



WELTKLASSE
AUS DEM
ALLGÄU



FOLGE 30

DIE PERFEKTE MASCHIE

NICHT NUR ABT SPORTSLINE IST IN SEINER BRANCHE WELTSPITZE. AUCH ANDERE FIRMEN, MENSCHEN UND SPORTLER SIND „WELTKLASSE AUS DEM ALLGÄU“. UPTREND STELLT DIE GLOBAL PLAYER AUS DER REGION VOR. DIESMAL: DIE FIRMA KUNERT, SPEZIALIST FÜR HAUCHZARTE STRUMPFKREATIONEN, MIT DENEN SCHON MARLENE DIETRICH ZU VERFÜHREN WUSSTE.

Autorin | Sonja Schmidt Fotos | Kunert

Marlene Dietrich ist Deutschlands bis heute wichtigster weiblicher Hollywood-Export und laut American Film Institute einer der 25 größten weiblichen Filmlegenden aller Zeiten. Ihre rauchig-erotische Stimme macht die gebürtige Berlinerin ebenso zum Sexsymbol wie ihre endlos langen Beine. Und die hüllt sie – wenn man der damaligen Werbung Glauben schenken darf – am liebsten in Strümpfe von Kunert.



Aber nicht nur die Dietrich zeigt damals gern Bein und fängt damit begehrlische Männerblicke ein. Nach dem Ende des Ersten Weltkriegs steigt die Stimmung rund um den Globus und zieht vielerorts den Rocksäum modebewusster Damen mit in die Höhe. Die nun sichtbar gewordene Haut will elegant verhüllt werden.

ZEICHEN DER ZEIT ERKANNT

Heinrich und Julius, die beiden Söhne von Firmengründerin Maria Kunert, die sich 1907 im sudeten-deutschen Warnsdorf mit einer Strickerei selbstständig gemacht hatte, erkennen die Zeichen der Zeit, und Kunert liefert, was fesche Frauen wollen: eine schmeichelnde zweite Haut fürs Bein. Passenderweise wird damals die sogenannte Cotton-Maschine erfunden. Mit ihr lassen sich Strümpfe in Form von Beinen herstellen. Oder „wirken“, wie die maschinelle Maschenbildung auch bezeichnet wird. Daher zählt man Strümpfe auch zu den Wirkwaren – nicht etwa wegen der erotischen Wirkung am Damenbein.

Aus den von Kunert angeschafften Cotton-Maschinen purzeln immer mehr Strümpfe. Als im Oktober 1924 mit 18 Mitarbeitern die Produktion aufgenommen wird, waren es 300 Strümpfe pro Tag. Bereits in den 1930er-Jahren beschäftigt Kunert 5.000 Angestellte, exportiert Produkte in aller Herren Länder und ist Europas Strumpf-Nummer-eins.

Den Namen Kunert trägt zu der Zeit nicht nur Marlene Dietrich in die Welt hinaus, sondern auch das hauchzarte Beinkleid „Elite“. Eine Innovation aus Kupferkunstseide, die zum meistverkauften Damenstrumpf Europas avanciert. Nach oben rundet Kunert sein Programm mit den ersten aus Naturseide gewirkten Feinstrümpfen ab. Benannt wurde die Edelmarke nach Juliana, der damals frisch vermählten Kronprinzessin und späteren Königin der Niederlande.

NEUANFANG IM ALLGÄU

Dann kommt der Zweite Weltkrieg, an dessen Ende die Kunerts ihre Koffer packen müssen. Die Vertriebenen finden im Allgäu eine neue Heimat und starten bei null. Fast bei null. Der unternehmerische Geist ist ungebrochen, das Strumpf-Know-how groß und ein paar alte Mitarbeiter sind ins Allgäu gefolgt. „Wir waren nicht eine Minute ängstlich, dass wir wieder von vorne beginnen können“, blickt Julius Kunert später zurück.

In der neuen Heimat findet Kunert – auch dank Unterstützung von Mr. Wirtschaftswunder Ludwig Erhard – schnell zu alter Stärke zurück. 1949 produzieren 120 Mitarbeiter schon wieder 2.000 Damenstrümpfe pro Tag. Der aus den USA herübergeschwappte Hype um die „Nylons“ (siehe Infoblock S. 85) spielt den Maschenknüpfen voll in die Karten. 1950 steigt Kunert mit einer gebrauchten Strumpfwirkmaschine aus den USA in die Produktion von Perlonstrümpfen ein, wie Nylons in Deutschland heißen. ▶

„Das Garn ist die Seele des Strumpfes“

Julius Kunert





CHINCHILLAN EROBERT DEN MARKT

„Das Garn ist die Seele des Strumpfes“, lautet das Motto des umtriebigen Julius Kunert. Der findige Wahl-Allgäuer setzt auf immer neue Materialien, Farben und Formen. Dabei hilft ihm die Einführung der „Rundstühle“, die die Produktion nahtloser Strümpfe ermöglichen. Auch der Preisverfall – 1950 kosten Perlonstrümpfe noch zehn Mark, fünf Jahre später nur noch ein Drittel – bringt Kunert nicht ins Wanken.

