

Universitätsbibliothek Regensburg

**Digitalisierung des
Historischen Werbefunkarchivs
(HWA)**



Zwischenbericht für den Zeitraum
01.07.2005 – 30.06.2006

1	Allgemeine Angaben.....	3
1.1	Allgemeine Angaben	3
1.2	Bisher abgerufene Mittel	3
1.3	Aktueller Stand des Mittelabrufs aus früheren Bewilligungen.....	4
2	Angaben zum Projekt, Projektverlauf und zu den im Berichtszeitraum erreichten Projektergebnissen.....	4
2.1	Berichtszeitraum.....	4
2.2	Projektdarstellung.....	4
2.3	Arbeitsschritte im Berichtszeitraum	5
2.3.1	Fortsetzung der Digitalisierung der Tonbandaufnahmen	5
2.3.2	Optimierung der HWA-Datenbank.....	6
2.3.3	Entwicklung einer webbasierten Rechercheoberfläche	7
2.4	Eigenleistung.....	9
2.5	Besonderheiten des Projekts	9
2.6	Ergebnisse	9
3	Öffentlichkeitsarbeit	9
3.1	Veröffentlichungen	9
3.2	Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit.....	11
3.3	Initiativen / Pläne	12
4	Weitere Arbeiten und Planungen.....	12
5	Weitere Bemerkungen zum Vorhaben/Anregungen etc.	12
6	Unterschriften.....	13

1 Allgemeine Angaben

1.1 Allgemeine Angaben

Name des Projekts:

Digitalisierung des Historischen Werbefunkarchivs (HWA)

DFG-Aktenzeichen:

559 22(1)/04 Regensburg BIB25 REuv 01-01

Internetadresse des Vorhabens:

<http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/mmz>

Mit dem Erstantrag kalkulierte Gesamtdauer des Vorhabens:

2 Jahre

Projektbeginn / voraussichtlicher Abschluss der Arbeiten:

01.01.2005 - 30.06.2007

Erstbewilligung der DFG für dieses Projekt vom:

19.10.2004

Derzeit laufende DFG-Bewilligung vom:

19.10.2004

Aktueller Stand des Mittelabrufs aus der laufenden Bewilligung:

51.500,00 €

1.2 Bisher abgerufene Mittel

Wiss. BAT-Kräfte:

12.421,93 € (1/2 Stelle BAT IIa vom 01.08.2005 – 31.01.2006)

Sonstige BAT-Kräfte:

39.857,85 € (3/4 Stelle BAT VII vom 01.01.2005 – 15.08.2005, 1 Stelle BAT VIII vom 16.08.2005 – 15.02.2006, 1 Stelle BAT VII vom 16.02.2006 – 30.06.2006)

Stud./wiss. Hilfskräfte:

keine

Reisen:

592,00 €

Geräte:

keine

Mittelabruf von weiteren Bewilligungspositionen:

keine

Noch verfügbare Mittel aus der laufenden Bewilligung:

Personal: 20 PM BAT VII

1.3 Aktueller Stand des Mittelabrufs aus früheren Bewilligungen

Noch verfügbare Mittel (frühere Bewilligungen zum Vorhaben):

keine

2 Angaben zum Projekt, Projektverlauf und zu den im Berichtszeitraum erreichten Projektergebnissen

2.1 Berichtszeitraum

01.07.2005 - 30.06.2006

2.2 Projektdarstellung

Das Historische Werbefunkarchiv (HWA) an der Universität Regensburg stellt eine einzigartige Sammlung von Werbefunksendungen aus den Jahren 1948 bis 1987 dar. Werbesendungen werden von den Rundfunkanstalten in der Regel nicht aufbewahrt, obwohl es sich zweifellos um Dokumente großer Breitenwirkung handelt. In der Forschung sind daher Tondokumente gegenüber den entsprechenden

gedruckten Dokumenten oft vernachlässigt worden. Beim HWA handelt es sich um bisher wenig bekannte und schwer zugängliche Materialien. Die Hörfunkaufnahmen befinden sich auf ca. 8.000 analogen Magnettonbändern, die zum Teil erhebliche Alterungs- und Verschleißerscheinungen zeigen.

