

„Licht hat eine magische Wirkung“

Vor etwas mehr als 20 Jahren gründete Klaus Mark gemeinsam mit seiner Frau Marie und seinem Zwillingenbruder Thomas das auf festliche Beleuchtung spezialisierte Unternehmen MK Illumination. Im Interview spricht er über Innovationen im Beleuchtungssektor, grundlegende Strategien und seinen Traum vom Lichtpark.

Sie haben MK Illumination 1996 gemeinsam mit Ihrer Frau und Ihrem Bruder gegründet. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Klaus Mark: Zu Beginn war MK Illumination ein reiner Produktlieferant, mittlerweile sind wir Projektlieferanten. Wir wickeln weltweit Beleuchtungsprojekte im festlichen Bereich ab und das von A bis Z – von Consulting, Design und Materialauswahl bis Produktion, Logistik und Installation.

Was hat Sie dazu bewogen, gerade auf den Bereich festliche Beleuchtung zu setzen?

Mark: Licht hat eine magische Wirkung auf Menschen, es erzeugt positive Emotionen und man macht viele Leute glücklich. Das sieht man, wenn die Lichtinstallation eingeschaltet wird und in die Augen der Betrachter blickt. Diese Freude bei den Menschen zu sehen, ist für mich immer wieder eine treibende Kraft. Die Produkte, die vor 20 Jahren auf den Markt kamen, waren meist von minderer Qualität, das wollten wir ändern und haben begonnen, unsere eigenen Lichtsysteme zu entwickeln und zu produzieren.

Das Besondere am MK Illumination ist das Stecksystem: Fast alle Elemente können miteinander verbunden werden. Wie sind Sie darauf gekommen?

Mark: Die Inspiration dafür kam aus dem Gardena-Gartensystem. Diese Idee, Elemente einfach zu koppeln und die hohe Qualität in der Ausführung, hat mich beeindruckt. Basierend auf diesem Ansatz haben wir also ein Stecksys-



Klaus Mark: ein strahlendes Unternehmer-Vorbild

tem für Beleuchtungselemente entwickelt. Zentral war für uns seit jeher die Qualität der Produkte. Heute sind wir Qualitätsführer in Europa und diesen hohen Standard wollen wir weltweit durchsetzen.

Spielt Nachhaltigkeit in diesem Segment eine Rolle?

Mark: Natürlich. Man muss sich immer fragen, wo kann man nachhaltig sein? In unserem Segment fängt das bei den Materialien an. Um eine Zertifizierung zu erhalten, sind bestimmte Materialien vorgeschrieben, da gibt es keinen Spielraum. Die Nachhaltigkeit von unseren Produkten besteht in der Langlebigkeit. Dinge, die lange halten, bedeuten we-

niger Produktion, bedeutet geringeren CO2-Ausstoß.

MK Illumination hat 36 Niederlassungen und ist in 120 Ländern vertreten. Was braucht es, um so rasch zu expandieren?

Mark: Zu unserem USP gehört die lokale Expertise. Wir haben Leute vor Ort; sie beherrschen die jeweilige Landessprache, kennen die Gegebenheiten und Gepflogenheiten. Wir wollen nahe bei den Kunden sein. Das ist uns wichtig.

Ihr Unternehmen hat bereits zahlreiche Preise erhalten, nun kommt der Hypo-Impulse-für-Tirol-Preis dazu. Was bedeutet er Ihnen?

Mark: Ich sehe Preise und Auszeichnungen generell als eine Anerkennung für die gesamte Belegschaft, für das, was sie leistet. Ich gebe das auch immer so weiter. Damit ein Unternehmen wachsen kann, damit es erfolgreich sein kann, braucht es ein gutes Team und das haben wir.

Das Headquarter von MK Illumination ist in Innsbruck, die Produktionsstätten finden sich in der Slowakei, der Türkei, in Rumänien, in China und Mexiko. Warum diese Trennung?

