

Werbung für die Valvo-Röhren aus Hamburg: Rundfunkindustrie in der Medienmetropole

von Philipp Seufferling, 2014

Der Start des Rundfunks in Hamburg am 2. Mai 1924 bedeutete nicht nur den Aufbau eines Sende- und Programmbetriebs. Das neue hochmoderne Medium Radio eröffnete auch auf einem anderen Gebiet ganz neue Perspektiven – der Empfangstechnik. Ein neuer Industriezweig im „High-Tech“-Bereich, nämlich die Fertigung von Empfangsgeräten und deren Zubehör, entwickelte sich und wurde ein wichtiger ökonomischer Faktor. Die rasant wachsenden Hörerzahlen spiegeln den Bedarf an Radiotechnik. Hersteller auf dem Gebiet von Fernmeldetechnik expandierten daher und zahlreiche neue „Start-up“-Unternehmen versuchten ihr Glück auf dem boomenden Markt.

Vom „Röntgen-Müller“ zur Valvo Radioröhrenfabrik GmbH

Ein Beispiel aus Hamburg ist die Radioröhrenfabrik GmbH mit ihrer Marke Valvo. Die Recherche führt zur heutigen Firma NXP Semiconductors in den Hamburger Stadtteil Lokstedt. Dieser international tätige Produzent von intelligenter Elektronik wagte in den 1920er Jahren den Schritt in die junge Branche der Radiotechnik. Der Standort in der Stresemannallee 101 beherbergt bis heute ein kleines Firmenarchiv.

Die vorhandenen Unterlagen zeigen den Weg einer erfolgreich tätigen Röhrenfabrik. Einen Monat vor dem Sendestart der Norag wurde am 3. April 1924 das eigenständige Unternehmen Radioröhrenfabrik Hamburg GmbH mit seiner Marke Valvo ins Handelsregister eingetragen. Es ging aus dem Röntgenwerk C.H.F. Müller GmbH hervor, genauer aus dessen Abteilung „Radio“. Ansässig in der Hammerbrookstraße 93, experimentierte der „Röntgen-Müller“ schon 1916 mit Produktion und Weiterentwicklung von Röhren zum Funkempfang, zunächst unter anderem für den Schiffsfunk. Ehrgeizig setzte die Geschäftsleitung so kurz nach der Wirtschaftskrise und der Inflation von 1923 auf die Durchsetzung des Unterhaltungsrundfunks nach amerikanischem Modell. Von April 1924 an fertigten drei Angestellte und sechzig Arbeiterinnen in Hammerbrook auf wenigen Hundert Quadratmetern zirka 200 Röhren am Tag.

Sobald die gesamte Branche ihre Anlaufschwierigkeiten überwunden hatte, wuchs auch das Hamburger Jungunternehmen rapide. Im Jahr 1927 – als bereits fast 400.000 Röhren im Jahr gebaut wurden – wurde C.H.F. Müller und somit auch Valvo der Deutschen Philips GmbH eingegliedert. Das kleine Werk überstand so einen Patentstreit mit der Firma Siemens. Die Schadensersatzsumme hätte von Röntgen-Müller nicht gestemmt werden können.

1928 wurde die florierende Röhrenfabrik endlich von ihrer bereits lange andauernden Raumnot befreit und zog in die neue „Valvo-Stadt“ in der Neulokstedterstraße 101 – heute die Stresemannallee, Sitz von NXP. 1929 fertigte Valvo trotz der Wirtschaftskrise rund 1,8 Millionen Röhren. Erfolg und Nachfrage des Unternehmens sowie des Rundfunks hielten an.

