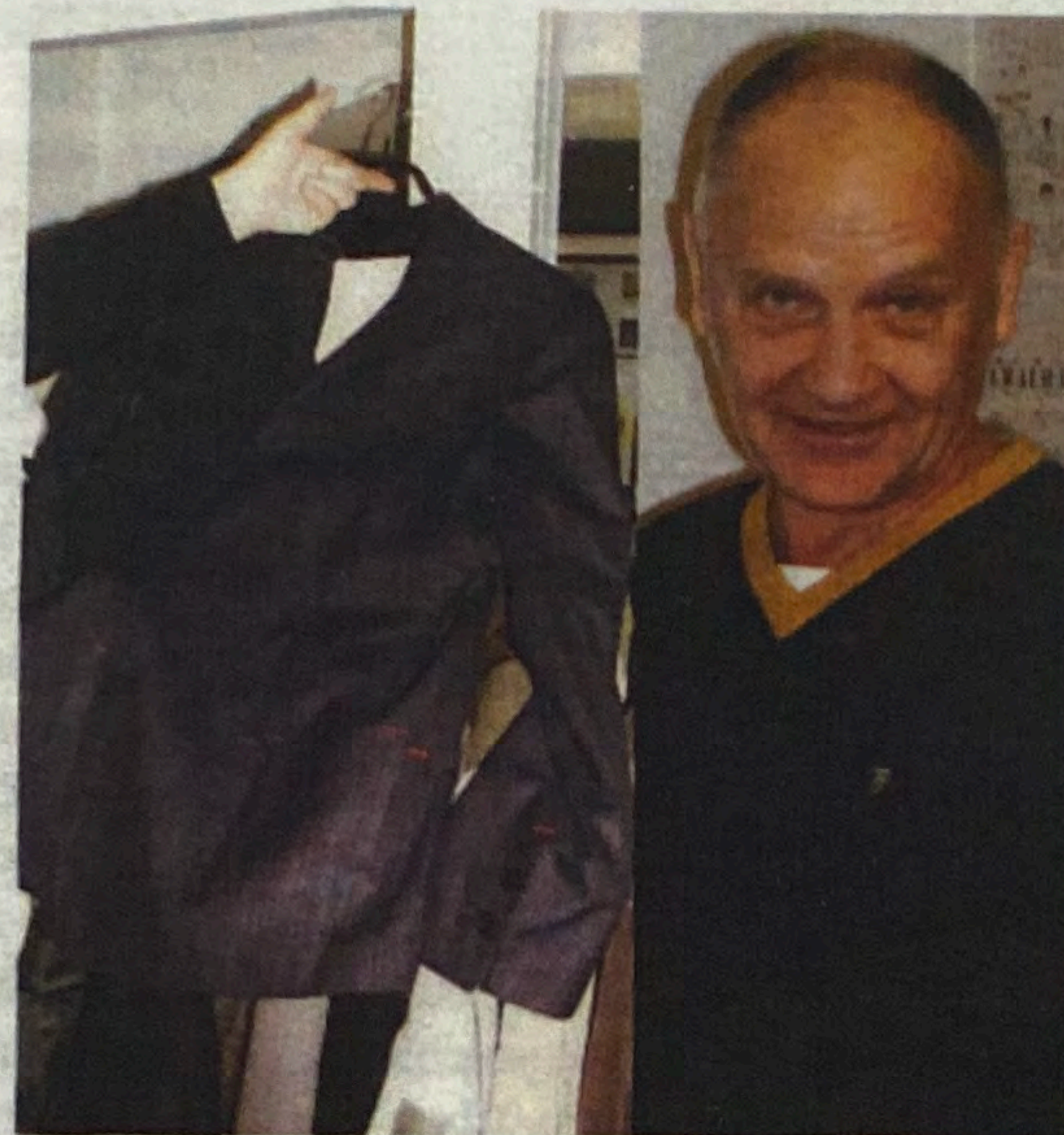


Herrlicher Start

Erwin Licher arbeitet an der 2. Kollektion seines eigenen Labels Herrlicher – Schon 200 Kunden

