

# Armedangels für alle

Das **nachhaltige Label** aus Köln wächst rasant und will mit **eigenen Flächen** den Handel erobern



In dem Land sehen die Kölner viel Potenzial, trotz Brexit. „Wir gehen wie geplant vor und starten in UK zur Sommersaison 2017. Unser Produkt stimmt, da mache ich mir keine Sorgen“, sagt Expansionsleiterin Jutta Sievers. Sie ist seit Januar an Bord. Auch neue Manager für Marketing, Sustainability sowie für PR & Social Media zeugen vom Wachstum des Unternehmens und unterstreichen, dass die Kölner noch einiges vorhaben. Insgesamt werden 60 Mitarbeiter beschäftigt. Neu dazu kommen soll noch ein Content-Manager, der die Geschichten des Labels erzählt und so die Philosophie des Unternehmens aufzeigt. Zum Beispiel die Geschichte von der Reise nach Indien im vergangenen Jahr, als Katia Winter (PR & Social Media) und Julia Aruni Kirschner (Sustainability) Bio-Baum-

deren Auftraggebern der Fabriken aus. Denn nur mit einer gewissen Einkaufsmacht könne wirklich etwas bewegt werden. Das Label bietet zwei Hauptkollektionen sowie vier Zwischenkollektionen an. Die DOB umfasst rund 90, die HAKA etwa 70 Styles. Die Preise liegen im VK zwischen 29 und 199 Euro. Jeans, die seit 2015 im Sortiment sind und die weiter ausgebaut werden sollen, kosten rund 100 Euro, ein Wollstrickmantel 159 Euro, T-Shirts zwischen 29 und 49 Euro. Kompletzt verzichtet wird auf Leder. Gestartet war Armedangels online, 2010 folgte der Einstieg in den Wholesale. Der vor drei Jahren geplante Rollout mit Shops wurde noch nicht gestartet. Aber Höfeler, der inzwischen alleiniger Geschäftsführer und Mitgesellschafter ist (Jurina stieg 2014 aus), träumt



Armedangels bietet Kollektionen für Männer und Frauen an. CEO und Mitgründer Martin Höfeler träumt von einem ersten Store für das Fair Fashion-Label.

Egal, wo man Mitarbeitern von Armedangels begegnet, ob auf dem TW Fair Fashion Summit oder am stets vollen Messestand zur Berliner Fashion Week, man blickt in strahlende Gesichter. Kein Wunder, denn das Grüne Label aus Köln wächst kräftig. Wurden 2013 nach eigenen Angaben 7 Mill. Euro Erlöst, so war der Umsatz zwei Jahre später mit 16 Mill. Euro mehr als doppelt so hoch. Armedangels ist noch jung – 2007 von Anton Jurina und Martin Höfeler gegründet – setzt das Label auf nachhaltige Produkte statt auf Fast Fashion und will zeigen, dass Öko auch Mainstream sein kann. Inzwischen ist Armedangels in 18 Ländern und an 800 POS vertreten, knapp ein Fünftel davon sind auf Grüne Mode spezialisierte Geschäfte. Deutschland ist der stärkste Markt. In der Schweiz, in Österreich und Belgien gibt es Agenturen, in den Niederlanden betreut ein eigener Brand Manager mit festem Showroom in Amsterdam die inzwischen 80 Kunden. Neu ist zudem ein Brand Manager für Großbritannien.

wollbauern besucht und bei einem gewohnt und mitgearbeitet haben. „Wir wollten die Leute hinter dem Produkt vorstellen und zeigen, wo alles beginnt“, sagt Winter. Künftig sollen auch einzelne Produktionsschritte anschaulicher dokumentiert werden. 70 bis 80 % der Materialien, die Armedangels verwendet, sind aus zertifizierter Bio-Baumwolle aus Indien und der Türkei. Produziert wird in der Türkei, Portugal und China. Die gesamte Kette ist nach dem Global Organic Textile-Standard (GOTS) zertifiziert. „Wir fahren regelmäßig hin und sehen die Zusammenarbeit mit den Lieferanten als Partnerschaft“, so Winter. Gemeinsam mit der Non-Profit-Organisation Fair Wear Foundation, bei der Armedangels Mitglied ist, kümmert sich Kirschner um eine Verbesserung der Bedingungen vor Ort. Das Credo lautet: gerade, wenn noch nicht alles optimal ist, dranzubleiben. „Die Fabrikbesitzer müssen natürlich wollen“, so Winter. Armedangels tauscht sich darüber auch mit an-



immer noch von Flächen und dem ersten Store. 2017 könnte es soweit sein. Mit dem Handel wird an einem Shop-Konzept gefeilt, das Sortiment und Anliegen des Labels am POS vermitteln soll. Winter sagt: „Wir wollen auch den Massenmarkt mit unseren Produkten und unserer Botschaft begeistern.“ Ziel sei ein optimales Multichannel-Angebot. ■

ANJA PROBE