



# Passie voor muziek

Accuphase, gourmet high-end zonder weerga. Stijlvol, uiterst kwaliteitsbewust en voorzien van een voorname terughoudendheid aangaande de nieuwste waan van de dag. Bij dit Japanse elitemerke is het al sinds 1972 evolutie in plaats van revolutie en daarbij zijn de collega merken die net zo consistent opereren als Accuphase, op slechts enkele vingers te tellen. Onlangs bood zich tijdens de openingsshow met typisch Japanse invloeden van de nieuwe Alpha High-end winkel in het Belgische Brasschaat, een werkelijk unieke kans aan. Als eerste audiojournalist in de Benelux zou ik namelijk in staat worden gesteld om niet alleen de complete Accuphase bedrijfstop te ontmoeten als ze ook te interviewen! Oftewel een unieke kijk in de bedrijfskeuken van dit doorgaans erg gesloten en conservatieve bedrijf.





## DIRECTIE ACCUPHASE

Wie aan Accuphase denkt, ziet waarschijnlijk meteen een reeks chique, goudkleurige apparaten met een topafwerking voor zich. Componenten waarbij niet alleen van de best mogelijke materialen gebruik wordt gemaakt, maar die zeker ook elektrisch tot de meest betrouwbare en storingsvrije apparaten van de branche behoren. Maar naast alle kwaliteit behoort deze Japanse firma ook tot de meest ondoordringelijke. Enerzijds zit er

wel een duidelijke logica in de programmasamenstelling en worden er alleen maar nieuwe producten uitgebracht wanneer er daadwerkelijk echte verbeteringen kunnen worden doorgevoerd. Maar wanneer het tijd is voor echte koerswijzigingen of er sprake is van totaal nieuwe ontwerpen zoals streaming audio, lijkt het net of er geen beweging bij het bedrijf te bespeuren is. Een uitgelezen kans om nu eens wat meer te weten te komen over de denkwijze en vooral de mensen achter dit prestigieuze en eigenlijk ook wel enigszins mysterieuze merk. Wanneer 13 oktober 2013 nadert, word ik vooraf door Accuphase importeur Paul Hattink bijgepraat over de Japanse gebruiken en beleefdheidsnormen. Niet alleen een teken van respect voor mijn gasten, maar ook een gegeven wat mijn nieuwsgierigheid eigenlijk nog meer weet te prikkelen.

### Thema Japan

En dan breekt de zondag aan waar ik al zo lang naar uit heb gekeken. In het zeer ruime en werkelijk prachtig aangeklede nieuwe winkelpand van Alpha High-end, is alles in gereedheid gebracht om de te verwachte grote stroom aan belangstellenden, in goede banen te kunnen leiden. Bij binnenkomst is het meteen duidelijk dat het vandaag allemaal Japan is wat de klok slaat. Niet bepaald onterecht want niet alleen word ik al bij de ingang visueel verwelkomt door een prachtig aangeklede pop met een authentieke tenue van een tot in het kleinste details aangeklede Japanse samoerai krijger, maar ook worden op veel plaatsen typische voedsel specialiteiten, versnaperingen en sake

aangeboden. Op audiogebied is het deze dag qua elektronica voornamelijk het (uiteraard) Japanse Accuphase wat de klok slaat. Samen met de optredens van de Belgische percussieschool met Japanse invloeden, Tataka - Taiko, is er deze dag dan ook geen beter decor te bedenken voor een interview. Na eerst alle winkelopstellingen met gebruikmaking van deze prachtige high-end elektronica eens aandachtig te hebben bewonderd, krijg ik niet veel later Paul Hattink met in zijn kielzog mijn vier gasten voor vandaag in het oog. De begroeting is vanaf het eerste moment over en weer respectvol en vriendelijk en het gezelschap voelt zich duidelijk in zijn sas met zo veel aandacht voor zowel hun land, Japan, als de vele aanwezige Accuphase configuraties.

