

Der Kurier des highfidelen Adels

Wer immer auch das letzte große Abenteuer der High Fidelity sucht, hat bei BTB die Qual der Wahl: Eine Million dieser glamourösen Glaskolben hält die Nürnberger Vertriebsgesellschaft auf Abruf bereit!

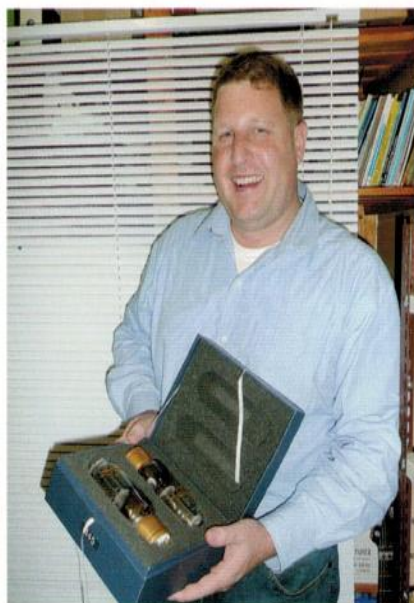
Wer je in der Fachpresse eine Geschichte über Röhrenverstärker gelesen hat, bekommt schon mal den Eindruck, dass hierin die letzte große Herausforderung der High Fidelity liegt. Die letzte Bastion der Freiheit für begabte Bastler, die das Abenteuer suchen. Geradezu wulustig wird da auf das Fehlen „jedes chipgesteuerten Komforts“ verwiesen, auf „New Old Stock“-Röhren, die womöglich – aber nicht immer – besser klingen könnten als ihre Pendants aus Neufertigung, auf Abdeckhauben, die ganz fehlen oder aber die Sicht auf schöne Röhren versperren, deren Lebensdauer naturgemäß beschränkt sei, auf „relativ hohen Heizstrombedarf“, der die Ökobilanz ganzer Stadtviertel ruinieren könnte, auf „Heizkostensparnis im Winter“ oder auf „unsachgemäße Behandlung, etwa „zu schnelles Aus- und Einschalten“. Was sind das für Geräte, die nicht bequem sind, nicht leicht zu handhaben? Und vor allem: Was sind das für Menschen, die so etwas Kompliziertes mögen?

Die beste Adresse, um kompetent Antwort auf all diese Fragen und zwar aus erster Hand zu erhalten,

liegt im Nürnberger Stadtteil Gostenhof. Dort, wo die Frankenmetropole jede Butzenscheibenputzigkeit verloren hat, einen Steinwurf entfernt von den ehemaligen Giganten Grundig und Quelle, eingerahmt von türkischen Gemüseläden, der Heilsarmee und dem Rochusfriedhof. Schmucklose Mietshäuser aus Sand- und Ziegelsteinbau auf altem Industrieboden. Im Souterrain eines Rückgebäudes in der Knauerstraße logiert die BTB Elektronik Vertriebs GmbH. In dieser Warenwelt des Glaskolbens fühlt man sich augenblicklich in das unterirdische Archiv der Stadtbibliothek hineinversetzt: Die ursprüngliche Architektur der kleinbürgerlichen Wohnung ist aufgelöst, die nunmehrige Ein-Raum-Firma ein Ort zwischen Regalgebirgen, Kartonage-Hügeln und steilen Stellwänden als wegweisenden Ori-

entierungshilfen. Was immer man an gezielter, professioneller Ordnung von Großbüchereien kennt, es wird mühelos von diesem Lager übertroffen, in dem gut 300 000 Röhren – alte wie neue, teure und billige, große wie kleine, serbische, russische, slowakische, chinesische, US-amerikanische, englische, deutsche – auf ihren Abruf warten. Weitere 700 000 hat BTB in seinem Zweitlager in Erlangen deponiert.

