

Illusionen aus Licht von der Ostalb

Diskotheeken machen nur fünf Prozent der Kunden aus – Exportquote von 90 Prozent

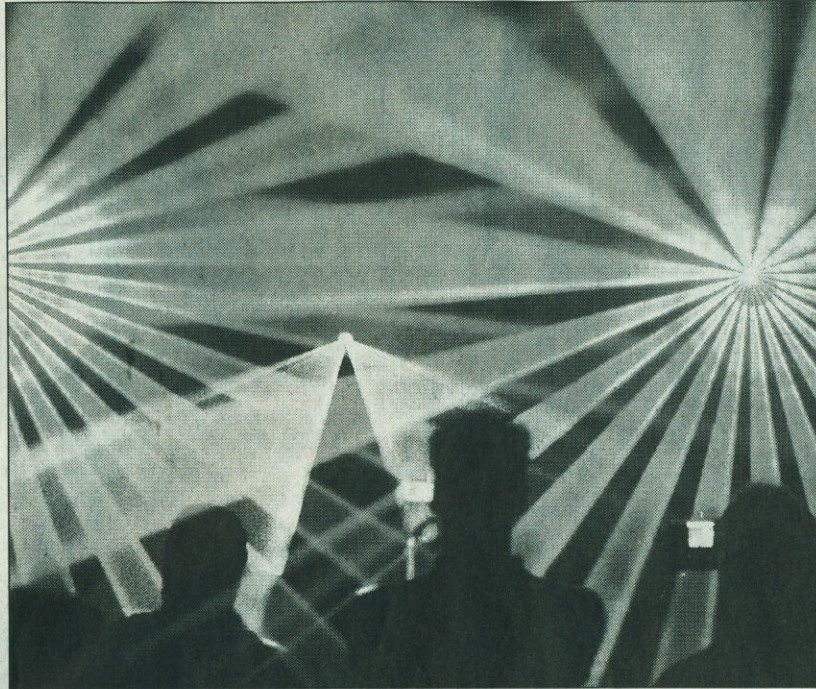
Vom Einmann-Betrieb zum Weltmarktführer für Show-Laser-Systeme – Lobo-Electronic (Aalen) hat für seine technischen Entwicklungen bereits Preise erhalten. Doch das Unternehmen spürt die schwache Konjunktur: An Umsatzzuwachs ist derzeit nicht zu denken.

CHRISTOPH FAISST

AALEN ■ Dunkelheit. Ein Mädchen wickelt eine leuchtende Schriftrolle auf; Aus ihr wachsen Zweige, Vögel, bunte Blumen: Es entstehen die hängenden Gärten, eines der sieben Weltwunder der Antike. Die übrigen folgen. Elf Minuten dauert die Reise durch Tunnel aus waberndem Licht über gleißend hellen Flächen. Dazu künstlicher Wind und Sphärenklänge aus einer 10 000-Watt-Tonanlage. Das Zeitgefühl geht verloren. „Mystère“ heißt die Laser-Show, die von Lobo-Electronic (Aalen) produziert wurde.

Insgesamt 4 Mrd. Bildpunkte, projiziert auf einen unsichtbaren Wasservorhang, lassen die Bilder im Raum stehen. Die Technik kommt unspektakulär daher: In einem kleinen Metallgehäuse drehen sich zwei winzige Spiegel. Der eine lenkt den Lichtstrahl senkrecht ab, der andere waagrecht. Das Bild wird so rasch neu aufgebaut, dass es vom Auge als Film empfunden wird.

Rückblende. Ein Rockkonzert Anfang der 70er Jahre. Gitarren jaulen, Bässe wummern. Einige wenige



Der Laser macht es möglich: leuchtende Figuren und Bilder.

Firmenfoto

grüne Lichtfinger tasten sich über die Bühne: „The Who“ gehörten zu den ersten Bands, die den Laser, der bereits 1960 erfunden worden war, als Bühneneffekt nutzten.

Zwischen „The Who“ und „Mystère“ liegen 30 Jahre technischer Entwicklung. „Wir haben Pionierarbeit geleistet“, sagt Firmengründer Lothar Bopp. Er war der erste, dem es gelang, mit einem einzigen Laser 16 Mio. Farben darzustellen. 1992 gab es dafür den Rudolf-Eberle-Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg. Vor kurzem erhielt Lobo den Innovationspreis der Wirtschaftsregion Ostwürttemberg.

Als Einmannbetrieb hatte Bopp 1982 begonnen. Parallel zu seinem Feinwerktechnik-Studium baute er das Unternehmen auf, das heute 30 Mitarbeiter beschäftigt und eigenen Angaben zufolge Weltmarktführer in diesem Spezialsegment ist. „Wir bieten über den Laser hinaus ein komplettes Multimediakonzept“, erklärt Bopp. Das bedeutet: Licht, Ton, Videoprojektionen und die komplette Technik kommen aus einer Hand.

Rund 70 Prozent des Umsatzes – er liegt laut Bopp im oberen einstelligen Bereich – macht Lobo mit diesen Komplettsystemen. 15 Inge-

nieure und 5 Designer entwickeln die Geschichte und die Software, die sie in Licht umsetzt. So wurden die Blumen und Vögel in „Mystère“ wie für einen Zeichentrickfilm in tausenden Einzelbildern gezeichnet und digitalisiert. Gebaut wird fast alles bei Lobo, selbst die Software, mit der die Ingenieure die Produkte entwickeln, stammt aus dem eigenen Haus. Lediglich der Laser selbst wird von Fremdfirmen bezogen. Zu den Abnehmern zählen unter anderem Ferienparks, Großkinos und Planetarien. Hauptabsatzmärkte sind Südostasien, China und der Nahe Osten, die Exportquote liegt bei 90 Prozent. „Mystère“ läuft aber auch im Europa-Park Rust. Diskotheken machen nur 5 Prozent der Kunden aus.

Billig ist das Spektakel nicht. „Das entspricht einer Filmproduktion“, erklärt Bopp. So habe die Entwicklung von „Mystère“ 250 000 € gekostet. Die Software wird für 3500 € verkauft, dazu benötigt der Kunde Hardware für 150 000 €.

Erst recht nichts für den schmalen Geldbeutel sind die Angebote, die Lobo seit etwa zehn Jahren in seinem Event-Service anbietet, der 30 Prozent des Umsatzes bringt: Lobo vermietet die Laser, konzipiert die Show, sorgt für Auf- und Abbau sowie die Bedienung.

Weltweit kämpfen 160 Unternehmen um Marktanteile. „Zwei Studenten, die einen Laser und eine Nebelmaschine in der Garage haben sind keine Laser-Show-Firma“, zieht Bopp die Grenze. von der lahrenden Konjunktur bleibt er nicht verschont. „Wir haben keinen Umsatzrückgang, aber Stagnation.“