

KLW

LICHTE HÖHEN

Mit einem ordentlichen Plus beschloss Kahmann Lichtwerbung das Geschäftsjahr 2012. Kein Wunder, setzen doch die Big Player in ihren Branchen auf die Qualität der Produkte des Unternehmens. Zuletzt etwa die ÖBB mit ihrem Großprojekt Hauptbahnhof Wien.



Kahmann Frilla Lichtwerbung: am Standort in Alltengbach sind Grafik, Druck und Produktion vereint

Qualität setzt sich durch. Dieser Spruch trifft bei Kahmann Frilla Lichtwerbung (KLW) genau ins Schwarze. Untermauert wird dies durch die letzten Zahlen. So konnte das Unternehmen im Jahr 2012 einen Umsatz von 13,4 Mio. Euro einfahren. Gegenüber 2011 ein Plus von 30 Prozent. Vergleicht man mit dem Geschäftsjahr 2010, ergibt sich sogar ein Umsatzplus von 50 Prozent. Aufgrund der starken Auftragslage wurde auch der Mitarbeiterstand weiter erhöht.

Doch nicht nur der Rückblick, auch der Ausblick gestaltet sich bei KLW durchaus positiv. „Die Auftragslage zu Jahresbeginn schaut gut aus. Langfristige, kundenseitige Planungen gewinnen auch in unserer Branche an Seltenheitswert. Wir planen Schwerpunkte bei landesweiten Filialisten im Lebensmittelbereich und bei Architekten“, gibt Geschäftsführer Michael Kahmann einen ersten Ausblick. Diese Geschäftsentwicklung in einem nicht gerade leichten Wirtschaftsumfeld führt Kahmann auf das klare Festhalten an Qualität zurück: „Wir arbeiten sehr kosteneffizient. Aber es gibt eine Untergrenze und die heißt Qualität. Leider erkennen manche erst, wenn es zu spät ist, dass Billigpreise oft eine reine Momentaufnahme

sind. Danach kosten Reparaturen und Service ein Vielfaches.“ Kein Wunder daher, dass die Marktführer in ihren Branchen auf KLW setzen, wenn es um Lichtwerbung geht. Lebensmittelhandel, Möbelhandel, Parfümerie- oder Designerketten – dem Kunden leuchtet in der Regel KLW entgegen.

KLW SORGT FÜR BEWEGUNG

Auch die großen Automarken setzen auf die bewährte Qualität des Unternehmens. Bei ihren österreichweiten Re-Branding-Projekten begleitete KLW die Volkswagengruppe, Hyundai, Kia sowie Peugeot, die man im französischen Hauptquartier gegen deutsche Konkurrenz gewinnen konnte, mit ihren Produkten. Allein das Umsatzvolumen dieser Projekte beläuft sich auf zwei Millionen Euro. Aber nicht nur auf der Straße, auch auf der Schiene begegnen den Passagieren die Produkte aus Alltengbach. Denn damit werden alle Bahnhöfe der ÖBB beleuchtet und beschildert. Auch bei der Infrastruktur-Offensive 2012 arbeitete man eng mit KLW zusammen. Nicht nur wurde die Rundumerneuerung der Leitsysteme

Kahmann Lichtwerbung

KLW

und Beschilderungen aller Bahnhöfe wieder von den Spezialisten aus Altengbach abgewickelt. Auch beim Bahnhof Projekt Wien Mitte setzte man auf die Qualität von KLW, die sich nicht nur um die Beleuchtungsschilderung des Bahnhofs kümmerte, sondern ebenso um jene des Shoppingcenters The Mall sowie teilweise des CAT. Schließlich bringt sich KLW auch beim Großprojekt Hauptbahnhof Wien stark ein. Bis zur Teileröffnung am 9. Dezember installierte das Unternehmen über 400 Hinweisschilder mit Hochleistungs-LED-Beleuchtung sowie Fluchtwegbeschilderungen. Zudem war man Ansprechpartner für Architekten, die örtliche Bauaufsicht und die jeweiligen bauseitigen Stahlbauer. So wurden behördliche Einreichungen erfolgreich abgewickelt, Verbesserungen und Innovationen bei Wartung und Service erreicht und Schnittstellen reibungslos koordiniert. In der eigentlichen Produktion bedeutete dies: 3.000 Laufmeter LED mit speziell entwickelter Linsenoptik, 1.500 Meter Aluminiumprofile und 1.000 Arbeitsstunden im Zweischichtbetrieb.

PERFEKTER STANDORT

Neben dem Anbieten von Gesamtlösungen ist für Geschäftsführerin Christine Kahmann-Rötzer aber noch ein zweiter Punkt für den Erfolg ausschlaggebend: der Standort in Österreich. In den Produktionshallen im niederösterreichischen Altengbach sind die Gewerbe Grafik, Druck, Sandstrahlen, Elektrik, Schweißen, Montagen und einige mehr vereint. Dadurch wird nicht nur die absolute Kontrolle über Qualität und Wertschöpfung ermöglicht, sondern auch eine hohe Flexibilität. „Wir bieten durchdachte Paketlösungen: von der Behördenbewilligung eines Leuchtlogos bis zur abschließenden Fassadenarbeit. Das Aufgabenspektrum eines Lichtwerbeunternehmens haben wir über vier Jahrzehnte stark erweitert. Produktqualität in Perfektion ist nur die Basis – Leuchtkraft erhält man durch Rundum-Dienstleistungen“, so Kahmann-Rötzer über den Servicegedanken des Unternehmens.

MODERNSTE PRODUKTION

Aber nicht nur beim Service, auch beim Material ist KLW immer am neuesten Stand. Über 80 Prozent aller Werbemittel werden mit LED-Innenleben produziert. Wobei: Das Unternehmen setzt bereits seit 20 Jahren auf die Leuchtmittel, die einen geringen Stromverbrauch, Energieeffizienz und Wartungsfreundlichkeit versprechen. Doch 2012 gab es einen weiteren Durchbruch: ein spezieller LED-Laser macht das Arbeiten mit LEDs für KLW noch sparsamer. Die präzise Oberflächenbearbeitung mittels dieses Lasers erlaubt den geringstmöglichen Materialeinsatz in der Fertigung und besonders sparsamen Stromverbrauch im Betrieb. Der Laser punktet auch bei der Entwicklung von Prototypen. Derart aufgestellt als modernes Familienunternehmen, das nicht nur in der Produktion, sondern auch im Service immer wieder mit neuen Innovationen punktet, sieht sich Kahmann Frilla Lichtwerbung auch für das Jahr 2013 gut gerüstet.



Setzen bei der Bahnhofsgestaltung auf KLW: die ÖBB



Neues Logo, rundum erleuchtet: Hyundai



Christine Kahmann-Rötzer und Michael Kahmann



KONTAKT

Kahmann Frilla Lichtwerbung GmbH

Außerfurth 24
3033 Altengbach
Tel.: 02774/76 777
office@klw.at
www.klw.at