

PRODUCTION PARTNER

FACHMAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSTECHNIK

REPORT AUS AUSGABE 9 | 2020

**Ein realistischer Klang ist
ein realistischer Klang**



SE AUDIOTECHNIK

Ein realistischer Klang ist ein realistischer Klang

Von der Zentrale in Solingen aus betreibt Michael von Keitz eine Gruppe von Firmen, die sich der Entwicklung, Fertigung und dem Vertrieb von professioneller Audiotechnik verschrieben hat. Unter diesem Dach finden sich unter anderem SE Audiotechnik, VUE und die Hifi-Marke mivoc. Eine Stärke ist jetzt das bereits zurückkehrende Geschäft in China – was können wir von dort für unseren Markt lernen?

Text: Detlef Hoepfner | Fotos: Detlef Hoepfner, SE Audiotechnik (2)



Epische Breite Back to Tang Dynasty bietet im Fengming Jiutian Theater ein immersives Klangerlebnis ohne sichtbare Lautsprecher

Motivation gefällig? Da empfiehlt sich ein Anruf oder Besuch bei Michael von Keitz. Gut gelaunt wird nach Ankunft der Sitz der Masken geprüft, deren Nutzung überall im Unternehmen – vom Entwickler bis zum Chef – Standard ist. Dass sie auch Eingang in den hauseigenen Online-Shop fanden, ist bezeichnend für 2020. Und nicht nur der Himmel über Solingen ist an diesem Pandemie-Herbsttag unseres Firmenbesuchs genauso grau wie rundherum. Auch SE spürt die Krise, musste wirtschaftliche Dämpfer mit Erfolgen aus den Vorjahren abfedern.

Aber dies hält das Team nicht davon ab, optimistisch nach vorne zu sehen und kräftig an seiner Zukunft weiter zu arbeiten. Als Glück im Unglück erweist sich jetzt, dass man einige traditionelle Marktsegmente noch nicht ganz „los geworden“ war: SE Audiotechnik gründet sich auf der Firma mivoc, die eigentlich aus der Hifi-Szene stammt. Noch heute hat man unter dem lange eingeführten Namen

» Dieser Pragmatismus in China, der macht einfach Spaß. «

Michael von Keitz

mivoc echte Verkaufsfrenner auf Online-Portalen platziert. Das rettet im Notfall keine Firma, generiert aber ein hilfreiches, wirtschaftliches Grundrauschen. Ein weiteres, fast vergessenes Standbein ist Car Hifi: 2020 hat wohl mancher Autofan seine Liebe zum Rave auf vier Rädern wiederentdeckt und wieder zu schrauben begonnen. Auch das half dabei, über die Krise zu kommen.

Schon halb über die Krise?

Und, man glaubt es kaum: Mit einem Bein scheint die Firma schon drüber weg zu sein. Breit aufgestellt ist man nämlich von der Entwicklung über die Fertigung bis zum Portfolio. Das reicht von Mivoc-Hifi-Produkten über PA von SE Audiotechnik bis zu der Premium-Marke VUE Audiotechnik aus den USA, die man mittlerweile auch komplett unter eigener Regie führt. Dazu kommt noch ein respektables OEM-Geschäft, in dessen Rahmen für weitere Hersteller Audioprodukte entwickelt und gefertigt werden. In Entwicklung und Fertigung ist man international aufgestellt. Bereits 1997, also 17 Jahre nach Firmengründung, eröffnet Michael von Keitz in der Nähe von Shanghai seine eigene Lautsprecherfertigung, als 100%ige Tochter ohne chinesische Beteili-

gung. Seitdem wird kräftig zwischen Solingen und Shanghai gemeinsam entwickelt und gefertigt. 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zählt das Werk, davon rund 10% in der Entwicklung. Sehr untypisch für die Landesverhältnisse ist, dass die Bindung der Teams an die (Marke) Firma überdurchschnittlich stark ist: Arbeitsverhältnisse teilweise über Jahrzehnte seien für chinesische Maßstäbe sehr unüblich. Das Werk gelte aber als „sehr europäisch“ geführtes Unternehmen und damit für die lokalen Arbeitskräfte überaus attraktiv. Die Leitung aus Deutschland wirke auf die Mitarbeiter „motivierend, so lange man sie einbezieht – sie sitzen ja auch in Schlüsselpositionen: Der Geschäftsführer ist Chinese, nur der Technikleiter kommt aus den USA – David Bie ist der einzige Ausländer, der dauerhaft in China arbeitet“, so Michael von Keitz, „das klappt ganz wunderbar“.

