

die Kriegsgewinner in New York gaben leichthin 1000 Dollar für einen Phonographen in der Wohnung einer Geliebten aus. Der Waffenstillstand beendigte die Nachfrage nicht; die Columbia-Gesellschaft, die Produktion und Verkauf ausgedehnt hatte, als noch Victor Heeresgeräte herstellte, schickte sich zu einem neuen Sprung an: sie erweiterte ihr Kapital spekulativ durch einen New Yorker großen Kriegsgewinner von hundertfünfzigtausend Aktien al pari bis auf das Zehnfache ohne jede Parität. Der neue Gebieter bot sie dann an der New Yorker Börse an (als erstes aller Phonographenpapiere überhaupt), wo die neuen Anteile alsbald auf 65 Dollar das Stück stiegen. Die neue Finanzierung hatte so einen Wert von mehr als 90 Millionen bei einem wirklichen Wert von etwa einem Drittel. Der Rest war Hochflut. Gleichzeitig wurde ein neuer Verkaufschef aus der Bisquit-Branche angestellt, der die Phonographen für gleich leicht verkäuflich erklärte wie seinen bisherigen Artikel. Zur Rechtfertigung der neuen Aktienpreise und neuen Dividenden gedrängt, erweiterte die Gesellschaft ihre Produktion, sie schloß allein mit zwanzig großen Möbelwerken Verträge für Gehäuse ab.

Der Krach nach 1920/21 ließ dann die Ware bei den zum Teil finanziell mitbeteiligten Einzelhändlern stocken. Die Aktie fiel auf weniger als fünf Dollar. Aus Furcht vor Verlusten von etwa 15 Millionen hielten die Banken „Columbia“ noch drei Jahre lang aufrecht. Dann aber, 1923, wurde das Papier von der Börse gestrichen. Es war das Ende der Columbia, die danach in ganz neue Hände, auf neue Wege kam.

Die Victor-Gesellschaft hatte indessen das beste Weihnachtsgeschäft ihrer Geschichte. Noch im folgenden Jahr bei der allgemeinen Depression stieg der Absatz auf den Wert von 51 Millionen Dollar. Aus dem großen Werk in Camden belieferte Victor außer den USA. und Mexiko auch noch Südamerika und Ostasien. Die übrige Welt wurde durch eine Beteiligung an der Londoner Gramophon-Gesellschaft erfaßt: Europa, Afrika, Indien, Australien. Für diese Beteiligung zahlte Victor 9 Millionen Dollar, angeblich für Rechte, die der Gründer in seiner Notzeit für 50000 hingegeben hatte. Immerhin war Victor in zwanzig Jahren über die ganze Welt hingewachsen. Noch zur Zeit, als schon die ersten Ansager des Rundfunks laut wurden, fühlte sich die Gesellschaft so sehr sicher, daß sie (1922) 30 Millionen Reserven verteilte. Es geschah nicht ohne Grund: der Kongreß plante eine außerordentliche Besteuerung von Gesellschaftsgewinnen. Doch nicht das Radio zeigte zuerst, daß die Wurzel von Victor angefault war; das zeigte sich erstaunlicherweise durch den sogenannten Flat-Top-Fimmel.

Der Fimmel begann freilich schon 1918, als die Presse darauf hinwies, daß das im Handel befindliche Gramophonmöbel mit dem neuen Wohnstil nicht übereinstimme. Es war zu sachlich nüchtern, es entsprach nicht der Mode und noch weniger dem neuen amerikanischen Bedürfnis der raumsparenden Doppelverwendungen. Die New Yorker Innenarchitekten zerbrachen sich den Kopf darüber, das proletarische Gramophon in einem eleganten Tisch, einer antiken Truhe, einem Speiseschrank unterzubringen. Unglückliche Phonographenbesitzer hatten in New York ihren Apparat, wie es hieß, für 50—75 Dollar verkauft, um ihn dann, zu Preisen von 1000 oder gar 2000, eingebaut als Neuheit wiederzufinden. Bald machte sich der neue Geschmack breit: von der Park-Avenue und von Riverside nach dem Oberen Broadway und dem Bronx-Viertel und nach Brooklyn. Das Resultat war ein neuer Typ: „Flat-Top-Möbel“, eingelassener Spiegel, eine Kommode, darauf eine Schale