



Universität Regensburg

Digitalisierung des Historischen Werbefunkarchivs (HWA)



DFG-Abschlussbericht

Projektlaufzeit: 01.01.2005 – 31.03.2008

Projektleiter:

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

Universitätsbibliothek Regensburg,
01.01.2005 – 31.03.2008: Ltd. Bibliotheksdirektor a. D. Dr. Friedrich Geißelmann,
ab 15.10.2008: Ltd. Bibliotheksdirektor Dr. Rafael Ball,
Universitätsstr. 31, 93053 Regensburg, Tel. 0941/943-3901, Fax: 0941/943-3285,
E-Mail: rafael.ball@bibliothek.uni-regensburg.de

Inhaltsverzeichnis

1	Allgemeine Angaben.....	4
1.1	Formale Angaben zum Projekt.....	4
1.2	Mittelverwendung der DFG-Fördersumme	4
1.3	Vorträge, Präsentationen und Veröffentlichungen.....	5
2	Arbeits- und Ergebnisbericht.....	9
2.1	Ausgangsfragen und Zielsetzungen des Projekts	9
2.2	Arbeitsschritte und Darstellung der erreichten Ergebnisse.....	10
2.2.1	Digitalisierung der Tonbandaufnahmen	10
2.2.2	Optimierung der Erschließung.....	12
2.2.3	Präsentation und Angebot der Digitalisate im Internet	14
2.2.4	Digitalisierung der Sammlung „Spremberg“	17
2.3	Eigenleistungen.....	18
2.4	Besonderheiten des Projekts	18
2.5	Einbindung des Projekts in Forschung und Lehre	19
2.5.1	Lehrveranstaltungen	17
2.5.2	Wissenschaftliche Qualifikationen.....	20
2.5.3	Zusammenarbeit mit Werbeforschung und -praxis	22
3	Perspektiven.....	24
4	Zusammenfassung	24
5	Unterschriften.....	26

1 Allgemeine Angaben

1.1 Formale Angaben zum Projekt

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/hwa.htm>

Projektlaufzeit:

01.01.2005 - 31.03.2008

Erstbewilligung der DFG für dieses Projekt vom:

19.10.2004

Mittelabruf aus der Bewilligung:

102.772,30 €

1.2 Mittelverwendung der DFG-Fördersumme

<i>Personalkosten</i>	102.241,30 €
Wiss. BAT-/TVL-Kräfte	12.427,10 €
Sonstige BAT-/TVL-Kräfte	89.814,20 €
<i>Reisekosten</i>	531,00 €
<i>insg. verwendete Mittel</i>	<u>102.772,30 €</u>

1.3 Vorträge, Präsentationen und Veröffentlichungen

2008

Gerber, Gabriele; Grundl, Ursula (01.10.2008): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Präsentation für die Firmen „Broadcast-Future Medien- und Rundfunkservice GmbH“, Regensburg, und „Radiozentrale GmbH“, Berlin. Veranstaltung vom 01.10.2008. Broadcast-Future GmbH Regensburg.

Geuß, Fabian (18.04.2008): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg – Audio-Dokumente aus vier Jahrzehnten Radiogeschichte. Vortrag Mediaberatertag. Veranstaltung vom 18.04.2008. Regensburg. Veranstalter: Broadcast-Future Medien- und Rundfunkservice GmbH. Online verfügbar unter http://www.broadcast-future.de/desktopdefault.aspx/tabid-248/295_read-58476/, zuletzt geprüft am 23.06.2008.

Historisches Werbefunkarchiv (2008). (Wikipedia-Artikel). Online verfügbar unter http://de.wikipedia.org/wiki/Historisches_Werbefunkarchiv, zuletzt aktualisiert am 19.06.2008, zuletzt geprüft am 20.06.2008.

Historisches Werbefunkarchiv (HWA) (2008). (Offizielle Webseite). Online verfügbar unter <http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/mmz/hwa.htm>, zuletzt aktualisiert am 22.01.2008, zuletzt geprüft am 20.06.2008.

Reimann, Sandra (2008): Werbung hören. Beiträge zur interdisziplinären Erforschung der Werbung im Hörfunk. Münster: Lit (Medien, 17).

2007

Das geht ins Ohr! Historische Radiospots der 50er, 60er und 70er Jahre. Eine Audiopräsentation der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien in Zusammenarbeit mit dem Historischen Werbefunkarchiv Regensburg für die Lokalrundfunktage Nürnberg. Veranstaltung vom 03./04.07.2007. Messezentrum Nürnberg.

Gerber, Gabriele (06.02.2007): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs für den Münchner Arbeitskreis für Information und Dokumentation. Veranstaltung vom 06.02.2007. Fachhochschule München.

Gerber, Gabriele (01.02.2007): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Vorstellung des Historischen Werbefunkarchivs im Rahmen des Blockseminars "Archive und ihre kulturelle Überlieferung" der Studieneinheit Informationskompetenz im WS 2006/07. Veranstaltung vom 01.02.2007. Universität Regensburg.

Gerber, Gabriele; Grundl, Ursula; Florian, Christine; Reimann, Sandra (25.07.2007): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Präsentation im Rahmen der Sommerakademie für Deutsch-Lehrende osteuropäischer Hochschulen. Veranstaltung vom 25.07.2007. Universität Regensburg.

Das Historische Werbefunkarchiv - ein Projekt der Universitätsbibliothek Regensburg. Präsentation anlässlich der Einweihung der Leseterrasse der Universitätsbibliothek Regensburg. Veranstaltung vom 18.07.2007. Universitätsbibliothek Regensburg.

Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Beitrag zu der Ausstellung "40 Jahre Forschung und Lehre an der Universität Regensburg". Veranstaltung vom 09.11.2007-31.03.2008. Universität Regensburg.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Bayernmagazin". Ausgestrahlt am 09.11.2007, 17:00-19:00 Uhr, 2 Min. 26 Sek. Bayern 1.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Medienmagazin". Ausgestrahlt am 18.07.2007, 4 Min. 5 Sek. Bayern 5.

Krumbholz, Tanja (2007): Tausendmal gehört. In: Mittelbayerische Zeitung, Wochenendbeilage (nr. sieben) zum Thema „Hören“, 24.-25.11.2007.

Schroll-Decker, Irmgard; Gerber, Gabriele (2007): Vorm Radio. In: Altenpflege, Jg. 32, H. 4, S. 34–36.

2006

Gerber, Gabriele (2006): Das Historische Werbefunkarchiv. Ein Digitalisierungsprojekt der Universitätsbibliothek Regensburg. Berlin: Inst. für Bibliotheks- und Informationswiss. (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, 185). Online verfügbar unter <http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h185/>, zuletzt geprüft am 19.06.2008.

Gerber, Gabriele; Grundl, Ursula; Glaser, Markus; Reimann, Sandra (22.06.2006): Das Historische Werbefunkarchiv (HWA) an der Universität Regensburg. Mittwochs-Infotage der Universitätsbibliothek Regensburg. Veranstaltung vom 22.06.2006. Universität Regensburg. Veranstalter: Universitätsbibliothek Regensburg.

Gerber, Gabriele; Reimann, Sandra (2006): Weißer Riese und Persil-Frau. Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. In: Blick in die Wissenschaft, Jg. 15, H. 18, S. 56–61.

