

Marek Witkowski

Słynne marki

Dynacord

Po wakacyjnej przerwie powracam do rozpoczętej serii opisującej historyczne, legendarne marki sprzętu oraz postacie, które tworzyły fundament dla kształtującej się branży nagłośnieniowej. Niestety – wiele wskazuje na to, że ten materiał będzie jednym z ostatnich (o ile nie ostatnim) dotyczących tej właśnie tematyki.

TYTUŁEM WSTĘPU

Wielu z pionierów, którzy inicjowali rozwój przemysłu pro audio, zwyczajnie nie wytrzymało tempa rosnącej szybko konkurencji, a początek ich końca przebiegał zwykle według niemal identycznego scenariusza. Z czasem okazywało się, że prowadzenie działalności na zasadzie warsztatu lub nawet zatrudniającej





Produkty firmy „Funktechnik und Geratebau Ing.” sprzedawane były pod nazwą „Dynaphon“.

kilkanaście osób manufaktury jest nierentowne, gdyż koszty wytworzenia pojedynczego produktu są wysokie, a możliwa do wyprodukowania liczba egzemplarzy w skali roku mocno ograniczona. Oprócz konieczności stawiania czoła rodzimej konkurencji, w pewnym momencie na rynku pojawił się jeszcze jeden, znacznie groźniejszy i bardzo bezwzględny przeciwnik. Zalewająca Stany i Europę – niczym tsunami – fala taniego sprzętu pochodzącego z krajów azjatyckich stała się przysłowiowym „gwoździem do trumny” dla niejednej europejskiej marki, nie tylko w branży pro audio.

Jak wspominałem w poprzednich odcinkach, założyciele owych legendarnych marek byli w większości entuzjastami, a nie rekinami biznesu. W sferze zagadnień dotyczących elektroniki czy akustyki byli bezsprzecznie mistrzami, artystami czy wręcz wizjonerami, wyprzedającymi o całe dekady lata, w których działali. Niestety, wymienione cechy nie wystarczały, by zrozumieć regułę, którą do dziś niezmiennie rządzi się brutalny świat biznesu. Reguła ta – choć z pozoru prosta („Dostosuj się i przetrwaj albo... gin”) – bardzo często pozostawała jednak w drastycznej sprzeczności z etyką i elementarnymi zasadami „fair play”. Dlatego wielu idealistom, żyjącym we własnym świecie elektronowych lamp, rezystorów i głośników, tak trudno było się w nowej rzeczywistości odnaleźć.

Takim oto sposobem niektóre z legendarnych produktów trafiły – niemal z dnia na dzień – do lamusa branżowej historii. Kilka innych, zanim się tam znalazły, przeszło jeszcze przez „czyściec” różnych korporacyjnych machin, które będąc zainteresowane promowaniem innych marek z własnego portfela oraz

szybkim zyskiem powoli odstawiły je na boczny tor, nie zważając na sentymentalne aspekty historyczne oraz tradycję.

Wspominałem, że być może jest to ostatni odcinek z tej serii, co wynika głównie z braku legalnych materiałów źródłowych. W internecie funkcjonują w większości bardzo ogólnikowe informacje. Na stronach korporacji – o ile w ogóle są tam zamieszczane jakiegokolwiek materiały historyczne – są to równie lakoniczne wzmianki, jak w Wikipedii. Kierowane do korporacyjnych specjalistów od PR maile pozostają najczęściej bez odpowiedzi. Tak było na przykład w przypadku EAW. Niekiedy odpowiedzią jest wskazaniem lików, z których kompletnie nie wynika, gdyż dotyczą one najczęściej tylko nowych produktów.

