

icon.

LUXURY SUMMIT

16. SEPTEMBER 2026
MÜNCHEN

ICON
"We are
Germans"
by Caro Daur



PLEGER BENEDIKT TASCHEN, ADIDAS CEO BJÖRN GULDEN, SCHUHDISENLER
TZER, EINER KÖNIGLICHEN SEGELREGATTA MIT DEM OLYMP-TEAM UND
STUCH BEI JEREMY SCOTT IM FRIEDRICHSTADT-PALAST

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.





NACHBERICHTERSTATTUNG

50 STIL | WELT AM SONNTAG | NR. 3612 | 20. SEPTEMBER 2025

HIGH 5 - STILTIPPS DER WOCHE

BESSERES ALTERTUM

ELIGANTER STILBOUCH

GESUNDEN STICH

ITALIENISCHE STAGE

SCHÖNERE WOHNEN

Über WERTE sprechen

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

ICON LUXURY SUMMIT

Exklusivität bemisst sich heute nicht mehr am Preis, sagt CEO Jeffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat. Startupsoszen investieren junge Menschen in Erdbeerkiss, Selbstentfaltung und ihr persönliches Wohlbefinden

Die Handlung unterscheidet sich nicht von früher, doch Luxus und die dazu gehörende Ästhetik sind anders. Die neue Ästhetik ist nicht mehr nur ein Statussymbol, sondern ein Ausdruck der Selbstentfaltung und des persönlichen Wohlbefindens. Exklusivität bemisst sich heute nicht mehr am Preis, sagt CEO Jeffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat. Startupsoszen investieren junge Menschen in Erdbeerkiss, Selbstentfaltung und ihr persönliches Wohlbefinden

Die Handlung unterscheidet sich nicht von früher, doch Luxus und die dazu gehörende Ästhetik sind anders. Die neue Ästhetik ist nicht mehr nur ein Statussymbol, sondern ein Ausdruck der Selbstentfaltung und des persönlichen Wohlbefindens. Exklusivität bemisst sich heute nicht mehr am Preis, sagt CEO Jeffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat. Startupsoszen investieren junge Menschen in Erdbeerkiss, Selbstentfaltung und ihr persönliches Wohlbefinden

Die Handlung unterscheidet sich nicht von früher, doch Luxus und die dazu gehörende Ästhetik sind anders. Die neue Ästhetik ist nicht mehr nur ein Statussymbol, sondern ein Ausdruck der Selbstentfaltung und des persönlichen Wohlbefindens. Exklusivität bemisst sich heute nicht mehr am Preis, sagt CEO Jeffrey Perez, Head of Luxury bei Snapchat. Startupsoszen investieren junge Menschen in Erdbeerkiss, Selbstentfaltung und ihr persönliches Wohlbefinden

ICON

OCTOBER 2025

VIVE LA FORME!

Design am Rhein, Isabelle Huppert und ein Gartenzweig, 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 im Münchner „The Charles“-Hotel war ohrenschmerzhaft. 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 US-Unternehmers Richard Mills, gab Auskunft über 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 begehrtenwerter Objekte wird laut den Teilnehmern des Panels zur KI-Laune beinahe zwingend – 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.

ROBERT FÖLSCHNER, GISELA SCHNEIDERSTETTER, MARCELO

WELT-Chefredakteur Jan Philipp Burgard mit Florian Steinmeier, General Manager „The Charles“, Rainer Plum, Inhaber von „Tautropfen“, Anna Schürrie, Alexandra Würzbach, ehemalige ICON-Chefredakteurin

v.l.: Geoffrey Perez, Head of Luxury des Digitalkonzerns Snap; Sara Krüger, jetzt Head of Content ICON; Schauspieler Wayne Carpendale und CEO TUI-Cruises Wybicki Meier; Thomas Mason, Chef CPO bei Richard Mills und Philip Cassier, Head of Watches ICON

