

100 Jahre Innovation

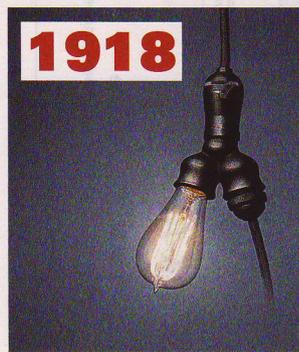
Ein Global Player in Sachen Unterhaltungselektronik feiert hundertjähriges Jubiläum: Panasonic alias Matsushita alias Technics. Als einziger der großen Vollsortimenter ist Panasonic – von vier Jahren Pause abgesehen – der hochwertigen HiFi-Technik treu geblieben.

International tätige Audio-Video-Großkonzerne sind dazu verdammt, Mainstream-Produkte herzustellen. Das meinen zumindest deren Manager. Ihre Fertigungs- und Vertriebsstrukturen sind nun mal auf große Stückzahlen ausgelegt und vertragen sich nicht mit Nischenprodukten. Und hochwertiges HiFi ist eine Nische. Was die Konzernlenker dabei übersehen: Edles HiFi hat eine ungeheure Strahlkraft – und lässt auch andere, billigere Produkte des Unternehmens in hellem Glanz erscheinen.

Viele Namen, viele Marken

Auch im Hause Panasonic gewannen die Verfechter des Mainstream Anfang des Jahrtausends die Oberhand. Sie beschlossen, den glanzvollen Markennamen Technics zu begraben. Die Palette an hochwertigen Audio-Produkten hatten sie schon zuvor kräftig ausgedünnt. Ab 2010 firmierten dann sämtliche Geräte, vom Radiowecker bis zum Plasma-Fernseher, unter „Panasonic“.

Hinzu kam, dass das Unternehmen unter einem verwirrenden Gestrüpp von Firmen- und Markennamen litt, das nun endgültig bereinigt werden sollte. Die Dachgesellschaft firmierte unter „Matsushita Electric“, benannt nach ihrem Gründer und langjährigen Chef Konosuke Matsushita. Der Name war für Nicht-Japaner schwer verdaulich, zumal das „i“ nicht mitgesprochen wird. Unter dieser Dachmarke tummelten sich diverse Markennamen wie „National“, vor allem für Haushaltsgeräte auf dem Heimatmarkt,



▲ 1918: Die doppelte Lampenfassung als Steckdose – das erste Matsushita-Produkt war ebenso simpel wie genial, denn es gab ja kaum Steckdosen. In den nächsten 100 Jahren folgten zahlreiche Innovationen bei Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik. Mit der Neuauflage der Plattenspieler-Legende Technics SP-10 hat sich das Unternehmen selbst ein Jubiläumsgeschenk gemacht.



◀ 1931: Das erste Radio – immerhin schon mit drei Röhren bestückt. Radios waren damals der letzte Schrei, aber noch ziemlich teuer.



◀ 1951: Die erste Waschmaschine – mit Drehkreuz. Fernseher, Waschmaschine und Kühlschrank waren die allseits begehrte „Heilige Dreifaltigkeit“ der 50er-Jahre.



◀ 1952: Der erste Fernseher – schwarzweiß und mit 17-Zoll-Röhre, unter der Marke „National“. Unter diesem Namen firmierten Matsushita-Produkte in Japan seit den 20er-Jahren.



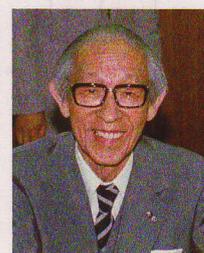
◀ 1965: Die HiFi-Ära beginnt – der „Technics 1“ ist das erste Produkt unter dem Markennamen Technics. Dieser Name steht auch heute wieder für besonders hochwertige Audio-Produkte.

„Panasonic“ für den Export und – seit 1965 – die Marke Technics für gehobenes HiFi. Für Marketing-Experten ist das ein Unding. Schließlich ließen sämtliche Mitbewerber aus der gleichen Liga, ob der Erzrivale Sony oder der europäische Konkurrent Philips oder später die koreanischen Multis Samsung und LG, alle Produktgruppen einheitlich unter dem Firmennamen antreten. Und so wurde Matsushita Electric in 2008 in „Panasonic Corporation“ umgetauft – und peu à peu mussten auch die Markennamen dieser einheitlichen Corporate Identity weichen.

Doch 2014 feierte die Marke Technics ein grandioses Comeback. Auf der IFA in Berlin enthüllte das Audio-Team von Panasonic eine High End-Anlage, die nicht weniger als 40.000 Euro kostete und der HiFi-Welt signalisieren sollte: Wir sind wieder da, und wir können es noch!

Technics macht Ernst mit HiFi

Währenddessen hatten sich die Mitbewerber klammheimlich aus dem high-fidelen Staub gemacht. Zwar hatte auch Sony Anfang 2014 mit Musik-Servern und Vollverstärkern einen Anlauf in Richtung High End unternommen, doch



◀ 1918 gründete Konosuke Matsushita die „Matsushita Electric Housewares Manufacturing Works“. Er leitete das Unternehmen bis 1961 und starb 1989. Hier ein Foto von 1984.

das Engagement blieb halbherzig. Philips hat sich mittlerweile ganz aus der Unterhaltungselektronik zurückgezogen und die einschlägigen Unternehmensteile verkauft – zusammen mit einer zeitlich befristeten Lizenz zur Nutzung des Markenmens. Und Samsung und LG haben nie ernsthaft versucht, im gehobenen HiFi-Segment Fuß zu fassen.

