

Deutsche Industriegeschichte

Wie ein Punkt berühmt wurde – die Geschichte von Blaupunkt



Ein kleiner blauer Punkt hat seit 1924 deutsche Industriegeschichte geschrieben – er ist Namensgeber, Qualitätsmerkmal und Richtungsgeber für eine einzigartige Erfolgsstory: BLAUPUNKT.

Eine kleine Geschichte zur Geschichte als Auftakt unserer Reihe „Deutsche Industriegeschichte“ zeigt den Weg der Firma Blaupunkt von der Gründung bis heute.



● **BLAUPUNKT**

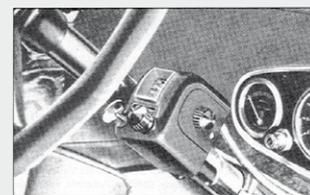
Qualität von Anfang an

Die Geschichte von Blaupunkt begann vor fast 90 Jahren, im November 1923. Es war eine Pionierzeit für die Technik, denn kurz zuvor, am 29. Oktober 1923, wurde vom Berliner Voxhaus in der Potsdamer Straße aus die erste Radiosendung in Deutschland ausgestrahlt. Sie endete mit dem legendären Satz: „Vergessen Sie bitte nicht, Ihre Antenne zu erden.“

Alles, was man damals dazu brauchte, war neben einer Antenne ein einfacher Detektorempfänger – und ein Kopfhörer! Den stellte die neu gegründete Firma „Ideal-Radiotelefon- und Apparatefabrik GmbH“ der Gründer Voelk, Daeschner und Geister in Bollersdorf (Kreis Oberbarnim) her. Jeder Kopfhörer, der das Haus verließ, trug ein kleines Siegel als Ausdruck für sorgfältige Qualitätsprüfung, einen blauen Punkt. Der machte als Sinnbild den offensichtlich qualitativ hochwertigen Kopfhörer sehr schnell heiß begehrt, so dass die Firmengründer dieses Marketinginstrument bald als Warenzeichen registrieren ließen. Mit einfachen Empfängern, Zubehör und eigenen Elektronenröhren machte sich die 1926 in „Idealwerke Gesellschaft für drahtlose Telephonie mbH“ und ein Jahr darauf in „Ideal Werke AG“ umbenannte und nach Berlin übersiedelte Fabrik einen Namen.

Superlative am laufenden Band

1932 kam es zum ersten großen Paukenschlag der Firma, die nun auch das Markenzeichen „Der blaue Punkt“ trägt: Man stellte zur Internationalen Funkausstellung das erste Autoradio in Deutschland vor,



1932



Bild 1: Das erste europäische Autoradio, der AS5 von Blaupunkt, wurde 1932 vorgestellt. Er hatte eine Lenkradfernbedienung. Quelle: Blaupunkt

den AS5 (Autosuper 5, 5 für fünf Röhren, Mittel- und Langwellenempfang). Es entstand allerdings weitgehend in Stuttgart, bei Bosch. Der Bosch-Konzern ist nach einigen Jahren Zusammenarbeit 1932 bei Ideal eingestiegen und hat die innovative Firma dann 1933 endgültig übernommen. Der AS5 (Bild 1) war 15 kg schwer und hatte ein Volumen von 10 Litern. Da war an eine Unterbringung im Armaturenbrett nicht zu denken, der riesige Apparat mit eigenem Zerschlaggenerator für die Anodenspannung kam in den Fußraum des Beifahrers. Bedient wurde das Radio über Bowdenzüge von einem Bedienteil am Lenkrad des Wagens – die erste Fernbedienung im Auto. Die Prototypen hatten sogar eine umfangreiche Erprobung in der Sahara hinter sich, um vor allem die empfindlichen Röhren „straßentauglich“ zu machen. Etwa 400 Exemplare des AS5 und seines Nachfolgers 5A75 (übersichtlicheres Bedienteil) sollen hergestellt, aber

