

## Wie Herrlicher sich zur Marc O'Polo-Alternative mausert

Von Gudrun Allstädt

Donnerstag, 25. April 2019



Der Herrlicher Store in Dortmund

**Herrlicher (suche/schlagworte/herrlicher) startete 2004 als Denimlabel - heute ist das Unternehmen längst ein kompletter Womenswear-Anbieter mit modischem und qualitativen Anspruch. Die TW zieht den Weg nach, wie sich der DOB-Anbieter in den vergangenen Jahren immer mehr als Alternative zu Marc O'Polo, Tommy Hilfiger und Co. positioniert hat.**

Design ist hier Chefsache. So, wie das Label verborgen in sich den Namen seines Gründers trägt, so steckt auch in jedem Teil der Kollektion ganz viel von ihm: Erwin O. Licher. Mit blauem Stoff beginnend, als Designer von Pash Jeans, und tief verwurzelt in der Workwear-Szene, hat er 2004 seine eigene Kollektion ins Leben gerufen: Herrlicher startete als Denimlabel, ist aber längst ein kompletter Womenswear-Anbieter mit modischem wie qualitativem Anspruch.

Speziell in den vergangenen zwei Jahren nutzt der Handel zunehmend die Oberteile und Mäntel des ehemaligen Hosenspezialisten und der Name fällt immer häufiger als

kommerziell vielversprechende Alternative im Umfeld von Marc O'Polo

(<https://www.textilwirtschaft.de/suche/?>

[OK=suchen&OK=suchen&i\\_sortfl=pubdate&i\\_sortd=desc&i\\_q=marc+o%27polo](#)), Tommy Hilfiger (</suche/schlagworte/tommy%20hilfiger>), Drykorn (</suche/schlagworte/drykorn>) und Mos Mosh (</suche/schlagworte/mos%20mosh>).

Im Unterschied zu manch anderer Kollektion hierzulande hat Herrlicher eine internationale Modeaussage. Sie orientiert sich weniger am hiesigen Umfeld mit seinen typischen Positionierungen, sondern wenn, dann eher an dem Spirit und Modegefühl Kaliforniens, so der Macher. Er sagt von sich: „Mein Herz ist Mode – und es freut mich immer, wenn ich jemanden auf der Straße sehe, der ein Teil von uns trägt.“ Rund 450 Kunden sorgen dafür, dass das immer häufiger geschieht. Noch sind es zu 90% Frauen, doch mittelfristig soll der HAKA-Anteil auf 25% steigen. Die Präsenz im Januar auf der Messe Panorama – mit permanent frequentierter Bar – hat der Menswear größere Sichtbarkeit verschafft. Auch auf der CIFF in Kopenhagen war das Label erstmals im Januar vertreten. Mit einer neuen Agentur, Maibritt Flycht, will man in Dänemark expandieren.

**Herrlicher präsentiert Menswear im Social Web**



**blaustoff\_herrlicher**  
19.6 mil seguidores

Ver perfil



Ver más en Instagram

115 Me gusta

**blaustoff\_herrlicher**

Der Mann von heute trägt: Helle Hosen, coole Westen und schlichte gut geschnittene Basics. ✨

Weste Tyrone, Longsleeve Ron, Jeans Trade - Mehr in unserem Onlineshop  
#wirsindherrlicher #herrlicher

.  
.

#modernstreetstyle #männerkollektion #classicstyle #styleforguys  
#springsummer19 #menaboutfashion #fashionmen #menswear

Añade un comentario...

Aber auch hierzulande präsentiert sich das Label in neuem Ambiente: Der Showroom in Sindelfingen, komplett neu gestaltet, wird jetzt geführt von der Agentur Ralf Gohr. Außerdem ist man von der Heine Fabrik in Offenbach umgezogen in die Häuser der Mode Eschborn. Hier sind die abwechslungsreichen Programme zu sehen, die überwiegend in Portugal, Griechenland und Bulgarien produziert werden. Das Portfolio reicht – zum Herbst beispielsweise – vom trendigen Teddymantel über Norwegerpullis bis zu modischen Karoblazern mit Print.

Preislich siedelt sich Herrlicher zwischen Mainstream und Premium an: Hosen liegen im VK selten über 139 Euro, das Gros zwischen 89 und 119. Ein leichter Trenchcoat kostet 139 Euro, ein Wintermantel 219 Euro. Ab der Winterkollektion sind alle Oberteile und Non-Denims mit einer Kalkulation von 2.7 erhältlich.

Aus der Kollektion heraus lassen sich unterschiedlichste Outfits bilden, weil sie stilistisch sehr abwechslungsreich ist. Das Produkt steht im Fokus: Nicht ohne Grund befassen sich von den rund 50 Mitarbeitern alleine zehn mit dem Design und der Entwicklung der Artikel. Flächenbewirtschaftung war sowieso nie Erwin O. Lichers Kernansatz: „Wir haben die Warenbeschaffung so organisiert, dass wir auch kleine Stückzahlen, ob 50 oder 150, realisieren können“, so Licher.

MEHR ZUM THEMA

---

UNTERNEHMEN

## **Licher startet mit eigenen Labels**

Erwin Licher startet zum Frühjahr/Sommer 2005 mit zwei eigenen Streetwear-Kollektionen, „Herrlicher“ und „Tuney Clothing“. »

</business/news/Licher-startet-mit-eigenen-Labels-25731>

Er mag es überschau- und nahbar. Doch immer mehr große Häuser werden jetzt aufmerksam auf das Label, das mittlerweile mit der [Unitex \(/suche/schlagworte/unitex\)](/suche/schlagworte/unitex) zusammenarbeitet. Insofern gewinnen viele Dinge rund um die Kollektion an Bedeutung. Von POS-Aktivitäten über Verkäuferschulungen bis zur verlängerten Ladentheke, die in Planung ist. Damit die Chefsache noch reibungsloser an die Konsumenten kommt.