Gleichberechtigte Entwicklung

Diese Wertschätzung ist allerdings bisher nicht überall auch umgekehrt ausgebildet, weil nach mancher Meinung außerhalb der Firma mit chinesischem Engineering hierzulande kein großer Staat zu machen sei. Michael von Keitz hält das für unangemessen bis arrogant. Das Management und große Teile der Entwicklung seien zwar in Deutschland, der Transfer verlaufe aber längst nicht mehr gemäß des vereinfachten Musters „Engineering aus dem Westen, günstige Fertigung aus dem Osten“.

Ein gutes Beispiel dafür sei die aktuelle M-Line von SE-Audiotechnik – superkompakte, schmale Line-Array-Elemente mit integriertem Amping und Processing. Die akustische Idee dahinter stammt aus den kompakten Linienstrahlern, die das Team auch als OEM in riesigen Stückzahlen →



Firmengründer Michael von Keitz und zu seiner Rechten Markus Schmittinger (in Solingen Prokurist und Geschäftsleiter)

bereits auf den Markt gebracht hat. Die M-Line skalierte dieses Prinzip eine Stufe nach oben – und basiert im Hochtton ebenfalls auf eng in einer Linie angeordneten, hornlosen Kalottenhochtönern. „Dieses Produkt, mit dem wir heute so stark am Markt sind, war akustisch einigermaßen ausentwickelt. Dann ging es darum: Wie machen wir die Fly-Hardware? Klassisch Vier-Punkt? Und dann ist das Projekt stehen geblieben und stand, und stand ... und es wurde irgendwie nix richtig vorgebracht. Die Chinesen haben es dann in die Hand genommen – und diese schöne Drei-Punkt-Lösung entwickelt. Wir hatten erst Bedenken. Aber die Chinesen haben sich durchgesetzt. Wir haben es auf den Markt gebracht, prüfen lassen, und siehe da: Es geht und es ist zulässig. Das Anschlussfeld ist leicht geneigt, damit der Regen nicht reinläuft, über die Kunststoffflasche darüber haben wir erst die Nase gerümpft. Sieht vielleicht nicht unendlich professionell aus – aber wen interessiert das? Wäre es nur nach uns in Deutschland gegangen – es wäre nicht auf den Markt gekommen. Aber es funktioniert wunderbar. Dieser Pragmatismus in China, der macht einfach Spaß.“

Mittlerweile ist das Produkt in der zweiten Generation und wird immer besser. Die wichtigste Rückmeldung während dieser Phase auf dem Weg zur M-F3A Pro war das Markt-Feedback aus den Verkäufen in China, und die sind bei diesem System gewaltig: fünf bis sechs tausend Stück pro Jahr allein dort. Weitere asiatische Vertretungen (und damit Verkäufe) gibt es in Thailand, Honkong, Malaysia, Vietnam und Korea. „Jetzt ist es Zeit für Europa, und der nächste Schritt werden die USA sein.“ Markus Schmittinger, in Solingen Prokurist und Geschäftsleiter: „Den enormen Erfolg in China wollen wir jetzt auch in den Westen bringen, das bringt allen Seiten nur Vorteile. Hier in unserer Heimat können wir unsere Erfahrungen hervorragend nutzen, um neue Impulse in den doch recht festgefahrenen Markt einzubringen.“

Neue Technik für künftige Formate

Positive Rückmeldungen gibt es aus dem Audiomarkt in Fernost: Er scheint bereits wieder voll hochgefahren, SE ist ausgelastet und kommt Ende 2020 schon in nachfragebedingte Lieferengpässe. Was den europäischen Hochlauf des Geschäftes nach der Krise angeht, hat Markus Schmittinger bereits eine Perspektive: „Wenn wir an die Zeit nach Corona denken, fällt mir bei der M-F3A Pro ein: dieses Teil wiegt vollaktiv nur acht Kilogramm. Das heißt, in der Zukunft können Verleihfirmen Jobs mit weniger Material und Personal leisten. Genau das wird einer der Ansprüche sein, wenn Corona vorbei ist. Das ist unsere Chance, an dieser Stelle mit Equipment zu helfen, das mit viel weniger Personal auf- und abgebaut werden kann. Abgesehen von Lager- und Transportfläche: Ich kann eine Anlage, die locker 1.500 Leute beschallt, in meinen SUV oder einen größeren Kombi packen. Das ist eine enorme Kostenersparnis. Heute hat jeder ein großes Line-Array mit Rig, und man nutzt es überall, weil es einfach da ist. Wenn man künftig aber neu denken muss, und man womöglich alleine zu Veranstaltungen