Erstes Ziel des Projekts ist die Langzeitarchivierung der Werbeaufnahmen. Da Magnettonbänder nur begrenzt haltbar sind und ein Teil der Bänder die durchschnittliche Lebensdauer bereits deutlich überschritten hat, ist eine Digitalisierung unverzichtbar. Für die Langzeitarchivierung sollen die Audiodaten im Wave-Format zusammen mit gescanntem Begleitmaterial und Metadaten gespeichert werden. Das Digitalisierungsverfahren, das vor Projektbeginn in einer Testphase von Oktober 2003 bis Januar 2004 bereits mit einem kleinen Teilbestand der Tonbänder entwickelt wurde, soll dabei weiterentwickelt und optimiert werden.

Ein weiteres Ziel des HWA-Digitalisierungsprojekts ist die Aufbereitung des Materials für die wissenschaftliche Nutzung. Über eine im Internet zugängliche Datenbank soll unmittelbar auf die digitalisierten Dokumente zugegriffen werden können. Dadurch sollen die Dokumente optimal recherchierbar und selektierbar und damit gezielt und rasch nutzbar werden. Die bisherige Erschließung der Tondokumente über eine MS-Access-Datenbank, die verschiedene Mängel und Inkonsistenzen aufweist, soll optimiert und auf eine für das Web geeignete Datenbank übertragen werden.

2.3 Arbeitsschritte im Berichtszeitraum

2.3.1 Fortsetzung der Digitalisierung der Tonbandaufnahmen

Die Digitalisierung der Magnettonbänder wurde im Berichtszeitraum kontinuierlich weitergeführt. 4.695 der 7.861 HWA-Tonbänder sind inzwischen digitalisiert (Stand: 30.06.2005).

Der Workflow, der für die Digitalisierung des HWA-Materials zu Projektbeginn entwickelt wurde, hat sich auch im weiteren Projektverlauf als zweckmäßig erwiesen und konnte ausgebaut und verfeinert werden.

Es war leider nicht möglich, den im Projektantrag kalkulierten Zeitbedarf für die Digitalisierung im zweiten Berichtszeitraum stringent einzuhalten, da zusätzlich zur Digitalisierung bereits zunehmend Nutzungsanfragen zu Werbespots aus dem HWA bearbeitet werden mussten.

Die Digitalisierung aller Tonbänder wird deshalb nach derzeitiger Einschätzung frühestens Mitte des Jahres 2007 abgeschlossen sein können.

2.3.2 Optimierung der HWA-Datenbank

Um die Auffindbarkeit der HWA-Digitalisate zu verbessern und eine problemlose Erweiterbarkeit der Datenbank zu ermöglichen, wurden die bestehenden Ordnungsnummern durch eine einheitliche fortlaufende Nummerierung ersetzt. Diese R-Nummer (Regensburg-Nummer) dient als zentrale Zuordnung der Datenbankeinträge zu den digitalisierten Bändern. Nachdem die Zuordnung Band – Datensatz in der früheren MS-Access-Datenbank nicht eindeutig war, wird auf diesem Weg die nötige Flexibilität erreicht. Neben einer automatischen Erkennung der R-Nummer-Zuordnung wurde eine webbasierte Oberfläche erstellt, mit der diese Verbindungen gegebenenfalls händisch korrigiert werden können.