Gressner, Christian (2006): Wann ist Werbung gut oder schlecht? Ein Symposium bringt Wissenschaftler und Praktiker der Hörfunkwerbung zusammen. In: Mittelbayerische Zeitung, 20.04.2006.

Henning, Jens (2006): Ein "Wiederhören" mit HB-Männchen, Pril-Ente und Hustinetten-Bär. Beitrag im Internet-Reportage-Service OstBayernExtra. Online verfügbar unter <http://www.ostbayernextra.de/55.0.html>, zuletzt aktualisiert am 11.05.2006, zuletzt geprüft am 20.06.2008.

Das Historische Werbefunkarchiv (HWA) an der Universität Regensburg. Präsentation für die Regensburger Firmen "Broadcast-Future Medien- und Rundfunkservice GmbH" und "P&P Studios". Veranstaltung vom 28.06.2006. Universitätsbibliothek Regensburg.

Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Ausstellung "Sarotti, Rama und Persil - Historische Werbung in Europa". Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs mit Informationsstand und Hörbeispielen anlässlich der Ausstellungseröffnung. Veranstaltung vom 29.11.2006. Oberpfälzer Volkskundemuseum Burglengenfeld.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Medienmagazin". Ausgestrahlt am 23.04.2006, 3 Min. 36 Sek. Bayern 5.

Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs mit Informationsstand und Hörbeispielen anlässlich der 1. Bayerischen Bibliotheksnacht an der Universitätsbibliothek Regensburg. Veranstaltung vom 21.10.2006. Universitätsbibliothek Regensburg.

Pril, Maggi und Co. lagern im Keller der Universität. Mehr als 50.000 Spots schlummern im Funkarchiv für Werbung (2006). In: Regensburger Wochenblatt, 12.07.2006.

Reimann, Sandra (Hg.) (2006): Faszination Hörfunkwerbung - im Wandel. Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. Regensburg: ed. vulpes.

Reimann, Sandra (2006): Hörfunkwerbung unter der Lupe. Ein Symposium vereint Wirtschaft und Wissenschaft. In: U-Mail - Regensburger Universitätszeitung, Ausgabe 4, 2006, S. 12–13. Online verfügbar unter http://www.uni-regensburg.de/Universitaet/RUZ/04_01_5.pdf, zuletzt geprüft am 19.06.2008.

Von Alete bis Zentis - Schätze aus dem Historischen Werbefunkarchiv. Präsentation des Historischen Werbefunkarchivs mit Informationsstand und Hörbeispielen. Tag der offenen Tür an der Universitätsbibliothek Regensburg im Rahmen der Preisverleihung "Ort im Land der Ideen 2006". Veranstaltung vom 07.03.2006. Universitätsbibliothek Regensburg.

Werbung hören. Interdisziplinäres Symposium an der Universität Regensburg. Veranstaltung vom 18.-19.04.2006. Universität Regensburg. Veranstalter: Lehrstuhl für deutsche Sprachwissenschaft der Universität Regensburg; MultiMediaZentrum der Universitätsbibliothek Regensburg.

2005

Dietz, Thomas (2005): Grüße von HB-Männchen, Pril-Ente und Hustinetten-Bär. "Hörfunkwerbung im Wandel": Ein ziemlich verführerischer Abend. In: Mittelbayerische Zeitung, 15.06.2005.

Gerber, Gabriele; Harrach, Nike Gräfin von (2005): Das Historische Werbefunkarchiv der Universität Regensburg. In: Bibliotheksforum Bayern, Jg. 33, H. 2, S. 175–181.

Harrach, Nike Gräfin von (2005): Dem Liebsten das Beste, der Wäsche Persil. Der "Mehr sog i net"-Effekt: Hörfunkwerbung im Wandel beim Verein Deutsche Sprache. In: Donau-Post, 16.07.2005.

Harrach, Nike Gräfin von (2005): Der Weg zu den "Megaperls". Universität präsentiert Hörfunkwerbung im Wandel. In: Donau-Post, 07.06.2005.

Reimann, Sandra; Harrach, Nike Gräfin von; Lang, Carolyn; Geuß, Fabian: Das Historische Werbefunkarchiv (HWA) an der Universität Regensburg. "Hörfunkwerbung im Wandel - Wie man damals Kunden verführte... und womit man sie heute lockt". Veranstaltung vom 13.06.2005. Regensburg, Haus der Begegnung der Universität Regensburg. Veranstalter: Verein Deutsche Sprache Regensburg; Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft der Universität Regensburg; Universitätsbibliothek Regensburg.

Was waren das noch für Werbezeiten. Die Universitätsbibliothek Regensburg beherbergt mit dem Historischen Werbefunkarchiv eines der größten Archive seiner Art. In: Sweets Global Network, Jg. 43, H. 2, S. 94–95.

2004

Brielmaier, Peter (2004): Tonband-Schätze mit Werbespots in der Uni-Bibliothek. Regensburg hat sich das wertvolle Werbefunkarchiv mit über 10.000 Tonbändern aus der Nachkriegszeit gesichert. In: Mittelbayerische Zeitung, Ausgabe 04/2003, 03.07.2004, S. 12–13. Online verfügbar unter http://www.uni-regensburg.de/Universitaet/RUZ/04_03_5-mz-S1-35.pdf, zuletzt geprüft am 20.06.2008.

Einweihung des Historischen Werbefunkarchivs an der Universität Regensburg. Offizieller Festakt an der Universität Regensburg mit Vorträgen, Hörbeispielen und musikalischem Rahmenprogramm. Veranstaltung vom 19.07.2004. Universität Regensburg.

Fernsehbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "TVA-Journal". Ausgestrahlt am 19.07.2004. 2 Min. 30 Sek., TVA Ostbayern.

Gerber, Gabriele; Harrach, Nike Gräfin von (2004): Startschuss für das Historische Werbefunkarchiv. In: U-Mail - Regensburger Universitätszeitung, Ausgabe 5, 2004, S. 8. Online verfügbar unter <http://www.uni-regensburg.de/Universitaet/RUZ/uMail/504H1/UM5-04.pdf>, zuletzt geprüft am 19.06.2008.

Gerber, Gabriele; Harrach, Nike Gräfin von (2004): Startschuss für das Historische Werbefunkarchiv (HWA). In: UBR intern, Ausgabe August, 2004, S. 1.

Harrach, Nike Gräfin von (2004): Des Wortes Flüchtigkeit in Text gebannt. Universität Regensburg feierte die offizielle Einweihung des Hörfunkwerbearchivs. In: Donau-Post, 22.07.2004.

Harrach, Nike Gräfin von (2004): Jede Menge Hörfunkwerbung. Stück Wirtschaftsgeschichte: Uni-Bibliothek konserviert Tonbänder für Nachwelt. In: Straubinger Tagblatt, 14.06.2004.

Harrach, Nike Gräfin von (2004): Uni macht sich um Hörfunkwerbung verdient. Ein Stück Wirtschaftsgeschichte: Bibliothek konserviert Tonbänder für die Nachwelt. In: Donau-Post, 12.06.2004.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Bayernchronik". Ausgestrahlt am 17.07.2004, 11:00 Uhr, 8 Min. 35 Sek., Bayern 2.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung „Markt und Medien“. Ausgestrahlt am 26.08.2006, 22 Min., 8 Sek., Deutschlandfunk.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Musikjournal". Ausgestrahlt am 19.07.2004, 5:00-9:00 Uhr, 2 Min. 27 Sek., Bayern 1.

