

LOBO electronic: Mit Multimedia-Visionen, Laser-Unterhaltungsshow und ausgefallenen Produktpräsentationen weiter im Aufwind:

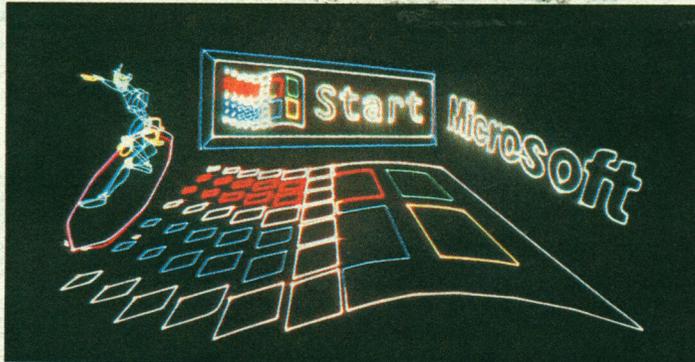
„Picasso zu Klaviermusik“ kommt aus Italien

Von Oliver Hafner

Aalen. Die LOBO electronic GmbH befindet sich weiter im Aufwind. Aus aller Welt trudeln in der Hofackerstraße mittlerweile die Aufträge für Laser-Unterhaltungsshow, Laseranimationen und Multimedia-Präsentationen ein. Das Aalener Unternehmen ist inzwischen Weltmarktführer, was den Verkauf von Lasershows anbelangt.

Sogar die Karl-May-Freilichtspiele in Bad Segeberg hat die kleine Ingenieurfirma in diesem Sommer erfolgreich mit Laserlicht aufgemotzt, nachdem die Besucherzahlen in den vergangenen Jahren zurückgegangen waren. Gleiches gilt für die Oferta, die derzeit in Karlsruhe zu sehen ist. Firmenchef Lothar Bopp: „Eine Umfrage ergab, daß ein Drittel der Messebesucher nur unserer Lasershow wegen gekommen ist“.

1995 war für den 32jährigen ein Jahr voller „Highlights“. Ende April projizierte man aus Anlaß des türkischen Nationalfeiertages vor dem Parlamentsgebäude in Ankara eine 35minütige Multivision auf eine überdimensionale, 15 auf 30 Meter große Wasserleinwand. Dazu noch ein pompöses Feuerwerk – und jeweils



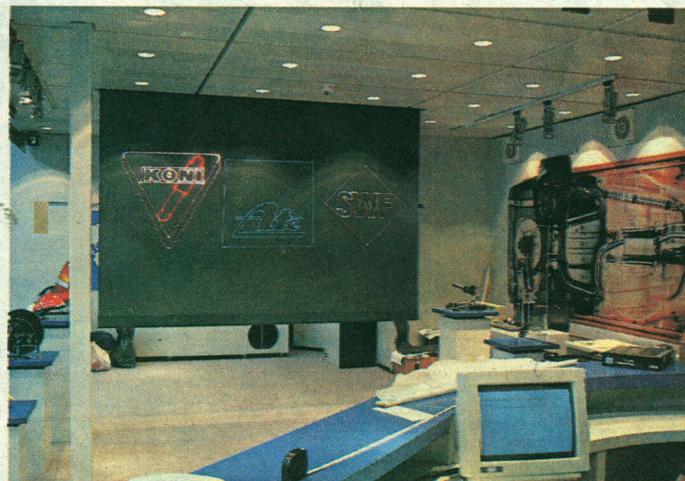
Produkteinführungen wie die von Windows '95 (links) und Laserspektakel wie vor dem Regierungspalast von Ankara anlässlich des türkischen Nationalfeiertags gehören zu den Höhepunkten im diesjährigen Verkaufsprogramm von LOBO electronic.

60000 Menschen gerieten an beiden Vorstellungstagen aus dem Häuschen. Als spektakulär schildert Bopp auch den Auftritt seiner Lasertrucks bei einem Open air in Polen, an dem in diesem Sommer nahezu eine halbe Million junger Leute teilnahm.

Aufwendig sind aber nicht nur solche Unterhaltungsshow. Noch mehr Mühe und Einfühlungsvermögen in die Wünsche des Firmenkunden verlangt die „klassische“ Gestaltung von Produktpräsentationen, wie etwa auf Messen. Lothar Bopp: „Es gilt, das Produkt so zu darzubieten, daß die Präsentation sowohl den Laien als auch den Fachmann anspricht, den Kunden zufriedenstellt und zudem noch einen hohen Unterhal-

tungswert garantiert.“ Mit Erfolg setzte LOBO so etwa in München die Markteinführung von Windows '95 und die Händlerpräsentation der

neuen 5er-Reihe von BMW in Szene. Zur Firmenphilosophie gehört das Eindringen in Marktnischen. Und davon gibt es im Bereich der Multimedia



Immer gefragter: Multimedia-Präsentationen mit Laser, Diashow und Realexponaten wie auf dem IAA-Stand der Firma ITT.

reichlich. Einen Großteil seines Umsatzes macht LOBO nach wie vor mit dem Verkauf und der Installation von Lasertechnik. Bopp: „Aber auch der Verleih von Unterhaltungsshow und Präsentationen boomt momentan.“ Bei besonders ausgefallenen Wünschen nach Laseranimationen mit künstlerischem Anspruch springt indessen die Vertretung in Mailand mit eigenen Designern ein. Bopp: „Wenn's sein muß, entwerfen die uns auch mal einen Picasso zur passenden Klaviermusik oder lassen einen Computerfreak im Internet surfen“. Die neueste Marktnische hat Lothar Bopp vor kurzem entdeckt. Vergangene Woche erst lief die „Century“ vom Stapel. Der derzeit modernste

Luxusliner wird künftig in der Karibik zwischen Miami und den Bahamas hin und herkreuzen und ist als weltweit erstes Kreuzfahrtschiff überhaupt mit (LOBO-)Lasertechnik vollgespickt. Der letzte Schrei: Bei der Einfahrt in den Hafen zaubern Laser vom Deck der „Century“ bunte Grafiken auf die nächtliche Skyline von Miami.

Wie es mit LOBO weitergeht? Lothar Bopp macht sich ernsthafte Gedanken, ob er nicht den Standort wechseln soll: „Bei einem Exportanteil von 60 Prozent kommen ständig Besucher aus dem Ausland zu uns. Wir müssen jeden einzelnen von Frankfurt oder Stuttgart abholen. Die ständige Fahrerei ist meinen Leuten auf Dauer nicht zuzumuten. Ideal wäre ein Standort in der Nähe des Stuttgarter Flughafens.“

Aber auch sonst hat er vorausgedacht: „Die Zukunft wird uns eine noch engere Vernetzung der einzelnen Medien und eine Ausdehnung der Dienstleistungen bringen. Der Kunde verlangt künftig nach einem ganzheitlichen Konzept, von der Beratung und Programmierung angefangen bis hin zur anschließenden Umsetzung und Betreuung vor Ort.“

