

Magnat - négy évtized a zenével

Mi újság a Magnat háza táján?

Ki gondolta volna, hogy plazmával is lehet zenélni és szögletes vezetékkel lehet tekerceselni? Egy kis német gyártó gondolt rá és komoly sikert is épített ezekből. Lássuk hát a Magnatot!

Magnat sztori



Mi is a Magnat?

A **Magnat** története 1973-ban kezdődött, amikor is *Rainer Haas* megalapította a céget. A németországi **hangfal**gyártó a hetvenes években nem csak termékeit, de az azokban rejlő technológiát is szorgalmasan fejlesztette. Ekkoriban álltak elő az alumínium **hangszóró**kosarakkal, amik a korra jellemző, vaslemezt váltották. Szintén ennek a korszaknak a szülötte az All Ribbon termékcsalád, ami a hagyományos, kör keresztmetszetű tekerceselő anyagot szögletes, kevesebb hézagot hagyó vezetékre cserélte. Illetve szintén ekkortájt indult hódító útjára a cég alighanem legmerészebb fejlesztése, a plazma magassugárzó, ami elektromos ívvel hozta létre a hangokat.

A hetvenes évek fejlesztései bőséges lendületet adtak a cégnek, így ha ma rákeresünk a **Magnat** névre az interneten, a javarész német gyűjtők kincsei között rengeteget találunk ebből a korszakból. Műszaki szempontból a legizgalmasabb darabok természetesen a plazma magassugárzós modellek, de az öreg és még ma is használt **hangfalak** közül a legtöbb alighanem az All Ribbon sorozatból származik.



Az *Rainer Haas* 1992-ben átadta a cég irányítását az amerikai VOXX csoportnak, ami szakmai és anyagi szempontból komoly erőt állított a **Magnat** mögé. Ám mindezek ellenére is, a főhadiszállás, a fejlesztés, cégvezetés és logisztika is Németországban maradt. Az erős háttérrel kiaknázták, és egyebek között újtára indították a *Vintage* sorozatot, ami nem egy izgalmas, merész hangfalat adott az évek alatt. Később, mint megannyi *hangfalgyártó*, a **Magnat** is belefogott a saját elektronikák fejlesztésébe. Ma a kompakt készülékektől a CD-lejátszókon át a csöves erősítőkhöz, meglepően széles a választék. Valamint nem csak szobai, hanem autóhifis hangszórókat és erősítőket is gyártanak.



Miért épp most írunk a Magnatról?

Munkalátogatáson járt hazánkban *Mario Lode* a márka export menedzsere, akivel nekünk is alkalmunk nyílt egy kis beszélgetésre. *Mario* 16 éve dolgozik a **Magnat** európai főhadiszállásán, Köln központjától 25 kilométerre, Pulheimben. A raktár és irodakomplexum homlokzatán a **Magnat** mellett egy hatalmas AUDIOVOX logó és egyebek között a Mac Audio, az Oehlbach, a HECO márkanévek is ott díszelnek. Ebből az irodaházból gondoskodnak az európai, a közel-keleti és ausztrál piacokról.

Maga a **Magnat** amúgy helybelinek számít, hiszen Köln déli részéről költözött át a nagy központba. Talán érdemes hozzátenni, hogy több lépcsőben bővítve érte el mai méretét. Az épületet lényegében hozzá igazították a cég növekedéséhez. A raktár alapterülete ma már 10000 m², ami 7000 raklapnyi áru befogadására elegendő. Csúcsidőszakban azonban még ez is kevés, olyankor külső raktárakat is bérelnék.

Persze, miután *Mario* eldicsekedett a hatalmas raktárral, azonnal le is szögezte, hogy a központ nem csak ezért felelős, itt tervezik a **Magnat** összes termékét. Meg is kérdeztük, hogy ha ennyi márka működik egy fedél alatt, azok hogyan tudnak egymás mellett versenyképesek maradni?



Bár arra számítottunk, hogy *Lode* úr valamiféle piac felosztásról mesél majd nekünk, nem ez történt. Helyette a felhasználókat, az egyes márkákra jellemző műszaki megoldásokat és technológiákat említette. Azt, hogy ezek meghatározó elemek, amik gyakran egy-egy sorozaton belül maradnak, mint például a **Quantum** sorozat alumínium-kerámia szendvics membránjai. Ezt a technológiát a **Magnat** mérnökei kísérletezték ki és ez csak a **Magnat**-nál, a **Quantum** sorozatban kerül felhasználásra. E mellett azt is megtudtuk, hogy *Mario* a tartozékokkal foglalkozó Oehlbach termékeit képviseli. Vagyis az általa kezelt kínálatban nincsenek belső ütközések, belső versenyek.



