

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	19
Diagrammverzeichnis	23
Abkürzungsverzeichnis	27
1 Einleitung	33
1.1 Untersuchungsgegenstand	33
1.2 Zentrale Begriffe	35
1.2.1 Innovation	35
1.2.2 Innovativität	38
1.2.3 Strukturwandel	38
1.2.4 Strukturkrise	39
1.2.5 Unterhaltungselektronik	41
1.3 Fragestellungen und Untersuchungszeitraum	43
1.4 Forschungsstand und Relevanz des Themas für die historische Forschung	46
1.4.1 Entwicklung der bundesdeutschen und der japanischen Unterhaltungselektronikbranche	46
1.4.2 Die Strukturkrise der 1970/80er Jahre in der Bundesrepublik	56
1.5 Quellenlage	66
1.6 Untersuchungsansatz	72
2 Herausforderungen, Rahmenbedingungen und Merkmale unternehmerischen Handelns nach dem Boom in der Bundesrepublik	77
2.1 Krisenbedingte Zustände in bis dato „traditionellen“ bundesdeutschen Branchen	77

2.2 Die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen	82
2.2.1 Kontinuitäten und Diskontinuitäten bei den Regierungsparteien	82
2.2.2 Die erste Rezession der Nachkriegszeit und die Reaktionen der Regierung darauf	85
2.2.3 Aufgabe der internationalen Währungsordnung von Bretton Woods	87
2.2.4 Die Ölpreiskrisen und die Rezessionen in den 1970/80er Jahren	89
2.2.5 Die Forschungs- und Technologiepolitik der Bundesregierung	92
2.2.5.1 Entwicklungen nach dem Zweiten Weltkrieg bis in die 1980er Jahre	92
2.2.5.2 Das nationale Innovationssystem in der Bundesrepublik in den 1970/1980er Jahren	94
2.2.5.2.1 Akteure der Technologie- und Forschungspolitik	94
2.2.5.2.2 Instrumente der Forschungs- und Technologiepolitik	99
2.3 Verstärkte Konkurrenz durch Globalisierung	100
2.4 Technologischer Wandel	101
2.5 Zwischenfazit	109
3 Die (bundes)deutsche Unterhaltungselektronikbranche	113
3.1 Entstehung, Merkmale und Meilensteine	113
3.2 Branchenstruktur und Unternehmenscharakteristika	121
3.3 Marktanteile	123
3.4 Produktionsstruktur	131
3.4.1 Strukturverschiebungen bei den Hauptabsatzträgern	131
3.4.2 Entwicklung der einzelnen Erzeugnisgruppen	132
3.4.2.1 Rundfunkempfangsgeräte	132
3.4.2.2 Fernsehempfangsgeräte	133
3.4.2.3 Phonotechnik	133
3.4.2.4 Audiovisuelle Geräte	136
3.5 Nachfragestruktur	138
3.6 Direkte und indirekte Interessenvertretung	140

<i>Inhalt</i>	13
3.7 Vertriebswege	142
3.8 Werbemaßnahmen	146
3.9 F&E-Strategien	148
3.10 Krisenvorläufer, Krisenindikatoren und -wahrnehmung	149
3.10.1 Die Krise vor der Krise: Die 1960er Jahre	149
3.10.2 Produktionswerte und Beschäftigtenzahl	154
3.10.3 Von Export- zu Importüberschüssen	157
3.10.4 Preisentwicklung	161
3.10.5 Die öffentliche Wahrnehmung der Strukturmehrheit der 1970/80er Jahre	164
3.11 Die Rolle des Staates	168
3.11.1 Die Debatte zwischen dem ZVEI und dem Bundesministerium für Wirtschaft	168
3.11.2 Staatlich beeinflusste Rahmenbedingungen	173
3.11.3 Der Einfluss der EG	175
3.11.4 Die Rolle der Bundesländer	176
3.11.5 Der Einfluss staatlich geförderter Forschungseinrichtungen und -projekte auf die produzierenden Unternehmen	177
3.12 Zwischenfazit	181
4 Fallbeispiel: Die Telefunken Fernseh und Rundfunk GmbH	185
4.1 Die Genese des Unternehmensbereichs Unterhaltungselektronik bei AEG-Telefunken	185
4.2 Die Integration der Unterhaltungselektroniksparte in die Muttergesellschaft	187
4.3 Die Probleme der Muttergesellschaft und ihre Hauptfolge für die TFR	197
4.4 Die Bedeutung der TFR für AEG-Telefunken und ihre Betriebsstätten	199
4.4.1 Anteil der TFR am Umsatz der AEG-Telefunken und an den Investitionen des Konzerns	199
4.4.2 Profitabilität des Unternehmensbereichs Unterhaltungselektronik	201
4.5 Bundesdeutsche und internationale TFR-Produktionsstätten	205

