

FERNSEHEN

Wie ein Bild an der Wand

Der extrem flache Fernseher wird Realität. Im Herbst kommen die ersten Geräte in den Handel. Das Geschäft bestimmen die Japaner.



Philips-Manager van Vessem, Flachbildfernseher: „Vorerst noch ein echtes Statussymbol“

Als Bill Gates auf einer Messe in Las Vegas zum erstenmal den Fernseher der Zukunft sah, wollte er auf der Stelle einige Geräte für sein neues Haus am Seeufer bei Seattle kaufen. „Ein solcher Fortschritt in der Bildtechnik“, schwärmte der Chef des Software-Konzerns Microsoft, „hat weitaus größere Bedeutung, als es auf den ersten Blick scheint.“

Der reichste Mann Amerikas mußte sich aber noch gedulden. Der Fernseher, der wie ein Bild an der Wand hing, war ein unverkäuflicher Prototyp und von der Produktionsreife weit entfernt.

Eineinhalb Jahre sind vergangen, seit Sony das futuristische Gerät als Weltneuheit Gates und anderen staunenden Mesbesuchern präsentierte. Nun wird es endlich ernst: Mehrere Elektronikkonzerne haben mit der Serienproduktion des flachen Fernsehers begonnen. Im Herbst kommen die Flachmänner in den Handel.

Die Geräte haben alles, was Technikfreaks seit langem erträumen und Hersteller seit Jahrzehnten versprechen. Mit einer Bildschirmdiagonale von bis zu 107 Zentimetern sind die Flat-TV, wie die Flachen im Branchenjargon genannt werden, deutlich größer als jeder konventionelle Fernseher. Da sie nur eine Tiefe von fünf bis zehn

Zentimetern aufweisen, können sie platzsparend und dekorativ an der Wand befestigt werden. Vom Bildschirm geht nur noch ein Kabel zu einem kleinen Kasten, der die Stromversorgung und sämtliche Anschlüsse für Videorecorder und Kabel- oder Satellitentuner enthält.

Das Bild im Kinoformat 16:9 ist gestochen scharf und auch bei Tag noch gut erkennbar. Die flachen Kisten sind unabhängig von hinderlichen Fernsehnormen wie Pal oder NTSC, sie verarbeiten sowohl die herkömmlichen analogen Signale als auch die künftigen digitalen Angebote der TV-Sender. Selbst Computerspiele können auf dem Heimkino dargestellt werden.

„Jetzt ist das Fernsehen der Zukunft zum Greifen nahe“, schwärmt Jacques d'Elfant vom niederländischen Elektronikonzern Philips, der im Oktober mit dem Verkauf der Geräte beginnt: „Flat-TV bringt echte Kinoatmosphäre ins Wohnzimmer, ohne Platzprobleme zu bereiten.“

Auf solche bahnbrechenden Neuheiten warten die Hersteller der Unterhaltungselektronik seit Jahren, denn das Geschäft lahmte weltweit. Mit knapp 18 Milliarden Mark sind die Umsätze mit Fernsehern, Video- und Hi-Fi-Geräten in Deutschland inzwischen wieder auf das Niveau vor der

Wiedervereinigung abgesunken. Doch trotz des großen Durchbruchs in der TV-Technik, der das Geschäft wieder ankurbeln könnte, gerät die Branche nicht in Jubelstimmung. Denn „der Fernseher der Zukunft ist kein Selbstläufer“, ahnt André Herrmann, Sprecher des japanischen Elektronikmultis Matsushita (Panasonic, Technics).

Das größte Handicap ist der Preis. Der liegt, je nach Format des Bildschirms, zwischen 15 000 und 20 000 Mark. „Flat-TV ist vorerst ein echtes Statussymbol und weit davon entfernt, ein Massengeschäft zu werden“, meint Philips-Manager Ruud van Vessem.

Auch die Konkurrenz rechnet nicht mit schnellen Erfolgen: „Da liegt noch ein hartes Stück Arbeit vor uns, bis der Flachbildschirm zu einem wichtigen Umsatzträger wird“, sagt Sony-Manager Norbert Kornettka.

Die ersten Käufer der Superglotzen, da sind sich die Marketingexperten einig, werden deshalb neben Hotels und Kongreßveranstaltern vor allem die Technikfreaks sein, die alles Neue haben müssen. Doch deren Zahl ist gering. Anders als bei früheren Innovationen läßt Branchenführer Sony deshalb auch der Konkurrenz den Vortritt. Erst 1998 will Sony seine Flachbildschirme in Deutschland verkaufen.

Die Zurückhaltung der Marketingstrategen ist verständlich. Der in der Elektronikbranche übliche Preissturz, der fast alle Neuheiten innerhalb kurzer Zeit erschwinglich werden läßt, ist beim Flat-TV vorerst nicht zu erwarten.

„Frühestens in vier bis fünf Jahren“, schätzt Philips-Mann van Vessem, „ist der Flat-TV für etwa 10 000 Mark erhältlich.“ Dann vergehen noch weitere fünf Jahre, ehe der Traum vom Fernseher an der Wand für Normalverdiener Realität wird.

Entsprechend bescheiden sind die Absatzprognosen. Philips zum Beispiel rechnet damit, im kommenden Jahr in ganz Europa etwa zwei- bis dreitausend Flat-Fernseher verkaufen zu können.

Der abschreckend hohe Preis ist die Folge einer sehr komplizierten und aufwendigen Fertigungstechnik. Die größten Bild-

schirmformate werden bislang nur von wenigen Herstellern beherrscht.

