

Familienplanung auf Schwäbisch

von Dr. Petra Kirsch

Schlager sind kontraproduktiv und Nullen gern gesehen, Silber ist die Farbe der Stunde und Spiegelgleichheit eine Grundbedingung. Zu Gast in Kernschwaben beim kleinständischen Familienbetrieb und Vollsortimenter Accoustic Arts.

Lauffen am Neckar ist ein hübsches Städtchen, das sich für blumige Reiseberichte hervorragend eignet. Vor allem wenn man bei klarblauem, wolkenlosem Himmel und frühlingshaften Temperaturen unterwegs ist. Die Altstadt ist malerisch, aber nicht zu Tode saniert, die Burg bestes Mittelalter ohne wichtigtuersichen Bergfried, die Kirche der Regiswindis aus dem achten Jahrhundert hat eine originale Barockorgel und gleichzeitig eine hochdramatische, schauerromantische Vergangenheit. Drumherum, auf den Hügeln, die auch der ambitionierte Reiseschriftsteller nicht anders als sanft hezeichnen kann, weites und unbehautes Land: Hier reihen sich die für die kommende Saison herausgeputz-

ten Rebenstücke der hüesigen Weinbauern. Ein anheimelndes Ambiente, das die behaglich-idyllische Atmosphäre im Stadttinnen gefällig unterstreicht.

Und wenn der Besucher Glück hat, trifft er darin auf Teile der Urbevölkerung, deren Mitteilbarkeit genauso ausgeprägt ist wie ihre Wissensbegierde. Auf Einheimische wie Herrn Lederer. Der Rentner mit den wassrigblauen Augen und der braunen Nylon-Einkaufstasche – gut im Stoff, stark in der Kommunikation und auch rhetorisch mit allen Feinessen beschlagen – weiß genau, was Touristen brauchen. Auf keinen Fall brauchen sie die Burg; Noi, das isch nix für Sie, was wolle Sie denn da!? Keine Einwände seinerseits dage-

gen bei der mittelalterlichen Stadtmauer und dem ehemaligen Gefängnis. Zumal beide den Vorteil haben, dass man sie in seinem Haus besichtigen kann. Natürlich kennt sich Herr Lederer auch in der örtlichen Wirtschaftsstruktur bestens aus. Soso, zum Schunk wolle Sie. Ein guter Mann! Eine Weltfirma! 1600 Mitarbeiter! Dann eine beredte kurze Pause, die zeigen soll, dass das noch lange nicht alles ist. Denn die Krönung hat sich der Hausmeister a. D. und Hobby-Reiseführer i. R. für den Schluss aufgehoben: Beim Schunk hätt's sogar – Tankgutschein! So klingt Euphorie auf Schwäbisch. Doch es ist weniger dieser zweifellos sensationelle Naturalienzusatzlohn als vielmehr die Zahl, die Lederers gegenüber aus der Fassung bringt. 1600 ist eine irritierend hohe Zahl, die so gar nicht in diese kleinstädtische Idylle passen will. Und vor allem nicht zu dem Fragenkatalog der Lauffen-Besucherin.

Auch am nächsten Morgen spannt sich ein babyblauer Himmel über die Stadt und ihr Industrieviertel, das sich in der verhaltenen Februarsonne von seiner besten Seite zeigt. Leergelegte Straßen, gepflegte Rasenflächen, in den Baumkronen zwitschern die ersten Zugvögel. Genau hier logiert Herr Lederers Weltfirma, direkt zwischen Multicolor und den „Objekt- und Büroeinrichtungen“. Ein in hellem Silbergrau glänzender Zwei-Etagen-Zweckbau mit leuchtend blauen



Die Belegschaft, rechts flankiert von der Frau Kollegin und Fritz Schunk, links von Steffen Schunk, Toningenieur Milan Saje und Martin Schunk

Fensterrahmen. Drei Buchsbäume und eine Tanne flankieren den Eingangsbereich. Stufen aus Stein führen zu der sichelförmigen Veranda, die von einem kreisrunden blauen Vordach überragt wird. Das architektonische Highlight in diesem schwäbischen Industrieviertel mit seinen rechteckigen Flachdachquadern.

