

Die Einführung der Spalt-Tablette vor 75 Jahren

Ch. Friedrich

Ein erster Beleg über Spalt-Tabletten findet sich am 7. Mai 1932 in der Pharmazeutischen Zeitung unter der Rubrik: „Wissenschaftliche Mitteilungen. Pharmazeutische und andere Spezialitäten“ (Abb.1). Hersteller waren die beiden Firmen Dr. Ballowitz und Co. sowie Titus G.m.b.H., die dem Kaufmann Leo Maximilian Baginski (1891–1964) (Abb. 2) gehörten.

Baginski wurde in Kolmar, in der Provinz Posen, heute in Polen gelegen, geboren. Der Vater verstarb, als er sechs Jahre alt war, und er wurde von seinem Onkel erzogen. 1905 begann er in Berlin eine Kaufmannslehre. Drei Jahre später machte er seine erste Erfindung, den Universal-Flaschen-Kapseler „Herkules“. Er gründete mit einem Startkapital von 100 M als 19jähriger seinen ersten Betrieb, den er bis 1911 kontinuierlich vergrößern konnte. Daneben eröffnete er eine weitere Fabrik, die später den Namen „Eta“ erhielt.¹ 1912 übernahm er einen Heilmittelbetrieb, den er unter dem Namen „Dr. Ballowitz & Co.“ weiter führte. Nach dem Krieg vergrößerte er seine Unternehmen beträchtlich. 1927 wurde Baginski die Ehrendoktorwürde der Universität Brüssel zuerkannt, wohl auch als Zeichen für seine inzwischen beträchtliche Anerkennung, die er als Unternehmer gefunden hatte. Ein Jahr später unternahm er eine Reise in die USA, auf der er die dortige Produktwerbung studierte.²

1931 gründete Baginski die „Prof. Dr. med. Much AG“, zur Herstellung der Präparate von Prof. Dr. Hans Much (1880–1932), einem Schüler Emil von Behrings (1854–1917), der ein bedeutender Arzt und Dichter war.³ Zu den von Much entwickelten Arzneimitteln zählten Hormonpräparate, aber auch das Abführmittel „Dragee 19“.⁴

Entwicklung der Spalt-Tablette

¹ Rudolf von NOLTING: Geheimrat L.M. Baginski und sein Werk. Nach privaten Aufzeichnungen und Dokumenten. Bad Soden a. Ts. 1993.

² von NOLTING [wie Anm. 1].

³ Hermann LENHARTZ: Hans Much. Eine biographische Skizze. In: MUCH, Hans: Vermächtnis. Bekenntnisse von einem Arzt und Menschen. Dresden 1933, S. 9–38 und Rainer WIRTZ: Leben und Werk des Hamburger Arztes, Forschers und Schriftstellers Hans Much (1880–1932) unter besonderer Berücksichtigung seiner medizintheoretischen Schriften. Diss. med. Herzogenrath 1991.

⁴ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 691 Durch die Much AG vertriebene Präparate ohne Datum.

Zur Herstellung der Spalt-Tablette soll Baginskis seinen Tablettenmeister mit der Frage angeregt haben: „*Sagense mal Meester, könn'se en Loch in ne Tablette machen, oder ne Kerbe oder sonst wat, det man im Dunkeln fühlen kann, wat es is.*“ So entstand die „Tablette mit dem Spalt“, wie sie später genannt wurde. Baginski kam auf die Idee, eine solche Tablette herzustellen, als er einem Handwerksmeister zusah, der einen Spalt in Bleche stanzte. Später hat er diesen Handwerksmeister an seinem großen Erfolg teilhaben lassen.⁵

Die Rezeptur stammt von dem Chefarzt, Prof. Dr. med. J. Ferrua, Professor der Allgemeinen Pathologie (Abb. 3). Seine Identität ließ sich nicht ganz eindeutig klären. Vermutlich handelt es sich bei ihm um den ehemaligen spanischen Marinearzt und außerordentlichen Professor der Pathologie in London, Josef (José) Ferrúa.⁶ Dieser entwickelte sein Kombinationspräparat, nach dem Prinzip des schweizerischen Pharmakologen Emil Bürgi (1872–1947), der feststellte:

