





**WARUM DIETRICH BRENNENSTUHL, SPEZIALIST  
FÜR LED-LEUCHTEN, AUF DIE WACHSTUMSBREMSE TRITT**

# LÄSSIGER LICHTMACHER

Genau genommen hat Dietrich Brennenstuhl ein Luxus-Problem: Sein Unternehmen wächst von ganz alleine. Und das möchte er bald bremsen. Warum? „Um flexibel zu bleiben“, sagt der Diplom-Bauingenieur und Architekt, der inzwischen mit puristischen LED-Leuchten die Schreibtische der Eliten und die kompletten Gebäude internationaler Konzerne illuminiert. Strom sparend und zukunftsweisend, versteht sich.

HEINER VON DER LADEN

CHRISTOPH BAUER



**E**s hat alles ganz klein angefangen: Nach ersten Berufsjahren im eigenen Architekturbüro verabschiedete sich Dietrich Brennenstuhl 1988 vom Hochbau und gründete in der süddeutschen Metropole Stuttgart den Leuchtenhersteller Nimbus. Schnell spezialisierte sich der Newcomer auf individuelle Lichtlösungen mit LED-Technik. Sein Rezept: die Kombination aus kühlem, reduziertem Design, edlen Materialien und technologischer Raffinesse. Die sollte Leuchten ergeben, die dank ihrer konsequenten Funktionalität ihren Zweck kompromisslos erfüllen – und dabei auch noch ziemlich gut aussehen. Bei der Realisierung und im Prototypenbau half Brennenstuhl, dass er „nicht nur“ Architekt ist, sondern vor seinem Studium auch eine Ausbildung zum Werkzeugmacher absolviert hat.

Der lässige Lichtmacher in löchrigen Jeans muss gewusst haben, dass seine Produkte die feinen Sinne der Trendsetter unter den Architekten schnell ansprechen würden, denn schon bald standen die ersten der dezenten Nimbus-Leuchten in Villen, Galerien, Lounges und Vorstandsbüros. Als Architekt konnte Brennenstuhl gut einschätzen, was seine Kollegen begeistern würde. Und ihm war klar: Architekten meiden Massenware „von der Stange“, man muss ihnen Spielraum für individuelle Lösungen lassen. „Genau das“, sagt er, „konnten wir als kleiner Hersteller bieten.“ Auf Wunsch produziert Nimbus Unikate für ein ganz bestimmtes →

**LED-Technik aus Stuttgart ist auch in Hamburg gefragt: Die ultramoderne Unilever-Zentrale in der Hafencity (links) erhielt Lichtringe mit zehn Meter Durchmesser für das riesige Atrium und Stehleuchten für jedes Büro. Und der klassizistische Börsensaal der Hamburger Handelskammer wird seit dem Umbau mit 160 000 LEDs in 380 Lichtmodulplatten von Nimbus illuminiert.**





Im reinweißen Konferenzraum stimmt sich Dietrich Brennenstuhl (stehend) mit seinen Designern ab. Sonderlösungen für Architekten und Bauherren sind ihre Spezialität.



## DER DESIGNER, DIE DUCATI UND ZWEI GROSSE HUNDE

Bauvorhaben oder einen besonderen Einsatzzweck – genau nach den gestalterischen und technischen Vorgaben der Planer.

Zwischen zehn und 15 Prozent des Jahresumsatzes (30 Millionen Euro) erzielt das Unternehmen mit Sonderleuchten. Die dürfen – genauso wie die Serienprodukte – nicht zu teuer sein, um im Wettbewerb bestehen zu können. „Wenn am Bau die Kosten davonlaufen, dann wird oft bei der Ausstattung gespart, die ganz zum Schluss installiert wird. Dazu gehört auch die Beleuchtung“, sagt Brennenstuhl.

Neben dem Kostendruck ist noch ein zweiter kritischer Faktor signifikant fürs operative Geschäft: der Zeitdruck. Nicht selten müssen späte Order-Entscheidungen durch kurze Lieferzeiten kompensiert werden. Den Zeitfaktor bekommen kleine Unternehmen besonders deutlich zu spüren, wenn ihre Erzeugnisse plötzlich für große Auftraggeber interessant werden. Bei Nimbus war es im Jahr 2008 so weit: Unilever, der weltgrößte Verbrauchsgüterkonzern, wollte seine imposante neue Deutschland-Zentrale in der Hamburger HafenCity mit Stehleuchten aus Stuttgart ausstatten. Ein Leckerbissen für Nimbus. Doch die Manufaktur-Mannschaft aus rund 50 Mitarbeitern konnte von der gewünschten Stehleuchte zunächst gerade einmal zwei Prototypen am Tag herstellen. Der Auftragsumfang lag jedoch bei insgesamt 3500 Leuchten. „Das“, sagt Dietrich Brennenstuhl, „hätte uns fast überfordert.“

