



Analoge Schnittstellen am UMX.96. Eine geplante 96-Kanal-Erweiterung mit AES/EBU-In/Out wird zusätzlich abgesetzte Mikrofonvorverstärker und den Zugriff auf die digitalen Insert-Punkte erlauben.

**Production Partner:** Auf der EAW-Tour war auch ein Prototyp der digitalen UMX-Live-Konsole vorführbereit, die für eine Weile aus der öffentlichen Wahrnehmung verschwunden war. Im Gegensatz zu vielen anderen Digitalkonzepten setzt sie nicht auf abgesetzte A/D-Wandler, sondern wird an einem „üblichen“ Multicore betrieben – aber genau diese Kupfer-Monster wollen viele Verleiher eben nicht mehr warten müssen. Welche Interessenten sollen mit der UMX angesprochen werden?

**Jeffrey Cox:** Klar, das UMX.96 Digital Mixing System bietet Eingänge für ein analoges Multicore. Wir haben diese Richtung eingeschlagen, weil sie die Vorlieben eines großen Segments im Markt reflek-

tiert, und speziell weil es extrem nützlich für die professionellen Tonleute ist, die eine existierende „analoge Lösung“ haben, sich aber auf eine digitale Konsole steigern wollen. Sie werden in der Lage sein, ihre bestehende Infrastruktur, Multicores usw. zu nutzen. Existierende analoge Inserts können direkt die analogen Einschleifpunkte in jedem Kanal nutzen. Durch dieses Konzept klinkt sich die UMX per plug-n-play in bestehende Systeme ein. Übrigens ist ein 96-Kanal-Erweiterungsmodul mit AES/EBU-Ein-/Ausgängen geplant, das auch Multicore-Lösungen von Drittanbietern und abgesetzte Mikrofonvorverstärker erlauben wird. Dieses Erweiterungsmodul wird auch den Zugriff auf die digitalen Insert-Punkte erlauben.

**Production Partner:** Nach dem Kauf von Martin Audio durch die Loud-Gruppe kann passieren, dass plötzlich beim Kunden zwei konkurrierende Lautsprecherprodukte um dessen Gunst kämpfen. Wie soll dieser hausinterne Wettbewerb konkret auf dem Markt umgesetzt werden, konzentrieren sich beide Marken auf unterschiedliche Produktkategorien?

**Jeffrey Cox:** Wir standen ja schon immer zusammen mit einigen anderen Firmen

um die gleichen Kunden im Wettbewerb, da hat sich also nichts wirklich geändert. Der einzige Unterschied ist, dass sich die beiden Einheiten in den gleichen Besitzverhältnissen befinden. Dennoch betreibt jede Marke ihre separaten Unternehmungen und ist bestrebt, so wettbewerbsfähig wie möglich zu sein, und das ist der beste Weg, ein Geschäft zu betreiben. Jede Einheit ist bereits stark und wachsend, sodass es nicht nur in jedermanns Interesse ist, dies beizubehalten, sondern beide Firmen noch weiter darin zu bestärken, noch wettbewerbsfähiger zu werden. In diesem Licht gesehen ist die Frage nach dem Wettbewerb gegen Martin Audio oder „Marke X“ ein und dasselbe.

**Production Partner:** Bei einer Roadshow durch europäische Vertriebsgebiete werden der EAW-Crew eine Fülle unterschiedlicher Eindrücke begegnet sein. Was nehmen sie von dieser Europa-Tour mit zurück?

**Jeffrey Cox:** Wow, was für eine tolle Erfahrung! Diese Gelegenheit, so viele engagierte Leute aus den ganzen Branchen in Europa persönlich zu treffen und mit ihnen zu sprechen, war für unser ganzes Team ein Höhepunkt. Es war so lohnenswert zu sehen, dass sowohl die Fortbildungs- als auch Produkt-Präsentationen an jedem Zwischenstopp der Roadshow so gut angenommen wurden, und dass das Interesse an unseren Technologien und Produkten hoch war. Toll war auch, aus erster Hand Einblicke in die fachliche Kompetenz und das innovative Denken des europäischen Marktes zu bekommen. Es hat uns gefreut, in Kontakt mit der großen und wachsenden Gruppe von EAW-Kunden in ganz Europa zu kommen und wurden darin bestätigt, dass wir zusammen mit diesen Kunden noch weiter wachsen können.

Auf der persönlichen Seite ist es natürlich etwas ganz Besonderes, diese seltene Chance zu bekommen, einen so schönen und historischen Teil unserer Welt zu bereisen. Insgesamt also eine produktive, befriedigende Erfahrung für alle, die dabei waren.

♦ Autor: Detlef Hoepfner