



Bartolomeo Nasta führt die Firma in zweiter Generation

Italienische Leidenschaft

Ein kongeniales Duo machte die beiden italienischen HiFi-Marken Unison Research und Opera zu dem, was sie heute sind. In der Nähe von Venedig entstehen edle Röhrenverstärker, feinste Elektronik und klassische Lautsprecher. *Klaus Laumann*

Die Geschichte von Unison Research ist untrennbar mit einem Namen verbunden, und der lautet Giovanni Maria Sacchetti. Er führte eine kleine Gruppe audiophiler Enthusiasten an, die sich 1987 entschloss, Unison Research zu gründen. Sacchetti, Jahrgang 1945, hatte schon in seiner Jugend Verstärker gebastelt, die damals noch auf Röhrentechnologie beruhten. Er studierte und lehrte später Elektronik, während er sich gleichzeitig bei Unison Research dem Design und der Entwicklung von Röhren-

verstärkern widmete. Sein erster großer Erfolg war der „Simply Two“, ein puristischer Eintaktverstärker, der sich großer Beliebtheit erfreute und besonders in Japan großen Anklang fand. Er machte die Marke Unison Research Ende der 1980er-Jahre international bekannt.

Danach folgten Verstärker mit 845er-Röhren, zu denen auch der legendäre Absolute 845 zählt. Der ikonische Doppel-Mono-Vollverstärker mit 40 Watt pro Kanal sicherte Unison Research einen festen Platz in der HiFi-Geschichte. Ein

wertvolles Erbe, das bis heute in Ehren gehalten wird: Der Absolute 845 wird immer noch produziert.

Der zweite Name, der zur Firmengeschichte von Unison Research gehört, ist Giovanni Nasta. Der Gründer der Lautsprechermarke Opera übernahm im Jahr 2000 die Geschäftsleitung von Unison Research und verlegte die Firma von Vicenza nach Treviso unter das Dach von Opera, wo beide Marken noch heute sitzen. Nasta brachte nicht nur frischen Wind in die Firma, sondern auch seine

DENKFABRIK: Hier werden neue Schaltungskonzepte ausgedacht.



MANUFAKTUR: Die Produkte von Unison Research sind handgearbeitete Einzelstücke aus Italien.

MADE IN ITALY:
Lautsprecher von Opera



BASTELKISTE: Im Hörraum wird gerade ein Prototyp getestet.

beiden Söhne Bartolomeo und Riccardo Nasta, die sich mittlerweile um die Geschäfte kümmern und nun die schwere Aufgabe haben, das Unternehmen in die zweite Generation zu führen. Ihr Vater ist 2020 im Alter von 65 Jahren verstorben, Sacchetti, bereits seit 2013 im Ruhestand, hat sich weitgehend zurückgezogen. Der Blick hinter die Kulissen war jedoch vielversprechend: Derzeit wird nicht nur viel umorganisiert und umgebaut, es stehen auch einige hochinteressante neue Produkte in den Startlöchern. ■



BODENLOS: Ein Performance Anniversary gewährt Einblick in sein Innenleben.

