

Armedangels wächst online und stationär

Das Kölner **Fair Fashion-Label** steigert den Umsatz und will **Berührungängste** abbauen



Armedangels-Gründer Martin Höfeler.

Armedangels wächst rasant weiter. Im vorigen Jahr konnte das Kölner Fair Fashion-Label 23 Mill. Euro umsetzen, ein Plus von 44 %. Dabei werden rund 40 % der Erlöse im eigenen Online-Shop erzielt, berichtet Gründer und Geschäftsführer Martin Höfeler. Inzwischen beliefert Armedangels rund 900 Verkaufsstellen – 600 davon in Deutschland, die Übrigen in Österreich, der Schweiz, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Großbritannien und weiteren Ländern. Das Wachstum werde online und stationär generiert – mit Neuen ebenso wie mit Bestandskunden. Wholesale-Partner sind zumeist konventionelle Läden, also keine Händler, die auf nachhaltig produzierte Mode spezialisiert sind. Trotzdem will Höfeler künftig noch mehr kommunizieren, was Armedangels macht. „Wir wollen stärker herausstellen, wofür wir stehen und wo die

Probleme in der Bekleidungs-herstellung liegen. Der Modehandel schreit doch nach Erlebniseinkauf, Storys und Mehrwert. Daher ist unsere Geschichte doch ein gutes Thema.“

Höfeler weiß um die Berührungängste einiger Händler mit Fair Fashion. Viele denken, wenn sie grüne Mode explizit präsentieren, könnte das so wirken, als würden sie konventionelle Anbieter herabstufen. Er findet jedoch: „Soll doch der Kunde die Entscheidung treffen. Der Händler muss ein vielfältiges Angebot schaffen.“ Damit Armedangels als nachhaltiges Label noch bekannter wird, hat Höfeler viele Ideen, sei es für die Kommunikation am POS oder für Kampagnen. Auch Pop-up-Konzepte seien denkbar. Eigene stationäre Flächen sind schon lange ein Thema, die Idee eines Stores in einer von Kölns Toplagen wurde jedoch bislang aus Kostengründen nicht umgesetzt. An einem Shop-Konzept für den Multilabel-Handel wird gerade gefeilt.

Höfeler hat das Unternehmen als Online-Anbieter 2007 zusammen mit einem Partner gegründet. Armedangels nutzt ausschließlich nachhaltige Materialien, zu 70 bis 80 % ist dies zertifizierte Bio-Baumwolle. Die gesamte Produktionskette ist nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert. Die VK-Preise der Kollektionen für Männer und Frauen liegen zwischen 29 und 199 Euro.

Das Kölner Unternehmen beschäftigt rund 65 Mitarbeiter, die derzeit noch auf verschiedene Standorte verteilt sind. Nun hat Armedangels allerdings am Hauptsitz noch zwei weitere Etagen hinzu gemietet, so dass ab April dieses Jahres das gesamte Team unter einem Dach arbeiten wird. ■ PA

TextilWirtschaft home #2

Anzeigenschluss 18.05.2017
Erscheinungstag 15.06.2017

DIE THEMEN:

MADE IN UK:

Stoffe, Produkte und Verfahren zwischen Tradition und Avantgarde.

SCHLÄFST DU SCHON?

Großes Special mit Wohntrends, internationalen Innovationen, den Umsatzmachern rund um das Bett und den neuesten Erkenntnissen der Wissenschaft über den Schlaf.

MAY THE FORCE BE WITH YOU

Wie das Lizenzgeschäft den Markt bestimmt.

BRANCHENPIONIEREN IN DEN KOPF GESCHAUT:

Interviews mit Machern und Visionären aus der Industrie, dem Handel, dem Trend-Forecast und dem Design.

WAS SAGT DIE UMFRAGE?

Studien und Statistiken gelesen, gedeutet und zusammengefasst.

FARBEN, FORMEN, MUSTER

Was war? Was ist? Was kommt!

Präsentieren Sie sich in der nächsten Ausgabe von TextilWirtschaft home – dem neuen internationalen Fachmagazin für Heim- und Haustextilien.

Ich freue mich auf Ihren Anruf.

Udo Fischer

+49 69 7595-1704

fischer@TextilWirtschaft.de

TextilWirtschaft
home