In der Lobby dann wird man von einer Formation Zimmerpflanzen artig empfangen. Eine Glaskuppel sorgt für helles Tageslicht in dem lang gezogenen Flur. Auch im Besprechungsraum sind die Wände kahl und von vornehmlem Weiß, das Kontrastprogramm zu den schwarzen Freischwimmern. Einziger Schmuck: eine Weltkarte am Tischende. Die vielen bunten Köpfe der Stecknadeln sprechen eine deutliche Sprache: Hier liegt das Zentrum des Weltkonzerns, schlägt das Herz des Imperiums. Und vor diesem Sinnbild der ökonomischen Eroberung im globalen Gefüge lerne ich auch Fritz Schunk, den Seniorchef, kennen. Ein liebenswürdiger Herr mit Brille und Schnauzer, in blauem Hemd und braun kariertem Sakko – nicht unbedingt das, was man sich gemeinhin unter einem Industriekapitän und 1600-fachen Arbeitgeber vorstellt. Dafür ist das Lächeln zu freundlich, der Auftritt zu verhalten. Bin ich dem Rentner Lederer auf den Leim gegangen? Ja und nein. Ja, weil Accoustic Arts nicht mehr als 13 Angestellte beschäftigt, und nein, weil es

den „anderen Schunk“, den Großunternehmer, der auf Robotergreifarme spezialisiert ist, tatsächlich gibt. Drei und ein halbes Jahrzehnt hat der heute 64-jährige Fritz dort paritätisch mit seinem, ja, es ist der Bruder, gearbeitet. Dann ging es nicht mehr, er verkauft seine Anteile und sieht sich beruflich anderweitig um. Das klingt nach handfestem Zerwürfais.

Denn mit Gewohnheiten und Traditionen bricht der Schwabe nur im äußersten Notfall. Zumal der gelernte Werkzeugmacher und Maschinenbautechniker damals Mitte 50 war und damit dem Berufsanfängeralter eigentlich entwachsen. Er klagt nicht über diese Zeit, in der er vor der unwälzenden Entscheidung seines Lebens stand, die mit der Gründung von SAE (Schunk Audio Engineering) 1996 ihr vorläufiges Ende fand; ein Jahr später kommt das Warenzeichen für den highfidelen Endverbraucher Accoustic Arts dazu. Aber er scheint auch erleichtert, dass er jetzt das Reden seinen Söhnen und Mitgeschafflern Martin, 37, und Steffen, 35, überlassen kann. Beide wirken sportlich, kleiden sich gern in Schwarz und haben die blauen Augen ihres Vaters sowie seine zurückhaltende Art. Warum haben sie sich ausgerechnet eine Branche ausgesucht, in der schon immer ein scharfer Wind weht hat? Weil Musik sein Hobby ist, vor allem Klassik, sagt der Senior. Weil er mit bereits 15 an seinem ersten Lautsprecher

herumbastelte, erinnert sich der studierte Maschinenbauingenieur Martin Schunk: „Ich wollte schon immer bauen.“ Weil ihn, ergänzt der Unterlippenbartträger Steffen, als BWL-Student nichts so interessiert hat wie professionelle „Recording- und Mischergeschichten“. Da er aber von seinem Tonstudio nicht leben konnte, wollte er „dort etwas schaffen, wo es sich lohnt“. Die Hinwendung zu High End und zum Endverbraucher lag da familienintern nahe.