1966 überrascht Kunert mit einem neuartigen Garn, das einzigartige Produkteigenschaften hatte: hochelastisch, anschmiegsam, transparent und seidig glänzend. Der Name „Chinchilla“ gehört noch heute zu Kunert wie der Käfer zu VW. Die feine Kunstfaser beschert – so die Kunert-Werbung – „jeder Wade die zauberhafteste Fassade“. Romy Schneider und Hildegard Knef beweisen es als Werbe-Ikonen.

Als das damalige It-Girl Twiggy den Siegeszug des Minirocks einläutet, verbannen immer mehr Frauen Strumpfhalter aus ihren Kleiderschränken. Stattdessen greifen sie zu hüfthohen Strümp-

fen. Natürlich hat Kunert auch diese in vielen Varianten im Programm. Kunert wächst weiter, kauft den Mitbewerber Hudson und ist 1979 wieder Europas größter Strumpfhersteller. Werke im Ausland werden eröffnet. 1991 trägt man mit 700 Millionen D-Mark den höchsten Jahresumsatz der Firmengeschichte in die Bücher ein. Zwei Jahre später stirbt Firmenpatriarch Julius Kunert im Alter von 93 Jahren – den wenig später beginnenden Absturz seiner Firma muss er nicht mehr ertragen.

ABSTURZ UND NEUANFANG

Mitte der 90er-Jahre wandelt sich der Modegeschmack der Damenwelt – mal wieder. Aber diesmal nicht zugunsten Kunerts. Frauenbeine verschwinden zunehmend in Hosen, der Feinstrumpfmacht bricht um die Hälfte ein. 2004 wird Kunert von einem Investorenkonsortium übernommen. Aber selbst die Einführung „laufmaschenfreier“ Strumpfhosen, von unzähligen Frauen jahrzehntelang herbeigesehnt, rettet Kunert schließlich nicht vor der Planinsolvenz 2013 und einem Neuanfang.

1 Million
So viele Maschen werden bei einer Kunert-Feinstrumpfhose zusammengefügt.

Getreu dem Motto „Sex sells“ setzt Kunert in der Werbung zart verhüllte Frauenbeine reizvoll in Szene – heute ebenso wie in den 70er-Jahren





45 Gramm

Das Garn von Feinstrümpfen ist extrem dünn. Selbst bei einer blickdichten Strumpfhose wiegen 9.000 Meter Faden nur 45 Gramm. Das Material hat dann 45 DEN, eine Einheit, die auf vielen Strumpf-Verpackungen steht.

„In den vergangenen Jahren haben wir extrem gelitten. Aber wir haben überlebt – und stecken jetzt umso mehr Liebe und Leidenschaft in unsere Produkte“, erklärt Geschäftsführerin Justina Rokita heute. Sie kümmert sich mit einem Team aus Designern und Farbspezialisten in Immenstadt um die Stärkung der Marken Kunert, Hudson und Kunert Men.

Wie einst unter Julius Kunert denkt man sich auch heute bei Kunert gern Neues aus, Innovationen wie die mitwachsenden Schwangerenstrumpfhosen „Mommy Tights“, die auf Reisen venenschwache Beine stützenden Strümpfe „Fly and Care“ oder die Kollektion „Kunert Blue“, auf die man in Immenstadt besonders stolz ist. Der Clou: Das dort verwendete „Econyl“-Garn besteht aus recycelten Fischernetzen, Teppichresten und Nylon-Rückständen. „Wir machen Nachhaltigkeit sexy“, betont Justina Rokita und kann sich einen Hinweis auf die nächste Kunert-Revolution nicht verkneifen, die

auch im Hause ABT auf großes Interesse stößt: feuerfeste Rennfahrer-Strümpfe. Schweißabsorbierend, rutschfest und mit extra Grip-Feeling. Spätestens im Frühsommer 2018 sollen sie einsatzbereit sein. Eine Novität, die wahrscheinlich sogar den umtriebigen Julius Kunert aus den Socken gehauen hätte. ■

kunert.de

DIE SCHLACHT UM STRÜMPFE

Der 15. Mai 1940 ging als „N-Day“ in die Weltgeschichte ein. An dem Tag brachte der Chemiekonzern DuPont in den USA Damenstrümpfe auf den Markt, die aus einer neuen Kunstfaser produziert waren. Diese hatte der Chemiker Dr. Wallace Hume Carothers fünf Jahre zuvor aus Kohle, Wasser und Luft entwickelt: Nylon. 5 Millionen Stück hatte DuPont an seine Händler für den Premierentag ausgeliefert – viel zu wenig. Obwohl die neuartigen Beinkleider 250 Dollar kosteten, schlugen sich Frauen im wahrsten Sinne des Wortes um die Neuheit. Und das nicht ohne Grund: Zarte Nylonstrümpfe waren zwar nicht viel billiger, aber deutlich stabiler als welche aus Kunstseide oder Seide. Zeitgleich mit DuPont hatte die deutsche IG Farben eine fast identische Kunstfaser entwickelt. Ihr Name: Perlon. Durch den Zweiten Weltkrieg wurden Nylon und Perlon zur Mangelware, daraus hergestellte Damenstrümpfe zum hoch gehandelten Tauschmittel auf dem Schwarzmarkt. Nicht wenige Frauen im Nachkriegseuropa sollen den Stoff ihrer Träume mit unkeuschen Mitteln erworben haben.



Mit Nylon revolutionierte DuPont den Strumpfmarkt

„Wir machen Nachhaltigkeit sexy“

Justina Rokita