

Textilreinigungen, die bisher wenig mit viren- oder bakterienverseuchter Bekleidung konfrontiert wurden.

Die vom Robert-Koch-Institut (RKI) geprüften und gelisteten Waschverfahren einerseits und die

marktdurchdringende Zertifizierung nach RAL 992/2 andererseits haben Normen und Standards für infektiöse und infektionsgefährdete Wäsche gesetzt, die bei den Wäschereien für Krankenhäuser Routine sind. Das RAL-Hygienezeugnis nach RAL-GZ 992/2 gilt im Markt

Martin Dieckhoff

Geschäftsführer Karl Dieckhoff GmbH & Co. KG

KURZINTERVIEW

„Wir sind in dieser Krise besonders gefordert“

WRP: *Wie hat sich in der derzeitigen Krisensituation die Struktur und Menge der Nachfrager geändert? Haben Sie plötzlich viele neue Kunden beziehungsweise Interessenten?*

Martin Dieckhoff: Als traditionsreicher und gut positionierter Anbieter von Krankenhaus-textilien erleben auch wir die Coronakrise als außergewöhnlich fordernd und kompliziert. Nüchtern gesprochen gibt es einen sehr deutlich gestiegenen Bedarf an textiler und nicht-textiler Krankenhausausrüstung vor allem im Bekleidungs- und Schutzbekleidungssegment. Dahinter verbergen sich anders als zu normalen Geschäftszeiten auch viele extreme emotionale Situationen. Uns erreichen Anfragen aus ganz Deutschland von Institutionen und Unternehmen, mit denen wir noch nie zu tun hatten, aber selbstverständlich auch von unseren Stammkunden. Wir sind aufgrund unseres Tätigkeitsfeldes in dieser medizinischen Krisensituation besonders gefordert. Da unsere Lieferketten im Großen und Ganzen weiter funktionieren, können wir die Anfragen auch zu einem guten Teil bedienen und müssen keine Kurzarbeit anmelden.

WRP: *Wo liegen die Schwerpunkte der Nachfrage?*

Dieckhoff: Eigentlich ist es die ganze Breite der Bekleidungs- und Schutzbekleidungsprodukte, angefangen von OP-Mänteln über einfache Besucherkittel bis hin zu Schutzprodukten wie den überall diskutierten Mund-Nase-Masken verschiedener Schutzstufen. Dabei registrieren wir auch wieder ein höheres Interesse an Mehrwegprodukten. Das liegt teilweise sicherlich daran, dass die Einwegprodukte auch mit Liefer-schwierigkeiten verbunden sind.

WRP: *Wie stark prägen Liefer-schwierigkeiten das Geschäft?*

Dieckhoff: Das Bemühen um funktionierende Lieferketten ist unser täglicher Kampf, um unseren Kunden die textile Versorgung zu sichern. China als ein wichtiges Beschaffungsland ist dabei, die Produktion nach dem Shutdown erst wieder hochzufahren; Pakistan und Indien, die vor allem für Gewebe bedeutend sind, haben das gesellschaftliche und wirtschaftliche Leben heruntergefahren. Und die europäischen oder europahanen Konfektionsbetriebe arbeiten nicht mehr alle oder reduziert. Die Ausgangsbeschränkungen in anderen Ländern sind häufig sehr viel rigider als bei uns. Und die Logistik ist erheblich



erschwert, weil viele Länder die Grenzen zugemacht haben oder den Transit sehr viel stärker kontrollieren und Auflagen machen. Insofern haben wir mehrere Fronten bei der Warenbeschaffung und müssen uns häufig Alternativen überlegen oder einfach ständig eingreifen, um Dinge zu beschleunigen und zu sichern. Entsprechend haben wir auch teilweise neue Konfektionspartner aufbauen müssen und können. Vor diesem Gesamtbild sind Terminvergaben bei Auftragsannahme manchmal riskant oder nur unter Vorbehalt zu geben.

WRP: *Wie entwickeln sich die Preise in dieser Situation?*

Dieckhoff: Man hört teilweise von abenteuerlichen Konditionen wie etwa bei den Mund-Nase-Masken. Es gibt

sicher verzweifelte Kunden, die in ihrer Notsituation auch unseriöse Preise zahlen. Wir lehnen aus Geschäftsführungsperspektive Preiserhöhungen aufgrund des Nachfrageüberhangs ab. Ich finde es kein anständiges Geschäftsverhalten, Notlagen auszunutzen.

Dieckhoff ist in der dritten Generation im Markt für Gesundheitstextilien. Wir haben uns unsere gute Position seriös erarbeitet und fühlen uns im Gesundheitsmarkt zu Hause. Die Margen in diesem Marktsegment sind nicht groß, aber wir arbeiten in einem Markt, der ein immer benötigter, unantastbarer Teil der Gesellschaft ist. Verlässliche und vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Kunden sind wichtig für uns, da wäre das Ausnutzen der derzeitigen Situation einfach unanständig. Sicher gibt es aufgrund von Auflagen teilweise höhere Frachtkosten oder wir müssen situationsbedingt auf andere Materialien oder andere Konfektionäre als gewohnt umstellen, was zu höheren Kosten führen kann. Aber die Grundlinien unserer Kalkulation sind davon geprägt, dass wir mit unseren Kunden weiter langfristig zusammen arbeiten wollen und einen Ruf der Verlässlichkeit haben.