Nun man in einer solchen Stunde null ganz klein anfängt und es nach oben bringen will, braucht man sicher eine Menge Kreativität, Selbstvertrauen und Mut? Nein, schüttelt das Trio geschlossen den Kopf. Nicht in Laufen. Hier ist für ein solches Wagnis etwas anderes nötig: nämlich ein detaillierter Business-Plan sowie die Übereinkunft, für mindestens ein Jahr auf jeden Urlaub zu verzichten. „Wir wollten gesund wachsen.“ Also innerhalb bestimmter, beschränkter Grenzen. Deshalb kommen Reinvestitionen ausschließlich aus dem Gewinn, deshalb gab und gibt es kein Fremdkapital im Haus. Denn Väter und Söhne sind keine Idealisten, sondern bodenständige Schwaben. Erst kommt die Marktanalyse, dann die Entwicklung. Für das Profil des Unternehmens wichtig war der einstimmig angenommene Vorschlag, sich in der „Nische High End“ als Vollsortimenter anzusiedeln. In diesem schmalen Segment

ist eine „breite Aufstellung“ für möglichst viele Kundengruppen Voraussetzung, um überhaupt bestehen zu können, sind sich die drei Schunks einig. Und wir produzieren ausschließlich in Deutschland, war ihre zweite Übereinkunft. Nicht nur deswegen, weil das Image des Made in Germany immer noch erstaunlich gut ist, diese Herkunftsbezeichnung für wohlwollendes Entgegenkommen überall im Ausland sorgt. Sondern vor allem der Präzision wegen. Ohne diese, sind sie überzeugt, hätten sie ihre beiden Hauptziele, Wirtschaftlichkeit im Unternehmen sowie Klangtreue bei den Geräten, nicht erreichen können. Der künftige Kurs „natürliche Wiedergabe“ wirkte namensbildend: Acoustic Arts kommt von „Accu(rate Acou)stic Arts“ und wird in Lauffen mit „natürliche Klangkunst“ übersetzt.

Nicht einmal ein Jahr später, und die Großfamilie Schunk konnte wieder Urlaub machen. Aus dem Größten war man raus. Man hatte alles erreicht, was man wollte. Die Verkaufszahlen entsprachen den Erwartungen, die Presse applaudierte maßvoll, man



Fritz Schunk wagte mit Mitte fünfzig den beruflichen Neuanfang

war auf dem besten Weg, eine Marke zu werden. So etwas scheint, Feinplanung hin, Handarbeit her, nicht einmal im Musterlande selbstverständlich zu sein. „Es war auch Glück dabei“, redet der Senior seine Unternehmerrolle klein. Auf der Messe in San Francisco fanden sie, die unbedingt zuerst in Nordamerika Fuß fassen wollten, einen Vertrieb mit ausgezeichneten Kontakten. Und hatten eine fixe Bestellung von 20 Stück des Atrap II im Reisegepäck. Ein schönes Mitbringsel. „Allein die vielen Nullen“, schwärmt Fritz Schunk von ihrem ersten Auftrag. Es sind gute Jahre, die dann folgen. Noch heute sind die USA mit dem „sehr europäischen Kanada“ ihr wichtigster Markt. Nur einmal hat die langjährige Nummer eins, Stichwort: 11. September, ihre Bilanzen fast in den Keller gefahren. Aber eben nur fast. 2001 erreichten sie ihre Wachstumsvorgabe beim Umsatz von zehn Prozent plus zwar erstmals nicht, doch sie konnten das Jahr immerhin mit null abschließen. Mussten niemand entlassen und sich auch nicht wie viele ihrer Nischennachbarn die Frage stellen: Flüchten oder standhalten?

Auf der Orderliste folgt dann Asien. Die Schunks sind allen voran in China, aber auch in Indonesien und Japan, in Singapur und Südkorea, Taiwan und Vietnam gut im Geschäft. Die Bronzemedaille verdient sich soeben Russland. Weil dort „Leute mit richtig Geld zu Hause sind“, das sie auch offenherzig für das Handmade-in-Germany-Zeichen ausgeben – und nicht wie die Europäer für Lebensversicherung –, und weil die Russen wie sonst keine andere Nation sich mit dem kompletten Sortiment von Acoustic Arts eindecken. So etwas wird in Lauffen mit Wohlgefallen gesehen, ist doch ihr Ziel, „ganze Ketten zu ver-

kaufen“. Großes Potenzial sehen sie im arabischen Raum. Zu den Vereinigten Arabischen Emiraten bestehen „erste lockere Kontakte“. Und da zur schwäbischen Art die Bescheidenheit gehört, heißt das: Bald wird auf der Weltkarte ein weiterer hunder Stecknadeldorf zu finden sein. Diesmal in Abu Dhabi.

