

Coca-Cola G.m.b.H.

MYTHOS COCA-COLA

Coke Sammelobjekte: Sport



Sport

Coca-Cola und Sport - Ein Team mit Tradition und Temperament

Bereits seit 1900 heißt es „Wo Sport ist, ist Coca-Cola“ - und das nicht nur, weil nach dem Wettbewerb eine kühle Erfrischung mehr als willkommen ist. Millionen von Menschen begeistern sich für Spaß und Dynamik beim Sport.



Coca-Cola begleitet und fördert dieses positive Lebensgefühl, zum Beispiel als Partner und Sponsor für die weltweit größten Sportfeste: Fußball-WM und Olympische Spiele. Zahlreiche historische Werbemotive illustrieren die lange Tradition dieses außergewöhnlichen Teamworks!

Sport

Lithographie Fußballer

Sportmotive waren und sind beliebte Motive in der Coca-Cola Werbung. Daher ist es auch nicht überraschend, wenn Coca-Cola die weltweit beliebteste Mannschaftssportart repräsentiert. Diese Abbildung zeigt einen Fußballer, der seine Erfrischungspause mit Coca-Cola freudig erwartet.



Fußball kann, wie auch einige andere Sportarten, bis zu den alten Griechen und Römern zurückverfolgt werden. Die heutige moderne Spielform haben die Engländer gestaltet und in die Welt getragen. Sie brachten den Sport durch englische Aussiedler dann auch in die Kolonien nach Amerika, wo die Sportart allerdings später auch zum American Football verändert wurde.

Wie man auf diesem Schweizer Plakat von 1948 leicht erkennt, war die Schweiz nicht von der Fußballbegeisterung ausgenommen. Mit einem englischen Text versehen, hätte das Plakat auch beim olympischen Fußballturnier 1948 in London, bei dem die Mannschaft aus Schweden die Goldmedaille errang, an den Erfrischungsständen für Coca-Cola werben können. Die innige Verbindung zwischen dieser Sportart und Coca-Cola hat sich bis heute erhalten, Millionen Besucher, Sportler und Offizielle konnten auch im letzten Jahr bei der Fußballweltmeisterschaft 2002 in Korea und Japan die erfrischende Pause mit Coca-Cola genießen.

Besondere Eigenheiten von mehrsprachigen Ländern, wie der Schweiz, werden natürlich in der Werbung beachtet. Daher ist der Text dieses Plakates mehrsprachig, deutsch und französisch, gehalten. Beim genauen Betrachten der Flaschenaufschrift auf diesem Poster wird man hier den französischen Text erkennen. Welcher Sprache sich die Aufschriften auch immer auf den Coca-Cola Flaschen bedienen, eines haben sie alle gemeinsam: den köstlichen und erfrischenden Inhalt Coca-Cola.

Name	Fußballer, 1948, Schweiz
Maße (cm)	134 x 97
Material	Lithographiertes Papier
Wert US \$	ca.1.250
Text	TRINK Coca-Cola MARQUE DEPOSEE LIMONADE GAZEUSE Werbemotive illustrieren die lange Tradition dieses außergewöhnlichen Teamworks!

Sport

Lithographie Radfahrer

Coca-Cola und der Radsport - eine jahrzehntelange Partnerschaft bis in die heutige Zeit: So ist Coca-Cola beispielsweise immer mit bei der Tour de France am Start gewesen. Diese Abbildung zeigt einen auf sein „modernes“ Rennrad stolzen Radfahrer, der sich auf die erfrischende Pause mit Coca-Cola freut.



Seit 1900 bediente sich Coca-Cola immer wieder gern diverser Sportmotive in seiner Werbung. Im Land der Fahrräder, den Niederlanden, zeugt dies von einer sehr innigen Verbindung von Getränk und nationaler Vorliebe für den Radsport. Schon vor dem Zweiten Weltkrieg war Coca-Cola regelmäßig bei den großen und kleinen Radsportveranstaltungen in vielen europäischen Ländern vertreten und als willkommene Erfrischung beliebt. So gehörte die in den 30er Jahren ausgetragene „Deutschlandrundfahrt der Radrennfahrer“ jedes Jahr zu einer der wichtigsten sportlichen Großveranstaltungen überhaupt.

