

Vom Regenschirm zum Flächenvorhang

Der Produzent technischer Textilien ist beim Sonnenschutz ganz vorn mit dabei

Am Stammsitz von Junkers & Müllers in Mönchengladbach sind Tradition und Innovation nur wenige Meter voneinander entfernt: Hinter roten Backsteinmauern finden sich Jahrzehnte alte Maschinen, die viel Handarbeit erfordern, ebenso wie hochmoderne Anlagen.

JM Technical Textiles – der offizielle Name des seit jeher international ausgerichteten Unternehmens sagt wenig über die Produkte aus, die es herstellt. Als Veredler von Sonnenschutz-Produkten im Wohn- und Objektbereich ist Junkers & Müllers in der Branche seit langem ein Begriff. Tatsächlich sind Stoffe für den Einsatz als Rollo, Plissee, Lamelle oder Flächenvorhang aber nur eines von drei Standbeinen. Neben verschiedenen technischen Textilien für industrielle Anwendungen stellt



Endkontrolle und Verpackung; Sonnenschutz ist nicht der einzige, aber der wichtigste Bereich für den Mönchengladbacher Textilveredler Junkers & Müllers.



Dr. Christian Junkers

GL Junkers & Müllers GmbH

»Im Objektbereich werden wir sicher noch mehr machen.«

Junkers & Müllers

- Gegründet:** 1950 als Handelsgesellschaft für Regenschirmstoffe
- Eigentümer:** in Familienbesitz
- Umsatz:** ca. 40 Millionen Euro (2008)
- Exportanteil:** 75 Prozent (zum Beispiel Polen, Skandinavien, Benelux, USA)
- Standorte:** Mönchengladbach, weitere Niederlassung in Bangkok/Thailand
- Mitarbeiter:** ca. 250
- Spektrum:** Textilien für innenliegenden Sonnenschutz im Heim- und Objektbereich, digital bedruckbare Textilien, Materialien für Messebau

Weitere Infos: www.jm-textile.com

der Betrieb auch digital bedruckbare Textilien zum Beispiel für Kunstreproduktionen, für Werbebanner und Zelte her.

Seitdem das Unternehmen 1950 als Handelsgesellschaft für Regenschirmstoffe den Betrieb aufnahm, haben sich die technischen Anforderungen immer wieder gewandelt – genauso wie die Produkte. Auf Gewebe für Regenschirme folgten textile Duschvorhänge. Erst in den achtziger Jahren kam der innenliegende Sonnenschutz hinzu, 2001 die Entwicklung von Textilien für den Digitaldruck.

Und heute? Im Bereich innenliegender Sonnenschutz werden ab Lager mehr als tausend Produktvarianten vorgehalten. Während der Wohnbereich vor allem Unistoffe und Dessins in jeweils aktuellen Farben fordert, sind Stoffe mit hohen technische Anforderungen wie zum Beispiel Eignung für Bildschirmarbeitsplätze, Schallabsorption oder Schwerentflammbarkeit besonders im Objektbereich gefragt.

Junkers & Müllers übernimmt bei seinen sämtlichen technischen Textilien alle Schritte von der Idee über die Entwicklung bis hin zur

Produktion. Ein eigenes Atelier im Haus greift aktuelle und sich anbahnende Trends auf und erarbeitet eigene Kollektionen. Textilien können bei den Mönchengladbachern bis zu einer Breite von 3,20 Meter verarbeitet werden.

Das Besondere: Alle verwendeten Materialien sind PVC- und lösungsmittelfrei. Das gilt selbst für Screens – Qualitäten, die klassischerweise zum Sicht- und Blendschutz an Bürogebäuden eingesetzt werden. „Wir haben keine PVC-Screens, sondern rein textile. Seit anderthalb Jahren ist die gesamte Kollektion nach Ökotex Standard 100 IV zertifiziert. Wir haben unsere komplette Produktpalette zertifizieren lassen“, erklärt Dr. Christian Junkers.

Seit rund einem Jahr leitet Junkers als kaufmännischer Geschäftsführer das Unternehmen gemeinsam mit Udo Jakobs, dem technischen Geschäftsführer. Dass er einmal das Unternehmen aus den Händen seines Vaters übernehmen würde, habe immer festgestanden, sagt der ausgebildete Diplom-Kaufmann. „Es war immer klar, dass ich das machen



Das Team von Junkers & Müllers: Christine Mählmann, Leiterin Produktmanagement, Marketing und Design (links), Anja Giersiepen, Corporate Communication, und Dr. Christian Junkers.



Bei der Rohwarenschau wird das angelieferte Gewebe vor der Verarbeitung zunächst auf Fehler untersucht.

würde. Das habe ich schon immer verfolgt“, erzählt der Geschäftsführer beim Gang durch die verwinkelten Hallen. Seit den siebziger Jahren ist die in einem Wohngebiet gelegene Produktionsstätte immer weiter auf inzwischen rund 22.000 Quadratmeter gewachsen. Wer öfter Unternehmen der Branche besucht, wundert sich über das hohe Maß an Handarbeit. Rund 250 Mitarbeiter sind derzeit bei Junkers & Müllers beschäftigt.

