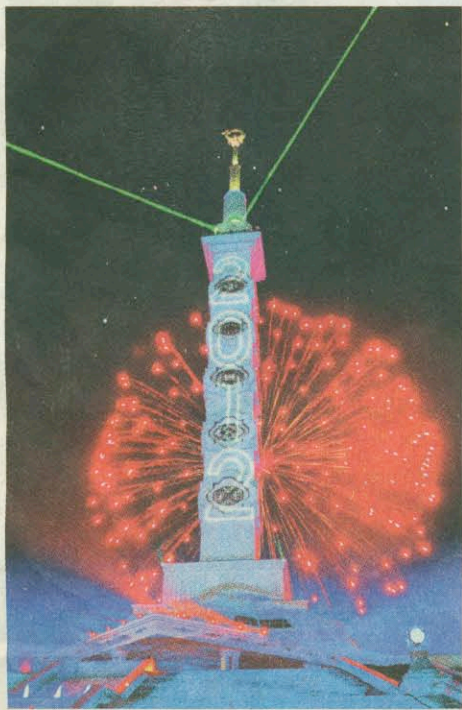
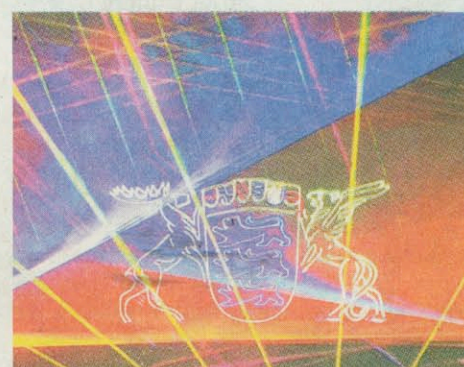


Viele Kunden von Lobo kommen aus dem arabischen Raum. So veranstalteten die Aalener etwa im Jahr 2010 eine große Lasershow für das 40-Jahr-Jubiläum des Sultanats Oman.



Die neueste Lobo-Laser-Generation mit dem Namen „Sparks“: 130 Kilo schwer und knapp 100 000 Euro teuer.



In Turkmenistans Hauptstadt Aschgabat (Bild ganz links) kommen Lobo-Lasersysteme genauso zum Einsatz wie bei Veranstaltungen des russischen Gaskonzerns Gazprom in Sankt Petersburg oder den Feierlichkeiten zum Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg. Lothar Bopp (links) hat Lobo Electronics 1982 gegründet und führt das Unternehmen seitdem. Fotos: Lobo

Licht für die Türme von Aschgabat

Serie Die Lobo Electronic GmbH aus Aalen liefert Laseranlagen und passende Showkonzepte in die ganze Welt. *Von Alexander Günzler*

Der Bass dröhnt. Ein grüner Lichtkranz tanzt auf jeden Schlag. Dann: heroische Musik. Auf einem Vorhang aus Wasser erscheinen Zahlen, Formen, Bilder, die sich drehen und leuchten – blau, rot, violett. Manns-große Hände aus Licht schrauben sich in die Höhe, zu Fanfarenstößen schneiden sich bunte Kegel durchs Dunkel, immer dichter wird das Geflecht aus Wasserdampf, Strahlen und Feuer. Nach einer Viertelstunde ist das Spektakel vorüber und Lothar Bopp – schwarzes Hemd, schwarze Hose, schwarze Schuhe – sagt ins Dunkel hinein: „Wenn wir jemanden hier drinhaben, wird es einfach.“

Knapp vier Millionen Euro an modernster Technik hat der Geschäftsführer der Aalener Lobo Electronic GmbH in seinem Multimedia-Studio, das jedes Heimkino in den Schatten stellen dürfte, verbaut. Bopp zählt auf: vier große „Sparks“-Laser, einen „Bliss“ in der Mitte, ein paar kleinere Systeme drum herum, sechs Videoprojektoren, „Moving Lights“, Flammeneffekte und Wasserleinwände. „Das Zusammenspiel von allem ist das Interessante“, sagt er. Wobei Laser alleine natürlich nicht langweilig seien, wie er betont – sind die Geräte doch nach wie vor das Fundament seines mittlerweile 30 Jahre alten Unternehmens.