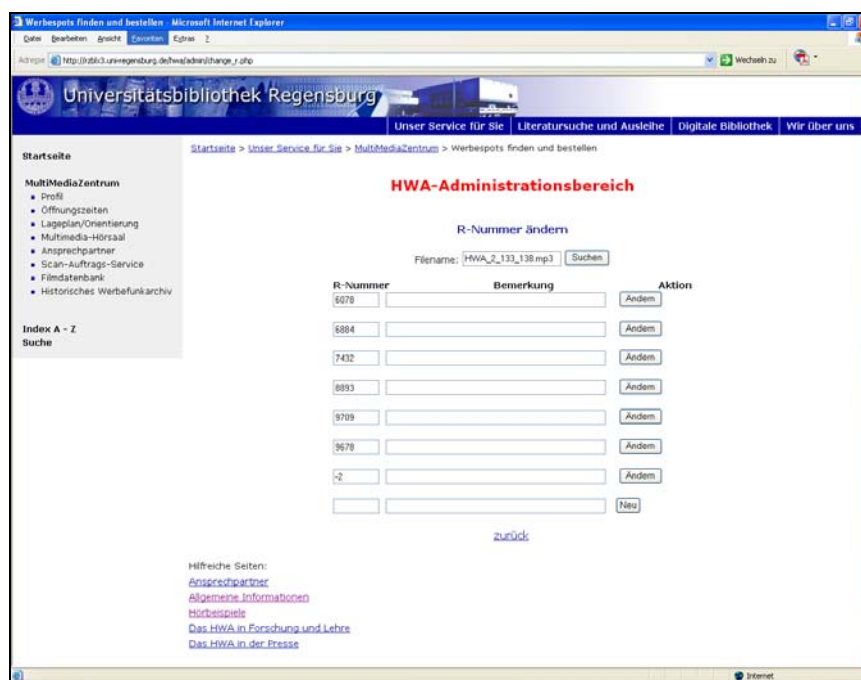


Abbildung 1: Der Administrationsbereich der HWA-Datenbank

Um die teilweise lückenhafte inhaltliche Erschließung der Datensätze durch Metadaten – zusätzlich zur gezielten Ergänzung der Erschließungsdaten durch HWA-Mitarbeiter – zu verbessern, wurde ein Annotationssystem entwickelt, das auf die Stärke kollaborativer Erschließung durch wissenschaftliche Fachkreise setzt.

Zu diesem Zweck gibt es für jeden HWA-Datensatz ein freies Bemerkungsfeld, in das jeder Datenbanknutzer zusätzliches Wissen eintragen kann. Die Bemerkungen werden redaktionell durch das HWA-Team geprüft und dann mittels einer Administrationsoberfläche frei geschaltet. Bei der Recherche werden diese Anmerkungen dann zukünftig mit einbezogen. Das Annotationssystem, das in Anlehnung an im WWW bereits in vielen Zusammenhängen erfolgreich eingesetzte Wiki-Systeme zur kollaborativen Erschließung entwickelt wurde, befindet sich derzeit im Teststadium und soll ab WS 2006/07 eingesetzt und auf seine Akzeptanz geprüft werden.

Dr. OETKER PUDDINGPULVER	gru	17.01.06 14:31	13.07.06 15:35	Sprecher: Hansi Hinterseher	  
Industrieplatten- Produktion	gru	18.01.06 11:36	18.01.06 11:36	Werbung von Polydor z. Herst. v. Schallplatten: "Er ruft an" Man hört die eine Hälfte eines heiteren bis zärtlichen Dialogs.	  
PETER STUYVESANT Extra leicht	gru	20.01.06 14:04	20.01.06 14:04	Die Peter Stuyvesant lindert die diversen Unannehmlichkeiten am Montag.	  
STERN	gru	25.01.06 15:46	25.01.06 15:46	Leider kommt der neue "Stern" erst morgen, vorher müssen sich alle langweilen und gähnen.	  
STERN	gru	25.01.06 15:48	25.01.06 15:48	Hier wird mit witzigen kleinen Gedichten für den "Stern" geworben.	  
PER&IL	gru	17.05.06 11:42	11.07.06 14:20	Sprecher: Jürgen von Manger	  
BÄRENMARKE	gru	17.05.06 13:33	17.05.06 13:33	Sprecher: Luis Trenker	  
Melitta	gru	21.06.06 10:39	11.07.06 14:22	Sprecher imitiert Hans Moser	  
BLENDAX Anti- Belag	gru	13.07.06 15:23	13.07.06 15:23	Ausführungen zu akustischen Markenzeichen mit Beispielen (Geldmacher)	  
Blend-a-med	gru	12.07.06 13:55	12.07.06 13:55	Das Band mit Werbung für Blendax enthält mehrere bekannte Musikstück von Beethovens 5. bis zum Riverkwa-Marsch, am Ende hört man Regieanweisungen und Kommentare von Sprechern	  

Abbildung 2: Das Annotationssystem der HWA-Datenbank

2.3.3 Entwicklung einer webbasierten Rechercheoberfläche

Ein wesentlicher Aspekt der Nutzung des HWA ist die Möglichkeit der schnellen und effektiven Suche nach Werbespots in der HWA-Datenbank. Zu diesem Zweck wurde eine webbasierte Rechercheoberfläche für die Datenbank entwickelt, die vier verschiedene Recherche-Einstiegsmodi bietet und so die verschiedenen Nutzungsinteressen reflektiert.