Chef-Bibliothekar, oberster Ordnungshüter und Lagerverwalter ist Michael Kaim in Personalunion. Jeans, blondes kurzes Haar, blaue Augen und ein Gesicht, das Gelassenheit ausstrahlt, aber auch das Eingebundensein in einen Zehn- und-mehr-Stunden-Arbeitstag verrät. Der 37-Jährige ist Alleingesellschafter der GmbH, seit 2002 macht er, was auch seine Vorgänger über



Auch Spezialitäten wie diese besondere 845 zählen zum Vertriebs-Repertoire



Eine umfangreiche Auswahl von Röhrenfassungen lagert ebenfalls in den Regalen

ein halbes Jahrhundert machten: Er kauft auf (abgesehen von der Neuware auch vieles bei Stilllegungen von Militärstützpunkten sowie Auflösungen von TV- und Radiogeschäften), hebt auf, sortiert, katalogisiert, verwahrt, misst, prüft, selektiert, liefert aus. Die drei Fotos neben der Eingangstür veranschaulichen seinen Exkurs in die Firmenhistorie. Der beginnt mit einem schwarzhaarigen Mittfünfziger unten links, der dem Besucher verhalten zulächelt – Eugen Queck, der Ahnherr von BTB. 1946 gründet der Flüchtling aus dem Osten Deutschlands seine Personengesellschaft „Eugen Queck Ingenieurbüro“. Er lässt Röhren herstellen, den Anfang macht die RV 12 P 2000 für das Heinzlmann-Radio, und verkauft sie en gros, an Firmen wie Grundig, Metz, Nordmende, Saba und Schaub

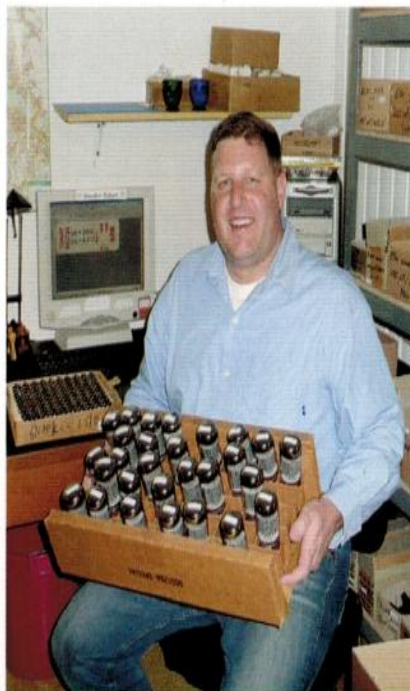
Lorenz. Bedarf und Nachfrage sind immens, Rundfunkgeräte hatten in jener Zeit Hochsaison. Das Geschäft boomt, Queck wird erst ein bisschen reich, dann sehr reich und schließlich eine geachtete und bekannte Person des öffentlichen Lebens in Nürnberg mit den entsprechenden Statussymbolen jener Jahre: ein 600er-Mercedes und ein eigener Chauffeur. Zehn Jahre später zählt er 130 Mitarbeiter plus zehn Außendienstler. 1959 kommt die erste Niederlassung in der Schweiz dazu, 1965 die zweite in Holland. Die Belegschaft wächst und wächst in dieser Wirtschaftswunderzeit. Doch Queck war nicht nur einer, der auf bekanntem Terrain erfolgreich expandieren kann, er erkannte auch weit vorausschauend die Zeichen der Zeit. Als Ende der 60er die Kunde von den neuartigen röhren-

losen Koffertransistorradios auftaucht, baut er kurzerhand sein zweites Standbein auf: Er führt als erster in Europa diese Kofferradios aus Japan ein, wird alleiniger Importeur für den gesamten europäischen Markt, Zulieferer für den Großhandel, der bei ihm auch die Transistoren selbst und andere passive Komponenten ordern kann. Mitte der 70er dann das vorläufige Aus für Quecks erstes Standbein: Die großen Hersteller bauen mittlerweile fast ausnahmslos röhrenlose Radios und Fernseher. Doch dafür brauchen sie weiterhin Ersatzteile, die sie nach wie vor in Nürnberg bestellen. Die Vertriebsgesellschaft lebt nun überwiegend vom Vertrieb der ICs, Transistoren, Dioden, Pasten, Gleichrichter. Eine Dekade später: Röhren beteiligen sich nur noch mit schlappen zehn Prozent am Umsatz, Queck löst seine Niederlassungen auf, verkauft sein Ingenieurbüro und verabschiedet sich in den Ruhestand, standesgemäß samt Mercedes und Chauffeur Richtung Schweiz.