Nein, einen Durchschnittskunden gibt es nicht. Bei uns ist von 25 bis 80 Jahren, vom Erstsemester über den vierfachen Familienvater bis hin zum Millionär alles drin. Das mag auch daran liegen, dass man sich bereits mit 100 Euro in das Schunks'sche Warenangebot einkaufen kann. So viel kostet ein Meter des Kabels Silver Line, das gern von Studenten genommen wird. Es darf aber auch das 150-fache sein, 15 000 Euro ist der Preis für einen Amp III. Das dürfte dann mehr in die Grobrichtung Kiew-Moskau gehen. Insgesamt sind ihr größter Umsatzbringer D/A-Wandler und CD-Player, also das mittlere Preissegment. Das jedoch oft genug als „Türöffner“ für die hochpreisigen Verstärker fungiert. Dass ihre junge notleidende Studenten-Klientel in der Regel das große Geld verdienen noch vor sich hat und sich dann ganz oben orientieren kann, ist da eine echte Verheißung für das Gesellschafter-Trio.

Szenenwechsel. Im Schunks'schen Vorführraum. Hier herrscht die Farbe des Zeitgeistes vor. Egal ob CD-Laufwerk oder Surround-Player, Lautsprecher oder Steckdosenleiste – Silber in allen Schattierungen und Glanzeffekten scheint die Farbe zu sein, die ihre Wertvorstellungen am besten zum Ausdruck bringt. Ja, bestätigt Martin Schunk, der hausintern für Entwicklung und Design zuständig ist, Silber ist unsere Hausfarbe. Denn erstens ist es unempfindlich, zweitens so flexibel, dass es sich jedem Wohnzimmer rei-

bungstlos anpasst und schaut drittens sehr technisch aus. Gut, bei den Lautsprechern stehen auch Furniere wie Kirsche oder Birne zur Wahl. Aber neun von zehn Kunden denken wie der Entwickler und entscheiden sich für das Edelmetallgrau mit der kühleleganten Ausstrahlung.

Diesen glänzenden Eindruck, den ihre beiden Marktsegmente Top Line und Reference Line nicht nur auf den ersten Blick machen, verstärken andere Details. Wie beispielsweise der Schiebeknopf des CD-Spielers und des CD-Laufwerks. Was da als kleines Krönchen auf der Deckplatte glitzert, ist eine echte Silberglanzmedaille aus der Prägeanstalt. Das kreisrunde, blau schimmernde Logo bei diesen beiden Topladern wurde aufwendig in das Glas der Auflageplatte gelasert. Massives eloxiertes Aluminium allerorten. Und auch die inneren Werte sind recht ansehnlich. Der Digital/Analog-Wandler Tube-DAC II zum Beispiel hat 32-Bit-Technologie, 26 Multiplizierprozessoren, einen 32-Bit-Mikrocomputer, eine professionelle Class-A-Ausgangsstufe, exakt gleiche Signalverarbeitung, hohe Ausgangsreserven, geringste Klirrwerte. „Nur wir verwenden diese Röhren-Hybrid-Technologie beim D/A-Konverter“, sagt Martin Schunk, „das ist weltweit einzigartig.“ Es ist das erste Mal, dass sich der Entwickler so etwas wie Stolz erlaubt. Stolz darauf, etwas völlig Neues geschaffen zu haben.

