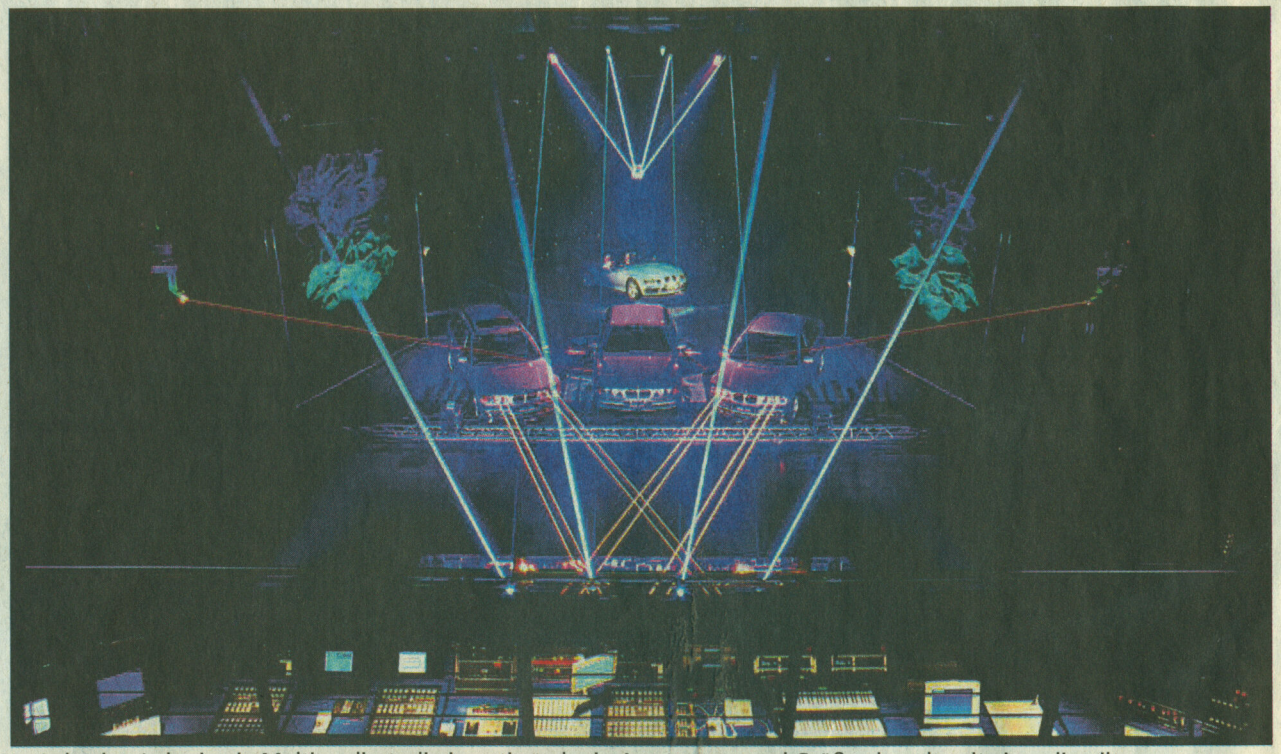
JUBILÄUM Das Aalener Lasertechnik- und Multimedia-Unternehmen Lobo feiert sein 25-jähriges Bestehen

# Überall auf der Welt – Beispiele gefällig?

**In 25 Jahren hat sich im Laser- und Multimediabereich vieles verändert. Eines ist geblieben: In einem Markt, in dem viele Unternehmen aufgetaucht und wieder verschwunden sind, hat sich die Aalener Firma Lobo als feste Größe etabliert – an der Spitze. „Es vergeht kaum eine Minute, in der nicht irgendwo auf der Welt Zuschauer in den Genuss einer Show aus dem Hause Lobo kommen", versichert Art Director Alexander Hennig.**



In Aalen hat Lobo in ein Multimediastudio investiert, das in Ausstattung und Größe als weltweit einmalig gilt.