Die Käufer seiner Personengesellschaft kennt der frischgebackene Privatier seit Jahrzehnten – es sind seine Mitarbeiter der ersten Stunde: die Buchhalterin Bergbauer, seine Assistentin Thomanek und der technische Leiter Ballwieser. Das Trio übernimmt nicht nur Lager, Messgerätepark und Kundenstamm, sondern auch die 15-köpfige Belegschaft. Das einzige, was die drei ändern, ist die Wirtschaftsform. Aus dem Ingenieurbüro wird eine GmbH mit den Anfangsbuchstaben ihrer Nachnamen in der Wortmar-



Ordnung muss sein: Röhrentypen gibt es nämlich wie Sand am Meer



Messen, prüfen, selektieren: Ungeprüfte Ware geht nicht in den Versand!

ke. Ansonsten machen Ballwieser, Bergbauer, Thomanek einfach da weiter, wo ihr Chef aufgehört hat. Das klappt auch die kommenden Jahre prima. Erst die 90er zwingen die Gesellschafter zu einer Kurskorrektur. Der ausufernde, hochkomplex gewordene Transistormarkt ist ihnen zu diffizil, zu unüberschaubar. Sie sind sich einig: Wir müssen

wieder mehr Röhren verkaufen!, zumal das Röhrenaltlager aus allen Nähten zu platzen droht. Aber an wen, wenn ihre Hauptklientel auch weiterhin auf passiven Komponenten besteht?! Also heißt die zweite Parole: Her mit neuen Märkten! Und man wurde zur eigenen Überraschung vielerorts fündig. Nämlich bei Rundfunkanstalten und Messla-

bors, der Medizin- und Automatisierungstechnik, bei der Industrieelektronik und Gitarrenverstärkerherstellern, selbst die High Fidelity, vor allem ihre rausgeputzte Schwester High End, meldet nach Jahren der Abstinenz wieder zaghaften Bedarf an Röhren an. Und in Nürnberg werden fleißig neue Kundenkarteikärtchen geschrieben, wobei der gute Ruf der Franken ihnen bei der Akquisition hilfreich zur Seite steht.



Mehrere Damen sind in der Röhrenprüfung und im Versand tätig



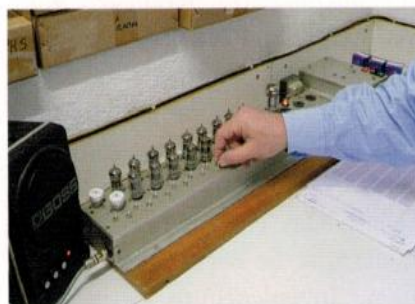
Eines der wichtigsten Hilfsmittel des Röhrenhändlers: Röhrendaten-Bücher



Röhren-Prüfgeräte und weitere externe Stromversorgungen sind unerlässlich



Natürlich offeriert BTB fein selektierte Endröhren-Paare und -Quartette



Viele Prüfgeräte wurden selbst gebaut; sogar Mikrofonie ist feststellbar!



Karten-Prüfgeräte (rechts) besitzen in der Röhrentechnik lange Tradition

Dann die Jahrtausendwende. Ballwieser und Thomanek haben längst das Rentenalter erreicht und wollen verkaufen. Sie fragen ihren freien Mitarbeiter, der für den Messpark zuständig ist, was man in Nürnberg halt so fragt, wenn eine Firmenübergabe ansteht: Mogst net weitermachn? Und Michael Kaim als gebürtiger Fürther antwortet, was vorsichtige Franken auf solche Fragen immer antworten: Naa, ich weiß net, ich trau mich net. Ein Jahr später jedoch traut er sich, der bisher „sehr zufrieden“ mit seinem Leben war. Jetzt kann sich der technische Betriebswirt und Informationstechnikermeister, damals noch als Kommunikationselektroniker mit einem „Supergehalt“ im Außendienst, gut vorstellen, „kreativ und sein eigener Herr“ zu sein. Ob er dabei genauso viel verdienen würde wie bei seinem Angestelltenjob, erschien ihm, der schon als Zehnjähriger an Radios rumgebastelt hat, am Ende der Bedenkzeit vielleicht nicht mehr so wichtig. Er wird Geschäftsführer und 2002 schließlich Alleingesellschafter. Als Erstes verabschiedet er sich von den längst unzeitgemäßen Karteikästen, führt in der Knauerstraße die EDV übergreifend ein

und implantiert als „wichtigste Investition“ ein ausgeklügeltes Warenwirtschaftssystem. Das hat sich in vielerlei Hinsicht ausgezahlt. Es verrät ihm und seinen fünf Mitarbeitern ohne langes Suchen, wo welche Röhre zu finden ist. Und es dient auch als Trendmesser: „Geht der Artikel rauf oder runter? Muss ich nachkaufen oder reicht der Bestand noch die nächsten 20 Jahre?“ Dass der Röhrenverstärker auf einen Boom 2004 zusteuerte, auch darauf hat ihn sein System lange zuvor aufmerksam gemacht.

