

WirtschaftsWoche

UNTERNEHMEN

FINANZEN

ERFOLG

HOCHSCHULE

POLITIK

TECHNOLOGIE

erfolg.reich

Alle Rubriken

Top-Themen ▾

WiWo > Unternehmen > Dienstleister > Corona: „Masken werden für die Wirtschaft von größter Bedeutung sein“

TEXTILHERSTELLER

„Masken werden beim Exit für die Wirtschaft von größter Bedeutung sein“

PREMIUM

von Peter Steinkirchner

24. April 2020



Masken: Bald ein modisches Accessoire?
Bild: dpa

An immer mehr Orten gilt künftig sind Masken künftig Pflicht. Unternehmen wie der Luxusschneider van Laack, Sportartikler Puma, aber auch Outdoormarken wie Maloja und Schuster Hanwag arbeiten daran, aus dem von vielen lange verpönten Textilschützer ein funktionales wie schickes Accessoire für alle zu machen.

Artikel teilen per:

Artikel teilen per:



In den Zeiten, als Corona für die meisten Menschen noch ein Partybier war, hatten die Näherinnen in den Werken des Edelschneiders van Laack einen klaren Auftrag: Sie fertigen hochwertige Hemden für die Büroetagen der Welt. Mit seinen feinen Textilien und teils maßgefertigten Hemden hat sich das Textilunternehmen aus Mönchengladbach einen guten Namen gemacht im Reich des Edlen und Guten. Seit dem vergangenen Jahr arbeiten die Schneider vom Niederrhein auch mit dem Potsdamer Modemacher Wolfgang Joop zusammen.

Dann kam das Virus. Und änderte fast alles.

Innerhalb kurzer Zeit krepelte van-Laack-Chef Christian von Daniels in den vergangenen Wochen die Produktion um. Statt Hemden fertigen seine Mitarbeiterinnen nun – Gesichtsmasken. Statt Kent-Krägen und Manschetten nähen sie nun in Windeseile textile Personenschützer – dreilagig, waschbar bei 60 Grad, Öko-Tex- und Bluesign-zertifiziert. Und statt in Boutiquen und ausgewählten Verkaufsstätten verkauft von Daniels seine Masken nun für wenige Euro an Dutzende Unternehmen und Privatkunden. „Wir haben unsere Strategie für das Maskenthema komplett geändert – jeder soll sich diesen Schutz leisten können“, erklärt er.

Der Textilunternehmer, der in seinen Werken in Vietnam und Tunesien allein im April mehr als zwölf Millionen Gesichtsmasken fertigt und für den Mai mit 20 Millionen Stück kalkuliert, ist dabei ein Vorreiter der Branche, in der sich immer mehr Betriebe auf die Produktion von Masken umstellen. Wie van Laack halten es auch seine Wettbewerber, Unternehmen wie Seidensticker oder Eterna, aber auch Sportmarken wie [Puma](#) oder das kleine bayerische Outdoor-Unternehmen Maloja.

ANZEIGE

Advertisement



EIN JA KANN





Maskenträger Christian von Daniels, der van-Laack-Chef.
Bild: PR

Und selbst Unternehmen, mit denen man eher nicht rechnen würde, fangen an, Mund- und Nasenschutz herzustellen – so das bayerische Traditionsunternehmen Hanwag. Die fast 100 Jahre alte Firma kennt sich aus mit Membranen. Das Funktionsmaterial nutzen sie nun statt für die Füße fürs Gesicht.

Die Unternehmen treibt dabei ein ganzes Bündel von Motiven: In dem sie helfen, dass Menschen einander schützen können, tragen sie ihren Teil dazu bei, die Rückkehr zu einer Art Normalität zu ermöglichen. Zugleich helfen sie sich ein Stück weit selbst, lasten sie doch die eigene Produktion aus in Zeiten, in denen Mode einen schweren Stand hat. Und während die gern als flatterhaft verschriene Mode stets auch die Frage nach ihrer Notwendigkeit beantworten muss, fällt die Antwort bei Masken deutlich leichter – sie werden gebraucht, was wiederum durchaus dem Image jener Unternehmen und Marken nutzt, die hier auszuweichen wissen.

ANZEIGE



10 TIPPS FÜR DAS HOMEOFFICE

Ratgeber: Sicherheit u

Wie lassen sich Datenschutz un
Und wie kann ich als Arbeitgebe
auf alle wichtigen Daten zugreife
Mehr...

