

SIGNUM

Unternehmensprofil

SIGNUM gilt wie kaum eine andere deutsche Marke als Synonym für das außergewöhnliche Männerhemd. Die Unternehmenswurzeln der Dittmar GmbH & Co. KG aus Braunschweig reichen über viele Generationen zurück, bis in die 20er Jahre nach Berlin. In den Nachkriegswirren verlagerte Firmengründer Alfred Dittmar den Firmensitz in die niedersächsische Provinz Wolfenbüttel, wo aus Vorkriegszeiten gute Verbindungen zu Stoffproduzenten bestanden. Im Nachkriegsdeutschland brachte zunächst das klassische ‚Wirtschaftswunderhemd‘ aus Nylon unter dem Markennamen ‚Herzog‘ den großen Erfolg. Es folgten Hemden für die Hippie-Generation der 60er und 70er Jahre, die dem damaligen Zeitgeist entsprachen. Aus dieser Zeit bewahrt(e) man sich den Mut zu einer gewissen Verrücktheit, ohne sich dem Modediktat zu unterwerfen.

Vom ‚Wirtschaftswunderhemd‘ zum ‚Anti-Oberhemd‘

Die Bundesrepublik veränderte sich Mitte der 80er Jahre mehr und mehr zu einer Freizeitgesellschaft, das Verlangen nach einer gewissen Lässigkeit und Individualität wuchs. Diesem Gefühl entsprach das Unternehmen zunächst mit dem neuen Label ‚Packard‘, einer Kollektion, die sich durch ihre weitgeschnittene Passform (rund zwei Nummern zu groß), ihre gekräuselten Nähte und zwei Zentimeter großen Knöpfe auszeichnete. Diese Idee übertrug man auch auf die bestehende Marke ‚Herzog‘, die unter dem neuen Label ‚SIGNUM by Herzog‘ erstmals 1985 auf den Modemessen vorgestellt wurde und im wahrsten Sinne ZEICHEN setzte. Der Siegeszug der Marke SIGNUM begann. Der Ansatz: individuell, nicht konventionell; kreativ, nicht klassisch; lässig, nicht nachlässig. Große Kragen, Knöpfe mit Dekor-Charakter sowie eine übergroße Passform machten das Hemd zu einer Alternative zum Anzughemd – oder gar zum ‚Anti-Oberhemd‘. „Wir wissen heute nicht mehr genau, ob der Mann sich schon vom Oberhemd emanzipiert hatte und nach einem entsprechendem Produkt suchte, oder ob wir diesen Wunsch in ihm geweckt haben“, so Jörg Dittmar (49), der heute das Unternehmen in der dritten Generation führt.

Shirtmaker's Fun – Freude am Hemd

Diese Eigenschaften alleine hätten das Hemd zwar individuell gemacht, den Erfolg brachte es aber letztendlich durch sein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis. Zur damaligen Zeit sprach man in der Zentrale in Wolfenbüttel gerne auch von der ‚Shirtmaker's Fun Collection‘, denn man verwendete alle Materialien, die ein außergewöhnliches Hemd brauchte und die dem ‚Macher‘ einfach Spaß machen mussten: exklusive Stoffe und Dessins, hochwertige Knöpfe und edle Garne. Bis heute hat man sich diesen Hang zum Außergewöhnlichen bewahrt. Wer sich für ein SIGNUM-Hemd entscheidet, tut dies bewusst, um seine Persönlichkeit zu unterstreichen. Ein SIGNUM-Hemd gibt seinem Kunden die Möglichkeit, sich täglich neu zu erfinden und sich ganz nach Lust und Laune zu kleiden – ohne sich dabei kurzfristigen Fashion-Trends zu unterwerfen. Authentizität und Originalität sind Werte, die der SIGNUM-Kunde besonders schätzt und durch sein Hemd ausdrücken kann. Als sympathische und selbstsichere Persönlichkeit, steht er mitten im Leben und ist stolz auf seinen Geschmack. Ein SIGNUM-Hemd ist wie sein Träger: individuell.

25 Jahre Authentizität und Originalität

In diesem Jahr feiert SIGNUM sein 25-jähriges Bestehen. SIGNUM hat sich im Jubiläumsjahr neu ausgerichtet, um den neuen Handelsstrukturen und dem immer differenzierteren Konsumverhalten auch in den kommenden Jahren erfolgreich zu begegnen. Der Auftritt am POS und das Profil der Marke wurden geschärft. Eine neue Markenarchitektur, ein neues Labeling und eine neue, selbsterklärende Produktausstattung bis hin zu einer neuen Bildsprache wurden angepasst.

Jacky Ickx by SIGNUM und SIGNUM Slim Fit

Die SIGNUM Authentic Cut- und SIGNUM Regular Cut-Linie werden erstmals in der Herbst/Winter Kollektion 2010 um die Submarke SIGNUM Slim Cut, einem progressiven Trendkonzept, das durch diverse Kragenvariationen und schmalen Silhouette neue Wege geht, ergänzt. Mit der Jacky Ickx by SIGNUM Kollektion legte 2009 erstmals eine Racing-Kollektion auf und knüpft an den coolen Rennsport-Mythos der 70er Jahre an. Gentleman, Fahrer und ‚Mister Le Mans‘ Jacky Ickx steht wie kein anderer Fahrer für die Meisterschaft in allen Klassen – angefangen von Motorradrennen über Langstrecken-, Formel 1-, Tourenwagen und Bergrennen bis hin zu Rallyes. Auf Hemden, Shirts, Polos und Sweats lassen sich authentische Racing-Elemente in Form von Badges und Stickereien entdecken, inspiriert von damaligen Autorennen des Belgiers.

Seit 2000 setzt SIGNUM auch auf eigenen Retail und unterhält heute 14 eigene Stores.

Stand: Februar 2010

Pressekontakt:

lottmann pr

Andrea Lottmann
Zionskirchstr. 3
10119 Berlin
Tel. 030-44041626
andrea.lottmann@lottmann-pr.de

Unternehmen:

Dittmar GmbH & Co KG

Grotrian-Steinweg-Str. 4B
38112 Braunschweig
Tel. 0531-21080-55
www.signum-fashion.de