

Melodien für Millionen

Pop-Shopping : Party mit Musik aus Werbespots der 60er- und 70er-Jahre im Pavian

Von unserem Mitarbeiter
Thomas Erhart

Eingerahmt von einer Riesen-Packung „Wrigley's Spearmint“ und den ausgestellten Original-Single-Hüllen legte DJan eine Mischung aus Werbesongs der 60er- und 70er-Jahre und anderer nicht ganz gewöhnlicher Soul-, Funk- und Easy-Listening-Hits der Zeit im Pavian auf. Die passenden Fernsehspots verursachten wohliges Wiedererkennen und überraschtes Wiederentdecken beim Publikum.

Lange Zeit schlummerten sie im Verborgenen, die Hits aus den Werbespots der 60er- und 70er Jahre, für die meisten zumindest. Für andere, wie die DJs Señor 45 und Sir d'Oeuvre waren die Singles gesuchte Objekte auf Flohmärkten und in Second Hand Shops. Daraus entstand im Laufe der Zeit eine ansehnliche Sammlung. Eine Zusammenstellung ihrer besten Stücke wurde gerade unter dem Na-

men „Pop-Shopping“ als Doppel-LP und CD veröffentlicht. Ein ursprünglich geplanter Titel „Zur Kasse Schätzchen!“ wurde von der Berliner Plattenfirma Crippled Dick Hot Wax!, die sich mit der Wiederveröffentlichung obskurer Soundtracks wie „Vampyros Lesbos“, „Schulmädchen-Report“ von Gert Wilden oder „Signor Rossi (Herr Rossi sucht das Glück)“ von Franco Godi einen Namen machten, abgelehnt.

„Atrix-Melodie“

Dafür zielt jetzt der Hinweis „juicy music from german commercials 1960 -1975“ das poppige, der „Atrix Melodie“ von 1968 entlehnte Cover: „28 Melodien für Millionen“ mit Abbildungen der Originalhüllen im Klappcover – ein schönes Teil, in Augsburg erhältlich im Ungawa, Bäckergasse.

Da weder DJ Señor 45 noch Sir d'Oeuvre zur Verfügung standen, legte in Vertretung

DJan abwechselnd die Werbehits der 60er- & 70er- Jahre („Nescafé Calypso“, „Tobler Twist“, „Yoghurt Beat“) mit Soul-, Funk- und Easy-Listening-Hits der Zeit in nicht weniger interessanten Versionen auf, wie zum Beispiel „(Sittin' On) The Dock Of The Bay“ von Peggy Lee.

Im Fernseher liefen dazu tonlos nonstop Werbespots in schwarzweiß und Farbe. Diese zeigten die ganze Palette bekannter Marken und Gesichter: Alpenromantik mit Milka, Stranderotik mit Fa, Reinlichkeit mit Ariels „Clementine“ rauschhaft Psychedelisches mit Afri Cola, den „Duft der großen weiten Welt“ mit Peter Stuyvesant.

Einen allseits präsenten Rudi Carrell, der für Edeka und VW Käfer wirbt, Frau Antje mit Käse aus Holland, Fahrvergnügen mit Opel GT und Ford Capri, und nicht zu vergessen den Bärenmarke-Bären mit Rucksack auf Wanderschaft. Fast schon eine Reizüberflutung mit Wohlbekanntem und auch Vertrautem – ein wahres Inferno der Markennamen.