



Keith Richards und Ron Wood on Stage: Ein Rolling-Stones-Konzert in London, illuminiert mit Lightpower-Hilfe.

FOTO: RALPH@LARMANN.COM

Lightpower im Rampenlicht

Marketing OWL 2016: Paderborner Bühnenbeleuchtungs-Ausstatter wird für Einführung eines neues Lichtpultes ausgezeichnet

VON MARTIN KRAUSE

■ **Bielefeld.** Wenn große Spektakel ins rechte Licht gesetzt werden müssen, dann ist die Lightpower GmbH gefragt. Das Paderborner Unternehmen bietet komplette Bühnenlicht-Ausstattungen und gilt (als exklusiver Vertriebspartner für den Würzburger Markenhersteller MA Lighting) als Weltmarktführer für computergesteuerte Lichtstellpulte. Jetzt steht das Handelsunternehmen selbst im Rampenlicht. Lightpower erhält am 28. Oktober den Marketingpreis „Marketing OWL“, den der Marketing Club OWL Bielefeld zum 13. Mal vergibt. „Wir fühlen uns geehrt“,

sagt Marketing-Chef Ansgar von Garrel bescheiden mit Verweis auf die großen Preisträger der vergangenen Jahre – Piening (2014) und Boge (2012) waren die jüngsten Preisträger, aber auch Wortmann, Böllhoff, Schüco, Claas, Gerry Weber, Goldbeck und andere stehen in der Liste. „Für uns ist das eine großartige Bestätigung unserer Arbeit.“

Dabei muss sich die von Ralph-Jörg Wezorke geführte Firma nicht verstecken, sie ist ein wahrer Hidden Champion (ein versteckter Weltmarktführer). Die Lightpower GmbH und ihre Tochter MA Lighting International haben zum Beispiel Opernhäuser und Theater in aller Welt aus-

stattet, wie Ansgar von Garrel sagt, von der Mailänder Scala bis zum neuen Paderborner Theater. „80 Prozent der Bühnen nutzen unser Lichtstellpult GrandMA“. Auch 60 Prozent der ganz großen Konzerte von Bands wie ACDC oder den Rolling Stones setzen demnach auf Technik von MA Lighting, ebenso wie große Messstände oder Showveranstaltungen wie der Eurovision Song Contest.

Am Stammsitz in Paderborn sowie in Tochterfirmen in Linz, London, Singapur, Sao Paulo, Dubai und Helsinki beschäftigt Lightpower insgesamt 115 Mitarbeiter (Umsatz: 72 Millionen Euro). Die „Marketing-Eule“ erhalten die

Paderborner nun für ihre Kampagne zur Markteinführung eines neuen Produktes, des kleineren (und weniger teuren) Lichtpultes „dot2“. Damit sollen neue Kundengruppen erschlossen werden. Vor der Produktvorstellung bei einer Branchenmesse wurden Vertriebspartner und Presse informiert, eine Anzeigenkampagne gestartet und soziale Medien genutzt. Ein 3-D-Online-Video und die Live-Präsentation bei der Messe Prolight + Sound in Frankfurt folgten. Inzwischen seien bereits 1.200 dot2-Konsolen bei Kunden im Einsatz. Die prominent besetzte 12-köpfige Marketing-OWL-Jury zeigte sich beeindruckt.