### Conservatief gedachtengoed

Voorzitter van de raad van bestuur Jim S. Saito wordt bij dit eenmalige bezoek vergezeld door het voltallige Accuphase directieteam, welke naast zijn eigen persoon bestaat uit de volgende drie zwaargewichten. Marketing chef Tatsuki Tozuka is het internationale gezicht en aanspreekpunt van het merk en ieder buitenlands contact loopt altijd via hem. Vice president en hoofdontwerper Mark M. Suzuki is bij dit gesprek aanwezig voor technische uitleg en onderbouwing, terwijl Yasuma Ishizuka marketingmanager Europe is. Ondanks dat deze dag natuurlijk bol staat van de vele feestelijke openingsfeestiviteiten, heeft Alpha eigenaar Sammy Feldman toch kans gezien een deel van zijn winkel voor dit interview beschikbaar te stellen, waarvoor mijn hartelijke dank.

DE HEREN TATSUKI TOZUKA, MARK M. SUZUKI, JIM S. SAITO EN YASUMASA ISHIZUKA







TÁTAKÉ-TAIKO

Mijn eerste vraag stel ik niet alleen om het ijs te breken, maar ook om alle betrokkenen, meteen zoveel mogelijk bij het interview te betrekken. 'Wanneer ik naar Accuphase als merk kijk, is er eigenlijk al vanaf dag één sprake van een heel duidelijke en vooral ook sterke rode draad. Zit hier een duidelijke gedachtegang achter of is het meer een logisch gevolg van een bepaalde handelswijze?' Terwijl deze laatste woorden nog maar amper over mijn lippen rollen, zie ik dat de ogen van voorzitter Saito zich meteen wat vernauwen. Vrijwel meteen erna doet marketingman Tozuka na enkele Japanse woorden over en weer te hebben uitgewisseld, het woord. 'In tegenstelling tot wat in onze branche gebruikelijk is of wat u misschien denkt, zijn Accuphase producten nog nooit ontstaan door marketingoverwegingen. Bij alles wat wij vervaardigen, is de op dat moment hoogst mogelijke graad aan zuiverheid en geluidskwaliteit onze enige leidraad. De samenstelling van ons productgamma wordt daarbij vooral bepaald door hetgeen wij menen dat nodig is om van muziek op het hoogste niveau te kunnen genieten.' Werner: 'Dat kan ik

helemaal met u eens zijn, maar hoe gaat u om met nieuwe invloeden zoals die van streaming audio? Wederom neemt marketingman Tozuka na een snel overleg tussen voorzitter Saito en technische man Suzuki het woord en knikt management adviseur Ishizuka bevestigend. 'Accuphase houdt in principe bij iedere nieuwe ontwikkeling die meer lijkt te zijn als een vluchtige trend, zijn ogen en oren wijd open. Indien het daarbij ook nog eens om een duurzaam en kwalitatief platform blijkt te gaan, starten wij als volgende stap een reeks haalbaarheidsonderzoeken. Wat wij echter heel bewust ten koste van alles willen voorkomen, is dat we een heel kostbaar en tijdrovend ontwikkeltraject ingaan terwijl zo'n vinding of bepaald (instabiel) platform, al misschien na enkele jaren weer een stille dood kan sterven. Door dit weloverwogen gevoerde beleid zal je Accuphase nooit in de voorhoede van welke trendy ontwikkeling dan ook zien lopen. Het is daarbij niet dat wij dit per definitie nooit zouden willen, maar veel meer door het feit dat wij het noodzakelijk vinden om eerst zo'n nieuw platform op haalbaarheid en vooral gewenste

