

JULIA SIEPMANN

**M**anche warten ihr Leben lang auf den großen Coup, auf die zündende Idee, die ihr Leben verändert. Gürsan Acar hatte seinen Geistesblitz vor acht Jahren. Damals saß er an seinem Schreibtisch in seinem Büro in Kreuzberg, und es dauerte genau anderthalb Stunden, da hatte er ein handliches, kleines Gerät gezeichnet, auf Fotopapier ausgedruckt und dann, um es dreidimensional zu machen, ausgeschnitten und auf einen kleinen Holzklotz geklebt.

Es war kein Handy, das der gelernte Tontechniker gezeichnet hatte, sondern etwas, das es in dieser sehr handlichen Variante noch nicht gab: ein Abspielgerät für Museumsführungen, ein sogenannter Audioguide. Acar war damals 33 Jahre alt. Er hatte sich vier Jahre zuvor mit seiner Firma Tonweltstudios in einem Gewerbehof an der Köpenicker Straße in Kreuzberg selbstständig gemacht und produzierte bis dahin so ziemlich alles, was sich irgendwie vertonen lies. Musik-Jingles für Fernseh- und Radiosender, Sprachnavigationssysteme für Autos in acht Sprachen, Remixversionen für Popstars und auch das ein oder andere Hörbuch. Tagsüber saß er in seinem kleinen Büro, bediente abwechselnd Telefon, Rechner und Mischpult und war Sekretärin, Unternehmer und Tontechniker in einem. Weil das Geld trotzdem nicht reichte, spielte er als Profi-Schlagzeuger nachts in Clubs und Bars.

„Mit diesem Job musste ich aber irgendwann aufhören“, sagt Acar, „als Nichtraucher haben mir abends die verqualmten Räume schwer zu schaffen gemacht. Und als mein Töchterchen geboren wurde, wusste ich, dass ich etwas ändern muss“. Gürsan Acar, ein freundlicher, eleganter Mann im korrekten Anzug, sitzt in einem seiner schalldichten Tonstudios und lehnt sich in seinem Stuhl zurück. Heute muss er sich nicht mehr darum sorgen, ob er seine Miete oder seine Mitarbeiter bezahlen kann.



Unternehmer: Gürsan Acar mit zwei der von ihm entworfenen Audioguides in seiner Firma Tonweltstudios in Moabit

# Museumsführer die Hosentasche

Gürsan Acar hat Audioguides für Kulturstätten entworfen. 12 000 von ihnen hat er bereits in Europa platziert. Nun stattet er die Staatlichen Museen zu Berlin mit den praktischen Geräten aus

Die Immobilie in der Moabiter Levetzowstraße, in der er seine beiden Firmen „Tonweltstudios“ und „Tonwelt Professional media“ untergebracht hat, gehört ihm. Er beschäftigt 22 Angestellte, zahlreiche freie Autoren und hat mittlerweile rund 25 000 seiner Audioguides in Kulturstätten in ganz Europa platziert. Sie führen die Besucher durch den Martin-Gropius-Bau und viele andere Ausstellungsgebäude in Europa wie etwa das

Londoner Natural History Museum. Vor zwei Monaten habe er den Zuschlag für die Staatlichen Museen zu Berlin bekommen, erzählt Acar stolz: „17 internationale Unternehmen haben sich beworben. Doch ich denke, wir haben souverän gewonnen.“ Gürsan Acar weiß, dass er sich sein Selbstbewusstsein verdient hat. Der Mann, der zwar in Ankara geboren, aber schon im Alter von vier Jahren nach Berlin kam, gilt für die Hauptstadt als Vor-

bild unter den Unternehmern mit Migrationshintergrund. Er hat bewiesen, dass ein Türke in Deutschland keineswegs nur sein Glück mit Dönerbuden oder Gemüseständen machen muss. Sein Erfolgsrezept? „Wer ein Unternehmen aufbaut, muss positiv bleiben – und wissen, dass es auch schlechte Zeiten gibt“, sagt Acar und dann zählt er sie auf, all die Stationen, die ihn immer wieder ein Stückchen weiter zum Erfolg geführt haben. Und all

die Rückschläge, die Enttäuschungen und Entbehrungen, die er immer wieder in seinem Berufsleben erleiden musste.

