

HEIMGARTNER FAHNEN AG **DESIGN IM WIND**

Sie wehen beschaulich im Wind, knattern im Sturm oder hängen unbeachtet am Mast – sind aber immer da: Fahnen. Gerade in der Schweiz flattern sie als Zeichen für den nationalen Stolz Tag für Tag vor dem Haus. Und Gemeinden, Vereine oder Unternehmen nutzen sie für verschiedene Anwendungen. Eines ist ihnen jedoch gemein: Sie müssen über einen langen Zeitraum wetterfest und farbbintensiv sein.

NIKOS HÖHENER LEITET DIE HEIMGARTNER FAHNEN AG IN DER 3. GENERATION. AUS DEM KLASSISCHEN HANDWERKSBETRIEB IST DURCH DEN DIGITALDRUCK LÄNGST EIN UNTERNEHMEN MIT INDUSTRIELLER AUSPRÄGUNG GEWORDEN.

Fotos: Jean-Paul Thalmann

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Fahnen oder Flaggen haben als Symbol für ein Land oder Volk einen nicht zu unterschätzenden emotionalen Stellenwert. Wappen und Farbgebung führen unweigerlich zu bewussten oder unbewussten Assoziationen und haben eine mächtige Wirkung. Fahnen sind Symbol- und Identifikationsträger zugleich und als unaufdringliches Werbemittel auch bei Unternehmen immer beliebter geworden.

Hochwertigen Produkten rund um Fahnen, Flaggen, Paramente und Kirchenschmuck hat sich die Heimgartner Fahnen AG 1948 verschrieben. Ursprünglich mit sakraler Kleidung beschäftigt, ist die Fahnen- und Flaggenproduktion heute die Kernkompetenz des Wiler Traditionsunternehmens, das mit 50 Angestellten etwa 30.000 Kunden aus dem In- und Ausland betreut und 97% der Wertschöpfungskette am Hauptsitz in Wil (SG) realisiert. Neben einem Angebot an Standardfahnen gibt es eine Unzahl an Flaggen in unterschiedlichsten Farben und Designs, Grössen und Formen auf ebenso verschiedenen Fahnenstoffen. «Die Fahne hat eine jahrhundertealte Geschichte. Sie weiterzuführen ist uns ein Anliegen: In unseren Ateliers wird nach wie vor genäht, gedruckt und gestickt. Vieles von Hand und als Einzelanfertigung», erläutert Geschäftsleiter Nikos Höhener, der den Familienbetrieb in 3. Generation führt.

Doch wer sich das Unternehmen nun als reinen Handwerksbetrieb vorstellt, sieht sich getäuscht. Denn wenn Nikos Höhener davon spricht, die Geschichte der Fahne weiterzuschreiben, meint er damit vor allem die Produktion mit zeitgemässen Produktionsmitteln. «Die permanente Modernisierung unseres Betriebes, die hohe Innovationsbereitschaft sowie engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnen uns als zuverlässigen, flexiblen und effizienten Partner aus. Mit dem digitalen Textil-

druck haben wir die umfassende Angebotspalette noch weiter ausgebaut und perfektioniert», sagt Nikos Höhener. «Der Textildruck gehört schon lange zu unseren Kompetenzen. Investitionen in neue Technologien gehören einfach dazu.» So setzt Heimgartner zwölf Prozent des Budgets für Innovationen ein und war 1998 eines der ersten Unternehmen, das für die Produktion von Fahnen auf den Digitaldruck setzte.

Das Textilgeschäft wächst

Jetzt hat die Heimgartner Fahnen AG erneut einen grossen Schritt im Digitaldruck gemacht und nutzt mit der Durst Rhotex 325 ein Multi-Drucksystem in der 3,2-Meter-Druckerklasse für den textilen Direktdruck. Die von der Chromos AG gelieferte Maschine kann je nach Anwendung zwischen dem Transferprozess und dem Direktdruck auf Polyestermaterialien wechseln. Möglich wird dies mit der Durst Water Technology und den WTS-Druckköpfen, die mit wasserbasierten Dispersionstinten in hoher Qualität unterschiedliche Medien bedruckt und eine Leistung von bis zu 350 m²/Stunde erreicht. Für die umweltfreundliche und 100% VOC-freie Herstellung sind keine Vor- und Nachbehandlungen der Textilien notwendig. Die Maschine verfügt über eine integrierte Heisslufttrocknung, automatische Düsenreinigung und weitere Features für die 24/7-Produktion. Dabei reichen die Anwendungen von Soft Signage über Wanddekorationen, Fahnen, Banner, Grafiken auf Stretch-Medien, hintergrundbeleuchtete Displays für Leuchtkästen, hochwertige Innen- und Aussengrafiken bis hin zu Heimtextilien wie Bettwäsche, Polster, Tischdecken oder Sportbekleidung, T-Shirts etc.