Im Januar kommt die erste Herrlicher-Kollektion in die Läden. Überraschend war Erwin Licher, der langjährige Design-Chef von Freeman T. Porter, im Sommer abgesprungen und hatte kurzerhand sein eigenes Label gegründet. Mit dem Start des neuen Streetwear-Labels ist er zufrieden: „Das Team ist komplett, die Kollektion – trotz Zeitdruck – gut angekommen. Mit Herrlicher und der zweiten Linie Tuney haben wir schon 200 Kunden. Der Name hat gezogen. Ich war gerührt, wie viele mich in der Branche kennen.“

Der Trend zu deutschen Begriffen und deutschen Bands wie Juli oder Klee hilft natürlich. „Damit spielen wir auch. Unsere Jeans heißen Herrlicher Blaustoff, Non Denims Tragestoff. Die Produkte sind mit entsprechenden Etiketten in Spielkarten-Form ausgezeichnet“, erzählt Licher. Auch bei den Drucken für Herbst/



Winter 2005 tauchen typisch deutsche Begriffe wie „Herrlicher Wandern“, „Herrlicher Wildpark“ oder „Herrlicher Hart Rock“ auf.

Das zieht offenbar nicht nur deutsche Kunden an. Auch die Franzosen seien heiß auf Herrlicher. Das Label „Fraulicher“ hat sich der Designer deswegen schon mal schützen lassen.

Erwin Licher glaubt an ein Dressing Up der Jugend.

Für Herbst/Winter 2005 will Erwin Licher die zwei Linien Tuney und Herrlicher noch klarer voneinander abgrenzen. Tuney ist jünger und soll die Zielgruppe zwischen 15 und 25 Jahren ansprechen. Herrlicher ist ein bisschen erwachsener, für eine Zielgruppe zwischen 20 und 35. Die Preise liegen bei beiden Linien bei 35 bis 41 Euro im EK für Jeans und 9,90 bis 12 Euro für Shirts. 60% des Umsatzes macht Licher mit Jeans. „Aber die Kunden sehen uns als Fashion-Marke und nicht nur als Denim-Label“, sagt er.

Als Trendsetter sieht sich Erwin Licher nicht. Zum einen weil er mit seiner neuen Kollektion wieder ganz am Anfang steht. „Es ist keine Zeit für Experimente. Ich setze auf Kontinuität und arbeite sehr abverkaufsorientiert“, sagt er. Zum anderen gebe es auch für Herbst/Winter 2005 keine wirklich starken Trends: „Ich

war in New York. Das einzige, was mir aufgefallen ist, waren Ponchos und Baby Doll-Tops“, erzählt Licher.

Eine Tendenz sieht er aber dennoch: das Dressing Up der Jugend und den Einfluss des roten Teppichs. Vor allem in der Herrlicher-Kollektion setzt er für Herbst/Winter 2005 auf Blazer und Sakkos. Nicht mit plakativen Patches. Vielmehr mit dezenten Details wie Knöpfen, Steppereien und farbigem Innenfutter. Auch Hemden aus edlen Stoffen, Polos, Wollmäntel und Dufflecoats in Salz-und-Pfeffer-Optik sind für ihn ein Thema. Die Farben sind dezent, von der kompletten Grau-Palette bis hin zu schlammigen, warmen Brauntönen. Die Jeans bleiben used. Nicht mehr ganz destroyed mit Löchern, sondern mit dezent abgeriebenen Kanten. Die Tops für die Mädels sind sexy und tief ausgeschnitten. Herrlich glamourös eben. SR ■



kommt eine ...
mat des Labels
seldorfer Uni
und 60 Euro,

Cityagenten
uncooles The
agenten wird
tiven haben e
Männer entw
baumelnd noc
haben ungefa
dass I-Pod, N
Platz haben. E
Osnabrück pr
in den Farben
Modell kosten
sind Hamburg
machen die C