

Neue Zielgruppen und mehr Markenvielfalt: Die Adler Modemärkte setzen verstärkt auf Fremdmarken und bereinigen ihr Portfolio an Eigenmarken / Umsatzanteil von bis zu 40 Prozent mit bekannten Labels und stärkeres Angebot an Dienstleistungen und Zusatzprodukten

Haibach, 14. Februar 2022. Die Adler Modemärkte AG ist nicht nur stark mit ihren eigenen Marken, sondern baut das Angebot mit Fremdmarken konsequent weiter aus. Unter dem Dach des neuen Eigentümers, der Zeitfracht Gruppe, wird dieser Produktbereich in Zukunft stärker expandieren. Aktuell sind bereits sehr bekannte Marken im Angebot wie Tom Tailor, Street One, Cecil, S.Oliver, Lerros, Camel Active, Seidensticker, Marvelis, Schiesser, Triumph, Stoker, Pioneer, Wrangler, Mustang, Gerry Weber, Frank Walder, KRISS, Gil Bret, Fuchs&Schmitt, Bugatti, MAC, Dockers, Olsen, Suprax, Tamaris oder Sansibar. Weitere werden hinzu kommen.

Die vergangenen zwei Monate gaben dem Unternehmen bereits einen deutlichen Schub in diesem Segment: Aktuell liegt der Anteil der Fremdmarken bereits bei 32 Prozent des Umsatzes, in Zukunft soll er auf bis zu 40 Prozent weiter wachsen. Damit öffnet sich das Unternehmen auch weiteren, neuen Zielgruppen. Im Fokus liegt auch, das generationsübergreifende Einkaufserlebnis in den Adler Modemärkten zu verstärken.

Karsten Odemann, Vorstandssprecher von Adler: „Für unsere Wachstumsstrategie nach dem wirtschaftlich sehr schwierigen Jahr 2021 setzen wir jetzt klar auf eine neue Markenvielfalt und werden neben unseren Fremdmarken in den kommenden Wochen und Monaten auch noch weitere Produkte mit sehr bekannten Markennamen in unser Sortiment integrieren. Zusammen mit der Aufwertung unseres Angebots in den Filialen und der Erweiterung um neue Servicekomponenten wie unsere DPD Pickup Shops, die Adler Cafés oder neue Produktfelder wie Medien und Elektronik werden wir so noch attraktiver für eine erweiterte Kundengruppe.“



Von hoher strategischer Bedeutung für das Unternehmen ist das Zusatzgeschäft mit Medien und Elektronik sowie Produkten aus dem Bereich Haushaltselektro. Adler hat dafür ein Sortiment kreiert, das sehr passgenau auf die Bedürfnisse der Kernzielgruppe zugeschnitten ist. Auch für diesen Bereich erwartet das Unternehmen Wachstum: Mittelfristig ist ein Umsatzanteil von zehn Prozent geplant.

Auch bei den Adler-eigenen Marken steht eine Straffung des Sortiments an und eine Bereinigung der Markenvielfalt: Das Unternehmen wird sich auf die Marken Steilmann, Choice, My Own und Via Cortesa Woman in der Damen-Oberbeleidung sowie Bexleys, Eagle und Via Cortesa Men konzentrieren. Zudem wird ab Sommer auch Adler als eigenständige Mode-Marke eingeführt, zunächst im Bereich Wäsche sowie bei Blusen, Röcken und Hosen.

Pressekontakt:

Zeitfracht Gruppe
Heinz Joachim Schöttes
Leiter Unternehmenskommunikation
Friedrich-Olbricht-Damm 46-48
13627 Berlin
Tel.: +49 30 – 403 691 721
presse@zeitfracht.de