Szczerze mówiąc, dziwi mnie takie podejście, bo zawsze wydawało mi się oczywistym, że specjalistom od PR powinno na kontaktach z mediami zależeć. Wy tłumaczyłem sobie, że być może w hierarchicznie zorganizowanych strukturach wielu korporacji panuje głęboko zakamuflowana obawa, że „wszystko, co robisz lub mówisz może być w odpowiednim momencie wykorzystane przeciwko tobie”. Jeśli nic nie robisz, a słowem dysponujesz oszczędnie, to nikt nie postawi zarzutu, że coś zrobiłeś źle lub niezgodnie z ogólnie przyjętym założeniem.

PRZEJDŹMY DO MERITUM

Producent, który jest tematem dzisiejszego materiału – jak to kiedyś o nim napisałem – mógłby się stać bohaterem scenariusza do nakręcenia niezłego filmu. Jego historia jest spektakularna, błyskotliwa, w sam raz na miarę produkcji pod znakiem „made in Hollywood”.

Kilkakrotnie przy różnych okazjach opisywałem już w przeszłości dzieje tej marki, a choć nie tylko ja sięgałem po ten temat, to uważam, że można o niej nadal wiele ciekawych rzeczy powiedzieć.

Producent, o którym mowa funkcjonuje na rynku już od ponad 70 lat, na przestrzeni których budował i umacniał swoją niepodważalną dziś reputację. Dzięki niej zyskał też liczne grono wiernych klientów, które pomimo szerokiej oferty „podobnego” sprzętu, dostarczanego przez innych producentów, wciąż się jednak powiększa. Wyjaśnijmy tu od razu, że stwierdzenie „podobny sprzęt” ma w tym przypadku znaczenie kluczowe. Dynacord – bo o tej właśnie marce mowa – nigdy



Konstrukcje z lat 50. mają niewiele wspólnego z dzisiejszymi produktami – oferowana przez wzmacniacz KV6 moc jest śmieszna w porównaniu z dzisiejszymi możliwościami sprzętu.

nie prowadził brutalnej, ekspansywnej polityki marketingowej. Najlepszą reklamę stanowiła akustyczna jakość oferowanego sprzętu, prostota jego obsługi oraz solidność wykonania pod względem mechanicznym, gwarantująca produktom długą, bezawaryjną żywotność. Cechy te, niczym magnes, przyciągały uwagę klientów. Ci, którzy zdecydowali się na wybór jednego z produktów, najczęściej wracali po kolejne, niejednokrotnie rekomendując je innym.

Na przestrzeni 70 lat praktycznie nic się pod tym względem nie zmieniło. Producent działa spokojnie w obranym od dawna sektorze rynku, systematycznie dostarczając klientom swoje kolejne produkty, i – jak zawsze – są to produkty najwyższej jakości, bazujące na najnowocześniejszych technologiach oraz rozwiązaniach konstrukcyjnych, wychodzących naprzeciw oczekiwaniom współczesnego rynku. Tu, pomimo upływu czasu, nie zdevaluowała się wartość określenia „niemiecki produkt”, które od ponad 70 lat uważane jest (nie tylko w Europie) za synonim najwyższych przemysłowych standardów w każdej niemal branży.



W 1959 opuścił fabrykę „Echocord” – niezrównanej jakości efekt typu echo/pogłos.

Realizując pomysł napisania cyklu artykułów na temat słynnych producentów sprzętu przyjąłem założenie, że będzie on utrzymany w konwencji wspominkowo-historycznej, bez zbytniego zagłębiania się w omawianie produktów, a zwłaszcza produktów nowych. Przejdźmy zatem do

HISTORIA

Trwał rok 1945. Europa – zwłaszcza jej zachodnia część – powoli wracała do normalnego rytmu życia, a wraz z nią również Niemcy próbowały otrząsnąć się z wojennego koszmaru.

W powojennych Niemczech brakowało praktycznie wszystkiego. Jednak powoli zaczynały pojawiać się pierwsze symptomy powrotu do życia, a wraz z nimi rozmaite formy rzemieślniczej działalności, dostarczając ludności przedmioty codziennego użytku.

