



Randbemerkungen zur musikalischen Volkskunde

Mitteilungen des Instituts für musikalische Volkskunde an der Pädagogischen Hochschule Neuß, Breite Str. 96, Telefon 22641. Herausgegeben von Professor Dr. Ernst Klusen. Sie erscheinen in zwangloser Folge etwa dreimal jährlich und werden Interessenten auf Anforderung kostenlos zugesandt. (Nachdruck mit Quellenangabe gestattet.)

VI / 1966

Volkskunst und Werbung

Das Thema liegt weniger weit vom Wege der Forschung, als man zunächst meinen sollte. Volkskundliche, insbesondere volksmusikalische Materialien werden für die Werbung seit etwa zwanzig Jahren immer wieder genutzt. Für die Wissenschaft von der Volkskunde ist dieses Phänomen unter verschiedenen Gesichtspunkten relevant

- hinsichtlich der Motivationen der Werber. Es ist anzunehmen, daß die Werber, um den Werbeeffect zu erreichen, ein bereits vorhandenes Interesse am Volksgut voraussetzen, etwa die Freude an dem, was die niederländische Volkskunde zutreffend den "boerenbonteffect" nennt. Darüber hinaus müssen sie erwarten können, ein nicht vorhandenes Interesse zu erregen. Daraus ergibt sich, daß volksmusikalische Materialien von denen, die sie so unbefangen prüfen wie Werbefachleute, in ihrer Wirkung nicht gering eingeschätzt werden. Für die Musikalische Volkskunde ergäbe sich die Aufgabe, diese Motivationen kritisch auf die wirklichen oder nur prätendierten Ziele zu prüfen.

- hinsichtlich der Kreise, an die solche Werbung sich wendet. Die pharmazeutische Industrie, die in dieser Art Werbung besonders aktiv zu sein scheint, wendet sich an ein gebildetes Publikum, an Ärzte - in einem Fall (vgl. die unten stehende Zusammenstellung) an Kinder. Die Lebensmittelindustrie stellt eine breitgestreute Werbung vor allem auf Kinder ab.

-hinsichtlich der Nebenwirkungen. In der Werbung geht es um den Absatz eines Produktes. Da man aber will, daß das Werbemittel ständig an das Werbeprodukt erinnert, müssen Werbemittel gewählt werden, von denen anzunehmen ist, daß sie im Gebrauch des Umworbenen bleiben. Werden auf diese Weise etwa Liederblätter für das praktische Singen wirksam, ist das für den Werber ein sekundärer, für die Volkskunde aber ein primärer Effect, dem nachzugehen ist. Unsystematische und informelle Befragungen haben beispielsweise ergeben, daß das Weihnachtsliederheft der Firma TSCHIBO wiederholt zur Ausgestaltung von Weihnachtsfeiern in Volksschulen und Familien verwendet wurde, das Liederheft "Wandern und Schauen" der gleichen Firma als Anschauungs- und Singmaterial in Schulen und Familien.

- hinsichtlich der horizontalen und vertikalen Perspektiven. Das Phänomen Volksmusik und Werbung ist in einem zweifachen Zusammenhang zu sehen. Horizontal im Zusammenhang mit gleichzeitigen Versuchen, Volkskunst als Werbung zu präsentieren, ohne den Werbezweck ausdrücklich festzustellen, wie etwa bei Trachtengruppen, Volksmusikensembles, Volkstanzkreise im Dienste des Fremdenverkehrs. Die Elsässer Schallplatten der untenstehenden Zusammenstellung sind interessante Zeugnisse eines Zusammenhangs von Industrierwerbung und Heimatwerbung. Sicherlich ist auch nicht zu vergessen, daß Volkskunst, historisch gesehen, häufig mit Werbung verbunden war, nicht nur bei den Werbeveranstaltungen für künftige Soldaten der Habsburger im 18. Jahrhundert, die sogar einen eigenen Volksmusikstil (Verbunk) förderten (vgl. B. Rajewski, Artikel Verbunkos, MGG, Bd. 13, Sp. 1419). Auch sonst begegnen dem Betrachter unter der historisch-vertikalen Perspektive in der Vergangenheit ständig Verbindungen von Werbung und Volksmusik: Werbung für und gegen Parteien, Ideologien, Armeen, Stände und Klassen. Daß in einer Industriegesellschaft die Werbung auch auf Industrieprodukte sich ausdehnt, dürfte in der musikalischen Volkskunde nicht unbeachtet bleiben.

Bisher ist dieses Thema - soweit ich sehe - nur gelegentlich wissenschaftlich abgehandelt worden: Otto Görner, Reklame und Volkskunde, Mitteldeutsche Blätter für Volkskunde VI, 1931; Karl Veit Riedel, Werbung und Reklame als volkskundliche Probleme, Beiträge zur deutschen Volks- und Altertumskunde X, 1966. Es ist nicht einmal die Absicht dieser Hinweise, Probleme zu lösen, noch nicht einmal, Fragen exakt zu stellen, nur "ad marginem" auf ein Thema aufmerksam zu machen, das auch Arbeitsgebiet einer gegenwartsorientierten musikalischen Volkskunde sein sollte.