4.6 Die Probleme der TFR in der Krise	210
4.6.1 Gescheiterte Innovationen	210
4.6.1.1 Das TED-Bildplattensystem	211
4.6.1.1.1 Gegenstand der Innovation	211
4.6.1.1.2 Motivation zur Entwicklung	213
4.6.1.1.3 Entwicklungsverlauf	214
4.6.1.1.4 Technische Produktmerkmale	215
4.6.1.1.5 Produktionstechnik und -organisation	217
4.6.1.1.6 Die ersten Schritte des Systems in die Öffentlichkeit und seine Resonanz	225
4.6.1.1.7 Marketing und Vertrieb	229
4.6.1.1.8 Verkaufsargumente	233
4.6.1.1.9 Lizenzpolitik	234
4.6.1.1.10 Faktoren des Scheiterns	236
4.6.1.1.11 Ausgang: Entwicklungskosten und Verluste	245
4.6.1.2 Das Rauschunterdrückungssystem High Com	247
4.6.1.2.1 Technisch-physikalischer Hintergrund des Rauschens und seiner Unterdrückung	247
4.6.1.2.2 Motivation für die Entwicklung von High Com und technische Realisierung	251
4.6.1.2.3 Vermarktung und Aufnahme des Systems	258
4.6.1.2.4 Lizenzpolitik	263
4.6.1.2.5 Faktoren des Scheiterns	265
4.6.1.2.6 Bewertung des ambivalenten Innovationserfolgs	266
4.6.1.3 Das Mini Disk-System	269
4.6.1.3.1 Gegenstand der Innovation	269
4.6.1.3.2 Motivation zur und Ziele der Entwicklung	269
4.6.1.3.3 Technische Merkmale	270
4.6.1.3.4 Vergleich der Innovationsprozesse zwischen MD und CD	278
4.6.1.3.5 Fazit	283
4.6.2 Andere strategisch bedingte Krisenfaktoren	283
4.6.2.1 Probleme bei den Auslandsgesellschaften	283

<i>Inhalt</i>	15
4.6.2.2 Internationalisierungsstrategie	288
4.6.2.3 Produktstrategie	290
4.6.2.4 Produktionstechnik und technologisches Entwicklungstempo	293
4.6.2.5 Forschung und Entwicklung	294
4.6.2.6 Ambivalenz des First Mover-Effekts	297
4.6.2.7 Siemens und Grundig als Vergleichsmaßstab	300
4.6.2.8 Abhängigkeit von der Muttergesellschaft	303
4.6.2.9 (Nicht-)Ausnutzung konzernbedingter Synergieeffekte	306
4.6.2.10 Die Rolle des Designs und Imageprobleme	309
4.6.3 Verbesserungsmaßnahmen und Krisenreaktionsstrategien	310
4.6.3.1 Innovativität	310
4.6.3.2 Kooperationen	315
4.6.3.3 Rationalisierungsmaßnahmen	321
4.6.3.3.1 Umstrukturierungen und Systemumstellungen	321
4.6.3.3.2 Automatisierung der Produktion	325
4.6.3.4 PAL-Auslaufstrategie	327
4.6.3.5 Aufgabe der Auslandsgesellschaften	331
4.6.3.6 Verkauf der TFR an Thomson	332
4.7 Zwischenfazit	334
5 Fazit zur bundesdeutschen Unterhaltungselektronikbranche nach dem Boom und Überlegungen zur nationalen Innovationskultur	337
6 Exkurs zu Japan	347
6.1 Die wirtschaftliche Entwicklung Japans in den 1950er bis 1970er Jahren	347
6.2 Das nationale Innovationssystem in Japan	350
6.3 Die japanische Unterhaltungselektronikbranche	356
6.3.1 Entstehung	356
6.3.2 Bedeutung	359
6.3.3 Unternehmensstruktur	360
6.3.4 Export- und Importstruktur	362
6.3.5 Vertriebsstrategien	367
6.3.6 Werbemaßnahmen	368
6.3.7 F&E- sowie Technologietransfer-Strategien	371

6.3.8 Produktionstechnik und -organisation	373
6.3.9 Internationalisierungsstrategien	375
6.3.10 Die Rolle des Staates	377
6.3.11 Die Rolle der Konsumenten	382
6.4 Unternehmenscharakteristika von Sony, Hitachi und Matsushita	383
6.4.1 Die Unternehmensanfänge	383
6.4.2 Größe	385
6.4.3 Selbstverständnis, Innovativität und Innovationskulturen der Unternehmen	387
6.4.4 Marketingstrategien	395
6.4.5 Internationalisierungsstrategien	397
6.4.5.1 Matsushita	397
6.4.5.2 Hitachi	400
6.4.5.3 Sony	401
6.4.6 Umgang mit Krisen	403
6.4.6.1 Hitachi	406
6.4.6.2 Matsushita	408
6.4.6.3 Sony	409
6.5 Zwischenfazit	411
7 Résumé	415
8 Ausblick	429
Kurzlinkverzeichnis	435
Quellenverzeichnis	443
Literaturverzeichnis	451
Namensregister	485
Ortsregister	487
Sachregister	489