„Wir sind der am breitesten aufgestellte Röhrenvertrieb in Europa“, sagt er nicht ohne Stolz. Und das nicht nur wegen ihres Lagerbestandes von immerhin einer kompletten Million Röhren, wovon lediglich ein Zehntel Neuware ist, sondern auch wegen der 2000 verschiedenen Typen, aus denen der Kunde wählen darf. Steht ihm der Sinn nach Fabrikneuem, ist die Wahl noch relativ einfach, er muss sich nur für eine der Marken wie Ei (Serbien), JJ (Slowakei), Svetlana (St. Petersburg), Sovtek (Russland) oder Shuguang/Sino (China) entscheiden. Will er dagegen etwas neuwertiges Altes, den so genannten New Old Stock (NOS), also Röhren, die vor Jahrzehnten produziert wurden und seitdem unberührt im Lager stehen, sollte er schon über solide technische Grundlagenkenntnisse verfügen. Denn bei BTB wird grundsätzlich alles aufgehoben, was vergangen und anderswo vergessen ist. Und so sollte der Kunde schon wissen, welchem von Kaims Museumsstücken er den Vorzug gibt. Soll es Siemens oder Telefunken sein, AEG, GE, ITT-Lorenz, Philips, RCA, Tesla, Valvo,

RFT oder doch lieber eine andere Ex-DDR-Type?

Nicht jeder Besitzer einer röhrenbestückten Komponente ist technisch so versiert, wie es sein Besitz nahelegt. Davon kann Kaim ein Lied singen. Einen großen Teil seines Zehn-Stunden-Arbeitstages verbringt er mit intensiven Beratungsgesprächen, die dann oft mit

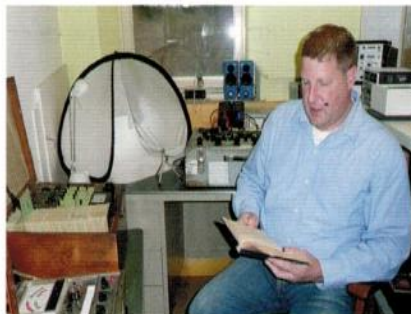
einer 15-Euro-Bestellung abschließen. Doch er beklagt sich nicht, das gehört, betont er, für ihn zum Dienst am Kunden. Dazu zählen auch Trafo-Sonderausführungen bis 300 Watt – auch die zählen zum Programm –, die Reparatur von Röhrengeräten jeder Art, das Vorhalten seltener Keramikfassungen. Und wenn einer seiner Industriekunden



Viele NOS-Röhren – aber auch gebrauchte Ware – entstammen Ankäufen



Nebenbei bietet BTB Instandsetzungen sowie eigens angefertigte Trafos an



Keine Röhre, die nicht geprüft werden könnte – da legt der Chef selbst Hand an



Michael Kaims „Giftschrank“: Seltenes, Rares, Spezielles und kleine Wunder ...



Die Prüfgeräte-Sammlung bei BTB ist auch für Kenner beeindruckend



Auch im Katalog: der große Bereich Senderöhren und Industrieröhren

sagt: „Ich brauch von dir genau die und die Spezialanfertigung“, dann wird er, nach intensiver Markt- und Kostenanalyse natürlich, zusammen mit seinem Lieblings-Röhrenhersteller JJ versuchen, solche Wünsche zu erfüllen. Wer wie Kaim den Dienst am Kunden großschreibt, der kommt um ein aufwendiges mehrstufiges Kontrollprogramm nicht herum, der muss vorsortieren, messen, prüfen, selektieren. Eine high-fidele BTB-Röhre darf erst dann auf Reisen gehen, wenn sie in allen Tests für gut befunden wurde. Und einen Teil der Mess- und Prüftechnik hat der Chef natürlich gleich selbst entwickelt.

