

ICON[•]

LUXURY SUMMIT

16. SEPTEMBER 2026
MÜNCHEN



ICON LUXURY SUMMIT 2026

Im September 2026 lädt ICON zum zweiten ICON Luxury Summit nach München ein. An die zweistündige Konferenz mit Panel Diskussionen wird sich erneut ein Dinner anschließen. Anlässlich der ICON Collector's Issue No. 6 erwartet Sie ein kuratiertes Konferenzprogramm mit starken Impulsen und prägenden Stimmen aus der internationalen Luxuswelt. Für das Gesamtkonzept der ICON-Konferenz und der Collector's Issue suchen wir für 2026 einen luxusaffinen Partner, mit dem ICON das Konzept ganzheitlich denken kann.

Wann & Wo?

16. September 2026,
München

Teilnehmerkreis

150 Teilnehmer aus der Luxus-, Mode- und Medien & PR-
branche

Partnerschaft / Benefits

- ✦ Branchenübergreifender Austausch
- ✦ Luxus wird hier intellektuell und emotional erlebbar gemacht
- ✦ Kompakt kuratierte Impulse, Talks und Panels
- ✦ Individuelle Markeninszenierung und Brand Integration



ICON LUXURY SUMMIT 2025: RECAP

Am 17. September 2025 fand im Münchner The Charles Hotel der erste ICON Luxury Summit statt. Unter dem Leitthema „**Was ist Luxus?**“ diskutierten Branchenführer, Kreative und Visionäre über die Zukunft des Exklusiven.

In spannenden Panels ging es um Künstliche Intelligenz, Nachhaltigkeit und die Rolle der Kreativität in einer sich wandelnden Luxuswelt. Geoffrey Perez, Head of Luxury bei Snap Inc., sprach über die Generation Z und ihre Werte. Thomas Mason von Richard Mille gewährte Einblicke in den Markt für zertifizierte Luxusuhren und ihr Handwerk.

Ein zentrales Fazit des Tages: **Luxus bleibt Handwerk, Idee und Haltung.** Technologie und KI eröffnen neue Möglichkeiten – doch wahre Begehrlichkeit entsteht weiterhin durch menschliche Kreativität und Authentizität.





NACHRICHTERSTATTUNG

50 STIL

HIGH 5 - STILTIPS DER WOCHE

BESSERES ALTERN

ELEGANTER STYLING

GIBEN DEN STICH

ITALIENISCHE TAGE

SCHÖNER WOHNEN

Exklusivität bestimmt sich heute nicht mehr am Preis, sagt Geoffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat. Start-ups investieren junge Menschen in Einkommens, Selbstentfaltung und ihr persönliches Wohlbefinden

Luxus ist kleiner, unmittelbarer, persönlicher geworden – und oft überraschend alltäglich

Die Welt am Sonntag | Nr. 36 | 21. September 2025

ICON LUXURY SUMMIT

Ein Interview mit Geoffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat, über die Zukunft des Luxus, die Rolle von Technologie und die Bedeutung von Authentizität in einer zunehmend digitalisierten Welt.

Was kann KI leisten? Bei der Panel-Diskussion mit Moderator Adriano Bacchi, Interior Designer, Reference Studios und Porsche-Chefdesigner Michael Mauer. Unter: Modeexperte Julian Daymou, Patrick Doisi (Axel Springer Media Italia), Lorenzo Achatz (Gucci), Carla Curio, Director of Luxury Axel Springer. Darunter: Mit freundlicher Unterstützung von Belvedere, Château Galoupet, Hapag-Lloyd Cruises, Snap Inc., Tautropfen

Über WERTE sprechen

Die Welt am Sonntag | Nr. 36 | 21. September 2025

Ein Interview mit Geoffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat, über die Zukunft des Luxus, die Rolle von Technologie und die Bedeutung von Authentizität in einer zunehmend digitalisierten Welt.

**Bericht am WELT AM SONNTAG
3 Tage nach dem Event
ET: 21.09.2025**

ICON

OKTOBER 2025

VIVE LA FORME!
Design am Rhein, Isabelle Huppert und ein Gartenzwerg, der Karriere macht

Das war der Gipfel

Was ist Luxus? Der ICON Summit lieferte Antworten. In einem herrschte Einigkeit: Ohne ideelle Werte ist er nicht zu haben

Das Programm für das Event in München, 'The Charles'-Hotel war ehrgeizig. Über Natur als größten Luxus diskutierten die Teilnehmer des ICON Luxury Summits genauso wie über Chancen und Grenzen der Künstlichen Intelligenz beim Geschäft mit dem Exklusiven oder die beste Cruise-Erfahrung. Einen Vortrag über die Generation Z hielt Geoffrey Perez, Head of Luxury des Digitalkonzerns Snap Inc., Thomas Mason, der Leiter des Certified Pre-Owned-Programms des Ulmenbauers Richard Mille, gab Ausblick über den Markt und sein Handwerk. Schnell stellte sich heraus, dass viele Dinge derzeit einen Wandel erleben, andere aber gleich bleiben. Immer ausgeprägter wird das Verlangen der Kunden, Luxus mit gutem Gewissen zu genießen, die ideellen Werte der Hersteller müssen stimmen. Die Rolle menschlicher Kreativität beim Erschaffen begehrter Objekte wird laut den Teilnehmern des Panels zur Klause beibehalten – und Wurzel von allem Exklusiven bleibt, sich durch Kreativität von anderen zu unterscheiden. Im 'The Charles'-Hotel waren die Gäste das Wertvollste – sie sorgten für einen regen Austausch bis tief in den Abend hinein.

Was kann KI leisten? Bei der Panel-Diskussion mit Moderator Adriano Bacchi, Interior Designer, Reference Studios und Porsche-Chefdesigner Michael Mauer. Unter: Modeexperte Julian Daymou, Patrick Doisi (Axel Springer Media Italia), Lorenzo Achatz (Gucci), Carla Curio, Director of Luxury Axel Springer. Darunter: Mit freundlicher Unterstützung von Belvedere, Château Galoupet, Hapag-Lloyd Cruises, Snap Inc., Tautropfen

WELT-Chefredakteur Jan Philipp Burgard mit Florian Steinmiller, General Manager 'The Charles', Rainer Plum, Inhaber von 'Tautropfen', Anna Schürle, Alexandra Würzbach, ehemalige ICON-Chefredakteurin

**Artikel in ICON VIII
im Oktober 2025**

SOCIAL MEDIA BUZZ



ICON[•] KONTAKT

JACQUELINE ZIOB

Media Impact GmbH & Co. KG
Head of Brand Management ICON

jacqueline.ziob@axelspringer.com

+49 151 44047877

ISABELLE KOTHE

Media Impact GmbH & Co. KG
Partnerships Managerin Live Experience

isabelle.kothe@axelspringer.com

+49 151 6558 7245

CARINA GIESDORF

Media Impact GmbH & Co. KG
Senior Marketing Manager Live Experience

carina.giesdorf@axelspringer.com

+49 151 65587642

