

Oberpfälzer mit Strahlkraft in den Kitzbüheler Himmel

13 riesige Leuchtbuchstaben von Fischer Licht & Metall aus Mühlhausen werben bei den internationalen Ski-Rennen für Automobilhersteller Audi

MÜHLHAUSEN. Kein außergewöhnlicher, aber ein sehr prominenter Auftrag sei es für Fischer Licht & Metall gewesen, den überdimensionalen Schriftzug für den Automobilhersteller Audi zu fertigen, der erstmals beim diesjährigen Hahnenkammrennen zum Einsatz kam und neben der legendären Streif in Kitzbühel thronte. „Wenn man bedenkt, dass rund 500 Millionen Menschen in aller Welt die dortigen Skirennen vor den Fernsehbildschirmen verfolgt haben, dann ist das schon eine große Sache“, sagt Stephan Fischer, geschäftsführender Gesellschafter des Oberpfälzer Unternehmens, stolz.

Der Ingolstädter Autobauer präsentierte sich bei dem wohl bedeutendsten Skirennen, das Ende Januar mehrere Zehntausend Skifans nach Kitzbühel lockte, als Sponsor. Direkt auf der Skipiste warb er mit roten Riesenlettern für die Marke Audi und ihren permanenten Allradantrieb. So leuchtete



Die Fischer-Buchstaben leuchten über Kitzbühel.

Foto: Fischer

eine Woche lang der Slogan „Home of quattro“ nachts rot und weithin sichtbar über dem Skifahrerhimmel. Für ein ähnliches Szenario sorgten die Ingolstädter wenig später bei den Alpenen Ski-Weltmeisterschaften in Schladming. Zu verdanken hat der Au-

tomobilhersteller den Schriftzug dem Produzenten von Lichtwerbeanlagen und Metallbauteilen aus Mühlhausen, der einst auch den Schriftzug für die Münchener Allianz-Arena fertigte und nun in weltcupwürdiger Rekordzeit die Buchstaben für Audi auf den

schneebedeckten Hang brachte. Erst kurz vor Weihnachten hatten die Oberpfälzer den Auftrag erhalten: dreizehn Leuchtbuchstaben, jeweils drei Meter hoch. Jeder Buchstabe für sich wiegt samt LED-Technik und Metallrahmen rund 100 Kilogramm. Als Schriftzug nebeneinandergestellt ergeben sie zusammen eine Länge von gut 35 Metern. Normalerweise würde die Abwicklung solcher Aufträge deutlich länger als nur etwa vier Wochen dauern. Doch ein minutiös geplantes und in allen Facetten funktionierendes Projektmanagement hätte es möglich gemacht. „Die Kunst ist, dass man es schafft, den anfangs eher verrückt erscheinenden Gedanken dann doch umzusetzen“, so Fischer. Vor und nach Weihnachten arbeiteten die rund 40 an dem Projekt beteiligten Mitarbeiter engagiert und hoch motiviert. „So ein Leuchtturmprojekt, das in alle Welt strahlt und uns noch dazu unter einem enormen Zeitdruck setzt, bedeutet für

unsere Mitarbeiter eine enorme Motivation“, erklärt Fischer, der das Projekt begleitet und überwacht habe. Sieben Abteilungen von der Grafik und 3D-Zeichnung über die Statik bis zur Elektroinstallation waren an der Herstellung der empfindlichen Plexiglasbuchstaben beteiligt.

In einem großen Sattelzug wurden sie schließlich nach Kitzbühel gebracht und vor Ort von einem Hubschrauber zu ihrem Platz am Hausberg geflogen. Ankunft, Montage und Erstinstallation des Schriftzuges beobachtete Fischer mit einer Handvoll Mitarbeiter persönlich. „Der Auftrag hat Spaß gemacht. Wir freuen uns, dass unser Kunde durch unsere Arbeit brillieren kann“, bilanziert der Chef. Der Auftrag ist für sein Unternehmen, das rund 200 Mitarbeiter beschäftigt und jährlich etwa 500 kleine bis große Werbeanlagen fertigt, ein Prestigeprojekt mit internationaler Produktpräsenz. (xjt)