



SABINE BRAUER

Firmengründer Grundig mit Ehefrau Chantal (1988), Firmenerbin Helene Metz (u.): „Ertrag geht vor Wachstum“

Rivalen der Röhre

Die fränkischen Traditionshersteller für Unterhaltungselektronik 2002



UNTERNEHMEN Heinzelmann gegen Postillon

Einst blickte Max Grundig geringschätzig auf seinen Lokalrivalen Metz herab. Jetzt ist Grundig pleite – und Metz schreibt immer noch schwarze Zahlen.

An seinen Konkurrenten ließ Max Grundig nie ein gutes Haar. Nur bei seinem Fürther Ortsrivalen Paul Metz machte der stets grantelnde Franke eine Ausnahme. Fast mitleidig sorgte er sich Anfang der achtziger Jahre, dass „dem nebenan im mörderischen Wettbewerb bald die Puste ausgeht“.

Zumindest diese Sorge des 1989 verstorbenen Industriellen war unberechtigt. Während Firmen wie Blaupunkt, Braun, Dual, Körting, Nordmende, Saba, Schneider, Telefunken und Wega der Reihe nach in die Pleite schlitterten, von der Konkurrenz geschluckt wurden oder das Geschäft aufgaben, behielt Metz als letzter deutscher TV-Geräte-Hersteller neben der Loewe AG seine Selbständigkeit.

Inzwischen hat sich das Verhältnis der früher nur einen Steinwurf voneinander entfernt residierenden Firmen Metz und Grundig sogar grundlegend geändert: Vergangenen Montag musste der größte deutsche Unterhaltungselektronikkonzern endgültig Insolvenz anmelden. Fast zeitgleich verkündete Helene Metz, Witwe des 1993 verstorbenen Firmengründers, auf einer Händlertagung in Nürnberg: „Wir sind stolz darauf, dass wir seit 65 Jahren ununterbrochen schwarze Zahlen schreiben.“

Für manchen altgedienten Metz-Mitarbeiter war das eine späte Genugtuung. Jahrzehntlang standen sie im Schatten des raubeinigen Rivalen Grundig. Denn während der eine Fabrik nach der anderen

hochzog und so zum Symbol des deutschen Wirtschaftswunders wurde, zwang Metz seine Manager zur Vorsicht.

„Wir wollen nicht nach den Sternen greifen“, brms-te der Ingenieur immer wieder allzu hoch fliegende Expansionspläne. „Ertrag geht vor Wachstum“, betont auch Helene Metz, die nach dem Tode ihres Mannes zusammen mit altgedienten Managern die Leitung der Firma übernahm und trotz ihrer 78 Jahre heute noch täglich von ihrem Büro aus die Arbeit überwacht.

Das Erfolgsrezept der Familienfirma scheint simpel: Metz hat seine Produktion auf hochwertige TV-Geräte mit großen Bildschirmen konzentriert und beliefert weder Warenhäuser noch Discounter, sondern ausschließlich den Fachhandel. Da Handels гигантe wie Media-Markt oder Saturn mit Metz-Geräten keine Preiskämpfe anzetteln können, ist den Fachhändlern beim Verkauf der Exklusivware stets eine hohe Gewinnspanne sicher.

Die kluge Beschränkung auf ein überschaubares Sortiment und einen ausgewählten Kundenstamm hat sich ausgezahlt. Mit gut 800 Beschäftigten und 114 Millionen Euro Umsatz ist Metz zwar ein Zwerg im internationalen Branchenvergleich. Doch mit sieben Prozent Marktanteil im TV-Geschäft beweist die Firma Jahr für Jahr, dass selbst die Fernsehgeräte-Produktion im Hochlohnland Deutschland durchaus rentabel sein kann.

Dabei sah es jahrzehntlang so aus, als werde Paul Metz im Clinch mit dem drei Jahre älteren Grundig stets der chancenlose Zweite bleiben. Angefangen hatten beide noch vor dem Krieg – als Hersteller von Transformatoren. Mit Radiogeräten der Marke „Heinzelmann“ setzte Grundig dann nach dem Krieg zum Höhenflug an. Metz hielt mit dem „Postillon“ dagegen – aber der „Heinzelmann“ schlug alles.

Ende der siebziger Jahre schien das Rennen endgültig entschieden. Grundig be-



WOLFGANG VON BRAUCHTISCH

schäftigte fast 40 000 Menschen in 30 Fabriken und war klar die Nummer eins in Deutschland. Metz rangierte unter „ferner liefern“ und schien ein schnelles Opfer der anrollenden Invasion von Sony und Co. zu werden.

Metz ließ sich von seinem Kurs nicht abbringen. Grundig dagegen machte gravierende Fehler. Viel zu lange tat der choleriche Patriarch den Vormarsch der japanischen Multis als „reine Legende“ ab – gegen seine „First-Class-Fabriken“, behauptete er, sähen „viele japanische Betriebe wie Klitschen aus“. Mit eigenen Videosystemen wollte er den Japanern sogar im Alleingang Paroli bieten.

Die Überheblichkeit kam den Unternehmen teuer zu stehen. Die Videogeräte erwiesen sich als Ladenhüter, und schon 1981 rutschte Grundig erstmals in der Firmengeschichte in die Verlustzone.

Dabei blieb es – bis heute. Zu klein für den Weltmarkt, zu groß, um als Nischenanbieter zu überleben, lautet das Urteil der Experten. Auch der Philips-Konzern, der Grundig 1984 übernahm, fand kein Rezept für die siechende Firma. Rund 1,3 Milliarden Euro pumpten die Niederländer nach Fürth, ehe sie 1997 entnervt aufgaben und die Firma dem Antennenhersteller Anton Kathrein überließen.

Als Haupthindernis für neue Investoren erwies sich das überdimensionierte TV-Werk in Wien. Nach dem Konkurs ist Grundig für Interessenten wie die türkische Beko und die taiwanische Sampo zwar wieder interessanter. Mehr als Teile mag aber kein Investor übernehmen.

Nur für eine Person blieb die Firma immer ein Wirtschaftswunder: Für Grundigs späte Liebe Chantal, die er mit 72 zu seiner dritten Ehefrau machte, hatte der Patriarch eine ursprünglich bis 2004 laufende Garantiedividende von jährlich knapp 50 Millionen Mark ausgehandelt – unabhängig vom Zustand der Firma.

KLAUS-PETER KERBUSK