

mep

MARKETING EVENT PRAXIS

EVENTLAND Österreich

AEA Gewinner lawine torrèn

Qualitätsfaktor **DR. GERD WIRTZ**
Standbau Neue Event-
Terminologie

Foto: lawine torrèn

DAS HEFT
IM HEFT

MEP INSIDE

Zelte und
Temporärbauten


Anbieter und Trends



Ein Vierteljahrhundert zukunftsorientierte Lasertechnik

25 Jahre LOBO electronic GmbH

Dipl.-Ing. Lothar Bopp, **LOBO electronic GmbH**



„Man muss sich als Anbieter und das Medium Laser selbst immer wieder neu erfinden, neue technische und ästhetische Ausdrucksformen suchen, die dem Kunden auch einen echten Mehrwert bringen“, sagt Lothar Bopp, Geschäftsführer und Gesellschafter der LOBO electronic GmbH. Das auf Laser- und Multimediashow's spezialisierte Unternehmen aus Aalen wird in diesem Jahr 25 – und feiert sein bis dato erfolgreichstes Geschäftsjahr.

Herr Bopp, hätten Sie sich vor 25 Jahren träumen lassen, dass Sie mit Ihrem Unternehmen LOBO heute Marktführer im Laser- und Multimediabereich sein werden?

Bopp: Nein, sicherlich nicht. Wenn man wie ich von Null startet, hat man natürlich zunächst viele andere Dinge im Kopf. Dennoch hatte ich immer klare Ziele und Vorstellungen. Es war immer mein Bestreben, LOBO-Kunden das Beste auf dem Markt Befindliche zu bieten. Dieser Linie ist LOBO von Anbeginn bis heute ohne Kompromisse treu geblieben und das hat sich letztlich ausgezahlt.

Gibt es so etwas wie ein Geheimrezept für den Erfolg?

Bopp: Ich habe in unserem Markt viele Unternehmen scheitern sehen, die auf einer anfänglichen Woge des Erfolgs

rasch groß geworden sind, sich dann aber entweder übernommen haben oder ihrer Linie untreu geworden sind. LOBO's Erfolg dagegen ist Ergebnis vieler kleiner Schritte, die aber konsequent gegangen worden sind. Daraus entwickelte sich ein gesundes und stetiges Wachstum. Ein sehr großer Teil des Erfolgs basiert natürlich auf dem persönlichen Einsatz und Können unserer Mitarbeiter. Natürlich nicht zu vergessen, die vielen Kunden, die uns oft über Jahrzehnte als Geschäftspartner im ureigensten Sinne die Treue halten. Und wie so oft war auch etwas Glück im Spiel und der Riecher dafür, zur richtigen Zeit die richtigen Produkte am Markt zu haben.

In 25 Jahren haben Sie sicherlich viel erlebt – welche Projekte Ihrer bisherigen Laufbahn waren für Sie die eindrucksvollsten?

Bopp: LOBO hatte das Glück, viele spannende und auch sehr fordernde Projekte in den verschiedensten Ländern realisieren zu dürfen. Jeder Auftrag hat seinen eigenen Reiz und seine speziellen Herausforderungen. Es treibt natürlich das Adrenalin ins Blut, wenn man weiß, dass, wie zum Beispiel bei der Eröffnung der Asian Games in Doha im vergangenen Dezember, 3,4 Milliarden Zuschauer das Resultat der eigenen Arbeit am Fernsehen live verfolgen. Aber auch Produktpräsentationen, wie beispielsweise die Präsentation der GL-Klasse während Herrn Zetsches erstem öffentlichen Auftritt als CEO von Daimler-Chrysler und Mercedes-Benz sind auf Grund ihres Anspruchs sehr spannend. Eines hat mich aber sicherlich besonders bewegt: Als anlässlich des 40-jährigen Bestehens der DDR ein großes LOBO-Laser-

system im Palast der Republik installiert worden ist, das im Rahmen eines klassischen Konzerts für Michail Gorbatschow zum ersten Mal zum Einsatz kam, schrie draußen die Masse „Wir sind das Volk“. Nach der Show sprach Gorbatschow die berühmten Worte „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben.“ Geschichte hautnah, das ist einmalig!

Wie hat sich der Markt aus Ihrer Sicht in den letzten 25 Jahren verändert?

Bopp: Während man anfangs einfach nur mit einem überzeugenden Angebot präsent sein musste, um erfolgreich zu sein, ist der Markt heute vielschichtiger geworden. Das Medium Laser ist nicht mehr so neu, wie zu Beginn unserer Geschäftsaktivitäten. Man muss sich als Anbieter und das Medium selbst immer wieder