Hörfunkbeitrag zum Historischen Werbefunkarchiv in der Sendung "Treffpunkt Ostbayern". Ausgestrahlt am 19.07.2004, 12:00-13:00 Uhr, 2 Min. 30 Sek. Bayern 1.

Wachter, Maximilian (2004): Einmalig: Werbung als Kulturgut. Knapp 10.000 Bänder mit Werbung aus knapp 40 Jahren lagern in der Universitäts-Bibliothek. In: Rundschau, 14.07.2004.

2003

Reimann, Sandra (2003): Ein einmaliges Archiv. Das wohl größte historische Werbefunk-Archiv in deutscher Sprache. In: U-Mail – Regensburger Universitätszeitung,

2 Arbeits- und Ergebnisbericht

2.1 Ausgangsfragen und Zielsetzungen des Projekts

Das Historische Werbefunkarchiv (HWA) der Universität Regensburg stellt eine einzigartige Sammlung von Werbefunksendungen aus den Jahren 1948 bis 1987 dar. Rund 50.000 Hörfunk-Werbespots aus vier Jahrzehnten geben fundierten Einblick in die Hörfunkwerbung der Nachkriegszeit. Da Werbesendungen von deutschen Rundfunkanstalten in der Regel nicht aufbewahrt werden, handelt es sich bei diesen Tondokumenten um bisher wenig bekannte und schwer zugängliche Materialien. Die Hörfunkaufnahmen aus den Tonstudios des Werbe-Allrounders Prof. Erwin H. Geldmacher wurden der Universität Regensburg auf ca. 8.000 analogen Magnettonbändern zur Verfügung gestellt, die zum Teil erhebliche Alterungs- und Verschleißerscheinungen zeigten.

Erstes Ziel des Projekts war die Langzeitarchivierung der Werbeaufnahmen. Da Magnettonbänder nur begrenzt haltbar sind und ein Teil der Bänder die durchschnittliche Lebensdauer bereits deutlich überschritten hatte, war eine Digitalisierung unverzichtbar. Für die Langzeitarchivierung sollten 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, sollte dabei weiterentwickelt und optimiert werden.

Ein weiteres Ziel des HWA-Digitalisierungsprojekts war die Aufbereitung des Materials für die wissenschaftliche Nutzung. Über eine im Internet zugängliche Datenbank sollte unmittelbar auf die digitalisierten Dokumente zugegriffen werden können. Dadurch sollten 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 aufwies, sollte optimiert und auf eine für das Web geeignete Datenbank übertragen werden.

2.2 Arbeitsschritte und Darstellung der erreichten Ergebnisse

2.2.1 Digitalisierung der Tonbandaufnahmen

Die Originalaufnahmen des Historischen Werbefunkarchivs waren überwiegend auf analogen ¼-Zoll-Magnettonbändern für den professionellen Studioeinsatz gespeichert. Dank des hochwertigen Bandmaterials und der professionellen Studioaufnahmetechnik waren die Aufnahmen insgesamt noch von erstaunlich guter Tonqualität, vor allem die älteren Bänder ließen jedoch erste Degradationserscheinungen wie erhöhten Bandabrieb, zunehmendes Verkleben und Reißen der Bänder erkennen.

Der Workflow für die Digitalisierung der Tonbänder wurde bereits in der Vorbereitungsphase des Projekts mit Eigenmitteln der UB Regensburg weitgehend ausgearbeitet und getestet (Oktober 2003 bis Januar 2004) sowie während des Projektverlaufs ständig weiter ausgebaut und optimiert.

Insgesamt handelte es sich um 7.861 Tonbänder, die während der Projektlaufzeit digitalisiert wurden.

Die Entscheidung, die Digitalisierung an der UB Regensburg durchzuführen und nicht an einen externen Dienstleister zu vergeben, erwies sich als vorteilhaft hinsichtlich der Qualitätskontrolle, der Überprüfung der Erschließung und der Kosten. Workflow und Digitalisierungsparameter wurden mit dem Leiter der Technik der Bayerischen Rundfunkwerbung, der auch mit den Originalbändern des HWA vertraut war, abgestimmt. Des Weiteren wurden bei der Umsetzung der HWA-Digitalisierung Best-Practice-Studien und Evaluierungsberichte zur Durchführung von Digitalisierungsprojekten berücksichtigt.¹

Für die Digitalisierung wurden im Einzelnen folgende Arbeitsschritte festgelegt:

Vorbereitung der Aufnahme

Da die Bänder häufig unregelmäßig gewickelt und verklebt waren (Hydrolyse des Polyesters), wurden sie jeweils vollständig vor- und wieder zurückgespult, je nach Beschaffenheit eines Bandes auch mehrmals. Dieses Verfahren trug auch dazu bei, gegebenenfalls aufgrund langer Lagerzeiten auftretende Kopiereffekte zu reduzieren. Gleichzeitig wurde durch kurzes Anspielen der einzelnen Spots der Pegel der Auf-

¹ Vgl. Digital Audio Best Practices 2003 (http://www.cdpheritage.org/resource/audio/std_audio.htm); IASA Guidelines on the Production and Preservation of Digital Audio Objects 2004; IFLA Guidelines for Digitization Projects 2002 (<http://www.ifla.org/VII/s19/pubs/digit-guide.pdf>); Minerva Good Practice Handbuch 2004 (http://www.minervaeurope.org/structure/workinggroups/goodpract/document/goodpractices1_3.htm); im weiteren Projektverlauf auch: DFG Evaluierungsbericht 2005 (http://www.hki.uni-koeln.de/projekte/RetroEval_def.pdf) sowie DFG-Praxisregeln im Förderprogramm „Kulturelle Überlieferung“ 2007 (http://www.dfg.de/forschungsfoerderung/formulare/download/12_151.pdf).

nahme justiert, der dann in der Regel während der Aufnahme des gesamten Bandes konstant blieb.

Aufnahme

Die Tonbänder des HWA wurden mit einer Abtastrate von 44,1 kHz und 16 Bit Auflösung in Stereo digitalisiert. Diese Parameter werden in der Regel als hohe Qualitätsstufe in der Audiodigitalisierung anerkannt, es handelt sich dabei um den Standard einer Audio-CD. Die Digitalisierung erfolgte mit Hilfe der Software Steinberg WaveLab. Während der Aufnahme wurde der Pegel beobachtet und gegebenenfalls die Aufnahme angehalten und wiederholt.

Speicherung

Die Aufnahme eines kompletten Bandes wurde in einer Audiodatei im Wave-Format gespeichert. Die Beschriftung der Kartonschuber und eventuell beiliegendes Zettelmaterial wurden gescannt und zusammen mit der Audiodatei abgelegt. Die Vergabe der Dateinamen erfolgte nach einem einheitlichen Schema und orientierte sich an der jeweiligen Archivnummer des Bandes. Aus einem Band mit der Archivnummer 133/165 entstanden beispielsweise zwei Dateien mit folgender Benennung:

- HWA_133_165.wav (Audiodatei)
- HWA_133_165.jpg (Cover und Begleitmaterial)

Diese beiden Dateien wurden in einem analog benannten Verzeichnis (HWA_133_165) abgelegt und anschließend auf CD-ROM sowie auf einem Server der UB Regensburg gespeichert.

