

Eingemachtes oder eine Vase mit künstlichen Blumen, und in das Ganze irgendwie das Grammophon eingebaut: Spiegel, Möbel, Musik und Näschereien, alles bei- einander: für Bronx und Brooklyn unwiderstehlich! Es war eines jener Geschenke der Götter, wie sie der Industrie zu Zeiten zufallen. Jahre hindurch hatten alle drei Gesellschaften mit ihren Patenten keine Konkurrenz aufkommen lassen, jetzt aber, wo ihre Rechte zu Ende gingen, kamen Neulinge auf, Brunswick, Sonora, Aeolien und andere. Die Flat-Top-Idee verbreitete sich über den Kontinent in die kleinen Städte. Victor aber hielt sich stur fern: warum, das ist schwer zu sagen, denn die Gesellschaft hatte doch selbst einst das Victrola-Möbel eingeführt. Die Verluste durch diese Haltung sind nicht zu beziffern. In dem einzigen Jahr größter Nachfrage nach den Schränken büßte Victor 20 vH. des Umsatzes ein. Endlich gaben die Direktoren nach: sie brachten einen besonderen „Victrola-Kasten“ auf den Markt, den der Handel alsbald entrüstet als „bucklig“ ablehnte; man konnte ihn nicht als Tischchen gebrauchen. Die Hersteller wiesen darauf hin, daß ein Musikinstrument keine Tischplatte sei, auch eine Violine oder ein Cello nicht; die bessere New Yorker Hausfrau dachte anders. Damals war der Absatz in zwei Jahren schon um 80 vH. gefallen, und dabei war Victor der größte Zeitungs- Inserent Amerikas überhaupt, er gab für Anzeigen jährlich fünf Millionen aus; dies waren allerdings nur 14 vH. seiner Einnahmen!

Der eigentliche Grund des Rückganges aber war bereits das Radio. Hier war die Gesellschaft in gleicher Weise verstockt und blind wie gegenüber dem „Möbel“- Bedürfnis. Und dabei hing die Existenz aller Victor-Angestellten nicht anders als zu Anfang von dem immer noch gleich organisierten Werk ab. Sie arbeiteten neben einer alten Wagenfabrik, die durch die Autos vor ihren Augen ruiniert worden war, jedoch sie sahen nicht. Erst 1925 griffen sie zu dem großen „McCormac-Bori“- Rundfunkdienst für den Hörer. Das Genie Victors war erschöpft, Händler wie Publikum verlangten umsonst nach einem Empfänger mit dem hergebrachten Foxterrier; eine Interessengemeinschaft aber mit dem Rundfunk war bereits unmöglich geworden, die Patente der großen Radio-Corporation wirkten jetzt ausschließend wie ehemals die der Grammophon. Und trotz des Interesses durch die neuartige McCormac-Reklame mußte Victor 1925 seine Dividenden zurückhalten. Irgendein moralisches Element war beschädigt. Nicht einmal der Annoncenschlager „Zweihundert Jahre Grammophon erfahrung“ (die Dienstzeit der Direktoren zusammengerechnet) half weiter. Das neue Modell „Orthophonic-Victrola“ von 1926 brachte eine neue Schein- blüte. Eldridge Johnson persönlich konnte sich mit einem Gewinn von 28 Millionen Dollar (nach Schätzung der New York Times) ins Privatleben zurückziehen. Aber das neue Grammophon mit Lautsprecher und „orthophonischem“ oder elektrischem Betrieb war kein Kind der Grammophonindustrie mehr, es war ein Erzeugnis der Konkurrenz, des Rundfunks; geschäftlich wie geistig war Victor überwunden. Im Laufe des einen Jahres verkauften die Nachfolger des Gründers die Gesellschaft an die Radio-Corporation; das große Werk in Camden wurde für Empfänger umgebaut. Edison hatte seine Fabrik schon vorher geschlossen, andere jüngere und geringere Werke waren bankrott oder auf der vollen Flucht zu den Radiointeressen.

Der gestutzte Schwanz des kleinen Foxterriers wedelte von nun an vor der Stimme eines neuen Herrn. Die Geschichte des Grammophons als einer un- abhängigen Industrie war beschlossen.