Auch wenn sich Heimgartner zurzeit nur auf eine kleine Auswahl dieser Möglichkeiten beschränkt, bietet die Maschine viel Luft nach oben. Denn das Wachstum bei Textilprodukten ist ungebrochen und lässt der Fantasie geradezu freien Lauf. «Das Geschäft hat zugenommen», bestätigt Nikos



Über klassische Fahnen hinaus produziert Heimgartner auch vielseitig einsetzbare Vliesbanden und Endlosbanner.

Höhener und mit der Zunahme an Wettbewerbern sei auch Bewegung in die Kosten- und Preisstrukturen gekommen. «Mit dem Rhotex 325 sind wir nun aber nicht nur konkurrenzfähig, sondern können auch den Preisen aus dem Ausland Paroli bieten. Zudem sind wir flexibler, um auf spezielle Anforderungen des Marktes reagieren zu können.»

Dazu und aufgrund der Vielzahl an Produkten in den unterschiedlichsten Grössen setzt Heimgartner auf klassische Rolle-zu-Rolle-Systeme verschiedener Hersteller wie Epson, HP, Mimaki oder Roland bis zu grossformatigen Maschinen wie dem Color Booster DS 210 von Hollanders und jetzt neu die Durst Rhotex 325. ▶

PUBLICCOLLEGE weisch wie!

Highlights 2018

Jetzt anmelden: Adobe-CC-Seminar in den Cévennen

vom 28. Mai bis 2. Juni 2018

«spannend und entspannt»

Spezialrabatt von CHF 150.– für
Druckmarkt-Leser bei Anmeldung
bis am 15. März 2018 (Code DRM-18
bei Anmeldung angeben).



Projektseminar Publisher Professional (Profil Gestaltung)

Lehrgang 2018/19

vom 18. August 2018 bis 9. März 2019

Gerne beraten wir Sie persönlich!

PubliCollege GmbH Kronenhalde 9 d, 3400 Burgdorf
Telefon 034 422 30 38 E-Mail info@publiccollege.ch

Infos und Anmeldung unter www.publiccollege.ch

Durst Rhotex 325 ist ein Transfer- und Direktdrucksystem mit Durst WTS Druckkopftechnik, variabler Tropfen-grösse (7, 14, 21 pl) und Auflösungsstufen von 400 x 600 dpi und 800 x 600 dpi. Als Standard-Farben kommen CMYK zum Einsatz, optional Light Cyan, Light Magenta sowie PCA-Farben (orange, violett und grau). Die motorisierte Verstellbarkeit sorgt für die optimale Distanz von Medien und Druckkopf. Die Ansteuerung erfolgt mit einem Caldera GrandRIP+ Server.



FLAGGE ODER FAHNE?

Die Frage, was denn nun richtig ist – Flagge oder Fahne – stellt sich immer wieder. Tatsächlich sind Fahne und Flagge gleichbedeutend. Es handelt sich um verschiedene Wörter für die gleiche Sache mit unterschiedlicher Geschichte. Die Fahne ist das Wort, das an Land genutzt wird, während die Flagge ursprünglich in der Seefahrt zu Hause war. Fahnen wehen also an Land, Flaggen auf See. Daher gibt es in der Seefahrt auch Flagg-schiffe oder ein Flaggentalphabet, und bevor ein Schiff in ein anderes Land verkauft werden kann, wird es «ausgeflaggt». An Land gibt es den Fahnenjunker, den Fähnrich und die Fahnenflucht.

Dabei geht das Wort «Fahne» auf das althochdeutsche Wort «fano» zurück, was «Tuch» bedeutet. Als Feldzeichen und Herrschaftssymbole an Bedeutung gewonnen, verschob sich die Bedeutung vom Tuch zum «Banner». Das Wort «Fahne» gibt es also schon sehr lange in der deutschen Sprache, wogegen die Flagge erst um 1600 aus dem Niederdeutschen in die Hochsprache gelangte. Leicht erkennbar im niederländischen Wort «vlag» oder dem englischen Wort «flag». Dennoch: «Wer Flagge zeigt», also Farbe bekennt, zeigt keine Fahne. Und wer sich etwas «auf die Fahne geschrieben hat», tut das nicht auf einer Flagge. Und die Schweizerfahne ist auch keine Flagge.

Dabei spielt die Farbechtheit auf unterschiedlichen Trägermaterialien eine ebenso wichtige Rolle wie die Umweltfreundlichkeit durch den Wegfall von Geruchsemissionen durch die Durst Water Technology.