Denn wo vor einigen Wochen noch Unverständnis erntete, wer eine Maskenpflicht forderte, hat die Debatte längst ihre eigene Dynamik entwickelt und ist gerade dabei, Zweifler zu überrollen. Ein Bundesland nach dem anderen kündigt eine Maskenpflicht an oder führt sie bereits ein.



Clemens Pflanz von Meisterkreis.
Bild: PR

Nicht zuletzt, weil immer mehr Geschäfte und Läden spätestens nach dem 3. Mai wieder ihre Türen öffnen und zugleich immer mehr Unternehmen sich an Lockerungsübungen versuchen, steigt der Bedarf. Ganze Betriebe decken sich mit Masken ein, um zu einer gewissen Normalität zurückkehren zu können. Sie wollen Mitarbeiter in Supermärkten, Büros und Produktion schützen. Gerade erst hat etwa die [Deutsche Telekom](#) ihren Mitarbeitern angekündigt, jeder von ihnen bekomme nun zwei Masken nach Hause geschickt. Und wenn die Bundesliga voraussichtlich ab dem 9. Mai ihre Geisterspiele anpfeift, wird am Spielfeldrand Maskenpflicht herrschen. Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier schätzt den Mindestbedarf in [Deutschland](#) auf bis zu zwölf Milliarden Stück im Jahr.

ANZEIGE



SICHERHEIT UND PRODUKTIVITÄT

10 Tipps, die das Home

Dezentrales Arbeiten. Produktiv relevanter als heute. Doch wie lässt sich auch im Homeoffice gewährleisten?

Ein großer Teil dieser Masken, davon gehen Experten aus, dürfte dabei aus solchen Textilteilen bestehen, wie sie van-Laack-Chef von Daniels anzubieten hat – keine zertifizierten Medizinprodukte, sondern alltagstaugliche Stoffmasken zu erschwinglichen Preisen.

Idee kam bereits im Februar

Von Daniels etwa dachte bereits im Februar darüber nach, wie sich solche Mundschutze herstellen ließen. Das eigene Werk des Unternehmens in Vietnam hatte begonnen, Masken für den Eigenbedarf zu nähen, jede Mitarbeiterin bekam ihre eigenen. Von Daniels schaute sich die Teile an. In der Zentrale in Mönchengladbach entwickelten sie die ersten Stücke dann weiter. Heute, sagt der Unternehmer, arbeiten die Näherinnen in Fernost rund um die Uhr an den Masken; aber auch an OP-Kitteln und anderen Textilien für Ärzte und Pfleger. Das Material dafür, darauf legt der van-Laack-Chef wert, stammt aus Deutschland.

Ein Teil seiner Abnehmer sind neben Bundesländern Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen. Doch das Gros der Masken geht vor allem an Unternehmen und Privatkunden. Nicht zuletzt durch die Vermittlung der Vereinigung Meisterkreis, in sich mehr als 80 deutsche Unternehmen unterschiedlichster Branchen zusammengefunden haben, beliefert allein van Laack eine Vielzahl namhafter Kunden. Neben [Porsche](#) und [Leica](#) zählen dazu Unternehmen wie Walter Knoll, Nomos und A. Lange & Söhne, Weingüter wie Robert Weil und Van Volxem, aber auch Dr. Oetker (Brenners Park Hotel) und die Nationalgalerie in Berlin. Aber auch über die Grenzen hinaus fand von Daniels Abnehmer – darunter etwa [Chanel](#), Hermès und Montblanc.

„Masken und ihre Träger stehen vor einem grundlegenden Imagewandel“

Die meisten Firmen bestellten zunächst für den eigenen Bedarf. Doch viele denken auch an die Kundschaft. So dürfte auch Edeka bald auch Masken ins Sortiment aufnehmen – bei van Laack haben sie jedenfalls schon einmal Masken in kinderfreundlichen bunten Stoffen produziert. Für Clemens Pflanz, Gründer und Geschäftsführer des Meisterkreises, der das Thema seit geraumer Zeit vorantreibt und in Briefen auch an Ministerpräsidenten und Bundesminister herantrug, steht jedenfalls fest: „Das Thema Masken wird beim Exit für die Wirtschaft von größter Bedeutung sein – und man mag sich nicht ausmalen, wie gut sie uns auch schon früher geholfen hätten.“

Allerdings rechnet Pflanz nun mit wachsender Akzeptanz für Masken in der Öffentlichkeit: „Masken werden in den nächsten Wochen vom notwendigen Übel mehr und mehr zum Accessoire, und dienen der Differenzierung: ich zolle anderen Respekt“, sagt der umtriebige Unternehmer. Niemand wolle aussehen, als käme er gerade aus dem Krankenhaus, deshalb würden die Gesichtsmasken nun allmählich immer schicker: „Masken und ihre Träger stehen vor einem grundlegenden Imagewandel.“

