Christine Kahmann Rötzer und Michael Kahmann, die Geschäftsführer von Kahmann Frilla Lichtwerbung sind mit dem Ergebnis im Jahr 2012 zufrieden und blicken optimistisch ins Jahr 2013. *Fotos: Kahmann Frilla Lichtwerbung*

Kahmann: 30 Prozent mehr Umsatz

Aufwind | Altlengbacher Lichtwerbungserzeuger KLW legt zu. Eines der Großprojekte sind Leuchtschilder für alle ÖBB Bahnhöfe.

ALTLENGBACH | Mit Umsätzen, Großprojekten und Mitarbeiterzahlen geht es bei der Firma Kahmann Frilla Lichtwerbung in Altlengbach ungebremst bergauf.

Mit 13,4 Millionen Euro Inland-Umsatz verzeichnet Kahmann Frilla Lichtwerbung (KLW) eine Steigerung von 30 Prozent im Geschäftsjahr 2012 im Vergleich zum Jahr davor. „Im Vergleich zum Geschäftsjahr 2010 beträgt die Erhöhung innerhalb von zwei Jahren 50 Prozent", wird aus dem Altlengbacher Betrieb vermeldet. Nach dem schwierigen Jahr 2009 verstärke sich der Aufwärtstrend heuer wieder. Der Mitarbeiterstand des Lichtwerbers stieg in 2012 von 86 auf 90 Personen.

Die Aussichten für 2013 stimmen Geschäftsführer Michael Kahmann positiv: „Die Auftragslage zu Jahresbeginn schaut gut aus. Langfristige kundenseitige Planungen gewinnen auch in unserer Branche an Seltenheitswert. Was wir planen, sind Schwerpunkte bei landesweiten Filialisten im Lebensmittelbereich und bei Architekten."

Die Firma Kahmann arbeite sehr kosteneffizient, betont Michael Kahmann: „Aber es gibt eine Untergrenze und die heißt Qualität. Leider erkennen manche Kunden anderer erst, wenn es zu spät ist, dass Billigstpreise oft eine reine Momentaufnahme sind. Danach kosten Reparaturen und Service ein Vielfaches."

Geschäftsführerin Christine Kahmann Rötzer nennt zwei Hauptgründe für die positive Entwicklung: das Denken und Arbeiten in Gesamtlösungen und der Produktionsstandort Österreich. Kahmann Rötzer erläutert: „Wir bieten durchdachte Paketlösungen von der Behördenbewilligung eines Leuchtlogos bis zur abschließenden Fassadenarbeit. Das Aufgabenspektrum eines Lichtwerbeunternehmens haben wir über."

Der Altlengbacher Betrieb KLW stattet den neuen Hauptbahnhof in Wien mit Leuchtmitteln aus. Auch alle anderen Bahnhöfe der ÖBB wurden mit neuen Leitsystemen und Beschilderungen beliefert.

Zwei wichtige Umsatzbringer 2012 waren die ÖBB und Autohändler als Key-Account-Segment. Vier Automarken setzten bei ihren jeweiligen österreichweiten Re-Branding-Projekten auf Kahmann Frilla Lichtwerbung: die Volkswagengruppe, Peugeot, Hyundai und Kia. Das Umsatzvolumen dieser Projekte beläuft sich in Summe auf zwei Millionen Euro.

„Die ÖBB beschildert und beleuchtet alle Bahnhöfe mit Produkten und Kompetenz aus Altlengbach", ist Michael Kahmann stolz.

2012 waren das gleich drei Großprojekte: Wiener Hauptbahnhof, U-Bahnhof Wien Mitte und die Rundumerneuerung der Leitsysteme und Beschilderungen der heimischen Bahnhöfe. Der Standort in Niederösterreich ist unumstritten und als Qualitätsgarant ein Wettbewerbsvorteil.

Kahmann-Werbung

Entwicklung
Das Familienunternehmen Kahmann Frilla Lichtwerbung wurde 1969 gegründet und beschäftigt rund 90 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Es ist seit 20 Jahren Technologieführer bei LEDs in der Lichtwerbung und gehört europaweit zu den Top-Unternehmen der Branche. Für seine Kunden baut es Leuchtschilder, -buchstaben und -displays in allen Größen, Formen und Auflagen – ausschließlich am österreichischen Produktionsstandort. Das Unternehmen hat Vertriebsniederlassungen in Prag und Bratislava.

Großprojekt Bahnhof
Großprojekt Hauptbahnhof Wien
Am Hauptbahnhof Wien, seit 9. Dezember teileröffnet, installierte Kahmann Frilla Lichtwerbung über 400 Schilder mit Hochleistungs-LED-Beleuchtung sowie Fluchtwegbeschilderungen. Das bedeutete: 3.000 Laufmeter LED mit speziell entwickelter Linsenoptik, 1.500 Meter Aluminiumprofile und 1.000 Arbeitsstunden im Zweischichtbetrieb.