„Wenn man eine geringe Menge eines einzelnen chemischen Wirkstoffes z.B. verdreifacht, so erzielt man damit im allgemeinen nicht eine dreifach so starke Wirkung. Dagegen kann man bei der Kombination von 3 verschiedenen Wirkstoffen, die alle als ausgezeichnete spezifische Mittel bekannt sind, eine sogar wesentlich größere als die dreifache Wirkung erzielen.“⁷

Die Zusammensetzung der Spalt-Tablette war 1932 folgende:

- Phenacetin 0,33 g
- Phenyldimethylpyrazolon 0,116 g • Phenylglykolsäure-benzylester 0,07 g • Coffein 0,001 g • Ephedrin 0,003 g • Indifferente Zusätze 0,160 pro Tab. (für das Inland).⁸

Die Tablette sollte auch gegen spastische Kopfschmerzen helfen. 1940 monierte indes der Präsident des Werberates der Deutschen Wirtschaft dies. Die wissenschaftliche Abteilung der Firma verwies in ihrem Schreiben vom 10. Juli 1940 jedoch auf zahlreiche Aufsätze in der Fachliteratur.⁹ Die pharmakologischen Gutachten stammten von Prof. Dr. Hermann Steudel (1871–1967), Ordinarius für Physiologie an der Universität Berlin, und Prof. Otto Riesser (1882–1949), Professor der Pharmakologie an

⁵ von NOLTING [wie Anm. 1].

⁶ Der Verfasser dankt Frau Rafaela Dominguez Vilaplana für zweckdienliche Auskünfte.

⁷ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 104 Spalttabletten 1934-1940 und Emil Bürgi: Die Arzneimittelkombinationen. Berlin 1938.

⁸ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 57 Patentüberprüfung

⁹ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 174 Werberat der deutschen Wirtschaft 1938-1940



der Universität Breslau.¹⁰ Letzterer wurde wegen seiner „jüdischen Herkunft“ später entlassen.¹¹ Beide wiesen die Unschädlichkeit des Präparates und seiner einzelnen Bestandteile nach.

Patentierung der Spalt-Tablette

Für Spalt-Tablette als Kombinationspräparat erwies sich eine Patentanmeldung der Rezeptur als wenig erfolgversprechend, da diese jederzeit von anderen Herstellern durch minimale Variierung nachgeahmt werden konnte. Neu war jedoch die Idee Baginskis, die Tablette mit einem Spalt zu versehen. 1931 meldete Baginski beim Reichspatentamt ein entsprechendes Warenzeichen an; ein Jahr später wurde die Patentanmeldung indes zurückgewiesen.¹² Daher erfolgte nun eine Anmeldung als Wort-Bild-Zeichen. Am 9. Mai 1932 wurde das Warenzeichen auch international unter Nr. 79069 registriert. Es handelt sich dabei um ein Wort-Bild-Zeichen: „*Es besteht aus einer Abbildung der [...] Spalt-Tablette, dem Worte ‚Spalt-Tabletten‘ und einer etwas elliptischen Umrahmung, sowie zwei Pfeilen, die auf den Spalt hinweisen*“ (Abb.4).¹³

Marketing und Werbung

Mehrere Akten im Landesarchiv Berlin bieten einen hervorragenden Einblick in die „Werbung für ‚Spalt-Tabletten‘ in den Jahren 1932–1941“.¹⁴ So kann nachgewiesen werden, dass für Anzeigen in Zeitschriften und Tageszeitungen in diesen neun Jahren bereits 1.045.035 RM ausgegeben wurden. 160.000 RM sind zusätzlich für Werbungsprospekte, 10.000 RM für Schaufensterreklamen und 56.578,53 RM für eine

¹⁰ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr.44 Rundschreiben (besonders an Apotheken) über verschiedene pharmazeutische Produkte, auch Quittungen 1934-1942

¹¹ Hans-Heinz EULNER: Die Entwicklung der medizinischen Spezialfächer an den Universitäten des deutschen Sprachgebietes. Stuttgart 1970, S. 650.

