

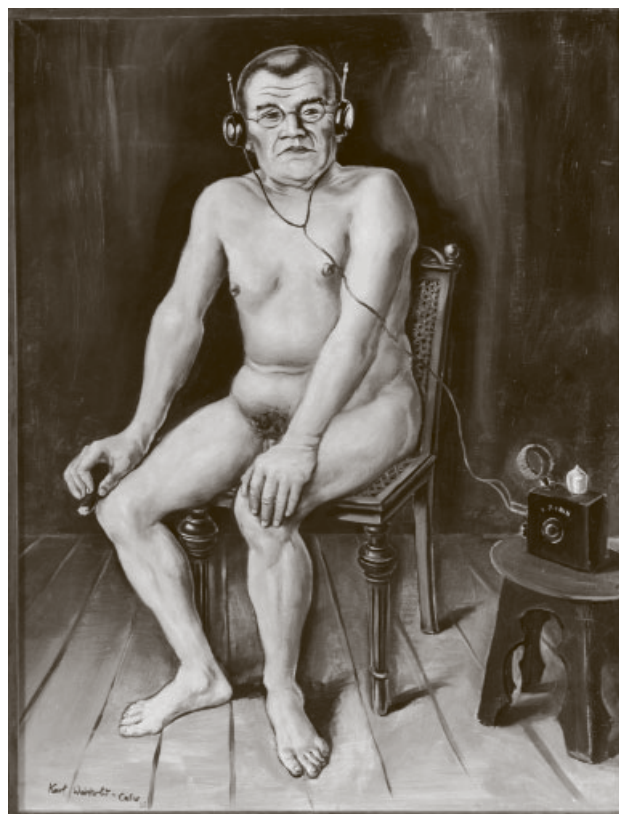
Führerstimme und Wunschkonzert

Zum neu erworbenen „Volksempfänger“ Typ DKE 38

BLICKPUNKT DEZEMBER. Mitte der 1920er-Jahre trat der private Rundfunkempfang seinen Siegeszug an, freudig begrüßt als menschlicher Horizonsweiterung dienendes, demokratisches Medium, das offenen Informationsfluss, umfassendes Bildungswissen und obendrein entspannende Unterhaltung für alle versprach. Hersteller von Rundfunkgeräten warben für ihre Produkte mit Begriffen wie „Volksgeschäft“ oder „Volkfreund“ und die Zeitschrift „Arbeiterfunk“ wünschte sich 1930 gar einen deutschen „Radio-Ford“; Schriften des amerikanischen Autoherstellers, der die Gleichung „Technik + Massenkonsum = steigender Wohlstand für alle“ aufgestellt hatte, waren in deutscher Übersetzung bekannt.

Es erhoben sich auch skeptische Stimmen gegenüber dem modernen Kommunikationsmittel, das einerseits schier grenzenlose Verbindung mit der Welt verhiess, andererseits Zuhörer auf einen Apparat fixierte und so zwischenmenschlichen Austausch blockierte. Nicht nur Kulturkritiker wie Egon Friedell sahen im Rundfunk die Gefahr eines einlullenden Konsumartikels, der sich in jeden Horizont einfügen lässt, auch Künstler befassten sich mit diesem Aspekt. Kurt Weinhold malte 1929 einen „Mann mit Radio“, der in seiner engen und wie von der Welt abgekapselten Stube per Detektorapparat und Kopfhörer in den Äther lauscht, über den er offensichtlich innerlich ergriffen wird. Weinhold hatte dem Bild ironisch den Untertitel „Homo sapiens“ gegeben und notierte nach dem Zweiten Weltkrieg zu dem Motiv: „Das Radio als Mittel zur Volksverdummung, wie es im 3. Reich ausgiebig verwendet wurde. Hirnaushöhlungsmaschine, Zwang, das eigene Denken auszuschalten.“