Ein weiteres ästhetisches Kriterium, dem ein Gerät aus Lauffen genügen muss, ist die Spiegelgleichheit. „Ich bin ein absoluter Symmetriefan“, bekennt der Hausdesigner. Und damit ein Anhänger des dualen Systems. Denn zwei Dreh- oder Druckknöpfe lassen sich eben gefälliger anordnen als Ausstattungsmerkmale in ungerader Zahl. Doch auch die drei LEDs

von Preamp I MK3 oder die drei Standsäulen von Rack I MK2 formieren sich um eine fiktive Zentrallinie, sind mittig ausgerichtet. Apropos MK2 und MK3: Das sind natürlich keine Namen, sondern Codes. Chiffren für eine kontinuierliche Produktpolitik – der Marketingbeauftragte von Accoustic Arts, Steffen Schunk, übersetzt das Buchstabenkürzel mit „weiterentwickelte Version des Vorherigen“. Ein gutes Beispiel dafür ist ihr erstes Produkt, der Nahfeldmonitor Proline MS1. Er lebt heute in der dritten Generation weiter und heißt folgerichtig Proline MK3. Für diese Beständigkeit spricht auch, dass bislang kein Gerätetyp ersatzlos gestrichen wurde. Jedes Produkt fand hier in Lauffen einen würdigen und meist auch größeren, stattlicheren Nachfolger. So bringt ihr Regal der zweiten Generation nun 72 Kilo auf die Waage, ist die Endstufe Amp III mittlerweile so voluminös, dass man damit auch problemlos eine Dogge zum Tierarzt fahren kann.

Martin Schunks silbergrauer BMW M3 bringt uns nach Heilbronn. Leicht

te Themen wie der Klang und die hausinterne Arbeitsteilung sind die gut verdaulichen Beilagen zu gerösteten Maultaschen und schwäbischem Zwiebelrostbraten hier im Ratskeller. High End aus Lauffen soll naturgetreu und detailreich klingen, darf nichts schönzeichnen, aber dennoch Emotionen zulassen. Wärme im Klangbild wird demnach gern gesehen, aber als gekünstelte Affekthaserei nicht geduldet. Deswegen, sagt der Ingenieur der Familie, ist ja auch der Klirrfaktor und der – bis auf die Trafos – vollsymmetrische Kanalaufbau bei unseren Verstärkern so wichtig: Denn sie garantieren maximale Klirrarmlut und sorgen für ein „gutnütziges, perfektes Klirrspektrum“, das harmonisch nach unten abfällt. Eine derart komplex veranlagte Hardware gibt sich natürlich nicht mit jedem x-beliebigen Partner zufrieden. Die Software sollte vom Typ her schon ähnlich ausgereift sein. Da es von Schlagern und volkstümlicher Musik aber nur schlechte Aufnahmen gibt, wirken diese eher kontraproduktiv. Denn sie werden „die Vorteile einer geschlossenen AA-



Martin Schunk kümmert sich um die Konstruktion und Produktion, für Steffen Schunk bieten Musikproduktionen Abwechslung von Business-Plänen

Kette nie zur Geltung bringen“. Heino, die Randfichten und Maria Hellwig – der natürliche Feind von Fritz, Martin und Steffen.

Ihre Arbeit organisieren die Schunks nach dem Staffelläufer-Prinzip: zwar im Team, aber einer nach dem andern. Mannschaftssportler Fritz startet als Erster. Er, der sich in der Industrierobotik verdient gemacht hat, ist für die Handhabungs- und Gehäusetechnik mit Schwerpunkt Resonanzoptimierung zuständig. Seine Entwürfe entstehen ausschließlich am Zeichenbrett, und damit „schneller und genauer als am Computer“. Dann übernimmt Martin Schunk den Staffeltab. Er schreibt das Lastenheft, entwickelt, design, prüft und prüft und prüft ... An der zweiten Wechselmarke kommt auch der Jüngste, Steffen, zum Einsatz. Er ist der Projektmanager, der nach dem passenden Marktsegment sucht, für einen vielversprechenden Return of Investment sorgt und dafür, dass zwischen Idee und Serienreife maximal zwölf Monate liegen. Alles was über dieses Kerngeschäft hinausgeht, ist ausgelagert, das geben sie in fremde Hände wie beispielsweise die Buchhaltung. Oder es existiert nicht. Eine Sekretärin, die einem die oft leidliche Korrespondenz abnimmt oder lästige Anrufer abwimmelt, sucht man hier

in Lauffen am Hohen Steg vergebens. Und „da wir umgänglich sind, keine komplizierten Menschen“, hat der tagtägliche intensive Umgang miteinander dem guten Verhältnis zwischen den beiden Generationen nicht geschadet.

