

MYTHOS COCA-COLA

Coca-Cola® Deutschland

Die Geschichte der Coca-Cola Werbung

Die Coca-Cola Werbung

Kommunikation von Anfang an

Am 29. Mai 1886 erscheint im „Atlanta Journal“ die erste Coca-Cola Anzeige. Nur wenige Tage nach der genialen Erfindung des Apothekers John S. Pemberton wird das neue Getränk – ganz ungewohnt zu jener Zeit – in einer Tageszeitung angepriesen. Die Vorzüge von Coca-Cola sollen schnell bekannt werden: „Delicious! Refreshing! Exhilarating! Invigorating!“ – köstlich, erfrischend, anregend und belebend.



Mit zunehmender Beliebtheit ändert sich die Werbeansprache. Das Produkt wird nicht mehr erklärt, die Botschaft lautet schlicht: „Drink Coca-Cola“. Die auf ein Minimum reduzierten Slogans werden schnell zum Markenzeichen der Coca-Cola Werbung. Neben Anzeigen und Plakaten verhelfen vor allem

großflächige Reklametafeln, Coca-Cola in allen Bundesstaaten der USA zum Erfolg. Riesige Außenwerbungen mit dem charakteristischen Schriftzug prägen das Bild vieler Großstädte. Um 1910 ist Coca-Cola eines der meistbeworbenen Produkte in Amerika.

Coca-Cola verändert die Trinkkultur

Zu Beginn der 20er Jahre steht die The Coca-Cola Company vor einer großen Herausforderung: Coca-Cola ist vor allem ein Saison-Getränk. Es wird fast ausschließlich während der heißen Sommermonate konsumiert. Der Grund: Die Amerikaner trinken im Winter nichts Kaltes – eine alte Gewohnheit.

Das soll sich ändern. Das Unternehmen entwickelt die groß angelegte Kampagne „Thirst knows no season“ – Durst kennt keine Jahreszeit. Und revolutioniert damit die amerikanische Trinkkultur. Schon bald ist es selbstverständlich, sich auch in der kalten Jahreszeit mit einem Softdrink zu erfrischen und Coca-Cola wird rund ums Jahr zum Verkaufsschlager.

Zum Ende des Jahrzehnts landen die Werbestrategen von Coca-Cola einen weiteren Coup: „The pause that refreshes“. Damit gelingt der endgültige Durchbruch und das Getränk wird vollends zum festen Bestandteil des amerikanischen Alltags.

MYTHOS COCA-COLA

Coca-Cola® Deutschland

Die Geschichte der Coca-Cola Werbung

Was ist Coca-Cola?

1929 kommt Coke nach Deutschland. Wie anfänglich in den USA, konzentriert sich die Werbung zunächst darauf, die Eigenschaften des Produkts darzustellen. Mit der Werbebroschüre „Was ist Coca-Cola“ und dem Slogan „Köstlich und erfrischend“ wird den Deutschen das hierzulande noch wenig bekannte Getränk nahe gebracht.



Die anfangs eher zögerlichen deutschen Konsumenten finden dann doch schnell Gefallen an dem neuen Softdrink – jedoch ebenfalls nur im Sommer. Die Werbefachleute von Coca-Cola in Essen nutzen

die Erfahrungen ihrer US-Kollegen. Nach amerikanischem Muster starten sie 1935 die Kampagne „Durst kennt keine Jahreszeit“.

Coca-Cola wird fortan auch in Deutschland erfolgreich als Erfrischungsgetränk für 365 Tage im Jahr beworben – mit vier wechselnden Plakatmotiven für Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter.

„Coca-Cola ist wieder da“

Im zweiten Weltkrieg werden die Rohstoffe für die Produktion von Coca-Cola knapp und 1941 muss die Produktion in Deutschland eingestellt werden. Mit einer kurzen, aber bestimmten Aussage meldet sich Coca-Cola 1949 bei den deutschen Verbrauchern zurück: „Coca-Cola ist wieder da“. Eine einfache Botschaft, mit der das Produkt schnell wieder seine Marktposition erobert.

