

Noch viele Jahre

Ein internationales Symposium bei Schott, Europas größtem Fernsehglas-Hersteller, befasste sich mit der gar nicht so ungewissen Zukunft der schon häufig totgesagten Kathodenstrahlröhre.

Ob und wann die Erfindung Karl Ferdinand Brauns in Anbetracht der mittlerweile weit genug entwickelten Flachbildschirme mit Techniken wie Flüssigkristall-, Plasma- und Polymerdisplays tatsächlich überflüssig werden wird, thematisierte eine Veranstaltung mit 120 Kunden, Wettbewerbern und Gästen aus Japan, Südostasien, den USA und Europa bei Schott

„Die CRT ist erfolgreicher als gegenwärtige Alternativen. Der Preiswettbewerb wird jedoch härter.“

Dr. Udo Ungeheuer, Schott Glas

in Mainz. Gemessen an der weltweit verfügbaren Produktionskapazität bei Kathodenstrahlröhren waren über 85% aller Hersteller vertreten, bezogen auf die tatsächliche CRT-Tonnage, repräsentierte das Symposium 95% des weltweiten Glas-Marktes. Vier hochkarätige Gastredner analysierten Trends, den Stand der Fernsehgeräte- und Röhrentechnik sowie die Rolle des Industriedesigns.

Solide Basis

„Entgegen zahlreicher Prognosen ist die Kathodenstrahlröhre in ihrer Marktposition gefestigt und noch immer erfolgreicher als gegenwärtige Alternativen“, erklärte Schott-Vorstand Dr. Udo Ungeheuer in seiner Begrüßungsrede. Die Perspektiven für die nächsten 10 bis 15 Jahre seien gut, allerdings mit härterem Preiswettbewerb verbunden. Die CRT-Produzenten – und Schott als Lieferant von Bildschirmen und Trichtern – müssten kostenbewusst agieren, ihre Fertigungstechnologie ständig optimieren und Innovationen realisieren, die größeren Kunden-Nutzen bringen. Die Bildröhren-Industrie habe eine solide Basis: Mit Engagements in China, Mexiko und Osteuropa wurden Schritte eingeleitet, um neue Märkte zu beliefern und wettbewerbsfähig zu bleiben.

„Trotz LCD- und Plasmasdisplays hat die Kathodenstrahlröhre sicher noch weitere zehn Jahre vor sich.“



Wolfgang Clas, Grundig

TV als Schnittstelle

Für Grundig-Marketing-Direktor Wolfgang Clas ist klar, dass dem „Net-TV“ die Zukunft gehört. Der konventionelle Fernseher werde immer mehr zur Schnittstelle in der Multimedia-Welt. Zwar gingen die Meinungen auseinander, ob das TV-Gerät dem PC als Arbeitsmittel wirklich Konkurrenz machen kann. Aber Surfen im Internet oder Online-Banking sei künftig auch per „Mattscheibe“ möglich. Die Firmen in der Unterhaltungselektronik jedenfalls setzen große Hoffnungen in die sog. „Multimedia Home Platform“. Die CRT, so Clas, befinde sich in einer „Sandwich-Position“ zwischen Plasma- und LCD-Displays: Die bislang sehr teure Plasma-Displaytechnologie werde sich jedoch in den nächsten fünf Jahren noch nicht entscheidend durchsetzen, die LCD-Technologie halte zunächst Einzug in Workstations in den Büros: Clas: „Ich stimme also zu: Die CRT wird bestimmt noch zehn Jahre zum Einsatz kommen“.



auf Sendung

„Fernöstliche Länder bleiben der Hauptabsatzmarkt für CRT, gefolgt von den USA, Europa und Japan“.

