

## Region

# Lantal erfindet in Melchnau den Flugzeugteppich neu

**Leichter und nachhaltiger** Die Luftbranche hat sich von Corona erholt, auch die Auftragsbücher von Lantal sind voll. In ihrer grössten Krise riskierte die Firma alles.

Julian Perrenoud

Für 300 Airlines stellt die Textilproduzentin Lantal Teppiche, Sitzbezüge und Vorhänge her. Es ist ein profitables Geschäft, aber auch ein unbeständiges. «Wir kriegen jeden Heuschnapfen der Welt zu spüren.» Das sagt Luzius Rickenbacher, verantwortlich für die Flugzeugsparte bei Lantal.

Er steht im Showroom im ersten Stock der Fabrikhalle in Melchnau. Hier färbt und fertigt Lantal seit bald 140 Jahren Textilien. Die Rohwolle dafür stammt aus Neuseeland. Sie landet zuerst in Huttwil in der Spinnerei und gelangt dann in die Melchnauer Weberei.

Die Abnehmer befinden sich nicht vorwiegend in der Schweiz, sondern auf der ganzen Welt. Das Grounding einer Airline, Probleme eines Flugzeugherstellers, ein terroristischer Anschlag oder ein Kriegsausbruch – all das beeinflusst den Umsatz von Lantal direkt.

Eine Pandemie ist dabei das schlimmstmögliche Szenario für das Textilunternehmen. 2020 kam der globale Flugverkehr zum Erliegen, die Airlines stellten hastig ihre Bestellungen ein. «Einige haben nicht einmal mehr ihre offenen Rechnungen bezahlt», erzählt Rickenbacher. Inert drei Wochen sei der Geldfluss komplett ausgetrocknet.

### Hälfte des Personals in der Schweiz entlassen

Die beiden anderen Sparten von Lantal, der Bahn- und Busverkehr, konnten den Einbruch aus dem Aviatikgeschäft nicht wettmachen. Das Familienunternehmen mit Sitz in Langenthal entliess in der Krise mehr als 50 Prozent des Personals in der Schweiz. Für Urs Rickenbacher, Geschäftsleiter und Onkel von Luzius, war es die schlimmste Phase bei Lantal überhaupt.

Viele Fluggesellschaften baten die Industrie, möglichst schnell antivirale Produkte herzustellen. Doch die Verantwortlichen von Lantal hatten anderes im Sinn.

Mitten in der grössten Krise fragten sie sich: «Sind wir bereit, mehr Risiko und sehr viel Geld in die Hand zu nehmen?»

Seit 2018 entwickelt Lantal eine Strategie für die Jahre 2025–2030. Mit dieser möchten Rickenbachers nichts weniger als den Herstellungsprozess von Teppichen revolutionieren. Denn sie sind sich trotz Corona sicher: «Die Menschen wollen auch in Zukunft fliegen.»

Musterteppiche liegen auf dem Boden des Showrooms, Luzius Rickenbacher führt an ihnen vorbei in einen Nebenraum. Hier wird produziert, aber nicht an grossen Maschinen.

Mit einer Handluftpistole schießt ein Angestellter Garn in das auf dem aufgespannten Grundgewebe gezeichnete Muster. Etwa zwei Monate dauert es, bis das Werk vollendet ist. Individuelle Luxusteppiche sind eine Nische, die Lantal anbietet, um Privatflugzeuge von Königshäusern und künftig auch von anderen Vermögenden auszustatten.



Luzius Rickenbacher hat keine Angst vor Konkurrenz oder Kopien. Der beste Schutz sei, sich immer wieder neu zu erfinden. Fotos: Raphael Moser

Einen Stock tiefer arbeiten die grossen Webstühle. Unzählige Garnspindeln sind auf einem Gatter aufgesteckt und wickeln sich in bedächtigem Tempo ab. Um die Farben für ein Muster zu ändern, bedarf es Handarbeit von bis zu 20 Stunden.

Weiter vorne in der Halle befindet sich die Färberei. Dort blubbert das gesponnene Garn in grossen Töpfen in einem Färbekocher.

Der klassische Herstellungsprozess von Textilprodukten ist langsam, benötigt viel Energie, Wasser, Farbstoffe, Chemie und Material. Kunden müssen mindestens 400 Quadratmeter an Teppich bestellen, die Lieferung dafür dauert bis zu 16 Wochen. Selbst auf ein Muster müssen sie 3 Wochen warten.

Ein weiterer Nachteil ist: je komplizierter das Design, desto schwerer der Teppich; weil mehr verschiedenfarbiges Garn verwoben wird. Auch wird das Produkt dann unebener. Zudem ist es mit

### Die Firma Lantal kurz und knapp

Lantal gehört zu den grössten Produzenten von Flugzeugtextilien weltweit. Seit 1886 stellt das Familienunternehmen in Melchnau Textilprodukte her. 2004 übernahm Urs Rickenbacher den Betrieb von Urs und Renata Baumann. Lantal deckt seither den Luft-, Bus- und Bahnverkehr ab. Jüngst ist eine



Diana Leitao war Lehrtochter in der Färberei, heute ist sie Teamleiterin.

dieser Technologie nicht möglich, einen Farbverlauf auf den Teppich zu zeichnen.

### Herstellung wird günstiger und nachhaltiger

Wie würden die Fluggesellschaften reagieren, wenn sie die fertige Ware in gerade einmal zwei Wochen erhielten? Und Lantal

Möbelsparte dazugekommen. Weltweit zählt Lantal über 500 Mitarbeitende und produziert ausserhalb der Schweiz auch in den USA, in Frankreich, Portugal, Tschechien, Deutschland, Holland sowie Grossbritannien. Der Firmensitz befindet sich in Langenthal. (red)

Digital Deep Dyeing nennt sich die neue Technologie – digitale Tieffärbung. Mit dieser dreht Lantal den Prozess um. Ein Webstuhl stellt nur noch einen Teppich in Rohweiss her. Dieser wird in der neuen Maschine auf ein Band gespannt und durch eine Flüssigkeit gelassen.