neu erfinden, neue technische und ästhetische Ausdrucksformen suchen, die dem Kunden auch einen echten Mehrwert bringen. Sicherlich ist auch der ungezügelt kopierwahn – speziell aus Fernost – eine große Herausforderung. Es vergeht kaum eine Woche, in der nicht irgendein bis dato unbekanntes Unternehmen große Teile unserer Internetpräsenzen, unsere Demo-Videos oder unseren Namen für eigene Zwecke missbraucht. Ebenso sind missglückte Versuche, die Technik zu kopieren oder die Verbreitung von Raubkopien von Shows über das Internet leider ein Thema. Auch an anderer Stelle hat das Internet seine Tücken: Es gibt heute Tausende kleiner Laserunternehmen, deren tatsächliche Leistungsfähigkeit auf Grund der anonymen Präsentationsplattform Internet nur wenig transparent ist. Nur der persönliche Besuch beim potenziellen Lieferanten bringt hier die notwendige Klarheit. Zudem ist leider ein erschreckend großer Teil der Angebote auf dem Lasermarkt in hohem Maße unseriös. Das fängt mit frei erfundenen Produkt-Spezifikationen an, setzt sich mit dem Ignorieren oder dem bewussten Überschreiten von geltenden Sicherheitsregeln fort und endet mitunter mit dem Einsatz von Lasersystemen, die absolut gefährlich werden können. Letzteres trifft leider auch vereinzelt auf etablierte deutsche Wettbewerber zu. Hier gilt es, mit nachprüf-

baren, klaren Fakten beim Kunden immer wieder aufs Neue Überzeugungsarbeit zu leisten und so manche weit verbreitete Mär wieder auf den Boden der Tatsachen zurückzuholen. Wir ergreifen hier gerade Initiative mit einem kostenlosen Seminar, für Interessenten aus dem professionellen Veranstaltungsbereich, das den Teilnehmern helfen soll, sich anhand objektiv geltender Tatsachen souverän in diesem undurchsichtigen Markt zu bewegen.

LOBO ist eher im gehobenen Preis-Segment aktiv. Gab es nie Überlegungen, eine Low-Cost-Schiene aufzubauen?

Bopp: Spätestens seit der Schwemme von Billigprodukten aus China zeigt sich für uns sehr deutlich, dass wir damit richtig lagen, immer das Bestmögliche anzustreben, was zwangsläufig nicht immer das Billigste, jedoch im Endeffekt das Preiswerteste ist. Dennoch legen wir höchsten Wert auf eine transparente Preisgestaltung. Wer unser Angebot mit etablierten Produkten und Dienstleistungen zum Beispiel im Veranstaltungsbereich vergleicht, wird positiv überrascht sein, wie offen und fair wir auftreten. Natürlich gibt es immer wieder Interessenten, die meinen, dass man schon ab 3.000 Euro „eine bombastische Lasershow“ haben kann. Wer jedoch einfach einmal die durchschnittlichen Stundensätze zum Beispiel eines Handwerkers zugrunde legt, dar-

über hinaus noch Transport, Abschreibung des Equipments und Versicherung in Betracht zieht, weiß recht schnell, was tatsächlich in einem solchen Budgetrahmen zu erwarten ist. Ganz abgesehen davon, dass noch rund tausend Euro allein für die sicherheitstechnische Abnahme der Strahlführung durch einen staatlich vereidigten Gutachter einzurechnen sind.

Was kann man von LOBO in den nächsten 25 Jahren erwarten?

Bopp: Ich bin kein Orakel. Ich kann aber auf jeden Fall sagen, dass wir heute gut aufgestellt sind und uns für die Zukunft ebenfalls gut gerüstet sehen. 2007 dürfte für uns ein neues Rekordjahr werden und für 2008 können wir mit interessanten neuen Produkten aufwarten. Jedoch auch ohne hellseherische Fähigkeiten gehe ich davon aus, dass wir heute wie morgen versuchen werden, für unsere Kunden mit grundsoliden technischen Lösungen, individuellen Dienstleistungen und überzeugenden kreativen Ansätzen ein verlässlicher Partner mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis zu sein. Wir streben zu jedem unserer Kunden eine langjährige Geschäftsbeziehung an. Deshalb müssen diese auch über Jahre darauf vertrauen können, dass man bei LOBO perfekt maßgeschneiderte Lösungen erhält, die in jeder Hinsicht auch im Vergleich zum Wettbewerb überzeugen.



Ihr Partner für Events mit IQ
roadtrack

ROADSHOWS

... erfordern intelligente Planung und perfekte Logistik zugleich. Roadtrack bietet alles – und geht deutschland- und europaweit mit Ihnen auf Tour.

SPECIAL LOCATIONS

... geben Ihrer Veranstaltung die richtige Note. Wir kennen oder finden die Location, die Ihr Konzept zielgenau transportiert und Ihre Veranstaltung zu einem bleibenden Erlebnis werden lässt.

EVENT-IQ

... als Full-Service-Agentur ist Roadtrack Ihr Partner für kreative Events - ob bei Konzeption, Organisation oder Durchführung vor Ort. Wichtig für uns: Eine gute Idee allein reicht nicht aus. Die perfekte Planung und detaillierte Umsetzung liegen uns besonders am Herzen. Dies nennen wir Event IQ..

Roadtrack AG
Oeder Weg 6
60318 Frankfurt am Main
Tel.: 069-90 50 11-0
Fax: 069-90 50 11-99
E-Mail: kontakt@roadtrack.de
Web: www.roadtrack.de