Die Nationalsozialisten erkannten früh den Wert des Rundfunks als Medium politischer Propaganda; für Joseph Goebbels, seit März 1933 Inhaber des neu gegründeten „Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda“, war es das „allerwichtigste Massenbeeinflussungsinstrument“. Schon vor Adolf Hitlers Machtergreifung hatte die NSDAP „Funkwarte“ eingesetzt, um in die „Domäne einer marxistisch volksfremden Clique“ einzudringen, und danach erhielten die Sender



Kurt Weinhold (Berlin 1896–1965 Calw). Mann mit Radio (Homo sapiens), 1929. Öl auf Leinwand, Inv.-Nr. Gm 2290. Leihgabe der Sammlung Hoh, Fürth, seit 2001.

die Vorgabe, als „Herolde des Reichsgedankens“ die Erinnerung an die Weimarer Republik und ihren pluralistisch-demokratischen Ansatz auszulöschen. „Am 30. Januar ist endgültig die Zeit des Individualismus gestorben“, so Goebbels im März 1933 in einer Ansprache an die Intendanten und Direktoren der Rundfunkgesellschaften. „Das Einzelindividuum wird ersetzt durch die Gemeinschaft des Volkes.“

Volksempfänger

1933 besaß nur etwa jeder vierte deutsche Haushalt ein Rundfunkgerät, bei den Arbeitern nicht einmal jeder zehnte. Im Hinblick auf die propagandistischen Ziele der NS-Rundfunkpolitik galt es, die Radioverbreitung zu verstärken. Goebbels' Ministerium brachte 1933 die Produktion des „Volksempfängers“ (VE) auf den Weg, eines einfach aufgebauten und entsprechend preiswerten Geräts, das schließlich in einer ganzen Reihe von Typen millionenfach vertrieben wurde und wesentlich dazu beitrug, dass sich die Anzahl der Radiohaushalte im Reichsgebiet zwischen 1933 und 1941 von 25 auf 65 Prozent steigerte. Die Herstellung wurde der deutschen Rundfunkindustrie übertragen. Die Firmen bekamen Produktionsquoten

zugeteilt und mussten sich verpflichten, im Niedrigpreisbereich mit keinem Markengerät in Konkurrenz zu gehen. Die auf den Markt gebrachten VE-Typen wurden als Gemeinschaftsprodukte deutscher Industrie von allen Radioherstellern modellgleich gebaut.

Der erste Volksempfänger mit der Typenbezeichnung VE 301 – sie huldigte Hitlers Machtergreifung am 30. Januar – wurde im August 1933 mit immensem propagandistischen Aufwand auf der Berliner Funkausstellung vorgestellt. Mit seinem Preis von 76 Reichsmark war er um mindestens 100 Reichsmark günstiger als durchschnittliche Markenempfänger und konnte auch in Ratenzahlung erworben werden. Es erschienen weitere VE-Typen und 1938 präsentierte die Funkausstellung ein Modell zum Preis von nur 35 Reichsmark, den „Deutschen Kleinempfänger 1938“ (DKE 38), von dem das Museum ein original erhaltenes, von der Firma Mende hergestelltes Exemplar erwerben konnte, das nun in Nachbarschaft zu Weinholds „Radiomann“ aufgestellt ist. Der niedrige Preis des nach einem Entwurf der Firma Lorenz gebauten Geräts, für das auch Namen wie „Kleiner Volksempfänger“, „Das kleine Wunder 1938“ oder „Der kleine Rundfunk-Kamerad“ vorgeschlagen worden waren, ergab sich aus weiterer Rationalisierung und Materialsparbarkeit (zum Beispiel wurde für die Gehäuserückwand Hartpappe verwendet), größtmöglichem Verzicht auf Eisen, Kupfer und andere devisapflichtige Stoffe sowie auf Lizenzgebühren seitens von Patentinhabern. Bis zur Einstellung der Produktion 1943 verkaufte sich das Gerät in 2,8 Millionen Exemplaren; inoffiziell wurde es bekanntlich als „Goebbels-Harfe“ oder „Goebbels-Schnauze“ bezeichnet.

