über 1.000 m² und zwei Etagen verschmelzen Streetwear, Musik und Community zu einem urbanen Erlebnisraum. SNIPES zeigt, wie Retail heute funktioniert: nicht als Verkaufsfläche, sondern als Plattform für Kultur, Kreativität und Austausch. Der Store ist Teil eines größeren Wandels, der die Innenstadt neu definiert – als Ort, an dem sich Community, Marke und Stadtentwicklung begegnen. Köln wird jünger, lauter und lebendiger – SNIPES ist mittendrin.

Digitale Impacts: Automatisierte Preisanpassung (Dynamic Pricing); Echtzeit-Anzeige verfügbarer Größen; Transparenz der Ausstellungsfläche (Planogramm-Compliance); Beschleunigtes Auffinden von Ware (Stock Location);

12:30 – 14:00 Anson's | Schildergasse



Beim Modeunternehmen ANSON'S steht der Mann im Fokus. Seit der Gründung 1989 hat sich die ANSON'S Herrenhaus GmbH & Co. KG mit Hauptsitz in Düsseldorf, zu einem der größten Spezialisten für Herrenbekleidung in Deutschland entwickelt. In den derzeit 25 Verkaufshäusern vereint der Herrenausstatter internationale Designer-Labels, aktuelle Trendmarken und exklusive Brands unter einem Dach.

ANSON'S bietet den Kunden in seinen Verkaufshäusern einzigartige Einkaufserlebnisse. Auf Verkaufsflächen von bis zu 4.500 qm erwartet die Kunden eine persönliche Atmosphäre und besondere Warendarstellung. Präsentiert in einer modernen Architektur und umgeben von hochwertiger Einrichtung wird die Ware auf den Flächen wie in den Fenstern gekonnt und stilsicher in Szene gesetzt. Die hohe Beratungs- und ausgezeichnete Servicequalität machen jeden Besuch in einem der ANSON'S Verkaufshäuser zu einem Erlebnis. Beleg dafür sind Kundenbewertungen und eine überdurchschnittliche Konversionsrate.

Anson's ist ein idealer Case, wie Multibrand-Häuser in 1A Lagen ihre Relevanz behaupten. Mit PROHIBITED setzt Anson's bewußt auf einen Gegentrend zu den bekannten Streetwearmarken. Die Gründer Philip und Patrick stürzten sich 2021 an dieser überinszenierten Streetwear-Szene. Statt Hype und Fake-Flex wollten sie radikale Ehrlichkeit: perfekte Basics und klare Haltung. Aus einem TikTok-Experiment wurde eine Community, aus Frust wurde ein Label. So entstand **prohibitet** – als Gegenentwurf zu allem, was Streetwear vorgab zu sein. Ihre Community (über TikTok und Instagram kommen mehr als die Hälfte ihrer Kundenschaft) wurde zum Herzstück der Marke – nicht als Marketingfloskel, sondern als echter Wachstumstreiber.

16:00 – 17:30 Umdasch Halle 12 Stand C19



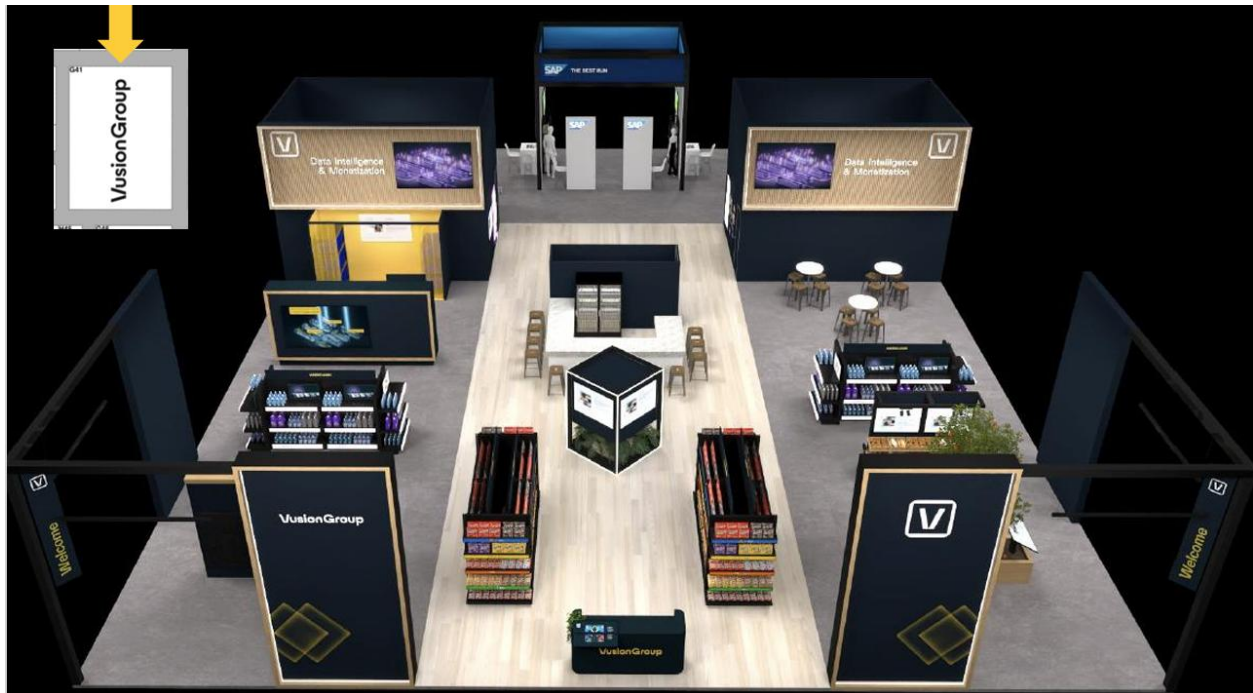
Umdasch Colours of Retail – TopSecret Storedesign & Retail Playground