hinfahren und ein Rig vermeiden muss, kommt so eine Lösung ins Spiel.“

Davon abgesehen sollte es natürlich ordentlich klingen. Tontechniker seien nicht nur von der Reichweite so eines Systems überrascht, zitiert Michael von Keitz Kundenreaktionen zur Stimmqualität: „Das klingt ja fast wie HiFi, nicht wie PA. Unsere Kunden verwenden auch gut klingende Compression Driver, aber sie klingen nicht wie unsere, und sie haben auch nicht diesen Abstrahlwinkel, dort muss man viel fummeln. Auch Theater sind begeistert, dass sie endlich eine vernünftige Stimmqualität haben.“ Markus Schmittinger: „Nicht nur im Theater, auch bei Installationen kommt hinzu, dass sie so klein und optisch unaufdringlich sind. Wir wissen ja alle: Der größte Feind der Audiotechnik ist der Architekt, der sagt: ‚In mein



Deutsch-chinesische Entwicklung von der M-F3A Pro sind 2020 schon weit über 30.000 Exemplare im Markt

schönes Design hängst du deine große schwarze Box nicht rein!'. Deshalb gibt es alle Modelle stets auch in weiß."

Showformate in China

Chinesische Produktionen haben Shows realisiert, „die wir für absolut unmöglich hielten“, so Markus Schmittinger. „Es gibt Historien-Bühnenspektakel wie Back to Tang Dynasty mit einem riesigen Bühnenbild von 40 Metern Breite, in dem überhaupt keine Boxen zu sehen sein durften. Aber gleichzeitig sollte ein Immersive-Sound-Erlebnis entstehen, ein vielfacher Aufwand als beispielsweise bei den Bregenzer Seefestspielen. Es war echt irre, sie haben es hervorragend gelöst, und man sieht einfach keine Boxen – nix! Alles in das Bühnenbild integriert, und das ist ja das Tolle an diesem System: Man kann es super verstecken, und hat dennoch die Leistungsfähigkeit und diesen Klang, der sich einfach öffnet.“ Michael von Keitz: „Dadurch, dass es nix wiegt, hat man auch nie Probleme mit der Aufhängung. Wenn ich sechs Stück fliege, bin ich bei knapp 50 kg – das ist ja nichts, damit komme ich an jede Decke, an jede Traverse, das geht immer. Und die Chinesen machen ja noch verrücktere Sachen: Vor einem Jahr



mittlerweile etwa 30.000 bis 40.000 Speaker am Markt und es gibt einige sehr große und erfahrene Anwender.“

Aber lassen sich chinesische Ansprüche, oder auch chinesischer Geschmack beim Sound, so einfach übertragen? „Unsere Teams arbeiten da sehr intensiv zusammen und erstellen entsprechende Presets, um allen Geschmäckern gerecht zu werden und unterschiedliche Erwartungen zu erfüllen. Also gibt es jetzt eine Grundabstimmung und mehrere Voreinstellungen und diese kommen überall an. Der Kunde fragt sich: ‚Klingt es natürlich, hat es den richtigen Abstrahlwinkel, produziert es verzerrungsfrei den richtigen SPL?‘ Da gehen die Meinungen nicht so auseinander. Ein realistischer Klang ist ein realistischer Klang.“

» Man muss am Anfang etwas beharrlich sein. Und wir trauen uns das. «

Michael von Keitz

kündigten sie eine Stadionveranstaltung an mit 10.000 Besuchern mit M-F3A Pro, und wir haben zurückgefragt: Was? Dann haben sie uns gezeigt, wie das geht und von den Dingen 18 Stück in einer Linie für die Musik geflogen, daneben nochmal 18 Stück für die Stimmen, und dann eine ordentliche Batterie Subwoofer darunter. Und es ging – es war sagenhaft. Zuletzt haben wir damit in Shanghai ein einmonatiges EDM-Festival gemacht. 50 Shows mit je 5.000 Besuchern, und das zur Regenzeit. Dann aber links und rechts noch Linien von Subwoofern geflogen plus Boden-Subs. Das zeigt die Flexibilität von solch einem System. Abgesehen von ihrer Experimentierfreude sind sie aber natürlich langsam auch ‚heiß gelaufen‘, es sind von diesem System ja

