

HIFI-NEUHEITEN, TRENDS, NOTIZEN

hifivideo 82

Von der HiFi-Messe zur Medienshow

„hifivideo“ in Düsseldorf

Schon bevor die „hifivideo“ in Düsseldorf ihre Tore geöffnet hatte, war klar, daß sich auf dem Markt für Unterhaltungselektronik die Gewichtung der einzelnen Segmente verschoben hat. Im Namen der Messe noch gleichberechtigt nebeneinander stehend, präsentierten sich die beiden Technikbereiche HiFi und Video insgesamt gesehen doch als sehr ungleiche Geschwister. Zwar waren „nur“ 110 der insgesamt 348 Aussteller Videoanbieter, doch verbuchte der visuelle Bereich klare Feldvorteile.

Die Düsseldorfer Messe war seit 1968 als reine HiFi-Veranstaltung geplant und durchgeführt worden, und so ist es nicht verwunderlich, daß die Vorstellungen und Wünsche des audiophilen Publikums nach wie vor darauf zielen, die Neuheiten eingehend zu begutachten, und das heißt eben insbesondere auch, zu hören. Diesem Wunsch trugen die Aussteller Rechnung durch ihren Entschluß, möglichst alle Gerätschaften der Bedienung durch die Besucher zugänglich zu machen. Über Kopfhörer ließen sich die einzelnen Programmquellen abhören. Darüber hinaus konnte sich das vitale Publikumsinteresse an Lautsprecherboxen in speziellen Abhörräumen auf eigens anberaumten Vorführungen befriedigen.

Sicher, dem kritischen Beobachter wird bei allem Trubel kaum entgehen, daß es den Herstellern außerordentlich schwerfällt, pünktlich und per annum großartige Neuerungen aus dem Hut zu zaubern. Nachdem die Düsseldorfer im jährlichen Wechsel mit der Funkausstellung in Berlin zu einer allumfassenden Me-

dienshow einladen, muß dieser Gesichtspunkt besondere Beachtung finden. Angesichts eines solchen selbstgeschaffenen Zwangs zur Innovation auf der ganzen Linie erscheint es zweifelhaft, ob hinter der neuen Gerätefront stets gesicherter technischer Fortschritt Einzug gehalten hat oder ob man der alten Technik lediglich aufs neue Kleid ein paar frische Knöpfe geheftet hat. Es darf wohl in vielen Fällen so gedeutet werden. Ein mehr oder minder erbitterter geführter Kampf auf dem Gebiet der HiFi-Mode bedeutet für die Anbieter mit Sicherheit einen erklecklichen Kostenaufwand, dessen Rückfluß in Form von Gewinn gar nicht so sicher ist. So sprach Sony von einem siebenprozentigen Umsatzzuwachs für die erste Hälfte des laufenden Jahres bei einem gleichzeitigen Gewinnrückgang von zehn Prozent! Es bliebe also zu überlegen, ob ein verlängerter Messemodus da nicht zu transparenteren Märkten und reiferen Konzepten führen könnte...

Gleichwohl zeigten sich die Firmen von den getätigten Abschlüssen durchaus befriedigt,



was ja auch die neue Rekordbesucherzahl – die NOVEA zählte mit 245000 ca. 60000 mehr als 1980 – zu bestätigen scheint. Tatsächlich aber ist diese Zahl wie jede statistische Aussage interpretationsbedürftig: Es interessierten sich gemäß einer repräsentativen Befragung der o.g. Messegesellschaft etwa gleiche Teile der Besucherschaft für die Bereiche HiFi und Video. Der Audiobereich hat also klar von der Attraktivität des Video-Sektors profitiert.

