

Redaktionsdirektor:
STRATOS TSOBANOGLOU

Chefredakteur (verantw.):
DR. STEFAN MIKOREY

Chef vom Dienst:

MARIE-LUISE v. SCHUCKMANN

Redaktion Test und Technik:

KLAUS ROSSHUBER (Leitung)

GÜNTER KÜHLWEIN

Grafische Gestaltung:

URSULA MICHAELIS

Bildsekretariat:

DIANA TAMBURRO

Fotos:

ROLF-DIETER WINTER

Durchführung sämtlicher Tests:

J.V.-Zentrallabor der J.V. Journal Verlag

GmbH & Co. Kommanditgesellschaft

Technischer Direktor:

Dipl.-Ing. WALTER SCHILD

Meßtechnik:

Max Marquart, Martin Kurz

Ständige freie Mitarbeiter:

Musik: Claus-Henning Bachmann, Dr. Klaus

Blum, Dr. Werner Bollert, Dr. Herbert Briefs,

Peter Cossé, Nikolaus Deckenbrock, Dr. Mar-

tin Elste, Eva-Elisabeth Fischer, Knut Franke,

Helge Grünwald, Clemens Höslinger, Dr.

Andreas Jaschinski, Prof. Dr. Manfred Kahl-

weit, Dr. Hanspeter Krellmann, Hans-Günter

Martens, Dr. Franzpeter Messmer, Dr. Martin

Meyer, Karl Ludwig Nicol, Dr. Gerhard Pät-

zig, Brigitta Pohl, Dr. Klaus Peter Richter, Dr.

Wolfgang Rogge, Hermann Schönegger, Dr.

Reinhard Schulz, Dr. Diether Steppuhn, Rai-

ner Wagner, Wolfgang Wendel, Dr. Gerhard

Wienke, Dr. Hans Christoph Worbs

Technik: Michael Trömmner, Bernd Bingler,

Dipl.-Ing. Alejandro Wagner, Dipl.-Ing. Ulrich

Wienforth, Gunter Witte

Herausgeber: Dr. Walter Facius

FonoForum erscheint monatlich in der J.V.

Journal Verlag GmbH & Co. Kommanditge-

sellschaft, Anschrift des Verlags, der Redak-

tion und aller Verantwortlichen: Schellingstr.

39-43, 8000 München 40, Tel. 089/23726-0,

Telex: 05-215476.

Geschäftsführer:

HANS-DIETER MÖLLER

DIETER M. PETRI

STRATOS TSOBANOGLOU

Verantwortlich für Anzeigen:

KLAUS-PETER CAGIC

Anzeigenverkaufsassistent:

ROLF REITZ

Anzeigensachbearbeitung:

JOSEF KREITMAIR

Anzeigentechnik:

HARALD MEYER

Herstellungsleitung:

GERHARD ALBERT

Anzeigenrepräsentanten: Verlagsbüro Ham-

burg: Günter Ziegenhirt, Großer Burstah 42,

2000 Hamburg 11, 040/365838; Peter Casper,

Klettenbergstr. 21, 6000 Frankfurt/Main 1,

0611/551235; Konrad M. Regge, Karl-Rudolf-

Str. 176, 4000 Düsseldorf 1, 0211/370307/08;

Peter Subklew, Erlenweg 2, 7031 Dachtel,

07051/2633; Helmut Burckhardt, Delphstr. 11,

8000 München 60, 089/982982; Media-Promo-

tion, Uwe E. Leffler, Mutschellenstraße, CH-

8038 Zürich, 01/438406, Telex: 59152 rete ch.

Vertrieb: MZV Moderner Zeitschriften Ver-

trieb GmbH, Breslauer Straße 5, 8057 Eching,

Tel.: 089/3191067 - Telex 05-22656

Copyright für alle Beiträge, Meßdaten, Dia-

gramme und Fotos bei J.V. Journal Verlag

GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Nach-

druck, auch auszugsweise, sowie Vervielfälti-

gung jedweder Art nur mit schriftlicher Geneh-

migung des Verlags. Für unverlangte Einsen-

dungen keine Gewähr. Namentlich gekenn-

zeichnete Beiträge unserer Mitarbeiter stellen

nicht unbedingt die Meinung der Redaktion

dar. „FonoForum“ darf nun mit schriftlicher

Genehmigung des Verlages in Lesemappen

geführt werden. Einzelbezugspreis 6 Mark.

Jahresabonnement Inland 66 Mark (inkl.

MwSt und Porto). Jahresabonnement Ausland

72 Mark (inkl. Porto). Kündigung zwei Monate

vor Abonnementsablauf. Im Handel vergriffe-

ne Einzelhefte können beim MZV zu 6 Mark

plus Porto gegen Vorkasse auf Postscheck-

Konto München, Kto. 99870-800 bezogen wer-

den. In Fällen höherer Gewalt kein Anspruch

auf Lieferung und Rückzahlung des Bezugs-

preises. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist

München. Zur Zeit ist die Anzeigenpreisliste

Nr. 19 vom 1.1.83 gültig. Bankverbindung:

Bayerische Vereinsbank, München, Konto

830770, Postscheck-München, Konto 286350-

809. Herstellung: Oberndorfer Druckerei,

Oberndorf bei Salzburg/Osterreich

Titelbild: Klaus Risch

EDITORIAL

Digitale Impulse

Verehrte Leser!