Umwandlung der Audiodateien in ein Präsentationsformat

Zur Bereitstellung für die Nutzung im Internet wurden die Audiodateien vom Wave-Format in das ressourcenschonendere Format MP3 (MPEG-1 Audio Layer 3) umgewandelt.

Die Konvertierung wurde durch das speziell hierfür entwickelte Tool HWA CD_Rip unterstützt, das die Dateien einer CD ausliest, sie mit Hilfe des frei verfügbaren Konverters LAME in eine MP3-Datei umwandelt und dann auf einen Fileserver speichert. Auch die mit den Wave-Dateien gespeicherten Scans der Bandcover wurden auf den Server übertragen.

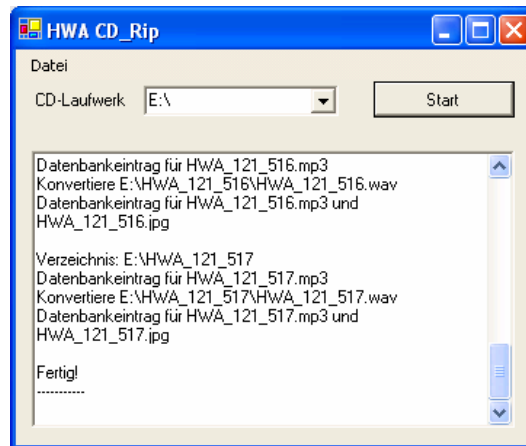


Abbildung 1: Das Tool HWA CD_Rip

Bei diesem Übertragungsvorgang wurde außerdem die Verknüpfung der HWA-Dateien mit den Datensätzen in der zugehörigen HWA-Datenbank erstellt. Das heißt, für jede bearbeitete Datei wurde ein Eintrag in die Datenbank gemacht, um Namen und Speicherort der alten und neuen Dateien zugänglich zu machen.

Ein dafür entwickeltes Tool (HWA_Nummer) versuchte nun, aufgrund der Dateinamen die zugehörige Auftrags- oder Bleistiftnummer zu erkennen und über diese jeder Datei eine R-Nummer und damit einen Datensatz zuzuordnen. Gelingt die Zuordnung nicht, so wurde der Datensatz als „unklar“ markiert und musste manuell nachbearbeitet werden. So war sichergestellt, dass auch unvorhergesehene Situationen wie Tippfehler oder Sondernummern keine falschen Zuordnungen ergaben. Die automatische Erkennungsrate lag bei 96,6%.

Der Zeitplan für die Digitalisierung konnte nicht immer konsequent durchgehalten werden, da aufgrund des starken öffentlichen Interesses an den Werbeaufnahmen (siehe Punkt 2.4) oftmals andere Arbeiten bzw. die Bearbeitung von Anfragen vorgezogen werden mussten. Am 4. April 2008 war die Digitalisierung abgeschlossen.

2.2.2 Optimierung der Erschließung

Migration der MS-Access-Datenbank

Die Tonbandsammlung des HWA wurde vor der Digitalisierung über eine MS-Access-Datenbank erschlossen, die über eine Rechercheoberfläche verfügte und insgesamt 52.420 Werbespots zu 2.313 Marken von 1.093 Firmen verzeichnete. Sowohl die Struktur der Datenbank als auch die Rechercheoberfläche wiesen verschiedene Mängel auf. Darüber hinaus erwies sich im Laufe des Projekts die Qualität der Metadaten als unzureichend. So war die Nummerierung der Bänder teilweise inkon-

sistent, die Bezeichnung der Tabellen und Spalten nicht einheitlich, und es fanden sich mehrfach Tabellen mit gleichem oder sehr ähnlichem Inhalt. Die vorhandenen Suchmasken waren hinsichtlich der Benutzerführung problematisch und schienen zum Teil für sehr spezielle Suchaufträge konzipiert zu sein. Darüber hinaus war die Felderbeschriftung teilweise unverständlich oder unlogisch. Ein Einsatz dieser Oberfläche als allgemeine Rechercheplattform war daher nicht empfehlenswert.

Deshalb wurde die vorhandene Access-Datenbank auf MySQL portiert und eine webbasierte Recherche implementiert. Aufgrund der oben beschriebenen Inkonsistenzen der Ausgangsdaten waren zum Teil manuelle Korrekturen nötig. Die Recherche wurde in PHP implementiert, einer für Webanwendungen häufig verwendeten, frei verfügbaren Opensource-Skriptsprache, die sich insbesondere durch eine gute Integration der MySQL-Datenbank auszeichnet (eine nähere Beschreibung der HWA-Rechercheoberfläche findet sich unter 2.2.3).

Anpassung der Audiofiles an die Datensätze

Die ältesten HWA-Tonbänder (vor allem aus den 1950er Jahren) waren während ihrer Zwischenlagerung beim Bayerischen Rundfunk in München (bevor sie an die Universität Regensburg kamen) – vermutlich aus Gründen der Bestandserhaltung – auf größere Bänder (118 90-min-Bänder und 221 45-min-Bänder) umgespult oder umkopiert worden. Die Zusammenfassung zu größeren Einheiten erfolgte dabei jedoch nicht nach inhaltlichen Gesichtspunkten, so dass sich Aufnahmen unterschiedlicher Produkte und Marken auf einem Tonband mit sehr langer Laufzeit fanden. Die Einträge in der HWA-Datenbank bezogen sich allerdings immer auf die ursprünglichen, kleineren Aufnahmeeinheiten. Nachdem die Digitalisierung, Speicherung und Zuordnung der Werbeaufnahmen automatisch bandweise vorgenommen wurde, hatten viele Datensätze sehr lange Audio-Verweisdateien, die dem Datenbanknutzer viel Geduld beim Suchen der für ihn relevanten Stelle abverlangten. Um hier Bedienbarkeit und Zugriffskomfort zu verbessern, wurden die Digitalisate der langen Bänder nachträglich geschnitten und wieder in ihre ursprünglichen Einheiten zerlegt. Die Verknüpfung der Datensätze mit den unübersichtlichen langen Audiodateien wurde gelöst und durch den Verweis auf die genau passende geschnittene Audiodatei ersetzt.

Entwicklung eines HWA-Annotationssystems

Um die teilweise lückenhafte inhaltliche Erschließung der Datensätze in der HWA-Datenbank zu verbessern, wurde ein Annotationssystem entwickelt, in das in strukturierter Form Bemerkungen zu den einzelnen Datensätzen eingegeben werden können. Zur Vereinheitlichung und Verfeinerung des Systems wurden für die wichtigsten

Erschließungsfälle Standardformulierungen entwickelt. Die Zuordnung der Bemerkungen zu verschiedenen fachlichen Aspekten wird durch ein eindeutiges Kürzel am Beginn der jeweiligen Bemerkung deutlich gemacht.

Standardformulierungen für das Bemerkungsfeld in der Datenbank		
Sprache	(ling)	Sprache: <i>deutsch, englisch, französisch.</i> Sprecher: <i>E. H. Geldmacher.</i> Werbung in Dialogform. Werbung in Dialektform. Werbung in Reimform. Verwendung von Amerikanismen. Jugendsprache. Transkription liegt vor.
Musik	(mus)	Musik: <i>Mozart, Wagner, Rossini.</i> Komponist: <i>Fritz Strasser.</i> Reine Musikaufnahme.
Gesellschaft	(soc)	Darstellung der Frau in der Werbung. Darstellung von Kindern in der Werbung. Werbung für besondere Feste (<i>Nikolaus, Weihnachten, Silvester, Fasching, Valentinstag, Ostern, Pfingsten, Muttertag, Vatertag, Allerheiligen</i>). Wahlwerbung.
Technik	(tec)	In der Datenbank nicht als MP3 vorhanden. Liegt als Perforband vor.
Verschiedenes	(misc)	Aus der Werbefunksendung "Mensch am Mikrofon" (Henkel Patronatssendung). Verkaufsschulung für Nestlé-Produkte.