Die restlichen Mitspieler neben dieser Dreierkette lernen wir in der Produktionshalle im Souterrain kennen. Allesamt anständig entlohnte Berufssportler – denn „wir bezahlen gute Leute auch gut“ –, die für die Besucher die landestypische Tracht angelegt haben: das schwarze T-Shirt mit dem weißem Firmenlogo und ein entgegenkommendes Lächeln. Dass Handarbeit an der langen Tischreihe unter der Fensterfront eine Lieblingsbeschäftigung zu sein scheint, sieht man an der Lochwand über jedem Arbeitsplatz: Schraubenzieher, Beißzangen, Zollstöcke, Klebebandrollen, Pinzetten, Orangeneinreiner und eine Tüte Kräuterbonbons sind die primären Arbeitsmittel der Belegschaft, die sich ausnahmslos aus gelernten Radio- und Fernseh Technikern rekrutiert. „Bei uns kann fast jeder jedes Gerät zusammenbauen, vom Anfang bis zum Schluss.“

Doch bevor überhaupt an das Montieren gedacht werden darf, vergeht eine kleine Ewigkeit. Denn ein anderes

Hobby der Besatzung hier rund um die grauen Metallregalensembles mit den knallroten Schubern heißt Testen, Prüfen, Kontrollieren. Ein Hobby, dem jeder bis zum Exzess fröhnen darf. Der Testmarathon wird eröffnet von der hundertprozentigen Wareneingangskontrolle, die auch den kleinsten Bedienknopf einschließt. Dann folgt am vormontierten Gerät der Vortest, dem solche Standards wie Klirr und Frequenzen unterliegen. Für einen gestandenen Hobbyprüfer wie Andreas Huber sind das jedoch Peanuts, kein Vergleich zu Nummer drei, dem 100-Stunden-Test. „Diese Röhre zum Beispiel“, sagt er mit gerunzelter Stirn, „hat ihren Fremdspannungsabstand von 69 Dezibel auf 67 verändert.“ So etwas wird von Herrn Huber nicht toleriert, denn dadurch verschlechterte sich ja das Rauschen. „Gerade bei Röhren darf man sich nicht auf die Selektion des Herstellers verlassen!“ Erst wenn alle Werte des Kandidaten sein Wohlwollen finden, geht es eine Etappe weiter, zum sicherheitstechnischen Test. Ist die Erdung okay, massetechnisch alles im grünen Bereich, die VDE-Norm erfüllt? Wenn ja, darf der Prüfling in den finalen Test aufrücken. Eine verschärfte Ausgabe des Vortests und eine eingebaute doppelte Sicherung. Den Schlusspunkt markiert der



In der Kleinserienfertigung ist Handarbeit Trumpf



Vor und nach der Einbrennphase werden die Geräte gemessen



Ohne einen 100-Stunden-Test verlässt kein Gerät die Produktion

optische Check, dann endlich ist die Zielgerade frei bis zum Lager.