Bei der „einfachen Suche“ ist der Einstiegspunkt ein einziges Suchfeld, in dem über Schlüsselbegriffe die am häufigsten genutzten Felder der Datenbank abgefragt werden. Für intensivere Recherchen steht die „erweiterte Suche“ zur Verfügung, bei der zusätzliche Einschränkungen wie die Angabe des Datums oder des Musiktitels

möglich sind. Der „Expertenmodus“ erlaubt den Zugriff auf alle Felder der Datenbank und ist für sehr spezialisierte Rechercheanfragen zuständig, die eine gewisse Kenntnis der Struktur der Daten voraussetzen. Sie wird vor allem von Mitarbeitern des HWA-Teams und für die intensive wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den HWA-Daten eingesetzt. Die vierte Zugangsmöglichkeit besteht darin, die Daten nach bestimmten Kategorien, z. B. Produktgruppe, Marke oder Jahr, zu durchblättern (browsen), um sich einen groben Überblick über die vorhandenen Spots zu verschaffen.

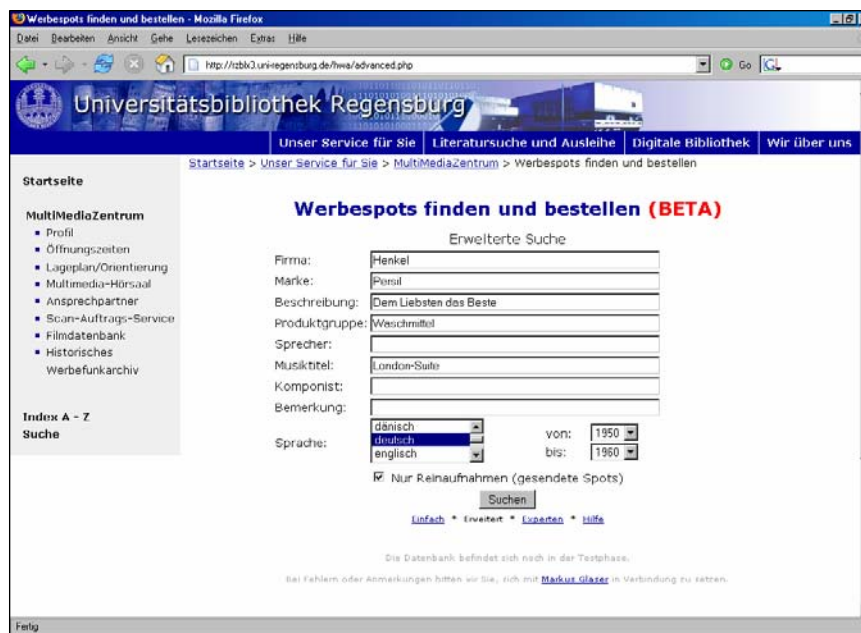


Abbildung 3: Die erweiterte Suche in der HWA-Datenbank

Die Ergebnisse der Recherche werden zunächst in einer Trefferliste ausgegeben, die auch die Gesamtanzahl der Treffer bzw. Spots zur statistischen Auswertung mit angibt. In der Einzelansicht können alle verfügbaren Informationen zu einem Band abgerufen werden.

Im weiteren Projektverlauf ist geplant, die Audiodateien direkt per Streaming-Verfahren unter Beachtung der urheberrechtlichen Gegebenheiten zugänglich zu machen. Entsprechende Tests laufen bereits.

2.4 Eigenleistung

Die im Antrag beschriebenen Eigenleistungen wurden erbracht. Darüber hinaus wurden die im Zwischenbericht 01.01.05-30.06.05 unter 2.4 erwähnten Eigenleistungen erbracht. Darüber hinaus ist kontinuierlich eine halbe Kraft BAT VII aus eigenen Mitteln bezahlt worden. Technische Ausstattung, Verbrauchsmaterial, Projektkonzeptions- und Projektmanagementressourcen wurden von der UB Regensburg eingebracht und im Rahmen des Projektes genutzt.

