



MARKETING CLUB  
OWL BIELEFELD

Information für die Medien

## MARKETING OWL 2018: SEIDENSTICKER ÜBERZEUGT

14. Preisverleihung des Marketing Clubs OWL Bielefeld für herausragende Marketingleistung im Herbst 2018

**(Bielefeld, 21. Februar 2018).** Die Bielefelder Seidensticker-Gruppe ist Gewinner der Marketing OWL 2018. Die renommierte Auszeichnung, die bereits zum 14. Mal verliehen wird, geht – so die Ausschreibung – an ein „mittelständisch geprägtes Unternehmen“ aus OWL, das sich „durch eine erfolgreiche Markenstrategie überproportional positiv in seinem Markt durchgesetzt hat.“

Gesellschafter Gerd Oliver Seidensticker überzeugte die 13-köpfige Jury mit der „Re-Positionierung einer Traditionsmarke“. 2003 hatte sich Seidensticker für ein Comeback der Schwarzen Rose entschieden. 2015 wurde der Markenrelaunch von Deutschlands bekanntester Hemdenmarke eingeleitet.

Als Basis diente eine Marktanalyse, die kritische Ergebnisse brachte. Es gab keine einheitliche Markenarchitektur, im Vergleich zum Wettbewerb war Seidensticker in der jungen Zielgruppe zurückgefallen. Hinzu kam die Umwälzung durch die Digitalisierung, die Industrie und Handel insgesamt vor längst nicht gelöste Herausforderungen stellte – und stellt.

Als Handlungsfelder für Seidensticker kristallisierten sich heraus: Die Verhinderung eines weiteren Erodierens der Marke sowie das Stoppen des Abwärtstrends bei Markenbekanntheit, Markenpräferenz und Markenkauf. Wesentlich war auch die Rückversicherung an wichtige Handelskunden: Seidensticker ist und bleibt relevant.

Der umfangreiche Strategieprozess basierte auf der Nutzung der Markenkompetenz („Perfektion aus Leidenschaft seit 1919“), auf der Erfüllung der Markenvision sowie auf der Besetzung der Marktlücke „Status“. Aus drei Sublabels und drei Passformen wurde eine Marke mit fünf Passformen, die farblich gekennzeichnet und damit schnell identifizierbar sind. Auch die Seidensticker Bluse erfuhr eine Aufwertung als hochwertige Blusenmarke.

Basis aller Entscheidungen war und ist die Seidensticker Vision: „Wir werden Seidensticker zum 100-jährigen Jubiläum als hochwertige Hemden- und Blusenmarke im formellen und semiformalen Segment mit führender Rolle im europäischen Modemarkt positionieren.“

Im Frühjahr 2017 wurde die neue Printkampagne mit neuer Bildsprache in Szene gesetzt. 750 TV-Spots à 12 Sekunden generierten 57,2 Millionen Werbekontakte bei einer Reichweite von 42 Prozent. Von März bis Dezember 2017 lief zusätzlich eine digitale Kampagne mit Bannerwerbung, bei Google AdWords und in Social-Media-Kanälen. Kooperationen mit Influencern unterstützten diese Aktivitäten im Herbst/Winter 2017/18. Insgesamt investierte die Seidensticker-Gruppe nach Angaben ihres Gesellschafters Gerd Oliver Seidensticker rund 1,5 Millionen Euro zusätzlich zum Werbebudget von rund 1,5 Millionen Euro. Dazu gehörte auch ein Upgrade des eigenen Webshops zur Stärkung des E-Commerce.



## MARKETING CLUB OWL BIELEFELD

Mit der positiven Entwicklung der Markenwahrnehmung ist Seidensticker mehr als zufrieden. Im Reinverkauf der Kollektion Frühjahr/Sommer 2018 verzeichnete das Unternehmen zweistellige Zuwächse. Nahezu verdoppelt hat sich seit 2014 das E-Commerce-Wachstum. Die Umsatzentwicklung der Marke Seidensticker gesamt stieg von 2011/12 auf 2016/17 um mehr als 50 Prozent – „im Verhältnis zu Stagnation und teils Rückgängen in der Branche ein guter Erfolg“, kommentiert Jury-Vorsitzender Frank Nientiedt, Leiter Corporate Marketing der Böllhoff Gruppe, als Sprecher der 13-köpfigen Fachjury der Marketing OWL 2018.

Im Jahr 2018 wollen die Marketingverantwortlichen an einer weiteren Aufwertung der Marke arbeiten. Die Online-Präsenz wird verstärkt, die neue Bildsprache wird auf allen Kommunikationskanälen und in allen Werbemitteln zum Einsatz kommen. Attraktive Nutzen für die Kernzielgruppe wie etwa der Monogramm-Service werden ausgebaut. Und natürlich beobachtet Seidensticker das Branchenumfeld, das mit vielfältigen Herausforderungen kämpft. Gerd Oliver Seidensticker: „Einfacher wird es nicht. Aber Seidensticker hat beste Voraussetzungen, um das 100-Jährige im Jahr 2019 erfolgreich und mit Freude feiern zu können.“

Der Präsident des Marketing Clubs OWL Bielefeld, Alf Meyer zur Heyde, freut sich auf die 14. Verleihung der Marketing OWL, die für den Herbst geplant ist. Eine Gratulation gab es auch für den zweiten Finalisten der diesjährigen Auswahlrunde. Das Bielefelder Unternehmen ruf Reisen ist seit 35 Jahren am Markt und seit Jahren Nummer 1 für Jugendreisen in Europa.