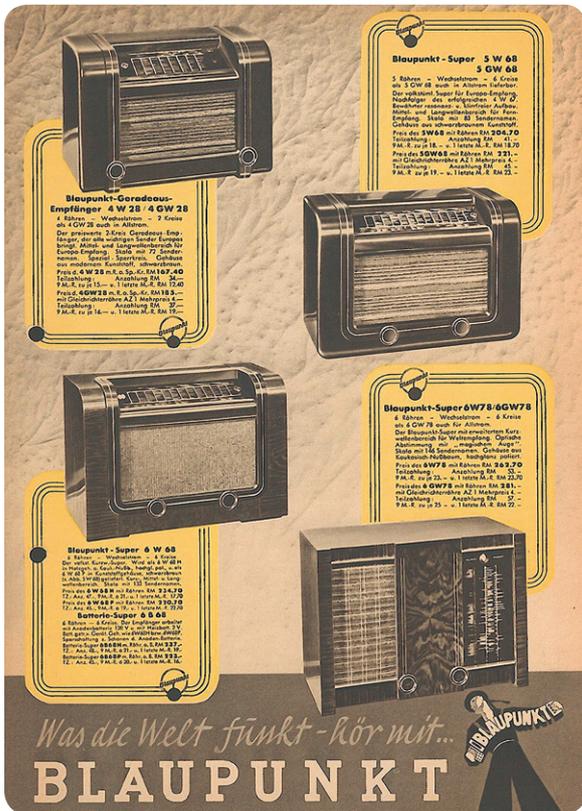


Bild 2: Auch hochwertige Heimempfänger waren lange ein typisches Blaupunktgeschäft, hier die 1938er Kollektion. Quelle: [4]

mangels Nachfrage in Deutschland (immerhin kostete das Radio mit 465 Reichsmark etwa ein Drittel eines Kleinwagens) meist den Weg über den großen Teich gefunden haben. Das dürfte auch der Grund sein, dass vom ersten Modell so gut wie keine Exemplare mehr existent sind, zudem sind auch nur wenige (gute) Bilder erhalten. Mehr zur Technik und einige Ansichten sind in [1] zu sehen. Selbst dieses Radio hatte schon den heute bekannten Zusatzgeräteanschluss: für einen Plattenspieler! Als Antenne diente damals eine unter dem Stoffdach gespannte Litzenantenne.

Mit dem AS5 begann die Geschichte der 1938 in Blaupunkt-Werke umbenannten Firma als Technologieführer auf dem Gebiet der Autoradios. Bis zum Zweiten Weltkrieg entstanden mehrere Nachfolgemodelle, allerdings war die Autoradioproduktion für den deutschen Markt nicht richtig profitabel, weshalb sich Blaupunkt auch der Herstellung von Heimempfängern (Bild 2) und der Fernsichttechnik-Entwicklung (speziell Kameras) widmete. Auch damals bediente man sich übrigens schon audiovisueller Markenwerbung, wie ein Original-Kinowerbespot von 1938 auf [2] zeigt.

Der Krieg brachte die Rüstungsproduktion mit sich und damit auch Bombenangriffe, wobei 1943 das Hauptwerk in Berlin durch einen britischen Bombenangriff zerstört wurde.



Bild 3: 1952: Orientierung auf das OEM-Geschäft. Noch heute ist Blaupunkt Erstausrüster bei vielen Automarken. Quelle: [4]



Bild 4: Typische Blaupunkt-Werbung: geht an die Sinne und rückt das Radio-Hörerlebnis in den Mittelpunkt im Wagen. Quelle: Blaupunkt

Noch 1945 folgte der Umzug nach Hildesheim, noch heute Stammsitz von Blaupunkt. Und bald darauf gab es auch schon die nächsten Innovationen. 1952 stellte Blaupunkt den weltweit ersten FM-UKW-Autosuper vor. Gleichzeitig stieg man in das OEM-Geschäft ein. Das heißt, dass ein Radiotyp vom Frontend her für verschiedene Autohersteller designed und an deren Interieur angepasst wird. Bild 3 zeigt ein solches Beispiel. Ein Konzept, das sich bis heute bewährt hat: Jeder vierte Autoempfänger in Europa ist ein Blaupunkt, auch wenn es längst nicht mehr vorn draufsteht. 1955 war Blaupunkt bereits der führende Autoradiohersteller in Europa. Der typischen Werbung dieser Zeit begegnete man damals auf Schritt und Tritt (Bild 4). Daneben widmete man sich der Entwicklung von Tisch- und Kofferradios sowie hochwertiger Musiktischen und Fernsehgeräten. Auch die Fernsehstudio-technik war stets ein Standbein.

Die Blaupunkt-Geräte zeichneten sich stets durch exzellenten Empfang und eine klare, technisch orientierte Formensprache aus.