Auf der EuroShop 2026 zeigt Umdasch, wie weit sich moderner Ladenbau von klassischen Möbeln entfernt hat: Der 630 m² große „Colours of Retail“-Stand ist ein offener, begehbare Festival-Kosmos, in dem Retail als Erlebnisarchitektur inszeniert wird. Zehn kuratierte Experience-Zonen bilden die dramaturgische Struktur dieses Raumes – jede davon ein eigener Mikrokosmos aus Design, Technologie, Materialität und Markeninszenierung. Die Besucher bewegen sich nicht durch einen Messestand, sondern durch eine farblich orchestrierte Retail-Landschaft, die zeigt, wie Erlebnis und Effizienz heute zusammenspielen.

Umdasch nutzt seine Ladenbau-Expertise, um Retail als physische Bühne neu zu definieren. Ergänzt wird dies durch die digitale Integration von Grassfish, die den physischen Raum mit intelligenten Touchpoints, Datenlogiken und vernetzten Services verbindet. So entsteht ein Retail-Ökosystem, das nicht nur inspiriert, sondern auch zeigt, wie moderne Markenführung im Raum funktioniert.

Für unsere Gruppe bietet der Rundgang die seltene Gelegenheit, die Zukunft des stationären Handels in einem einzigen, kuratierten Erlebnis zu durchschreiten: von nachhaltigen Refill-Konzepten über modulare Ladenbau-Systeme bis hin zu digitalen Customer Journeys. Ein Festival der Möglichkeiten – und ein Blick darauf, wie Retail 2026 gedacht, gebaut und erlebt wird.

18:00 – 22:30 Vusion & SAP Halle 6 Stand C19



Seit mehr als drei Jahrzehnten unterstützt Vusion Handelsunternehmen weltweit bei der Modernisierung im großen Maßstab – mit über 600 Millionen installierten IoT-Geräten in 60.000 Stores und Partnerschaften mit mehr als der Hälfte der Top 100 Retailer der Welt. Dieses einzigartige Fundament verschafft Vusion ein unvergleichliches Verständnis dafür, wie Stores arbeiten und welche Voraussetzungen sie benötigen, um zu den digitalen und omnichannel-fähigen Assets zu werden, auf die Händler heute angewiesen sind.

Vusion verbindet den Anspruch auf einen positiven, menschenzentrierten Handel mit intelligenter Technologie, die Stores befähigt, permanent wahrzunehmen, zu lernen und zu handeln. KI bildet dabei das Herzstück dieser neuen, adaptiven Store-Erfahrung.

Heute setzen Retailer Vusion nicht nur für die Preisautomatisierung ein, sondern auch, um leistungsstarkes, store-basiertes E-Commerce zu ermöglichen, die Regalgenauigkeit und Planogramm-Compliance durch digitale Regalsysteme der nächsten Generation, Computer Vision und KI zu verbessern, digitale Retail-Media im Store zu aktivieren und die gesamten Store-Operationen durch präzise, datengetriebene Prozesse zu optimieren. Diese Entwicklung markiert den Übergang von Connected Stores zu echten AI-native Stores™.