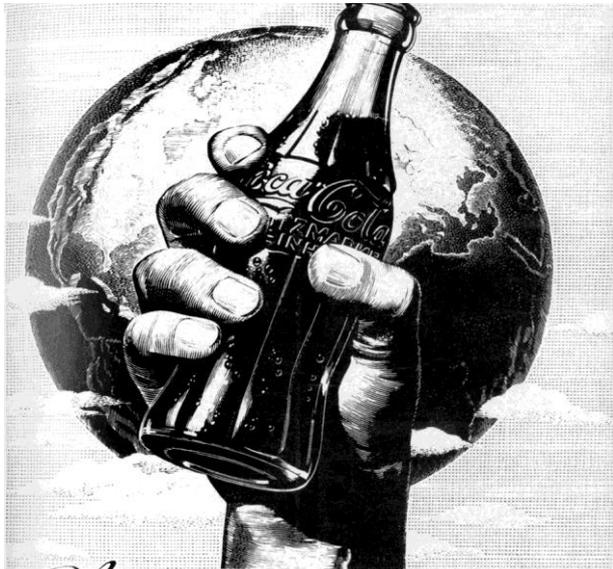


Die Flasche spricht selbst (geschehen 1954)

© Dirk Schindelbeck 2008



Symbol der Freundschaft

heißt die Inschrift dieses Bildes, das den Besucher begrüßt in den modernen Produktionsstätten, überall, wo „Coca-Cola“ zubereitet wird, überall, wo Menschen schaffen, um für Millionen treuer Freunde jahraus, jahrein, Tag und Nacht, dabein und draußen, in Stadt und Land diese köstliche Erfrischung bereitzustellen, wo immer und wann immer man nach ihr verlangt. Die vielen tausend Männer und Frauen, die in über hundert ortsaussageigen, selbständigen Unternehmen in unseren Lande mit Freude und Begeisterung ihre vielfältigen Aufgaben

im Dienste der Erfrischung

erfüllen, sind in diesem Zeichen freundschaftlich verbunden. All ihr gemeinsames Bemühen gilt der gesicherten, stets gleich hohen Qualität von „Coca-Cola“ und der immer größer werdenden Vollkommenheit ihres Dienstes an der Allgemeinheit.

MACH MAL PAUSE  DAS ERFRISCHT!

Die berühmte in vielen Zeitschriften und Zeitungen der Bundesrepublik erschienene Coca-Cola-Anzeige „Symbol der Freundschaft“ von 1955

Konzessionäre saßen ein beim Firmenjubiläum
versammelt in der Lichtburg, Essen (ein Theater).
Verklang die Ouvertüre, still wie vorm Te Deum
erhob der Vorhang sich, und es erschien als Vater

vor ihnen, die hier endlich Pause machen durften,
leibhaftig, riesengroß die Coca-Cola-Flasche.
Wie süß sie sprach! Wie ihre Töne magisch kurvten
geschickt um das, was wirklich zählte (Asche, Asche):

„Einträchtig habt ihr euch, die mich vertreten,
um mich geschart. Ich bin nicht Inhalt nur und Glas.
Ihr wart es selbst, die mich zur Königin erhöhten.

Ich bin's, die Seele eures wachen Sinns nach Geld,
Ich bin es, Coca-Cola, eins und einzig, das
bekannteste der Warenzeichen auf der Welt.“

Anmerkung:

Nachfolgend der Originaltext über das denkwürdigen Bühnenspektakel im Jahr 1954 in der Essener Lichtburg angesichts der 25-jährigen Coca-Cola-Präsenz in Deutschland: „Tausend Augenpaare blickten am Freitagmorgen voll gespannter Erwartung, als nach Verklingen der Ouvertüre der Vorhang langsam die Bühne freigab und eine riesige Coca-Cola-Flasche aufglühte. Mit dunkler sympathischer Stimme begann sie zu sprechen, im Rhythmus der Sprachschwingungen magisch aufleuchtend: ‚Ich bin nicht nur Glas und Inhalt, nicht tote Materie, für euch bin ich sprudelndes Leben und prickelnde Lebendigkeit. Ihr habt mich zu einem königlichen Symbol erhöht, ich bin der Inbegriff Eurer Arbeit, für Euch strahlender Mittelpunkt, Ihr habt Euch einträchtig und frohgestimmt um mich geschart, ich bin das Herz und die Seele Eures aufblühenden Geschäfts. Ich war, ich bin und will in alle Zukunft sein Ich bin nicht Ware schlechthin, ich bin einmalig und einzig in meiner Art. Ich bin Coca-Cola, lebendiges Leben, schöpferischer Geist... durch menschliche Kraft wurde ich zu einem der bekanntesten Warenzeichen auf dieser Welt...‘“

Vgl. Dirk Schindelbeck: Der Coca-Cola-Mythos, in: Rainer Gries/Volker Ilgen/Dirk Schindelbeck: Gestylte Geschichte. Vom alltäglichen Umgang mit Geschichtsbildern, Münster 1989, S. 186-199; Dirk Schindelbeck: Magische Formeln. „Mach mal Pause!“, „Keine Experimente!“ in: dies.: „Ins Gehirn der Masse kriechen!“ Werbung und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt 1995, S. 92-105.