Das abgebildete Plakat gehört mit zu den ersten niederländischen Werbemitteln nach dem Zweiten Weltkrieg. Man kann ein interessantes Detail in der Hand des Radfahrers erkennen: Eine Coca-Cola Flasche mit den in das Glas geprägten Worten „TRADE MARK“. Dies deutet darauf hin, dass diese Flasche ursprünglich für die amerikanischen Truppen während oder kurz nach dem Zweiten Weltkrieg produziert wurde.

Mit dem gleichen Motiv, aber um vier Radrennfahrer erweitert, gibt es auch ein Großanschlagsplakat, auf englisch „Billboard“ genannt (600 x 270 cm), das den niederländischen Text „Op stap Coca-Cola“ (etwa: „Unterwegs Coca-Cola“) trägt.

Name	Radfahrer, späte 40er Jahre, Niederlande
Maße (cm)	116 x 99
Material	Lithographiertes Papier
Wert US \$	ca.500
Text	DRINK Coca-Cola GEDEP. HANDELSMERK

Sport

Cardboard Tennisspielerin

Eine Tennisspielerin auf einer Eistruhe: Sie genießt ihre Pause mit einer Flasche Coca-Cola. Sie sitzt auf einem besonderen Kühlgerät mit Namen „Cavalier 6-Case Master“. Gefüllt wurde er mit zerstoßenem Stangeneis. Produziert wurde er ab Mitte der 40er bis Anfang der 50er Jahre. Zwei Besonderheiten zeichneten diesen Kühler aus. Zum einen hatte er zwei Deckel, so dass man sowohl von vorne als auch von hinten Coke Flaschen herausziehen konnte. Zum anderen wurde die Rückwand unter dem Kühlerbehälter zur Aufnahme leerer Flaschen offen gestaltet. Das Fassungsvermögen des Kühlers war mit ca. 144 Coca-Cola Flaschen relativ groß. Insbesondere auf Tennisanlagen diente er somit als ideales Kühlgerät.



Warum gerade Tennisspieler und -Zuschauer mit Erfrischungsgetränken versorgt und dann auch noch werbewirksam präsentiert wurden? Vielleicht hängt das mit der Historie der Sportart zusammen. Das Tennisspiel lässt sich bis zu den alten Griechen und Römern zurückverfolgen. Im mittelalterlichen Frankreich diente es als

bevorzugter Zeitvertreib für den königlichen Hofstaat. 1881 ist das Gründungsjahr der The United States Lawn Tennis Association. Erst nachdem 1900 Dwight F. Davis den nach ihm benannten Davis Cup stiftete und die jährliche Meisterschaft initiierte, gelangte das Erfrischungsgetränk Coca-Cola auf die Courts und zu den sportbegeisterten Menschen. 1949, dem Jahr der Einführung des hier gezeigten Plakates, gewannen die USA den Davis Cup mit 4:1 gegen Australien und es ist nicht auszuschließen, dass dieses Plakat an den Erfrischungsständen bei diesem Davis Cup eingesetzt wurde. Auch heute noch ist Coca-Cola bei vielen nationalen und internationalen Tennisveranstaltungen regelmäßig im Dienst der Erfrischung dabei.

Von dem Kartonplakat gibt es noch eine kleinere Version mit den Maßen 68 x 41 cm. Viele der amerikanischen Kartonplakate wurden in zwei verschiedenen Größen hergestellt, angepasst an die unterschiedlichen Verkaufsstellen.

