

# Dieses Archiv sammelt kultige Werbe-Schätze

**HISTORIE** Ob Coca-Cola, Klementine oder HB-Männchen – an der Universität wurden 50 000 Spots für die Ewigkeit präpariert. Wir haben uns durch die Klassiker gehört.

VON HEINZ KLEIN, MZ

**REGENSBURG.** Weihnachten – das war doch schon immer die Einladung zum Kaufrausch. Die Werbebotschaften von damals klangen nur anders. Gabriele Gerber und Ursula Grundl klingen sie noch täglich in den Ohren. Schließlich haben sie mit Mitarbeitern an die 50 000 Werbespots aus den Jahren 1948 bis 1987 im Historischen Werbefunkarchiv der Universität Regensburg archiviert und digitalisiert.

Schmunzelnd erzählen sie von den Slogans der Nachkriegszeit. Da waren Strümpfe noch Luxusgeschenke. Hildegard Knef zeigte Bein in Ergeestrümpfen und Uhli-Strümpfe machten „froh und glücklich“. Natürlich gab es für Mutti echt Kölnisch Wasser – gerne im Geschenkkarton mit einer Seife links und rechts. Auch Töpfe und Pfannen waren beliebte Geschenke für die Hausfrau, während der Mann sich über einen Rasierer freute und „darauf einen Dujardin“ trank.

## Der große Fleck von Beppo Brem

Als Beppo Brem und Liesl Karlstadt am 3. November 1956 im allerersten Werbespot des Bayerischen Fernsehens in einem feinen Lokal saßen und Beppo Brem mit seinem Zigeunerschnittel die Tischdecke versaut, befürchtete Liesl Karlstadt, man werde beide gleich rauswerfen. Stattdessen kam der Ober, deckte den Riesenfleck mit einem weißen Tuch zu und bemerkte verzeihend, mit Persil sei das alles doch kein Problem. Beppo Brem aß in dem Werbespot strahlend weiter, beugte sich dann zu Liesl Karlstadt und raunte ihr rührend zu: „Der gebildete Mensch sagt nur eines – Persil!“

Zuhause musste alles proper sein, dafür sorgte schon Meister Proper. Gewaschen wurde nebst Persil („Da weiß man, was man hat“) auch mit Dixan („mit gebremstem Schaum“) oder mit X-TRA mit dem Jumbo. In diesem Werbespot, so erinnert sich Ursula Grundl, hatte ein Familienvater Geburtstag und Mutti legte ein Tischtuch auf, das – oh Graus – einen Fleck hatte. Nach diesem Schreck hätte der Mann zur HB greifen können („Wer wird denn gleich in die Luft gehen“), tat es aber nicht. Er war wohl etwas sauer auf Mutti. Da kam der X-TRA Jumbo-Elefant und rettete die Situation. Im Nu war der Fleck weg und der Mann hatte seine Frau wieder lieb. Wenn das nicht geholfen hätte, dann wäre Klementine mit Ariel gekommen.

„Hausfrau ist für mich der schönste



Projektkoordinatorin Gabriele Gerber (rechts) und Ursula Grundl mit einer Rarität im Werbefunk-Archiv

Foto: Klein



Johanna König warb als Klementine für das Waschmittel Ariel. Fotos: dpa

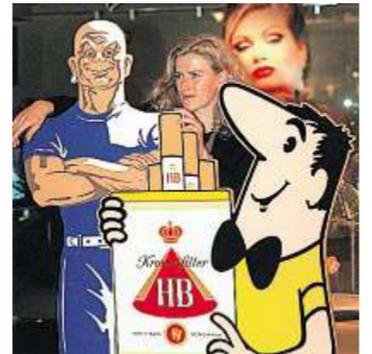
Beruf“, schmachtete eine gepflegte Dame in der „Für Sie“ der 60er Jahre. Na klar, jetzt hatte Frau Haushaltsgeräte, zum Beispiel von Bauknecht („Bauknecht weiß, was Frauen wünschen“). In der Küche wurde alles lockerer, weil die Hausfrau dank Knorr und Maggi nicht mehr stundenlang Brühe kochen musste, sondern einfach einen Brühwürfel in den Topf plumpsen ließ. „Mehr Zeit durch Pfanni“ versprach auch der Fertig-Kartoffelbrei. Und sogar Zwiebeln musste Frau nicht mehr weinend schneiden, denn jetzt gab es Flüssigzwiebel.