¹² Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 57, 322.

¹³ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00 Nr. 131 Werbung für Spalttabletten 1932-44.

¹⁴ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 678 Werbung für Spalttabletten ohne Datum, A Rep. 250-02-00, Nr. 213 Werbetexte 1927-1936, A Rep. 250-02-00, Nr. 131 Werbung für Spalttabletten 1932-1944, A Rep. 250-02-00, Nr. 194 Tarife für Werbeanzeigen in Zeitungen: (A-C) 1934-1936, A Rep. 250-02-00, Nr. 195 Tarife für Werbeanzeigen in Zeitungen: (D-J) 1934-1936, A Rep. 250-02-00, Nr. 105 Werbung über Allgemeinthemen und Schmerzbehandlung, Kräuterheilkunde, Vitamine 1936, A Rep. 250-02-00, Nr. 172 Werberat der deutschen Wirtschaft 1936-1937, A Rep. 250-02-00, Nr. 115 Produktwerbung zu eigenen Präparaten und Informationen fremder Firmen 1936-1938, A Rep. 250-02-00, Nr. 175 Werberat der deutschen Wirtschaft 1936-1939, A Rep. 250-02-00, Nr. 173 Werberat der deutschen Wirtschaft 1937-1939, A Rep. 250-02-00, Nr. 214 Originalwerbetexte 1937-1941, A Rep. 250-02-00, Nr. 174 Werberat der deutschen Wirtschaft 1938-1940

Außenwerbung durch Neon-Leuchtschilder aufgewendet worden. Die Werbesumme betrug insgesamt 1.371.613,53 RM.¹⁵

Bereits 1932 erschienen acht Inserate in der „Berliner Illustrierten“, wofür über 5000 Reichsmark bezahlt werden mussten, sieben Inserate in der „Neuen Illustrierten Zeitung“ und in der „Deutschen Illustrierten“ und je sechs Inserate in der „Frankfurter Illustrierten“, der „Grünen Post“, der „Modenschau“ sowie in der Zeitschrift „Die Woche“. In deutschen Zeitschriften finden sich zwischen 1932 und 1941 insgesamt 1708 Inserate. Das Konzept Baginskis war es, bestimmte Personengruppen anzusprechen. Zunächst waren dies die Frauen, die häufiger unter Migräne oder regelbedingten Kopfschmerzen leiden. Baginski wandte sich deshalb an die Leserinnen von Illustrierten wie „Die Modeschau“ oder „Das Blatt der Hausfrau“.

Weitere Personengruppen, die er ansprechen wollte, waren die deutschen Kriegsopfer und das gehobene Bürgertum. Die Werbeanzeigen waren psychologisch geschickt aufgebaut und richteten sich an das Verständnis der jeweiligen potentiellen Anwender. So hieß es etwa in der Berliner Illustrierten Zeitung: *„Dein Schädel schmerzt wie gespalten, lass schnell die Spalt-Tabletten walten! Wer einmal über den Durst getrunken hat; wer viel geraucht hat; wer überarbeitet oder übernächtigt ist, der weiß, was ein Kater ist. Wenn's in den Schläfen hämmert, wenn der Kopf zerspringen will, dann ist vielleicht die Apotheke nicht gerade in der Nähe. Deshalb empfiehlt es sich, ‚Spalt-Tabletten‘ vorsorglich immer bei sich zu tragen; sie beseitigen und verhüten den ‚Kater‘, auch führen sie eine schnelle Ausscheidung zuviel getrunkenen Alkoholmengen herbei. Sie wirken auch bei Kopfschmerzen, Migräne, neuralgischen Schmerzen usw.“* (Abb. 6)

In der Kölnischen Illustrierten Zeitung verhiess die Werbung dem potentiellen Anwender: *„Etwas zuviel gestern abend getrunken – doch heute morgen frisch wie sonst! Mit einer ‚Spalt-Tablette‘ schlafen Sie ohne Kopfschmerzen ein und erwachen am nächsten Morgen so frisch, als sei nichts gewesen. Wer ‚Spalt-Tabletten‘ noch nicht probiert hat, der kennt auch nicht die angenehme Wirkung derselben. Sie sind nicht nur für Kopfschmerzen und andere Schmerzen, sondern bekämpfen auch den allbekanntesten Kater, eine Mischung von Übelkeit und Benommenheit.“*

¹⁵ Landesarchiv Berlin Rep 250–02–00, Nr. 131 Werbung für Spalt-Tabletten 1932–1944.



