

Tausendmal gehört

Im Keller der Uni-Bibliothek lagert eine einzigartige Sammlung historischer Radio-Spots. Ein Digitalisierungsprojekt soll das alte Tonbandmaterial retten.

VON TANJA KRUMBHOLZ, MZ

Ursula Grundl bekommt oft tagelang dasselbe zu hören. Zum Beispiel: „Im Falle eines Falles klebt Uhu wirklich alles.“ Oder: „Nimm den Husten nicht so schwer, dir hilft der Hustinnetten-Bär.“ Oder aber: „Ernst und Scherz aus nah und fern zeigt der Stern.“ Diese Werbesprüche aus den 50er und 60er Jahren kennt Ursula Grundl inzwischen auswendig. Vor vier Jahren hatte sie sich auf einen Sekretariatsjob an der Universität Regensburg beworben, gelandet ist sie im Multimediazentrum der Bibliothek. Und dort stehen seit Mitte 2003 rund 8000 Magnettonbänder, auf denen mehr als 50 000 Radio-Werbespots gespeichert sind. Die einzigartige Sammlung hat nur einen Haken: Hören kann sie niemand, denn entsprechende Abspielgeräte werden nicht mehr produziert, und die Tonbänder sind brüchig und verklebt. Deshalb muss ihr Inhalt so schnell wie möglich gerettet werden. Und das ist Ursula Grundls Aufgabe. Sie digitalisiert die analogen Bänder und konserviert sie auf diese Weise für die Nachwelt.



Mit einer fast antik anmutenden Telefonbandmaschine spielt Ursula Grundl die Bänder ab und wandelt sie in Wave- und mp3-Dateien um.

Charmantes von sonorer Stimme

Unvergessen bleibt so, wie sich etwa Zigarettenwerbung aus dem Jahr 1953 anhört. „Guten, Abend hier spricht Heinz von Rehm / Guten Abend, hier spricht Madeleine! / Madeleine! Du bist hier? Tanzen wir? / Heinz, du weißt wie gern ich's tue... / Ach, du willst erst mal in Ruhe / deine Africaine genießen... / atme ich den würzig-süßen milden Duft, bin ich Luft / Aber nein, warum eifersüchtig sein! / Africaine und Heinz von Rehm sind dasselbe Phänomen / Leicht und

würzig, oh, gern verkürzt ich / mir die Zeit mit allen beiden. Hoi, wie sind wir zu beneiden! / Auf Wiedersehen mit Heinz von Rehm, Madeleine und natürlich Africaine!“ Der Spot gehört zu Ursula Grundls Favoriten. Die Reime, der phantasievolle Dialog und wohl auch ein bisschen die sonore Stimme von Heinz von Rehm, gesprochen von Erwin Geldmacher, haben es ihr angetan.

Perfobänder bleiben stumm

Eben dieser Erwin Geldmacher hat als Leiter des bedeutendsten Werbe-Tonstudios der Nachkriegszeit etliche Marken mit seiner Stimme beworben. In Frankfurt am Main und später in Bad Soden vertonte er Werbe-Aufträge von Firmen wie Henkel, Nestlé oder Bärenmarke. In der Zeit von 1948 bis 1987 ging ihm kein Tonband verloren, jede Hülle beschriftete er und nummerierte sein stetig wachsendes Archiv sorgfältig durch. Die Bestände übergab er schließlich dem Bayerischen Rundfunk. Dort wären die alten Bänder wegen Platzmangels beinahe in die Mülltonne gewandert, hätte nicht Sandra Reimann, im Jahr 2003 Doktorandin an der Universität Regensburg, gerade zu diesem Zeitpunkt Hörfunkmaterial für ihre Dissertation gesucht. Sie setzte sich für den Erhalt des Archivs ein und konnte die Sammlung nach Regensburg bringen. Seitdem gibt es hier also das Historische Werbefunkarchiv.