Noch vor Beginn seines Studiums der Feinwerktechnik – einer Kombination aus Optik, Elektronik und Feinmechanik – an der Fachhochschule Aalen gründete der damals 19 Jahre alte Lothar Bopp seine Firma Lobo. „Ich hatte Laser auf einer Messe gese-

hen und fand das faszinierend“, sagt er. Während des Studiums hatte Bopp bereits eine Handvoll Mitarbeiter. Von den heute rund 30 Mitarbeitern seien auch noch einige aus den Anfangstagen an Bord, wie der Chef erzählt. Die Ausrichtung von Lobo hat sich mit der Zeit hingegen stark gewandelt. „In den ersten Jahren haben wir unsere Umsätze fast zu 100 Prozent mit Laseranlagen für Discoteken gemacht“, sagt Bopp. Heute mache dieses Geschäftsfeld nur noch zwei Prozent des Umsatzes aus. Dieser lag laut Bopp 2011 insgesamt „im hohen einstelligen Millionenbereich“ und solle in diesem Jahr erstmals die 10-Millionen-Euro-Marke knacken.

Was die weiteren Wachstumsmöglichkeiten des Unternehmens angeht, gibt sich der Chef zurückhaltend: „Unser Markt ist eher eine Nische, da kann man als 30 Jahre alte Firma nicht mehr allzu schnell wachsen.“ Dies sei aber insofern von Vorteil, als dass diese Nische für Großkonzerne wie etwa Panasonic oder Sanyo zu klein sei und deshalb von dort keine Konkurrenz drohe. „Das ist unser Glück“, sagt der Lobo-Chef. Natürlich gibt es dennoch Konkurrenten weltweit. Wobei Lobo im Vergleich sehr gut dastehe, sagt Bopp. Zum Beweis zeigt er auf eine üppige Trophäensammlung, die er in seinem Büro aufgereiht hat. „Seit Jahren bekommen wir die meisten Branchenpreise weltweit“, sagt Bopp. So habe seine Firma bereits 134 Awards der International Laser Display Association (Ilda) abgeräumt. „Viele sind stolz, wenn sie überhaupt einen haben“, sagt der Firmengründer.



Kleine Riesen

Ein Besuch bei Unternehmen, die in der Öffentlichkeit kaum bekannt, in ihrer Branche aber führend sind.

Heute: Lobo Electronic

EIN VERBAND, UM LASER WELTWEIT ZU ETABLIEREN

Verband Die 1986 in den USA gegründete International Laser Display Association (Ilda) ist der größte Verband der Lasershowbranche und gilt gemeinhin als Lasershow-Weltdachverband. In der Ilda haben sich rund 180 Unternehmen, Institutionen und natürliche Personen zusammengeschlossen, um Laser in den Bereichen Kunst, Unterhaltung und Bildung zu etablieren.

Nationen Mit 18 Mitgliedern ist Deutschland in der Ilda relativ stark vertreten. Zahlenmäßig darüber liegen weltweit nur Großbritannien (19 Mitglieder) und die USA mit mehr als 70 Mitgliedern. China ist bislang hingegen nur mit sechs Firmen in der Ilda vertreten.

Auszeichnung Die Ilda Awards sind Auszeichnungen, die für „herausragende technische

oder kreative Leistungen im Lasershowmarkt“ im jährlichen Turnus vergeben werden. Der Preis wird seit 1988 in verschiedenen Kategorien verliehen und stellt die höchste Auszeichnung der Branche da. Mit insgesamt 134 Awards hat Lobo Electronic bisher mit großem Abstand die meisten Branchenpreise weltweit bekommen. 2011 erhielten die Aalener neun Ilda-Awards. ag



Obwohl einige Hersteller versuchten, die Geräte von der Ostalb zu kopieren, verfolgt Lobo nicht den Ansatz, sich mit Hilfe von Patenten dagegen schützen zu wollen. „Unsere Strategie ist es, mit neuen Produkten schneller zu sein als der Markt“, sagt Bopp. Und die Chinesen? „Die Chinesen bekommen es einfach nicht hin“, sagt Bopp lapidar. Zwar gebe es chinesische Firmen, die den Markt mit 3000-Euro-Laserprojektoren überschwemmen würden. „Die sind aber weit unter unserer Qualität – und höchstens gut für ein bisschen Discogefläcker.“ Die Lobo-Laser seien hingegen High-End-Produkte, je nach Modell mit Stückpreisen von 50 000 bis 250 000 Euro. Entwickelt und gefertigt wird ausschließlich in Aalen. „Bei unseren kleinen Stückzahlen würde sich eine Produktion im Ausland auch gar nicht lohnen“, sagt Bopp.