Dr. Joseph A. Castellano, Präsident des führenden amerikanischen Display-Marktforschungsunternehmens Stanford Resources Inc., geht sogar davon aus, dass die Braunsche Röhre auch noch im Jahr 2020 Verwendung findet – wenngleich die Stückzahlen rückläufig sein werden. Noch wächst die Zahl der CRT-Einheiten: von 275 Millionen 1999 auf 289 Mio. in 2000 und auf 349 Mio. im Jahr 2005. Stanford Resources schätzt, dass das gegenwärtige weltweite CRT-Marktvolumen wertmäßig weiter – wenn auch nicht ganz so stark – zulegt. Größter Absatzmarkt seien fernöstliche Länder, gefolgt von Nordamerika, Europa und Japan. Dr. Castellano sieht die Wandlung vom „Pantoffelkino“ zum Heimkino mit Breitbild und Surround-Sound nicht vor 2010.



*Dr. Joseph A. Castellano,
Stanford Resources*

Diagonalen (27 bis 36 inch), noch höher auflösenden Bildschirmen und Flachbildschirmen; Sony verkaufe seit 1999 zu 80% „Flat Screens“. Und auch die Ära des Digital-TV sei nicht aufzuhalten. Der CRT, so Maeda, stehe damit weiteres kontinuierliches Wachstum bevor.

Gewicht und Design entscheidend

Der für die CRT-Entwicklung verantwortliche und in internationalen Display-Gremien tätige Sony-Manager Makoto Maeda sprach sich für eine Gewichts-

„Die Kathodenstrahlröhre muß für großformatige Fernseher leichter werden.“



Makoto Maeda, Sony

reduzierung aus – dann erlebe die Kathodenstrahlröhre noch einige blühende Jahre. Der Trend gehe zu großen

Gastredner Prof. Dieter Rams, einer der bekanntesten deutschen Industriedesigner, war zuletzt im Vorstand Braun AG für Design verantwortlich. In seinen Ausführungen thematisierte er die Bedeutung und Perspektiven von Design im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext. Aufgrund der rasanten ökologischen Konsequenzen habe das Produktdesign neue Qualität und Verantwortung erhalten. Der Designer fungiere deshalb immer mehr als „Gestalt-Ingenieur“. Prof. Rams plädierte für die Vision einer menschlichen Produktkultur, einer Produktphilosophie des „weniger, aber besser, zurück zur Einfachheit und dem Wesentlichen“.

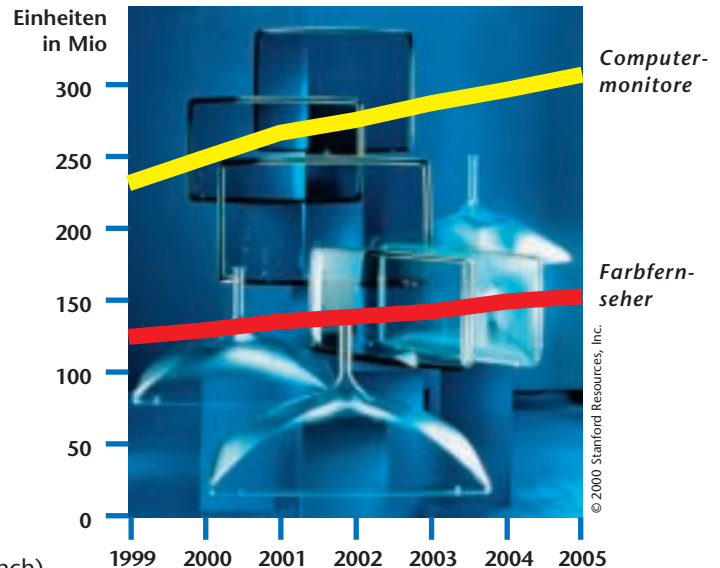
Insgesamt vermittelte das Symposium der internationalen Experten den Herstellern von Fernsehglas und Bildröhren die Zuversicht, dass sich Investitionen und Innovationen in der bewährten Technologie durchaus noch lohnen ■



Prof. Dr. Dieter Rams, Designer

„Intelligente Technologien brauchen intelligentes Design.“

Weltweiter CRT-Markt



Die Nachfrage nach Kathodenstrahlröhren wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen, und laut Prognosen erst langfristig rückläufig sein.