

BOFA

# VOM FAHNENHERSTELLER ZUM FULL-SERVICE-ANBIETER

*Bonner Fahnenfabrik, kurz Bofa, so taufte JOSEPH MEYER seine Unternehmung bei der Gründung 1866. Begonnen hatte der Kaufmann vier Jahre zuvor mit einem Laden für Dekorationsartikel. Der Einmarsch der erfolgreichen Regimenter inspirierte ihn dazu, eine preußische Flagge anzufertigen.*

Text und Bilder: Bofa

**M**it seiner dafür entwickelten Technik baute JOSEPH MEYER eine erfolgreiche Fahnenfabrik auf. Knapp 160 Jahre später gehört die Bofa zur französischen Doublet-Gruppe, die einen Jahresumsatz von 57 Mio. € verzeichnet. Die Gruppe zählt rund 400 Mitarbeiter an elf Standorten in sechs Ländern. Der Weg dahin spiegelt sowohl die deutsche Geschichte wider als auch Meilensteine in der Drucktechnologie.

#### Am Anfang war das Tuch

Alles begann 1864 mit weißen Stoffbahnen, auf die JOSEPH MEYER mithilfe einer Schablone den Preußenadler in Ölfarbe auftrug. Näherinnen fügten schwarze Ränder hinzu und die erste Fahne verließ die Fabrik. Damit traf er den Zeitgeist. Durch die Kaiserproklamation stieg die Nach-

frage an Flaggen und Fahnen in die Höhe. Das bedeutete viel Arbeit: Weber stellten die Stoffe her, Drucker trugen mit Schablonen oder in Handarbeit Symbole auf, Näherinnen brachten Streifen an und Waschleute stellten sicher, dass keine Farbreste zurückblieben. Im gesamten Kaiserreich wehte Bonner Tuch, die Fabrik hatte zwischenzeitlich 15 Hoflieferantenprädikate.

Die nachfolgenden Generationen mit Sohn RUDOLPH MEYER sowie Enkel OTTO und HANS profitierten vom Fortschritt der Industrialisierung. Zunächst löste das chemische Dampfdruckverfahren die Schablonen ab; kurz darauf eröffnete die Bofa eine Flaggentuchweberei in Bonn Beuel mit 100 Webstühlen. Ende der 1920er-Jahre nahm die Familie einen italienischen Standort in Betrieb.

Den Zweiten Weltkrieg überstand die Fahnenfabrik mehr oder weniger unbeschadet. 1945 wurde jedoch die Weberei in Beuel beinahe komplett zerstört und der Hauptstandort in Bonn wurde geplündert. Gemeinsam mit langjährigen Mitarbeitern gelang es, die Produktion ein Jahr nach Kriegsende wieder aufzunehmen.

#### Gefragtes Gut

Der Aufschwung ließ nicht lange auf sich warten: Schon zum 90. Jubiläum 1954 wurden auf den 10.000 m<sup>2</sup> einer dreistöckigen Anlage täglich 3.000 m an Wolle, Baumwolle und Seide verarbeitet. Ein eigener Brunnen und ein Stromgenerator ermöglichen eine stetige Produktion. Zu dieser Zeit dominierte das Filmdruckverfahren den Markt. Die Designs entwarf ein internes

Atelier und die richtige Tönung mischte die Farbküche. Während ein Teil der Arbeiter zur Unterstützung der Maschinen Grundfarbe in die Tücher einrieb, wurden die heraldischen Symbole der Embleme noch von Hand gemalt. Abschließend festigten die Fahnenhersteller die Farben mittels eines Dämpfverfahrens. Anfragen aus der ganzen Welt erreichten das Bonner Familienunternehmen, das Mitte des 20. Jahrhunderts rund 40% der Produkte ins Ausland exportierte. Auch der Adel gab Bestellungen bei der Fahnenfabrik auf: So wehten bei der Krönung des irakischen Königs FAISAL und bei der Krönung von QUEEN ELIZABETH Fahnen aus Bonn. Ein weiterer großer Abnehmer der bedruckten Stoffe waren Reedereien. Der zunehmende Handel verlangte nach Aufsto-



Fahnen und Dekorationsartikel der Bonner Fahnenfabrik zu Zeiten des Deutschen Kaiserreichs.



Bonner Firmensitz und Produktionsstätte von 1928 bis 2018.



Mitarbeiterinnen in der Nähwerkstatt fertigen ein Wappen Mitte des 20. Jahrhunderts an.



Mitarbeiterin bringt ein Firmenlogo auf Stoff mithilfe eines Stickautomaten Mitte des 20. Jahrhunderts an.



Mitte des 20. Jahrhunderts: Mitarbeiterinnen fertigen großformatige Wappen in Serie an.



Bereitstellung von Fahnen auf der General Motors Automobil-Ausstellung in Biel im Jahr 1976.

ckung der Flotten und jedes Schiff musste mit einem Satz Flaggen zur Kommunikation ausgestattet werden. Im Lager der Bofa lagen stets mindestens 166 Fahnen zur sofortigen Auslieferung.

