

Euro Laser^{2/103}

Zeitschrift für die industrielle Laseranwendung · Juni 2003

H 45005 · ISSN 1430-8274

3 kW für neue Märkte

Mit 3 kW Leistung geht der Scheibenlaser von TRUMPF demnächst in ausgewählte Applikationen



a: Die Faszination der Lasershows lässt sich fotografisch kaum darstellen. | b: Lobo-Gründer und Geschäftsführer Lothar Bopp.



a

There's no Business like Show Business

Vom Disco-Laser zur Multimedia-Show: Lasersystemhersteller mit Event-Dienstleistung



b

Dass sich die Lasertechnik mittlerweile in fast jeder Branche zu behaupten weiß, ist keine Frage. Es gibt aber Bereiche, die bislang noch selten Eingang in unsere Zeitschrift gefunden haben, etwa der Bereich Entertainment. Und dabei sind hier die Strukturen des Marktes nicht anders, als im industriellen Segment. Auch hier gibt es Systemhersteller und Dienstleister in allen Größenordnungen. Und wie im Industrielaser-Business gibt es auch hier weltweit wenige Anbieter, die zeigen wo's lang geht. Die Lobo Electronic GmbH aus Aalen spielt im Laser-Entertainmentbereich weltweit in der obersten Spielklasse, meist auf den vorderen Plätzen.

Um es vorweg zu sagen: Was ich im firmeneigenen Multimedia-Theater der Aalener Lobo Electronics GmbH sehen durfte, war die beste Lasershow die mir bislang begegnete. Mit dieser, zugegeben subjektiven Beurteilung schein ich allerdings nicht ganz alleine zu stehen: Lobo heimst seit Jahren die meisten ILDA-Awards ein. Der ILDA-Award ist in der Branche in etwa das, was der Oscar in Sachen Film ist.

Eigentlich ist Lobo ein Lasersystemhersteller, trotzdem ist der Schriftzug immer wieder zu finden, wenn große internationale Events mit einer Laser-show garniert werden. Sei es in Berlin, Dubai oder Oslo: Überall auf der Welt wird nicht nur mit Projektionssystemen und Software aus Aalen gearbeitet, sondern bei wirklich großen Installationen ist die Lobo-Mannschaft zudem auch als Dienstleister für Durchführung und Inhalte der Shows verantwortlich. Die Aalener wissen selbst am besten, wie die eigenen Produkte optimal einzusetzen sind, und so ist es nur normal, dass Lobo immer dann gefragt ist, wenn es etwas Besonderes sein soll. Angst, dass man damit den eigenen Kunden aus dem Systemgeschäft Konkurrenz machen könnte, hat Firmengründer und Geschäftsführer Lothar Bopp kaum: „Wir fangen meistens dort an, wo die anderen aufhören.“

Angefangen hatte alles vor knapp 21 Jahren, als sich Lothar Bopp auf einer Messe für das Thema begeisterte. Schon bald war er als Distributor für englische Produkte als One-man-show aktiv, in einem Bereich den man heute noch unter die Rubrik Discolaser einordnet. Allerdings nicht sehr lange: Seine Anforderungen an die Zuverlässigkeit und Qualität der Produkte waren so hoch, dass sehr schnell Eigenentwicklungen an die Stelle des Vertriebsprogramms traten. Mehr noch: Der vorherige Lieferant aus England war nunmehr Distributor für die Lobo-Produkte – alles zu einem sehr frühen Zeitpunkt in der Unternehmensgeschichte. Seither ist das Unternehmen stetig gewachsen und hat sich schon vor Jahren auf eine gewisse Kerngröße von etwa 30 Mitarbeitern eingeegelt. Lothar Bopp: „Eine Showlaser-Firma mit 200 Mitarbeitern würde nicht funktionieren. Der Weltmarkt ist einfach zu begrenzt, um unendlich zu wachsen. Wir haben Kunden in über 50 Ländern, das heißt unsere Exportquote liegt in manchen Jahren über 90 %.“

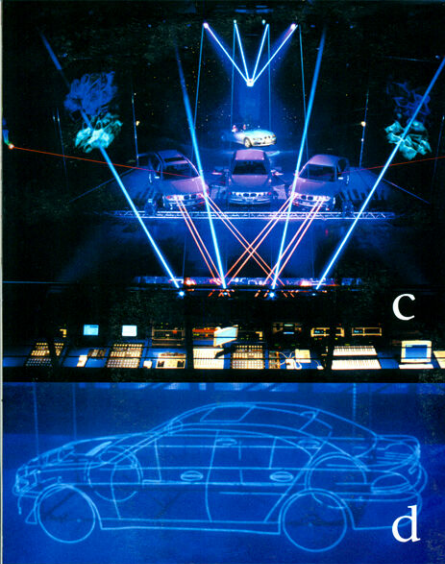
Zunächst ist Lobo ein Lasersystemhersteller. Gut 70 % des Umsatzes werden mit diesem Kernbereich generiert. Die Produkte umfassen alles, was zu einer Laser-show gehört, die Kernkompetenz hierfür sehen die Lobo-Entwickler in der Elektronik. In unterschiedlichsten Ausstattungsvarianten gibt es Laser- und Multimedia-Controller, Workstations, Echtzeit-3D-Laseranimationssysteme, Lasersteuerungen, Farbmischeinheiten, Spiegel- und Scannersysteme, Lasergrafikprojektoren – bis hin zum kompletten Laserarbeitsplatz für die Produktion von Laser- und Multimedia-shows. Jeder, der in das Geschäft mit Lasershows einsteigen will, findet in Aalen das, was er braucht.