Meilensteine

Dennoch waren die spektakulärsten Weltneuheiten immer wieder auf dem Gebiet des Autoradios zu verzeich-

nen. 1969 kam das erste Stereo-Autoradio, natürlich längst transistorisiert, auf den Markt. 1974 folgt die Einführung des Verkehrsfunkempfangs ARI und 1980 zog das Kassettendeck zuerst in ein Blaupunkt-Radio ein. Dem folgte 1983 das erste CD-Autoradio, sowohl mit externem Wechsler als auch mit internem CD-Laufwerk. Und als das RDS-System eingeführt wurde, war Blaupunkt wieder vorn dabei und brachte 1988 das erste RDS-Radio. Immer ein starkes Standbein war das OEM-Geschäft, bei etlichen Autofirmen rangiert Blaupunkt bis heute fast durchgehend als Erstausrüster. Bild 5 zeigt eine Auswahl an Blaupunkt-Radios ab Ende der siebziger Jahre über die achtziger Jahre bis in die neunziger Jahre, die für BMW hergestellt wurden. Hier sieht man auch die Tendenz zum immer komplexer werdenden Gerät, das hier gezeigte „BMW Professional“ bestand schon aus mehreren Geräteblöcken, die im Wagen verteilt installiert wurden.

Neue Wege mit Navigationstechnik

Blaupunkt widmete sich auch frühzeitig der mobilen Fahrzeugnavigation. 1989 war es soweit, als erster europäischer Hersteller präsentierte man den legendären „Travel Pilot IDS“. Der basierte damals noch nicht auf dem GPS-System (zu dieser Zeit noch zu unsicher und ungenau durch häufiges Manipulieren des primär militärisch genutzten Systems). Der Travel Pilot orientierte sich hingegen allein an einer gespeicherten Karte und ansonsten an den Bewegungen des Fahrzeugs. Über Radsensoren wurde die Bewegung des Fahrzeugs ermittelt, mit der Karte verglichen und so der Standort ermittelt.

Auch später fiel Blaupunkt immer wieder durch ungewöhnliche und innovative Navigationslösungen auf. So gab es bereits im Jahr 2000 das erste 1-DIN-Radio mit integriertem Navigationssystem (RNS), Bild 6 zeigt einen späteren Vertreter dieser Klasse.



Bild 5: Bavaria steht drauf, aber der Kenner sieht sofort, hier steckt Blaupunkt drin: einige typische Radiobeispiele für BMW aus 30 Jahren Autoradiogeschichte.

Schon 1994 baute Blaupunkt für BMW das erste serienmäßig verbaute Navigationssystem, ein GPS-Travel-Pilot-System, für den damaligen 7er-BMW. Und 1997 folgte die nächste Stufe mit dynamischer Zielführung, also der Einbindung von Verkehrsinformationen in die Routenführung zur Stauvermeidung.

Weitere Entwicklungsschritte waren die Einführung von farbigen Navigationsbildschirmen, die weitere Verfeinerung der dynamischen Zielführung und 2008 wieder eine besondere Innovation, das Navigationsgerät mit Livebild (Bild 7). Das „Travel Pilot 500/700“ hatte eine integrierte Kamera, die das Bild vor dem Auto auf den Monitor überträgt. Direkt in dieses Bild werden die Zielführungsinformationen eingeblendet, etwa die Spurführung. Zusätzlich konnte das System die Geschwindigkeitsangaben auf den Straßenschildern ablesen und in Echtzeit als Warnung auf dem Bildschirm darstellen. Damit war ein Feature implementiert, das man heute manchmal vermisst – die Einbindung aktueller Geschwindigkeitsbeschränkungen in die Routenführung und die Fahrerwarnung vor Überschreitungen.

Leider begann just zu dieser Zeit eine tiefgreifende Umstrukturierung, einhergehend mit der Wirtschaftskrise. Bosch verkaufte Blaupunkt 2008 an den Münchner Investor Aurelius AG, der in der Folge heftige Einschnitte im Blaupunkt-Sortiment vornahm. So hatten dann auch die anfangs sehr beliebten, weil sich am unteren Preissegment orientierenden mobilen Navigationsgeräte der Travel-Pilot-Serie (Bild 8) keine Zukunft

mehr. Erst seit Kurzem bringt die Car-Hi-Fi-Sparte von Blaupunkt wieder herausragende Navigationstechnik wie das „New York 800“ (Bild 9), ein 2-DIN-Multifunktionsgerät mit integrierter Navigation.

Immer vorwärts!

Neben Autoradios und Navigationsgeräten war Blaupunkt, auch dank intensiver Kooperation z. B. mit Panasonic, vor allem auf dem Video- und TV-Sektor aktiv. Blaupunkt-Panasonic-Videorecorder waren von legendärer Qualität und hatten bis zum integrierten Schnittpult unendlich viele technische Raffinessen an Bord. Andere Sparten hingegen wurden aufgegeben, wie etwa um 1974 die Heimradiosparte und um 1980 die Hi-Fi-Geräte.