Volkprodukte

Für den Propagandaminister war der Rundfunk nicht nur Mittel zur Manipulation der öffentlichen Stimmung, sondern auch eine wichtige Geldquelle. Der Großteil der Einnahmen durch Rundfunkgebühren floss in die Finanzierung seines Ministeriums. Bereits im September 1933 äußerte Goebbels in einem Schreiben die Befürchtung, ein Überhandnehmen politischer Kundgebungen könne die Hörer möglicherweise dazu veranlassen, das Radio auszuschalten oder gar den Empfang aufzugeben und die Folge wäre ein Rückgang der Rundfunknahmen. Nach anfängli-

cher massiver politischer Indoktrinierung wurde bald mehr die Unterhaltungsfunktion des Radios betont, die Programmstruktur verstärkt an Hörerwünschen orientiert und der Anteil an Musiksendungen erheblich gesteigert. Aber auch auf dem Gebiet der Unterhaltung ließ sich NS-Ideologie vermitteln. Einen vielschichtigen und elitären „Bildungsrundfunk wie in der Weimarer Republik lehnten die Nationalsozialisten explizit ab. Er entsprach nicht ihren propagandistischen Absichten und ihrer antiintellektualistischen Volkstümelei“, bemerkt dazu Wolfgang König in seiner Darstellung des Volksempfängers und anderer „Volkprodukte“ des Dritten Reichs.

Zwecks Vergrößerung der Hörerdichte initiierte das Propagandaministerium aufwendige Kampagnen. Werbewagen wurden in die deutschen Gaue entsandt und steuerten insbesondere den hinsichtlich der Hörerzahlen wenig erschlossenen ländlichen Raum sowie die kleineren Städte an. An zentralen Plätzen beschallten sie die Bevölkerung mit Programmvorfürungen, wobei Prospekte verteilt und Volksempfänger verlost wurden. Für Abendvorführungen in festlich geschmückten Sälen wurden kleine Animationsfilme zum Thema Radio produziert. Eine werbewirksame Strategie solcher Veranstaltungen war, Volksempfänger probeweise an Interessierte abzugeben. Im Schnitt entschieden sich über zehn Prozent von ihnen, gebührenpflichtige Radiohörer zu werden. 1939 wirkte sich die Anbindung ehemals österreichischer und sudetendeutscher



Volksempfänger Typ DKE 38 (Deutscher Kleinempfänger 1938). Schwarzes Bakelit-Gehäuse, Schallöffnung mit originaler Stoffbespannung, über Sender-Wählscheibe eingepreßt Reichsadler mit Hakenkreuz im Eichenkranz, originale Innenausstattung mit Röhren VY 2 und VCL 11, Originalstecker, für moderne Schukosteckdosen zurechtgeföhlt, Stromkabel erneuert, Rückwand aus schwarzer Hartpappe, in der oberen Hälfte für den Luftaustausch gitterartig perforiert, in der unteren Abziehbild mit Händler-Adresse „Karl Linselen, Innsbruck, Burggr. 2“ sowie Aufdruck technischer Betriebsanweisungen, der Modellbezeichnung „Deutscher Kleinempfänger 1938“, des VDE-Zeichens (Verband Deutscher Elektrotechniker) und der Herstellerangabe „Radio H. Mende & Co.“, H. 24 cm, B. 24 cm, T. 12 cm. Inv.-Nr. HG 13204. Erworben 2007.

Gebiete an das Deutsche Reich auf den Hörerzugewinn aus. Der Kleinempfänger im Germanischen Nationalmuseum wurde seinerzeit in Innsbruck vertrieben, wie die Händleradresse auf der Rückseite des Geräts dokumentiert.

