Seite 14 15.08.2006 11:44 Uhr Seite 14

Kunst-Lkw rollen durch Europa

Imagepflege: Kühlauflieger des Vermieters Mezger aus Möckmühl fahren mit Bildern von bekannten Künstlern auf der Außenhaut. Dahinter steckt der Basler Kulturunternehmer Klaus Littmann.

Fotos: Mezger

Die bedruckten Sattelzüge fallen zwischen anderen Fahrzeugen auf. 28 Millionen Augenkontakte soll ein Lastzug haben.

Ozon, Revolution, Hungertod – die Schlagwörter knallen von den Kühlkoffern herunter auf den umfließenden Verkehr. Hinter diesen Worten liegen bunte oder schwarz-weiße Bilder, auch grazile Grafiken sind dabei. Die Außenhaut der sonst unauffälligen, weißen Kunststoffkoffer weist auf Schieflagen in der Gesellschaft und der Umwelt hin. Die Aufmerksamkeit ist diesen Fahrzeugen gewiss. Sie sehen faszinierend aus und haben auch etwas zu sagen.

Hinter der mobilen Sozial- und Umweltkritik steckt der Schweizer Kulturunternehmer Klaus Littmann. Die Sattelzüge gehören dem Inhaber des Möckmühler Unternehmens Mezger Rent & Service, Klaus Mezger. Zusammengeführt hat die beiden Unternehmer die Schweizer Firma Makro Art. Sie ist Hersteller von Folien für die Außenwerbung. Bei ihr lässt Littmann Mega-Prints für Fassaden herstellen. Der Vermieter Mezger war auf der Suche nach Ideen, um sich mit seinen Mietfahrzeugen auf der Straße von der Masse abzuheben. Eine Kooperation war also unvermeidlich.

Schon zuvor hatte Kulturunternehmer Littmann einen Güterzug von Künstlern gestalten lassen. Aber der so genannte Propagandazug steht heute auf einem Abstellgleis im Jura. Doch Anfang der 90er Jahre sei er bis ins hinterste Alpental gefahren, erinnert sich Littmann.

Nun sind wieder sechs Lkw von Mezger als rollende Botschafter auf Europas Straßen unterwegs. Kulturunternehmer Littmann hat dazu die Fassaden der Auflieger von Mezger gemietet. Nach anfänglicher Skepsis sieht der baden-württembergische Unternehmer das als tolle Imagewerbung für die Lkw-Branche und insbesondere für die Fahrer, die seine vermieteten Lkw steuern. Sie könnten nun über das Mittel Kunst mit den Menschen auf unübliche Art ins Gespräch kommen. Littmann hat sie mit Informationsblättern zur Aktion, Visitenkarten und einem Statement der Künstler ausgestattet. Die Fahrer seien stolz und begeistert, sagen sowohl Littmann als auch Mezger.

Der erste Lkw wurde von dem berühmten amerikanischen Künstler Robert Rauschenberg gestaltet. Er wählte Ozon als Thema. Den Kontakt zu Rauschenberg hatte Klaus Littmann. Für Littmann ist es wichtig, dass die Außenwerbung auf den Aufliegern nicht nur irgendwelche netten Bilder sind, sondern eine politische Botschaft rüberbringen. Themen also, die im Alltag gerne verdrängt werden wie Aids, Gewalt, Umweltzerstörung, Rassismus.

Die Außenwerbung kostet nicht die Welt

Finanziert wird das Projekt über Sponsoren. Doch über exakte Kosten wollen weder Klaus Littmann noch Klaus Mezger reden. Jedenfalls koste die Außenwerbung nicht die Welt, sagt Littmann. Zudem werde die gesamte Aktion finanziell auf drei Jahre gerechnet. Die Gestaltung weiterer sechs Fahrzeuge ist schon in Planung. Littmann hat dafür von Mezger weitere Aussenflächen gemietet.