Dieser über den reinen Vertrieb hinausgehende Service ist Teil des Firmenkonzepts von BTB. Und wahrscheinlich mit ein Grund, warum sich jemand in den Hochzeiten des Halbleiters in einer derart kleinen Marktnische behaupten kann. Nein, sagt der Hobbykoch und Amateurfunkler

Kaim, eigentlich nicht, wir spüren die Wirtschaftskrise nicht, unser Umsatz ist stabil. Nach wie vor beteiligen sich die Ersatzteile, die Sende- und Schaltrahren mit je zehn Prozent daran, HiFi mit immerhin 30 und die Gitarrenverstärker mit 40 Prozent. Die Verkaufspreise würden eine ganz andere Unterteilung nahelegen: BTBs teuerstes Stück ist eine 150-Kilowatt-Senderöhre für 150 000 Euro, an der untersten Grenze steht ein TV-Gleichrichter für 50 Cent. Die Ware für den Highender – die neue neue für den Hersteller genauso wie die neue alte für den Endverbraucher – liegt in der Regel im erschwinglichen zweistelligen Bereich und ist damit vergleichsweise billiger als vor 30 Jahren. Und das nur deshalb, weil sie aus Billiglohnländern stammt. Weil sie dort produziert wird, wo Handarbeit noch für ein paar Kopeken oder Heller zu kriegen ist und die Energiepreise niedrig sind – in Osteuropa oder Fernost. „250 Euro würde eine gängi-

ge Audioröhre kosten“, sagt Kaim, „wenn sie in Deutschland hergestellt würde.“

Nun ist aber die Röhre an und für sich kein popeliges T-Shirt und kein klebriger Reis, sondern ein kompliziertes technisches Industrieerzeugnis, bei dessen Herstellung Mechanik, Werkstoffkunde, Vakuumtechnik und Chemie Hand in Hand gehen. Und von denjenigen, die es produzieren, unbedingt beherrscht werden sollten. Wenn nicht, gibt es so unschöne Nebeneffekte wie Unterbrechungen, Glasbrüche und Kurzschlüsse. Wer also meint, er könne als Glaskolbenbauer alle Fünfe gerade sein lassen und nur eine dieser vier Fachdisziplinen etwas salopper sehen, irrt. Wie vor zehn oder 20 Jahren die asiatischen Hersteller, denen die Röhren-Community den so genannten China-Bölller zu verdanken hat. Ein Feuerwerkskörper der unfreiwilligen Art, der der highfidelen Kundschaft so lange um die Ohren flog, bis es Massenproteste hagelte und ein Umdenken im Reich der Mitte notwendig wurde. „Heute“, versichert Michael Kaim, „sind 99 Prozent aller Verstärkeröhren absolut sicher.“

Und was ist mit dem restlichen einen Prozent? Na ja, drinsitzen in der Röhre tut man halt doch nicht, lautet die lapidare Antwort. Nun ist die Eins keine besonders große Zahl, sie gewinnt aber immens an Größe, wenn man sich vor Augen hält, dass jährlich weltweit fünf Millionen neue Röhren auf den Markt geworfen werden. Das läppert sich. Zumal man der Röhre für sich genommen nicht ansieht, aus welchem Stall sie kommt. Nicht überall, wo Valve-Art oder Sino draufsteht, ist auch Sino oder Valve-



Noch immer verfügt BTB über einen erklecklichen Bestand an NOS-Ware



Ein paar Stücke entstammen der Privatsammlung und sind unverkäuflich

Art drin. Auch hier sind die Chinesen wieder die ungeniertesten Logo-Fälcher. Dadurch potenziert sich die Chance, einen China-Böller mit all seinen unangenehmen Nebenwirkungen zu erwischen, nochmals. Ein Röhrenliebhaber will aber eigene Entscheidungen treffen – und das kann er im Teamwork mit BTB, denn was hier rausgeht, ist geprüft, geprüft, geprüft. Als Besitzer einer Röhrenkomponente gehört man zwar automatisch zur Hautevolee der Audiophilen, doch in den Olymp wird nur der aufsteigen, der seinen Verstärker selbst bestückt hat. Das gilt als Königsdisziplin.

