

Im Namen der Großen

Fischer in der Oberpfalz stellt Lichtwerbung für Markenkonzerne her

Mühlhausen. Die zwei „A“ sind ganze vier Meter hoch. Schon aus weiter Entfernung lässt sich von der Autobahn der Name des Münchner Fußballstadions deutlich erkennen: „Allianz Arena“. Tagsüber sind die riesigen Buchstaben blau. Bei Dunkelheit lassen 250 000 kleine Leuchtdioden, sogenannte LEDs, die Schriftzüge an zwei Seiten der Sportstätte in hellem Weiß erstrahlen.

Was nur wenige wissen: Hergestellt wurde Europas größte Lichtwerbung von einem Familienunternehmen mit 180 Mitarbeitern in der Oberpfalz, der Fischer Licht & Metall GmbH & Co. KG in Mühlhausen.

Geschäftsführer und Hauptgesellschafter Stephan Fischer zählt den 80 Jahre alten Betrieb zu den drei führenden europäischen Produzenten hochwertiger Lichtwerbung. „Wir sind in einem kleinen Baunebengewerbe einer der Größten.“

Für McDonald's in Nowosibirsk

Kunden sind zum Beispiel Werbe-Agenturen und Lichtwerke-Unternehmen. Diese liefern die überwiegend aus Plexiglas und Metallen gefertigten Leuchtschilder und Lichtkästen an Markenkonzerne weiter. „Es gibt nur wenige, für die wir noch nicht gearbeitet haben“, sagt Fischer stolz und nennt einige der Großen auf der Kundenliste: BMW, Ikea, McDonald's.

Für die amerikanische Hamburger-Kette hat der Oberpfälzer Betrieb zum Beispiel einen 30 Meter hohen rot und gelb leuchtenden Werbeturm in der sibirischen Stadt Nowosibirsk hergestellt. Und für BMW die weiß-blauen



Hoch hinaus: Der Aufbau des Schriftzuges an der „Allianz Arena“ war nur etwas für Schwindelfreie.

Aufbau des Schriftzuges an der „Allianz Arena“ war nur etwas Abends leuchtet der Name des Stadions in weiß (kleines Foto).



Embleme auf dem Hochhaus der Zentrale in München – mit einem Durchmesser von acht Metern.

„Die Spanne unseres Angebots reicht vom 15 Zentimeter langen Schild bis zur 40 Meter langen und fünf Meter hohen Werbe-Anlage, die sich auf einem Dach dreht“, berichtet der Geschäftsführer mit der markanten Brille.

Das Besondere an dem Unternehmen: Fischer ver-

eint gleich mehrere Gewerke unter einem Dach. Dazu gehören der Stahlbau und das Verarbeiten von Blech und Kunststoff, das Lackieren und Überziehen von Oberflächen mit Folien sowie Elektro-Installationen und der Einsatz von LED-Technik.

Vielseitigkeit ist also gefragt. „Verschiedene Materialien wie Metall und Kunststoff unter einen Hut zu bringen, ist eine knifflige Aufgabe“, erklärt Werbetechnik-Meister Christoph Wrede, der seit

1995 für die Firma Fischer Licht & Metall arbeitet. „Dabei darf nicht vergessen werden, dass das Design der Lichtwerbung im Vordergrund steht.“

Auf Wunsch mit Goldschicht

Was möglich ist, ist nach Stephan Fischers Worten nicht nur eine Frage der Technik, sondern auch des Geldes, das ein Kunde auszugeben bereit ist. Die Preise beginnen bei ein paar Hundert Euro und enden bei sechsstelligen Beträgen. Auf Wunsch überzieht das Unternehmen die Lichtwerbung sogar mit einer hauchdünnen Schicht Blattgold.

Grenzen setzen in Deutschland letztlich die Bauämter. „Nach dem Einsturz der Eishalle in Bad Reichenhall sind die Anforderungen an die Statik noch verschärft worden“, berichtet der Geschäftsführer. Für sein Unternehmen bedeutet das jedoch kein Problem. Lichtwerbung von Fischer hat auch auf hohen Dächern bisher jedem Sturm Stand gehalten. JOACHIM HERR



Prüfender Blick: Geschäftsführer Stephan Fischer (rechts) schaut seinem Mitarbeiter Edgar Riek über die Schulter. Fotos: Weigel, Werk, Simon