H11771

magazin disco

DISCOTHEKEN, CLUBS, SZENE

HEFT 11 NOVEMBER 2007

25 JAHRE LOBO ELECTRONIC:
LOTHAR BOPP – MANN MIT VISIONEN

ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT

„FUN-PARC", TRITTAU

AUF HOHEM NIVEAU

BRANCHENTREFF DISCO-CONTACT

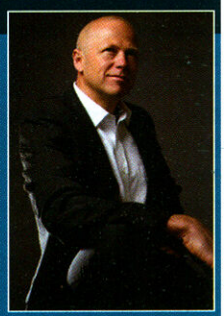
Feste Größe an der Spitze

Bestaunt von 3,4 Milliarden TV-Zuschauern: Eröffnungsfeier der Asian Games 2006 in Doha (Katar)

Allen Grund zum Feiern hatte jetzt der Weltmarktführer im Bereich Lasershow und Multimedia. Vor einem Vierteljahrhundert war Lothar Bopp mit dem Unternehmen gestartet. Rund 300 geladene Gäste ließen sich im Aalener Firmengebäude verzaubern.

Kleine Schritte, bewegende Momente

– Zwei Fragen an Lothar Bopp –



disco-magazin: Gibt es so etwas wie ein Geheimrezept für den Erfolg?

Lothar Bopp: Ich habe in unserem Markt viele Unternehmen scheitern sehen, die auf einer anfänglichen Woge des Erfolgs rasch groß geworden sind, sich dann aber entweder übernommen haben oder ihrer Linie untreu geworden sind. LOBOs Erfolg dagegen ist Ergebnis vieler kleiner Schritte, die aber konsequent gegangen worden sind. Daraus entwickelte sich ein gesundes und stetiges Wachstum. Ein sehr großer Teil des Erfolgs basiert natürlich auf dem persönlichen Einsatz und Können unserer Mitarbeiter. Natürlich nicht zu vergessen, die vielen Kunden, die uns oft über Jahrzehnte als Geschäftspartner im ureigensten Sinne die Treue halten. Und wie so oft war auch etwas Glück im Spiel und der Riecher dafür, zur richtigen Zeit die richtigen Produkte am Markt zu haben.

disco-magazin: Gibt es besondere Momente in Ihrer Laufbahn?

Lothar Bopp: LOBO hatte das Glück, viele spannende und auch sehr fordernde Projekte in den verschiedensten Ländern realisieren zu dürfen. Jeder Auftrag hat seinen eigenen Reiz und seine speziellen Herausforderungen. Es treibt natürlich das Adrenalin ins Blut, wenn man weiß, dass, wie z.B. bei der Eröffnung der Asian Games in Doha im vergangenen Dezember 3,4 Milliarden Zuschauer das Resultat der eigenen Arbeit am Fernseher live verfolgen. Aber auch Produktpräsentationen, wie z.B. die Präsentation der GL-Klasse während Herrn Zetsches ersten öffentlichen Auftritts als CEO von Daimler-Chrysler und Mercedes-Benz sind aufgrund ihres Anspruchs sehr spannend. Eines hat mich aber sicherlich besonders bewegt: Als anlässlich des 40-jährigen Bestehens der DDR ein großes LOBO-Lasersystem im Palast der Republik installiert worden ist, das im Rahmen eines klassischen Konzerts für Michail Gorbatschow zum ersten Mal zum Einsatz kam, schrie draußen die Masse „Wir sind das Volk". Nach der Show sprach Gorbatschow die berühmten Worte „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben." Geschichte hautnah, das ist einmalig.

Jung und dynamisch begann die Geschichte der Firma LOBO electronic, die der damals 18-jährige Lothar Bopp zu Beginn der allgemeinen Laser-euphorie gründete und somit die Gunst der Stunde optimal nutzte. Jung und dynamisch zeigt sich das Unternehmen auch nach 25 Jahren. Der kreative Geist gepaart mit technischen Innovationen und Perfekton bis ins Detail bildet das Fundament. Seinen Grundsätzen ist LOBO dabei stets treu geblieben. Eines der Erfolgsgeheimnisse des engagierten Unternehmers, dessen Karriere mit Licht- und Toninstallationen in Discotheken und Tanzschulen begonnen hatte.

Kaum eine Minute vergeht, in der nicht irgendwo auf der Welt eine Show aus dem Hause LOBO läuft. LOBO Laser unterhalten auf den Weltmeeren die betuchten Gäste der „Queen Mary 2" ebenso wie etwa auf den fünf neuesten Schiffen Europas größter Reederei Costa oder auf Schiffen von Celebrity Cruises. Sogar eine der größten Privatyachten der Welt wird von weithin sichtbaren Laserstrahlen der Firma LOBO gekrönt.

An Land trifft man auf Installationen vor allem in Freizeitparks, aber auch in Kinos, Planetarien und Discotheken. Überregional bekannt sind die Attraktionen im Europa Park, dem Hansa Park oder die neue Attraktion „Amaceon" im Holiday Park. Auch in Planetarien kommen Systeme zum Einsatz. Nur Insidern dürfte dagegen bekannt sein, dass die meisten Laser- und Multimediainstallationen der Aalener Showspezialisten außerhalb Deutschlands zu finden sind: in Freizeitparks in Italien, im Libanon, in Malaysia, Indonesien und China. Aber auch in Discotheken in so entfernten Ländern wie Chile, Korea und Argentinien. Die Lasershows bei den Asian Games in Katar verfolgten im letzten Jahr 3,4 Milliarden Fernsehzuschauer. Zu den Stannkunden zählen aber auch zahlreiche Großkonzerne wie BMW, EADS, Bayer oder Microsoft. LOBO-Mitarbeiter sind daher gewohnt zu reisen, denn rund 80 Prozent des Umsatzes wird außerhalb von Deutschland und rund 60 Prozent sogar außerhalb Europas erwirtschaftet.

Da verwundert es kaum, dass das Unternehmen weltweit geehrt und ausgezeichnet wurde. Die LOBO Showdesigner erhielten Preise über Preise für ihre kreativen Leistungen, allen voran den ILDA-Award der International Laser Display Association: 97 dieser Laser-Oscars erhielt LOBO insgesamt – absoluter Rekord. Aber auch LDI- und SIB-Awards, der Internationale Showpreis, der Golden Eye Award und der Innovationspreis Ostwürttemberg und der Innovationspreis des Landes konnten errungen werden.

Möglich wird dies natürlich nur mit einem breiten Produktsortiment auf höchstem technischen Niveau. LOBO war der Konkurrenz immer die berühmte Nasenlänge voraus und gilt mit Weg weisenden Konzepten nach wie vor als viel kopierter Innovationsmotor der Branche. Sei es mit der ersten Serie an RGB-Farbmischeinheiten für Lasershows, dem ersten 3D-Echzeitrechner oder dem ersten Sicherheitsmesssystem für Lasershows.

Klaus Niester

Fotos: LOBO electronic