Artikel in ICON VIII im Oktober 2025

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

SOCIAL MEDIA BUZZ



NACHBERICHTERSTATTUNG

ICON TV

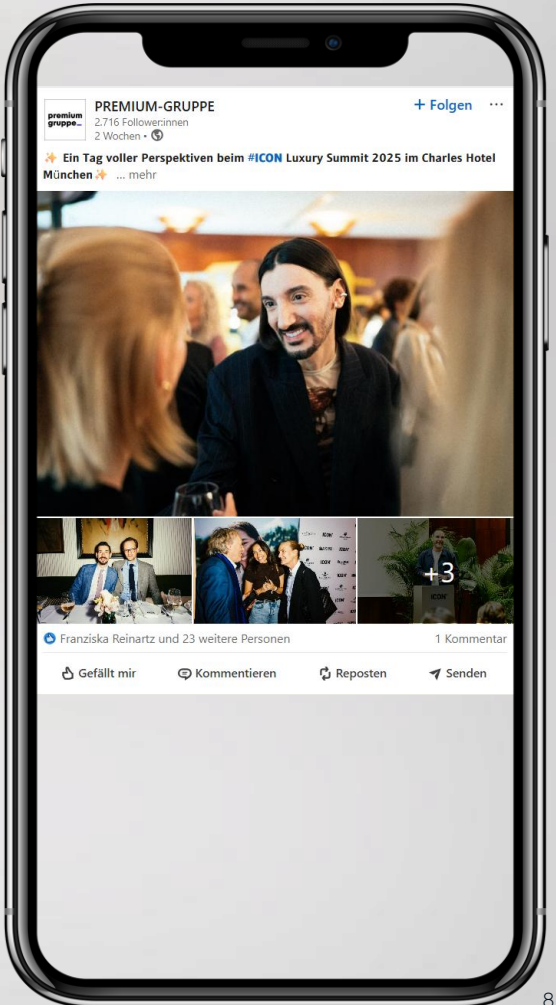
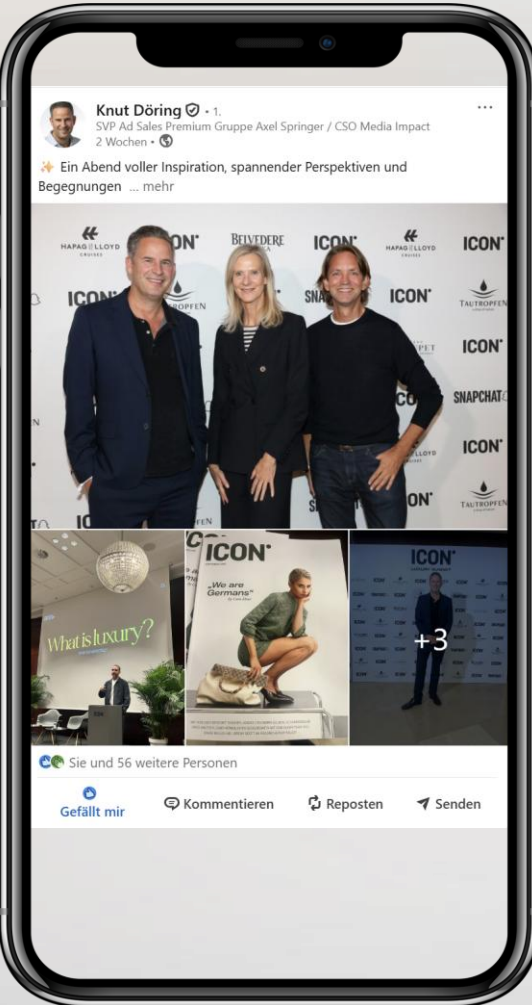
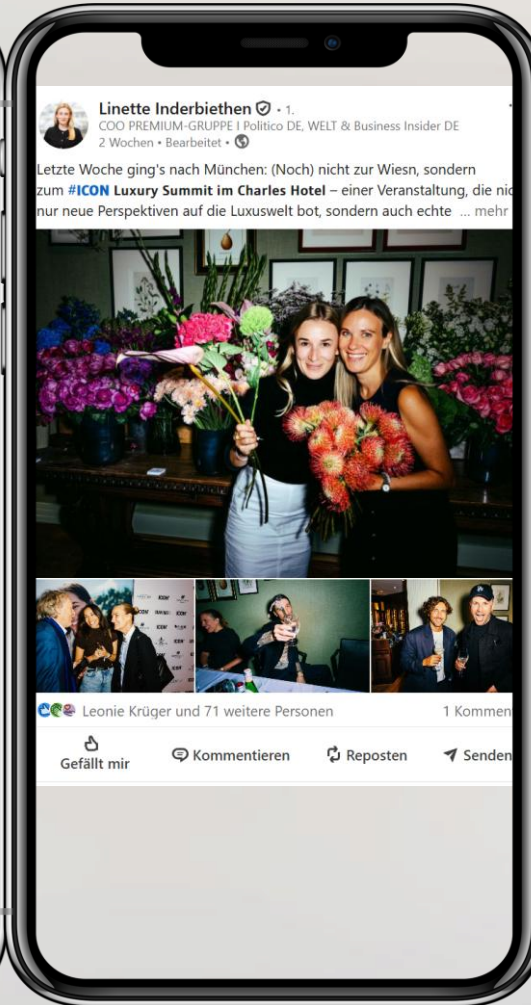
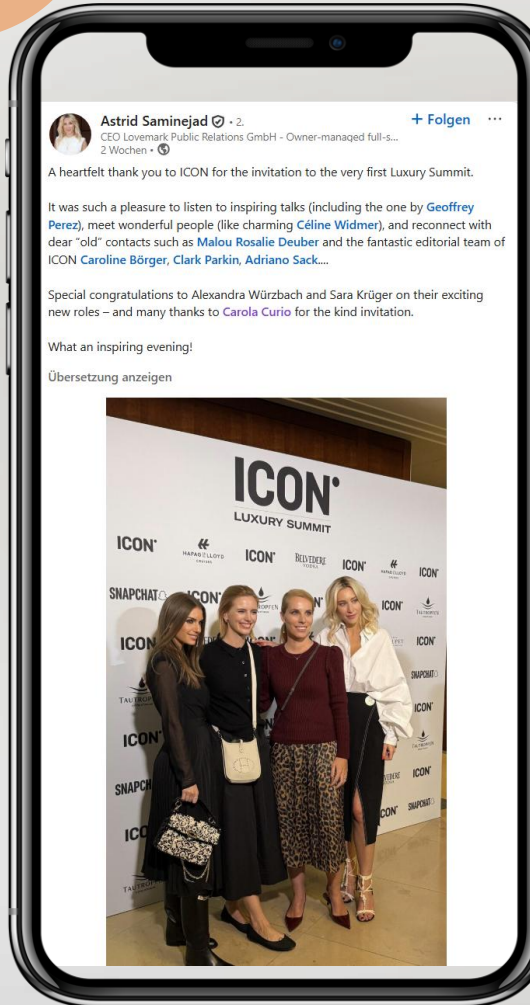
ICON Luxury Summit in ICON TV Bericht am 26.09.2025 und 4 Wiederholungen am Wochenende