Allgemeine Volkskunde

1. Vom Volksbrauch im Herbst, Bd. I
Vom Volksbrauch im Winter, Bd. II
Vom Volksbrauch im Frühling, Bd. III
Vom Volksbrauch im Sommer, Bd. IV

2. Wie's Wetter wird, Bd. I: Bauernregeln im Frühling
Wie's Wetter wird, Bd. II: Bauernregeln im Sommer
Wie's Wetter wird, Bd. III: Bauernregeln im Herbst
Wie's Wetter wird, Bd. IV: Bauernregeln im Winter

3. Spruchweisheiten aus aller Welt, 1. Teil: Götter, Teufel, Menschen
Spruchweisheiten aus aller Welt, 2. Teil: Adam und Eva
Spruchweisheiten aus aller Welt, 3. Teil: Leben und Sterben
Spruchweisheiten aus aller Welt, 4. Teil: So geht's in der Welt

Mit kommentierenden Zwischentexten herausgegeben von der Deutschen Hoffmann-La Roche AG., Grenzach, Baden.

Liederbücher und Liederblätter

4. Heimat - deine Lieder. Liederheft der Firma W. Jost Metalldünger GmbH, Iserlohn. Als Manuskript gedruckt, zusammengestellt von Oberlandwirtschaftsrat a. D. Dr. habil. Schwarz, Jever und Wittmund 1964.

5. Wandern und Schauen. Sechs Volkslieder mit Noten, Abbildungen von Tieren und Pflanzen sowie Anleitung zur Zimmerblumenpflege. Herausgegeben von der Firma Tschibo, Hamburg.

6. Es weihnachtet sehr. Zehn Volkslieder mit Noten und Bildern, acht Weihnachtsgedichte von Rilke, Mörike u.a., sowie vier Weihnachtserzählungen und das Weihnachtsevangelium nach Lukas. Herausgegeben von der Firma Tschibo, Hamburg.

7. Stille Nacht, heilige Nacht. - Zwölf Volkslieder mit Noten und Bildern, acht Weihnachtsgedichte (Theodor Storm, Hoffmann von Fallersleben, Felix Dahn u. a.) sowie vier Weihnachtserzählungen (u. a. von Manfred Hausmann). Herausgegeben von der Firma Tschibo, Hamburg.

8. Bi-Ba-Butzemann. Die schönsten Kinderlieder. Dreiundzwanzig Kinderlieder mit Melodien und Abbildungen (Einklebebilder). Herausgegeben von den Köllnflockenwerken, Elmshorn.

9. Europäische Wiegenlieder. Zwei Serien zu sechs und acht Liedern auf Einzelblättern mit Abbildungen in mehrstimmigen Sätzen. Herausgegeben von der Firma Bayer, Leverkusen.

10. Gödecke-Serie: Europa im Volkslied. Acht Volkslieder einstimmig mit Text und Bildschmuck. Herausgegeben von der Firma Gödecke & Co., Chemische Fabrik AG, Freiburg/Br.

11. Zeigt her eure Füße. Kinderlied mit mehrstimmigem Satz mit Abbildung. Herausgegeben von der Firma Rondo-Werke, Schwelm/Westf.

12. Märchen und Gedichte für Groß und Klein. Acht Volkslieder, einstimmig mit Text und illustrierten Märchen. Herausgegeben von der Firma Eduscho. Bremen.

Schallplatten

13. Beiträge zur Geschichte der Medizin. Heilende Rhythmen. Neun 17cm-Schallplatten mit außereuropäischer Foklore (u. a. Ceylon, Südafrika, Tibet, Indien). Herausgegeben von der Firma Bayer, Leverkusen.

14. Souvenir d'Alsace, Pathö EA 368, 17-cm-Platte, enthaltend volkstümliche Blasmusik: La Perle d'Alsace; Tyrolienne Bernoise; Galina; Relais d'Alsace. Gespielt vom Orchestre Folklorique Perle, "Perlkapell". Patronné et encouragé par la grande "Brasserie Perle".

15. Souvenir de Strasburg et de la Perle des Bières, ck Perle, CSK 5001, 17-cm-Platte, enthaltend: Tendre Souvenir, valse. - Sur la charette à Foin, Polka. - Echo des Vosges, valse alsacienne. - Joyeuse Rentrée, marche. Ausführende und Auftraggeber wie Nr.14.

16. Folklore d'Alsace. Fy 2236, 17-cm-Platte, enthaltend: Volkstümliche Akkordeonmusik. Marche des Bières d'Alsace. - Burakapell Josi. Auftraggeber wie Nr. 14.

Sonstiges

17. Spieluhr als kleine Drehorgel, spielt: Brahms, Guten Abend, gute Nacht. Firma Byk-Gulden Lomberg. GmbH, Konstanz. K.