Der Volksempfänger symbolisierte den Einstieg in eine nationalsozialistische Konsumgesellschaft und war Vorbild bei der Planung weiterer Volksprodukte wie „Volkswagen“, „Volkskühlschrank“ oder die „Kraft-durch-Freude-Reisen“. Zahlreiche andere Volksprodukte wurden angedacht, ohne allerdings je in die konkrete Planung zu gehen, zum Beispiel „Volksklavier“ und „Volksboot“ oder, ein spezieller Wunsch von Hitler, die „Volksschreibmaschine“. Durchgängig handelte es sich um Güter mit einem gewissen Prestige, um Produkte gehobenen Konsums, der durch staatliche Lenkung für alle erschwinglich werden und die Akzeptanz des NS-Staates sichern sollte. „Die klassenlose ‚Volksgemeinschaft‘ war für die Nationalsozialisten auch eine Konsumgemeinschaft“, so König. Das Konzept der Volksprodukte repräsentierte das „Lebensniveau“, das laut

NS-Ideologie dem deutschen Volk bei seinen „Fähigkeiten und seinem Kulturstand“ zukam, wobei es nicht zuletzt dessen mythisch-biologistische Definition vermittelte: Die jüdische Bevölkerung sollte von der Teilhabe an den Volksprodukten ausgeschlossen bleiben.

Kollektivempfang

Den Volksempfänger kauften vornehmlich kleine Angestellte, deren monatliches Einkommen zwischen 200 und 300 Reichsmark etwas höher lag als das bei 160 Reichsmark liegende Durchschnittseinkommen etwa der Hälfte der deutschen Haushalte, und so musste man 1937 in Bezug auf den VE-Vertrieb feststellen, „die große Masse der Wochenlohnempfänger erreichen wir jedoch nicht“. Für viele Arbeiterhaushalte blieb der Rundfunk auch nach Einführung des Deutschen Kleinempfängers unerschwinglich, was vor allem an den laufenden Betriebskosten mit der monatlichen Rundfunkgebühr von 2

Reichsmark lag. „Der Volksempfänger verhalf der Verbreitung des Radios zu einem ‚Mittelstandsbauch‘, die KdF-Reisen und die Sparaktion für den Volkswagen lockten vor allem die Angestellten, Beamten und kleinen Selbständigen an“, hält König fest. Eine Steigerung der Kaufkraft durch Lohnerhöhung schlossen die Nationalsozialisten im Hinblick auf Rüstungsaufgaben für den geplanten Eroberungskrieg aus. „Die angestrebte nationalsozialistische Konsumgesellschaft beinhaltete die Unterwerfung und Ausbeutung anderer Länder und ihrer Menschen.“

Da „ganz Deutschland“ die Stimme des Führers hören sollte, galt bei besonderen Reden und Anlässen „Kollektivempfang“: An zentralen Orten wurden Lautsprecheranlagen aufgestellt, staatlichen Einrichtungen angeordnet, sämtliche Radioapparate einzuschalten, privaten Einrichtungen wie Betrieben und Gaststätten wurde dies nahegelegt. Die Nationalsozialistische Rundfunkkorrespondenz forderte 1937, dass sich auch die privaten Rundfunkhaushalte am Kollektivempfang beteiligten, Fenster und Türen öffneten, „dass alle Nachbarn an dem Geschehen teilhaben können, denen der Erwerb einer eigenen Rundfunkanlage noch nicht möglich ist“. Dabei wurde größte Sorgfalt bei der Einstellung der Geräte angemahnt, denn „wenn dann durch unsachgemäße Behandlung des Lautsprechers oder des Apparats die Rede des Führers zu einem misstönenden, knarrenden, unverständlichen Geräusch wird, dann vergeht sich dieser Rundfunkhörer gegenüber dem Volksganzen“.



„Schenkt Volksempfänger zum Weihnachtsfest“. VE 301-Werbung in N.S.-Funk, 10. Dezember 1933. Abb. aus: Wolfgang König, Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. „Volksprodukte“ im Dritten Reich: Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft. Paderborn 2004, S. 63.

