

# Flagprint: Stoff für Markenauftritte, die es in sich haben

*Die Flagprint AG liefert Stoff für Werbung. Standen zu Beginn vor allem Beachflags im Fokus, schreibt sich das Unternehmen heute auch ganzheitliche Konzepte für Messe-, Event- und POS-Auftritte auf die Fahne. Darüber hinaus profiliert sich das Unternehmen mit Agilität und frischen Ideen.*



**Marc Brawand**  
Inhaber  
Flagprint AG  
m.brawand@flagprint.ch



Per Feuerwehrtaste kommt Geschäftsinhaber Marc Brawand aus seinem Office hinunter zum Empfang. «Das ist das Erste, was ich eingebaut habe, als ich Flagprint vor fünf Jahren übernommen habe», sagt der gelernte Offsetdrucker. Er nutzt die Zeit lieber für Projekte als zum Treppenlaufen. «Viele kommen zu uns, wenn es bereits brennt. Wir sind bekannt für unsere Flexibilität und Dynamik. Den Satz «das ist nicht möglich» hört man fast nie von mir.» Brawand

zückt das Tablet, um bereits umgesetzte Projekte zu zeigen. Herausforderungen nehme er gerne mit einem «let's make it possible!» an. So entstand etwa ein Megabanner fürs Jungfrau-Joch oder eine 30 Meter lange und gebogene Leinwand für Swisscom (Bild oben). Und dann wäre da noch eine «Bieridee», die für viel Gesprächsstoff sorgte: Eine 100 Quadratmeter grosse YB-Fahne, die Brawand anlässlich des Schweizer Meistertitels im Fussball 2018 zusammen mit Freunden in einer Nacht-und-Nebel-Aktion am Berner Münster aufhängte.

## Stoff für gute Stimmung

Ein Firmenrundgang zeigt: Flagprint setzt auch bei der Firmenorganisation auf kurze Wege. In der hellen Produktionsstätte des Berner KMUs in den Vidmarhallen stehen die Industrienähmaschinen direkt neben der Druckvorstufe. Etwas erhöht hängen die offenen Büros von der Decke, und weiter hinten stehen Drucker und Werkstatt – alles nahe beieinander in derselben luftigen Halle. Das fördert einen guten Kommunikationsfluss. Das zehnköpfige Team



Konzeption und Umsetzung von Flagprint: 30 Meter lange und gebogene Leinwand mit einer imposanten Multimedia-Inszenierung. Bilder: zVg

arbeitet eng miteinander. Im Hintergrund läuft gute Musik. Wohlfühlatmosphäre liegt in der Luft: «Der Spass an der Arbeit ist mir sehr wichtig – auch in der Zusammenarbeit mit Kundinnen und Kunden. Ist die Stimmung gut, entsteht auch Gutes.»

## Werbung, die einleuchtet

Flagprint produziert Stoffprints für Messen, Events, Verkaufspunkte oder Aussenräume und ist auf das Bedrucken von Polyesterstoffen spezialisiert. Die unkonventionelle Textildruckerei agiert als Kleinagentur für Werbetechnik und steht für individuelle Lösungen von der technischen Beratung bis hin zum Druck und zur Montage. Werbebotschaften auf Stoff sind leicht, kompakt und wiederverwendbar. Sie lassen sich beleuchten, grossflächig einsetzen und falten. Zudem sind sie frei von Lösemitteln und taugen auch Outdoor. Rund 90 Prozent der Aufträge kommen aus der Werbebranche, beispielsweise von Eventagenturen oder Messebauern. Ein kleiner Teil, der künftig noch erweitert werden soll, machen Stoff-

## Flagprint AG

Könizstrasse 161  
3097 Liebefeld-Bern  
Telefon 031 348 44 05  
www.flagprint.ch  
sales@flagprint.ch

elemente für Raumdesign aus, etwa für Büros oder Wohnräume. Wer möchte, erhält bei Flagprint das «Rundum-sorglos-Paket»: «Wer eine Sponsorenwand benötigt, kann diese bei uns drucken, mieten und auch gleich liefern, aufstellen und auch wieder demontieren lassen.»