Ein Gutteil des Systemgeschäfts liegt darüber hinaus im Projektgeschäft. Bis hin zum schlüsselfertigen Multimedia-Theater, inklusive der Show-Inhalte, reicht hier die Palette. Große Freizeitparks, Diskotheken, Planetarien oder Kreuzfahrtschiffe wären hier als typisches Kundensegment zu nennen. Auch bei der Integration von Lasertechnik auf klassischen Bühnen ist Lobo ein Pionier. So manche Theater- ▶

LASER 2003
World of Photonics



Pole Position
im Weltmarkt



c: Ein Blick in das firmeneigene Multimedia-Theater. v.d.: Die Automobilindustrie nutzt den Event-Service von Lobo zur Vorstellung neuer Produkte.

▷ Inszenierung, unter anderem auch im Bayreuther Festspielhaus, bekam durch Aalener Lasertechnologie ihre besondere Note.

Dass alle diese Dinge ausschließlich mit eigenen Laserprodukten bewerkstelligt werden, unterstreicht die Rolle als Lasersystemanbieter. Außer den Laserstrahlquellen selbst und den Galvanometer-Scannern, ist alles eigenentwickelt. Erstaunlich ist, wie tief man dabei ans Eingemachte geht: Die Workstations für Programmierung und Ansteuerung der Peripheriesysteme und die Animationscomputer arbeiten mit einem eigenen, selbstgestrickten Betriebssystem. Zudem sind alle Komponenten und Produkte bestens aufeinander abgestimmt, so dass jeder Kunde sein System problemlos erweitern kann. So können die von Lobo angebotenen Komplettsysteme zwar als Einsteigermodelle gelten, sie sind aber Basis für unendliche Möglichkeiten der Erweiterung.

Neben dem Systemgeschäft hat sich in den letzten Jahren der Event-Service als weiteres Standbein etabliert. Lothar Bopp: „Wir haben festgestellt, dass ein gewisser Mietbedarf besteht, etwa für Produktpräsentationen, Tagungen oder etwa Städtejubiläen.“ Diese Sparte, mittlerweile 30 % vom Lobo-Umsatz, kann nach Belieben aus dem Baukasten der Lobo-Produkte schöpfen und somit in ihrer Größenordnung einzigartige Shows realisieren. Der Baukasten wurde

um die Variante der „Trucks“ erweitert: Mit Lasershow-Technik vollgestopfte Container können somit an jedem Ort der Welt betriebsicher und zuverlässig arbeiten.

Was sowohl die System- als auch die Eventkunden zu schätzen wissen, ist die Zuverlässigkeit der Lobo-Systeme und damit auch der Shows. Ein Beispiel, das diese Tatsache unterstreicht, steht im Münchner BMW-Museum. Dort steht ein System mit einem Laser, drei Farbmischleinheiten und vier Projektoren nebst Animationscomputer. Seit 1990 läuft dieses System an 364 Tagen im Jahr täglich für zehn Stunden. In dieser Zeit wurde lediglich dreimal der Laser selbst ausgetauscht, das war es schon.

Wie es künftig technologisch weiter geht, hängt nach Aussage von Lothar Bopp nicht zuletzt von den Entwicklungen der Laserhersteller ab. Generell steht eine hohe Lebensdauer auf dem Wunschzettel an die Laseranbieter ganz oben, bei Gaslasern nach wie vor ein kritisches Thema. Ansonsten: „Wir versprechen uns einiges vom RGB-Festkörperlaser; wir haben einen hier – das ist wirklich eine schöne Sache. Allerdings besteht hier unserer Meinung nach einiges an zusätzlichem Entwicklungsbedarf, was Preis, Handhabung und Servicefreundlichkeit betrifft.“ Die „Standard-Laser“ der Lobo-Systeme kommen von Coherent, Melles und Jenoptik und was die weitere Zukaufkomponente, die Scanner betrifft, so nutzt man schon seit fast 20 Jahren den legendären G 120 von GSI. Lothar Bopp: „Unsere eigene Treiber Elektronik ist so ausgeklügelt, dass ein neuer Scanner keine Vorteile bieten würde. Unserer Meinung nach ist der G 120 immer noch einer der zuverlässigsten Scanner überhaupt.“

Eine Seite des Unternehmens Lobo Electronic soll hier nicht unerwähnt bleiben, und zwar die kreative. Wie schon erwähnt bietet das Unternehmen auch die Show-Inhalte, ob in Zusammenarbeit mit Kreativagenturen oder komplett selbst. Aus Aalen kommen die imposantesten Lasershows überhaupt – womit wir wieder bei den ILDA-Awards wären. Gemessen an deren Zahl (57, davon 24 in den letzten drei Jahren) und dem Eindruck der gezeigten Show bleibt uns das Fazit: Unser Besuch galt wohl doch der weltweiten Nummer Eins.

Übrigens: Lobo selbst wird nicht mit einem eigenen Stand auf der LASER 2003 vertreten sein. Dennoch sind die Aalener präsent: Auf den Ständen von Melles bzw. Jenoptik (zwei der Laserlieferanten von Lobo) gibt es jeweils eine kleine Displaypräsentation von Lobo. f/x