Jednym z przykładów takiej właśnie działalności był utworzony we wrześniu 1945 roku, w małej Bawarskiej miejscowości Pilstig warsztat zajmujący się techniką transmisji radiowej. Założył go – jako rodzinną firmę – inżynier Werner Pinternagel. Firma została zarejestrowana pod nazwą „Feinmechanik und Funktechnik”.

Początkowo jej działalność ograniczała się jedynie do naprawy starych odbiorników radiowych. Jednak z czasem przystąpiono także do konstruowania własnych produktów. Pomimo rysujących się korzystnie perspektyw dla warsztatu o tym profilu działalności sfera zainteresowań właściciela zdominowana była przez wzmacniacze.

W 1947 roku Pinternagel przystąpił do realizacji swoich marzeń. Przeniósł firmę do Landau, zmieniając jej nazwę na „Funktechnik und Gerätebau Ing.” Mając na uwadze rozszerzenie zakresu działalności zatrudnił też czterech nowych



Lata 60. przyniosły następne, entuzjastycznie przyjmowane przez rynek produkty – „Eminent I i II”, miksery z wbudowanym wzmacniaczem o mocy 40 W...



...czy wzmacniacz instrumentalny „Bass-King”.

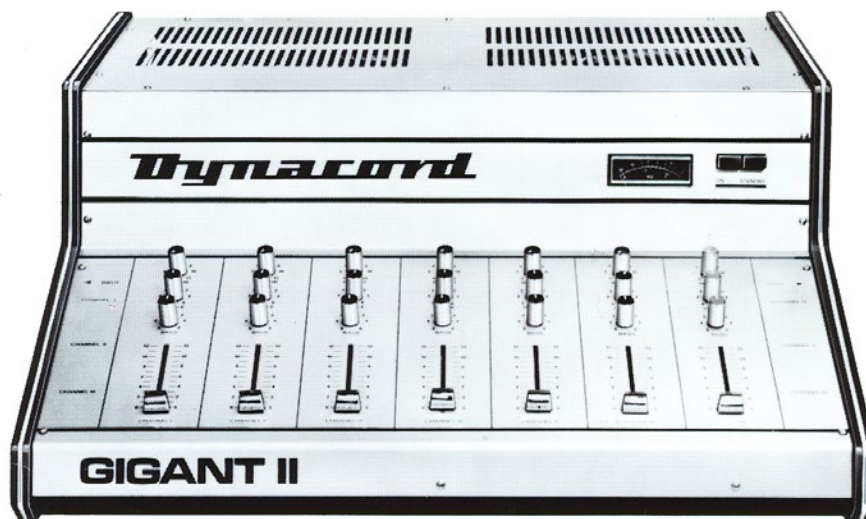
pracowników, no i przystąpił do konstruowania wzmacniaczy.

PIERWSZE PRODUKTY

nie miały ściśle sprecyzowanego przeznaczenia. Były to urządzenia uniwersalne, dostosowane do współpracy z mikrofonami o wysokiej impedancji, odbiornikami radiowymi oraz krystalicznymi wkładkami gramofonowymi. Z czasem zaczęto koncentrować uwagę na opracowaniu wzmacniacza z przeznaczeniem dla tak zwanych kinoteatrów. Pochodząca z tego okresu konstrukcja (model KI) oferowała zawrotne w owym czasie 25 W mocy wyjściowej.

Produkty firmy „Funktechnik und Geratebau Ing.” sprzedawane były pod nazwą „Dynaphon“. Dynacord – jako marka handlowa – pojawił się jednak dość wcześnie, bo już w roku 1948. Była ona wynikiem zmiany nazwy firmy na „Dynacord Ing. W. Pinternagel”. Słowo „Dynacord” utworzone zostało w wyniku kombinacji dwóch innych wyrazów „Dyna...” (od dynamika) oraz „...cord” (oznaczającego tworzenie połączenia z muzyką).

