

RETRO spektiv

KATALOG ZUR
AUSSTELLUNG



Kleine Schriften der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln, Band 39

Herausgeber:

Der Direktor der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln
Prof. Dr. Wolfgang Schmitz

Anschrift:

Universitätsstr. 33, 50931 Köln

Internet:

<http://www.ub.uni-koeln.de>

Autorenkontakt:

baehr@ub.uni-koeln.de
koetz@ub.uni-koeln.de

Satz und Layout:

Simon Epp, epp@ub.uni-koeln.de

ISBN: 978-3-931596-79-8

ISSN: 1430-2780

© 2013 USB Köln

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Einleitung	4
Historisches Archiv des WDR	8
Historisches Archiv der Stadt Köln	18
Fotografien von Erik Schwarz	22
TACKER FILM	26
ÖPNV und Energieversorgung (Kölner Straßenbahnmuseum und RheinEnergie)	28
Die WAAGE – Filmdokumente aus dem Rheinisch-Westfälischen Wirtschaftsarchiv (RWWA)	34
Der Bestand Martha K. – Haushaltsbücher und Taschenkalender eines Kölner Haushalts	36
Universität Regensburg	37
Gemeinnützige Aktiengesellschaft für Wohnungsbau (GAG)	38
Sparkasse Köln/Bonn	42
Tengelmann Archiv	46
Theaterwissenschaftliche Sammlung der Universität zu Köln	50
Gürzenich-Orchester	51
Ford	52
Ford Oldtimer und Motorsport Club Cologne e.V.	56
Rheinisches Bildarchiv (RBA)	60
Das Unternehmen EHI	68
Der „Kölnische Kurier“	80
Fotografien von Hansherbert Wirtz	84
Fotografien von Jens Hagen	88
Auflistung Fotografen	90

Universität Regensburg (Regensburger Archiv für Werbeforschung)

raw.uni-regensburg.de

Das Regensburger Archiv für Werbeforschung (RAW) der Universität Regensburg stellt eine einmalige Chance dar, Rundfunkwerbung im zeitgeschichtlichen Zusammenhang zu betrachten, da es ausgesprochen schwierig ist, Werbespots früherer Jahrzehnte als Forschungsgrundlage zu erhalten.

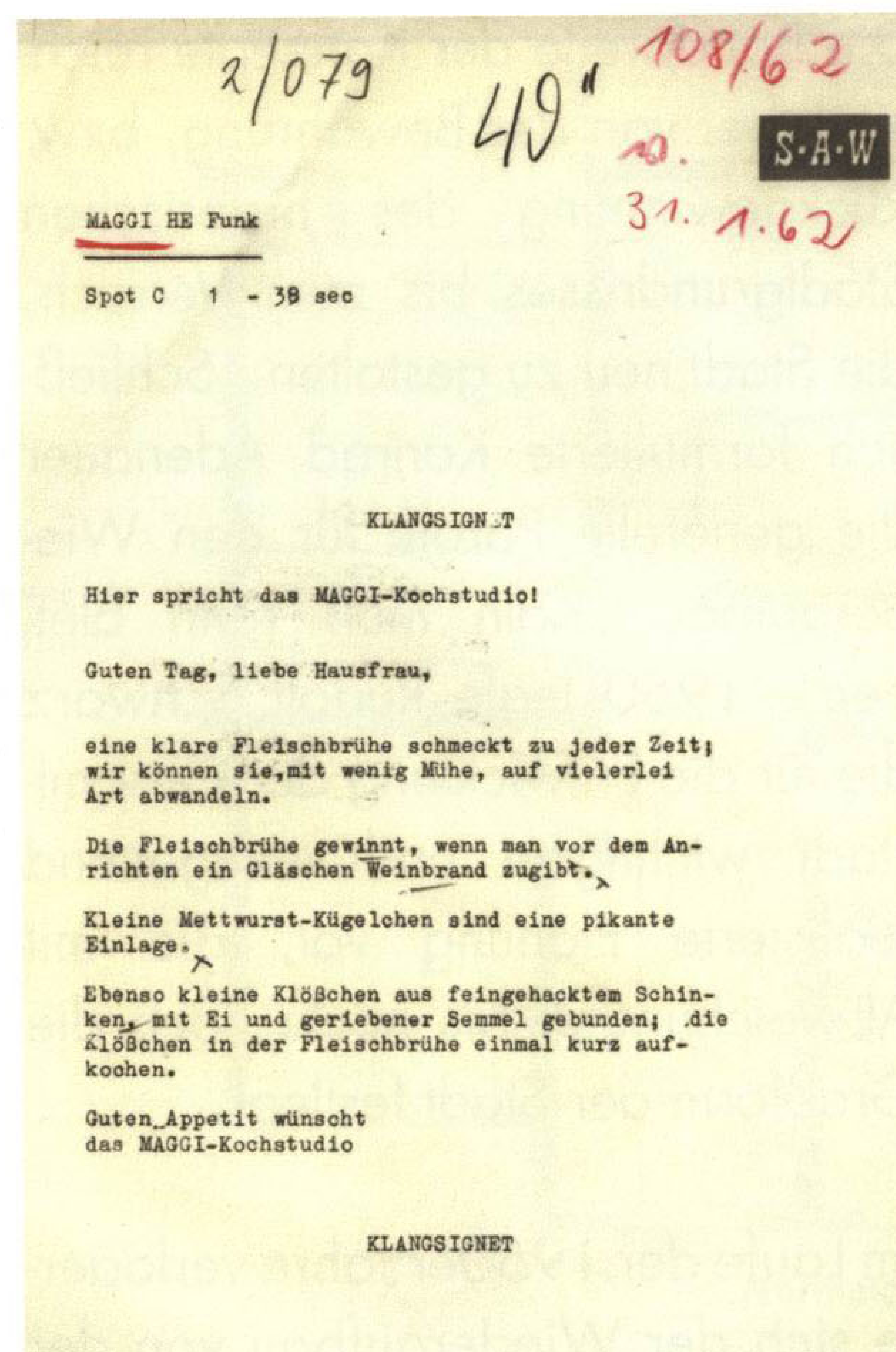
Werbematerial wurde von Unternehmen oder Werbeagenturen vielfach nicht aufbewahrt.

Neben dem wissenschaftlichen Erkenntniswert der Analyse von Werbesprache steht auch ein didaktisches Ziel, nämlich zu erkennen, wie unter spezifischen kommunikativen Gegebenheiten Sprache und Sprachen eingesetzt werden. Hierzu gehört auch die Schärfung des sprachkritischen Bewusstseins.

Auffallend ist ein zunehmendes Interesse der Wirtschaft an ihrer „alten“ Werbung, die heute als Teil der Unternehmensgeschichte

betrachtet wird. Der unternehmens-, medien- und kulturgeschichtliche Wert dieses Archivs steht damit außer Frage.

Manuskript Werbespot Maggi 1962 © Regensburger Archiv für Werbeforschung



Werbeschallplatte der Acella-Werke 1959 © Regensburger Archiv für Werbeforschung



Tonband mit Werbeaufnahmen © Regensburger Archiv für Werbeforschung