Schon der Titel der vorliegenden Ausgabe hat Ihnen signalisiert, daß Sie in diesem Heft etwas Besonderes erwartet. Wie alljährlich zu den großen HiFi-Messen in Düsseldorf und Berlin informieren wir Sie in erweitertem Umfang über Programme und Perspektiven der Elektronikindustrie. Daneben finden Sie Nachrichten von der High End '83, die vom 1.-4. September im Frankfurter Hotel Gravenbruch stattfindet.

Auch wenn die neuen Medien wie Kabelfernsehen und Video, Bildplatte und Bildschirmtext einen nicht unbedeutenden Sektor des Verbraucherinteresses beanspruchen – HiFi ist noch immer innovativ und für „unsere“ Musik schlichtweg unentbehrlich. Als besonderer Impuls für die gesamte Szene – wir sagten es schon wiederholt – wirkt die Compact Disc, die, per Laserstrahl abgetastet und digital signalverarbeitet, eine Herausforderung für alle weiteren Komponenten der HiFi-Kette darstellt. Das Attribut CD-tauglich kann also für die Verstärker-, Lautsprecher-, Recorder- und Plattenspielerhersteller nur Ansporn sein, die allgemeinen Standards hochzuschrauben; für die Plattenpresser ist es fast eine Aufforderung, mit technischen Verfeinerungen, wie etwa dem DMM-Aufnahmeverfahren, der schillernden Digital-scheibe das junge Leben so sauer wie möglich zu machen. Sie muß ohnedies in den schwierigsten „sozialen“ Verhältnissen groß werden. Ihr Zieh-vater – die Elektronikindustrie – zwingt die Digital-Plattenhersteller zu forcierter Produktion, auch wenn die Spiegelscheibe in der Herstellung um das Fünf- bis Achtfache teurer ist als ihr analoger Vorfahr. Daß die Gewinnzone für alle Beteiligten da noch weit hinter dem silbrig schimmernden Horizont liegen muß, leuchtet unmittelbar ein, wenn man sich die immensen Entwicklungskosten und den bereits jetzt einsetzenden Preiskampf im Handel ansieht. Die schwarze Scheibe und ihre Abspielgeräte sind daran gemessen aktueller denn je, ist doch

eine sprunghafte Ausweitung des CD-Angebots aus den genannten Kostengründen in naher Zukunft nicht zu erwarten. Das Geld dazu muß ja ohnehin erst mal von den Analogplatten und Musicassetten „verdient“ werden. Die Compact Disc bleibt also zunächst eine zukunftssträngige Alternative, die heute noch weit davon entfernt ist, den etablierten Speichermedien das Wasser abzugraben. Wohl aber ist sie in der Lage, stimulierend zu wirken und HiFi insgesamt in seiner Bedeutung zu festigen und im Gespräch zu halten.

Die audiovisuellen Medien haben sich jedenfalls als schlagkräftige und stark wachstumspotente Gegenspieler neben der konventionellen Musikwiedergabe etabliert. Gerade im Bereich der E-Musik können sie zwar keine echte Alternative aufweisen, kommen hier doch wertbezogene und traditionelle Gesichtspunkte ins Spiel, doch hängt die Zahl der Klassikproduktionen eindeutig am Erfolg der Plattenindustrie insgesamt. Die Bildplatte mit ihren klanglichen und optischen Tugenden wäre daneben wohl ein ausgezeichnetes Mittel, ganze Opernaufführungen vom heimischen Ohrensessel aus nachvollziehbar zu machen. Doch scheint die Zahl der Opernfans, die zusätzlich bereit wären, sich ein solch kostspieliges System anzuschaffen, zu gering, um Stückzahlen zu ermöglichen, die den Preis der Bildplatte in erschwierliche Regionen drücken.

So wird es auf dem Audiosektor bis auf weiteres bei der Pflege bekannter Techniken bleiben, was für uns „altmodische“ Plattensammler ja auch sehr wünschenswert erscheint, während der Aufbruch der CD und anderer Medien paradoxerweise an das Florieren gerade jener Bereiche gebunden ist, die sie verdrängen will. Sie beflügelt damit eine Technik, die mit all ihren kleinen Mängeln schon auf dem vermeintlich absteigenden Ast saß – und was kann uns letztlich besseres passieren?

