



IFA

Traditionsmarke Telefunken kehrt als Start-up zurück

Datum: 08.09.2009
URL: <http://www.computerwoche.de/1905229>

Die deutsche Industrie-Ikone Telefunken war fast in der Versenkung verschwunden.

Das Berliner Technikunternehmen stand einst in einer Reihe mit namhaften Unterhaltungselektronik-Marken wie Nordmende, Wega, Dual und Grundig, 1903 auf Weisung von Kaiser Wilhelm II. als Gemeinschaftsunternehmen von Siemens & Halske und der AEG gegründet, erlebte die Traditionsmarke in den sechziger Jahren mit damals rund 35.000 Beschäftigten ihren Zenit. Dann verpasste **Telefunken**¹ allerdings den Trend, den japanische Konzerne wie Sony in den siebziger Jahren vorgaben. In den achtziger Jahren wurde die Telefunken AG fast vollständig zerschlagen. Die Markenrechte landeten über den AEG-Konzern kaum mehr beachtet bei der Daimler AG.

Frisch preisgekrönt

Das von Telefunken und Tecnovum Technologies auf der Internationalen Funkausstellung vorgestellte **System "Mediola"**⁶ zur Heimvernetzung ist heute mit dem "IFA Software Award 2009" ausgezeichnet worden. Der Preis wird von der Software-Initiative Deutschland (SID) für die "herausragendste Software-Neuheit" der Messe vergeben.

Ein berühmter Schwabe in Kalifornien möchte nun dafür sorgen, dass die Nostalgie-Marke wiederbelebt wird und ein junges Publikum Telefunken neu entdecken soll. **Hartmut Esslinger**², Chef von **frog design**³, gilt in der Designerszene als Legende. Anfang der achtziger Jahre, als bei Telefunken bereits der Niedergang einsetzte, verhalf Esslinger Apple-Mitbegründer Steve Jobs dabei, das erste PC-Gehäuse zu entwerfen, das von der Szene als "cool" akzeptiert wurde. "Wir haben rund um die Uhr gearbeitet, nachts die Beatles und Bob Dylan gehört und über Strategien, Skizzen und Styropormodelle diskutiert", beschreibt der heute 65 Jahre alte Wahl-Kalifornier den Auftrag, der sein Leben verändern sollte. Seine Firma frog design hat seitdem für Microsoft, Disney, Sony und zahlreiche andere Weltmarken gearbeitet.

Marke war vom Markt verschwunden



Auf der IFA zeigt Telefunken unter anderem die iPod-Röhrenverstärker "iConcerto" und "iConcertino".

Esslinger wurde vor knapp zwei Jahren von Hemjō Klein in das **kleine Telefunken-Team**⁴ geholt. Der ehemalige Bahn-Vorstand hatte Ende 2007 Daimler die Markenrechte für einen zweistelligen Millionenbetrag abgekauft, um in Europa, Asien und später auch den USA Unterhaltungselektronik unter dem Namen "Telefunken" anbieten zu können. Im Gegensatz zu anderen Marken sei Telefunken in der Vergangenheit nie beschädigt worden, sagt Klein. "Sie war mal einige Zeit vom Markt verschwunden, hat aber keine Skandale erlebt."

Esslinger fühlt sich mit seiner neuen Aufgabe an seine Jahre bei Apple erinnert: "Wir sind nur 22 Leute und funktionieren im Prinzip wie ein Start-up-Unternehmen." Im Auftrag von Telefunken sei er nun ständig in China und Taiwan unterwegs, um die Designer und Ingenieure der Telefunken-Lizenznehmer von seinen Prinzipien zu überzeugen. "Wir wollen coole Produkte mit einem klaren Design, bedienerfreundlich - aber auch nachhaltig und umweltfreundlich." Als ersten Schritt setzte Esslinger durch, dass sich die meisten Audio-Produkte mit dem Label Telefunken leicht mit dem Apple-Erfolgsprodukt iPod verbinden lassen.

Erfolge in Russland und Nahost

Im Gegensatz zu anderen am Markt aktiven deutschen Traditionsmarken wie Metz oder Loewe produziert und vertreibt Telefunken selbst keine Geräte, sondern überlässt Spezialisten wie der Intron Electronic GmbH oder der türkischen Vestel Group diesen Teil der Wertschöpfungskette. "Wir lizenzieren die Marke und sorgen dafür, dass Qualität und Design stimmen." Auf der **Funkausstellung IFA in Berlin**⁵ kann Esslinger die ersten Ergebnisse vorzeigen, auf die er stolz ist, darunter zwei modern gestaltete Röhrenverstärker im Aludesign, mit denen man aus einem iPod eine ungeahnte Klangfülle zaubern kann.

Erfolge feiert Telefunken nach Esslingers Worten derzeit vor allem in Russland und dem Nahen Osten. "Da läuft es sogar besser als hier in Deutschland." Die IFA soll nun dazu beitragen, dass Telefunken wieder die Regale der hiesigen Fachhändler erobert. Für einen Marktstart in den USA sieht Esslinger den richtigen Zeitpunkt noch nicht gekommen. "Amerika steckt mitten in der Rezession." (dpa/tc)

Links im Artikel:

¹ http://de.wikipedia.org/wiki/Telefunken_AG

² http://de.wikipedia.org/wiki/Hartmut_Esslinger

³ <http://www.frogdesign.com/>

⁴ <http://www.telefunken.com/de/>

⁵ <http://www.computerwoche.de/schwerpunkt/i/IFA.html>

⁶ <http://www.mediola.de/>

IDG Business Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Business Media GmbH. DPA-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass in Computerwoche unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von Computerwoche aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Business Media GmbH keine Verantwortung.