Weltempfang und Heimatfront

Die Volksempfänger waren auf den Empfang mehrerer, auch weit entfernter Sender ausgerichtet und mit der Technik des Einkreis-Geradeempfängers ausgestattet; Empfänger mit zusätzlichen Sperrkreisen oder Hilfsfrequenzen kamen bei den niedrig angesetzten Verkaufspreisen nicht in Frage. Durch die simple Empfangstechnik konnten bei der Sendereinstellung Trennschärfe-Probleme sowie Rückkoppelungsgeräusche (sog. „Dampfradio“-Geräusch) dem Benutzer Probleme bereiten. Radiozeitschriften wie etwa der „N.S.-Funk“ informierten darüber, wie man mit Geschick bei der Bedienung und Zusatzantennen befriedigende Empfangsergebnisse und sogar ausländische Sender erreichen konnte.

Zwecks günstiger Preisgestaltung waren beim Volksempfänger nicht nur die Produktionskosten, sondern auch die Verdienstspannen für Hersteller und Händler extrem knapp berechnet und bargen für sie das Risiko großer Einbußen. Seitens der Unternehmer gab es anfangs massive Vorbehalte gegen die Einführung des billigen Gemeinschaftsgeräts, und einige Rundfunkhändler gingen so weit, zugunsten mit höherem technischen Standard ausgestatteter Markenradios ihren Kunden vom Kauf des Volksempfängers als eines minderwertigen Geräts abzuraten. Zwar wurde eine solche Unterwanderung des Schlüsselprodukts der NS-Rundfunkpolitik gestoppt, allerdings ließen die Radiohersteller es sich nicht nehmen, in ihrer Firmenwerbung die überlegenen Empfangs- und Klangqualitäten ihrer als Mehrkreiser oder, wie etwa die elegante „Siemens-Schatulle“ in der Museumssammlung, als Superhet ausgerüsteten Markengeräte hervorzuheben, die auch im Exporthandel bestehen konnten, anders als der Volksempfänger. In Abgrenzung zu diesem operierten sie gern mit dem Begriff „Welt“: Die Firma Schaub bot einen „Welt Super 34“ an, Seibt erklärte seine Radios zum „Schlüssel zur Welt“, Mende zur „Weltklasse“ und Körting pries einen „Weltempfänger“ an, der „Europa und die Welt vereinigt“. In kommerzieller Absicht wurde etwas von diesem Flair des Internationalen auch auf den Volksempfänger übertragen. So regte die Fachzeitschrift „Der Radio-Markt“ im Januar 1936 die Händler an, bei seinem Vertrieb das gewinnbringende Zusatzgeschäft mit Radiozubehör im Auge zu behalten, mit dem sich „aus dem bescheidenen VE 301 ein richtiger kleiner Europa-Empfänger“ machen ließe.



„Ganz Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger“. Plakatwerbung 1938. Abb. aus: Wolfgang König, Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. „Volksprodukte“ im Dritten Reich: Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft. Paderborn 2004, S. 82.

Vor dem Krieg schenkten die Nationalsozialisten dem Hören ausländischer Sender wenig Aufmerksamkeit. Es gab wohl Redakteure von NS-Rundfunkzeitschriften, die es bedauerten, ausländische Sendungen nicht am Überschreiten der deutschen Grenze hindern zu können, andererseits hoben ihre Blätter mit gewissem Stolz die VE-Kapazität zum Empfang ausländischer Sender hervor. Mit Kriegsbeginn wurde das Abhören ausländischer Sender als „Verbrechen gegen die nationale Sicherheit“ mit Zuchthausstrafe und die Verbreitung „feindlicher Nachrichten“ mit Todesstrafe geahndet. Den in Deutschland verbliebenen Juden verbot man jeglichen Rundfunkempfang und konfiszierte ihre Radios.