

Fernsehen kommt mit dem Strom aus der Steckdose

Devolvo AG in Aachen mit Zukunftstechnologie auf dem Markt. „Globales“ Unternehmen setzt auf langsames Wachstum.

VON **ULRICH KÖLSCH**
UND **ULRICH KUTSCH**

AACHEN. Vier Buchstaben sollen in den nächsten Jahren das Fernsehgeschäft revolutionieren: „IP-TV“ – die Übertragung des digitalen Fernsehsignals über das Internet (IP steht für Internet Protocol, die „Datensprache“ des Netzes). Kamen die bewegten Bilder bislang meist über Satellit oder das spezielle Fernsehkabel, so eröffnet die Übertragung via Internet einen neuen Weg und einen neuen Markt. Auf diese Technologie setzt auch die Aachener Devolvo AG.

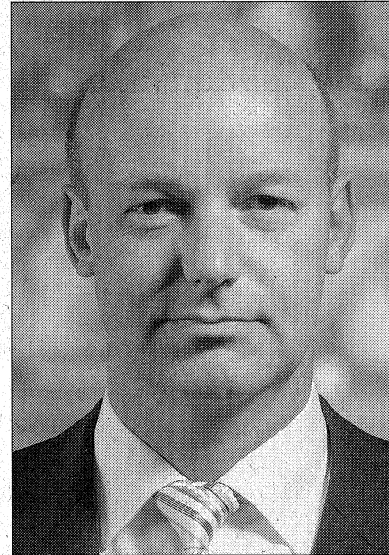
Der Spezialist für Heimnetzwerke über die Stromleitung hat mit seiner neuen HomePlug AV-Serie nicht das eigentliche Internet-TV, sondern vielmehr die Weiterverteilung der ankommenden Daten im gesamten Wohnbereich im Visier. Über spezielle Adapter, die in die Steckdose gesteckt werden oder in anderen Geräten wie der für IP-TV-Empfang nötigen Set-topbox verbaut sind, verteilt die neue Technologie die Multimedia-Signale mit einer Geschwindigkeit

von bis zu 200 Megabit pro Sekunde über die normale Stromleitung. Am Telefonanschluss abgenommen, kann das Signal in jedem anderen Raum wieder via Steckdose abgenommen werden.

Der Vorteil dieser Übertragungstechnologie: Während Konkurrenten wie das Funknetz (Wireless LAN) die Übertragung immer wieder kurz unterbrechen, gewährleistet HomePlug AV einen durchgängig zuverlässigen breiten Datenstrom. „Damit wird das hausinterne Stromnetz zum Rückgrat für das Heimnetzwerk und ermöglicht die Nutzung von Internet-Fernsehen und anderen Multimedia-Angeboten im gesamten Wohnbereich“, erläutert Devolvo-Vorstandschef Heiko Harbers.

Erste große Kunden hat sein Unternehmen bereits gewonnen. So setzt die France Telecom die Devolvo-Hardware bereits für ihr Internet-TV-Angebot ein. Inzwischen befindet sich der Aachener Technologie-Führer im Gespräch mit den meisten großen Telefongesellschaften in Europa, die sich den neuen Markt erschließen wollen.

Weiterer Vorteil für die Aachener: Ihre HomePlug-Lösungen sind einfach zu installieren. In der Regel genügt es, den Adapter in die



Ein Adapter in die Steckdose reicht: Devolvo-Chef Heiko Harbers.

Steckdose zu stecken, den Rest erledigt die Software alleine. Diese

Simplizität ist einer der Gründe, warum die Devolvo AG am Markt so erfolgreich ist.

Mit einem beruhigenden Marktanteil von 90 Prozent in Deutschland, 75 Prozent in Europa und 35 Prozent weltweit kann es sich die Devolvo AG leisten, hohe Preise für ihre HomePlug-Produkte zu verlangen. „Wir sind damit 30 bis 50 Prozent teurer als unsere Konkurrenten“, bekennt Heiko Harbers offen. Angesichts der Absatz-Perspektiven ist er sicher, dass die „paradiesischen Zeiten“ bald zu Ende gehen, wenn auch große Konzerne bei der bisherigen Nischentechnologie einsteigen. „Unsere Chance besteht darin, in Zukunft innovativ zu bleiben.“

Daneben gehört zur Firmenphilosophie ein „Bekenntnis zur Langsamkeit“, schließlich ist die Devolvo AG aus dem abgestürzten Neue-Markt-Unternehmen Elsa AG hervorgegangen. Deren Fehler will Harbers nicht wiederholen und sich nicht verzetteln. So beschränkt sich Devolvo bei einem Export-Anteil von 40 Prozent auf die europäischen Märkte und lässt

Amerika und Asien außen vor. „Wir wollen übersichtlich bleiben und nicht selbst produzieren und konfektionieren“, begründet Harbers die extreme Outsourcing-Geschäftspolitik: Geplant und entwickelt wird in Aachen, gefertigt in China, konfektioniert und versendet wiederum in Aachen durch die Spedition Hammer. Durch diese globale Aufstellung ist die Aachener Mitarbeiterzahl mit 55 relativ gering. Seit Gründung ist der Umsatz kontinuierlich von fünf Millionen Euro (2002) auf 20 Millionen Euro (2005) gewachsen. Mit 27 Millionen Euro rechnet Harbers im laufenden Jahr. Er hält jetzt 80 Prozent des Unternehmens, nachdem er von der S-UBG der Sparkassen, die bisher zu 30 Prozent beteiligt war, 15 Prozent übernommen hat.

Nach der rasanten Entwicklung in den letzten Jahren übt sich der Devolvo-Chef in einer Bescheidenheit, die andere Unternehmen neidisch machen könnte: „In Zukunft wollen wir uns mit einem jährlichen Umsatzwachstum von 20 Prozent begnügen“.