„Mach mal Pause“

Schritt für Schritt wird das amerikanische Werbe-konzept dem heimischen Markt angepasst. Werbebotschaften, Plakate und die erste Fernsehwerbung spiegeln nun die Lebenswirklichkeit der deutschen Nachkriegs-Generation wider. Nach den Mühen des Wiederaufbaus fordert Coca-Cola die Menschen 1955 auf: „Mach mal Pause – Trink Coca-Cola“. Der Slogan wird zum geflügelten Wort der Wirtschaftswunderzeit.

MYTHOS COCA-COLA



Die Geschichte der Coca-Cola Werbung

„Besser geht's mit Coca-Cola“

Mit fast seismographischem Gespür trifft die Coca-Cola Werbung den Nerv der Zeit, knüpft ein enges Band mit den Verbrauchern. Sie begleitet die Bundesbürger durch die arbeitsintensiven Boomjahre der 60er: „Besser geht's mit Coca-Cola“.

Mit „Lasst uns frischwärts geh'n...“ und „Coke macht mehr draus“ prägt sie in den 70er Jahren das Lebensgefühl einer ganzen Generation. Die Slogans und eine neue, authentische Bildersprache zeigen deutlich den Wandel jener Zeit. Das erste Jahrzehnt einer jugendlichen Gesellschaft mit neuen Werten und einer neuen Lebenseinstellung bricht an.

Coca-Cola ermuntert die junge Generation, ihr Leben zu genießen, unkonventionell zu sein, Abenteuer zu wagen. Die Plakate zeigen erstmals fröhliche junge Menschen in Aufbruchstimmung – dynamisch und mit hoher Emotionalität in Szene gesetzt.

„Coca-Cola is it!“

Anfang der 80er Jahre wird die „Zeit für Coca-Cola“ ausgerufen. Die Wogen der stürmischen Hippie-Zeit haben sich geglättet, Körperbewusstsein liegt im

Trend. Coca-Cola greift diese Stimmung auf, intensiviert sie. Sport, Freizeit, Lebensfreude und Genuss finden in der Coca-Cola Werbung zu einem gemeinsamen Nenner.

Coca-Cola ist eben mehr, als ein Erfrischungsgetränk. Coca-Cola ist ein Lebensgefühl. Kurz: „Coca-Cola is it!“. Perfekt beherrscht das Unternehmen die Kunst des sprachlichen Minimalismus. Der Produktname und vier Buchstaben reichen aus, um die komplexe Werbebotschaft zu transportieren.

“Always Coca-Cola”

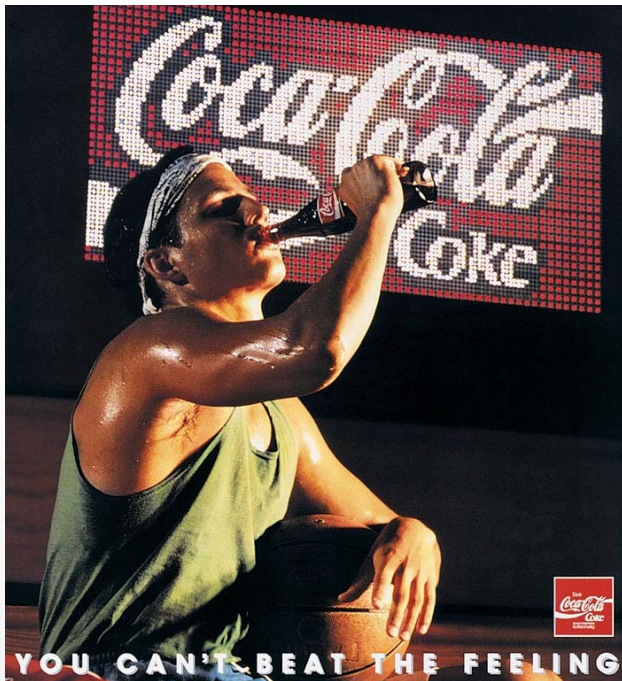
Im geschichtsträchtigen Jahr 1989 folgt ein neuer Slogan: „You can't beat the feeling!“. Dann fällt in Berlin die Mauer. Ein Ereignis, dass die Welt verändert. Der emotionale Coca-Cola Slogan ist dafür wie gemacht, berührt die Menschen tief in ihrem Innersten.

