

Pressemitteilung

Sperrfrist: 19. März 2026, bis 10:00 Uhr MEZ

Hamburg, den 19. März 2026

So „Lieben wir“ den Sommer: LASCANA präsentiert mit Amira Aly die neue Swimwear- und Lingerie-Kollektion 2026

LASCANA präsentiert seine Frühjahr/Sommer-Kampagne 2026 mit Amira Aly – dafür zeigt sich die bekannte Moderatorin auch erstmals in einer internationalen Swimwear-Inszenierung.

Hamburg/Teneriffa – LASCANA führt die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Amira Aly fort. Unter dem Claim „Lieben wir“ stellt die neue Frühjahr/Sommer-Kampagne 2026 die weibliche Selbstbestimmtheit und Lebensfreude in den Mittelpunkt und verbindet sie mit der Präsentation der neuen Sommer-Kollektionshighlights des Hamburger Modeunternehmens. Erstmals wird Amira Aly dabei auch in Swimwear für die internationale Vermarktung in Szene gesetzt – ein strategisch wichtiger Schritt für die Sommermarke LASCANA und die relevanten Märkte in DACH, Europa und den USA.

Eine Bildwelt voller Sommersehnsucht

Die neue Kampagnen-Inszenierung setzt auf eine moderne 360-Grad-Content-Erzählung, die auf Teneriffa – unter anderem im Umfeld des Iberostar Selection Anthelia – entstand und jene spontane Sommermomente einfängt, die Freiheit, Leichtigkeit und warme Urlaubsstimmung transportieren. Dazu zählen eine unbeschwerte Me-Time am Pool, barfuß laufen über warmen Sand oder das Eintauchen ins Meer im goldenen Spätnachmittagslicht. Ergänzt wird diese Atmosphäre durch ein Lingerie-Setting, das intime wie lebendige Sequenzen einfängt. So wird die sinnliche, wandelbare Seite des prominenten Gesichts in vielseitigen Content-Formaten – von Social Clips über Editorial Assets bis hin zu Video-Content – modisch erlebbar.



Amira Aly in eleganter Swimwear für die neue LASCANA Frühjahr/Sommer-Kampagne 2026 ©LASCANA

“Ich liebe Looks, die sich leicht anfühlen und sofort gute Laune machen.” – Amira Aly

„Es freut mich wahnsinnig, erneut Teil der LASCANA Kampagne für Frühjahr/Sommer 2026 zu sein. LASCANA steht für mich für Mode, in der man sich stark, frei und gleichzeitig ganz nah bei sich selbst fühlt. Gerade im Sommer liebe ich Looks, die man spontan kombinieren kann – vom Strand bis zum Dinner – und die einfach gute Laune machen. Genau dieses Gefühl fängt unsere Zusammenarbeit für mich ein“, sagt Amira Aly.



Sarah Rissen, Head of Multi-Channel-Marketing bei LASCANA, ergänzt: „Nach unserer sehr erfolgreichen Herbst/Winter-Inszenierung mit Amira Aly war für uns schnell klar, dass wir diese Zusammenarbeit fortführen möchten. Wir freuen uns daher sehr, dass Amira weiter an unserer Seite ist und wir sicherlich eine sehr facettenreiche Frühjahr/Sommer-Saison gemeinsam erleben werden. Mit ihrer starken und zugleich herzlichen Art transportiert sie genau das Gefühl, für das LASCANA steht: Freiheit, Spaß und ein positives Lebensgefühl für einen perfekten Sommer.“

Mode-Highlights der Saison: Swimwear, Lingerie und Beachwear



Die LASCANA Swimwear steht im Mittelpunkt der Frühjahr/Sommer-Kampagne. Die Kollektion präsentiert sich modern, feminin und ausdrucksstark. Highlights sind unter anderem eine „Swimwear Capsule“ mit Bikinis und Swimsuits in Graublau und Pink mit verspielten Rüschedetails oder ein eleganter, schwarz-weißer Swimsuit mit einem passenden Bikini-Set. Ein raffiniertes Neckholder-Bügel-Bandeau-Top in Aubergine mit getwisteter

Optik setzt modische Akzente. Für feminine Leichtigkeit sorgt ein Triangel-Top in cremigem Ton mit feinen Schmuckdetails. Sportlich-glamourös zeigt sich ein grafisch gemusterter Bügel-Bikini in Anthrazit und Weiß mit goldfarbener Schnalle. Ergänzt wird das Sortiment durch zwei florale Bikini-Serien auf beigefarbenem oder grünem Untergrund, die mediterrane Sommerstimmung versprühen. Abgerundet werden die Looks durch lässige Beachwear- und Fashion-Styles wie ein Strandkleid mit Lochstickerei oder ein leichtes Leinen-Set in hellem Beige.