Technics dagegen machte ernst mit seinem HiFi-Engagement. Den Startprodukten folgten nach und nach weitere, auch preiswertere und dennoch hochwertige Modelle, darunter netzwerkfähige Geräte, All-in-One-Anlagen und ein 1200-Euro-Kopfhörer. In jüngster Zeit hat Technics vor allem mit dem Revival seiner legendären Plattenspieler Aufsehen erregt: Der SL-1200, jahrzehntelanges Kultobjekt, wurde in diversen Varianten neu aufgelegt, und zuletzt überraschte das Unternehmen mit einer Neuinterpretation des Profi-Drehers SP-10 aus den 70er-Jahren. Dabei sind die Entwickler stets dem Direktantrieb treu geblieben – obwohl der ja in audiophilen Kreisen nicht unumstritten war –, haben ihn aber mit neuester Technik auf ein neues Level gehoben.

Innovation mit Ups und Downs

Denn das ist ja der Vorteil eines Großunternehmens: Es kann auf immense Forschungs- und Entwicklungs-Ressourcen zurückgreifen und von Technologien aus anderen Unternehmensbereichen profitieren. Davon können kleinere Hersteller nur träumen. Sie müssen sich allenfalls hinten anstellen, bis die Großen ihren technologischen Vorsprung auch ihnen zuteilwerden lassen. Und die Liste technischer Innovationen von Panasonic kann sich sehen lassen. Man denke an den VHS-Recorder, der im Wesentlichen im Hause Panasonic und der damaligen Tochter JVC erdacht worden war, oder den DVD-Player, an dessen Entwicklung Panasonic ebenfalls nennenswerten Anteil hat. Mit dessen Weiterentwicklung zum DVD-Audio-Player hatten die Strategen aus Osaka indes kein Glück. Und auch die Technik des Plasma-Fernsehers, die Panasonic maßgeblich vorangetrieben hatte, konnte sich letztlich nicht durchsetzen.

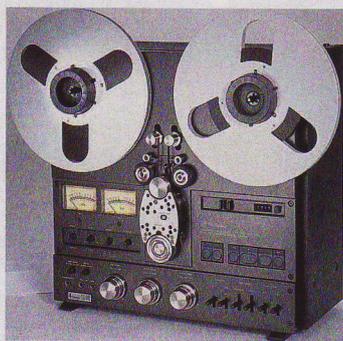
Auch wenn es heute den Anschein hat, dass die Konkurrenz aus Korea die Technologieführerschaft übernommen hat, so mischen japanische Unternehmen als Bauteile-Spezialisten und Experten für die Fabrikautomation noch kräftig mit.



▲ 1970: SP-10 – der erste Plattenspieler mit Direktantrieb. Ein technologischer Durchbruch, aber in audiophilen Kreisen nicht unumstritten.



▲ 1972: Der SL-1200 – die Geburt einer Legende. Er wird rasch zum Liebling der DJs. Die 1200er-Serie wurde fast 40 Jahre lang produziert.



▲ 1976: RS-1506 – die legendären Bandgeräte mit „Omega Drive“ waren Objekte der Begierde. Der Preis damals: 1650 Deutsche Mark.



▲ 2000: DVD-A 10 – zur Jahrtausendwende startet Technics mit dem ersten DVD-Audio-Player. Es gab ihn auch in einer „Panasonic“-Version.



▼ 2014: Das Comeback der Marke Technics – mit der High End-Anlage R1 für zusammen 40.000 Euro.

Europa haben sie jedenfalls in vieler Hinsicht technologisch abgehängt.

Das war nicht immer so. Nach dem Krieg war die japanische Industrie arg geschwächt, und auch Panasonic hatte 32 Fabriken und Standorte verloren. Konosuke Matsushita suchte deshalb den Kontakt zur europäischen Industrie, um von deren fortschrittlicher Technologie zu profitieren. Was wenig bekannt ist: Panasonic schloss 1952 ein Joint Venture mit dem niederländischen Philips-Konzern, die Matsushita Electronics Corporation. Diese Zusammenarbeit dauerte sage und schreibe 40 Jahre – sie wurde erst 1993 beendet. Und so war Panasonic auch an der Entwicklung des CD-Players beteiligt – die ja gemeinhin nur Philips und Sony zugeschrieben wird.

Ausflug ins Musikgeschäft

Ähnlich wie Sony engagierte sich Panasonic in den 90er-Jahren auch in der Musik- und Filmindustrie und erwarb 1990 die MCA Holding, den Vorläufer des heutigen Branchenprimus Universal Music. Doch schon fünf Jahre später wurde die Mehrheit an MCA wieder verkauft. Von Japan aus das internationale Film- und Musikgeschäft zu kontrollieren, ist eben keine leichte Aufgabe.

Deutschland hat übrigens für Panasonic eine besondere Bedeutung: Die Europa-Zentrale des Unternehmens sitzt in Wiesbaden. Dorthin – und nach Osaka – sendet STEREO seine audiophilen Glückwünsche zum runden Geburtstag.

Ulrich Wienforth

PANASONIC HEUTE



Die Panasonic Corporation ist heute eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Kadoma in der Präfektur Osaka. Die rund 260.000 Mitarbeiter in 495 Tochtergesellschaften erwirtschaften einen Jahresumsatz von gut 7300 Mrd. Yen (54 Mrd. Euro). Seit 2011 gehört auch Sanyo zu den Tochtergesellschaften. Panasonic produziert neben Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräten auch Photovoltaik-Module, Leuchtmittel, Motoren, Bauelemente und vieles mehr.