Abbildung 2: Beispiele für standardisierte Eingaben in das HWA-Annotationssystem

Bei der Recherche werden diese Anmerkungen mit einbezogen und machen gezielte Recherchen, z. B. nach sprachlichen Besonderheiten der Werbespots oder nach Werbespots in bestimmtem gesellschaftlichen Kontext, möglich.

Zusätzlich 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, in das Annotationssystem eingeordnet und dann mittels einer Administrationsoberfläche frei geschaltet. So soll in Anlehnung an im WWW bereits in vielen Zusammenhängen erfolgreich eingesetzte Wiki-Systeme auch kollaborative Erschließung ermöglicht werden.

2.2.3 Präsentation und Angebot der Digitalisate im Internet

Bereits Anfang März 2005 wurde der Internetauftritt des Historischen Werbefunkarchivs realisiert und im Projektverlauf konsequent verbessert und an Nutzerbedürfnisse angepasst. Die HWA-Website ist unter folgender Adresse erreichbar: <http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/mmz/hwa.htm>.

Abbildung 3: Die Startseite des Historischen Werbefunkarchivs

Neben verschiedenen allgemeinen Informationen zum HWA (Entstehungsgeschichte, Hörbeispiele, Einsatz in Forschung und Lehre, Veröffentlichungen, Ansprechpartner) kann unter dem Punkt „Werbespots finden und bestellen“ direkt auf die HWA-Datenbank zugegriffen werden.

Zur schnellen und effektiven Suche wurde für die Datenbank eine webbasierte Rechercheoberfläche 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.

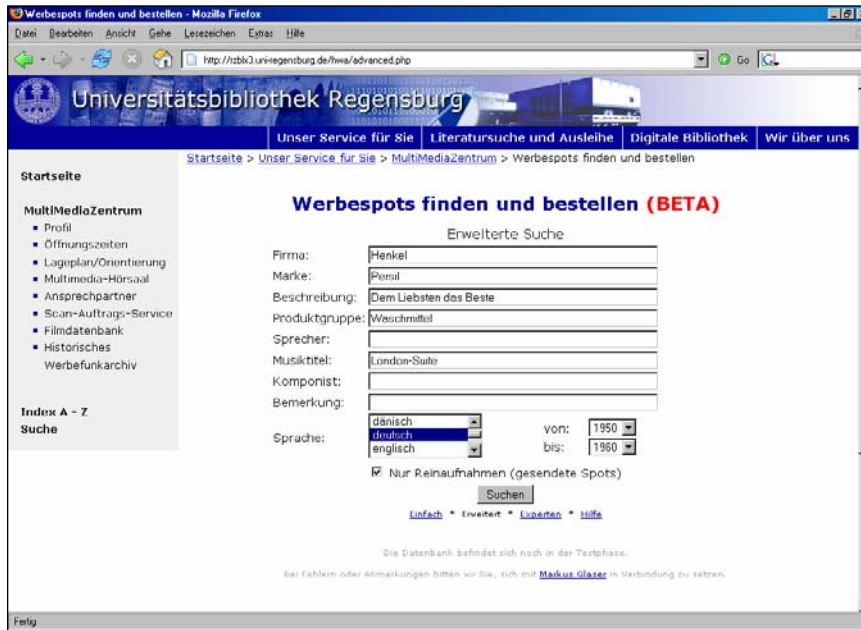


Abbildung 4: Die erweiterte Suche in der HWA-Datenbank

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

BÄRENMARKE (02.12.1968), Reinaufnahme

Firma: Allgäuer Alpenmilch
Beschreibung:

- Saftige Wiesen (00:00:29)
- Weit in die Berge (00:00:30)

Produktgruppe: Kaffeesahne

Personen
Aufnahme: Potempa, Klaus
Technik: Potempa, Klaus/ Fischer, Ernst
Regie: Fischer, Ernst

Musik
Musik: Bärenmarke (von Günther Georgy-Engelhardt-B. Whitefield)
Dauer: 00:00:12
Wiederholungen: 2

Schluss
Inhalt: Die am 02.12.1968 aufgenommenen, unveränderten Szenen

Dateien
Datei: [HWA_133_61.mp3](#)

Abbildung 5: Detailansicht eines HWA-Datensatzes mit Verknüpfung Datensatz – Audiofile

Ein wichtiges Projektziel ist die direkte Zugänglichkeit der Audiodateien über die HWA-Datenbank im Internet. Dazu wird in der Vollanzeige eines HWA-Datensatzes

ein Link eingefügt („Datei“), der auf die jeweilige Audiodatei verweist (z. B. HWA_133_61.mp3). Durch einen einfachen Klick auf den Dateinamen können die Aufnahmen dann an berechtigten Rechnern direkt abgespielt werden.

Der Zugriff auf die Audiodaten kann berechtigten Nutzern wahlweise über die Freischaltung der jeweiligen Rechner-IP-Adresse oder über eine Autorisierung mit Benutzername/Passwort eingerichtet werden.

Der Begründer des Werbefunkarchivs, Prof. Geldmacher, hat die Nutzung der Audiodaten an die Unterzeichnung einer Nutzungsvereinbarung gebunden. Diese Nutzungsvereinbarung liegt online als PDF-Datei bereit, kann heruntergeladen und unterschrieben z. B. per Fax zurückgesandt werden. Danach erhält der Nutzer die Zugriffsberechtigung, entweder über die IP-Adresse oder über Benutzername und Passwort.

Die Audiodaten werden im Streaming-Verfahren bereitgestellt. Für den Nutzer liegt der Vorteil darin, dass die Ausgabe auch bei längeren Aufnahmen unverzögert einsetzt und das übertragene Datenvolumen abhängig von der Bandbreite des Netzanschlusses gewählt werden kann. Ein Streaming-Server der Firma Realnetworks (Helix Server Version 11), der vom Rechenzentrum der Universität Regensburg betrieben wird, liefert die Audiodaten aus.

Neben den Audiodateien wurde auch das Begleitmaterial, wie Tonband-Cover oder Notizzettel, gescannt und im Internet bereitgestellt. Dieses Material bietet den Wissenschaftlern wichtige Informationen über den Produktionsprozess.

2.2.4 Digitalisierung der Sammlung „Spremborg“

Zusätzlich zur Digitalisierung der Tonbandaufnahmen des Historischen Werbefunkarchivs wurde während der Projektlaufzeit die Digitalisierung einer Werbeschallplattensammlung durchgeführt, die der Universität Regensburg leihweise von einem privaten Sammler (Christian Spremborg, Oranienburg) überlassen wurde. Es handelt sich dabei um eine einzigartige Sammlung des heutzutage nur noch wenig bekannten Mediums „Werbeschallplatte“, das vor allem in den 1950er bis 1980er Jahren – oftmals als Schallfolie – von Firmen kostenlos an ihre Kunden verteilt wurde. Die Sammlung stellt eine wertvolle Ergänzung und Bereicherung der HWA-Werbeaufnahmen dar. Nachdem sie der Universität Regensburg nur für einen bestimmten begrenzten Zeitraum zur Verfügung gestellt werden konnte, wurden Transport, Digitalisierung und Verzeichnung der 508 Werbeschallplatten von 22.06. – 27.09.2007

durchgeführt und stehen nun als zusätzliches Werbeforschungsmaterial in digitalisierter Form für Forschung und Lehre zur Verfügung.