Der mit Abstand größte Bereich im Produktspektrum umfasst die Sonnenschutz-Textilien. Deren Design sei an aktuelle Mode- und Inneneinrichtungstrends angelehnt, sagt Produktmanagerin Christine Mählmann. „Wir sprechen mit unseren Kunden weltweit. Die Trends sind international ähnlich und daraus kristalli-

beobachtet stets alle verwandten Gebiete und verfolgt Tapetentrends ebenso wie zum Beispiel Holzfußbodentrends. An Kollektionen wird durchgängig gearbeitet. Zu Messen wie der Heimtextil oder der R+T zieht das Tempo allerdings noch einmal kräftig an.

Wo liegt der Schwerpunkt – im Privat- oder im Objektbereich? „Der Wohnbereich“, sagt Junkers, „war schon immer unser stärkstes Gebiet, aber im Objektbereich verzeichnen wir seit Jahren Zuwachsraten“. Das Unternehmen hat eine eigene Objektkollektion mit schwer entflammaren Stoffen, will in Zukunft aber „sicher noch mehr machen“.

Im Segment der so genannten Mediatextilien bedrucken die Mönchengladbacher ihr Material zu Testzwecken schon selbst digital.

dabei, Energie einzusparen. Die kontinuierliche Verbesserung des Umweltschutzes im Betrieb gilt als erklärtes Ziel des Unternehmens, das alle Produktionsprozesse umweltverträglich betreibt. Nachdem ein Textil gewaschen und vorbehandelt, gefärbt und beschichtet wurde, geht es zur Weiterverarbeitung. Das Gewebe wird dabei zum Beispiel plissiert, also von einer Plissiermaschine kunstvoll in Falten gelegt.

Junkers & Müllers entwirft und veredelt nicht nur Textilien, sondern erarbeitet auch Trendkarten und ganze Kollektionsbücher für Kunden – von der Grafik bis zur Umsetzung. Es existiert eine Hauskollektion, die für alle Kunden aus der Industrie zugänglich ist, aber darüber hinaus wird sehr vieles exklusiv ent-

»Im Sonnenschutz ist die digitale Technologie noch nicht so weit.«

sieren sich unsere Entwürfe heraus. Vier Designer und zwei Produktmanager arbeiten eng im Team zusammen“, berichtet Christine Mählmann. Ideen und Modetrends ließen sich allerdings nicht eins zu eins auf den Sonnenschutz umsetzen – schon aus kommerzieller Sicht sei das kaum machbar.

Aber was heißt kommerziell? Endverbraucher sagt der Name Junkers & Müllers vermutlich nichts und auch Einrichtungsprofis werden ihn nicht zwingend kennen. Wer ist dann Kunde des Unternehmens? Als Vorlieferant verkauft Junkers & Müllers nicht direkt an Raumausstatter, sondern an die Sonnenschutzindustrie, also an Hersteller etwa von Rollos oder Flächenvorhängen.

Doch nicht allein die haben die Kreativen von Junkers & Müllers im Blick. Das Team

Die Digitaltechnologie ist also vorhanden, wird derzeit aber nicht im industriellen Maßstab eingesetzt – noch nicht, möglicherweise. Junkers: „Im Sonnenschutz ist die Technologie noch nicht so weit, dass wir darauf umstellen könnten. Im Moment wäre das auch nicht wirtschaftlich, aber wir beobachten das.“

Junkers & Müllers verfügt seit rund zehn Jahren über keine eigene Weberei mehr und kauft das benötigte Gewebe darum von spezialisierten Betrieben ein. Das Familienunternehmen arbeitet hauptsächlich mit deutschen Webereien zusammen und konzentriert sich heute ganz auf die Veredelung. Zu Beginn des Produktionsprozesses steht die so genannte Rohwarenschau, bei der das angelieferte Gewebe nach Fehlern untersucht wird. Eine neu installierte ökologische Breitwaschanlage hilft

wickelt. Besonders bei Dessins und der Koloristik ist eine enge Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber gefragt. Christine Mählmann spricht davon, „Stories“ aufzubauen, also „nicht nur Einzelstoffe zu entwickeln, sondern ganze Themen“. Das einst eher im Hintergrund agierende Unternehmen betreibt inzwischen Marketing, bündelt Ideen, arbeitet Trends und Aussagen heraus, spielt mit Emotionen, macht Leporellos, schreibt Newsletter und gibt Bildmaterial weiter an Kunden, um Produkte vermarkten zu können.

All das verbirgt sich hinter den roten Backsteinmauern im Wohngebiet, dem bis heute einzigen Produktionsstandort. Vermutet hätte das 1950, als es in Mönchengladbach noch eine florierende Regenschirmindustrie gab, wohl niemand. ■ ALEXANDER RADZIWIŁL