Természetesen szóba kerültek a ma oly divatos, vezeték nélküli hangrendszerek is és az, hogy ezek vajon nem fenyegetik-e a hagyományos *hifi* piacát? A válasz magabiztos volt, az emberek szeretnek leülni, rászálni az időt a zeneélvezetre, és ebben a hagyományos rendszerek számos előnyt kínálnak. Ezt a trendet látszik erősíteni a lemezjátszók térhódítása is, hiszen ezeket tényleg nem lehet egy okostelefonról irányítani. Ezek valóban arról szólnak, hogy az ember beállítja a rendszert, majd leül és élvezzi a zenét.

Tovább feszegetve a kérdést, a vezeték nélküli hangrendszerek és a hagyományos hangfalak piaca közötti, erősítővel vagy akár digitális bemenettel ellátott aktív hangdobozok említése kapcsán egy kis elutasítást éreztünk *Mario* hangjában. Bár egy pár szavas áttekintés után éreztük, hogy Ő is úgy látja, a különböző hangfal kategóriák közötti határok lassan elmosódnak, de a hagyományos termékek piacát stabilnak érzi. Azt is mondhatjuk, hogy inkább bízunk a klasszikus értékek továbbvitelében, mint a piac szinte hetente változó, digitális szegmensében, ahol ma a DAC-ok eladásával nagy forgalmat lehet generálni, de senki nem tudja biztosan, holnap mi lesz a sláger.

Persze ennek ellenére is, elismerte, hogy a cég reagál a trendekre és már az idén, alighanem az IFA-n bemutatnak néhány újdonságot. Ám konkrétumokat még nem tudott elárulni. Érdekes volt hallani, hogy ezek után is hangsúlyozta, hogy ez nem változtat a meglévő kínálaton, csak kiegészíti azt.

Érdekes volt a beszélgetésnek az a része, ahol egy csipetnyi bepillantást nyerhettünk a globális piac működésébe is. Megtudhattuk, hogy a piac növekedésének motorja ma a felső kategória, és a kis illetve középkategóriás termékek piaca már telített. Az *aktív hangfalak* piaca alighanem további növekedési terület lesz, mivel úgy tűnik, hogy ezeket olyan vásárlók választják, akik nem szeretnék hagyományos erősítőt, de többet akarnak, mint amit a kompakt, vezeték nélküli (pl. Sonos) eszközök kínálnak. Ez egy olyan, új szegmens ahol a minőség és kényelem iránt igény egyszerre hangsúlyos.

Természetesen muszáj volt megkérdeznünk, hogy hangfal gyártóként mekkora kihívást jelent az elektronikák, erősítők és akár DAC-ok fejlesztése és kínálatba illesztése? A válasz váratlan gyorsasággal zúdult ránk, amikor *Mario* lelkesen mondta, mennyire szép, de nehéz ez a feladat, és számukra mennyire fontos, hogy közös katalógusból kínálják a márka *hangfalait* és elektronikáit. Vagyis nagyon is büszkén vállalják az erősítőiket és lejátszóikat.

Mennyire más a német piac?

Nekünk, akik csak vendégségben járunk Németországban, úgy tűnhet, hogy a piac sokkal rugalmasabb, sokkal több márkát képes befogadni, mint a magyarországi. *Mario* azonban egy másik oldalról látja ezt, ami ha nem is a **Magnat** szempontjából, de mindenképp érdekes. Számára a német piac az, ahol mindenki jelen akar lenni, hatalmas a versengés. Ennek kapcsán azt is megjegyezte, hogy nagyon fontos az alkalmazkodás és megújulás képessége, amivel egy-egy cég képes követni a piaci igények változásait. Elhangzott, hogy mennyire fontos a jó műszaki megoldások és jó formaterv megtalálása, hogy a lehető legszélesebb vásárlóközönséget érhessék el. Egyértelmű, hogy a **Magnat** ma nem korszéris különlegességekben, hanem tömeggyártásra alkalmas megoldásokban gondolkodik. Vagyis olyan egzotikus műszaki újdonságot ma már ne várjon senki, amilyen egykor a plazma magassugárzó volt.

Mit jelent egy nagyobb cégcsoporthoz tartozni?

Természetesen megkérdeztük, mit jelent a **Magnat** számára, hogy egy nagyobb csoport része és saját székhelye más márkákéval közös. Mint megtudtuk, a mérnökök és nemzetközi értékesítők is beszélgetnek egymással, megvitatják a tapasztalataikat. Érdekes, hogy bár a cégcsoport hatalmas, az egyes márkák szabadon dolgozhatnak külső beszállítókkal és a gyártásról is saját hatáskörben döntenek. Vagyis nem egy távoli, amerikai irodából diktálják, hogy melyik hangfalat mely gyártóval kell összeszereltetni. Ugyanakkor, a cégcsoporton kívüli partnerekkel szerzett tapasztalatokat, természetesen megosztják egymással a kollégák.

Melyik a legnagyobb piac?

