Object:	Coca-Cola-Kühltruhe (Truhen-Nr. 23031)
Museum:	Stadtmuseum Hagen Museumsplatz 3 58095 Hagen +49 (0) 2331 207 3129 info@historisches-centrum.de
Collection:	[Hagener Stücke]. 111 Objekte aus dem Stadtmuseum
Inventory number:	2017/105

Description

In der frühen Nachkriegszeit wurde das Erfrischungsgetränk Coca-Cola, wie viele andere Produkte aus den USA, in den drei westlichen Besatzungszonen immer beliebter. Seit April 1929 ließ die Coca-Cola Company aus Atlanta im US-amerikanischen Bundesstaat Georgia die Limonade durch die „Essener Vertriebsgesellschaft für Naturgetränke“ abfüllen und vertreiben.
In der Bundesrepublik stand Coca-Cola seit 1949 auch für den positiv besetzten Begriff des „American Way of Life“. Mit dem wachsenden Geschmack an diesem koffeinhaltigen Getränk wuchs auch der Wunsch, es überall kaufen zu können. In Kinos, an Kiosken, auf Jahrmärkten oder in Bahnhöfen, und da war Hagen nicht ausgenommen, wurden eigene Coca-Cola-Kühltruhen aufgestellt. Ab 1957 war der frühere Boxweltmeister Max Schmeling als Konzessionär ein Aushängeschild für Coca-Cola in der Bundesrepublik. Nach dem „Mauerfall“ 1989 erlebte das Erfrischungsgetränk in der untergehenden DDR einen Hype als ein Symbol westlicher Lebensart und ein Eckpfeiler der modernen Konsumgesellschaft.
Die Coca-Cola-Kühltruhe mit dem Markennamen „Silo“ der 1927 in Siegen gegründeten Siegas Metallwarenfabrik Wilhelm Loh KG stammt aus dem Jahr 1956, mitten aus dem „Wirtschaftswunder“ der Bundesrepublik. Der Leitsatz des US-amerikanischen Unternehmens, dass der Kunde “within arm´s length“ – auf Armlänge – an das begehrte kalte Erfrischungsgetränk gelangen sollte, war die Maxime. Ein typischer Marketingspruch jener Zeit lautete: „Trink Coca-Cola. Eiskalt“ – er findet sich auch auf der Kühltruhe wieder. Bis heute gibt es viele internationale Werbevariationen für das Getränk. Sie reichen von ”Makes Good Things Taste Better“ aus dem Jahr 1956 bis zu ”Taste the Feeling“ aus 2016. Der Genuss von Coca-Cola soll bis heute das Erlebnis und Lebensgefühl von Freiheit und Frische vermitteln.
Für diese Merkmale steht auch die hier vorgestellte Kühltruhe. Der markante weiße Coca-Cola Schriftzug auf rotem Hintergrund und der Werbeslogan nehmen die gesamten Breitseiten ein – sie locken schon von weitem die potentiellen Kunden an. Der

Direktverkauf von Flaschen aus der Truhe gestaltete sich wegen der durchdachten Konstruktion denkbar einfach. Die von einem regelbaren Aggregat betriebene Kühltruhe besitzt einen Hebel, mit dem die Truhe geöffnet wird. Die Cola-Flasche wurde entnommen, mit einem Öffner an der rechten Seite die Flasche entkorkt. Der Kronkorken fiel in einen Behälter direkt unter dem Öffnungsmechanismus. Binnen kurzer Zeit konnte der Kunde seine eiskalte Coca-Cola genießen.
Gesteigert werden die Coca-Cola-Erlebnisse und das Gefühl „dazuzugehören“ durch Pop Art Künstler wie Andy Warhol, der schon im Jahr 1962 die Serie “Coca-Cola-Bottles“ kreierte. 2013 wurde in New York ein Bild mit einer Coca-Cola-Flasche für 42,7 Millionen Dollar versteigert.
Im Stadtmuseum Hagen werden ein weiterer historischer Coca-Cola-Kühlschrank sowie zeittypische Flaschen aus den fünfziger und sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts verwahrt. Mit Blick auf die Bedeutung von Coca-Cola für die Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Kunst ist die Kühltruhe ein interessantes kulturgeschichtliches Objekt im Museumsbestand.

Tayfun Belgin

Basic data

Material/Technique:	Stahlblech & Holz & Gummi & Messing u.a. / lackiert & verchromt
Measurements:	H 87 cm; B 91 cm; T 68 cm

Events

Created	When	1956
	Who	Siegas Metallwarenfabrik Wilhelm Loh & Co. KG
	Where	Siegen
Was used	When	
	Who	The Coca-Cola Company
	Where	

Keywords

- Advertising
- Freezer
- Getränkevertrieb
- Kühltechnik
- Lemonade
- Refrigerator
- Wirtschaftswunder

Literature

- Blank, Ralf; Freiesleben, Dietmar (Hrsg.) (2017): [Hagener Stücke]. 111 Objekte aus dem Stadtmuseum. Essen, S. 242f
- Exler, Andrea (2006): Coca-Cola. Vom selbstgebrauten Aufputschmittel zur amerikanischen Ikone. Hamburg
- Shanes, Eric (1991): Warhol. Leben und Meisterwerke. New York
- Stich, Sidra (1987): Made in USA. An Americanization in Modern Art, the ’50s & ’60s. Berkeley, Los Angeles, London