**[www.seidensticker.de](http://www.seidensticker.de)**  
**[www.mc-owl-bielefeld.de](http://www.mc-owl-bielefeld.de)**

### Fragen beantworten:

#### **Gerd Oliver Seidensticker**

Geschäftsführender Gesellschafter  
Textilkontor Walter Seidensticker GmbH & Co. KG  
Telefon: 0521 306-321  
[gerd.oliver.seidensticker@seidensticker.de](mailto:gerd.oliver.seidensticker@seidensticker.de)

#### **Alf Meyer zur Heyde**

Präsident Marketing Club OWL Bielefeld e. V.  
Telefon: 0521 592-300  
Mobil: 0172 5654490  
[alf.meyer-zur-heyde@db.com](mailto:alf.meyer-zur-heyde@db.com)

## Die Marketing OWL

Die „Marketing OWL“ wird seit 1997 an ein mittelständisches Unternehmen aus Ostwestfalen-Lippe verliehen, das sich in jüngster Vergangenheit nachweislich durch eine erfolgreiche Marketingstrategie überproportional positiv in seinem Markt durchgesetzt hat. Kriterien für die viel beachtete Auszeichnung sind Markterfolg, nachweisbare Leistungen im Marketing und eine insgesamt marktorientierte Unternehmensführung.

Die „Marketing OWL“, eine in Bronze gegossene Eule, ist als Synonym für den geschärften Blick marketingorientierter Unternehmen zu verstehen. Das englische Wort „OWL“ für „Eule“ ist identisch mit der Abkürzung für die Region Ostwestfalen-Lippe: OWL.



MARKETING CLUB  
OWL BIELEFELD

## Die Preisträger der „Marketing OWL“

### 2018 Seidensticker Group, Bielefeld

2016	Lightpower GmbH, Paderborn
2014	Piening GmbH, Bielefeld
2012	BOGE KOMPRESSOREN Otto Boge GmbH & Co. KG, Bielefeld
2010	Wortmann KG, Detmold
2008	Böllhoff Gruppe, Bielefeld
2006	SCHÜCO International KG, Bielefeld
2003	CLAAS KGaA mbH, Harsewinkel
2002	Gerry Weber International AG, Hall
2001	Alcina Cosmetic Dr. Kurt Wolff GmbH & Co. KG, Bielefeld
2000	Molkerei H. Strothmann GmbH, Gütersloh
1999	CE Computer Equipment AG, Bielefeld
1998	Goldbeckbau GmbH, Bielefeld
1997	H. & E. Reinert GmbH & Co. KG, Versmold

In den Jahren 2004 und 2005 erfolgte wegen der Feier des 50-jährigen Jubiläums am 22. April 2005 keine Ausschreibung. Seit 2006 wird die „Marketing OWL“ alle zwei Jahre vergeben.

[www.mc-owl-bielefeld.de](http://www.mc-owl-bielefeld.de)

## Bildlegenden:

### Unternehmensleitung Seidensticker

Die Unternehmensgruppe Seidensticker ist ein traditionsreiches Familienunternehmen und wird bereits in der 3. Generation geführt. Die beiden geschäftsführenden Gesellschafter Gerd Oliver (r.) und Frank Seidensticker (l.) bilden gemeinsam mit Dr. Silvia Bentzinger und Martin Friedrich die Unternehmensleitung des renommierten Hemden- und Blusenherstellers. Foto: Seidensticker

### Seidensticker Onlineshop mit Kampagne 2018

### Gruppenbild Jurysitzung

Die Jury der 14. Marketing OWL traf sich Anfang Januar 2018 zur finalen Entscheidung in der „Welt der Verbindungen“ der Böllhoff Gruppe. Eingeladen hatte Jury-Vorsitzender Frank Nientiedt. Im Bild (v. l.): André Mielitz, Andrea Stieg, Prof. Dr. Sabrina Hegner, Frank Nientiedt, Thomas Lauritzen, Ansgar von Garell, Susanne Schaefer-Dieterle, Jan Majer-Leonhard, Holger Piening, Alf Meyer zur Heyde, Thomas Niehoff. Auf dem Foto fehlen: Wolf D. Meier-Scheuven, Jens Beining. Foto: Susanne Freitag

### Preis Marketing OWL

Die „Marketing OWL“, eine in Bronze gegossene Eule, ist als Synonym für den geschärften Blick marketingorientierter Unternehmen zu verstehen. Foto: Marketing Club OWL Bielefeld