Természetesen a mai napig Németország a **Magnat** legnagyobb piaca. Annak ellenére is, hogy már több mint 50 országba szállítanak. Itt érdekes kitérőt is tett *Mario* és elmesélte, hogy Ázsiában is a furnéros dobozok vezetnek az eladásokat, de világszinten a fekete a bajnok. Érdekesség, hogy a fehér **hangfalak** divatja kapcsán *Mario* megjegyezte, ennek mintha előfeltétele lett volna a jobb minőségű lakkok megjelenése. Majd megtudtuk, hogy a fehér **hangfalak** manapság a skandináv országokban a legdivatosabbak. Illetve, hogy épp a befutásukat segítő, jó minőségű, tetszetős lakkok miatt jelent meg az igény a mágneses előlapokra, amik miatt már nem kell a hangdobozokra kis fekete gumikkal kitömött lukakat fűzni. Sőt, ma már a membránok és a hangszórókosarak formatervezése is nélkülözhetetlen. Bár ez a trend már a kilencvenes években is érezhető volt.

Milyen a Magnat belülről?

Ma egy 12 fős mérnökcsapat dolgozik a **Magnat** fejlesztéseiben. Alkalmanként, mint amikor az első erősítőket tervezték, igyekeztek az iparágban ismert szakemberekkel erősíteni, csak egy-egy projektre fókuszálva. Ám ennek ellenére, a csapat magja stabil. A mérnökök természetesen nem csak a központban ülnek, prototípusok és számítógépes modellek között, hanem rendszeres látogatói a szakmai kiállításoknak. Nem csak a műszaki vonalon, de a lakberendezési, bútorigazgatási területen is. Ezek mellett rendszeresen járnak a beszállítók üzemeiben, hogy friss tapasztalataik legyenek a gyárakban zajló munkáról.

No és mit csinál eközben az értékesítési vezető? Ellátogat a partnerekhez, beszélget újságírókkal, mint most is, de a legtöbb időt boltlátogatással tölti. Látni kell a piacokat, a polcokon sorakozó konkurens termékeket, és ha lehet, meg kell ismerni a különböző országok vásárlóit is.



Új fejlesztések?

Az elmúlt években rohamosan terjedt az *Atmos*, amit persze a *Magnat* is igyekezett megfelelő *hangfalakkal* kiszolgálni. Az eredmény az [Ultra sorozat](#), aminek a front- és centersugárzó THX Ultra minősítésűek. Ezeknek érdekessége, hogy a THX egyaránt ajánlja őket vízszintes és függőleges elhelyezésre, ami ritka dolog, mert a legtöbb hangfal nem megy át a THX Ultra 2 vizsgán mindkét pozícióban. Akad még a családban egy dipól, és persze egy mélynyomó. Ez utóbbi ismét egy kis ritkaság, mert a THX akár egymagában is ajánlja a használatát, nem csak párban.

Na és itt van a 20 fokos *Atmos* sugárzó, ami ugyan nem kaphatott THX logót, hiszen erre ma még nincsen minősítési rendszer, de a család többi, THX Ultra 2 hangfalának alkatrészeiből építkezik. Vagyis a minősége felől nem lehetnek kétségeink.

Ennek a *hangfalnak* további érdekessége, hogy falra és mennyezetre egyaránt felszerelhető. Vagyis használható közvetlen és mennyezetről visszavert hangok forrásaként is. Ehhez azonban eltérő hangkarakter kellett, amit egy egyedi, kapcsolható keresztváltóval oldottak meg a *Magnat* mérnökei. Ráadásul a hangfalak hátlapján VESA kompatibilis rögzítési pontok is vannak, ami már tényleg hab a tortán.



Milyen benyomásokkal távoztunk a beszélgetés végén?

A **Magnat** jól beleillik a mai, nagy darabszámot értékesítő gyártók sorába. A termékek karakterét meghatározza az ország, ahol a termékfejlesztés zajlik, ami esetünkben Németország. Vagyis a **Magnat hangfalak** hűen tükrözik a mai, nyugat-európai piaci elvárásokat. Ugyanakkor a sikerhez nagyban hozzájárul a tőkeerős anyacég, ami Mario elmondása alapján nagy szabadságot ad a vállalatnak. A siker másik eleme a nagy forgalom, ami ma már szinte együtt jár a távol-keleti gyárakban végzett összeszerelő munkával. Sajnos az öreg kontinensen egyre kevesebb az olyan üzem, ami képes nagy mennyiségben és vonzó áron hangdobozokat előállítani. Amint kiderült, a **Magnat** itt is nagy önállóságot élvez és szabadon választhat magának olyan partnert, aki biztosítani tudja az elvárt minőséget.

Egy biztos, mi kihasználjuk a frissen kínálkozott lehetőséget, és tesztre fogunk néhány **Magnat** terméket, hogy még részletesebb képet kapjunk a márkáról és annak termékeiről!

Online változat: http://www.av-online.hu/hangfal/magnat---negy-evtized-a-zenevel_1776