

Op weg naar de toekomst

**Een gesprek met Sven Furuly,
managing director van Tandberg**

Voor mij zit en lange blonde man van midden dertig in een welhaast ononderbroken woordenstroom enthousiast te vertellen over zijn werk als topfunctionaris bij het Noorse Elektronikabedrijf Tandberg. Als rode draad lopen de vier P's - Product, Promotion, Price en People - door zijn verhaal, dat is doorspekt met vergelijkingen uit de autowereld, een van zijn vele interessegebieden in zijn privéleven. Eigenlijk zou daarom een vijfde P moeten worden toegevoegd, die zijn grote liefde voor een oud model Porsche representeert.

Alsof hij van het begin erbij is geweest verteld hij over de historie van het bedrijf Tandberg, dat door de heer Tandberg vijftien jaar geleden is opgericht als radiofabriek en nu is uitgegroeid tot een elektronikabedrijf met vier divisies, waarin audiotechniek, telecommunicatie, computertechniek en training zijn vertegenwoordigd. Onder laatst genoemde moet apparatuur en software worden gerekend voor het talenonderwijs, zoals in talenpraktica wordt toegepast. De vier zelfstandige ondernemingen wisselen uiteraard kennis en ervaring uit om samen sterk te staan.

Hoewel zijn enorme betrokkenheid bij Tandberg anders zou doen vermoeden, is Sven Furuly toch pas slechts enkele jaren betrokken bij deze Noorse firma na het overgrote deel van zijn beroepsleven in de commerciële hoek van de audio-industrie werkzaam te zijn geweest, onder andere als verkoopleider bij Noorse vertegenwoordiging van Panasonic. Via een commerciële functie bij Elektrocompanit, een onderdeel van het Tandberg-concern, kwam hij in zijn huidige functie. Toen hij daar aantrad, maakte het bedrijf een crisis door omdat men niet beschikte over

De redactie kreeg een uitnodiging van de heer F. Hietbrink, manager van T + A Elektroakustiek uit Almelo om kennis te maken met Sven Furuly, de directeur van Tandberg. In een gesprek met hem vertelde hij over zijn filosofie als topman van Tandberg en de nieuwste ontwikkelingen van deze Noorse onderneming.

de juiste methode om het product aan de man te brengen. Bovendien was het product veel te sterk op de Amerikaanse markt gericht; 80% van de export ging naar de USA. Sven gaat van het standpunt uit dat een goed product, dat zich qua uiterlijk en gebruikte techniek onderscheidt van andere merken, met een reële prijs via een gerichte promotie en voorlichting via geselecteerde

dealers ook in Europa goed moest kunnen worden verkocht. Kortom, het basisprincipe van de eerder omschreven vier P's. Hij is echter vooral van mening dat daarbij het accent moet worden gelegd op de P van 'people': „Je moet immers aan de basis beginnen, de mensen motiveren voor een product en onderzoeken wat ze ervan verlangen.“ Dit principe had, met behulp van zijn naaste

medewerkers, succes en Tandberg zit nu al weer enkele jaren in de lift. Hij kijkt daarom met belangstelling uit naar 1992, het jaar waarin hij Europa echt als een markt kan beschouwen.

Op de vraag waarom Tandberg zo'n afwijkende vormgeving gebruikt en niet de 'traditionele' vormgeving uit het verre Oosten volgt, zoals vele andere Europese fabrikanten, werd geantwoord dat het Tandberg-product juist is ontworpen voor die groep mensen welke een afwijkende vormgeving aanspreekt. Bovendien wordt een bepaalde lijn in apparatuur vele jaren voortgezet, zodat een koper van bijvoorbeeld een versterker ook na enkele jaren nog een bijpassende tuner kan aanschaffen. Daarbij komt dat niet het uiterlijk van de apparatuur van primair belang is, maar de gebruikte techniek en de daarmee behaalde klankeigenschappen, die de koper van een unit uit de Tandberg-lijn in eerste instantie interesseert en op de tweede plaats de karakteristieke vormgeving.

Ziet Tandberg dan geen sterke concurrent in het Deense B&O?

Volgens Sven Furuly is het wezenlijke verschil tussen de kopers van Tandberg-producten en die van B&O-producten, dat bij de eerste groep het accent legt op de klankeigenschappen en bij de tweede groep op de vormgeving.



De doelgroepen zijn dus verschillend, omdat de interessegebieden van de kopers verschillend zijn. Daarom kunnen beide merken uitstekend naast elkaar bestaan. „Kijk maar naar de autowereld: De een koopt voor tachtigduizend gulden een relatief sober uitgevoerde degelijke Duitse auto, zoals een Mercedes of BMW, en de ander zal er de meest luxe Japanse sportwagen voor kopen, die is voorzien van alle toeters en bellen die je je maar kunt voorstellen. Het is maar wat je aanspreekt ...”