Draufgängertum als der herausragende Charakterzug von Röhrenhörern – kann man das so sagen? Die beiden Branchenkenner Michael Kaim und Roland Kraft zucken mit den Achseln. Anscheinend ist die Frage falsch gestellt. Zweiter Versuch. Vielleicht ein gewisser Hang zum Basteln und Tunen, dass man es sich eben gern schwerer als unbedingt nötig macht – ist es das? Auch nicht. Für den Tester Roland Kraft ist einerseits der Klang, andererseits manchmal auch eine Sammelleidenschaft, und zwar solche mit antiquarischem Einschlag, die Basis, damit aus einem normalen Highender mal ein richtiger Röhrenfan wird. Jeder Sammler weiß, er muss seine Schätze pfleglich behandeln, sonst wird aus dem Schatz bald Sperrmüll. Darüber sollte sich auch ein Röhrenverstärkerbesitzer im Klaren sein. Wenn nicht, wird die „endliche Lebensdauer des Bauteils Röhre“ noch kürzer als im Datenblatt ausgewiesen, üblich sind maximal zwei bis drei Jahre. Das ist jedoch nichts, was für den *image hifi*-Redakteur gegen die Röhre spricht:

„Wenn es etwas gibt, was sie als Nachteil hat, dann ist das die Mikrofonie.“ Und eventuell noch ihre Energiebilanz.

Was aber steht dann auf der Haben-seite des Glaskolbens? Ein einzigartiger, exzellenter Klang? Ja, stimmt Kaim zu, auf jeden Fall. Für ihn klingen Röhrenverstärker runder, weicher, einfach musikalischer als ihre Transistoren-Konkurrenz. Ach, hält Roland Kraft dagegen, das ist auch eine philosophische Frage. Wenn man sich mit Röhren wohler fühlt, kommt eben nichts anderes mehr infrage. Und womit sie erst recht nicht nachhaltigen Eindruck machen können, ist ein extravagantes oder zumindest elegantes Design. Jede Audio-Röhre, egal ob mit oder ohne Coke-Bottle-Schulter oben, sieht doch im Prinzip aus wie eine zu groß geratene stinknormale Haushaltsglühbirne. Hat diesen schlichten, man kann auch sagen: klassischen Look. Ist nicht Style und Schönheit, sondern pure Funktion. Das hat aber auch sein Gutes, denn es macht die Röhre universell einsetzbar. Mit diesem schnörkellosen Outfit passt sie überall hin. Auf Billy-Regale gleichermaßen wie in ein Art-Deco-Wohnzimmer, zu Gelsenkirchener Barock ebenso wie vor ein Biedermeier-Tischchen. Außerdem, wenn es stimmt, was die Bauhaus-Lehre behauptet, dass Schönheit und Funktionalität einander bedingen, dann ist sowieso jede Röhre schön. Denn gibt es etwas Funktionelleres als diese überdimensionalen hüllenlosen Glühbirnen?

Doch das Faszinierende an den Glaskolben ist nicht ihre äußere Schönheit, nicht einmal ihr leuchtendes, anheimelndes Feuer, das sie schon beim Warmlaufen versprühen

und jeden Kamin daneben alt aussehen lassen. Die Magie, der Zauber, der ihnen innewohnt, ist vielmehr historisch begründet, liegt in der rasanten Entwicklung der Technik. „Die Digitaltechnik ist verantwortlich für den momentanen Röhren-Hype“, ist Roland Kraft überzeugt. In die Langversion übersetzt heißt das: All die CD-Player, CDs und ihre Hersteller, sie haben den Audiophilen ihr liebstes Spielzeug weggenommen und ihnen nur Apparate in Kisten- und Kastenformat übriggelassen, lieb- und traumlose Funktionsgegenstände mit Waschmaschinen-Charakter und Eierkocher-Flair, Bits und Bytes, ja oder nein. Kein Wunder, dass wir uns in jene Vergangenheit zurücksehnen, als alles noch ein wenig komplizierter war, einen Tick Unzuverlässigkeit hatte und – vor allem – Eigeninitiative gefragt war. Und wenn es nur die Klangregelung ist, die uns mancher Röhrenverstärker zurückgibt. Allein damit lässt sich trefflich demonstrieren, wie wenig man mit der vorfabrizierten Welt der anderen HiFi-Hobbyisten zu tun haben möchte. Insofern hat der Umgang mit Röhrengeräten durchaus etwas Kultisches. Er steht für eine eigene Lebensart. Wer auf der Suche nach dem Röhrenglück ist, darf Risiken und Hindernisse nicht scheuen. Michael Kaim hilft dabei nach Kräften. „Ohne solche Firmen wie BTB würde die Szene nicht funktionieren“, sagt der professionelle Glückssucher Kraft. „Man kauft sich ja erst dann einen Röhrenverstärker, wenn die Ersatzteile gewährleistet sind. Und man weiß, hier kriege ich richtig gute Ware.“

Autorin: Dr. Petra Kirsch