

Mit bunten Show-Effekten am Weltmarkt erfolgreich

Lasertechnik aus der Aalener High-Tech-Schmiede stößt in eine Marktnische – Innovationspreis 1992

Von unserem Redaktionsmitglied

Aalen (imf) - Ob Autos, Baggerschaufeln, Lkw-Achsen, Kamele oder gar eine Oase in der Wüste - für die Lobo electronic GmbH in Aalen im Ostalbkreis sind solche Laserprojektionen eine Selbstverständlichkeit. Das Zauberwort heißt Multimedia-Show, wenn sich grellfarbene Linien zu breiten Strahlen ausweiten, Blitze das bunte, von schrillen Tönen untermalte Lichterspektakel durchzucken, und schemenhafte Umrisse sich im Laufe der Bildprojektionen in greifbar anmutende Objekte oder Landschaften verwandeln. Mit der Magie der Laserstrahlen, die solche Schauspiele ermöglichen, hat das Aalener Unternehmen eine Marktlücke entdeckt. Zwar gebe es hierzulande 30 bis 40 Firmen, die sich mit Lasershows beschäftigen, schätzt der Firmengründer und geschäftsführende Gesellschafter Lothar Bopp, doch die Zahl der ernstzunehmenden Wettbewerber beziffert er gerade auf drei bis vier Unternehmen.

Der Optimismus des 29-jährigen kommt nicht von ungefähr: Für die Entwicklung eines transputergesteuerten Lasersystems (ein Computer, der etwa tausendmal leistungsfähiger ist als ein herkömmlicher PC) hat das schwäbische Unternehmen den Dr.-Rudolf-Eberle-Preis 1992 eingeholt; einen Innovationspreis, benannt nach dem einstigen baden-württembergischen Wirtschaftsminister. Die hochkomplizierte Technik hat es in sich: In kurzer Zeit können bis zu 16 Millionen unterschiedliche Farbnuancen gemischt und synchron zur Grafik ausgegeben werden. Damit lassen sich Effekte erzielen, von denen selbst Nobeldiscos mit ausgefeilter Technik nur träumen können.

Entwickelt und gefertigt werden die Lasersysteme von den 20 Mitarbeitern in Aalen - hauptsächlich Informatiker, Feinwerktechniker und Designer -, darüber hinaus hat man sich mit Dienstleistungen wie dem Erstellen von Grafiken und der sogenannten Visualisierung von Prozessabläufen ein zweites Standbein geschaffen. Der kleine Handel mit Diskotheken-ausstattungen und Elektronikzubehör, den Lothar Bopp schon vor zehn Jahren aufgezogen hatte, hat sich inzwischen zu einem Unternehmen mit weltweitem Absatzmarkt gemausert. Diskotheken gehören längst nicht mehr zu den Hauptkunden, heute macht das Unternehmen den überwiegenden Teil des Umsatzes mit Produktpräsentationen für Konzerne.

Die Referenzliste des Unternehmens ist lang, Automobilhersteller wie Fiat, BMW, Mercedes-Benz, Toyota und General Motors gehören genauso dazu wie IBM, die Hoesch AG, Carl Zeiss in Oberkochen, die



High-Tech beherrscht das Bild bei der Lobo electronic GmbH in Aalen.

Werkfoto

Münchener Hypo-Bank oder die Telekom, um nur einige Beispiele zu nennen. Je nach Kundenwunsch kann sich ein Einzelauftrag auf 35 000 bis gar 450 000 DM zusammenklappen - je nachdem, ob es sich um ein Firmenjubiläum mit Standardsoftware oder um eine aufwendige Showveranstaltung für eine Messe handelt, bei der komplizierte Prozessabläufe mit Hilfe von Lasersystemen für die Messebesucher anschaulich auf die Leinwand projiziert und mit anderen Medien wie etwa Videobeamern vernetzt werden sollen.

Auch Sternbilder und Planetenbahnen werden mit der Lasertechnik aus Aalen in Planetarien auf das künstliche Firmament projiziert. Selbst bei Aufführungen in der Semper Oper in Dresden, im Wagner Festspielhaus in Bayreuth, im italienischen Freizeitpark Gardaland oder bei den Olympischen Sommerspielen 1992 in Barcelona und den Asia Games, einem Sportfestival in Dubai am Golf von Abu Dhabi, haben die Aalener mit Show-Effekten mitgemischt.

Den Grund für seinen Erfolg bringt Lothar Bopp, der an der Aalener Fachhochschule Feinwerktechnik studiert hat, mit wenigen Worten auf einen Nenner. „Man arbeitet zehn Jahre hart.“ Bei seinen Geschäften hat sich das ausgezahlt, immerhin liegt der Umsatz des Unternehmens bei rund sechs Mill. DM. Auch für die Zukunft gibt sich der Jungunternehmer optimistisch, denn eine kleine Firma sei

flexibel, was die Produktion und die Kundenbetreuung angeht, ist er überzeugt. Wachstumsmärkte für das kleine Unternehmen, dessen wirtschaftlicher Aufschwung 1990 mit dem Besuch zahlreicher Auslandsmessen wie in London, Graz, Madrid oder etwa Rimini aber auch durch „Mund-zu-Mund-Propaganda“ seinen Lauf genommen hat, sieht Bopp zuhause. Dabei schwebt ihm vor allem die Anstrahlung von Gebäuden und Lasershows bei Stadtfesten vor.

„Aus Gründen des Umweltschutzes geraten Feuerwerke immer mehr in Verruf“, ist sich Bopp sicher und sieht hier künftige Einsatzgebiete seiner High-Tech-Produkte. So hat man in diesem Jahr gut 2,4 Mill. DM in die Entwicklung eines Lasertrucks gesteckt, eine mobile Großlaseranlage, mit fest installierter Regie. „Man kann damit jederzeit losfahren und eine Show inszenieren“, macht der Jungunternehmer klar. Vorstellen könnte er sich auch eine Art Tour. Kaufhausketten etwa könnten sich das Gefährt mieten und zu Werbezwecken zu einem gewissen Zeitpunkt ihre Filialen nachts anstrahlen lassen. „Als Blickfang“, meint Bopp zu diesem Markt, den „es ja eigentlich noch gar nicht gibt.“ Man müsse eben schauen, wohin der Markt tendiere, und dann das entsprechende Produkt haben, sagt er lapidar und ist sich sicher, mit seiner High-Tech-Schmiede auf das Richtige gesetzt zu haben.