Dieser Aufwand zahlt sich aus. Ihr Rücklauf liegt unter einem Prozent. Und da sind schon die Bedienfehler eingerechnet, betont Martin Schunk. Also die Ausfälle, die andere zu verantworten haben: „Null Prozent Rücklauf gibt's halt leider nicht.“ Aber sie haben dieses imaginäre Ziel stets vor Augen. Vor allem beim Einkauf. Ihre Lieferanten sitzen in Deutschland und den USA, „in Asien kauf ich gar nix ein, das lohnt nicht.“ Wer zum Beispiel Widerstände aus China ordert, ist man hier überzeugt, handelt sich automatisch eine Fehlerquote von 20, 30 Prozent ein. So etwas ist „grausam“, Ausschuss in zweistelliger Zahl scheint bei Accoustic Arts so beliebt zu sein wie eine Gulaschkanone bei Vegetariern. Denn da hilft einem auch das schönste Testprogramm nicht weiter. Nein, hier spielen Zahlen in einer ganz anderen Liga. Es zählt die fünfte Ziffer hinter dem Komma: Die Toleranz des speziellen Klirrwerts beim Amp II MK2 bewegt sich zwischen 0,00012 und 0,00014. Maximal!

Zum Schluss noch ein Abstecher in das Rohlager. Neben all den IEC-Kaltgerätesteckern, Schuko-Dosen und Alu-Hülsen sind hier Transformatoren eindeutig in der qualifizierten Mehr-

heit. Sonst zählt dieses Zweispuleninstrument ja eher zu den unterbeachteten Bauteilen des High-End-Herstellers. Nicht so in Lauffen. Hier weiß man, wozu Trafos instand sein können. Das ist durchaus im doppelten Sinn gemeint, im guten wie im schlechten. Martin Schunk ist „aus rein klanglichen Gründen“ dafür, Rücksicht auf solche Nationaleigenheiten wie die Stromversorgung zu nehmen. Er will nämlich das Maximum an Spannung herausholen, damit zum Beispiel der Bass, vor allem bei seinen Endstufen, nicht an Druck und Kraft verliert. Also muss er die verschiedensten Nennspannungen, die es in all den Ahnemerländern weltweit gibt, egal ob 127 Volt in Mexiko oder 240 in Australien, punktgenau erfüllen. Das hat zur Folge, dass Accoustic Arts jeden seiner Gerätetypen mit Trafos unterschiedlichster Voltzahl ausstaffiert.

Da flüstert jemand in mein linkes Ohr: „Ich weiß ja nicht, ob du das auch so beeindruckend findest wie ich, dass die das hier so gestaffelt nach Ländern ...“ Als ich mich umdrehe, ist mein Hinweisgeber mit der melancholischen Stimme bereits aus dem Rohlager verschwunden. Was ist los? Muss man sich Sorgen machen? Nein. Die Chefredaktion von *image hifi* ist heute lediglich und entgegen aller Ge-

wohnheit sehr früh aufgestanden, genau gesagt um Viertel nach fünf, und von daher einfach zu erschöpft für die üblichen Direktiven und Verhaltensmaßregeln.

PS: Fritz Schunk verließ die etablierten Strukturen zu einem Zeitpunkt, an dem andere Unternehmer den geordneten Rückzug Richtung Ruhestand antreten. Er verwandelte altes Geld in neues. Er leitet einen kleinständischen Familienbetrieb mit unternehmerischer Initiative, Augenmaß und traditionellen Werten. Wie dem Gefühl der Verantwortung für seine Mitarbeiter. Erfolgreich, bodenständig, sozial – genau so stellt man sich doch das Bilderbuch-Schwaben zwischen Heilbronn und Freiburg, zwischen Ulm und Pöggendorf, zwischen Daimler-Benz, Ruggenpohl und Margarete Steiff vor. Also alles Klischees?

PPS: Ja. Und das schönste kommt zum Schluss. Denn auch bei Accoustic Arts gibt es das schwäbischste aller Incentives im so vernünftig-praktischen geldwerten Vorteil. Also hatte mein Lauffener Erstinformant Karl Lederer doch Recht. Der Schunk? Ein guter Mann! Eine Weltfirma! Und oimal im Monat hatt's für die, die folgt – Tankgutscheine. ●



Jedes Gerät wird dem Trafo für die örtliche Netzspannung ausgeliefert



Natürlich werden die Geräte auch bei unterschiedlichen Spannungen getestet



Auch im Firmengebäude gibt es ein kleines Aufnahmestudio