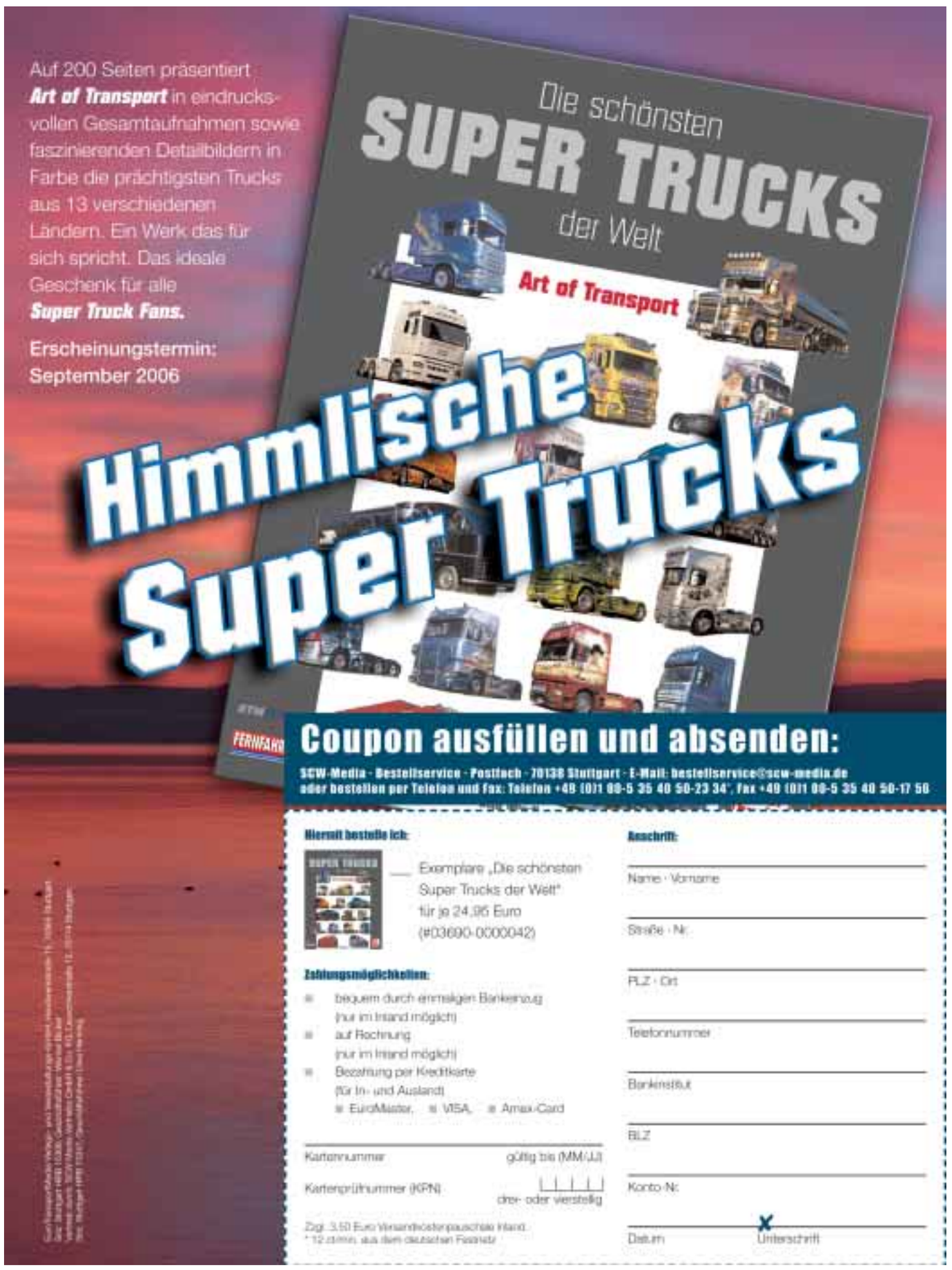
Die beklebten Fahrzeuge sollen auch Kunstspektakel bedienen. So ist geplant, sie nächstes Jahr auf der Documenta in Kassel, beim Truckertreffen auf dem Nürburgring, auf der Kunstmesse in Bologna und der Biennale in Lyon zur Schau zu stellen. Die erste Präsentation in Basel mit dem Fernsehmoderator Frank Elstner war bereits ein großer Erfolg. Dort wurde die Botschaft von Rauschenberg dem staunenden Publikum vorgeführt. Demnächst soll ein Corso aller zwölf Lkw starten. Mehr will Klaus Littmann derzeit noch nicht verraten.

Der Möckmühler Unternehmer Mezger will seine Beteilung an der Kunstaktion nicht als Firmenwerbung oder Marketingprojekt missverstanden wissen. Er erklärt: »Für mich steht das Thema im Vordergrund.« Ihm gehe es darum, über die künstlerische Gestaltung dem Lkw ein besseres Image zu vermitteln. Er ist sich sicher, dass die Bildbotschaften über die Straße in die Welt getragen werden und damit auch ein positives Bild der Branche rüberbringen. Immerhin habe ein solches Fahrzeug jährlich 28 Millionen Augenkontakte, weiß Kulturunternehmer Klaus Littmann.

Heidrun Wulf-Frick

DAS UNTERNEHMEN

Klaus Mezger besitzt mehrere hundert Sattelzüge, die er von einem Tag an bis zu mehreren Jahren an seine Kunden vermietet. Diese fahren damit durch ganz Europa. Im Gegensatz zum Leasing bietet seine Firma vollen Service von der Waschanlage bis zur Werkstatt. 80 Prozent der Fahrzeuge sind zudem schneeweiß und tragen nur das Firmenlogo Sie eignen sich besonders gut für die reflektierende Folie mit den künstlerischen Botschaften, die auch nachts leuchtet.



Die rollenden Plakatwände gehen auf Tour – unter anderem zur Documenta nach Kassel oder zur Kunstmesse nach Bologna.