Endlos für innen und aussen

Über klassische Fahnen hinaus produziert Heimgartner auch vielseitig einsetzbare Vliesbanden und Endlosbanner. Ob als Werbedruck, Sponsorenwerbung, Sichtschutz, Abspernung, Baugerüstabdeckung, Zaunwerbung oder als Werbeträger für individuelle Veranstaltungen eignen sich die günstigen Endlosbanner in erster Linie für den kurz- beziehungsweise mittelfristigen Einsatz im Aussenbereich. Natürlich können diese Banner auch innen genutzt werden, weshalb das etwa 155 g/m² starke Polyestervlies flammhemmend nach M1/B1 ausgerüstet sein kann.

Das Vlies kann in Abhängigkeit von Sujet und Menge als Rapport bedruckt werden. Im Digitaldruck ist die Rapportgrösse abhängig von der Maschinenbreite. Mit der Durst Rhotex kann eine maximale Breite von 320 cm gedruckt werden. Die Rollenlänge beträgt etwa 50 m – ein klarer Vorteil gegenüber dem Siebdruck, der üblicherweise auf 200 x 600 cm begrenzt ist.

Vliesbanden sind reissfester als herkömmliche Stoffe, können ungesäumt eingesetzt und einfach mit einem Messer zugeschnitten werden.

Die Montage erfolgt einfach und unkompliziert mittels Kabelbinder oder alternativ mit Ösen.

Fahnen für jede Anwendung

Schweizer Fahnen, 26 Kantonsflaggen mit eigenen Wappen, eine Unzahl an Gemeinde-Fahnen in verschiedenen Formen und Grössen machen schon einen erheblichen Teil der Produktion aus. Auch individuelle Vereins- oder Familienfahnen werden in gleicher Ausführungsqualität angeboten. Dazu beschäftigt Heimgartner sogar ausgebildete Heraldiker, welche die Fahnen oder Flaggen gestalten.

Daneben hat sich aber auch ein Markt für Werbe- und Firmenfahnen entwickelt. Unternehmen präsentieren sich in ihrem Corporate Design und dieses «Design im Wind» ist für die Kunden sofort sichtbar, erreicht hohe Aufmerksamkeit und kann als Wegweiser oder Fassadenschmuck eingesetzt werden. Verwendet wird eine Polyesterzusammensetzung mit einem Gewicht von etwa 155 g/m², die zu den robustesten und strapazierfähigsten Materialien für Fahnen zählt. Denn hohe Brillanz und Farbintensität auf beiden Seiten der Fahnen verlangen hohe Licht- und Wetterbeständigkeit.

Ob kleine Tischfahnen oder Überdimensionales wie etwa die 80 x 80 m grosse Säntis-Fahne – Werbe- und Firmenfahnen machen 40% der Produktion aus. «Wir produzieren aber nicht nur Fahnen und Flaggen für

KMU oder Konzerne, sondern sind auch Ansprechpartner, wenn es darum geht, einen Grossanlass mit Fahnen, Fähnchen oder Wimpeln auszustatten. Auch grosse Mengen können wir in kürzester Zeit realisieren. Das gilt auch für Fan-Fahnen für alle möglichen Sportarten und Events», erläutert Nikos Höhener.

Und da Schweizerflaggen, Kantonsfahnen, Gemeindefahnen samt ihrer Variantenvielfalt für Sport- und Vereinsanlässe, offizielle und kirchliche Feiertage nachgefragt werden, bietet die Fahnenfabrik die Standardprodukte in einem eigenen Fahnen-Shop an. «Auch hier bieten wir Ausführungen in verschiedenen Formen und Grössen und sorgen darüber hinaus für das passende Bemastungs- oder Befestigungskonzept», hält Höhener fest.

Noch in den Anfängen

«Der Textildruck befindet sich hierzulande noch in den Anfängen. Und er bietet noch unglaubliches Potenzial», ist Höhener überzeugt. Denn Textilien ersetzen zunehmend Tapeten, Displays und Ähnliches auch im Messebau. Der Grund liegt auf der Hand: Textilien sind leicht zu handhaben, lassen sich wieder abnehmen, falten, platzsparend lagern und wieder verwenden.

«Die allgemeine Werbetechnik am Point of Sale ist nicht unser Ziel. Allerdings sind wir mit dem Durst Rhotex 325 in der Lage, unser Portfolio zu erweitern und könnten beispielsweise auch Lösungen im Bereich Soft Signage, Sportbekleidung oder Heimtextilien entwickeln. Damit könnten wir dann auch Werbetechniker in der Schweiz bedienen. Denn mit dem Rhotex bieten wir herausragende Resultate zu konkurrenzfähigen Preisen», stellt Nikos Höhener mit einem Blick in die Zukunft fest. «Qualitativ hochwertige Verarbeitung zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis ist immer und überall gefragt.»

» www.heimgartner.com

