

Kay Hoffmann

## Bilby, Kenneth: The General

1989

<https://doi.org/10.17192/ep1989.1.5863>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hoffmann, Kay: Bilby, Kenneth: The General. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 6 (1989), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1989.1.5863>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## V HÖRFUNK

**Kenneth Bilby: The General. David Sarnoff and the rise of the communication industry.- New York: Harper & Row 1986, 326 S., \$ 20,95**

David Sarnoff wurde 1930 Präsident der Radio Cooperation of America (RCA) und leitete dieses Unternehmen bis 1967. Die Biographie seines engen Mitarbeiters Kenneth Bilby ist deshalb nicht nur eine typisch amerikanische Erfolgsstory, sondern zeichnet ebenso wichtige Kapitel der amerikanischen Mediengeschichte nach.

Als Sohn russischer Juden kam David Sarnoff 1900 mit neun Jahren in die Vereinigten Staaten. Neben der Schule verdingte er sich als Zeitungsjunge. Sein Vater erkrankte und deshalb mußte der Fünfzehnjährige für die Familie aufkommen. Er landete nicht wie gewollt in einer Zeitung, sondern als Laufbursche in einem Telegraphenbüro. Innerhalb weniger Jahre arbeitete er sich hoch und wurde mit 18 Jahren der jüngste Stationsmanager bei Marconi. Eine weitverbreitete Legende erzählt, daß er 1912 in dieser Funktion als erster Signale vom Untergang der 'Titanic' empfangen habe und die Rettungsaktionen in seiner Station konzentriert worden wären. Bilby hat bei aller Hochachtung immerhin soviel Distanz, diesen Anekdoten nachzugehen und kommt zu dem Schluß, "that no individual wireless operator and no single station monopolized the gathering and transmission of wireless intelligence concerning it" (S. 34). Ähnlich falsch ist es, Sarnoff als Gründer von RCA zu bezeichnen. Nach der Gründung von RCA durch General Electric wurden die Marconi-Angestellten, unter ihnen Sarnoff als 'commercial manager', übernommen.

Während des 1. Weltkrieges hatte die amerikanische Marine ein Monopol hinsichtlich drahtloser Kommunikation aufgebaut. Versuche, das Monopol nach Ende des Krieges aufrechtzuhalten, scheiterten. Rechte der Vermarktung wurden General Electric übertragen, was zur Gründung des Tochterunternehmens RCA führte. Anders als im Krieg übten sie aber nicht völlige Kontrolle aus, sondern verschiedene Patente waren auf mehrere Unternehmen verteilt. GE-Präsident Owen D. Young strebte als Lösung an, die Patente der Konkurrenten in einem Pool zu vereinen und beauftragte Sarnoff mit entsprechenden Verhandlungen, die erfolgreich abgeschlossen wurden. Ziel war die Produktion von Geräten für Punkt-zu-Punkt Kommunikation.

Bereits 1915 hatte Sarnoff in einem 'radio music box memorandum' vorgeschlagen, Musik in Haushalte zu bringen, d.h. diese Technik zur Massenkommunikation zu nutzen. Die Idee wurde zunächst nicht aufgegriffen. Erst 1921 erhielt er die Chance, sie mit der Live-Übertragung eines Boxkampfes in der Praxis zu erproben - mit durchschlagendem Erfolg. Massiv verteidigte er die Patentrechte von RCA und in den folgenden vier Jahren wurde die Basis für das heutige amerikanische Mediensystem gelegt. Zunächst sträubte sich Sarnoff gegen eine Kommerzialisierung des Radios; verursacht wurde sie durch Auseinandersetzungen um die Kontrolle des neuen Marktes zwischen der Telefon- und Radio-Industrie. Schließlich lautete Sarnoffs Lösungsvorschlag: "Put all stations of all parties (the radio group and the phone

company) into a broadcasting company which can be made self-supporting and probably revenue producing, the telephone company to furnish wires as needed" (S. 82). 1926 wurde mit der 'National Broadcasting Company' (NBC) das erste nationale Network geschaffen, das sich durch Werbung finanzieren sollte. Sarnoff wurde 1930 zum RCA-Präsidenten gewählt. Er zeichnete sich in erster Linie durch eine Weitsicht hinsichtlich neuer technologischer Entwicklungen aus.

Bereits Anfang der zwanziger Jahre war Sarnoff überzeugt von der künftigen Rolle des Fernsehens. Er unterstützte die Forschungen von Zworykin an einer rein-elektronischen TV-Technik. "By 1936 the pieces of the television system were beginning to fit together" (S. 125); 1939 kündigte Sarnoff die Aufnahme einer regulären Fernsehstrahlung an. Der Absatz der Fernseher blieb allerdings weit hinter seinen Erwartungen zurück. Es begannen Auseinandersetzungen um ein zukünftiges Farbfernsehen. CBS präsentierte 1940 ein mechanisches System; als Reaktion darauf arbeitete RCA an einem kompatiblen, vollelektronischen System, das sich dann Anfang der fünfziger Jahre durchsetzte.

Bilby präsentiert eine fundierte, wenn auch zum Teil anekdotische Darstellung sowohl der Person Sarnoffs als auch des amerikanischen Mediensystems. Trotz seiner Verbundenheit mit Sarnoff bewahrt er sich eine Unabhängigkeit, die sich gerade in der Schilderung der jüngsten Geschichte von RCA zeigt. Sehr ausführlich geht er auf die Persönlichkeit Sarnoffs ein, seinen napoleonischen Führungsstil und seine Marotten. Die Biographie ermöglicht einen umfassenden Einblick in die Strukturen der Kommunikationsindustrie. Offengelegt wird ihre enge Beziehung zum militärisch-industriellen Komplex. Bereits 1935 hatte Zworykins Team Möglichkeiten entwickelt, eine elektronische Kamera in die Spitze einer Rakete einzubauen. Sofort nach Kriegseintritt der Amerikaner erklärte Sarnoff seine Bereitschaft, RCA auf Kriegsproduktion umzustellen. Selbst nach dem Krieg investierte er in Forschungen, die Fernsehkamera auf dem Schlachtfeld einzusetzen. Er gierte nach militärischer Anerkennung, engagierte sich bei antikommunistischen Kampagnen und trug seinen Spitznamen 'the general' sicher nicht von ungefähr.

Kay Hoffmann