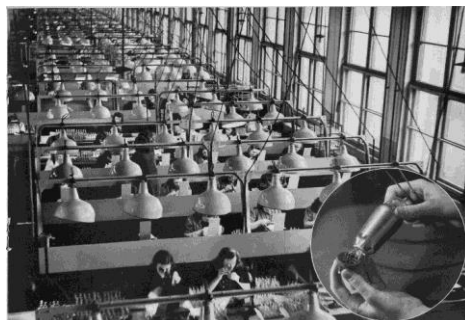


Abbildung 1 und 2 - Fabrikgebäude und Arbeiterinnen in der Hammerbrookstraße © Philips

Technische Herausforderungen

Doch wofür wurde solch eine Radioröhre überhaupt benötigt? Der Großteil der ersten Rundfunkempfänger waren sogenannte Detektorempfänger. Diese im Gegensatz zum Röhrengerät sehr preisgünstige und bedienungsfreundliche Variante bestand aus einem Kristalldetektor zur Gleichrichtung der Signale, an dessen Oberfläche mit einer verschiebbaren Drahtspule die entsprechende Frequenz abgestimmt und eingestellt werden musste, sodass die Membranen im Kopfhörer durch die empfangenen elektromagnetischen Wellen ins Schwingen versetzt wurden. Außer einer Antenne und einem Kopfhörer war nichts weiter notwendig, auch keine externe Stromversorgung. Doch die Qualität des Radiohörens war insgesamt eher gering: „Mit einfachen, selbst gebastelten oder günstig erstandenen Detektor-Empfängern war jenseits des Großraums Hamburg kaum etwas anzufangen“, schreibt der Rundfunkhistoriker Horst O. Halefeldt.

Schnell entwickelten sich die zwar weitaus teureren, jedoch insgesamt sehr viel hochwertigeren Röhrenempfänger. Diese Geräte waren mit einer Radio- oder Audionröhre ausgestattet, die anstelle des Kristalls die Hochfrequenzen „demoduliert“ oder empfängt. Außerdem konnten auch bei Detektor-Empfängern Röhren zur Verstärkung verwandt werden, sodass die Benutzung von Lautsprechern ermöglicht wurde. Neben der Lautstärke übertrumpfte die Röhrentechnik den primitiven Detektor in der gesamten Hörqualität: Auch Reichweite und Trennschärfe waren um Längen besser. Doch neben dem teuren Zubehör war auch ein Stromanschluss vonnöten.

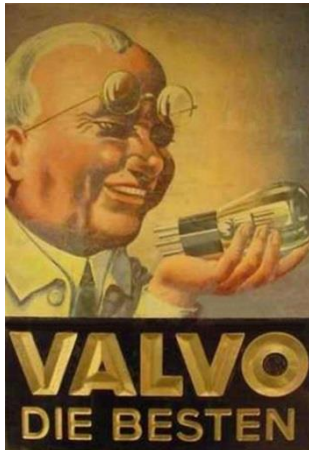
Die technische Weiterentwicklung der Röhren – ursprünglich hervorgegangen aus der Glühbirne – überschlug sich Ende der 1920er Jahre, maßgeblich mitgetragen auch von Valvo. Immer neue Typen wurden herausgebracht, ganze Serien entstanden. Die Röhren mussten im Gerät in den Sockel gesteckt werden und konnten durch den Benutzer selbst ausgetauscht werden. Doch diese Technik war kompliziert und hoch empfindlich. Die frühen Radiohörer hatten in den 1920er Jahren mit Überhitzung der Röhren und nachlassender Batteriespannung zu kämpfen. Immer wieder kam es zu Empfangsschwierigkeiten und Überlagerungen durch andere Sender. Die Technikzeitschrift „Der Radiohändler“ warf dem deutschen Publikum 1927 ein „erschreckend geringes technisches Verständnis“ vor. Sogar Reichsrundfunk-Kommissar Hans Bredow bestätigte das 1926, als er sich über die „technische Unkenntnis der Teilnehmer“ beschwerte, „die für jedes kleine Versagen die Herbeirufung eines Sachverständigen erforderlich macht.“

