

## Unterhaltungselektronik

## Deutschland ist Hightech-Spezialist

Überwiegend ausländische Produzenten versorgen den heimischen Markt mit Unterhaltungselektronik. Doch einige Hersteller von Hightech-Geräten haben ihren Standort nach wie vor in Deutschland – und erzielten im Jahr 2009 insgesamt 3,7 Milliarden Euro Umsatz.

Die schwere Weltwirtschaftskrise hat den Absatz von Fernsehgeräten, Camcordern etc. im vergangenen Jahr rund um den Globus um etwa 2 Prozent einbrechen lassen.

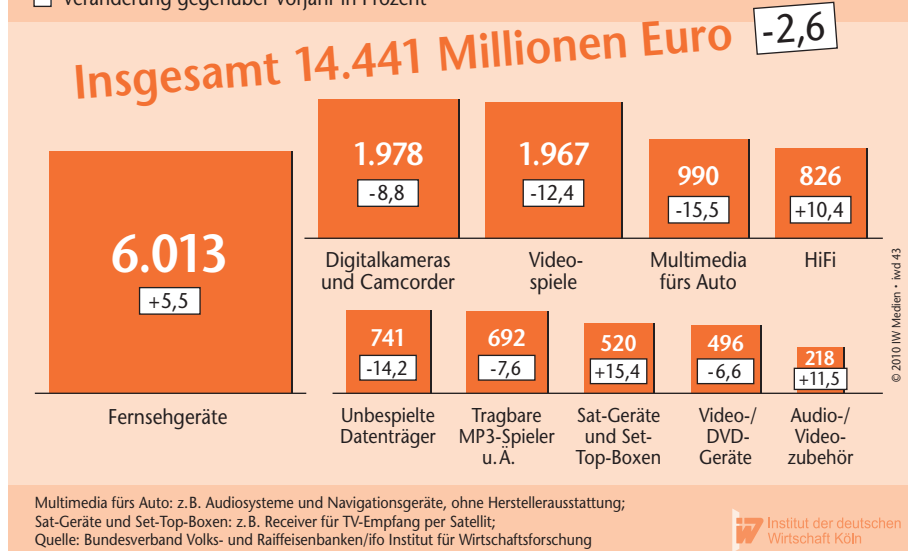
Die deutschen Hersteller dieser sogenannten Braunen Ware hatten unter dem Konjunkturtief besonders zu leiden – sie mussten im Jahr 2009 Umsatzeinbußen von 24 Prozent hinnehmen. Ein möglicher Grund: Heimische Firmen fertigen vor allem höherpreisige Produkte, die sich viele Kunden in der Krise nicht leisten konnten oder wollten.

Eine Alternative zu dieser Nischenstrategie haben die deutschen Produzenten von Unterhaltungselektronik kaum, denn Massenware wird nur noch in Südostasien profitabel hergestellt. Dort herrscht ein Wettbewerbs- und Kostendruck, dem sich die meisten Produzenten aus den Industrieländern schon vor zehn bis 20 Jahren beugen mussten.

Profitiert haben zunächst die japanischen, später dann die südkoreanischen und chinesischen Firmen. Allein zwi-

## Unterhaltungselektronik: Leichte Krisenblessuren

■ Umsatz in Deutschland im Jahr 2009 in Millionen Euro  
□ Veränderung gegenüber Vorjahr in Prozent



schen 2002 und 2008 stieg der Wert der aus dem Reich der Mitte nach Deutschland importierten Unterhaltungselektronik von knapp 1,7 Milliarden auf rund 5,4 Milliarden Euro.

Den größten Anteil am Markt für Braune Ware haben die Fernsehgeräte; im Jahr 2009 bescherten sie den Produzenten einen Umsatz von 6 Milliarden Euro (Grafik):

**Der Absatz von TV-Geräten legte im vergangenen Jahr um satte 5,5 Prozent zu – eine Folge des Trends weg von den Röhrengeräten hin zu den Flachbildfernsehern mit Plasma-, LCD- oder neuerdings LED-Technologie.**

Gerade bei der Herstellung von Bildschirmen aus organischen Leuchtdioden (OLED) besetzen deutsche Firmen, etwa Loewe und Metz, eine Marktnische. Stark gefragt sind die heimischen Unternehmen zudem, wenn es um Vorleistungen geht – so ist Merck der weltweit führende Lieferant von Flüssigkristallen für LCD-Bildschirme und Displays.

Auch in der Audiotechnik machen deutsche Produzenten gute Geschäfte. Drei Beispiele:

- Die Firma Sennheiser aus Wedemark bei Hannover fertigt seit mehr als 60 Jahren Kopfhörer; ihre Tochter Klein + Hummel stattet Profi-Tonstudios aus.
- Musikelectronic Geithain aus Sachsen beliefert sowohl die Betreiber von Tonregieräumen wie auch anspruchsvolle Privatkunden mit Lautsprechertechnik und behauptet sich damit seit einem halben Jahrhundert auf dem Markt.
- Der Berliner Hersteller Burmester hat sich mit Audiokomponenten wie CD-Playern im gehobenen Preisbereich einen Namen gemacht.

Aufgrund des unerwartet zügigen Aufschwungs geben die Verbraucher inzwischen wieder mehr Geld für hochwertige Unterhaltungsgeräte aus – sehr zur Freude der deutschen Anbieter. Ihr Umsatz ist in den ersten sieben Monaten dieses Jahres um 14 Prozent gestiegen.

Ein zusätzlicher Schub ging dabei sicher von der Fußballweltmeisterschaft aus: Denn solche sportlichen Großereignisse kurbeln den Absatz großformatiger – und damit teurer – Flachbildfernseher an.

**Dieser Ausgabe liegt unsere Veröffentlichung „Wirtschaft und Unterricht“ bei.**

Für Adressaufkleber