



Hochmoderne Zentrale: Im schweizerischen Lengwil oberhalb des Bodensees befindet sich seit Anfang 2010 das neue Headquarter von Laserworld.

Dreitausend Laser pro Monat

Es geht nur in eine einzige Richtung bei Laserworld: bergauf. Seit der Gründung vor vier Jahren hat die AG gigantische Umsatzsprünge geschafft, von denen andere nur träumen können. disco-magazin hat das Unternehmen besucht.

Die Welt braucht Laser – und mit Laserworld bekommt sie sie auch. Das Unternehmen mit Hauptsitz in der Schweiz ist ungeheuer breit aufgestellt. Rund 7000 Geräte sind permanent auf Lager, 3000 werden monatlich verkauft. „Wir sind ein Vollsortimenter im Showlaserbereich“, erklärt Verkaufs- und Marketingdirektor Norbert Stangl, der disco-magazin an seinem 29. Geburtstag die Firmenwelt vorstellt, „wir bieten vom günstigen Kleinstgerät bis zum Coherent Taipan OPSL, von 40 Milliwatt bis 60 Watt alles an.“ Damit dürfte Laserworld weltweit der einzige sein.

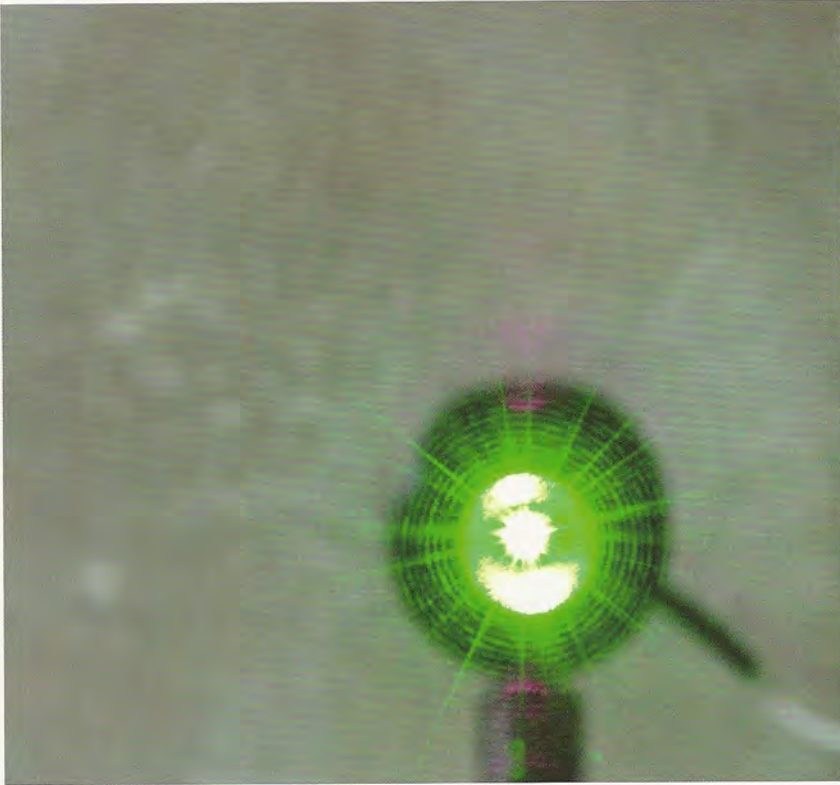
In Lengwil bei Kreuzlingen oberhalb des Bodensees befindet sich die neue moderne Unternehmenszentrale. Von dort werden weltweit die Fäden gespannt, die den bemerkenswerten Aufstieg kennzeichnen. Erst Ende 2007 hatte Martin Werner die Laserworld (Switzerland) AG gegründet. Zunächst saß man in Tägerwilten, Anfang 2010 folgte der Umzug ins nahegelegene Lengwil. Mit seinen 27 Jahren ist Werner dennoch ein alter Hase im Business. Wie so viele in der Branche begann sein Weg mit mobilem Deejaying. Gerade 14 Jahre alt war er damals. Vier Jahre später gründete er den Dienstleister H + W Veranstaltungstechnik mit kleinem Ladengeschäft in Ostelsheim. Werner setzte auf einen chinesischen Anbieter. „Ich habe mein ganzes Geld genommen und da hineingesteckt“, sagt er. Lehrgeld, denn die Chinesen lieferten nicht. Erst beim dritten asiatischen Anbieter glückte der Start. Ein halbes Jahr später war Martin Werner klar: „Da ist deutlich mehr zu machen – im Laser-, Licht- und Nebelbereich.“ Werner importierte, verkaufte und installierte. Schnell merkte er: Die Zukunft liegt im Lasersektor und dort ausschließlich im Bereich der Festkörperlaser.