Die Nachfrage jedenfalls bei den Kunden sei da: „Als wir im Onlineshop den Menschen für einen Bestellwert von mehr als 150 Euro drei Masken dazugelegt haben, sind bei uns die Server zusammengebrochen“, berichtet von Daniels. Abnahmegarantien braucht er nicht – der Markt hat bereits auf die Nachfrage reagiert, die Auswahl für Kunden wird in den kommenden Monat sicher noch größer werden. So steigen auch Unternehmen in das Thema ein, die mit einem ganz anderen Blick auf die Masken schauen als von Daniels. Ein Unternehmen wie Maloja etwa, ein kleines feines Outdoor-Label aus Bayern.

Töten Viren in zwei Stunden

Am Wochenende hat Klaus Haas seine Maske direkt selbst ausprobiert. Zwei Stunden am Stück hat sich der Gründer und Geschäftsführer von Maloja das schwarze Stoffteil mit den zwei Bändern über den Kopf gezogen; hat getestet, ob er sich die Maske auch abnehmen und wieder aufsetzen kann, ohne mit den Fingern darauf herumzugrabschen; wie es sich anfühlt unter dem Textil und wie gut er Luft bekommt. Am Ende war

Haas es zufrieden – Maloja steigt jetzt mit seinen eigenen Produktionsbetrieben ein in die Herstellung von Mund- und Nasemasken.



CORONAVIRUS

Über Masken-Mangel und kulturelle Hürden

PREMIUM

Warum Virologen den Mundschutz in der Öffentlichkeit unterstützen, Politiker aber nicht.

von Cordula Tutt

Ähnlich wie von Daniels beim Hemdenschneider van Laack setzt auch Maloja auf eigene Fertigung. Doch anders als der Rheinländer kommen die Bayern aus einer anderen Richtung – als Outdoorhersteller kennen sie sich bei Maloja aus mit speziellen Funktionsmaterialien: „Daraus leiten wir auch unseren Anspruch auf Gesichtsmasken ab“, sagt Haas: „Sie müssen in erster Linie funktionieren – und gut aussehen.“

Maloja nutzt dazu seine besondere Expertise. Unternehmen der Branche verarbeiten teils schon seit Jahrzehnten Funktionsmaterialien, technische Fasern, die etwa einseitig Feuchtigkeit passieren lassen. Maloja etwa arbeitet dazu seit Jahren mit dem schwedischen Stoff-Ausrüster und Hygiene-Spezialisten Polygiene zusammen. Der hat ein neues Material entwickelt, Viraloff, das Haas und Polygiene zufolge dank einer speziellen Behandlung der Oberfläche in der Lage sein soll, Viren innerhalb von zwei Stunden um 99 Prozent zu reduzieren. Heißt: Die Maske wäre danach wieder sauber und benutzbar, um andere zu schützen. „Wir sind die ersten, die das für die Masken einsetzen“, sagt Haas.

Im kleinen Kreis der Branche bereits bekannt gemacht, sprach sich der Einstieg der Bayern schnell herum, Haas registriert inzwischen eine große Nachfrage vor allem von Unternehmen. Ab der kommenden Woche will Maloja die erste Charge Masken auch für Privatkunden anbieten, erst noch schlicht und einfarbig. Doch mit der nächsten Lieferung will Haas auch mehr fürs Auge dabei haben: „Unsere Outdoor-Produkte sind funktional, sie sollen aber auch gut aussehen – und diesen Designanspruch sollen auch unsere Masken erfüllen.“

Kein Gewinn auf Teufel komm raus

Verkaufen will Haas den funktionalen Gesichtsschutz, der vielfach wiederverwendbar sein soll, für gut zehn Euro. Betont aber, die eigene Marge „so knapp wie irgend möglich“ kalkuliert zu haben: „Gesundheitsschutz ist ein sehr sensibles Thema, damit sollte niemand versuchen, Gewinn auf Teufel komm raus zu machen.“ In der Branche fallen daher jene Anbieter negativ auf, die für simple Stoffmasken, die

teils in weniger als drei Minuten zusammengenäht würden und einen Produktwert von gerade zwei Euro hätten, für zehn, zwölf Euro in den Verkauf gelangen.