„Essen war in den 50ern unheimlich wichtig“, wissen Gabriele Gerber und Ursula Grundl aus tausenden Werbesprüchen. Und es musste nahrhaft sein, Kalorienbewusstsein war damals noch kein Thema. Ganz im Gegenteil. Wenn der Sohn mit fünf Jungs

## DAS REGENSBURGER ARCHIV FÜR WERBEFORSCHUNG

Das „Historische Werbefunkarchiv“ im MultiMediaZentrum der Universität Regensburg umfasst rund 50 000 Werbefunksendungen aus den Jahren 1948 bis 1987. Auch Werbung für längst nicht mehr verfügbare Produkte wie etwa die Zigarettenmarken Juno und Zuban, die Zahncreme Pepsodent, das Putzmittel Imi oder die Goldstück-Seife findet man hier in digitalisierter Form. Der Tonstudio-Leiter Prof. Ermut Geldmacher hatte die Sammlung zusammengetragen und schließlich der Universität Regensburg überlassen.

Die Arbeit wird den Mitarbeitern des Werbefunkarchivs noch lange nicht ausgehen, denn es liegen noch andere Werbespot-Sammlungen, darunter auch Werbefilme, in analoger Form vor und warten auf ihre Digitalisierung. Das Archiv wird für Forschung und Lehre regelmäßig genutzt und steht wissenschaftlichen Nutzern zur Verfügung. Wissenschaftliche Nutzer können sich kostenlos online registrieren und haben sofort das komplette Angebot des Archiv zur Verfügung unter der Adresse [www.raw.uni-regensburg.de](http://www.raw.uni-regensburg.de).



Meister Proper half im Haushalt und das HB-Männchen ging in die Luft.

nach dem Fußball in die Küche stürmte, war Mutti froh, dass sie noch genug Schmelzkäse im Kühlschrank hatte.

Man wollte Genuss mit Weinbrand, Kaffee und Zigaretten, die noch nichts vom frühen Tod erzählten. In einer Werbung für die Zigarettenmarke Colie machte man sich sogar über Nichtraucher lustig, die Zigarettenqualm für schädlich hielten.

## Schmerzmittel als Bonbons

Oder man pries „Kidz Ring Tabletten“ als Schmerzmittel für Kinder. „Sie sollten nach Ansicht der Werber angeblich wie Bonbons schmecken und auch so konsumiert werden“, schreiben Gerber und Irmgard Schroll-Decker über eine Biografiearbeit.

Freilich hatte Mutti zu Weihnachten schon Stress, denn alles musste perfekt sein. Es gab Festtagsbraten und

danach vielleicht eine Majala Zitronencreme (die mit dem Eselchen). Oder Dr. Oetker hatte schon geholfen, eine Kaltschale zu zaubern. Wer viel Süßes gemampft hatte, wurde abends am TV-Gerät von einem Klinikleiter im weißen Kittel sehr ernst über die richtige Zahncreme informiert. Wahrscheinlich war es Colgate („er hat überhaupt nicht gebohrt“). Doch lauerte hinter Nutella nicht die Kariesgefahr? Nein, „denn Mutti weiß, wie Kinder heute gut und gesund ernährt werden“, hieß es im Nutella-Reklamespot.

An Weihnachten wurde die gesamte Verwandtschaft rauf und runter beschenkt, weiß Ursula Grundl noch. Ein Päckchen guter Bohnenkaffee („Ronning aus Bremen, den musst du nehmen“) in einer schönen Geschenkdose war beispielsweise ein nettes Geschenk für die Schwiegermutter.

Werbung war noch betulich, erzählt Gabriele Gerber, die Hörfunkwerbung nahm sich im Gegensatz zu den heutigen 20-Sekunden-Spots noch viel Zeit, manchmal sogar zwei, drei Minuten für kleine Hörspiele. Experten waren immer männlich, die Frauen gerne etwas unbedarft und Alice Schwarzer sagte dazu noch nichts, weil sie in den 60er Jahren als Volontärin bei den Düsseldorfer Nachrichten noch nichts zu sagen hatte. Die Jugend las Bravo und im Starschnitt erschien Hans-Joachim Kühlenkampff.

Die Rundfunkwerbung wurde damals regional zugeschnitten und in verschiedenen Dialekten gesprochen, im Bayerischen gerne von Maxl Graf. In welchem Dialekt auch immer das klang, „Geiz ist geil“ hätte damals sicher niemand gesagt. Gedacht hat man das aber wohl schon immer.

Fotoüberweisung ist einfach.



[sparkasse-regensburg.de](http://sparkasse-regensburg.de)

Wenn man mit den Apps der Sparkasse bequem die Rechnung fotografieren und mit einem Klick überweisen kann.

Wie das geht, erfahren Sie bei uns.

Sparkasse Regensburg