2005 zog er nach Aidlingen, hob dort die Laserworld e. K. aus der Taufe. Das Geschäft lief gut. Zwei Jahre später kam der große Cut. Werner siedelte in die Schweiz um. Eine gute Entscheidung. Noch heute sagt er: „Die meisten Kopfschmerzen machen mir nicht die Mitbewerber, sondern der deutsche Staat.“ Unternehmerfeindlich sei dieser. Vor allem der Mittelstand habe besonders darunter zu leiden. In der Lengwiler Firmenzentrale sitzt neben dem Management auch die Wareneingangskontrolle für die Produkte aller nichtdeutschen Lieferanten. Sämtliche Laser werden dort getestet.

Die Technik ist für Martin Werner kein Selbstzweck. Er ist Unternehmer, deutlich auf Volumen und Gewinnmaximierung ausgerichtet und kein Freak, der um jeden Preis noch ein paar Milliwatt aus einem Gerät herauskitzeln möchte. „Das ist alles kaufmännisch orientiert, ich bin kein Techniker“, gibt er unumwunden zu. Eingehende Kenntnisse von den Produkten hat er natürlich trotzdem. Wenn es sein muss, schraubt er – wie auch Norbert Stangl – auch mal einen Laserprojektor selbst zusammen. Darauf basiert der Erfolg von Laserworld. „3000 verkaufte Laser pro Monat sind eine beachtliche Zahl, wenn man überlegt, dass andere nur drei pro Jahr verkaufen“, fügt Norbert Stangl hinzu, „das führt dazu, dass Monatsumsätze entstehen, wo andere Jahresumsätze haben.“ Dabei hält sich Laserworld aus dem Endkundengeschäft fern. „Wir arbeiten mit gewerblichen Kunden und haben ein weltweites Distributorennetzwerk, das die Kunden vor Ort bedient“, so Stangl. Während der Wirtschaftskrise hat sich die Strategie als äußerst erfolgreich erwiesen, weil aufgrund der vielen Kunden Ausfälle kompensiert werden konnten. Der Umsatz stieg dadurch um starke 20 Prozent, während Mitbewerber Federn lassen mussten. Die offensive Preispolitik spielt dabei natürlich eine Rolle. „Wir geben unseren Händlern eine Tiefpreisgarantie“, sagt Stangl. Weiterer Vorteil ist der schlanke Personalstamm. In der Zentrale arbeiten gerade einmal sechs Mitarbeiter, insgesamt sollen es um die 30 sein.

Unter dem Laserworld Dach finden sich etliche Partnerfirmen, die jeweils spezifische Aufgaben übernehmen. In Zimmern bei Rottweil, einem Ort, der in der Geschichte der Discotheken einen großen Namen hat, residiert die LOG.ON GmbH, die von deutschem Boden aus für Vertrieb, Verkauf, Logistik und Endmontage zuständig ist. Die rechtlich vollkommen unabhängige Gesellschaft beherbergt auch den großen Versandbereich mit Hochregallager. Das Headquarter in Lengwil dient als Pufferlager, um stets optimal bestückt zu sein. „Wir haben alles direkt verfügbar für den Kunden“, erklärt Stangl. Telefonische Anfragen nehmen zumeist die Key Accounter Jennifer Sonnemann und Jochen Mandel entgegen.

Während die preiswerten Lasersysteme in China nach Entwicklungsvorgaben von Laserworld gefertigt werden, stammen die hochwertigen Serien aus Deutschland und der Schweiz. Hinzu kommen die mit Coherent OPSL bestückten Geräte von



Hohe Leistung, extrem klein: Norbert Stangl präsentiert die SwissLas Dioden Royalblau mit 445 nm (links) und Rot.

