

Besitz statt Abo. Warum der Kleiderschrank zu einem der wenigen Rückzugsorte echten Eigentums wird

29.07.2026, 14:17 | Mode, Trends, Lifestyle

Pressemitteilung von: *Herrenausstatter.de*



Herrenausstatter.de über Langlebigkeit als unterschätztes Verkaufsargument im Premium-Segment

Filme, die aus der digitalen Bibliothek verschwinden. Software im Monatsabonnement. Fahrzeugfunktionen, die gegen Gebühr freigeschaltet werden. Immer mehr Konsumgüter werden nicht mehr gekauft, sondern zeitweise zugänglich gemacht. Herrenausstatter.de, seit 1997 Deutschlands erster Online-Shop für Premium-Herrenmode, beobachtet vor diesem Hintergrund eine Verschiebung im Kaufverhalten seiner Kunden.

„Wir besitzen heute weniger, als wir glauben“, sagt Renata DePauli, Gründerin und CEO der DePauli AG. „Der Kleiderschrank ist einer der letzten Orte, an denen ein gekauftes Ding wirklich einem gehört – vollständig, dauerhaft, ohne Bedingungen. Das wird vielen Menschen gerade sehr bewusst.“

Der Klassiker als Gegenentwurf zur Wegwerfmode

Im Zentrum steht dabei eine Produktkategorie, über die selten gesprochen wird: der Klassiker. Das weiße Hemd, das marineblaue Polo, die Chino in Sand. Stücke, die nie an der Spitze der Mode stehen und nie weit von ihr entfernt sind.

„Unsere Kunden kaufen dasselbe weiße Hemd zum dritten Mal“, so DePauli. „Das ist keine Fantasielosigkeit, sondern eine Entscheidung, die sich bewährt hat. Es ist eine der vernünftigsten Formen des Konsums, die es gibt.“

Qualität lässt sich prüfen – auch online

Herrenausstatter setzt darauf, Qualitätsmerkmale konkret zu benennen, statt sie zu behaupten: zweifach gezwirntes Garn

beim Hemd, das Stoffgewicht bei der Hose, die rahmengenähte Konstruktion beim Schuh, die den Schuh nach Jahren neu besohlbar macht.

„Der Kaufpreis ist die falsche Zahl. Die richtige ist der Preis pro Trage-Tag“, erklärt DePauli. Ein Hemd für 120 Euro, das acht Jahre hält, koste pro Tragung rund 60 Cent – ein Hemd für 30 Euro, das eine Saison übersteht, das Doppelte.

Sortiment mit Langzeitperspektive

Der Münchner Anbieter führt 180 Premium-Marken und ist im DACH-Raum unter anderem exklusiver Online-Händler für BOGGI Milano. Das Sortiment ist bewusst auf langlebige Basics und klassische Schnitte ausgerichtet.

DePauli AG

Gutenbergstraße 3a
85748 Garching bei München
Deutschland

PetraBaecker

089552786275

p.baecker@depauli.com

Portrait

Herrenausstatter.de
Deutschlands ältester Online-Shop für Premium-Herrenmode

Herrenausstatter.de wurde im Oktober 1997 als erster deutscher Online-Shop für hochwertige Herrenmode gegründet und wird bis heute von seiner Gründerin Renata DePauli persönlich geführt. Als Tochterunternehmen der DePauli AG (gegründet 1999 in München) hat sich Herrenausstatter.de in über 25 Jahren zu einer führenden Adresse für anspruchsvolle Männermode im deutschsprachigen Raum entwickelt.

Kuratierte Premium-Markenvielfalt

Das Sortiment umfasst über 250 sorgfältig ausgewählte deutsche und internationale Premium-Marken, darunter BOSS, Joop!, Emporio Armani, Polo Ralph Lauren, Woolrich und Fred Perry. Herrenausstatter.de bietet eine tiefe Auswahl in den Bereichen Business-Mode, elegante Freizeitkleidung und funktionale Outdoor-Bekleidung – stets mit dem Fokus auf Qualität, Stil und Langlebigkeit.

Persönliche Kundenbeziehung als Erfolgsrezept

Was Herrenausstatter.de besonders auszeichnet, ist der individuelle, persönliche Service. Viele Stammkunden haben einen festen Ansprechpartner, der ihre Vorlieben und ihren persönlichen Stil kennt. Dieses hohe Maß an Kundennähe wird durch innovative Technologien wie KI-gestützte Produktempfehlungen und personalisierte Stilberatung ergänzt.

Exklusive Partnerschaften

Herrenausstatter.de pflegt exklusive Kooperationen mit renommierten Marken. So ist das Unternehmen beispielsweise der einzige autorisierte Online-Händler für BOGGI Milano im deutschsprachigen Raum und unterhält privilegierte Partnerschaften mit Marken wie Fred Perry und ALBERTO.

Kontinuität und Expertise

Die Beständigkeit des Unternehmens zeigt sich auch im Team: Viele Mitarbeiter der "ersten Stunde" sind noch heute Teil des Unternehmens. Diese Kontinuität und das über Jahrzehnte aufgebaute Fachwissen bilden die Basis für ein tiefes Verständnis der Bedürfnisse anspruchsvoller Männer.

Innovation trifft Tradition

Als Pionier im Online-Handel verbindet Herrenausstatter.de traditionelle Werte wie Qualität und persönlichen Service mit innovativen Konzepten. Die Website bietet zahlreiche inspirierende Features wie saisonale Styling-Vorschläge, Outfit-Kombinationen und redaktionelle Inhalte zu aktuellen Modetrends.

Ausblick

Herrenausstatter.de setzt auch in Zukunft auf die erfolgreiche Verbindung von kuratierter Markenvielfalt, persönlichem Service und innovativen digitalen Lösungen. Dabei bleibt das Ziel stets dasselbe: anspruchsvollen Männern ein exzellentes Einkaufserlebnis zu bieten, das ihrer Individualität und ihrem Stilbewusstsein gerecht wird.

News-ID: 1319429 • Views: 234 (Stand: 11.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1319429/Besitz-statt-Abo-Warum-der-Kleiderschrank-zu-einem-der-wenigen-Rueckzugsorte-echten-Eigentums-wird.html>