Rund 70 Prozent des Geschäfts macht bei Lobo nach wie vor der Verkauf und die Installation solcher Laseranlagen aus. Kreuzfahrtschiffe wie etwa die Queen Mary 2, das Wagner Festspielhaus in Bayreuth, Freizeitparks, Planetarien – unter anderem auch in Stuttgart – oder Museen wie das BMW Museum in München haben Lobo-Systeme installiert. Geliefert wird in alle Welt. „Wir haben Kunden in 75 Ländern“, sagt Bopp. Rund 80 Prozent des Umsatzes werde bei Lobo im Ausland erwirtschaftet, wobei die größten Aufträge aus dem arabischen Raum kämen.

Seit Ende des vergangenen Jahres gehört auch Turkmenistan zur Lobo-Kundenkartei. In der Hauptstadt Aschgabat sind seitdem die höchsten Türme im Rahmen einer Dauerinstallation mit grünen Lichtbündeln made in Aalen verbunden. „Die Laser überwinden dort zum Teil Distanzen von knapp 30 Kilometern“, sagt Bopp. Eingebaute GPS-Module würden gewährleisten, dass alle Geräte jeden Abend zeitgleich ein- und morgens um fünf Uhr wieder ausgeschaltet werden. „Geld hat bei denen keine Rolle gespielt“, sagt der Lobo-Chef. Rund 2,5 Millionen Euro habe der turkmenische Staat für die komplette Anlage auf den Tisch gelegt.

Abseits dauerhaft installierter Systeme erwirtschaftet Lobo rund 30 Prozent des Umsatzes mit dem sogenannten Eventservice. Dabei geht es um die Konzeption,

technische Ausstattung – von Lasern über Videoprojektion, Leinwände und Feuereffekte bis zur Komposition passender Musik – und Steuerung von (Groß-)Veranstaltungen. „300 Shows können wir standardmäßig anbieten“, sagt Bopp. Oft würden aber auch individuelle Konzepte erarbeitet – etwa für Fabrikeinweihungen und Messstarts, aber auch für Feierlichkeiten wie 40 Jahre Oman oder den diesjährigen Eurovision Song Contest in der aserbaidschanischen Hauptstadt Baku.

Besonders gerne erinnert sich der Lobo-Chef an die Asian Games in Katar 2006. „Bei weltweit 3,4 Milliarden Zuschauern muss alles sitzen, da gibt es keinen zweiten Versuch.“ Trotz sintflutartiger Regenfälle eine knappe Stunde vor Beginn glückte die Show – die Gerätereihe von damals ist inzwischen allerdings ausrangiert. „Die fünf Anlagen haben 400 000 Watt an Energie verbraucht und 300 Liter Kühlwasser in der Minute benötigt“, erklärt Bopp. Jedes der Geräte brachte 1100 Kilo auf die Waage. Die neueste Lobo-Lasergeneration mit dem Namen „Sparks“ verbrauche im Vergleich dazu nur noch ein Prozent der Energie, sei komplett luftgekühlt, wiege noch 130 Kilo pro Stück und sei zudem auch noch heller als die alte Baureihe. Innovation made in Aalen – von der sich viele ausländische Kunden gerne selbst ein Bild vor Ort machten, wie Bopp erzählt. Nach der Show im Multimedia-Studio sei es bis zur Bestellung aber meist nur noch Formsache.

DER SERIENFAHRPLAN

Hidden Champions Im Südwesten gibt es viele kleine Weltfirmen. Newcomer fehlen. 11.8.

Lobo Electronic Weit mehr als bloßes Disco-geflacker: Laseranlagen made in Aalen. Heute

Gruschwitz Technische Garne für die Medizin, für die Luftfahrt und für Hochöfen.

Schmid Solar Im Schwarzwald werden Fabriken für die Solarindustrie gebaut.

Gütermann Die Fäden, mit denen Christo den Reichstag eingewickelt hat.

Veigel Automotive Die Künzelsauer schaffen Sicherheit für Fahrschüler und ihre Lehrer.

Aerocom Die Rohrpostanlagen aus Schwäbisch Gmünd sind rund um den Globus im Einsatz.

ICT AG Medientechnik für Showrooms, das ZDF oder den deutschen Expo-Pavillon.

Vivil A. Müller GmbH & Co. KG Pfefferminzbonbons aus Offenburg.

F. Zimmermann Fräsen für Flugzeuge: ein kleiner Mittelständler baut riesige Maschinen.