Klaus Rosshuber

Nur wenige Cassetten können es
so gut auszuheben.
DAIMON GAMMA PERFORMANCE

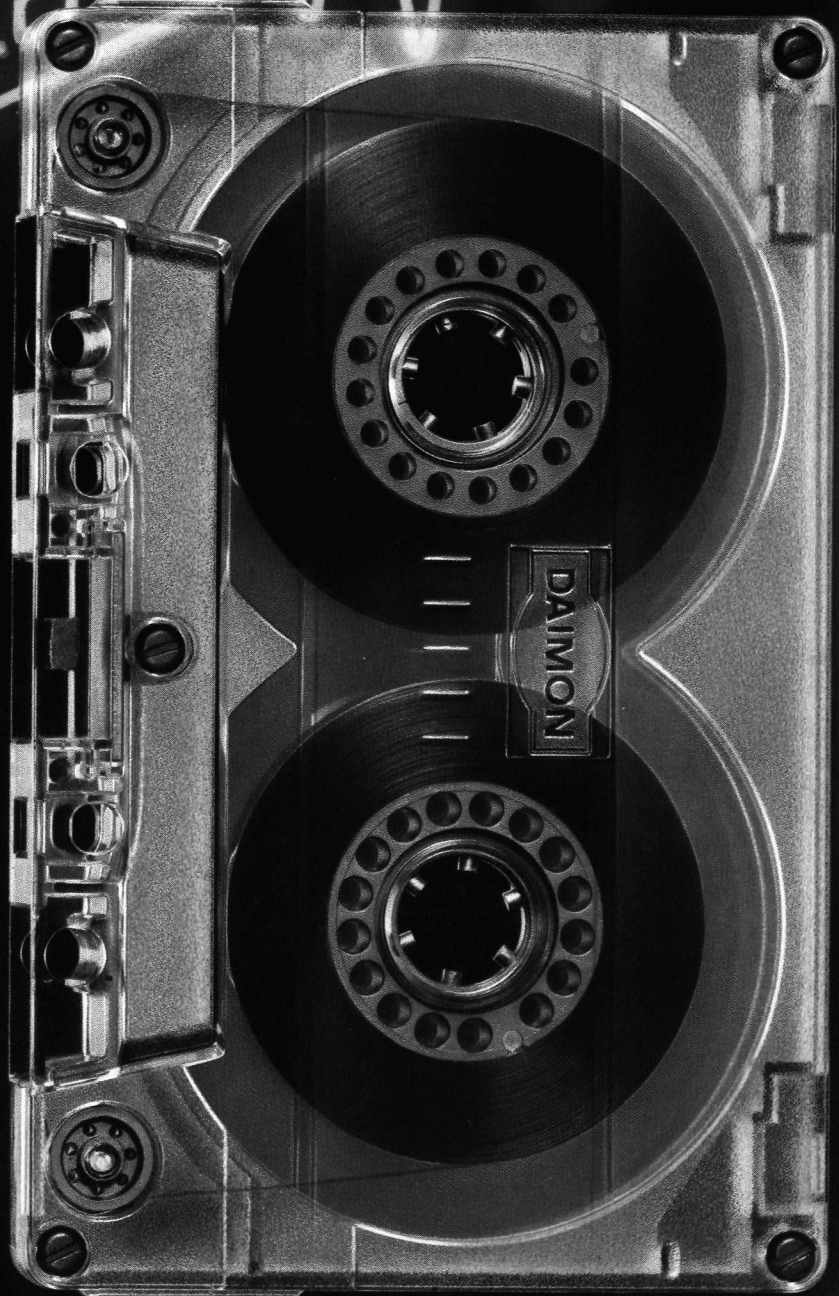
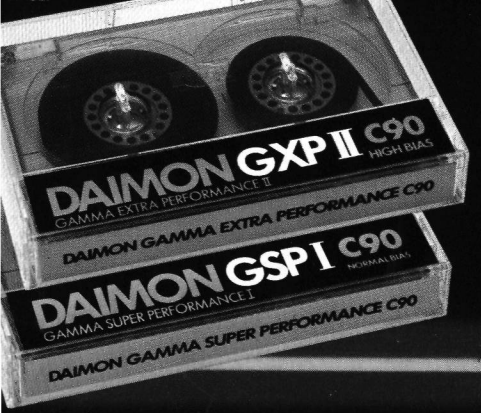
Die High-End Cassetten für höchste
Ansprüche. Die vollkommen 100%
parallel gefertigten Gehäuse-
schalen sind 5-fach, auf den Milli-
meter genau verschraubt.

Professionelle Wickelkerne sorgen für eine
erhöht gute Bandführung und die Spezialleit-
ung der DSF für exakten Gleichlauf.

DAIMON GAMMA PERFORMANCE – das Band-
material mit enormer Dynamikbreite und kristall-
reiner Aufnahme- und Wiedergabe-Qualität.

Gerade DAIMON GAMMA PERFORMANCE
Cassetten sind für höchste HiFi Freuden
geschaffen.

Best: Chromdioxid-Cassetten,
11 82.



Klarer Klang in klarer Form