Auch in der Lingerie präsentiert LASCANA zusammen mit Amira Aly neue Designs, Farben und Muster, die das aufregende Gefühl eines neuen Sommers modisch interpretieren: einen romantischen, ungepolsterten Bügel-BH aus Spitze in



Blau mit rosa Stickereiblüten und feinen Schleifen oder einen Push-up-BH mit passendem Slip in kräftigem Pink für einen verführerischen Look. Casual-feminin zeigt sich ein mit glatten Cups in hellem Türkis – ideal für unkomplizierte, warme Sommertage.

Multichannel-Kampagne mit digitalem Fokus

Die neue Saison-Inszenierung von LASCANA mit Start am 19. März 2026 wird online auf lascana.de, über Social Media (@lascanaofficial) und bei Partnern wie Zalando und ABOUT YOU zu sehen sein. Auch in den LASCANA Stores und auf ausgewählten Shop-in-Shop-Flächen wird sie präsentiert.

Der begleitende Kampagnenfilm ist ab sofort auch auf YouTube verfügbar: youtube.com/@lascana.

Weitere Informationen gibt es unter www.lascana.de/new-season und unter www.lascana.de/presse

Hochauflösendes Bildmaterial (©LASCANA) der „Lieben wir“-Kampagne Frühjahr/Sommer 2026 von LASCANA mit Amira Aly steht zur redaktionellen Verwendung zum [Download](#) bereit.

Zur redaktionellen Verwendung können ebenfalls die [Freisteller zu den Fashion Styles der neuen Frühjahr/Sommer-Kampagne](#) sowie [weitere Freisteller und Modelbilder zur neuen Frühjahr/Sommer-Kollektion](#) von LASCANA heruntergeladen werden.

Über LASCANA

LASCANA (www.lascana.de) wurde 2002 als Lingerie-Marke gegründet und 2006 zu einem eigenen Tochterunternehmen der Hamburger Otto Group. Das Multi-Brand-Konzept „LASCANA – It’s a woman’s world“ präsentiert sich auf dem Markt mit über 20 eigenen Stores, 10 internationalen Onlineshops, 1.200 Verkaufspunkten im Handel (Shop-in-Shop- und Wholesale-Flächen) sowie im Plattform- und Marktplatzgeschäft. In verschiedenen Sortimentsgruppen wie Lingerie, Bademode, Nachtwäsche, Fashion, Active, Schuhe und Accessoires zeichnet sich LASCANA durch feminine Styles sowie erstklassige Passform und Qualität zu attraktiven Preisen aus. Zudem bietet die Marke eine ganzjährig hohe Warenverfügbarkeit. Subbrands wie LSCN by LASCANA und Vivance sowie namhafte Lizenzmarken wie u.a. s.Oliver, Copenhagen Studios, Buffalo, Jette, Sunseeker, Elbsand und Venice Beach setzen neben der Eigenmarke LASCANA exklusive Akzente und komplettieren das Angebot.

Bereits mehrfach wurden das vielfältige LASCANA Angebot, die hochwertige Produktqualität und der Kund*innenservice ausgezeichnet. Zum Beispiel im Jahr 2025 von Focus Money und Deutschland Test als „Exzellenter Online-Shop“, von der WirtschaftsWoche als „Kunden-Favorit“ und vom F.A.Z. Institut für „Deutschlands begehrteste Wäsche und Dessous“.

Pressekontakt:

Sarah Porrmann (Senior PR Managerin LASCANA)

Telefon: +49 40 6461 7901

E-Mail: sarah.porrmann@lascana.de

Web: www.lascana.de

Lascana - A brand of Otto GmbH & Co. KGaA
Werner-Otto-Straße 1-7
22179 Hamburg