Rok 1948 stał się przełomowym w dziejach firmy, gdyż od tego właśnie okresu odnotowano systematyczny wzrost liczby odbiorców produkowanych przez firmę



Później pojawiły się kolejne amplimiksery – „Gigant II i III”...



...a także „Echocord-Super”.



Dzięki kontaktom uzyskanym w Polsce Dynacord trafił do kilku republik ówczesnego Związku Radzieckiego, w których np. wygrał przetargi na wykonanie wszystkich instalacji elektroakustycznych dla potrzeb Igrzysk Olimpijskich w Moskwie.

urządzeń. Poszerzono też po raz kolejny ofertę produktów – tym razem o wzmacniacze do instrumentów. Wiele z nich cieszyło się niestabnącą popularnością przez następnych 10-15 lat.

Podczas zorganizowanej w 1950 roku w Dusseldorfie – pierwszej od zakończenia wojny – wystawy Dynacord był już jednym z jej poważnych wystawców. Udział w wystawie przyczynił się do jeszcze większego wzrostu zainteresowania nowatorskimi – jak na tamte czasy – projektami. Posypały się licznie kolejne zamówienia, również zagraniczne, w wyniku których już w 1953 roku przystąpiono do realizacji pierwszych kontraktów eksportowych.

Konstrukcje z tamtych lat mają niewiele wspólnego z dzisiejszymi produktami. Oferowane przez wzmacniacze KV6 (6 W) i KV12 (15 W) moce to wielkości, które są śmieszne w porównaniu z dzisiejszymi możliwościami sprzętu. Jednak tego typu porównań – jak wiemy – nie wolno dokonywać. W swoim czasie były to bardzo nowoczesne urządzenia.

PRZEPROWADZKA

Tak więc od 1953 roku popularność marki Dynacord szybko rosła, również poza granicami Niemiec, ale najlepszy okres miał jednak dopiero nastąpić. Wraz ze wzrostem popytu na produkowany sprzęt powstała potrzeba zatrudnienia coraz większej liczby pracowników, a tym samym rozbudowy zakładu. Z tego powodu firma została przeniesiona do Straubing (Bawaria) – miasta, które jest jej siedzibą do dziś.

Następne lata zaowocowały wprowadzeniem na rynek kolejnych nowatorskich produktów. W 1959 opuścił fabrykę „Echocord” – niezrównanej jakości efekt typu echo/pogłos. Lata 60. przyniosły również następne, entuzjastycznie przyjmowane przez rynek produkty. „Eminent I i II” – miksery z wbudowanym wzmacniaczem o mocy 40 W (1962), wzmacniacz instrumentalny „Bass-King” (1963) oraz „Echocord-Mini”, który produkowany był aż do 1980 roku. Po nich przyszły kolejne amplimiksery – „Gigant II i III”, instrumentalny „Favorit II”

o zawrotnej mocy 110 W. Był jeszcze „Echocord-Super”, a także cała gama estradowych zestawów głośnikowych, jak S100, DT85, Mosquito i wiele innych.

EDUKACJA

Dynacord jako pierwszy dostrzegł też sens prowadzenia masowej edukacji klientów. W roku 1962 ukazała się nakładem firmy broszura zatytułowana „Ein Weltbegriff von Guten Ton”, w której producent wyjaśniał istotę uzyskania poprawnego brzmienia, zwracając się w niej do artystów z pozycji eksperta posiadającego odpowiednią wiedzę i doświadczenie w dziedzinie wykorzystania do tego celu specjalistycznej elektroniki. Proponował także odpowiedni sprzęt wspomagający i urozmaicający brzmienie, a nie były to propozycje z gatunku dzisiejszych „zabiegów” marketingowych. Będąc prekursorem Dynacord miał w dziedzinie sprzętu elektroakustycznego faktycznie poważne osiągnięcia.

