

VERANTWORTUNG

Seidensticker beschleunigt den Wandel

Deutschlands bekannteste Hemdenmarke verpflichtet sich zur Nachhaltigkeit und erweitert gleichzeitig sein Marken-Portfolio. Wir erzählen die Geschichte des Neustarts, mit dem sich Seidensticker fit für die Zukunft macht.

HEIDI HAGEN-PEKDEMIR

Um Veränderungen einzuleiten, braucht es vor allem Mut. Wie dieses Selbstvertrauen in die eigenen Stärken ein Unternehmen dabei vorantreibt, sich für die Zukunft gestärkt aufzustellen, beweist aktuell die Seidensticker Group. Die Geschichte eines Neubeginns.

Eine Art „Schockstarre“ habe das Unternehmen zu Beginn des Corona-Lockdowns erfasst, so berichtet Gerd Oliver Seidensticker vom zurückliegenden Jahr. „Der Absatz war eingefroren, die Belegschaft arbeitete im Homeoffice.“ Ruhig sei es gewesen in der Zentrale an der Herforder Straße. Doch allmählich habe man erkannt: Die Pandemie bietet auch eine Chance. Die geschäftsführenden Gesellschafter des Bielefelder Familienunternehmens, die Cousins Frank und Gerd Oliver Seidensticker, haben diese Chance mitsamt ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter genutzt. „Unsere Gruppe hat sich als sehr wandelbar erwiesen. Wir haben Schutzmasken produziert und gleichzeitig die Casualisierung unserer Kollektion vorangetrieben. Aus der Krise sind wir deutlich schlagkräftiger herausgekommen“, sagt Frank Seidensticker. Jetzt herrsche Aufbruchstimmung. „Das macht Mut.“

Mut, auch tiefgreifende Veränderungen dynamisch anzugehen, einen „Paradigmenwechsel“ (Gerd Oliver Seidensticker) einzuleiten – etwa durch die Lancierung des Nachhaltigkeits Siegels „Together Responsible“ (Gemeinsam verantwortlich). Damit verpflichtet sich Deutschlands bekannteste Hemdenmarke unter anderem, bis 2023 die komplette Kollektion auf nachhaltige Bio-Baumwolle umzustellen. Der Einsatz von Herbiziden und der Wasserverbrauch beim Anbau des Rohstoffs werde damit deutlich reduziert. Zudem verzichtet Seidensticker bei sämtlichen Verpackungen auf Plastik. Statt in Cellophanhüllen stecken Hemden und Blusen neuerdings in Recyclingpapier.

Gemeinsam Verantwortung übernehmen will Seidensticker auch bei der Weiterverwendung textiler Abfälle. Die Bekleidungsindustrie verursacht damit seit Jahrzehnten eine erhebliche Umweltbelastung. Gegensteuern wollen die Hemden- und Blusenhersteller, indem sie den Produkten ein zweites Leben ermöglichen. Erste Schritte in diese Richtung sind ein gemeinsames Projekt mit der Universität Aachen



Studio Seidensticker: Die neue Kollektion ist für Männer...

und die Zusammenarbeit mit dem Start-up-Unternehmen „Limo Wardrobe“ in Kronberg. Der noch kleine Betrieb verarbeitet überwiegend fehlerhafte Teile und Überhänge aus der Industrie, getreu dem Motto: „Frauenkleidung aus Männerhemden“.

Die größte Herausforderung für das Unternehmen ist wohl die Verpflichtung zu klimaneutralem Versand. In Asien betreibt Sei-

densticker seine vier wichtigsten Produktionsstätten. „Komplett korrekt wird das nie funktionieren können“, räumt Gerd Oliver Seidensticker ein. Allerdings lege man Wert darauf, Ware bevorzugt per Schiff und nur noch in Notfall-Situationen mit Flugzeugen zu transportieren. Ihre fair und umweltfreundlich hergestellten Produkte kennzeichnet die Marke mit einem Etikett mit dem



... und Frauen – weite Hemden, die auch wie eine Jacke zu tragen sind.

Aufdruck „Together Responsible“. Die ersten Artikel sind bereits im Handel. Von Saison zu Saison soll ihr Anteil wachsen.