2.3 Eigenleistungen

Die im Projektantrag beschriebenen Eigenleistungen wurden erbracht. Technische Ausstattung, Verbrauchsmaterial, Projektkonzeptions- und Projektmanagementressourcen wurden von der UB Regensburg zur Verfügung gestellt und im Rahmen des Projekts genutzt. Darüber hinaus wurden mit Eigenmitteln durchgeführt:

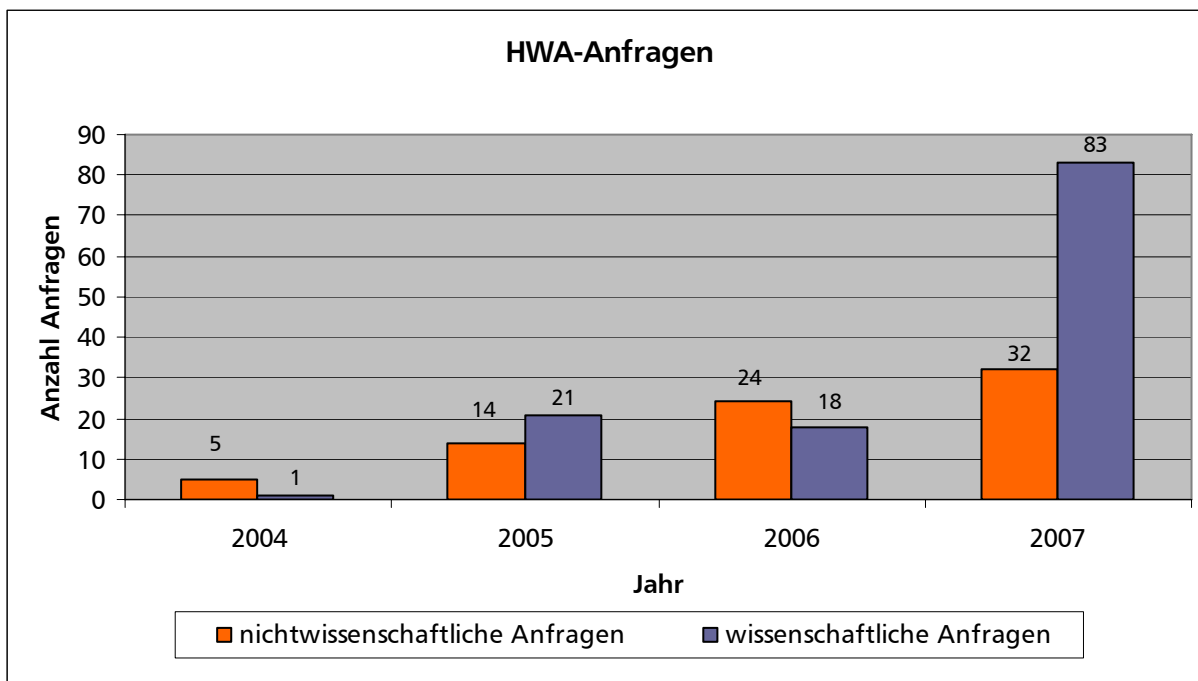
- Digitalisierung von Tonbändern im Projektvorlauf (siehe Punkt 2.2.1)
- Entwicklung eines Werkzeugs zur Konvertierung von Wave-Dateien in MP3 (siehe Punkt 2.2.1)
- Portierung der HWA-Access-Datenbank auf eine MySQL-Datenbank (siehe Punkt 2.2.2)

Darüber hinaus wurde kontinuierlich eine halbe Kraft BAT VII/TV-L 5 aus eigenen Mitteln bezahlt.

2.4 Besonderheiten des Projekts

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

Das Interesse an digitalisierten Werbespots aus dem Historischen Werbefunkarchiv nahm während der Laufzeit des Projekts kontinuierlich zu. Es handelte sich dabei um Anfragen unterschiedlicher Art (siehe beiliegende Aufstellungen), zum größten Teil aber um Anfragen aus Forschung und Lehre.



2.5 Einbindung des Projekts in Forschung und Lehre

2.5.1 Lehrveranstaltungen

Das Historische Werbefunkarchiv war von Anfang an außerordentlich eng mit der universitären Forschung und Lehre verknüpft. Mit dem Forschungsschwerpunkt „Werbeforschung“ am Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft an der Universität Regensburg ist die kontinuierliche wissenschaftliche Auswertung des Archivmaterials gesichert. Die Tondokumente des HWA liefern jedoch nicht nur Material für den Sprachforscher, sondern bieten sich für die wissenschaftliche Beschäftigung aus verschiedenen Blickwinkeln an. Kultur-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaftler, Historiker, Psychologen, Informations-, Medien- und Musikwissenschaftler beteiligen sich an der Auswertung des Archivs. Seit Projektbeginn finden an der Universität Regensburg Lehrveranstaltungen statt, die – teilweise auch fächerübergreifend – mit Tonmaterial aus dem Historischen Werbefunkarchiv arbeiten.

Semester	Art der Lehrveranstaltung	Titel der Lehrveranstaltung	Fachbereich	Dozent/in
WS 2004/05	Hauptseminar	Hörfunkwerbung im Wandel	Deutsche Sprachwissenschaft	Prof. Dr. Albrecht Greule
WS 2006/07	Übung	Analyse von Werbetexten	Deutsche Sprachwissenschaft	Dr. Sandra Reimann

Abbildung 6: Anstieg der HWA-Anfragen 2004–2007

WS 2006/07	Proseminar	Werbung	Medienwissenschaft	Julia von Westerholt
SS 2007	Übung	Sprache in der Werbung	Deutsche Sprachwissenschaft	Dr. Sandra Reimann
SS 2007	Proseminar	Aspekte der Werbeforschung	Vergleichende Kulturwissenschaft	Julia von Westerholt
SS 2007	Hauptseminar	Gespräche und ihre Analyse	Deutsche Sprachwissenschaft	Prof. Dr. Albrecht Greule
WS 2007/08	Ringvorlesung	Wissenschaft Werbung	Regensburger Verbund für Werbeforschung	Dozenten verschiedener Fachbereiche
WS 2007/08	Hauptseminar	Werbung. Kulturvergleichende Perspektiven	Vergleichende Kulturwissenschaft	Prof. Dr. Daniel Drascek
SS 2008	Übung	Medienanalyse: Werbung	Medienwissenschaft	Prof. Dr. Bernhard Dotzler
SS 2008	Übung	Sprache in der Hörfunkwerbung	Deutsche Sprachwissenschaft	Dr. Sandra Reimann
SS 2008	Kolloquium	Werbekolloquium	Deutsche Sprachwissenschaft	Dr. Sandra Reimann
WS 2008/09	Hauptseminar/ Übung	Werbung hören – Sprache und Musik in der Hörfunkwerbung	Musikpädagogik / Deutsche Sprachwissenschaft	Prof. Dr. Bernhard Hofmann / Dr. Sandra Reimann
WS 2008/09	Hauptseminar	Medienkulturtheorie: Werbung	Medienwissenschaft	Prof. Dr. Bernhard Dotzler

Abbildung 7: Lehrveranstaltungen an der Universität Regensburg im Zusammenhang mit dem HWA

Besonders hervorzuheben ist dabei die im WS 2007/08 durchgeführte Ringvorlesung mit dem Titel „Wissenschaft Werbung“, bei der elf Dozenten aus Werbeforschung und –praxis Vorträge hielten. Für das Sommersemester 2009 ist außerdem als Fortsetzung zur Ringvorlesung eine interdisziplinäre Lehrveranstaltung zum Thema „Werbung der Wirtschaftswunderzeit“ geplant.