Angefangen hat alles 1992 in einem kleinen Betrieb für Sprachproduktionen in Kreuzberg, wo Acar als Tontechniker arbeitete. Als die Aufträge nach und nach ausblieben und man ihn nicht mehr bezahlen konnte, schlug er sich als Tonmeister in Kopierwerken und am Theater durch. Kurz bevor er einen neuen Job in der Synchronabteilung Babelsberg annehmen sollte, entschied sich der resolute Mann für die Selbstständigkeit. „Einfach so“, sagt Acar und kichert wie ein Teenager, „ich hatte weder Startkapital noch Kunden, aber ich dachte mir, ich mach das jetzt.“ Mit ein paar Keyboards und Expandern, einem Mikrofon und einem kleinen Mischpult zog er 1997 als Mieter wieder bei seinem alten Arbeitgeber ein. Er gründete seine Firma, eine One-Man-Show, und fing an zu arbeiten, manchmal 18 Stunden am Tag. Unermüdlich bot er seine Produktionen an und ein paar Aufträge kamen rein, darunter die Konzeption eines Hörbuchs für den deutschen Bundestag.

Doch der ganz große Durchbruch blieb aus. Bis zu jenem Abend, an dem Acar sich an seinen grünen iMac setzte, zu zeichnen begann und einen Audioguide entwarf, der Besucher mit Hintergrundinformationen von Kunstwerk zu Kunstwerk führen sollte, zu den Rauschenbergs, Renoirs und Rembrandts. Bis dahin waren es meist lange schmale Geräte, die man umständlich an die Ohrmuschel drücken musste, um etwas zu hören. Oder sie wurden als eine Art Schultertasche mit integriertem CD-Player angeboten. Doch Acar wollte etwas Neues. Flach, leicht und einfach zu bedienen sollte sein Audioguide sein. Als Farben wählte Acar Metallic und Silber. Dann begann für ihn der finanzielle Kraftakt. „Ich habe alles Geld, das ich bis dahin verdient hatte, in dieses Teil gesteckt“, erinnert sich der Unternehmer, „auch das Haus meiner Eltern“. Er beauftragte eine Firma in Taipeh mit der Entwicklung des Abspielgerätes und der zugehörigen Ladestation und ist bis heute froh über diese Zusammenarbeit. „Ich

war der kleinste Kunde dieses Handyherstellers“, sagt der 43-Jährige, „trotzdem hat man mich immer gut behandelt“. Das, glaubt er, müsse an seiner südländischen Mentalität liegen, „die Leute finden mich locker.“ Er selbst nennt sich wegen seines Fleißes und Durchhaltevermögens einen „preussischen Türken“. Diese Eigenschaften waren es wohl auch, die ihm beim Aufbau seiner Firma geholfen haben. Denn nun hatte er zwar seinen eigenen Audioguide, doch über Nacht zum reichen Mann wurde er dadurch noch nicht.

Als 2004 die ersten 2000 Exemplare geliefert wurden, begann für Acar die Zeit des Klinkenputzens. Nach seinem ersten großen Auftrag, der Bestückung des Berliner Olympiastadions, reiste er quer durch Europa um seine Geräte zu zeigen, die Kunden zu überzeugen, Garantien zu versprechen. „Die ersten zwei Jahre waren schwer“, sagt Acar, „ich hatte keine Rücklagen mehr und schlitterte hart am Abgrund.“ Doch irgendwann kamen die Aufträge herein. Für das Albrecht-Dürer-Haus in Nürnberg, das Haus der Kunst in München, das Museum für Angewandte Kunst in Köln und 2006 für den Stephansdom. „Witzig“ sei das, so Acar, dass er als Türke das Wiener Wahrzeichen ausstatten durfte, wenn man bedenkt, dass die Stadt von einem türkischen Heer belagert wurde.

Die zweite Station der Führung im Stephansdom sei dann auch „das Türkendenkmal“, sagt er und lächelt. Ob er bei der Festlegung der einzelnen Stationen innerhalb eines Hauses immer freie Hand hat? Gürsan Acar nickt. „Meistens ist es gut, wenn wir mit der Museumsleitung einen Rundgang machen.“ Schließlich seien er und seine Mitarbeiter unvoreingenommen und könnten oftmals die bessere Regieentscheidung treffen. „Wenn im Eingang ein auffällig buntes Objekt steht, dann macht es einfach keinen Sinn, wenn der Kurator das winzige Werk daneben besprochen haben möchte.“ Apropos Sprechen: Werden die Audioguides irgendwann die menschlichen Museumsführer ersetzen? „Das glaube ich nicht“, sagt Acar, „sie werden immer nur eine Ergänzung bleiben.“