

Ein einmaliges Archiv

Das wohl größte historische Werbefunk-Archiv in deutscher Sprache

Seit Januar verfügt die Regensburger Universitätsbibliothek über das wohl größte historische Werbefunk-Archiv in deutscher Sprache. Prof. E.H. Geldmacher, Honorarprofessor der Universität der Künste, Berlin, überließ diesen Teil seiner ehemaligen Berufspraxis der Universität Regensburg zu Lehr- und Forschungszwecken. Er hat sich vor seiner Tätigkeit in Berlin viele Jahre lang als Praktiker mit der Kreation und Produktion von Film, Funk und Fernsehen für Marken beschäftigt. Sein besonderes Anliegen galt der auditiven Kommunikation in allen ihren Dimensionen vom Text über die Musik und Dramaturgie bis zur Gestaltung von Merkbarkeiten.

U-Mail: Herr Prof. Geldmacher, welche Schätze umfasst das Archiv?

Prof. Geldmacher: Es handelt sich um rund 9.700 Tonbänder aus der Zeit von 1948 bis 1977 des Tonstudios Frankfurt und rund 2.500 Tonbänder aus der folgenden Zeit bis 1986 des Tonstudios „Fischer Studio Bad Homburg“. Es ist eine im Bereich der deutschsprachigen Rundfunklandschaft einzigartige Sammlung und Dokumentation verschiedenster Marken von Alele über Durodont und Maggi bis zu Zentis und Zuban. Wenn man sich ein bisschen mit historischer Werbung beschäftigt, weiß man, wie schwierig es heute ist, an „alte Spots“ heranzukommen. Oft sind sie überhaupt nicht aufbewahrt worden.

•• Fortsetzung von Seite 12

Empfangsvoraussetzungen allerorten gegeben waren.

Es gibt nun die einmalige Gelegenheit, die kommunikativen Prinzipien der „30-Sekunden-Dramaturgie“ von der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg bis in die 80er Jahre nachzuvollziehen. Bereits in den 50er Jahren war beispielsweise klar, dass Funkwerbung nicht aus abgelesenen Anzeigentexten besteht. Man kann studieren, mit welchen akustischen Mitteln im Zeitverlauf die „Bilder in die Köpfe“ gebracht wurden. Geräusche und Musik haben daran einen großen Anteil. Und man kann auch immer interessante Zeitbezüge feststellen. Manche Spots klingen heutzutage so aufdringlich, dass man das damit beworbene Produkt kaum kaufen würde. Man darf bei der Beschäftigung mit den Inhalten der Werbung nie vergessen: Es geht um das Ja des Konsumenten – und der hat viele Gesichter.

U-Mail: Können die Studenten nun einfach loslegen und die Bänder als Untersuchungsmaterial für Examensarbeiten verwenden?

Prof. Geldmacher: Im Prinzip ja. Hilfreich ist hierbei eine digitale Archiv-Kartei, die eine ehemalige Mitarbeiterin des Tonstudios Frank-



Prof. E. H. Geldmacher

U-Mail: Wo waren die Bänder bisher untergebracht?

Prof. Geldmacher: Das Bandarchiv lagerte in einem geschützten Raum, den die Bayerische Rundfunkwerbung in München dankenswerterweise zur Verfügung stellte. In Bayern sind Werbefunk und Werbefernsehen sozusagen nach dem Kriege „geboren“.

U-Mail: Was macht das Werbefunkarchiv für die Universität so interessant?

Prof. Geldmacher: Rundfunkwerbung war nach 1945 in Deutschland eine neue Möglichkeit für die wieder entstehende Markenartikel-Industrie, das „Wirtschaftswunder“ in Gang zu setzen. Die Faszination des Mediums Hörfunk setzte sich schnell durch, weil – anders als später beim Fernsehen – die technischen

•• siehe Seite 13

furt gerade noch zu Ende führt. Damit kann man dann per Computer einen guten Überblick über das Material bekommen und gezielt auswählen – z.B. nach Produktgruppen, nach Marken, nach Herstellern usw.

Das Archiv als Ganzes muss allerdings vor dem physischen Verfall gerettet werden, bevor man damit unbeschränkt arbeiten kann. Die Universität Regensburg hat sich glücklicherweise bereit erklärt, die Tonbänder des Historischen Werbefunkarchivs in absehbarer Zeit zu digitalisieren, so dass auch der direkte Zugriff per Computer möglich sein wird. Das spart Zeit bei den sonst sehr zeitaufwendigen Recherchen für eine Diplom- oder Doktorarbeit – es ist aber auch ein unmittelbares Erlebnis, an einem Kommunikationsgeschehen teilzunehmen und zu erfahren, was hat Oma eigentlich dazu gebracht, immer nur Persil zu kaufen...

Wen Werbung als Beispiel für den bunten Fächer der kommunikativen Möglichkeiten interessiert, der wird sicher einen Nutzen an diesem neuen Angebot der Universität Regensburg haben.

U-Mail: Herr Prof. Geldmacher, vielen Dank für das Gespräch.

Sandra Reimann