2.5.2 Wissenschaftliche Qualifikationen

Im Zusammenhang mit dem Historischen Werbefunkarchiv sind während der Projektlaufzeit in verschiedenen Fächern wissenschaftliche Qualifikationsarbeiten entstanden. Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Arbeiten:

Boritsch, Irina (2006): Zielgruppenspezifische Rundfunkwerbung am Beispiel von „Mon Chéri“. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Dülk, Claudia (2006): Kühlschränke und Lebensmittelkonsum. Eine historische Fallstudie zur Entwicklung der Konsumgesellschaft in der Bundesrepublik Deutschland. Masterarbeit an der Technischen Universität München, Fakultät für Wirtschaftswis-

senschaften, Masterstudiengang Consumer Science, Zentralinstitut für Geschichte der Technik.

Ebnet, Silke (2007): Hörfunkwerbespots. Kulturelle Wertigkeiten von Lifestyle, Hygiene und Ästhetik zwischen 1950 und 1989 im Spiegel der Hörfunkwerbung zu Kaffee, Waschmittel und Kosmetik. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Vergleichende Kulturwissenschaft.

Eder, Sandra (2006): Zigarettenwerbung der 50er Jahre. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Gerber, Gabriele (2006): Das Historische Werbefunkarchiv. Ein Digitalisierungsprojekt der Universitätsbibliothek Regensburg. Masterarbeit an der Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für Bibliotheks- und Informationswissenschaft (Berliner Handreichungen zur Bibliotheks- und Informationswissenschaft, 185). Online verfügbar unter <http://www.ib.hu-berlin.de/~kumlau/handreichungen/h185/>, zuletzt geprüft am 19.06.2008.

Gill, Cathrin (2008): „Mach's wie ich – nimm Wellaform!“ Eine geschlechtsspezifische Untersuchung von Hörfunkspot-Reihen der 50er Jahre zum Thema Haarstyling. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Kolb, Christine (2008): Limonadenwerbung im Wandel der Zeit – eine diachrone Analyse von Hörfunkwerbespots aus vier Jahrzehnten. Zulassungsarbeit an der Universität Regensburg zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Gymnasien in Bayern, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Lederer, Astrid (2006): Erinnern und Erzählern – Der Einsatz von Hörfunkspots in der Biographiearbeit mit Senioren. Diplomarbeit an der Fachhochschule Regensburg, Fachbereich Sozialwesen, Studienschwerpunkt Resozialisierung.

Mühl, Andreas (2006): Waschmittelwerbung des Hörfunks im diachronen Vergleich. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Rieß, Monika (2006): Der Dialekt in der Werbung. Zulassungsarbeit zum Ersten Staatsexamen für das Lehramt Gymnasium an der Universität Eichstätt-Ingolstadt, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Unverdorben, Kathrin (2006): „Blendax hält die Zähne und den Mund gesund“ – Diachrone sprachwissenschaftliche Untersuchungen zur Zahnpastawerbung im Hörfunk. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Weidlich, Ida-Magdalena (2007): Phraseologismen in der Hörfunkwerbung. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Folgende Arbeiten sind noch nicht abgeschlossen:

Buchmann, Sabine (2007-): Untersuchung von westdeutscher Hörfunk-Konsumgüterwerbung der Nachkriegszeit (1950-1966/67) auf Amerikanisierung. Dissertation an der Universität Regensburg, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Lehrstuhl für Wirtschaftsgeschichte.

Doblinger, Kathrin (2008-): Musik in der Hörfunkwerbung – eine historische Analyse. Promotion an der Universität Regensburg, Musikpädagogik.

Oswald, Andreas Rainer (2008-): „Stern“-Hörfunkwerbung 1963-1970. Magisterarbeit an der Universität Regensburg, Philosophische Fakultät IV (Sprach- und Literaturwissenschaften), Institut für Germanistik, Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft.

Strauß, Julian (2008-): Milchbars in der BRD in den 1950er und 1960er Jahren. Magisterarbeit an der Universität Göttingen, Wirtschafts- und Sozialgeschichte.

Westerholt, Julia von (2006-): Selbstthematization des Mediums in der Werbung, Promotion an der Universität Regensburg, Medienwissenschaft.

Zimny, Anita (2007-): Werbung und die Analyse der Bücheranzeigen aus dem Jahr 1966 vs. 2006 anhand des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“. Magisterarbeit an der Universität Opeln.

Darüber hinaus wurden in den einzelnen Seminaren und Übungen zahlreiche Seminar- und Hausarbeiten angefertigt, die mit Tonmaterial aus dem HWA arbeiteten (siehe hierzu auch das beiliegende Verzeichnis über wissenschaftliche Anfragen zum HWA).

2.5.3 Zusammenarbeit mit Werbeforschung und -praxis

Die Einbindung des HWA in Wissenschaft, Forschung und Lehre zeigte sich nicht nur bei Lehrveranstaltungen und wissenschaftlichen Qualifikationsarbeiten, sondern auch durch Tagungen, an denen das HWA beteiligt war, sowie durch die Gründung eines interdisziplinären Verbunds zur Werbeforschung.

Tagungen

Bereits an der Einweihung des HWA durch einen Festakt an der Universität Regensburg am 19. Juli 2004 nahmen Wissenschaftler verschiedener Fachgebiete teil und informierten sich über das unikale Tonmaterial. Die Vorträge aus dieser Veranstaltung wurden in dem Band „Faszination Hörfunkwerbung – im Wandel“ (siehe Punkt 1.3) zusammengefasst.

Vom 19.–20. April 2006 veranstaltete die Universitätsbibliothek Regensburg zusammen mit dem Lehrstuhl für Deutsche Sprachwissenschaft ein zweitägiges Sympo-

sium, bei dem Wissenschaftler und Werbepraktiker interdisziplinär zum Thema „Werbung hören“ zusammenarbeiteten. Im Mittelpunkt standen Vorträge und Workshops zur Analyse, Produktion und Rezeptionsforschung sowie zum Stand der Hörfunkwerbung und zur Zukunft des Hörfunks. Die Veranstaltung war auch für Studierende offen, die dabei Leistungspunkte erwerben konnten. Aus dem Symposium resultierte der Tagungsband „Werbung hören: Beiträge zur interdisziplinären Erforschung der Werbung im Hörfunk“, der 2008 erschien (siehe Punkt 1.3).

