



Führungswechsel bei Fahnen Kössinger

Schierlinger Tradition in die Zukunft führen

Tausende kleine Stickstiche, präzise platziert in mühsamer Handarbeit, bilden ein kleines Kunstwerk, das für die Nachwelt erhalten werden soll. Heiligenfiguren oder Sprüche, die teilweise 500 Jahre alte Fahnen schmücken, erstrahlen auf diese Weise im neuen Glanz.

Dies ist der Schwerpunkt und die Stärke des Unternehmens Fahnen Kössinger GmbH in Schierling. Ob Fahnen für Vereine, „Corporate Fashion“ vom Schal bis zum Anzug oder Werbemittel wie Stehbars und Beachflags – das Familienunternehmen produziert keine Massenwaren, sondern geht individuell auf die Wünsche der Kunden ein. Seit 1. Oktober hat Fahnen Kössinger eine neue Führung: Meinrad Kössinger, der den Familienbetrieb in zweiter Generation 50 Jahre lang geführt hat, hat die Geschäftsführung an Dr. Florian Englmaier übergeben.

Kunden in den USA

„Wir möchten die lange Tradition des Unternehmens fortführen und Produkte mit hoher Qualität herstellen“, erklärt Englmaier seine Strategie für die Zukunft. „die Marke Kössinger hat sich etabliert und genießt einen hohen Bekanntheitsgrad auf dem Markt.“ Große Unternehmen wie Krones oder Labertaler Mineralquellen gehören ebenso zu den Kunden wie kleine Vereine aus dem ganzen deutschsprachigen Raum. „Die Verteilung ist etwa 50:50“, sagt Meinrad Kössinger. Etwa 60.000 Kunden zählt Fahnen Kössinger GmbH inzwischen. Selbst deutsche Vereine in den USA setzen auf das Prädikat „made in Germany“, wenn es um die Restaurierung oder Konservierung ihrer Fahnen geht. Wenn ein Verein einen ganzen Festausschuss zu Fahnen Kössinger nach Schierling schickt, bekommen die Kunden eine ausführliche Beratung und einen Rundgang in der Stickerei. „Die Grafikabteilung kann spezielle Wünsche umsetzen“, erklärt Englmaier. Fehlt noch ein Logo, das die Identität des Vereins unterstreicht, kann sich die Grafikabteilung auch darum kümmern. Wenn die Schrift auf einer Fahne nicht mehr lesbar ist oder Abbildungen



Meinrad Kössinger (l.) übergab den Betrieb zum 1. Oktober 2014 an Diplom-Kaufmann Dr. Florian Englmaier.

nicht die richtigen Proportionen aufweisen, passen die Grafiker den Entwurf dementsprechend an. Die Fahnen, an denen der Zahn der Zeit stark genagt hat, können durch eine Oberflächenverstärkung für eine Ausstellung konserviert werden, um das Symbol für die Nachwelt zu erhalten. Bei Fahnen Kössinger wird noch per Hand bestickt – auch um die alte Stickart zu erhalten. „Wir sind nicht bloß Hersteller, sondern möchten auch die Tradition bewahren“, sagt Englmaier. Die Mitarbeiter sticken spezielle Verzierungen, teilweise mit Stickmaschinen in der gleichen Kunst und Perfektion wie vor 185 Jahren. Weil die Kunden in den gesamten Prozess eingebunden werden, dauert die Restaurierung einer Vereinsfahne von der Idee bis zur Umsetzung teilweise über ein Jahr. Immer wieder werden die Entwürfe in Absprache mit dem Kunden nachjustiert und bearbeitet. Erst wenn der Entwurf perfekt ist, wird der Auftrag produziert. „Der Kunde muss uns zufrieden verlassen“, so Kössingers Credo.

Strategie für Online

Der 36-jährige Diplom-Kaufmann möchte die Diversifikation des Unternehmens weiter fortführen. Neben der Fahnenrestaurierung in der eigenen Werkstatt gibt es für ihn viele neue Themen. Bereits in den vergangenen Jahren wurde der Bereich Werbemittel ausgebaut. Im Bereich „Corporate Fashion“ geht es darum, einen Verein oder ein Unternehmen auf sympathische Art zu präsentieren – mit ansprechender und hoch-



Fahnen Kössinger kümmert sich nicht nur um die Restaurierung von Vereinsfahnen, sondern setzt auch seit Jahren auf Diversifizierung. Selbst Kunden aus den USA setzen auf das Prädikat „Made in Germany“ oder in diesem Fall eben auf „Made in Schierling“.

wertiger Kleidung oder unterschiedlichen Accessoires wie Krawatten und Caps. Englmaier fasziniert in seinem neuen Job insbesondere „das Zusammenspiel zwischen der Stickerei als uraltes Handwerk und dem hochmodern ausgestatteten Betrieb“. Das alte Handwerk braucht aber auch Spezialisten. Deshalb möchte das Unternehmen für die Mitarbeiter attraktiv bleiben: Homeoffice, flexible Arbeitszeiten und Teilzeit sind einige Möglichkeiten für die Mitarbeiter, den Beruf und ihre Familie zu vereinbaren. „Die Mitarbeiter, die zurzeit wegen ihrer Kinder zuhause sind, sind unsere Reserven für den Fachkräftemangel“, sagt Kössinger. Zudem sei es nicht einfach, in dieser Nische die passenden „Perlen“ zu finden, die die feine Handarbeit übernehmen können. Um den Betrieb zukunftssicher zu machen, möchte Englmaier sich auch eine Online-Strategie überlegen. „Wir werden ein auf unsere Kunden abgestimmtes Online-Konzept einführen und so die bestehenden Vertriebskanäle erweitern“, sagt er. Klar sei jedoch, dass Sonderanfertigungen nicht online abgewickelt werden können. (Quelle: Wirtschaftszeitung) ◆