Noch sind die Schätze des Archivs nicht vollständig gehoben. Diese Woche hat Ursula Grundl ein Tonband der Seriennummer 817 in die Telefonbandmaschine gelegt. Die letzte Seriennummer liegt irgendwo knapp über 1000. Die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) hat das Digitalisierungsprojekt bisher finanziell mitgetragen. Nun hoffen Ursula Grundl und die anderen Mitarbeiter des Multimediazentrums, dass ein neuer Antrag auf Fördermittel genehmigt wird, damit auch die restlichen Tonbänder in so genannte Wave-Dateien verwandelt und anschließend als mp3 auf CD-ROM gebrannt werden können. Doch selbst wenn das erledigt ist, schlummern noch einige sehr langem verstaubte Maggi-Fridoline und HB-Männchen in den Regalen und warten auf ihre Wiederauferstehung. Etliche Spots sind nämlich nicht auf Tonband, sondern auf Perfoband gespeichert. Für die Negativstreifen aussehenden Tonträger hat das Multimediazentrum kein Abspielgerät. *Fortsetzung auf Seite 2*



Abspielgeräte für Tonbänder werden heute nicht mehr produziert. Ein Digitalisierungsprojekt macht es möglich, dass die Werbespots auf den Bändern zumindest für die nächste Zukunft erhalten bleiben. *Fotos: altrofoto.de*

DAS HISTORISCHE WERBEFUNKARCHIV (HWA)

➤ **HWA-Datenbank:** Im Internet können die Hörfunkspots über eine Datenbank gesucht und bestellt werden. Derzeit können die Dateien noch von Mitarbeitern des Multimediazentrums bereitgestellt werden, künftig sollen die Audiofiles deutschlandweit für Nutzer von Universitätsbibliotheken zugänglich sein.

➤ **Sammlung von Werbeschallplatten:** Außer den Radiowerbespots aus den Jahren 1948 bis 2000 hält das HWA eine umfangreiche Sammlung digitalisierter Werbeschallplatten bereit. Solche Platten wurden früher als Werbegeschenk gemeinsam mit den Produkten vertrieben.

➤ **Ringvorlesung „Wissen schaf(f)t Werbung“:** Im laufenden Wintersemester bietet die Universität eine Ringvorlesung zum Thema „Wissen schaf(f)t Werbung“ an. Bei der nächsten Veranstaltung referiert am Mittwoch um 18.15 Uhr Hans-Jürgen Fröhlich über „Kreativität und Werbung – Wege zum Ziel!“ im Hörsaal H3.

➤ **Beispiele für Werbespots** von Milka, Maggi, HB, Hustinnetten und Rei können unter dem Link http://www.bibliothek.uni-regensburg.de/mzm/hwa_hoerbeispiele.htm gehört werden.



Tausendmal gehört

(Fortsetzung von Seite 1)

Neue alte Geräte müssen auch aufgetrieben werden, wenn sich Ursula Grundl irgendwann an die Werbespots aus den Jahren von 1986 bis 2000 machen muss. Im Bibliotheksarchiv lagert nämlich nicht nur Audiomaterial zu Persil und Co., sondern auch Videomaterial, etliches davon auf veralteten Speichermedien wie U-matic. Ewig haltbar bleiben die digitalisierten Daten freilich auch nicht. Ganz im Gegenteil: Analoge Mikrofilme etwa halten im Vergleich zu digitalen Speichermedien etwa 400 Jahre lang. Bis zu vier Mal können sie kopiert werden, danach werden die Daten unleserlich. Schon heute wird an ganz neuen Speichertechniken geforscht. Kristalle könnten eine Alternative sein: An der Uni Münster wurde eine Technik entwickelt, mit der Informationen in künstlichen Kristallen gespeichert werden.

Vorerst müssen die Nutzer des Historischen Werbefunkarchivs auf das Vorhandene zurückgreifen. Das tun sie auch: Dutzende Sprachwissenschaftler, Soziologen und Pädagogen haben sich bereits mit den Werbespots befasst. Manchmal haben sie damit sogar Menschen einen Teil ihrer Vergangenheit wiedergeschenkt. Eine Sozialpädagogik-Studentin zum Beispiel hat für ihre Diplomarbeit Bewohnern des Seniorenheims Schloss Thurn und Taxis vertraute Spots wie die von Nutella oder Bärenmarke vorgespielt. Durch das Hören und Nachsingen der Werbemelodien wurden bei den alten Menschen Erinnerungen an Kindheitstage geweckt.

Auch Ursula Grundl hat in ihrer Arbeit immer wieder „Schon-gehört-Erlebnisse“. Die 55-Jährige erkennt in manchen Spots Musik wieder, mit der sie groß geworden ist. Und so mancher Ohrwurm hat sich ihr tief ins Gedächtnis gegraben. Denn egal, ob die Werbetexter für Milka, Nescafé oder Zentis arbeiteten, eines wussten sie immer: Was die Menschen hören wollen.