Wat is de reactie van Tandberg op de ontwikkelingen uit Japan?

Eigenlijk is deze vraag al ten dele in het antwoord van de vorige beantwoord. Tandberg heeft een heel eigen publiek dat een combinatie van kwaliteit en styling zoekt en dat niet vindt in de produkten van veel andere producenten. Toch laten de produkten uit het Oosten Tandberg niet helemaal koud.

„Uiteraard kijken we wel naar de trends, zoals het gebruik van verguld aansluitmateriaal en hoogwaardige interlinks. De consument wil dat en het is tot op zekere hoogte zinvol, dus gaan we daarin mee. Daarentegen zien wij voorlopig geen heil in het uitbrengen van bijvoorbeeld een DAT-recorder, hoewel wij al enkele jaren een produktierijp model op de plank hebben staan. De ontwikkeling van de bespeelbare CD en andere opslagmedia van digitale signalen zullen de DAT-recorder binnen enkele jaren verdringen. Het is een tussenoplossing. Bovendien zal de DAT-recorder de analoge cassette-recorder in het normale gebruik niet kunnen verdringen, ten gevolge van de complexe en dure digitale techniek, nog afgezien van het kwetsbare mechaniek. Voor nog geen tweehonderd gulden koop je een walk-man of een radio met cassette-recorder. Ik zie de DAT nog niet voor dat geld op de markt verschijnen. Iemand met een dure DAT-recorder kan zijn opnamen niet eens afspele via bijvoorbeeld zijn analoge speler in de auto en dat is toch voor een belangrijk gedeelte de praktische toepassing van een cassette-deck naast het normale gebruik in huis. Nee, voor ons geen DAT!. Begrijp me niet verkeerd, we zijn niet tegen nieuwe ontwikkelingen, maar bij ons ligt het accent op de analoge techniek, omdat we daarmee de beste resultaten



kunnen behalen. Daarin vindt dus ook een belangrijk deel van de research plaats. Denk maar aan het Zerofeedback-principe; een unieke Tandberg-ontwikkeling, die alom wordt gewaardeerd.

Een ander punt waarop wij ons onderscheiden zijn de toegepaste produktiemethoden. Het gebruik van uitsluitend hoogwaardige geselecteerde standaardcomponenten heeft bij ons prioriteit. De belangrijkste reden daarvoor is dat het Zerofeedback-concept dat vraagt en bovendien hebben wij als relatief kleine producent niet de mogelijkheid om bijvoorbeeld speciale IC's of gietstukken voor het mechaniek te laten ontwikkelen en vervaardigen. Ook dat zou de prijs van het eindproduct onnodig hoog maken. Een prettige bijkomstigheid is dat daardoor de vervangende componenten bij een eventueel noodzakelijke reparatie vrij goedkoop zijn.

De produkten worden met grote zorg grotendeels met de hand vervaardigd. Kleine correcties kunnen zodoende gemakkelijk in de produktielijn worden opgenomen.

Uiteraard waren we nieuwsgierig met welke nieuwe ontwikkelingen Tandberg op dit moment bezig is. Sven Furuly legde ons uit, dat de ontwikkeling zich momenteel bezighoudt met een aantal produkten in de onderste prijsklasse van de 3000-serie van Tandberg, om zo een opstapje te realiseren naar de duurere en nog hoogwaardiger apparatuur. Samengevat, het kweken van een nieuwe generatie Tandberg-liefhebbers. De styling zal gelijk zijn aan die van de meer exclusieve units, zodat het niet alleen technisch maar ook optisch goed samengaat.

Van de eerste uitbreiding kon hij zelfs al een prototype demonstreren. Het is een geïntegreerde versterker van twee keer 100 watt, die vanaf juli onder de aanduiding TIA 3032 A bij de dealers verkrijgbaar zal zijn. De erin toegepaste techniek is, evenals gebruikelijk bij de duurere krachtpaters, gebaseerd op het zerofeedback-principe dat een lage vervorming realiseert. Ook de interne uitvoering is vertrouwd Tandberg. Aan niets is te zien dat het een goedkopere versterker betreft. Voor nog geen driedui-

zend gulden krijgt de koper een werkelijk zeer fraai uitgevoerd stuk techniek met, althans tot nu toe alleen op papier, uitstekende eigenschappen. Een ander nieuwtje, zeg maar groot nieuws, is de nieuwe CD-speler CDP 3035, die in augustus zal worden geïntroduceerd. De eigenschappen van de 3035 zullen maar weinig onder doen voor de wereldstandaard CD-speler CDP 3015 A, maar de prijs zal zeer concurrerend zijn. Uiteraard zullen wij deze en andere ontwikkelingen van Tandberg op de voet voor u blijven volgen en daarvan in een volgende HomeStudio verslag doen.