kwaliteit en levensloop te onderzoeken. Dit zijn wij onze trouwe klantengroep verplicht. Wat betreft streaming audio zien wij op dit moment zeker een bepaalde groeipotentie, maar hebben ook geconstateerd dat er nog een lange weg is te gaan. Er zijn nog gewoon te weinig zaken die in goed navolgbare standaards zijn vastgelegd. Ook de uitwerking laat op dit moment nog veel te wensen over en voldoet daardoor nog niet aan onze normen om daadwerkelijk met zo'n kostbaar traject van start te gaan. Buiten dat is zeker in Azië en nog verschillende andere delen van de wereld, volop draagvlak en bestaansrecht voor de bestaande fysieke media en tot op heden gaan wij bij Accuphase dan ook nog steeds onverminderd door met het verbeteren ervan. Ook vandaag de dag zit er namelijk nog steeds ruimte in deze immer nog prachtig klinkende media en is het gehoorvatige prestatieniveau nog steeds beter dan de beste streaming-oplossingen die wij tot op heden hebben beluisterd.'

#### Nieuwe media

Werner: 'Wanneer ik de nieuwe gene-





ratie Accuphase sacc-spelers bekijk, zie ik echter wel USB ondersteuning en een DAC gedeelte dat ook in staat is de nieuwste hoge streaming audio resoluties en zelfs DSD bestanden te ondersteunen.' Hoofdontwerper Suzuki grinnikt en vertelt met een serieuze glimlach. 'Het feit dat wij op dit moment zelf geen streamer op de markt willen zetten, wil niet zeggen dat wij deze reeds bestaande en expanderende nieuwe stroming willen boycotten. Integendeel zelfs. Onze spelers werken immers onderhuids al vele jaren met hoge resolutie data voor de inwendige signaalverwerking en het leek dan ook in eerste instantie maar een relatief kleine stap om ook externe data te implementeren. Toch bleek deze klus veel groter dan ik vooraf had aangenomen. Bij interne signaalverwerking kunnen we namelijk gebruik maken van digitale data die door onze eigen nauwkeurig vervaardigde loopwerken wordt gegenereerd. Ga je echter data gebruiken die door externe en vaak veel minder nauwkeurig werkende bronnen wordt aangeleverd, krijg je er meteen een hele berg probleem bij. Even leek het er zelfs op





ALPHA BRASSCHAAT - GROTE LUISTERRUIMTE - CONCERTZAAL

dat we deze externe data niet voldoende opgeschoond konden krijgen om aan het eind weer echte Accuphase kwaliteit over te houden. Wat voor ons een relevante reden zou zijn om deze extra service in dat geval dan maar niet te leveren. Maar gelukkig is het ons uiteindelijk wel gelukt, waarmee meteen een klein tipje van de sluier wat betreft toekomstige Accuphase streaming audio is opgelicht. Want iedereen die een keer dit soort bestanden via bijvoorbeeld onze nieuwste DP-550 sacd-speler heeft gehoord, zal vrijwel meteen verbaasd staan over de extra gehoormatige kwaliteit die ineens in dit soort bestanden verborgen blijkt te zitten. Maar er zijn voornamelijk dus nog veel hobbels, ook qua standaardisatie en ondersteuning te nemen en voorlopig staat

het sein voor eigen streaming audio producten wat ons betreft dus nog steeds op rood! Werner: 'Naast streaming audio is er nog zo'n andere 'noviteit' in de vorm van klasse D versterkertechniek, die momenteel sterk in populariteit stijgt. Heeft Accuphase deze techniek inmiddels ook onderzocht en wat zijn de praktijkervaringen? Kunnen we in de toekomst misschien ook ontwerpen op dit gebied in Accuphase producten tegen gaan komen en zo nee, waarom dan niet?' Deze vraag geeft opnieuw de nodige beweging in het verder opvallend ontspannend ogende gezelschap. Dit keer is het voorzitter Saito zelf die mij voor de eerste keer in hoogsteigen persoon en in trouwens prima Engels een antwoord geeft. 'Klasse D techniek is voor ons totaal niet