Mit der herkömmlichen Kathodenstrahlröhre lassen sich so große TV-Geräte nicht mehr herstellen. Bei 95 Zentimeter Bildschirmdiagonale, so die Faustregel der Branche, ist Schluß.

Größere Fernsehbilder waren bislang nur per Projektionstechnik möglich. Dabei wird das Programm, ähnlich wie beim Dia-Vortrag, auf eine Leinwand projiziert. Doch die Bilder sind meist ziemlich flau und bei Tageslicht schlecht zu erkennen.

Der vor vier Jahren von der bayerischen Elektronikfirma Schneider als Prototyp vorgestellte Laserfernseher, der lichtstarke Bilder auf eine Leinwand projiziert, steckt dagegen immer noch im Laborstadium. Frühestens 1998 sollen erste Geräte für die Großbildprojektion, zum Beispiel in Kongreßhallen, angeboten werden.

In Japan konzentrierten sich die Anstrengungen der Forscher deshalb in den vergangenen Jahren auf die Weiterentwicklung der von Laptop-Computern bekannten LCD-Technik. Da es den Ingenieuren trotz aller Bemühungen nicht gelang, die Flüssigkristall-Monitore entscheidend zu vergrößern, griffen viele Firmen schließlich auf ein älteres Verfahren zurück, das ursprünglich für das US-Militär entwickelt worden war. Bei dieser sogenannten Plasma-Display-Technik wird ein Gasgemisch aus Helium, Neon und Xenon, das in winzig kleinen Kammern gespeichert ist, mit Hilfe elektrischer Stromstöße kontrolliert zum Leuchten gebracht.

Nur Branchenführer Sony, der die neue Fernsehtechnik fast verschlafen hätte, setzt auf eine Kombination von Plasma- und LCD-Technik. Mit dem von der US-Firma



Fernsehfamilie (in den fünfziger Jahren): „Da liegt noch ein hartes Stück Arbeit vor uns“

Tektronix entwickelten Verfahren kann Sony zwar noch nicht ganz so große Bildschirme herstellen wie die Konkurrenz, aber das 70-Zentimeter-Bild bietet dafür nach Ansicht von Fachleuten noch etwas mehr Tiefenschärfe und Brillanz.

Bei allen Wandfernsehern besteht der Bildschirm aus einigen hunderttausend Plasmakammern. Fällt auch nur eine Kammer aus, ist der Bildschirm nahezu unbrauchbar. „Das sieht immer aus, als ob ein Fliegenschuß auf dem Monitor wäre“, erklärt Philips-Ingenieur Georg Lütke den störenden Effekt.

Entsprechend groß war anfangs der Ausschuß in den Fabriken, bis zu 85 Prozent der Displays mußten ausgemustert werden. Inzwischen ist die Ausschußquote aber im Schnitt auf etwa 40 Prozent gesunken, die besten Firmen können schon vier Fünftel der Produktion verwerten.

Obwohl Philips und Grundig in Europa zu den Vorreitern am Markt gehören, ist die Entwicklung der neuen Fernsehtechnik fest in asiatischer Hand. Wie schon bei den LCD-Monitoren für Laptop-Computer, die zu mehr als 90 Prozent aus Fernost stammen, beherrschen japanische Firmen derzeit auch als ein-

zige weltweit die Produktion von Flachbildschirmen.

Um ihre starke Stellung noch weiter abzusichern, schlossen sich 25 Firmen des Landes zu einer Forschungsgemeinschaft zusammen. Mit dieser Initiative wollen es die Japaner in den nächsten fünf Jahren schaffen, Flachbildschirme bis zu einer Größe von zwei Metern zu bauen.

Vor allem die Firmen Sharp, NEC, Fujitsu und Matsushita haben die strategische Bedeutung der Displaytechnik frühzeitig erkannt und große Summen in neue Fabriken investiert. Allein Fujitsu hat 900 Millionen Mark in ein neues Werk gesteckt, das vor allem andere Fernsehgerätehersteller mit Flachmonitoren beliefert.

Zu den Kunden gehören auch Grundig und Philips. Zunächst hatte Philips noch versucht, mit den Japanern Schritt zu halten. Doch das Joint-venture mit den französischen Konzernen Sagem und Thomson sowie der Darmstädter Chemiefirma Merck erwies sich als Fehlschlag.

Um nicht völlig den Anschluß zu verpassen, verbündeten sich die Holländer mit der japanischen Firma Hosiden. In dem 50:50-Bündnis ist Philips aber eigentlich nur der Juniorpartner. Denn Philips baut in Eindhoven nur die Flachbildschirme bis zu einer Größe von 25 Zentimetern, die anspruchsvolleren Modelle fertigt Hosiden.

De facto haben sich die Europäer damit aus dem Rennen um einen der wichtigsten Zukunftsmärkte verabschiedet. Denn das Lehrgeld wird jetzt bezahlt. In einigen Jahren, wenn der Flachbildschirm zum Standard geworden ist, zählt nur noch der Preis. Und da haben Firmen mit langer Produktionserfahrung die besseren Chancen.

Philips-Manager van Vessem will von solchen Argumenten nichts wissen. Beim Start des „jetzt beginnenden Marathonlaufs“ gehe es doch nur darum, „Flagge zu zeigen und möglichst schnell am Markt zu sein“. „Bis der Markt aus den Kinderschuhen heraus ist“, wiegelt van Vessem ab, „haben wir genug Zeit, unseren Rückstand in der Fertigung wieder aufzuholen.“

