



So sieht ein Look der Tamaris-Textil-Kollektion aus

**Tamaris will mehr bieten als Schuhe und Taschen – und zur "ganzheitlichen Lifestyle-Marke" werden. Auf diesem Weg geht die Hauptmarke der Wortmann-Gruppe zur Frühjahr-/Sommersaison 2020 den nächsten Schritt und bringt eine Textil-Kollektion mit mehr als 100 Teilen auf den Markt. Experimentiert wurde damit bereits 2015.**

Bislang umfasst die Produktpalette von Tamaris Schuhe, Taschen, Schmuck, Reisegepäck und Brillen. Nun kommt Bekleidung hinzu. Die Textil-Lizenz hat Tamaris an die Otto Group vergeben, die die Frühjahrs-Sommer-Kollektion entworfen hat.

Mit der Kollektion will Tamaris "hochwertige Verarbeitung, hohe Qualität und eine perfekte Passform" anbieten. Dabei soll es sich um einen Mix aus "Trendstyles", Basics und kommerziellen Evergreens handeln. Zur Kollektion gehören Kleider, Shirts und Blusen sowie Denim und leichter Sommerstrick. Zudem kommt eine Jackenkapsel mit drei Outdoorjacken und einem Mantel. Die Looks: "modisch über trendgerichtet bis feminin", zum Einsatz kommen dem Unternehmen zufolge zum Beispiel Floral- und Ethnoprints und Streifen. Alle Kleidungsstücke sind zudem gebrandet: Laut Tamaris wird an allen Produkten das Tamaris-T im Kreis angebracht.



Die Tamaris-Shirts kosten 24,95 Euro

Tamaris will mit der Textil-Kollektion eine neue, modeaffine Zielgruppe erschließen. "Wir wollen die Zugkraft der Marke nutzen, um sie auf weitere Produktbereiche aus dem Modesektor zu übertragen. Unser Ziel ist, das Lizenzportfolio stetig weiter auszubauen. Mit den Ergebnissen der letzten Monate sind wir einen großen Schritt vorangekommen, so Jens Beining, CEO der Wortmann-Gruppe.



Kleider sind essenzieller Bestandteil der Tamaris Textil-Kollektion.

Ab dem 25. Februar 2020 ist die Tamaris Textil-Kollektion ausschließlich online auf Tamaris.de und Otto.de erhältlich. Die VK-Preise liegen nach Unternehmensangaben zwischen 24,95 Euro für Shirts und 69,95 Euro für Kleider. Die Jacken kosten bis zu 199,95 Euro.

2015 hat Tamaris das Experiment erstmals gewagt – ebenfalls mit Otto. Der Erfolg des Lizenzgeschäfts habe das Unternehmen dazu ermutigt, erneut Textilien gemeinsam mit den Hamburgern auf den Markt zu bringen, "da die Ergebnisse des stattgefundenen Testlaufs für sich sprachen", gibt eine Tamaris-Sprecherin gegenüber der TextilWirtschaft zu Protokoll.

Textilwirtschaft\_15.1.2020