

---

**RAZSTAVE  
EXHIBITIONS**

**COCKTA – PIJAČA VAŠE IN NAŠE MLADOSTI**  
Občasna razstava Slovenskega etnografskega muzeja

293

---

**Izkaznica razstave:**

**Ime:** Cockta – pijača vaše in naše mladosti: o dediščini slovenskih blagovnih znamk

**Vrsta:** občasna pregledna razstava

**Gradivo za razstavo:** Miro Slana (Fabianova muzejska trgovina), Droga Kolinska, d. d., Blaž Pišek, Janez Damjan, Matjaž Deu, Martin Zelinka, Leo Zelinka, Boris Voje, Jaka Judnič, Ljuba Šimenc, Igor Pirc, Gregor Avsec, Sergej Pavlin, Erika Šalamun Vagaja, Aljoz Pavkovič, Vinko Andlovec, Elan, d. o. o., Gorenje gospodinjski aparati, d. d., Zavod Radio Študent, Olimpijski komite Slovenije, Smučarska zveza Slovenije, Agencija Rogač RMV, Agencija Futura, Telekom, Pivovarna Laško, Arhitekturni muzej Ljubljana, Ljudski muzej Nanija Poljanca, Muzej novejšje zgodovine Slovenije, NUK, RTV Slovenija, Slovenski etnografski muzej

**Lokacija:** Slovenski etnografski muzej

**Čas:** 17. 6. 2010–5. 10. 2010

**Kustosinja:** Adela Ramovš

**Sokustosinja:** Nina Zdravič Polič

**Oblikovalka:** Mojca Turk

**Koordinatorica:** Nina Zdravič Polič

**Publikacije:** COCKTA – pijača vaše in naše mladosti : o dediščini slovenskih blagovnih znamk / [urednica kataloga Adela Ramovš; fotografije Marko Habič]. Ljubljana : Slovenski etnografski muzej, 2010, 89 str. : ilustr.

COCKTA – pijača vaše in naše mladosti : razstava o dediščini slovenskih blagovnih znamk v Slovenskem etnografskem muzeju, 17. junij – 30. september 2010 / [uredila] Nina Zdravič Polič. Ljubljana : Slovenski etnografski muzej, 2010. 1 zgibanka ([8] str.)

**Število obiskovalcev:** 3151

**Spremljajoče prireditve:** Posvet *Dediščina slovenskih blagovnih znamk: refleksije in perspektive*, 21. 9. 2010; organizatorja Slovenski etnografski muzej, Društvo za marketing Slovenije

294

V Slovenskem etnografskem muzeju hranimo predmete številnih slovenskih in tujih blagovnih znamk. Ti so del zbirk, ki jih kustosi obravnavamo glede na njihovo funkcijo, uporabnost, nastanek itn. Na pobudo Društva za marketing Slovenije smo leta 2009 začeli z načrtnim zbiranjem gradiva o slovenskih blagovnih znamkah, ki so del naše dediščine. Nekaterih med njimi ni več, druge so še, dnevno pa nastajajo nove glede na potrebe tržišča. Z razstavo o dediščini slovenskih blagovnih znamk v Slovenskem etnografskem muzeju smo želeli opozoriti na pomembnost ohranjanja te vrste dediščine, s poudarkom na izbrani blagovni znamki Cockta. Pri zbiranju gradiva smo k sodelovanju prek različnih medijev<sup>1</sup> povabili ljudi, naj podarijo ali posodijo za razstavo predmete, ki jih hranijo doma, in nam zaupajo svoje zgodbe in spomine na Cockto. Odziv bralcev in poslušalcev je bil dober, kar samo dokazuje, da smo se dotaknili izredno žive in mikavne teme. Tudi različni mediji so kljub občasni zadržanosti do prispevkov o muzejih in dediščini pokazali izreden interes za poročanje<sup>2</sup> o razstavi. Zbiranje gradiva je potekalo postopoma. Ljudje so prinašali različne predmete, največ gradiva pa je bilo o Cockti. Nekatere predmete so nam podarili in tako je začela nastajati tudi zbirka slovenskih blagovnih znamk v Slovenskem etnografskem muzeju.

Poleg kustosinje razstave Adele Ramovš in sokustosinje Nine Zdravič Polič so pri pripravi razstave svoje znanje prispevali tudi dr. Bojana Rogelj Škafar, dr. Janez Bogataj, dr. Žarko Lazarevič in Janez Damjan.