2.5 Besonderheiten des Projekts

Eine Besonderheit des Projekts liegt in der bereits seit Projektbeginn regen Nachfrage der Öffentlichkeit nach Tondokumenten aus dem HWA-Bestand. Dieses Interesse stellt zum einen eine positive Rückmeldung zum Nutzen des Digitalisierungsvorhabens dar, zum anderen erschwert es bisweilen die Abarbeitung der einzelnen Arbeitsschritte in der ursprünglich geplanten Reihenfolge und verzögert die stringente Durchführung der Digitalisierung.

2.6 Ergebnisse

Die bisher vorliegenden Projektergebnisse sind für Nutzer bereits im WWW zugänglich: <http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/mmz>. Im Berichtszeitraum wurde die Rechercheoberfläche der HWA-Datenbank unter dem Menüpunkt „Werbespots finden und bestellen“ in den Webauftritt eingebunden.

Die Zugriffshäufigkeit/Nutzungsintensität wird bisher noch nicht gemessen.

3 Öffentlichkeitsarbeit

3.1 Veröffentlichungen

Auch im zweiten Berichtszeitraum des HWA-Projekts konnten zahlreiche Veranstaltungen, Publikationen und Beiträge zur Bekanntmachung und Verbreitung des Projekts initiiert werden:

Tabelle 1: Öffentlichkeitswirksame Aktivitäten für das HWA

Datum	Art	Titel
Oktober 2005	Artikel im <i>Bibliotheksforum Bayern</i>	Gabriele Gerber, Nike Gräfin von Harrach und Sandra Reimann: Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. In: <i>Bibliotheksforum Bayern</i> 33 (2005) 2, S. 175-181.
22. Februar 2006	Veranstaltung an der Universitätsbibliothek Regensburg	Vorstellung des Historischen Werbefunkarchivs: Geschichte, Bedeutung, Digitalisierung, Recherchemöglichkeiten, Einsatz in Forschung und Lehre.
7. März 2006	Tag der offenen Tür an der Universitätsbibliothek Regensburg (im Rahmen der Preisverleihung „Ort im Land der Ideen 2006“)	Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs mit Informationsstand und Hörbeispielen.
April 2006	Buchveröffentlichung	Faszination Hörfunkwerbung – im Wandel: Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg / Hrsg. Sandra Reimann. – Regensburg: edition vulpes, 2006. – 119 S. – ISBN 3-939112-10-0. 
18.-19. April 2006	Interdisziplinäres Symposium „Werbung hören“ an der Universität Regensburg	Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs mit Informationsstand und Vortrag.
23. April 2006	Hörfunkbeitrag Bayern 5 (3:40 min)	Beitrag im „Medienmagazin“ über das HWA mit Beispielspots.

11. Mai 2006	Beitrag im Internet-Reportage-Service <i>OstBayernExtra</i>	Jens Henning: Ein „Wiederhören“ mit HB-Männchen, Pril-Ente und Hustinetten-Bär. In: <i>OstBayernExtra</i> . – http://www.ostbayernextra.de/55.0.html .
7. Juni 2006	Publikation Masterarbeit	Gabriele Gerber: Das Historische Werbefunkarchiv – ein Digitalisierungsprojekt der Universitätsbibliothek Regensburg. Berlin: Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft der Humboldt-Universität zu Berlin, 2006. – (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, 185). – http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h185/ .
28. Juni 2006	Interdisziplinäres Treffen an der Universität Regensburg zum Thema „Forschungen zur Werbung“	Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs, Überlegungen zu interdisziplinärer Zusammenarbeit auf der Grundlage des Projekts, Gründung des RVW – <i>Regensburger Verbund für Werbeforschung</i> (Deutsche Sprachwissenschaft, Medienwissenschaft, Vergleichende Kulturwissenschaft, Wirtschaftswissenschaft, Musikwissenschaft).
28. Juni 2006	Veranstaltung an der Universitätsbibliothek Regensburg	Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs für Mitarbeiter der Regensburger Firmen Broadcast-Future Medien- und Rundfunkservice GmbH und P&P Studios.