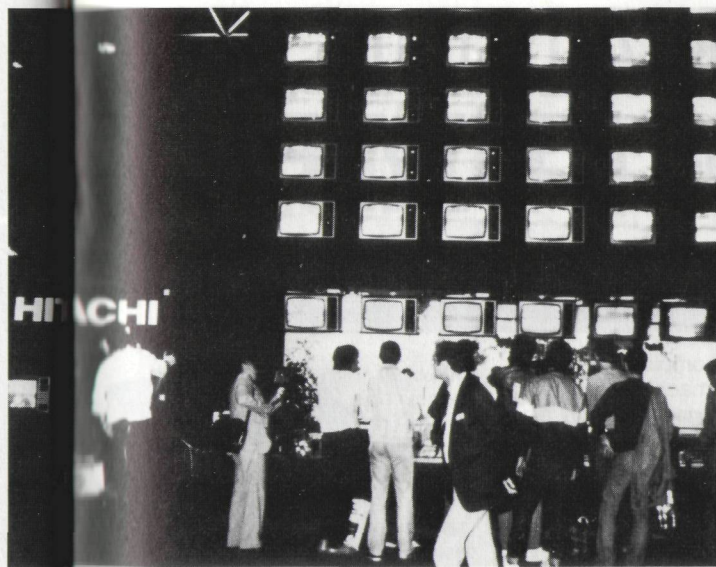
Dies scheint kaum verwunderlich, hält man sich einmal vor Augen, daß die Digitaltechnik offensichtlich angetan ist, die Medientechnik schlechthin zu werden. Insofern liegt eine gemeinsame Präsentation auch aus technischer Sicht nahe – mag dies den Musikfreunden nun gefallen oder nicht. Allein, die visuelle Dauerberieselung durch die zu wahren Bildschirm-Kaleidoskopen aufgetürmten Fernsehmonitore und Screens vermittelten dem Audio-orientierten Besucher doch eher die Atmosphäre eines Spiegelkabinetts oder gar Medienalptrahms, denn den einer sachlichen Informationsveranstaltung.

Eine solche Beurteilung ist zugegebenermaßen reine Geschmackssache – klappern gehört ja wie man weiß zum Geschäft –, aber muß dem HiFi-Freund tatsächlich zugemutet werden, sich an den dichtumdrängten Ständen mit Mühe ei-

nen Kopfhörer zu angeln und nach erfolgtem Hörtest durch die Menschentraube vor der nächsten Glotzenbatterie zu hangeln, damit nach dem Tonband auch noch ein Plattenspieler begutachtet werden kann?

Video als Zugpferd der HiFi-Branche – wir müssen offenbar lernen, das zu akzeptieren. Doch ist bei näherer Betrachtung auch hier längst nicht alles Gold, was in allen Spektralfarben über die Bildschirme flimmert... jedenfalls nicht für die Hersteller. In den bundesdeutschen Lagern der Industrie stapeln sich inzwischen über 500000 Videorecorder: Ergebnis einer gewaltigen Überproduktion und Fehleinschätzung der Absatzchancen. Man spricht weltweit von einer Überkapazität von 6 Mio. Einheiten. Billigabsatz en gros u.a. über die beim Fachhandel anderer Branchen seit Jahren berüchtigten „Kaffeeröster“ liegt durchaus im Bereich des Möglichen. Auch dies ein Resultat spekulativer Erwartungen, die durch hitzige Messeschlachten um Besucherzahlen und Publizität des Videogedankens nur geschürt werden, ohne sich entsprechend einzulösen.

Auf dem Sektor der langerwarteten Compact-Disc-Spieler ist dahingegen die Existenz einer Reihe von serienreifen Produkten positiv zu vermerken, als deren Vorreiter die Firmen Sony und Philips im Frühjahr nächsten Jahres auf den Markt-



kommen wollen. Von der Programmseite her wird bis dahin ein ohne Zweifel interessantes und sicherlich auch gehörig breites Angebot zur Verfügung stehen. Die Firma Polygram bereitet sich dem Vernehmen nach schon intensiv auf den

digitalen Startschuß vor. Dabei wird sich die Palette etwa zu einem Drittel aus Klassikeinspielungen zusammensetzen, wobei künftig jede Neuerscheinung auf allen drei Speichermedien erscheinen soll. Cassette, Schallplatte und Com-

compact-Disc stehen alternativ zur Wahl. Eine radikale Abkehr von der Analogplatte ist – soviel läßt sich heute schon sicher sagen – keinesfalls die Absicht der Digitalpioniere. Vielmehr werden zunächst einfach neue Bereiche erschlossen und glei-

tende Übergänge vorbereitet, die eine Ablösung der Vinylscheibe kontinuierlich über die nächsten zehn Jahre zum Ziel haben.

Ihre wertvolle Plattensammlung, lieber Leser, wird also keinesfalls mit einem Schlage wertlos – im Gegenteil, es stehen neue Auswahlmöglichkeiten offen. Besondere klangliche und interpretatorische Lektürebissen sind dann gleichermaßen digital wie analog zugänglich. Und so zeigt sich auch die konventionelle Technik noch durchaus entwicklungsgefährig. Größeres Dynamik und geringeres Rauschen sind die positiven, aufnahmeseitigen Abfallprodukte des Digitalverfahrens.