**AALEN** ■ Beispiele gefällig? Auf den Weltmeeren unterhalten Lobo-Laser die Gäste der Queen Mary 2 oder die Passagiere der fünf neuen Schiffe der Reederei Costa. Und gleichzeitig sorgen Lobo-Installationen in Freizeitparks, Kinos und Planetarien für Stimmung – im Europa Park, im Hansa Park oder im Holiday Park. Lobo-Laser strahlen in den Planetarien Hamburg oder Stuttgart oder im ehemaligen Planetarium in München.

Nur wenigen 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, in Indonesien oder in China oder in Diskotheken in Chile, Korea, Argentinien. Und auf Theater-Bühnen, angefangen vom französischen Revuetheater Royal Palace bis hin zum Staatstheater Weimar.

Eine Folge: Lobo-Mitarbeiter sind gewohnt, zu reisen. Rund 80 Prozent des Umsatzes wird außerhalb Deutschlands, rund 60 Prozent sogar außerhalb Europas erwirtschaftet. Das allein wäre eine reife Leistung für das rund 30 Mann starke Team. Obendrein aber ist Lobo, was Firmengründer und Chef Lothar Bopp stolz hervorhebt, „der Konkurrenz immer die berühmte Nasenlänge voraus und gilt als Innovationsmotor der Branche". Beispiele gefällig? Von Lobo kam die erste Serie an RGB-Farbmischeinheiten für Lasershows, ebenso die ersten 3D-Echtzeitrechner oder das erste Sicherheitsmeßsystem für Lasershows. Unbeirrt geht das Aalener Unternehmen eigene Wege und ist für seine Leistungen mit Preisen überhäuft worden, erhielt den LDI-Award, den SIB-Award sowie den Internationalen Showpreis, den Golden Eye Award, den Innovationspreis Ostwürttembergs und des Landes.

Darüber hinaus ist Lobo einer der großen Player im Veranstaltungsbereich, was rund 30 Prozent zum Umsatz beiträgt. Das Unternehmen arbeitete im Regierungsauftrag und auch schon vor bis zu 1,2 Millionen Zuschauern in Rumänien, Ungarn, Saudi-Arabien, Liechtenstein, der Türkei und Deutschland. Bei Großereignissen wie etwa Olympischen Spielen oder den Asian Games ist Lobo gefragter Spezialist.

Daneben sind Agenturen, Marketing- und PR-Abteilungen führender Unternehmen, wie Daimler, BMW, EADS, Bayer, Microsoft, Thyssen-Krupp, Hewlett-Packard oder Allianz Kunden bei Lobo. „Die meisten sind Wiederholungstäter", registriert Lothar Bopp zufrieden, dass Lobo als zuverlässiger und erfahrener Partner etwa für spektakuläre Produktpräsentationen gilt. Speziell für solche Kunden habe Lobo in ein Multimediastudio in Aalen investiert, das in Ausstattung und Größe als weltweit einmalig gilt. Und der Erfolg gibt Recht: Es gibt kaum einen Preis, den Lobos Showdesigner noch nicht erhalten hätten. Allein den Laser Oscar (ILDA-Award der International Laser Display Association) holte man 97 mal.

Lobo ging mit der Volljährigkeit des Firmengründers Lothar Bopp an den Start. Von Anfang an waren Eigenentwicklungen im Bereich der Steuerungstechnik der zentrale Geschäftsbereich. Im Laser-Markt versuchte sich Lobo zunächst als Wiederverkäufer, entwickelte dann aufgrund negativer Erfahrungen mit der damals verfügbaren Technik bald von Grund auf eigene Systeme.

Bereits 1986 konnte Lobo Komplettsysteme anbieten und eroberte neue Märkte, in denen Laser bis dato verpönt waren. So schuf Lobo in Bayreuth Kulissen aus Laserlicht, auf der Hannover Messe baute Hoesch seinen Messepavillon rund um ein bombastisches Multimediaspektakel von Lobo, schon 1991 sah man in Dubai die ersten Lobo-Shows und sogar die DDR feierte im Palast der Republik ihren eigenen Untergang mit Lasertechnologie vom Klassenfeind.

Immer wieder konnte das richtige Produkt zur richtigen Zeit platziert werden, wie etwa Projektionsflächen aus Wasser, weltweit bekannt unter Lobos Markennamen „Water Screen".