Z produktów i doświadczenia tego producenta korzystali już między innymi tacy artyści jak Tom Jones, James Last i jego orkiestra, Freddy Quinn, Charles Aznavour oraz wielu innych, których nazwiska elektryzowały w owym czasie publiczność niemal na całym świecie.

Dynacord chętnie pokazywał swoje produkty podczas wielu wystaw oraz targów branżowych, stając się ich stałym, poważnym uczestnikiem. Obficie sypały się też nagrody i medale honorujące kolejne udane produkty – z czasem konstruowane już z wykorzystaniem technologii cyfrowej.

Z okresu tego pochodzą między innymi DRS78 (stereo reverb) i DRP20 (32-bitowy procesor), a także ADD One – elektroniczny zestaw perkusyjny, wykorzystywany chętnie do dziś w wielu studiach nagrań na świecie.

PRZEKSZTAŁCENIA I ROSZADY

Na przestrzeni kolejnych dekad zmienił się kilkakrotnie status firmy. Od małego warsztatu, a następnie rodzinnej manufaktury, po spółkę kilku właścicieli. W 1990 roku Dynacord stał się częścią struktur grupy „Mark IV Industries GmbH”, a następnie – w wyniku dalszych jej przekształceń – struktury „EVI AUDIO GmbH”, co miało miejsce w 1997 roku. Na tym przekształceniu się jednak nie skończyło...

Pomimo opisanych zmian produkty opuszczające fabrykę w Straubing zawsze



Lata 70. to między innymi DRS78 – stereo reverb...



...a także ADD One – elektroniczny zestaw perkusyjny, wykorzystywany chętnie do dziś w wielu studiach nagrań na świecie.

były i są niezmiennie sprzedawane pod nazwą „Dynacord”, a warto w tym momencie też wspomnieć, że mają one odbiorców obsługiwanych przez ponad 120 dystrybutorów na świecie.

Okres EVI Audio był bardzo dobrym okresem w dziejach Dynacorda. Był to między innymi początek ery systemów koncertowych, konkurujących z dużym powodzeniem z flagowymi produktami wielu innych utytułowanych producentów. Z tego właśnie okresu pochodzi na przykład unikatowy system ALPHA, przeznaczony do instalacji klubowych. Jego użytkownikami do dziś jest wiele renomowanych klubów i modnych dyskotek na świecie. W tym okresie miał również swoją premierę System XA, który wyposażono w specjalnie zaprojektowany wzmacniacz XA-2600. Był on wykonany w technologii „Linear-Precision”,

miał wbudowany procesor aktywnie dzielący pasmo i dostarczał moc rzędu 2.600 W RMS.

Lata 90. to jednak nie tylko Systemy XA oraz Alpha. Zaowocowały one również wieloma innymi projektami zespołów głośnikowych dużej mocy, jak na przykład V-System. Seria „V” składała się z tubowych konstrukcji wykonanych z najwyższej jakości komponentów, a przeznaczona była do nagłaśniania dużych plenerowych imprez oraz hal. System generował potężne poziomy SPL, charakteryzując się jednocześnie nieskazitelnym brzmieniem, co wynikało z niskiej zawartości generowanych przez jego komponenty zniekształceń. Był on wykorzystywany między innymi podczas edycji festiwalu Roskilde, Love Parade w Berlinie i Zurychu, a także podczas tras koncertowych grup

Status Quo, Scorpions oraz wielu innych wykonawców.

ROK 1998

stał się kolejną znaczącą datą w dziejach Dynacorda, ale i nie tylko jego. Przyniósł on bowiem połączenie sił EVI Audio z amerykańskim gigantem Telex Communications. W wyniku fuzji utworzona została korporacja, której filary stanowiły stare, utytułowane marki branży pro audio, takie jak Midas, Klark Teknik czy Electro-Voice. Posunięcie to było początkiem swego rodzaju renesansu w historii tworzących tę korporację producentów.