#### **Advertise me**

Im Laufe der folgenden 50 Jahre nahm das Bedürfnis nach Marketingprodukten bei Firmen immer weiter zu.

2006 resultierten 8 Mio. € der 10 Mio. € Jahresumsatz aus Aufträgen von Werbung für Unternehmen. Vor allem Autohersteller, Tankstellen und Brauereien gehörten zu den Empfängern der zwei Millionen Quadratmeter Fahnen, die Bofa jährlich bedruckte. Dafür standen drei Siebdruckmaschinen, zwei digitale Druckmaschinen sowie ein Handdrucker zur Verfügung. Näh- und Faltautomaten nahmen den 100 Mitarbeitern Arbeit ab.

2012 ging das Unternehmen aus Familienhand in die Doublet-Gruppe über und firmierte fortan unter dem Namen Bofa-Doublet. Wie Bofa blickt der 1832 gegründete Druckdienstleister auf eine lange Historie zurück, gemeinsame Tradition und Werte verbindet die Firmen. Durch den Zusammenschluss profitieren beide Seiten von einer Erweiterung des Kundenstamms.

#### **Volle Kraft für Kunden**

»Durch unsere Verbindungen in ganz Europa können wir inzwischen Großveranstaltungen von Grund auf für unsere Kunden organisieren«, berichtet der heutige Geschäftsleiter, RENÉ PRECKER. Dabei geht es nicht nur um Drucken und Nähen: Brainstorming für die Streckenführung, Erstellung von Designs oder Pla-

Sponsoren von den Kamerassen gefangen werden. Aber auch bei überregionalen Veranstaltern sind die Organisationsdienste beliebt.

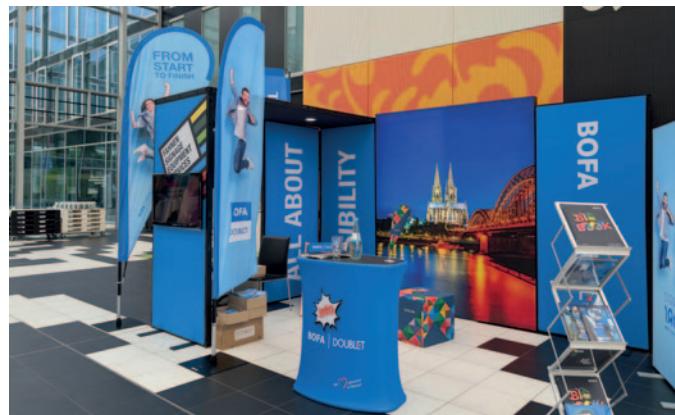
Regelmäßig unterstützt das Team sportliche Events wie die European Championship in München oder den Iron Man in Hamburg. Zusammen mit den europäischen Kollegen stemmen sie

Sportveranstaltungen oder Musikfestivals mehr Raum ein. Neben Siebdruck spielen digitale Druckverfahren heute eine große Rolle.

Gefragt ist heute alles, was ins Auge sticht: von Bannern und Wimpeln über Zelte und Beachflags hin zu Sitzwürfeln und anderem bedruckten Mobiliar. Um die wachsenden Ansprüche der



Zum aktuellen Produktionsequipment der Bofa zählt auch ein Großformatdrucker von swissQprint.



Längst ist das Angebot von Bofa-Doublet über das Herstellen von Fahnen hinausgewachsen. In der Abbildung zum Beispiel ein modulares Messestandsystem. Doch auch Zelte und bedrucktes Mobiliar gehören heute zu den gefragten Produkten.

nung der Events beherrscht das Team ebenso wie den Bau von Sonderanfertigungen wie Inflatables oder XXL-Liegestühlen. Viele regionale Partner setzen dauerhaft auf die Zusammenarbeit. So wie die Kölner Ausdauersport GmbH für das Radrennen ›Rund um Köln‹, bei dem der seit 2018 in Hennef ansässige Druckdienstleister den Auf- und Abbau der Absperrungen übernimmt und sicherstellt, dass die Banner der

selbst internationale Großevents wie das Arctic Race in Norwegen und die Olympischen Spiele 2024 in Frankreich.

#### **Segel setzen für die Zukunft**

Mit der Globalisierung wandelt sich auch das Portfolio der Bofa-Doublet. Fahnen und Flaggen spielen weiterhin eine große Rolle, doch nehmen individuelle und umfangreiche Anfragen für

Kunden erfüllen zu können, kaufte Doublet die französische Druckerei CIDI Group mit einem weiteren Standort in Portugal. Zudem kam vor fünf Jahren der Metallbaubetrieb Pyckaert sowie ganz frisch der Stadtmarketing- und Fassadenspezialist Herva. Die Zeichen stehen also auf Wachstum.

> [www.bofa.de](http://www.bofa.de)