Anschließend tröpfelt Farbe aus Druckköpfen, die in das Garn einzieht, mikroskopisch genau, 15 Millionen Tropfen pro 6 Gramm Farbe. Dann trocknet der Teppich in einem Steamer für 60 Minuten.

Im Kontrollwürfel, wo auch die Färbung stattfindet, liegt die Temperatur konstant bei 23 Grad. Bereits ein paar Grade weniger oder mehr würden die Spannung der Tröpfchenoberfläche verändern.

### Besseres Raumgefühl im Flugzeug

Die Krise als Chance sehen – für Lantal sind das keine Worthülsen. «Mit dieser Maschine zeigen wir unseren Mitarbeitenden: Wir glauben an den Standort Schweiz, hier in Melchnau», sagt Luzius Rickenbacher.

Wer in der Schweiz Textilien herstellt, müsse innovativ sein und sich von den internationalen Wettbewerbern differenzieren können. Symbolisch druckte Lantal auf den allerersten Teppich die Vornamen aller Angestellten. Das Exemplar liegt nun im Showroom.

Doch was kann dieser digital und umweltfreundlicher produzierte Teppich? Er ist schnell und in kleinen Mengen herstellbar. Er ist gleichmässiger, weil keine verschiedenfarbenen Garne mehr verwoben werden. Und es ist möglich, alle erdenklichen Muster oder Illustrationen darzustellen.

Das Flugzeug in seiner Büchsenform sei eigentlich ein «doofer Raum», in den Menschen für Stunden gezwängt werden, findet Rickenbacher. «Jetzt können wir mit einfachen gestalterischen Mitteln das Raumgefühl verbessern.» Airlines könnten so auch ganz individuelle Innenräume gestalten.

Und das Produkt ist leicht: Ein klassischer Flugzeugteppich wiegt pro Quadratmeter zwischen 1500 und 2100 Gramm. Mit dem neuen Verfahren kommt ein wollener Teppich auf 1300 und einer aus recyceltem Nylongarn auf 1100 Gramm. Das klingt nach wenig, aber hochgerechnet auf ein Langstreckenflugzeug mit 250 Quadratmetern sind das 150 Kilogramm.

«Etwa zwei Passagiere weniger – nur wegen des Teppichs. Das ist massiv, bedenkt man den heutigen Flugverkehr», sagt Rickenbacher.

Dieser hat sich seit Corona erholt und nähert sich den Zahlen von 2019. An einem Tag im vergangenen Sommer erreichten die Flugbewegungen gar eine neue Rekordzahl. «Alle wollen fliegen und sind bereit, dafür hohe Preise zu bezahlen.» So sind auch die Auftragsbücher von Lantal wieder voll.

Die neue Maschine spuckt ein paar Musterfärbungen aus.

Drinnen hinter dem Glas tüfteln zwei Spezialisten an den Farbampullen. Diana Leitao sitzt am Laptop, sie war einst Lernende in der Färberei und leitet nun das Team in der digitalen Färbung.

### Lantal muss Airlines erst überzeugen

Luzius Rickenbacher blickt um sich, die Freude ist ihm anzusehen. Ist er erleichtert, hat sich das grosse Risiko ausbezahlt? «Während der Pandemie liefen wochenlang keine Maschinen. Jetzt sind wir hier – und das macht mich unheimlich stolz.»

Doch getan ist die Arbeit mit der Entwicklung dieser Technologie keineswegs. Für Langenthal steht die grosse Hürde erst bevor: die Kundschaft von Digital Deep Dyeing zu überzeugen und am Markt zu bestehen. Regelmässig fliegt Rickenbacher zu Geschäftsreisen, Vertretende von Flugzeugherstellern und Fluggesellschaften besuchen die Fabrik.

Die neuen Teppiche mussten zuerst durch einen Bewilligungsprozess. Dieser stellt sicher, dass sie nicht brennen oder toxische Dämpfe ausstossen können. Etwa zwölf Airlines hätten Verträge abgeschlossen, Namen will Rickenbacher keine nennen. Bereits in fünf Jahren möchte Lantal nur noch über das neue Verfahren produzieren.

Gespräche mit den Grossen wie Lufthansa oder Singapore Airlines laufen, Thai Airways war kürzlich zu Besuch. «Die meisten von ihnen kommen aus Metropolen. Wenn sie dann ins beschauliche Melchnau kommen, können sie ihren Augen kaum trauen», erzählt Rickenbacher und lacht. Nach dem Firmenbesuch führt er sie jeweils in die nahe Käserei.

Lantal hat grosse Vorarbeit geleistet, haben die Verantwortlichen nicht Angst, dass die Konkurrenz in Europa, Nordamerika oder Asien das Verfahren kopieren wird? Ist die neue Maschine überhaupt patentiert?

Nein, sagt Luzius Rickenbacher, der als Leiter Aviation Interiors auch Mitglied der Geschäftsleitung ist. Noch nie habe Lantal etwas über ein Patent geschützt. «Wir möchten keine Rezepte offenlegen und Anwälte bezahlen, sondern lieber unsere Leute hier.»

Und was tun gegen die Konkurrenz? «Wir wollen schneller und besser sein, damit wir die Nummer eins bleiben. Und wir wollen uns immer wieder neu erfinden können.» Selbst wenn dies die eigene Firmen-DNA verändert.



Selbst detaillierte Sujets lassen sich innert kürzester Zeit ins Garn färben.