Name	Tennisspielerin (Cardboard Play refreshed), 1949, USA
Maße (cm)	138 x 86
Material	Kaschierter Karton
Wert US \$	ca.1.000
Text	Play refreshed DRINK Coca-Cola ICE COLD (auf allen Seiten des Kühlers)

Sport

Golfer Couple

Golf, zu Anfang des 20. Jahrhunderts ein elitärer Sport, ist das Thema der hier gezeigten Magazinwerbung, 1905 in dem Magazin „The Literary Digest“ erschienen. Vor dem hier abgebildeten Erfrischungsstand genießen die beiden dargestellten Golfer eine köstliche Coca-Cola aus sogenannten „Flare“-Gläsern mit Zinnhaltern.



Diese Art der Werbung, Sport und elegante Zeitgenossen miteinander zu verbinden - hier durch ein golfspielendes Paar umgesetzt - gilt als Spezialität der St.Elmo Massengale Advertising Company. Hierbei handelte es sich um ein Einmannunternehmen, das von 1902 bis 1906 die meisten Coca-Cola Werbeaufträge für Magazinwerbung erhielt.

Vor 1902 gab es kaum „sportliche“ Werbung für Coca-Cola. Wie man jedoch auf dieser Magazinanzeige sehen kann, war Coca-Cola trotzdem mit Erfrischungsständen an den Sodabars der Clubhäuser sowie durch Außenwerbung auf Golfplätzen vertreten. Der Text in der unteren linken Ecke dieser Anzeige zeigt, dass Coca-Cola 1905/06 in Flaschen verkauft wurde. Erstmals 1894 für Coca-Cola verwendet, hatten sie je nach Abfüllbetrieb unterschiedliche Formen, Größen und Farben. Erst 1915 wurde mit der Konturflasche eine einheitliche Flaschenform für Coca-Cola entwickelt und patentiert.

Der Golfsport, eine schottische Erfindung des fünfzehnten Jahrhunderts, bot nach der Gründung der United States Golf Association 1895 vielen Sportlern bisher ungeahnte Möglichkeiten zu sportlichem und finanziellem Ruhm. Ein solches Talent war Robert (Bobby) Tyre Jones Jr., der schon im Alter von 9 Jahren seinen ersten Titel gewann und 1930 der erste „Grand Slam“ Sieger wurde. Er gewann in diesem Jahr die U.S. Open, die U.S. Amateur, die British Open und die British Amateur Meisterschaft. 1930. Im Alter von nur 28 Jahren hatte er alles erreicht, was ein Golfer erreichen konnte. Er beschloss sich vom Golf zurückzuziehen, erwarb eine Coca-Cola Konzession und wurde ein erfolgreicher Coca-Cola Abfüller.

Name	Golfer Couple, 1905 / 1906, USA
Maße (cm)	38 x 29
Material	Papier
Entwurf	von St.Elmo Massengale Advertising Agency, Atlanta, Georgia, USA
Wert US \$	ca. 125
Text	Coca-Cola Sold at all Fountains and Carbonated in Bottles 5 c ADDS A REFRESHING RELISH TO EVERY FORM OF EXERCISE

Sport

Baseball Stadium

Baseball und Coca-Cola verkörpern beide auf unnachahmliche Weise den „American Way of Life“. Das wird auch anhand des Textes in dieser Anzeige deutlich: Coke als das „große nationale Getränk bei dem großen nationalen Spiel“. Weiter wird ausgeführt, dass Zuschauer wie Sportler gleichermaßen von Coca-Cola und dem Spiel begeistert sind. Ein berühmter Baseballspieler und Cleveland Indians Manager, Napoleon Lajoie (gehört zur Baseball Hall of Fame), ist zitiert mit: „Ich trinke regelmäßig Coca-Cola und habe dies seit Jahren getan. Es ist das beste, erfrischendste Getränk, das ein Athlet trinken kann.“