RTi. Nahe Zürich produziert SwissLas exklusiv für Laserworld Hochpräzisions-Diodenmodule sowie wasserdichte IP67-Projektoren und punktet dabei durch die optische Strahlformung (Collimator), die auf Distanz einen besser sichtbaren Strahl erzeugt. „Ich brauche dann weniger Leistung für die gleiche Sichtbarkeit“, erklärt Stangl. Vor Kurzem ging Laserworld auch eine enge Partnerschaft mit RTi in Valley bei München ein. Karl-Heinz Käs und sein Team bieten eine CNC-Fertigungsstrecke, Elektronikbestückung, Komponentenentwicklung und einen Reinraumbereich zur Herstellung staubdichter Module. Eine exklusive Kooperationsvereinbarung wurde zudem mit Phoenix in Stelle bei Hamburg geschlossen. Das Unternehmen ist bekannt für den innovativen Showcontroller gleichen Namens. In den USA arbeitet Laserworld im Gegensatz zu anderen Regionen mit einem örtlichen Logistikpartner in Wood Dale (Illinois) bei Chicago zusammen, der für den nordamerikanischen und mexikanischen Markt zuständig zeichnet. Ständig auf Lager hat das Unternehmen alle Geräte bis zu einer Leistung von fünf Watt. In den USA Flagge zu zeigen macht Sinn, denn die Mentalität dort ist eine völlig andere als in Mitteleuropa. „Der gemeine Amerikaner bestellt per Kreditkarte und Overnightexpress“, verrät Norbert Stangl, „das kann ich von Deutschland aus nicht gewährleisten.“ Und Firmenchef Martin Werner strahlt: „Ich finde Nordamerika prima.“ In den USA sieht er neben China weltweit derzeit das größte Potenzial.

Erstaunlich, wie schnell sich das Unternehmen an die Spitze gesetzt hat. „Der Laser ist salonfähig geworden, und bei den niedrigen Preisen trennt man sich auch eher mal wieder von einem Gerät“, hält Martin Werner eine Marktsättigung in nächster Zeit für ausgeschlossen – und die breite Produktpalette sorgt dafür, dass die Kunden auch bei veränderten Ansprüchen markentreu bleiben können. Auf der Prolight +Sound 2011 in Frankfurt/Main stellte Laserworld jüngst ein ganzes Dutzend neuer Systeme jeder Kategorie vor. Darunter befindet sich die wartungsfreundliche „PureSapphire“-Range mit staubdichten Gehäusen und Passivkühlung. Die Geräte bieten überdies eine SD-Karte zum Abspeichern eigener Muster und Logos, die später über DMX oder Automodus abgerufen werden können. Auch in die günstigen Modelle eingebaut werden neuerdings die 445 nm Dioden für sattes Royalblau, die bislang kaum bezahlbar waren. Vor einem Jahr purzelten die Preise jedoch um 95 Prozent in den Keller. Nagelneu im Klempreis-Programm ist zudem der „MPE Master“, der in der Lage ist zu messen, ab wann eine Laserinstallation nicht mehr die nötige Sicherheit aufweist und Schäden entstehen können.

Klaus Niester

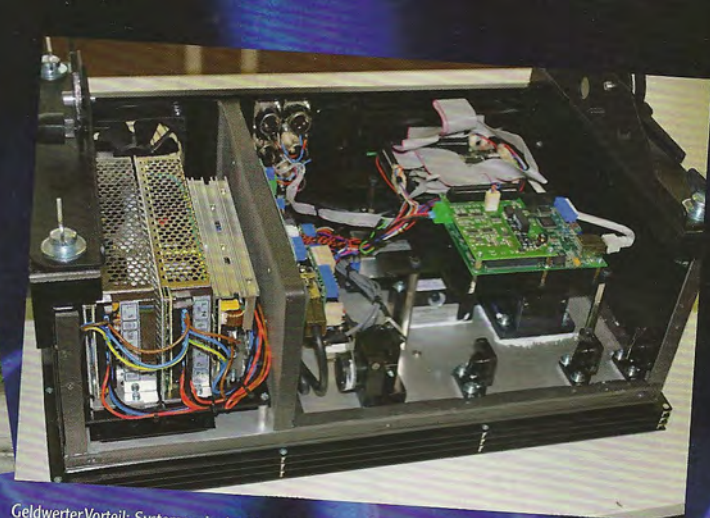
www.laserworld.com



Das Gesicht zur Stimme: Key Account Manager Jochen Mandel steht seit April für die vielen Kunden bereit.



Obligatorischer Test: Hier wird die Leistung einer Laserdiode mittels Projektion auf den Leistungsmesskopf gemessen.



Beim deutschen Dienstleister: Laserworld Chef Martin Werner (l.) und Verkaufs- und Marketingdirektor Norbert Stangl vor dem großen Gebäude von LOG.ON in Zimmern

Geldwerter Vorteil: Systeme wie der hier offene „PL-2000 RGB“ verfügen über ein staubdichtes Gehäuse (rechter Bereich mit den Platinen), was die Wartungsintervalle verlängert.



Sattes Royalblau, zwei Laserquellen: In den Showrooms in Lengwil und Zimmern werden die verschiedensten Systeme vorgeführt.

Keine Wartezeiten: Rund 7000 Geräte hat der deutsche Vertriebspartner LOG.ON abrubereit auf Lager. Mit Fingerspitzengefühl: Techniker Daniel Juhasz stellt gerade den Scanner eines „Club“-Lasers ein.

