

Meilenstein in die Zukunft

GZ-05-2016

Freitag, den 11. März 2016 um 16:26 Uhr

Fahnen Kössinger überarbeitet Firmenauftritt sowie Produktportfolio und erweitert seine Vertriebswege

Mit der Neuerstellung und Überarbeitung des kompletten Kundenauftritts hat die Traditionsfirma Fahnen Kössinger einen wichtigen Schritt für die Zukunft geschafft. „Es ist für uns ein Meilenstein, der es uns ermöglicht, als traditioneller Hersteller im digitalen Wettbewerb zu bestehen und doch dem treu zu bleiben, was uns ausmacht“, sagt Florian Englmaier, Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens mit Sitz in Schierling bei Regensburg.

Nach etwa einem Jahr, nachdem Englmaier den Mittelständler übernommen und den Generationswechsel vollzogen hat, hält die Digitalisierung in vielen Geschäftsbereichen Einzug. „Laptop und Lederhose, das nehmen wir wörtlich - wenn der Trachtenverein das Zubehör für seine gestickte Fahne per Mausklick bestellt oder einen eigenen Online-Shop für die neuen Vereins-T-Shirts einrichtet.“

Der neue Auftritt ist für Fahnen Kössinger kein Neuanfang, sondern eine logische Weiterentwicklung der Identität des Unternehmens. „Mit der Weiterentwicklung des Auftritts reagieren wir darauf, dass sich das Kaufverhalten und die Kundenanforderungen im Lauf der Jahre stark gewandelt haben“, sagt



Englmaier. „Das neue Erscheinungsbild spiegelt zudem wider, was uns und unsere Produkte ausmacht: Wir stehen als Firma für Identität, unsere Produkte sind Symbol für Gemeinschaft, Identifikationspunkt für Vereine, Gemeinden oder Firmen.“ Der persönliche Kontakt ist der wichtigste Vertriebsweg. „Es ist aber auch klar, dass ein guter Service manchmal bedeutet, bequem von zu Hause aus zu bestellen. Hierfür haben wir nun die Grundlagen geschaffen.“

„Bei der Gestaltung des Firmenauftritts erforderten die unterschiedlichen Kundengruppen und ein breites Produktportfolio besonderes Feingefühl“ sagt der Industrie Designer Franz Reel, der den Firmenauftritt gestaltet hat. Die bemerkenswerte Markenhistorie und das Selbstverständnis der Firma müssten

angemessen zum Ausdruck gebracht werden. Dieses Selbstverständnis steckt auch im überarbeiteten Logo. Dessen markantes Symbol ist eine rote Raute, die neben dem Schriftzug die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Sie ist eine stilisierte Fahne, steht für das Produkt. „Zudem steht sie für die bayerische Heimat und ist nicht zuletzt ein wichtiges Stilelement in der Heraldik, der Wappenkunde“.

Mit ihrem Gründungsjahr 1928 ist die Firma Fahnen Kössinger in der Tat kein Start-up Unternehmen, sie geht aber ähnliche Wege. Mit dem Angebot unter der Marke „Fashion for Groups“ wurde ein neue Möglichkeit geschaffen, um die Bestellung von Vereins- und Firmenbekleidung zu vereinfachen. Jeder Kunde erhält seinen eigenen Online Shop, in dem er vorab definierte Kleidungsstücke seinen Mitgliedern anbieten kann. Das macht es deutlich einfacher, einheitliche Kleidung für Gruppen zu besorgen, ohne aufwändige Koordinierung durch Vereinsvorstände, Gruppenleiter oder Lehrer. „Traditionsfirmen müssen sich nicht hinter den jungen eCommerce Start-ups verstecken“. Es gilt den vermeintlichen Nachteil in einen Vorteil zu wandeln und zu zeigen was man kann. „Oder welches Start-up beschäftigt schon Handstickerinnen?“, fragt Englmaier. **RED**

(GZ-05-2016)