Gedruckt wird per Thermosublimation, lösemittelfrei, respektive mit wasserbasierter Tinte. Auch bei den Stoffen stehen nachhaltige Lösungen bereit. Auf Wunsch wird auf recyceltem Polyester gedruckt oder künftig auch auf Naturfasern.

### Von Beachflags zum ganzheitlichen Markenauftritt

Die Geschichte von Flagprint beginnt vor rund 23 Jahren, als Anbieterin von bedruckten Fahnen. «Damals gab es erst wenige Unternehmen, die direkt auf Stoff drucken konnten.» Den Riecher dafür hatte die Gründerin Brigitte Jakob. Beachflags und Fahnen sind auch heute noch ein wichtiges Standbein, doch im Laufe der Zeit wurde das Sortiment erweitert. Unter der Dachmarke Flagprint führt das Unternehmen eigene Produktserien wie etwa Lightframe, mit Stoff bespannte, mobile Leuchtkästen. «Damit lassen sich Markenbotschaften hervorheben und an Messen oder am Point-of-Sale in Szene setzen. Das Lightframe trumpft durch gleichmässige Lichtverteilung, schlankes Design

und einfaches Handling auf», zeigt Brawand an einem aktuellen Kundenauftrag. Ein weiteres Ass halte Lightframe mit dem Modell «unplugged» im Ärmel. Dieses kommt dank Akku zehn Stunden ohne Steckdose aus und kann so sehr flexibel an Events eingesetzt werden. Standardelemente wie beleuchtete Theken ergänzen das Messe- und Event-Sortiment und stellen jede Markenbotschaft ins besondere Licht.

### Design für Ohren und Office

Die zweite Linie «acousticframe» bietet Stoff fürs Auge und Ohr. Die modernen Designelemente optimieren die Raumakustik in Wohn- oder Arbeitsbereichen. Sie absorbieren den Schall und lassen sich nach Wunsch gestalten. Ebenso individuell bedruckbar: «moodframe», auswechselbare Wandbilder aus einem Textilspanntuch in einem leichten Alurahmen.

Brawand, der sich selbst als «Düsentrieb» bezeichnet, tüfelt gerne an Neuem. «Praktisch laufend ergeben sich weitere Einsatzgebiete. Erst kürzlich konnten wir für ein Filmstudio einen Greenscreen erstellen.»

Der vernetzte Berner sieht im Bereich Raumdesign Potenzial. Deshalb möchte er das Angebot in diesem Bereich künftig erweitern. Die Nachfrage sei da, denn die Menschen haben sich im Homeoffice an eine wohnliche Arbeitsatmosphäre gewöhnt. Diese will

Brawand mit Designelementen aus Stoff auch am Arbeitsplatz erzeugen.

### Flagschiffe nehmen neuen Kurs auf

Kreativität und Ideenvielfalt halfen der Firma durch die Pandemie. Denn als Zulieferer und Partnerbetrieb für die Eventbranche gerieten viele Projekte ins Stocken, und so stand auch bei Flagprint für einen Moment die Maschinerie still. Rund ein Viertel des Umsatzes brach weg. «Da konnten wir nicht ruhig sitzen, es musste wieder etwas gehen.» Flagprint stampfte in kurzer Zeit Schutzwände aus dem Boden, fing an, individualisierte Schutzmasken zu drucken und lancierte die Aktion solidarity.ch, bei der Menschen aus der Kreativbranche dazu aufgerufen wurden, Flaggen-Sujets zu entwerfen. «Das half uns, die Schockstarre zu überwinden. Nun sind wir froh, dass die Eventbranche wieder Aufwind bekommt.» Besonders freue er sich auf Grossanlässe, wie die BEA oder die Schweizer Berufsmeisterschaften «SwissSkills», bei der Flagprint das komplette Venue Branding ausführt. Brawand schaut optimistisch nach vorne und ist überzeugt: «Fachmessen werden eine noch grössere Bedeutung als vor der Pandemie erreichen. Videomeetings haben zwar ihre Vorteile, doch die Leute wollen sich weiterhin sehen und sich persönlich austauschen. Wir sind bereit, wie die Feuerwehr abzugehen.»

Aus einer «Bieridee» entstanden: die spektakuläre Geyoungboyst-Fahne mit 40 Metern Länge.



Einer der grössten und mobilen Leuchtkästen auf dem Markt: das Lightframe LF 600 von Flagprint.

