

<http://www.oberpfalznetz.de/magazin/4356793-160,1,0.html>

Von [Oxana Bytschenko](#) | 24.10.2014 | Netzcode: 4356793 | 77 Mal gelesen.

Schierling

Schierlinger Tradition auf die Fahnen geschrieben

Fahnen Kössinger GmbH schafft den Spagat zwischen Tradition, Kreativität und Moderne - Besuch ganzer Festausschüsse

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.

"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.

Logo aus Grafikabteilung

Etwa 60 000 Kunden zählt Fahnen Kössinger. Selbst deutsche Vereine in den USA setzen auf das Prädikat "made in Schierling", wenn es um die Restaurierung oder Konservierung ihrer Fahnen geht. Wenn ein Verein gleich einen Festausschuss zu Fahnen Kössinger nach Schierling schickt, erhält dieser Beratung und einen Rundgang in der Stickerei. "Die Grafikabteilung kann spezielle Wünsche umsetzen", erklärt Englmaier. Fehlt noch ein Logo für die Corporate Identity des Vereins, kümmert sich die Grafikabteilung auch darum.

Wenn die Schrift auf einer Fahne nicht mehr lesbar ist oder Abbildungen nicht die richtigen Proportionen aufweisen, passen die Grafiker den Entwurf 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 Kössinger wird noch per Hand gestickt - auch um die alte Stickart zu erhalten. "Wir sind nicht bloß Hersteller, sondern möchten auch die Tradition bewahren", sagt Englmaier. Die Mitarbeiter sticken Verzierungen, teilweise mit Stickmaschinen, in gleicher 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.

"Die Chinesen können dies gar nicht leisten, weil sie die Tradition um die Fahnenprüche und die Heiligen nicht verstehen", sagt Englmaier unaufgeregt. Der 36-jährige Diplom-Kaufmann möchte die Diversifikation des Unternehmens ausbauen. Ergänzend zur Fahnenrestaurierung wurde in den vergangenen Jahren der Bereich Werbemittel ausgebaut. Bei "Corporate Fashion" geht es darum, einen Verein oder ein Unternehmen auf sympathische Art zu präsentieren - mit hochwertiger Kleidung oder Accessoires wie Krawatten und Caps. Englmaier fasziniert dabei besonders "das Zusammenspiel zwischen der Stickerei als uraltes Handwerk und dem hochmodern ausgestatteten Betrieb".

Mütter als Reserve

Das alte Handwerk braucht auch Spezialisten. Deshalb will das Unternehmen für die Mitarbeiter attraktiv bleiben: Homeoffice, flexible Arbeitszeiten und Teilzeit sind Möglichkeiten, Beruf und Familie zu vereinbaren. "Die Mitarbeiter, die wegen ihrer Kinder zu Hause sind, sind unsere Reserven für den Fachkräftemangel", sagt Kössinger. Zudem sei es nicht einfach, in dieser Nische passende "Perlen" zu finden, welche 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 damit die bestehenden Vertriebskanäle erweitern." Sonderanfertigungen könnten aber nicht online abgewickelt werden.