Dem Freudentaumel der Wiedervereinigung folgt die Ungewissheit auf die Zukunft. Die Welt ist in Bewegung geraten, neue Herausforderungen sind zu meistern. In den Zeiten des Wandels sagt Coke 1993 schlicht: „Always Coca-Cola“. Und signalisiert ungebrochene Kontinuität und Verlässlichkeit. Coca-Cola ist und bleibt Coca-Cola – was auch immer geschehen mag.

MYTHOS COCA-COLA

Coca-Cola® Deutschland

Die Geschichte der Coca-Cola Werbung



„Coca-Cola enjoy“

Das neue Jahrtausend beginnt fulminant. Die Kultmarke hat sich neu aufgestellt und startet im Februar 2000 ihre globale Kampagne „Coca-Cola enjoy“. Mit neuen TV-Spots, neuer Musik und einem neuen Design. Das zentrale grafische Element: eine geöffnete Coca-Cola Konturflasche. Das Symbol für Coke Genuss mit allen Sinnen – spritzig, prickelnd, eisgekühlt.

„Coca-Cola enjoy“ ist die Einladung an Menschen in der ganzen Welt, das Leben zu genießen, das Dasein zu zelebrieren. Nach Jahren des Aufbaus wird es wieder Zeit, die kleinen und großen Momente des Alltags wahrzunehmen. Sie mit Coca-Cola zu etwas Besonderem zu machen. Der Slogan „Life tastes good“ formuliert diese Botschaft 2001 noch konkreter. Das Leben ist schön, genieße es!

„Make it real“

Ab 2003 gilt bei Coca-Cola das Motto „Make it real“. Die in Deutschland entwickelte Kampagne setzt auf Optimismus und fordert die Menschen auf aktiv zu werden. Und sie zeigt eindrucksvoll, dass die Marke es vermag, Menschen zu inspirieren und zu begeistern.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht ein TV-Spot, der authentische Alltagsmomente einfängt. Er erzählt Geschichten von Menschen, die ihre Lebensvorstellungen und Träume verwirklicht haben. Das Besondere: Alle Akteure sind Menschen wie du und ich – keine Schauspieler.

Mit „Make it real“ geht Coca-Cola neue Wege in der Kommunikation. Neben dem klassischen Fernseh-

MYTHOS COCA-COLA



Die Geschichte der Coca-Cola Werbung

Spot gibt es erstmals auch Mini-Spots im Internet zu sehen. Diese so genannten Featurettes sprechen vor allem die jugendliche Zielgruppe an, denn das Internet ist ihr Medium.

“Live on the Coke side of life”

Seit 2006 setzt Coca-Cola mit “Live on the Coke side of life” auf einen weltweit einheitlichen Auftritt, der zugleich Raum zur nationalen Interpretation lässt. In Deutschland führt die Kampagne die Euphorie fort, die das Land während der Fußball-Weltmeisterschaft geprägt hat.

Mit Coke soll das neue optimistische Gefühl lebendig bleiben. Coca-Cola ist „Happiness in a bottle“, bietet

einzigartige Erfrischung, verkörpert eine positive Lebenseinstellung. Die Botschaft ist eindeutig: Wer sich für Coca-Cola entscheidet, entscheidet sich für die schönen Seiten des Lebens!

“mach dir freude auf”

2010 startet die neue, globale Coca-Cola Kampagne „Open Happiness“ in Deutschland mit dem Claim „mach dir freude auf“. Die Themen Optimismus und Lebensfreude stehen weiterhin im Zentrum. Durch den Appell an die Konsumenten, mit dem Öffnen einer Coca-Cola für schöne Momente in ihrem Leben zu sorgen, wird dies ganz konkret.