Sehen Sie die neue Folge von ICON TV mit Lale-Marie Walter.



SOCIAL MEDIA BUZZ

Linked In



PARTNER ICON LUXURY SUMMIT

Brand



PARTNERINTEGRATION ICON LUXURY SUMMIT

Snap
chat



Impulsvortrag von **Geoffrey Perez**, Head of Luxury bei **Snap Inc.**, sprach über die Generation Z und ihre Werte.

PARTNERINTEGRATION LUXURY SUMMIT

Hapag
Lloyd



Moderierter Paneltalk mit
Wybcke Meier, CEO Tui Cruises



PARTNERINTEGRATION LUXURY SUMMIT

Belvedere

Chateau Galoupe



ICON Collector's Issue & Luxury Summit

Die Collector's Issue ist eine besondere Ausgabe, die sich abseits des aktuellen Stilgeschehens einem relevanten, übergeordneten Thema widmet und dies mit einem Portfolio international prominenter Persönlichkeiten dokumentiert.

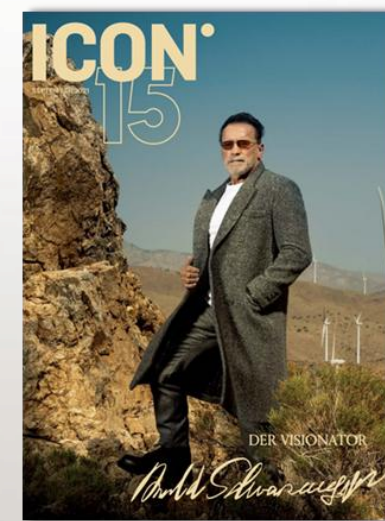
ET: ICON VII ET: 19./20.09.2026*

Crossmedial in print, digital, social & event umgesetzt

Zusätzliche veredelte Magazinvariante, die an hochselektive Zielgruppen distribuiert wird.

- 2021 – Ikonen & Visionen mit Arnold Schwarzenegger
- 2022 – Gamechanger mit Khaby Lame & Sharon Stone
- 2023 – All eyes on women mit Monica Bellucci
- 2024 – Generationen mit Ralph Lauren
- 2025 – Global Minds mit Caro Daur
- 2026 – tba

*vorläufige Planung, 2026 vorbehaltlich Änderungen



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