Sicherlich, die mechanische Anfälligkeit der großen schwarzen Scheiben wird uns weiterhin zu schonendem Umgang verpflichten, aber ganz unproblematisch sind die Compact-Scheiben in dieser Hinsicht schließlich auch nicht. Verwulungen und grobe Verschmutzung beeinträchtigen hier nicht nur den Hörgenuß, sie verunmöglichen ihn. Die Ja-Nein-Mentalität der binären Speicherung behandelt „Unleserlichkeiten“ im mildesten Falle mit lästigen Drop-outs, bei gravierenderen Störungen aber mit kompromißlosem Abbruch der Veranstaltung. Mißliebiger, d.h. beispielsweise verweiltem Programmmaterial verweigern sich manche Player grundsätzlich.

Nobel-HiFi im Abseits? Die Düsseldorfer „High End '82“

Abseits des massierten Medienbombardements und der dichtgedrängten Besucherströme auf der Düsseldorfer „hifivideo“ hatte sich die kleine, aber erlesene Gemeinde der gut zwanzig Hersteller und Vertrieber exotischer HiFi-Komponenten im Hotel Intercontinental versammelt, um, über zwei Etagen verteilt, ihrem meist fachkundigen Publikum individuelle Hörproben und Gelegenheiten zum persönlichen Gespräch zu bieten.

Ein besucherfreundliches Konzept also, diese gemeinschaftliche (Re-)Präsentation der gesamten „Scene“ unter einem Dach. In den Staaten ist das Hotel als Ausstellungsforum ja längst Usus – und auch hierzulande scheinen nicht nur die Umsätze dafür zu sprechen. „Ich habe hier in drei Tagen mehr verkauft als während der gesamten Funkausstellung '81 in Berlin“ freute sich einer.

High-end hören heißt für seine Protagonisten eben auch

und besonders, Geschmack beweisen für die klanglichen und technisch-ästhetischen Qualitäten der teuren Liebhaberstücke.

High-end ist tot! und „Trittbrettfahrer“ schallte es dagegen aus der anderen, offiziellen Ecke; doch war dies noch das Harmloseste, was böse Zungen über die vermeintlichen Renegaten zu vermelden hatten. Aber ist es nicht verständlich, daß die meist kleinen Anbieter exklusiver Elektronik die Nähe ihrer Klientel suchen, sich dieser jedoch in einem ihrem Zweck angemessenen Rahmen präsentieren wollen? Die traditionellen Düsseldorfer Messemacher haben sich mehr oder minder bedingungslos entschlossen, dem Massengeschmack Rechnung zu tragen und auf ihn zu setzen. Insofern sind die „High-ender“ wohl schon von der Konzeption her ausgeschlossen. Sie haben praktische Schlüsse aus dieser Situation gezogen, die dem interessierten Konsumenten gar nicht so unrecht sein können. Es wäre schön, wenn sich die positiven

Seiten ihrer Sondershow auf das „normale“ Messegeschehen übertragen ließen.

Freilich trägt andererseits der päpstliche Anspruch mancher High-end-Gläubigen und das zuweilen abenteuerliche Preisniveau, begleitet von zuweilen hektischen Modellwechseln, manches zum Ruch der luxuriösen Spinnerei bei, der den Exklusiv-Vertriebern anhängt. Aber der Markt scheint auch hier einig zurechtzurücken. Obgleich es weltweit um die HiFi-Branche im allgemeinen und die High-end-Abteilung im besonderen nicht eben rosig aussieht, zeigen das Interesse an der Sache und die eingegangenen Ordres doch, daß Qualität gefragt ist und Luxus eben auch heute noch seinen Preis haben darf. So teilte uns der Geschäftsführer eines deutschen Audiolabors mit, die Produktion seines Sechstausend-Mark-Laufwerks sei bis Ende des Jahres ausgebuht. Kein schlechtes Zeichen! Er setzte uns wenigstens auf die Warteliste für ein Testgerät.

„Video total“ prägte das Erscheinungsbild der diesjährigen Medien-Messe in Düsseldorf. Erfreulich für die Besucher: Eine Vielzahl der Exponate konnte nicht nur studiert, sondern auch probiert werden