vreemd, we hebben in het verleden zelfs al een keer een product 6-kanaals eindversterker PX-650 uitgebracht die deze techniek gebruikte, maar zijn er vervolgens ook weer snel mee gestopt. Het grote probleem van klasse D techniek is ook vandaag de dag nog steeds de veel te hoge stroomvloer door de benodigde relatief lage draagfrequentie. Die draagfrequentie is nu eenmaal inherent voor dit type schakeling en geeft altijd meer hoorbare 'rommel' en meer onrust in de weergave dan een goed ontworpen conventionele schakeling. Iedereen die een keer goed en verantwoord een klasse D schakeling met een goed ontworpen normale variant vergelijkt, zal deze verschillen meteen kunnen herkennen. Zeker met onze nieuwste generatie modellen





bedrijven dit vaak uit marketingoverwegingen in onze ogen veel te snel goedkeuren, trappen wij in dat soort situaties vaak aanzienlijk eerder op de rem. Wij zien namelijk niets in ad hoc beslissingen waar de kwalitatief bewuste consument (onze doelgroep) maar weinig tot zelfs niets mee opschiet. Dat geeft onze onderneming ten opzichte van veel anderen al snel een etiket van behoudend opgeplakt. Maar als je verder weet hoeveel inspanningen wij ons getroosten om de dingen waar wij wel actief mee bezig zijn, alsmaar verder te perfectioneren, is dat inderdaad een heel ander uitgangspunt. Wij hanteren kwaliteit boven alles en in kwantiteit zijn wij niet geïnteresseerd. Wie voor een Accuphase product kiest, geeft ons zijn onvoorwaardelijke vertrouwen en dat is iets waar wij altijd uiterst respectvol mee omgaan. Mensen vertrouwen daarbij dat ze in product in handen krijgen waarbij werkelijk niets aan het toeval is overgelaten met gebruikmaking van de beste en meest betrouwbare techniek en de best mogelijke materialen die wereldwijd verkrijgbaar zijn. Omgezet in de dagelijkse praktijk geeft dit een product of producten die vijftien, twintig of nog veel meer jaren zonder problemen mee kunnen gaan en daarbij hun specificaties nog volledig blijven behouden!

Daarmee heb ik meteen al een schot voor de boeg aangaande onze toekomst genomen. Wel, die zien wij met het volste vertrouwen tegemoet. Ook al kunnen wij ons natuurlijk ook niet volledig aan een bepaalde wereldwijde marktwerking onttrekken, onze doelgroep waardeert de stabiliteit van onze producten en de kwaliteit nog steeds ten zeerste. Voor echte kwaliteitsproducten zal altijd een markt blijven bestaan, daar ben ik heilig van overtuigd. Buiten dat is Accuphase een van de oudere en meest stabiele high-end bedrijven ter wereld en is onze naamsbekendheid en productkwaliteit legendarisch. Niet voor niets zijn er nog steeds ontzettend veel Accuphase producten uit zelfs de eerste generaties die nog gewoon dagelijks en zonder problemen worden gebruikt. Uiteraard zullen wij altijd blijven monitoren wat de markt wil, maar de daadwerkelijke implementatie zal alleen maar doorgang vinden als wij zelf volledig achter ieder product kunnen staan waar de naam Accuphase op vermeld staat. Oftewel 'Enrich life through technology'.

Tekst & fotografie: Werner Ero

HI-FINE, TEL: 06-13672768  
E-MAIL: INFO@HIFINE.NL, WWW.HIFINE.NL

ACCUPHASE OUD EN NIEUW

zijn we weer een belangrijke stap verder op het pad van de realiteitsweergave gekomen. Doordat we continu met iedere nieuwe generatie de stoorvloer steeds weer verder weten te verlagen, krijgt de muziek een zachtheid en realisme die werkelijk adembenemend is!

### Toekomst

Hoe ziet Accuphase als toch wel behoudend bekendstaande onderneming de toekomst in een steeds verder veranderende hifi wereld? Saito: 'Ik snap wat je bedoeld, maar graag wil ik eerst dat behoudende toch wat nuanceren en toelichten. Bij Accuphase onderzoeken wij doorgaans in een vroeg stadium iedere ook maar enigszins relevante nieuwe techniek of platform. Maar waar veel



▶END