Für Haas steht jedenfalls fest: „Für uns sind die Masken kein Nebenbeiprodukt, sondern sie werden zu einem festen Bestandteil unseres Sortiments – mit dem Virus werden wir sicher noch lange Zeit leben müssen.“

Ähnlich sieht es Thomas Gröger. Doch während bei van Laack und Maloja der Weg vom Textil zum Mundschutz ein relativ kurzer war, sah der beim Geschäftsführer von Hanwag etwas anders aus: „Wir fertigen seit fast 100 Jahren Wanderstiefel und Trekkingschuhe – vom Fuß zum Gesicht, das ist schon erst einmal ein Schritt.“

Doch nachdem für den Schuh-Spezialisten feststand, dass auch er seinen Beitrag zur Bekämpfung der Krise leisten wollte, lag der Gedanke nahe: „Wir haben mit dem Material Ecoshell eine Membran, die perfekt geeignet ist auch als Schutz vor Mund und Nase.“ Das Material, das bei Hanwag seit 2018 vor allem bei Winterstiefeln zum Einsatz kommt, ist einseitig durchlässig für Wasserdampf und transportiert Feuchtigkeit nach außen, vom Gesicht weg. „Das“, sagt Gröger, „sorgt für einen großen Vorteil, den eingesetzt in ein 3-Lagen-Laminat sorgt es dafür, dass keine Durchfeuchtung stattfindet wie etwa bei den meisten selbst genähten Masken.“ Außerdem ist es bei 75 Grad waschbar und damit wiederverwendbar.

Am Montag erst hat er das Signal von seinem Zulieferer bekommen, dass er Membran in ausreichender Menge liefern kann: „Es kann losgehen“. In den kommenden Wochen will Gröger so in den eigenen Betrieben einige hunderttausend Masken nähen. Auch in seinen Maschinenpark hat bereits investiert und etwa neue Stanzmesser angeschafft.

Zugutekommen sollen die Masken zunächst den eigenen Mitarbeitern und den Kollegen von anderen Outdoormarken wie der schwedischen Schwestermarke Fjällräven. Aber auch Verkäufer in den Outdoor-Geschäften, die seine Stiefel führen, will Gröger ausrüsten: „Wenn möglichst viele wieder öffnen können, und gut geschützt sind, dann hilft das uns allen“, sagt Gröger. Aber auch für Endkunden sollen die Masken bald erhältlich sein. Selbst in neue Maschinen wie Stanzapparate würde der Hanwag-Chef investieren, um noch mehr Masken herzustellen, sollten zukünftige Bestellmengen dies rechtfertigen.

Die erste 2500 Mundmasken hat Gröger schon fertig – wenn die Produktion richtig anläuft, sollen es mehrere hunderttausend werden. „Schließlich haben wir eine Krise und keinen Krieg, da kann man etwas tun“, sagt der Hanwag-Chef, „die Corona-Pandemie ist eine Herausforderung, und die gehen wir an.“

Mehr zum Thema

Das Coronavirus stellt für den deutschen Mittelstand die größte Bedrohung seit Jahrzehnten dar. Die WirtschaftsWoche hat drei Unternehmen durch die

Krise begleitet. [Das Protokoll von Managern im Ausnahmezustand lesen Sie hier.](#)



Peter Steinkirchner
Redakteur Unternehmen & Märkte

Zur Startseite >

Artikel teilen per:

Artikel teilen per:



© Handelsblatt GmbH – Alle Rechte vorbehalten. [Nutzungsrechte erwerben?](#)

Auch interessant:



ZAHNIMPLANTATE - SPONSORED LISTINGS

Wie viel können Zahnimplantate kosten? (Siehe Preise)



CODE41 WATCHES

Tausende Schweizer stürzen sich auf die Armbanduhren dieses...



FINANZCHECK

Bombenkredit - Dieser Kredit aus Düsseldorf sprengt alle Rekorde.



IMMOBILIEN

IW rechnet mit fallenden Wohnungspreisen wegen Coronakrise



IW-STUDIE ZU IMMOBILIENPREISEN

Warum der Immobilien-Crash doch nicht kommt



NORDKOREA

Kim Jong Un nach OP offenbar in Behandlung – Südkorea sieht keine...



SWITCHUP.DE

Das verschweigt Ihnen der Stromanbieter mit Absicht. Diesen Trick sollten Sie...



GESUNDHEITS-NEWSLETTER.COM

Doktor behauptet: Einfacher Tipp lindert Gelenkschmerzen...



FRIBBLA.DE

Sie bezahlte seit Jahren immer in bar, nun kam ihr bizarres Geheimnis ans Licht