Diese Art der persönlichen Werbeunterstützung durch prominente Sportler gilt als Spezialität der Werbeagentur D'Arcy in der ersten Dekade des 20. Jahrhunderts. Viele weitere berühmte Baseballspieler traten in nachfolgenden Anzeigen auf, z.B. Babe Ruth oder Ty Cobb. Am Beispiel von Ty Cobb wird die wirklich innige Verbindung von Sport und Coca-Cola deutlich. Der in Georgia geborene außergewöhnliche Baseballspieler ließ sich schon früh in seiner Karriere als prominenter

Werbeträger engagieren. So „verkündete“ er in Anzeigen für Coca-Cola, wie sehr er das Erfrischungsgetränk nach einem Spiel genoss. Nach Ende seiner Karriere und Aufnahme in die „Hall of Fame“ entstand aus dieser Trinkgewohnheit eine geschäftliche Verbindung: er investierte einen großen Teil seines durch Baseball erworbenen Vermögens in Coca-Cola Aktien, erwarb eine Coca-Cola Konzession und wurde ein erfolgreicher Abfüller in Twin Falls, Idaho.

Coca-Cola war schon bei der ersten Baseball Weltmeisterschaft „World Series“ 1903 vertreten. Die Art des Verkaufs war sicherlich ähnlich der in dieser Anzeige dargestellten Szene: Ein junger Verkäufer trägt ein offenes Metallgestell mit Tragegriff und mehreren Gläsern Coca-Cola bis auf die Tribünen zu den durstigen Zuschauern, die ihn schon sehlichst erwarten. Ziel: die Entfernung von der Ausschankstelle zu den durstigen Zuschauern schnell zu überwinden, um die mitgeführten Getränke zu verkaufen, bevor sie warm werden. Die hier gezeigte Anzeige aus einer 1906 beginnenden und bis etwa 1915 reichenden Serie von Baseballaktivitäten und Baseballspielern, ist die von Anzeigensammlern begehrteste Sportserie von Coca-Cola Anzeigen, neben anderen Serien wie Golf, Tennis, American Football und Basketball.

Sport

Baseball Stadium



Name Baseball Stadium, 1907, USA
Maße cm 47 x 36
Material Papier
Hersteller Collier's Magazin
Entwurf von D'Arcy Advertising Company, St. Louis, Missouri, USA
Wert US \$ ca.100
Text DRINK Coca-Cola DELICIOUS and REFRESHING Coca-Cola THE GREAT NATIONAL DRINK AT THE GREAT NATIONAL GAME

Sport

Boxen und Coke - Dank Max Schmeling eine lebenslange Verbindung

Sport und Coca-Cola, zwei Welten die eng verknüpft sind. Ob Fußball oder Leichtathletik, Radfahren oder Handball: Es gibt fast keine Sportart, in der es nicht schon einmal zu einer besonderen Begegnung zwischen dem Soft Drink und den Sportlern sowie deren Fans gekommen ist. So auch im Boxsport.



Ein Blick zurück: in den 20er und 30er Jahren äußerst populär, gehörten die großen Boxveranstaltungen zu gesellschaftlichen Höhepunkten - weltweit und auch in Deutschland. Seit Max Schmeling zwischen 1930 und 1932 Weltmeister war, wurde er zu einem Sympathieträger und Idol. Durch seine Heirat mit der bekannten und beliebten Schauspielerin Anny Ondra vergrößerte sich eine Berühmtheit noch. Coca-Cola suchte die Verbindung zu diesem Ausnahmesportler - und dieser wurde einer der zugkräftigsten Partner in der deutschen Coke-Werbung.

Nach Beendigung seiner großen internationalen Karriere entschied sich Max Schmeling dafür, mit dem Unternehmen Coca-Cola sein wirtschaftliches Standbein zu zementieren. Der Boxweltmeister im Schwergewicht wurde 1957 Coca-Cola Konzessionär in Hamburg und war der Marke bis ins hohe Alter verbunden geblieben. Der 2005 verstorbene Max Schmeling, der als einer der beliebtesten und populärsten Sportler in Deutschland gilt, steht wie kein anderer für eine enge persönliche Verbindung von Sport und Coca-Cola.