

Erst der Klang, dann die Marke

Von Tim Westermann

Seit rund zehn Jahren beliefert der dänische Lautsprecher-Hersteller Dynaudio die Marke Volkswagen mit High-End-Soundsystemen. Ursprünglich im Home HiFi-Bereich zu Hause, gewinnt das Geschäft im Automotive-Bereich an Bedeutung. Tim Westermann sprach mit dem CEO von Dynaudio Lars Prisak über Klangqualität im Auto und Perspektiven für Lautsprecher-Hersteller im Rahmen der Automobilindustrie.

Im Audio und HiFi-Bereich gibt es unzählige Premiumanbieter. Was ist das Alleinstellungsmerkmal von Dynaudio?

Als wir vor Jahren gestartet sind, war das erklärte Ziel unsere High-End Qualität im Hifi-Bereich ins Auto zu bringen. Wir legen sehr viel Wert auf unsere Driver und unsere in Manufaktur hergestellten Lautsprecher. Der Hauptfokus liegt dabei auf der Ausgewogenheit des gesamten Soundsystems. Der Klang im Auto soll genauso gut sein wie im Wohnzimmer, wenn man dort aus Lautsprechern von Dynaudio Musik hört. Bei uns steht die Qualität vom Sound im Mittelpunkt. Erst dann kommt die Marke.

Womit motivieren Sie Ihre Kunden teure Dynaudio-Lautsprecher zu kaufen?

Wir legen großen Wert darauf unsere Lautsprecher so perfekt wie möglich zu machen. Es geht dabei um den reinen Klang, wie er im Ursprung produziert wird. Die Erfahrung der zurückliegenden Jahrzehnte hat gezeigt, dass die Kunden bereit sind, Geld für guten Klang auszugeben.

Wie haben Sie es geschafft, sich mit Dynaudio so lange im Hochpreissegment zu halten?

Viele Menschen sind bereit, für hohe Qualität Geld auszugeben. Unsere Lautsprecher haben einen hohen Qualitätsstandard. Es kostet auch viel Geld sie zu produzieren. Selbst jüngere Kunden, die häufig Musik im MP-3-Format hören, wissen den hohen Standard von Dynaudio-Sound zu schätzen.

Was ist wichtiger für ein Vertriebsargument? Design oder Klangqualität?

Für uns war und ist es ganz klar die Qualität. Einige Wettbewerber legen mehr Wert auf Design. Wenn wir einen Lautsprecher entwickeln, beginnen wir immer zuerst mit dem richtigen Klang. Erst dann folgt das Design. Allerdings sind wir in puncto Design noch ausbaufähig, da sich dadurch neue Kundengruppen erreichen lassen. Entscheidend ist, dass die Lautsprecher gut ins Wohnzimmer passen und auch der Ehefrau gefallen (lacht).

Wo sehen Sie die Zukunft für Premium-HiFi-Systeme im Automobil?

Wir sehen ein globales Geschäft, das stetig wächst. Die Gesellschaft verbringt immer mehr Zeit im Auto und die Autos werden immer leiser. Hier sehe ich einen guten Ansatz, das Auto durch hochwertigen Sound zu einer Wohlfühlzone zu machen. Manchmal setze ich mich in mein Auto, nur um Musik zu hören.

Welche Ziele verfolgen Sie gemeinsam mit Ihrem chinesischen Investor im Reich der Mitte?

Wir arbeiten daran unseren Bekanntheitsgrad zu steigern, um mehr Menschen zu erreichen. Wir wollen junge Menschen erreichen. Dafür brauchen wir neben unseren bewährten großen und schweren Lautsprechern auch Produkte, die eine junge Zielgruppe ansprechen. Dabei ist es manchmal leider nicht möglich den High-End-Klang eines schweren Lautsprechers zu erreichen, allerdings wollen wir in jedem Segment Benchmark für den besten Sound sein.

Welche Trends verfolgt Dynaudio im Rahmen der stets zunehmenden Bedeutung des Feldes der Consumer Electronics?

Im Home-Bereich produzieren wir aktive Lautsprecher. Das beinhaltet auch kabellose Lösungen, da die Menschen viel Wert auf Praktikabilität legen. Deswegen liegt ein wesentlicher Focus bei Dynaudio darauf, neben den Lautsprechern komplette Soundsysteme zu entwickeln. Das versetzt uns in die Lage, sämtliche Komponenten selbst aufeinander abzustimmen und entsprechend zu produzieren, um den perfekten Klang zu erreichen. Das betrifft auch den Einsatz unserer Systeme im Auto bei Volkswagen.

Welche Strategie verfolgen Sie mit ihrem Kunden Volkswagen?

Unser Ziel ist es weiterhin ein guter Partner an der Seite von Volkswagen zu sein und unsere neuen Technologien effektiv im Automotive-Bereich einzubringen. Ich bin davon

überzeugt, dass beide Marken, Dynaudio und Volkswagen, gut zueinander passen. Unter anderem verfolgen wir beide das Ziel, jüngere Generationen mit unseren Produkten anzusprechen.

Ist eine Ausstattung mit Dynaudio in sämtlichen Produktlinien von Volkswagen denkbar?

Wir würden gern Systeme entwickeln, die in sämtliche Modelle passen. Allerdings müssen Preis und Leistung immer im Verhältnis stehen.

Wann kommt der erste Kopfhörer von Dynaudio?

Eine gute Frage – wir hätten das Thema schon vor Jahren angehen sollen. Wenn wir einen Kopfhörer entwickeln, wird es ein Kopfhörer der Marke Dynaudio sein. Wir prüfen aktuell die Möglichkeiten für uns in diesem Segment.



Lars Prisak.



Lars Prisak.



Dynaudio-Hauptverwaltung.