Umso mehr Gehirnschmalz wurde immer wieder in die Sparte Auto-Hi-Fi gesteckt. Das waren nicht nur Radios, auch Lautsprecher (Bild 10), Verstärker und sonstiges Zubehör stehen bis heute im Portfolio. Und technisch war man immer wieder vorn: 1993 kam der erste Diversity-Tuner für vier Antennen auf den Markt, 1995 das erste DAB-Radio mit Online-Verbindung, ein Jahr darauf das erste volldigitale Radio und 1997 das erste ins Autoradio integrierte Mobiltelefon. Später folgten das erste MP3-Radio, das erste Radio für den ausschließlichen Betrieb mit digitalen Speichermedien, 2008 das erste Radio mit Bluetooth-Handy-Anbindung. Blaupunkt war bei vielen Innovationen immer seiner Zeit voraus, auch 2009 beim ersten Internet-Radio (Bild 11), das leider nur kurz einen Markt in den



2000

Bild 6: Bei 1-DIN-Navigationsradios war Blaupunkt ganz vorn dabei, hier das Travel Pilot E2. Quelle: Blaupunkt



Bild 8: Aufgegeben – die Linie der mobilen Travel-Piloten wurde mit dem Besitzerwechsel eingestellt. Bild: Blaupunkt



2008

Bild 7: Innovativ – 2008 stellte Blaupunkt das Navigationsgerät mit Livekamerasystem vor. Quelle: Blaupunkt



Bild 9: Heutiger Stand bei den Navigationsgeräten – Multimedia-Naviceiver „New York 800“. Quelle: Blaupunkt



Bild 10: Bis heute Standbein: Car-Hi-Fi wie Lautsprecher und Verstärker.
Quelle: Blaupunkt



2009



Bild 11: Zu früh da gewesen? Das erste Internet-Radio, hier in zwei Varianten, wurde von Blaupunkt schon früh konzipiert. Aber erst jetzt kommt die Sparte am Markt in Fahrt. Quelle: Blaupunkt

USA fand. Heute hat Blaupunkt zwar auch ein reichhaltiges Portfolio an Car-Hi-Fi (siehe [3]), aber das Hauptgeschäft spielt sich im OEM-Bereich ab, sowohl als Erstausrüster als auch als Nachrüster.

Die jüngere Zeit – wechselvoll

Wie bereits angedeutet, trennte sich Bosch 2008 von Blaupunkt, lediglich die OEM-Vermarktung übernimmt Bosch für Blaupunkt weiter. Blaupunkt ging an den Investor Aurelius AG. Dieser nahm, auch unter dem Einfluss der damaligen Wirtschaftskrise, einige Einschnitte, sowohl heftige personelle als auch im Sortiment, vor. Die unrentable Navigationssparte der Travel-Pilot-Geräte wurde aufgegeben, andere Bereiche wie die Lautsprecherproduktion abgegeben. Auch die Antennensparte wurde verkauft, sie ging 2010 an Kathrein.

So richtet der neue Besitzer Blaupunkt – neben der Aufrechterhaltung der Car-Hi-Fi-Sparte und einiger Consumer-Elektronik-Bereiche wie etwa kleine Weltempfänger (Bild 12) – weitgehend auf das Lizenzvergabe-Geschäft aus, bei dem die Marke und die Werte der Marke Blaupunkt an Lizenznehmer vermarktet werden. Dieses Vorgehen ist heute ein normaler Vorgang am Markt, auch in heutigen Produkten mit Grundig-, AEG- oder Telefunken-Label steckt nicht mehr das Original.

Immerhin ist die Car-Hi-Fi-Sparte nach wie vor ein Hauptgeschäftszweig, der Blaupunkt-Kunden weiter optimistisch in die Zukunft Richtung hundertstem Firmenjubiläum blicken lässt. **ELV**



Bild 12: Eine ganze Reihe kleiner, leistungsfähiger Weltempfänger bildet u. a. das Rückgrat der Sparte Consumer Electronics. Quelle: Blaupunkt



Weitere Infos:

- [1] www.radiomuseum.org/r/blaupunkt_autoradio.html
- [2] www.markenmuseum.de/medien/blaupunkt/video_blaupunkt.mov
- [3] www.blaupunkt.de
- [4] <http://wegavision.pytalhost.com/blaupunkt.html>