Teures Vergnügen

Die hohe Qualität der Röhrenempfänger hatte vor allem ihren Preis. 1924 war ein Röhrengerät nicht unter 300 Reichsmark zu erhalten, während ein Detektorgerät nur zwischen 20 und 30 Reichsmark kostete. Mit der Anschaffung des Geräts allein war es jedoch damals wie heute nicht getan. Teures Zubehör und der regelmäßige Wechsel der Röhren (der Preis hierfür lag bei zirka 10 RM) kamen hinzu. Ein gelernter Industriearbeiter verdiente im Januar 1924 durchschnittlich 27,75 RM pro Woche, ein ungelernter 22,73 RM. Diese Kosten beschränkten das frühe Publikum des Unterhaltungsrundfunks zunächst einmal auf junge und technikaffine, wirtschaftlich relativ gut gestellte und in der Stadt wohnende Personen.

Schließlich musste auch noch die Rundfunkgebühr entrichtet werden. Diese war im Oktober 1923 von der Reichspost auf einen Grundwert von 25 RM im Jahr festgelegt und im Januar 1924 auf 60 RM erhöht worden. Der Rundfunkhistoriker Karl C. Führer bezeichnet dies als eine „Summe, die kein normaler Lohnabhängiger zur Verfügung gehabt haben wird, zumal der Hörer sie als einmalige Zahlung erbringen mußte“. Es dauerte jedoch nur bis zum Mai selben Jahres, bis auf Druck von Hans Bredow die Gebühr auf 2 RM pro Monat gesenkt wurde.

Technikwerbung in den 1920er Jahren



Der Besuch im Unternehmensarchiv fördert am Ende noch zwei besonders schöne Dokumente zutage. Das erste Fundstück ist ein Werbeplakat für Valvo-Röhren aus dem Jahr 1928. Ein Ingenieur versichert dem Betrachter die Qualität der Valvo-Röhren. Mitte der 1920er Jahre wuchs die seit dem späten 19. Jahrhundert bestehende Faszination für Technik in der Bevölkerung an, vor allem als potentiell Mittel zur Verbesserung der sozialen Zustände. Besonders der Rundfunk galt hier als Hoffnungsträger. In der Werbung für Rundfunktechnik wird diese Begeisterung für Fortschrittlichkeit bewusst adressiert. Neben der Darstellung technischer Details und deren Vorzüge schwingt ein gewisser Enthusiasmus für technische Fortschrittlichkeit mit. Wer also „in“ sein wollte, musste über die entsprechende Technologie verfügen.

Das zweite Fundstück ist eine Werbeschallplatte, wahrscheinlich ebenfalls aus dem Jahr 1928. „Alles besser hören, mit den Valvo-Röhren, das macht uns sehr froh, am Radio“ – die Swing-Melodie lässt uns den Sound der „Roaring Twenties“ spüren. Es bringt uns die frühe Radiotechnik-Werbung zu Gehör. Der gesamte Werbesong dauert fast drei Minuten und besingt die Qualität der Radioröhren von Valvo.

Der Wortlaut des Slogans weist auf ein charakteristisches Phänomen der Radiowerbung dieser Zeit hin: Werbung für Radiogeräte und Radiotechnik ist gleichzeitig Werbung für den Rundfunk und die Sendegesellschaften – was auch umgekehrt gilt. Die Technikindustrie und die Rundfunkeinrichtungen standen in einem wechselseitigen Interessen-Verhältnis. Dies führt auch das Cover der Schellackplatte vor Augen, indem es die Attraktivität und Modernität des neuen Mediums zeigt. Die chic gekleidete junge Dame demonstriert, wie sehr es „en vogue“ ist, Radio zu hören. Wer sich an diesem Lebensstil orientierte, sollte dem Trend, Radio zu hören, folgen – ein kulturelles Phänomen bei der Einführung neuer Medien, das bereits vor 90 Jahren zu beobachten war und das bis heute unverändert gilt.



Alle Fotos mit freundlicher Genehmigung von **PHILIPS**.