

DAB+ und stellt dem Handel sowie dem Endverbraucher zahlreiche Informationsmaterialien bereit.“ Lüneberger ist optimistisch, den digitalen Rundfunk auch nach Norddeutschland überspringen zu lassen. „Dort ist die Präsenz zwar schwächer, was aber bei Weitem nicht heißt, dass das Thema überhaupt nicht aufgenommen wurde.

TechniSat bemüht sich derzeit in Gesprächen mit den Programmanbietern um Marketingkooperationen, damit wir die Endverbraucher gezielt an den beratenden Fachhandel leiten können. Gerne stehen wir hier jedem Sender, auch kurzfristig, zur Verfügung.“ Damit Digitalradio in ganz Deutschland eine Erfolgsgeschichte wird. ■

FOTOGALERIE



Inspirierendes Umfeld



Eingebettet in Natur



Jeder Handgriff sitzt



Letzter Schliff



Endfertigung nach 16 Stunden

Bericht

Ökodesign statt Hightech

Wie ein handgefertigtes Holzradio aus Indonesien weltweit die Herzen der Käufer erobert



Designer Singgih Kartono mit seinem deutschen Vermarkter Oliver Errichiello

Es war einmal – und ist immer noch – ein Produktgestalter in Indonesien. Der heißt Singgih Susilo Kartono und entwickelte nach dem Studium ein Radio aus Holz. Denn das ist für ihn lebendiges Material, eins „mit Seele“. Jedes Exemplar wird in 16 Stunden von Hand gefertigt, in einem Land, das ansonsten für Massenware bekannt ist. Kartono stellte den Prototyp 2006 auf der Messe in Jakarta aus. Und wurde dort von Oliver Errichiello entdeckt, der dieses und andere nachhaltige Produkte mit seinem Kollegen Arnd Zschiesche von Hamburg aus vertreibt.

Was ist das Erfolgsgeheimnis des batteriebetriebenen „Dampfradios“? Immerhin zahlen laut Errichiello weltweit jährlich 2.500 Kunden, davon 1.500 in Europa, einen Preis von 180 Euro dafür. Ist es die mehrfach prämierte Gestaltung? Das aus zwei Holzarten bestehende Gehäuse? „Nach meiner Erfahrung interessieren sich Menschen immer mehr für Produkte mit Geschichte, für die besondere Art der Herstellung.“ Zu den augenfälligsten Merkmalen des Designerstücks zählen die drehbaren Knöpfe. Kinder wollen immer darauf drücken, statt daran zu drehen. „Interessant, wie sich das Verwenderverhalten ändert.“ Ein weiteres Zeichen fürs „Zurück-zu-den-Anfängen“: der schlichte Empfang von Ultrakurz- und Mittelwellen. „Wir wollten das Magno auch digital ausstatten, da in vielen unserer Märkte das analoge Signal schon abgeschaltet wurde. Aber die Gebühr für den DAB-Standard war uns zu hoch“, so der studierte Soziologe. „Mit Unterstützung aus Industrie und

Handel wären wir aber beim digitalen Rundfunk gern dabei.“ Das ungewöhnliche Rundfunkgerät hat zwar keine Frequenzskala, dafür eine Anschlussmöglichkeit für einen MP3-Player – über die Kopfhörerbuchse, um keine Lizenzgebühr an Apple zahlen zu müssen, erklärt der studierte Soziologe. Die hellen Teile bestehen aus Pinie, die dunklen aus ostindischem Palisander. Dadurch und durch das von Panasonic Indonesien gelieferte Empfangsteil bekomme das Gerät einen reinen und vollen Klang, verspricht der Distributor. Zur Zielgruppe gehörten Menschen, die mit Gestaltung oder Holz zu tun hätten und selten jünger als 30 wären. Das Magno sei kein Mitleidsprodukt, daher würde es nicht über „Eine-Welt“-Läden vertrieben. Es sollte ab und zu entstaubt und geölt werden, sei also nicht pflegeleicht, sagt der „Wooden Radio“-Mann. „Man muss sich damit beschäftigen.“

60 Prozent würden auf dem hiesigen Markt verkauft, 15 in Italien, zehn Prozent in Österreich, jeweils fünf in Frankreich und der Schweiz. Sogar im krisengeplagten Griechenland, Portugal, Spanien fänden sich Abnehmer. Anfangs sei der größte Teil der Verkäufe über stationäre Händler gelaufen, inzwischen hat sich das Verhältnis zugunsten des Onlinehandels gedreht. Jedes vierte Gerät verkauft die GbR aber direkt von ihrem Firmensitz aus. 80 Prozent des Jahresumsatzes wird übrigens vor Weihnachten erzielt. Solange es bestellt wird, lebt das kleine Holzradio des indonesischen Designers Kartono weiter. ■



Das Magno und andere Radios der Produktpalette