Podczas targów muzycznych we Frankfurcie w 2002 roku Dynacord zaprezentował system COBRA – pierwszy kompaktowy system wyrównany liniowo, charakteryzujący się wysoką efektywnością, łatwością montażu i – tradycyjnie już – świetnym brzmieniem. Produkt ten zaprojektowano pod kątem potrzeb małych i średnich instalacji nagłośnieniowych. Rok później, również podczas targów we Frankfurcie, Dynacord zaprezentował kolejny, rozbudowany system, noszący nazwę Cobra-4. Był on odpowiedzią producenta na duże zainteresowanie ze strony rynku poprzednim produktem oraz pochlebne opinie użytkowników, które uzyskał ten produkt. Cobra znajduje się w ofercie do dziś, a producent – pewny jakości tego produktu – udziela



W 2006 roku, również we Frankfurcie, Dynacord wprowadził do oferty swoich produktów serię cyfrowych wzmacniaczy POWER-H.

klientom aż 60 miesięcznej gwarancji na zespoły głośnikowe.

Podczas targów we Frankfurcie w 2006 roku Dynacord wprowadził do oferty swoich produktów serię cyfrowych wzmacniaczy POWER-H. Są to końcówki mocy pracujące w klasie H, z opcją wyposażenia w dwukanałowe moduły ze zintegrowanym procesorem DSP, wykorzystującym filtry typu FIR oraz z możliwością zdalnego sterowania za pomocą platformy IRIS-Net.

Do dziś zastanawia mnie fakt, że wzmacniacze te nie znalazły się w masowej sprzedaży, pozostając jedynie wyposażeniem systemów Dynacorda. Być może ze względu na ich niezrównaną jakość stanowią one zbyt dużą konkurencję dla wzmacniaczy innej marki, znajdującej się w portfolio korporacji. Są to jednak tylko moje domysły, a choć wydają się one bardzo prawdopodobne, to niestety pozostaną nadal jedynie moimi, niepotwierdzonymi spekulacjami...

W styczniu 2007 roku należące do korporacji Telex Communications marki RTS, Electro-Voice, Dynacord, Midas, Klark Teknik oraz Telex „zasiliły” strukturę Bosch Communications Systems, należąca do Bosch Security Systems.

Dynacord postrzegany był zawsze jako synonim połączenia wieloletniej tradycji, opartej na bogatym doświadczeniu, wiedzy i nowoczesności. Dynacord to fabryka w Straubing, prowadząca produkcję opartą na rodzimej myśli technicznej i projektach własnych inżynierów-konstruktorów, którzy w umiejętny sposób łączą korzyści płynące z bogatego doświadczenia zgromadzonego przez ich poprzedników z własnymi, bardzo nowatorskimi rozwiązaniami.

Tak jak miało to miejsce w przeszłości, w fabryce nadal wykonywane są narzędzia (np. wykrojniki do pras), dzięki czemu możliwe jest odtworzenie wielu z tych modeli, które już dawno zostały wycofane z seryjnej produkcji.

Dynacord korzysta oczywiście z pomocy kooperantów. Są to głównie dostawcy części elektronicznych. Jednak wszystkie podzespoły, obudowy zespołów głośnikowych oraz transformatory zasilaczy do wzmacniaczy projektowane i wykonywane są we własnym zakresie.

Do wykonania transformatorów przykłada się tu szczególną wagę, gdyż są one wyposażane w specjalny czujnik, który umożliwia stałą kontrolę procesów pracy transformatora. Fabryka posiada linię



Podczas targów muzycznych we Frankfurcie w 2002 roku Dynacord zaprezentował system COBRA – pierwszy kompaktowy system wyrównany liniowo, charakteryzujący się wysoką efektywnością, łatwością montażu i świetnym brzmieniem.

produkcyjną – jedną z najnowocześniejszych w branży elektronicznej – gdzie cały proces technologiczny dostosowany jest do rygorystycznych zaleceń dyrektywy ROHS (przepis regulujący zawartość substancji niebezpiecznych w sprzęcie elektronicznym).