Wandel wagen

Eine Marktakzeptanz hängt aber nicht nur von akustischer Performance ab, aus Vorsicht oder Sicherheitsbedürfnis gibt es insgesamt eine recht große Zurückhaltung vor zu großen Veränderungen seitens der Entscheider oder Projektleiter. Markus Schmittinger: „Die größte Angst eines Verleihers ist, das falsche Equipment zu besitzen. Seine zweitgrößte Angst ist, nicht als ‚professionell‘ wahrgenommen zu werden, weil seine Qualität nicht gestimmt habe. Das ist alles verständlich. Aber es ist eine Kopfsache. Wenn jemand zu kleinen Systemen sagt: ‚Damit kann ich hier nicht ankommen!‘, dann hat er Angst davor, dass die Kunden denken: ‚Oh das kann nicht ernst gemeint sein. Hat der mich hier mit etwas Billigem abgespeist?‘ Es gibt ja diesen Oma-Faktor: Die Großmutter kommt zur Hochzeit, sieht die große Box und erschrickt sich: ‚Oh mein Gott das wird so wahnsinnig laut!‘ Das gibt es auch umgekehrt: ‚So eine kleine Box, das kann nicht professionell →

und ernst gemeint sein.“ Michael von Keitz: „Auf der anderen Seite haben ja die Säulenlautsprecher, die den Markt im Sturm genommen haben, das Gegenteil bewiesen. Man hat die Stäbchen gesehen und gedacht, was ist das denn? Inzwischen lacht keiner mehr darüber, man kann sie sogar auf der Bühne hinten platzieren, weil sie so wenig Feedback produzieren und sie verkaufen sich wie warme Semmeln. Das geht schon. Man muss am Anfang etwas beharrlich sein. Und wir trauen uns das.“

Bei der Diskussion, wie und in welcher Audioqualität Veranstaltungen vor Jahrzehnten über die Bühne gebracht werden konnten und auf welchem Level man heutzutage ist, erinnert Markus Schmittinger an eine alte Regel aus damaliger Zeit: „Früher war der dreistufige Auftrag: 1. Make sound. 2. Continue to make sound. 3. If possible, make good sound. Und zu Zeiten von Woodstock war das sicherlich richtig, aber mittlerweile sind wir weiter,“ spannt Michael von Keitz den Bogen ins Heute und zu seiner Crew, die allein in Solingen schon aus sechs verschiedenen Ländern zusammengesetzt ist: „Wir haben hier ein ganzes Team von bis zu Dreißigjährigen – die gehen da ganz anders ran. In China ist der Durchschnittstoningenieur 35 und traut sich was. Da ist das Mindset schon unterschiedlich.“ Die Community der Audioingenieure dort sei wirklich sehr jung und gut ausgebildet. Gerade erst habe man begeistert eine weitere junge Audioingenieurin als Applikationsingenieurin eingestellt, die in Beijing studiert und dann Theatertechnik für den Cirque du Soleil geplant hat.



Jose Miguel Cadavid gehört zum jungen, internationalen Audioingenieursteam von SE Audiotechnik



Künftig weniger Rigs? Markus Schmittinger und Michael von Keitz sehen Logistikvorteile im Format der M-F3A Pro

Auch das Team in den USA wird derzeit erweitert: Als Muttergesellschaft nutzt man die Zeit der Krise, um sich weitere Ressourcen und Know-how zu sichern. Und wo kann man schon mit dem Inhaber persönlich sprechen? Michael spricht eine Einladung aus: „Jeder ist eingeladen, uns hier zu besuchen und seine Fragen zu stellen.“

Erweitertes Hörerlebnis bieten

Markus Schmittinger kommt abschließend auf die enorm veränderten Hörgewohnheiten zu sprechen: „Wenn manche Menschen heute in einen Konzertsaal gehen würden, um dort zu hören, wie Musik rein aus dem Instrument herauskommt, ohne Verstärkung, dann erscheint ihnen das Signal irgendwie zu klein. Wir haben uns daran gewöhnt, über Lautsprecher zu hören, wie über Vergrößerungsgläser. Mit einem akustischen „größer als Natur“-Eindruck. Das macht es jetzt manchmal schwierig bei Streamings aus Wohnzimmerkonzerten, dass man denkt, es würde irgendwie ‚klein‘ klingen. Wir müssen uns also auch damit beschäftigen, wie die Menschen heutzutage hören, was sie gewohnt sind, und wie man ihnen ein erweitertes Hörerlebnis schenken kann. Das war unsere Botschaft in China, die dort enorm resoniert hat und die wir nun auch gerne in Europa und in den USA kommunizieren möchten: Wir sind nicht die lautesten am Markt, sondern diejenigen, die am richtigsten und einfach natürlich klingen. So, dass die Leute es genießen, damit zu hören, weil es nie unangenehm klingt.“ ■ [13849]