Zgodba o Cockti je bila sestavljena na podlagi številnih pogovorov, časopisnih člankov, osebnih zapisov informatorjev, iskanja predmetov in ankete<sup>3</sup>, izvedene med vsemi generacijami. Marsikaj je ostalo še neraziskano in neodkrito, kajti slabih 60 let dolga doba blagovne znamke je čas, ko se je marsikaj izgubilo, pozabilo, a k sreči tudi ohranilo. Ne gre le za predmete, ki pričajo o snovni dediščini blagovne znamke, jo postavljajo v preteklost in sedanjost ter so hkrati dokaz in odsev njenega razvoja, pomemben del je tudi nesnovna dediščina<sup>4</sup>, kamor sodijo pripovedi ljudi, njihovi spomini, prakse, predstavitve, izrazi, znanja, veščine. Ti so različni, a se dopolnjujejo. Žal je nekaj glavnih akterjev, ki so sodelovali pri izdelavi Cockte, že pokojnih<sup>5</sup>. Tako so edini vir njihovi potomci, poznejši soustvarjalci omenjene blagovne znamke. Kljub trudu se nam ni posrečilo spoznati in vključiti vseh pomembnih udeležencev

<sup>1</sup> Časopis *Delo*; Radio Slovenija, 1. program; Radio Študent; Televizija Slovenija, 1. program; spletne strani SEM.

<sup>2</sup> Mediji so namreč veliko poročali o razstavi, ko še ni bila postavljena.

<sup>3</sup> Anketo je izvedla Ana Beno, absolventka na Oddelku za etnologijo in kulturno antropologijo FF Univerze v Ljubljani.

<sup>4</sup> Leta 2008 je bila v Sloveniji sprejeta Konvencija o varovanju nesnovne kulturne dediščine.

<sup>5</sup> Direktor podjetja Slovenijavino, Ivan Deu, je po pripovedovanju v podjetje iz Amerike prinesel kokakolo in odločili so se izdelati podobno pijačo za domače tržišče. V Slovenijavino je bil takrat zaposlen tudi Emerik Zelinka. Z znanjem, ki si ga je predhodno pridobil v podjetju očeta Emerika Zelinke, je razvil recept za kokto.

pri njenem razvoju (tehnološkem, promocijskem, vodilnem, idejnem), saj je v slabih šestih desetletjih dejavno sodelovalo veliko število ljudi. Večina tistih, s katerimi smo se pogovarjali, je izredno čustveno navezana nanjo. Pomembno vlogo pri ohranjanju gradiva o Cockti imajo zasebni zbiralci (predvsem Miro Slana, ki vodi Fabianijevo muzejsko trgovino), ki v svojih zbirkah hranijo predmete, plakate, članke in fotografije. Več časa bi vsekakor prineslo še več novih ugotovitev, zbranega gradiva, interpretacij. Med pripravo razstave sem slišala, kako so se nekateri spraševali, ali Cockta res že sodi v muzej? Odgovor so dobili 17. junija 2010, ko je bilo slovesno odprtje razstave z naslovom: Cockta – pijača vaše in naše mladosti: o dediščini slovenskih blagovnih znamk. Na razstavi so bile poleg Cockte predstavljene tudi nekatere druge slovenske blagovne znamke: Elan, Stol, Gorenje, Ilirija, Radenska, Peko, Pivovarna Laško, Telekom, Emo Celje.

295

O pomenu razstave so strokovnjaki razglabljali na posvetu<sup>6</sup> ob zaprtju razstave konec septembra 2010, kjer so bile izpostavljene refleksije in perspektive dediščine slovenskih blagovnih znamk.

Različni pogledi na ohranjanje dediščine slovenskih blagovnih znamk so objavljeni tudi v katalogu, ki je izšel ob razstavi, in osvetljujejo pomen slovenskih blagovnih znamk.

*Adela Pukl*

---

<sup>6</sup> 21. 9. 2010 sta SEM in Društvo za marketing Slovenije organizirala posvet z naslovom: Dediščina slovenskih blagovnih znamk: refleksije in perspektive.



Sergej Pavlin je oblikoval vrsto promocijskih izdelkov, kot so embalaža za nošenje šestih stekleničk, poslikava kamionov za razvažanje kokte, dopisni papir, voziček z ledom, kombinezone za promocijo v Planici in vrsto skic za plakat. Med njimi so tudi predstavljene. Zanimivo je, da je že leta 1952 narisal severnega medveda, ki pije kokto, a so njegov predlog takrat zavrnili. Severnega medveda pa si je za svojo ikono dobrih 40 let pozneje (1993) izbrala Coca-Cola (foto Matej Pukl).



Prvič je bila Cockta predstavljena v Planici leta 1953 z vrhunsko domišljenim in organiziranim promocijskim dogodkom. Za tiste čase je bila propagandna akcija nekaj povsem novega. In ravno to je glavni razlog, da se gradivo, časopisni članki, spomini, trenja, nasprotja in zgodbe nanašajo in vedno znova vračajo prav k tem začetkom (foto Matej Pukl).



Sodobni promocijski izdelki Cockte  
(foto Matej Pukl).



Slovenske blagovne znamke na razstavi: Ilirija, Stol Kamnik, Emo Celje (foto Matej Pukl).