Bei den von der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) veranstalteten „Lokalrundfunktagen 2007“ (3.–4. Juli 2007) war das HWA mit der exklusiv dafür erarbeiteten Audiopräsentation „Das geht ins Ohr!“ vertreten (siehe Punkt 1.3). Auf einer Zeitreise in die Radio-Werbewelt der 50er bis 70er Jahre wurden dabei berühmte Werbespots, nostalgische Werbeplakate und Hintergrundinformationen zu den Radiospots gezeigt.

Gründung des Regensburger Verbunds für Werbeforschung

Besonders erwähnenswert ist darüber hinaus die Gründung des Regensburger Verbunds für Werbeforschung (RVW)², der sich 2006 als Zusammenschluss von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ver-



schiedener Disziplinen konstituierte. Gemeinsame Motivation ist die interdisziplinäre Vorgehensweise bei der Erforschung des Themas Werbung. Beteiligt sind auch Fachleute aus der Werbepaxis. Zentraler Ausgangspunkt des RVW ist die historische und systematische Erschließung des Historischen Werbefunkarchivs sowie die interdisziplinäre Erforschung der Werbung in prinzipiell all ihren Erscheinungsformen. Die regelmäßig stattfindenden Arbeitstreffen verstehen sich ferner als Forum für den Austausch zwischen Theorie und Praxis (Von Juni 2006 bis Oktober 2008 fanden insgesamt 15 Treffen statt.). Der Verbund ist auch im Bereich der universitären Lehre tätig und initiierte zum Wintersemester 2007/08 die Ringvorlesung „Wissenschaft (f) Werbung“, im Sommersemester 2009 ist die Lehrveranstaltung „Werbung der Wirtschaftswunderzeit“ geplant.

² <http://www.werbeforschung.org>

3 Perspektiven

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

- Digitalisierung und Aufbereitung der Werbefunksammlung des Tonstudios „OPUS-multimedia.net“, Neuwied (Schenkung an die Universität Regensburg; ca. 8.500 Medien mit Hörfunk- und Fernsehspots der Jahre 1986-2000)
- Übernahme historischer Fernsehwerbung des Bayerischen Rundfunks (ca. 300 Filmmedien, 35mm-Filme, 16mm-Filme, U-matic-Videobänder etc.)
- Übernahme von 500 Werbefilmen der Firma Commercialfilm (bereits digitalisiert)
- Erstellung eines Portals mit einheitlicher Recherche- und Bestelloberfläche für Werbespots aus Radio und Fernsehen
- Zusammenarbeit mit dem Deutschen Filminstitut, Wiesbaden, in Bezug auf Werbefilme
- Einbindung der 500 Werbeschallplatten (1950-1980) aus der Sammlung „Spremberg“
- Auswertungsprojekte zu interdisziplinären, interkulturellen und semiotisch-methodischen Fragestellungen in Kooperation mit dem *Regensburger Verbund für Werbeforschung* sowie europäischen Universitäten

Die Ausweitung auf Fernsehwerbung ermöglicht neue und zusätzliche Schwerpunkte in Forschung und Lehre. Ein Folgeantrag zur Digitalisierung und Aufbereitung dieser einzigartigen, bisher nur vergleichsweise schwer zugänglichen Audio- und Videomaterialien ist an der Universität Regensburg in Vorbereitung.

4 Zusammenfassung

Mit der Digitalisierung des Historischen Werbefunkarchivs ist es der Universität Regensburg gelungen, unikales Audiomaterial vor dem Verfall zu bewahren und für Forschung und Lehre zur Verfügung zu stellen. Die Sammlung des HWA beinhaltet rund 50.000 Werbespots aus der Hörfunkwerbung der 1940er bis 1980er Jahre und stellt somit eine der größten deutschsprachigen Werbespotsammlungen dar. Rund-

funkwerbung ist bisher in Deutschland nicht in größerem Umfang von öffentlichen Einrichtungen gesammelt und zur Verfügung gestellt worden, obwohl ein erhebliches Interesse der Forschung an diesem Material besteht. Die Werbeaufnahmen, die der Universität Regensburg aus der Produktion zweier Tonstudios überlassen wurden, lagen auf ca. 8.000 analogen Magnettonbändern vor, deren durchschnittliche Lebensdauer zum Teil bereits deutlich überschritten war und die in der vorliegenden Form kaum genutzt werden konnten.

Projektziele waren deshalb zum einen die Bewahrung und Langzeitarchivierung der Audiomaterialien, zum anderen die Aufbereitung der Aufnahmen für die wissenschaftliche Nutzung. Dazu wurde zunächst ein Digitalisierungsverfahren entwickelt, getestet und im Projektverlauf ständig optimiert, mit dem das analoge Tonmaterial in digitale wave-Dateien umgewandelt und zusammen mit dem gescannten Begleitmaterial (Tonbandcover, Transkriptionen) auf einem Server gesichert wurde. Die Entscheidung, die Digitalisierung im MultiMediaZentrum der UB Regensburg durchzuführen und nicht an einen externen Dienstleister zu vergeben, hat sich dabei als vorteilhaft erwiesen hinsichtlich der Entwicklung von Digitalisierungs-Knowhow in der Bibliothek, der Qualitätskontrolle, der Überprüfung der Erschließung und der Kosten.

Um die digitalisierten Aufnahmen einem breiten Nutzerkreis zur Verfügung zu stellen, wurde die vorhandene MS Access-Datenbank in eine MySQL-Datenbank mit webbasierter Rechercheoberfläche umgewandelt und über die Webseiten des HWA der Allgemeinheit zugänglich gemacht. Recherchemöglichkeiten und Erschließung der Audiodokumente wurden entscheidend verbessert. Das gesamte Datenmaterial ist frei im Netz verfügbar, der direkte Zugriff auf die HWA-Werbespots sowie auf eventuell vorhandenes Begleitmaterial ist für wissenschaftliche Zwecke problemlos und kostenfrei über ein Username-/Passwort-Verfahren möglich.

Für alle am Projekt Beteiligten überraschend war die von Projektbeginn an große Aufmerksamkeit, die der Sammlung aus Fachkreisen und von Seiten der Öffentlichkeit allgemein entgegengebracht wurde. Zahlreiche Berichte in Zeitungen, Zeitschriften, Radio und Fernsehen, Einladungen zu Vorträgen, Präsentationen und Veröffentlichungen, umfangreiche Anfragelisten sowie die intensive Arbeit in Seminaren und Lehrveranstaltungen mit Material aus dem HWA belegen dieses Interesse. Die rege Nachfrage nach Werbespots aus dem HWA brachte zwar bisweilen die Zeitpläne für Digitalisierung und Erschließung durcheinander, bestärkte jedoch Projektmitarbeiter und Universität stets in Sinnhaftigkeit und Nutzen ihres Unternehmens. Ausgehend vom Audiodigitalisierungsprojekt des HWA sind viele neue zukunftsweisende Anknüpfungspunkte und Projektideen im Hinblick auf die Digitalisierung audiovisueller Medien aus dem Bereich der Werbung sowie dem Einsatz dieser Digitalisate in Forschung und Lehre entstanden.

Unterschriften

Projektleiter:

.....
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

.....
Dr. Rafael Ball
Ltd. Bibliotheksdirektor der Universitätsbibliothek Regensburg
Universitätsstr. 31
93053 Regensburg
Tel.: 0941/943-3901
Fax: 0941/943-3285
E-Mail: rafael.ball@bibliothek.uni-regensburg.de