In der Deutschen Radio-Illustrierten hieß es 1940: „*Quälender Kopfschmerz kann auch den stärksten Mann aus der Fassung bringen. Wollen Sie einen klaren Gedanken fassen, so gelingt es Ihnen nicht. Befreiend kann schon eine ‚Spalt-Tablette‘ wirken. Der schmerzende Druck entweicht, Sie fühlen sich erleichtert und das normale Denkvermögen kehrt zurück. ‚Spalt-Tabletten‘ sind ein bekanntes Spezialpräparat gegen Kopfschmerz, Zahnschmerz, Migräne, rheumatische Schmerzen u.s.w.*“¹⁶ (Abb. 7)

Aber auch im Deutschen Ärzteblatt gab es Werbeanzeigen, die sich freilich hier an ein medizinisches Fachpublikum wandten (Abb. 8). Im Ausland gab es gleichfalls eine rege Spalt-Werbung, die allerdings während des Krieges eine Unterbrechung fand. Geworben wurde beispielsweise in Tschechien und in Portugal (Abb. 9). Im Landesarchiv Berlin findet sich eine Akte mit dem Titel „Werbung für Spalt-Tabletten“. Sie enthält zahlreiche Entwürfe als Bleistiftzeichnungen für eine gezielte Präparatewerbung.¹⁷ Diese stammen von unbekanntem Werbegrafikern. Im Unterschied zu anderen Spalt-Annoncen, die die hervorragende Wirkung des Arzneimittels und seine vielfältige Anwendung in den Vordergrund stellten, erlauben diese Entwürfe z. T. einen Einblick in die Arbeit der damaligen Much-AG. Unter der Überschrift „Spalt-Tabletten zuverlässig!“ wird beispielsweise die Fabrikations-Kontrolle gezeigt: Laborantinnen bei der Arbeit im Labor, mit Chemikalien hantierend, an der Analysenwaage, mit einer Pipette etwas abmessend bzw. eine Flüssigkeit auf dem Bunsenbrenner erheizend (Abb. 10-12). Aber auch Informationen über die Einnahme der Spalt-Tablette werden vermittelt. So zeigt ein Entwurf, wie die Tablette aus dem Röhrchen in die Hand gegeben und danach in einem Wasserglas gelöst wird (Abb. 13). Zehn weitere Entwürfe, mit „Biegel“ unterzeichnet, nehmen wiederum Bezug auf die Wirkung der Tablette (Abb. 14–15). Dies entsprach den Forderungen des Werberates, der verlangte, nicht in reißerischer Weise für Arzneimittel Reklame zu machen, sondern die Indikationen wie auch die Arzneimittelsicherheit in den Mittelpunkt zu stellen. In einigen Fällen wurde die Anwendung sogar kritisch hinterfragt, wenn beispielsweise ausdrücklich vor einer Dauereinnahme gewarnt wird (Abb. 16). Insofern lassen diese Entwürfe eine neue Qualität der Werbung erkennen. Die in diesem Jahr 75 alte Spalt-

¹⁶ Landesarchiv Berlin Rep 250-02-00, Nr. 131 Werbung für Spalt-Tabletten 1932–1944.

¹⁷ Landesarchiv Berlin A Rep. 250-02-00, Nr. 678 Werbung für Spalttabletten ohne Datum



Tablette liefert wohl einen schlagenden Beweis dafür, dass Werbung ein wichtiger
Karrierefaktor für Arzneimittel darstellt.