Zum Glück wurde dem kreativen Unternehmer sofort klar, dass er dieses Projekt ohne fremde Hilfe kaum stemmen könnte. „Wir mussten damals erst einmal lernen, uns selbst zu organisieren“, sagt der 55-Jährige heute. Kurzfristig holte er Porsche Consulting aus dem Nachbarort Bietigheim-Bissingen ins Haus und bekam erste Hilfe: Ein spezieller, taktgesteuerter Fertigungsbereich für Stehleuchten mit straff strukturierten Prozessen, exakt aufeinander abgestimmten Montageteams und effizienter Teile-Logistik wurde in Windeseile geschaffen. So konnte die Produktion in kürzester Zeit auf eine Kammlinie von 100 Leuchten pro Tag hochgefahren werden. Das ermöglichte, innerhalb der vorgegebenen Zeit von anderthalb Monaten das Hamburger Unilever-Gebäude ins rechte Licht zu rücken. „In dieser Zeit hat sich unsere Firma total verändert“, sagt Brennenstuhl. Bei diesem Prozess half ihm der enge Austausch mit seinen Mitarbeitern, mit denen er sich gern zum gemeinsamen Frühstück in großer Runde trifft – ein täglicher Termin, den auch Brennenstuhls ständige Begleiter, der Jagdhund Balu sowie die Hütehündin Nena, gern

wahrnehmen. Und weil der kleine, günstige Lieblingsitaliener gegenüber sein Restaurant aufgab, kaufte Brennenstuhl kurzerhand das rustikale Lokal – damit die Mittagsverpflegung seiner Mannschaft auf Dauer gesichert bleibt.

Inzwischen orientieren sich alle anderen Nimbus-Bereiche wie Entwicklung, Design, Vertrieb und Logistik an der operativen Exzellenz, die in der Fertigung begann. Anders wäre das rasante Wachstum auch gar nicht möglich gewesen. Zur Belegschaft zählen inzwischen 170 Frauen und Männer; etwa 80 könnten in den nächsten drei bis fünf Jahren noch hinzukommen. Aller-

dings sind die dringend gesuchten Elektroingenieure auf dem deutschen Arbeitsmarkt genauso rar wie gute Vertriebsleute – möglichst mit Architekturstudium.

Bisher musste Nimbus trotz der Ausweitung nicht einmal umziehen: „Wir haben uns dank guter Organisation auf der vorhandenen Fläche vervierfachen können“, freut sich der Chef, dessen äußerlich unauffälliger Firmensitz gegenüber einer riesigen Autowaschanlage früher einmal ein Heim für Asylbewerber war. Innen drin zeugen einige alte Kritzeleien an einer im Ursprungszustand belassenen Wand noch von der früheren Nutzung. Doch ansonsten spiegelt sich in der weißen Loft-Atmosphäre der Geist der Kreativen: Zwischen den ausgestellten Leuchten parkt das Motorrad des Chefs, eine feuerrote Ducati 996 mit 180 PS, in einer Box. Mit dem Feuerstuhl dreht Brennenstuhl an freien Wochenenden gern mal ein paar Runden auf der Rennstrecke Circuit de Catalunya im spanischen Barcelona. Manchmal begleitet ihn ein guter Bekannter: Ex-Formel-1-Weltmeister Michael Schumacher.

Anders als der prominente Rennfahrer tritt der Stuttgarter Architekt gern auf die Bremse, wenn es um die Fortsetzung des Erfolgs geht: „Wir dürfen nicht mehr allzu stark wachsen. Sonst kommen wir in Dimensionen, die zu groß sind. Das würde uns unsere Flexibilität kosten“, sagt Brennenstuhl, der künftig „im Zweifel auch mal einen Auftrag ablehnen muss – auch, wenn es schwerfällt.“ Der Unternehmer, Mitglied im angesehenen „Rat für Formgebung“, möchte auf jeden Fall die Exklusivität seiner Produkte bewahren und bei seinen Kunden durch individuelle Lösungen bestechen.

Einfach dürfte das dosierte Abbremsen nicht werden, denn das Kundeninteresse wächst. Noch macht der Heimatmarkt Deutschland 55 Prozent des Gesamtgeschäfts aus, doch die internationalen Märkte holen auf:



**Nimbus-Chef Dietrich Brennenstuhl am Ölfass: Mit der grell lackierten Tischleuchte „Roxxane“ möchte er ins Museum of Modern Art.**

35 Prozent des Umsatzes werden derzeit im europäischen Ausland gemacht, der Rest in Übersee. In den USA steht gerade das erste Großprojekt an, die Universität von Baltimore braucht neues Licht. Die Aktivitäten in Nordamerika könnten Brennenstuhl einen Schritt näher an die Erfüllung eines Traumes bringen: Er wünscht sich, dass eine seiner Leuchten irgendwann einmal einen Platz im New Yorker Museum of Modern Art finden würde. Gut passen könnte die extrem schlanke Tischleuchte „LineZ“, die dem schlichten Buchstaben nachempfunden ist. Oder ein echter Blickfang: die „Roxxane“ in der Signalfarbe Neonrot, die in sieben Schichten aufs edle Metall lackiert wird. Mit dem ungewöhnlichen Farbton wollten die Nimbus-Leute ursprünglich nur auf ihrem Messestand auffallen. Da hatten sie allerdings ihr Publikum unterschätzt und waren ziemlich überrascht von der rasch einsetzenden Orderflut: Alle wollten die auffällige Lackierung. Wenig später räumten Fachgeschäfte für Designer-Leuchten ganze Schaufenster, um Nimbus und die feurige „Roxxane“ angemessen zu präsentieren.

Sollte es mit dem Einzug der „Roxxane“ ins Museum of Modern Art noch ein wenig dauern, hat Brennenstuhl auf jeden Fall Plan B parat: „Ich würde gern mal ein Museum ausleuchten. Da muss man äußerst zurückhaltend sein. Denn die Beleuchtung darf auf keinen Fall mit der Kunst konkurrieren.“ Wenn seine Nimbus-Leuchten auf diese Weise „ganz heimlich“ zu Museumstücken würden, wäre es dem Stuttgarter Lichtmacher auch recht. Schließlich ist er ein Mann der leisen Töne – auch, wenn er es auf seiner Ducati manchmal krachen lässt. ←