

Edle Fashion & feine Drinks



David Schirmmacher erweitert das Sortiment und will auch den Vertrieb ausbauen.

© Von Floerke

Der junge deutsche Herrenausstatter Von Floerke baut kräftig aus.

BRITTA BIRON

Bonn. Begonnen hat alles 2014 mit einem Onlineshop für klassische Fliegen; heute vertreibt der smarte Jungunternehmer David Schirmmacher über rund 300 Fachhandelspartner in Deutschland, Österreich, den Niederlanden, Belgien, Dänemark und Russland sowie einen Showroom in Bonn, einen Online-Store und drei eigene Boutiquen in Köln, Düsseldorf und Münster längst nicht mehr nur die chice Alternative zur Krawatte.

Bei Von Floerke findet der stilbewusste Mann auch Schuhe, Einstecktücher, Socken, Manschettenknöpfe und Hosenträger. Seit

der Übernahme der Berliner Manufaktur Edsors Kronen und deren Tochterunternehmen, dem Online-Maßschneider YouTaylor, umfasst das Sortiment auch Anzüge, Sakkos und Hemden.

Interessant dabei: Die hochwertige Ware wird bereits zum Großteil in Deutschland produziert, spätestens im nächsten Jahr soll auf allen Von Floerke-Produkten „Made in Germany“ stehen.

Fashion & Genuss

Nachdem zu einem gepflegten Lebensstil nicht nur Kleidung gehört, bietet von Floerke seit Kurzem auch feine Dinge abseits der Mode.

Unter der als Gentleman Club sehr treffend bezeichneten Rubrik findet Mann in Onlinestore alles für die Heim-Bar – von Gin und Tequila über Whisky, Grappa, Absinth und Vodka bis hin zu verschiedenen Sirups und Juices.

Abgerundet wird die geschmackvolle Palette mit Kaviar sowie edlen Gewürzmischungen.

Schirmmacher will aber nicht nur das Sortiment erweitern, son-

„Wir sind eine einzigartige Plattform für den modernen Gentleman.“

DAVID SCHIRMMACHER

dern über Franchise-Boutiquen im Stil der bereits bestehenden eigenen Stores das Vertriebsnetz weiter ausbauen. Für die ersten zehn Franchise-Nehmer hat er ein besonderes Zuckerl: Für diese beschränkt sich die Franchise-Gebühr auf die Kosten der Ladeneinrichtung – etwa 750 € pro Quadratmeter.

Für Kassensystem samt Hardware, Steuerberatung, automatische Warennachbestellung und zentrales Marketing kommt Von Floerke auf. Die Verkaufsprovision sei, so Schirmmacher, für die Branchen überdurchschnittlich und könne bei bis zu 50% liegen.

SHORT

Riani mit eigener e-Boutique



Eigener Online-Shop für edle Fashion und Accessoires von Riani.

Schorndorf. Vor rund einem Monat hat der brandneue Online-Store der deutschen Nobelfashion-Marke Riani offiziell seine Pforten geöffnet. Das puristisch-klarlinige Design der Plattform wirkt elegant und berücksichtigt gleichzeitig den Umstand, dass zunehmend mobile Endgeräte für den Kauf genutzt werden.

Das hochwertige Sortiment aus Kleidung und Accessoires ist übersichtlich gegliedert, zu jedem Artikel gibt es hochwertige Bilder, ausführliche Beschreibungen, Pflegehinweise und Angaben zum Material. In einer eigenen Kategorie werden Stylingideen gezeigt, ein Shop-the-Look-Button führt direkt zu den passenden Artikeln.

Geliefert wird innerhalb Deutschlands sowie nach Österreich. Bezahlt werden kann mit Kreditkarte, per Vorkasse, Sofortüberweisung, Lastschrift, PayPal oder auf Rechnung. (red)