3.2 Ergebnisse der Öffentlichkeitsarbeit

Das Interesse an digitalisierten Werbespots aus dem Historischen Werbefunkarchiv war weiterhin sehr groß. Im Berichtszeitraum hat das HWA-Projektteam 33 Anfragen zum Funkarchiv bearbeitet. Es handelte sich dabei um Anfragen unterschiedlicher Art (siehe beiliegende Liste). Besonders intensiv wurde das Material im Berichtszeitraum von Studierenden unterschiedlicher Fachrichtungen genutzt, die Studienarbeiten auf der Grundlage von Werbespots aus dem HWA anfertigten. Beispielsweise entstand an der TU München im Rahmen des Masterstudiengangs Consumer Science die Arbeit „Kühlschrank und Lebensmittelkonsum? Eine historische Studie zur Entwicklung der Konsumgesellschaft in der Bundesrepublik“ sowie am Lehrstuhl Deutsche Sprachwissenschaft der Universität Regensburg die Magisterarbeit „Waschmittelwerbung des Hörfunks im diachronen Vergleich“. Insgesamt wurden 12 Semester-, Diplom-, Master- und Doktorarbeiten betreut. Darüber hinaus hat sich am Ende des Berichtszeitraumes eine interdisziplinär arbeitende Forschergruppe konstituiert (vgl. unter Punkt 6).

3.3 Initiativen / Pläne

Die Öffentlichkeitsarbeit für das Historische Werbefunkarchiv wird auch im weiteren Projektverlauf in der begonnenen Form weitergeführt werden.

4 Weitere Arbeiten und Planungen

Folgende Arbeitsschritte stehen bis zum Abschluss des Projekts noch an:

- Fortführung der Digitalisierung der Tonbänder (bis ca. Mitte 2007)
- Bereitstellung der Audiodateien im Internet, Implementierung einer Streaming-Lösung, Entwicklung eines Workflows für Bestellungen von Werbespots aus dem HWA (August 2006–Dezember 2006)
- Optimierung des kollaborativen Annotationssystems (August 2006–Dezember 2006)
- Ergänzung und Zuordnung von Metadaten zur Verbesserung von Recherche, Management und Langzeitarchivierung der Digitalisate (August 2006–Dezember 2006)
- Verbesserung der Erschließung (bis ca. Mitte 2007)

5 Weitere Bemerkungen zum Vorhaben/Anregungen etc.

Verschiedene Möglichkeiten der Ausweitung und Kooperation zeichnen sich in Zusammenhang mit dem Digitalisierungsprojekt HWA ab:

- Aufbereitung der Werbefunksammlung des Tonstudios „OPUS-multimedia.net“, Neuwied (Schenkung an die Universität Regensburg; ca. 15.000 Medien mit Werbespots aus den Jahren 1986–2000)
- Zusammenarbeit mit dem Deutschen Filminstitut, Wiesbaden, in Bezug auf Werbefilme (einheitliche Recherche- und Bestelloberfläche für Werbespots aus Radio und Fernsehen)
- Übernahme historischer Fernsehwerbung vom Bayerischen Rundfunk und Norddeutschen Rundfunk (mehrere hundert ½-Zoll-Videokassetten mit jeweils ca. 50-100 Werbespots pro Band aus den letzten 20 Jahren; inkl. technisches Equipment zum Abspielen der Bänder)

- Auswertungsprojekte zu interdisziplinären, interkulturellen und semiotisch-methodischen Fragestellungen in Kooperation mit dem *Regensburger Verbund für Werbeforschung* sowie europäischen Universitäten

6 Unterschriften

Projektleiter:

.....

Dr. Friedrich Geißelmann
Ltd. Bibliotheksdirektor der Universitätsbibliothek Regensburg
Universitätsstr. 31
93053 Regensburg
Tel.: 0941/943-3901
Fax: 0941/943-3285
E-Mail: friedrich.geisselmann@bibliothek.uni-regensburg.de

.....

Prof. Dr. Albrecht Greule
Universität Regensburg
Lehrstuhl für Deutsche Philologie (Deutsche Sprachwissenschaft)
Universitätsstr. 31
93053 Regensburg
Tel.: 0941/943-3444
Fax: 0941/943-2927
E-Mail: albrecht.greule@sprachlit.uni-regensburg.de