Z racji wykorzystania zaawansowanych technologii, przestrzegania wielu rygorystycznych norm oraz prowadzenia kilkupoziomowej, drobiazgowej kontroli jakości opuszczające fabrykę produkty plasują się na najwyższym poziomie.

Kontynuując rozpoczętą w latach 60. tradycję edukacyjną Dynacord systematycznie organizuje prezentacje nowych produktów, adresując je do regionalnych dystrybutorów, a także prowadzi systematycznie specjalistyczne szkolenia dla użytkowników produkowanych systemów.

W historię marki wpleciony jest również polski wątek. Dynacord oficjalnie zaistniał w naszym kraju w 1974 roku. Stał się wtedy obok innych firm do międzynarodowego przetargu ogłoszonego przez Ministerstwo Kultury i Sztuki.

Konkurentami Dynacorda byli wówczas HH, Peavey oraz JBL. Dynacord wygrał przetarg, zostawiając w pobitym polu pozostałych oferentów, stając się tym samym generalnym dostawcą sprzętu nagłośnieniowego dla wszystkich jednostek podległych MKiSz. W sprzęt marki Dynacord zaopatrywały się w latach 1974-1991 domy kultury, teatry, eksportowe zespoły pieśni i tańca (MAZOWSZE i ŚLĄSK), zespoły artystyczne WP oraz oddziały państwowego przedsiębiorstwa „Estrada”.

Na pochodzący z tamtego okresu sprzęt – w znacznej części sprawny technicznie – można trafić jeszcze w wielu miejscach kraju do dnia dzisiejszego.

Dzięki kontaktom uzyskanym w Polsce Dynacord trafił też do kilku republik ówczesnego Związku Radzieckiego, w których np. wygrał przetargi na wykonanie wszystkich instalacji elektroakustycznych dla potrzeb Igrzysk Olimpijskich w Moskwie, a także obsługi uroczystości związanych z pielgrzymką Jana Pawła II w Gruzji. Od 1977 roku rozpoczęła też w Polsce działalność firma Dynacord-Service, założona przez nieżyjącego już dziś Tomka Żebrowskiego. Zapewniała ona użytkownikom sprzętu tej marki pełną



Dynacord to fabryka w Straubing, prowadząca produkcję opartą na rodzimej myśli technicznej i projektach własnych inżynierów-konstruktorów



Kontynuując rozpoczętą w latach 60. tradycję edukacyjną Dynacord prowadzi systematycznie specjalistyczne szkolenia dla użytkowników produkowanych systemów.

obsługę serwisową oraz wsparcie techniczne. Firma ta została z czasem przekształcona w działający na rynku do dziś Tommex, który od 1992 roku jest w Polsce generalnym importerem sprzętu marki Dynacord.

Oprócz mobilnego sprzętu estradowego powstało w kraju szereg instalacji stacjonarnych z zastosowaniem produktów Dynacorda. Przykładem najpoważniejszych z nich są Hala Stulecia we Wrocławiu, Port Lotniczy Okęcie, hotel WESTIN w Warszawie, Teatr Narodowy czy Warszawskie Metro.

Dynacord to marka, która przede wszystkim zapadła w pamięci wielu znakomitych artystów na świecie jako synonim solidnie wykonanego, niezawodnego sprzętu o bardzo dobrym brzmieniu. Od siebie dodam, że marka wyjątkowo szczęśliwa, gdyż pomimo kilku poważnych przekształceń w swojej historii Dynacord zachował własną tożsamość oraz utrzymuje obronę przed laty politykę wobec klientów. Innymi słowy, osiągnął to, czego niejednokrotnie nie udało się obronić wielu szanowanym w przeszłości producentom, którzy wpadli w tryby różnych korporacji. 🎵