Wachsen wird künftig auch das Kollektions-Portfolio. „Die Krise hat uns motiviert, neue Produktgruppen anzugehen“, sagt Frank Seidensticker. Man habe etwa die Schiesser-Lizenz „ins eigene Boot zurückgeholt“. Konkret heißt das: Die Hemdenmarke entwickelt

eine eigene Linie aus Nacht- und Loungewear, bequeme Outfits für Freizeit und Homeoffice. „Wir sehen uns nicht länger ausschließlich im Business-Bereich angesiedelt“, so der Unternehmer.

Wieder ein Thema sind neue Markenstores. „Im stationären Handel wird es einen signifikanten Wandel geben. Das hat Einfluss auf die Mieten. Wir werden die Entwicklung beobach-

ten. Wenn der Mietpreis in einem gesunden Verhältnis steht, könnte es für uns interessant sein.“ Seidensticker weiß: „Obwohl der Umsatz im Online-Modehandel kontinuierlich wächst, kauft die Mehrheit der Verbraucher nach wie vor lieber in der City ein.“

Hochaktuell ist die neue Kollektion „Studio Seidensticker“. Damit zeigt das Unternehmen eigenen Angaben zufolge „klare Haltung zu gesellschaftlichen Veränderungen“. Die Outfits richten sich an eine „weltoffene vernetzte Community, die sämtliche Gender-Kategorien bewusst hinter sich lässt“, heißt es in der Kollektionsbeschreibung weiter. Konkret bedeutet das: Die Shirts, Hemden und Hosen sind zwar „Menswear-orientiert“, schränken allerdings nicht den Kreis potenzieller Trägerinnen und Träger ein. Der Look: weit geschnittene Hemden, auch wie eine Jacke zu tragen, zudem Strickshirts, unifarbene oder mutig gemustert mit Dschungelmotiven. „Casual urban“ heißt das in der Branche. Die Tendenz zum neuen Gender-Style bedeute indes nicht, dass das Unternehmen all diejenigen Produkte vernachlässigt, für die bisher der Markenname stand. „Das weiße Hemd erreicht mittlerweile wieder Verkaufszahlen wie vor Corona“, betont Frank Seidensticker. Nach langer Zeit im Homeoffice steige die Lust auf formelle Kleidung – für Job und/oder Party.

Bei Seidensticker war die Party zum 100. Geburtstag ausgefallen. 2019 war es, als die Unternehmensleitung den Abbau von 120 Stellen bekanntgeben musste. 2020 kamen noch 60 weitere dazu. Die Pandemie überstanden die Bielefelder mit staatlicher Unterstützung. Das auszuhalten, erfordert viel Kraft und Mut, sagt Gerd Oliver Seidensticker. „Man entwickelt in dieser Phase den Mut zur Freude am Ungewissen.“ Und: „Wir sind froh, dass wir das geschafft haben.“

Wie geht es weiter? Wie sehen die Chefs den Betrieb zehn Jahre später? Ganz weit oben steht für beide Cousins die Aufgabe, das Familienunternehmen für die folgende Generation „verantwortungsvoll zu strukturieren“ (Frank Seidensticker). Gerd Oliver ergänzt: „Wir sind überzeugt, dass diese Familie den Wandel schafft.“ Wobei – Nachhaltigkeit hin, Gender-Kollektion her – er in zwei Punkten ziemlich sicher ist: „Wir werden mit Sicherheit keine Öko-Marke sein, und den Begriff Lifestyle-Produkt wird es bei uns ebenfalls nicht geben.“



Geschäftsführende Gesellschafter: Die Cousins Gerd Oliver (r.) und Frank Seidensticker.



Der Sitz des Unternehmens: Seidensticker ist an der Herforder Straße in Bielefeld zu Hause. FOTOS: SEIDENSTICKER

HUNKE & BULLMANN

INTERIEUR ■ INNENARCHITEKTUR ■ MANUFAKTUR



Nur noch vier Wochen und auf die Preise nochmal **10% Extra!**



ENDSPURT IN UNSEREM: **TOTAL RÄUMUNGSVERKAUF** AM STANDORT „UNTER DEN ULMEN 75“

JETZT BIS ZU **80%**

www.hunke-bullmann.de

Öffnungszeiten: Mo – Fr: 10.00 – 18.00 Uhr Sa: 10.00 – 16.00 Uhr • UNSERE NEUE ADRESSE: Kolbeplatz 4 33330 Gütersloh Tel: 0 52 41 95 00 0