Mark: Die Standortwahl für unsere Manufakturen hat damit zu tun, dass wir schnell beim Kunden sein wollen. Unsere Produkte verlangen sehr viel händische Arbeit; in der Slowakei oder in Rumänien finden wir dafür Bedingungen, die uns international konkurrenzfähig bleiben lassen. In der Slowakei steht heute unsere größte Manufaktur mit über 70 Angestellten und rund 300 saisonal beschäftigten Personen. Von



MK Illumination schafft Lichtwelten, inszeniert Orte und rückt festliche Anlässe ins richtige Licht

der Türkei aus beliefern wir den ganzen Mittleren Osten, die ehemaligen GUS-Staaten und Afrika. Das Headquarter ist und bleibt Innsbruck. Hier ist das geistige Knowhow, hier finden Entwicklung und Innovationen statt, hier werden die Ideen geschmiedet.

Was ist die größte Herausforderung bei der Produktion von Festbeleuchtungen?

Mark: In der Lage zu sein, saisonal zu liefern. Diese Installationen finden ja in einem sehr engen Zeitfenster statt. Wir müssen es schaffen, in 100 Ländern zeitgerecht Tausende Projekte abzuwickeln. Christliche Weihnachten, russisch-orthodoxe Weihnachten, chinesisches Neujahr, Ramadan – um nur einige zu nennen – kommen knapp hintereinander. Wir haben also nicht zwölf Monate Zeit, sondern ein paar Wochen bzw. Monate.

Gibt es große Unterschiede bei den Feierlichkeiten?

Natürlich. Es ist wunderbar für uns zu sehen, auf welcher unterschiedlichen Art und Weise in den verschiedenen Ländern und Kulturen traditionelle Feste gefeiert werden. Für unsere Arbeit erfordert dies aber auch ein hohes Maß an Sensibilität. Wir bauen derzeit zum

Beispiel einen chinesischen Drachen für ein Casino in Las Vegas. Es gibt tausende Drachen und man könnte völlig danebengreifen, wir haben den Drachen daher von einem Universitätsprofessor in China prüfen lassen. Der Respekt vor anderen Kulturen ist uns wichtig und ist Teil unseres Erfolgs.

Welches war das spannendste Projekt bisher?

Mark: Da gibt es viele und ich möchte keines herausgreifen. Interessant ist die derzeitige Entwicklung vom Shoppingcenter hin zum „Experiencecenter“. Das Konsumentenverhalten verändert sich komplett und Asien ist Vorreiter auf dem Gebiet. Samsung etwa eröffnet bereits rein virtuelle Shops, es gibt keine Geräte mehr zum Angreifen, der Besucher wird „entertaint“. Am Bildschirm erfährt er, was das Gerät alles kann. Wir entwickeln diesem Trend entsprechend immer mehr interaktive Konzepte, bei denen der Kunde mit der Beleuchtung interagiert.

Gibt es ein Projekt, eine Idee, das Sie gerne umsetzen würden?

Mark: MK Illumination würde schon lange gern – zusammen mit einem Partner – einen eigenen Lichtpark realisieren. Ich bin hundertprozentig

davon überzeugt, dass, wenn man den gut macht, die Leute wirklich begeistert sind. Aber es braucht ein Gegenüber, das die Vision versteht. Fix ist, wir werden einen Lichtpark bauen, es ist nur noch offen, wo. In Salerno an der Amalfiküste beispielsweise haben die Verantwortlichen die Faszination des Lichts und dessen Möglichkeiten erkannt. Das Städtchen war ursprünglich eine klassische Sommerdestination und im Winter völlig unbelebt. Heute zählt das Festival Luci d'artista von Salerno, das alljährlich von November bis Jänner stattfindet, rund vier Millionen Besucher. Die 27 Kilometer lange Lichtinstallation wird zur Gänze von MK Illumination entworfen und umgesetzt. Ein riesiger Erfolg. Wir machen sogar Studienreisen dahin, um zu zeigen, was man in einer Stadt alles realisieren kann. In Tirol haben wir leider noch niemanden gefunden, der sich getraut hätte, etwas Ähnliches zu machen; dabei hätte es als Tourismushochburg gute Voraussetzungen.



Showroom in Innsbruck: Hier präsentiert MK Illumination im wahrsten Sinne wirkliche Highlights

Für den Erfolg Ihres Unternehmens

www.impulse-tirol.at



IMPULSE
FÜR
TIROL

350 MIO. EURO

Mit unserem Finanzierungspaket sorgen wir für die finanzielle Schubkraft, die Ihre Ideen brauchen. Denn:

Jeder Erfolg beginnt mit einer genutzten Chance.



Unsere Landesbank

