

# Als das Bohnern zum Vergnügen wurde

**Wirtschaft** Die Ludwigsburger Firma Koch & Schenk war fast vergessen. Nun kommt sie zu neuem Ruhm. Von Verena Mayer

Man muss nicht mögen, was Ruth Mönch und Willy Seiler auf jener Platte aus dem Jahr 1962 singen: „Traudel ist so wundernetz, fröhlich, frisch und stets adrett. Sie ist mein Stolz, mein bestes Stück, halt ein Tip-Top-Schatz, oh, ein Tip-Top-Schatz.“ Aber man muss es schätzen – als Werbekunstwerk. Die schwäbischen Stars jener Zeit sangen im Auftrag der Firma Koch & Schenk, die nicht nur ungewöhnlich gewitzt Werbung machte, sondern vor allem wahnsinnig erfolgreich Wachspoliermittel herstellte – nicht nur das von Mönch und Seiler in elf Strophen besungene Tip-Top-Skiwachs.

Doch obgleich das Unternehmen in Ludwigsburg neun Jahrzehnte lang florierende, ist es nach seiner Schließung 1972 nicht nur von der Bildfläche verschwunden, sondern auch aus dem Gedächtnis der Stadt. Das ist etwa so, als würde sich niemand mehr daran erinnern, dass Kornwestheim einmal die Heimat von Lurchi gewesen ist; oder, als ob der einst vergessen sein könnte, dass in Ludwigsburg viele Jahrzehnte lang Caro-Kaffee hergestellt wurde und durch die Stadt regelmäßig ein Hauch von Zichorie wehte – also unvorstellbar eigentlich.



Foto: Stadtarchiv Ludwigsburg

Alfred Schenk war kreativ. Seine Werbung setzte Maßstäbe in ihrer Zeit.

Tatsächlich ist die Erinnerung an Koch & Schenk nur wieder da, weil ein Nachfahr zufällig auf Relikte der Vergangenheit stieß – und weil das Ludwigsburger Stadtarchiv die professionelle Erforschung der Vergangenheit unterstützte. „Ich habe gleich gemerkt, dass das etwas Tolles ist“, sagt der Stadtarchivar Simon Karzel, der wiederum ohne die Unterstützung der Wüstenrot-Stiftung nicht allzu viel hätte ausrichten können. So aber konnte er die Designhistorikerin Agnès Laube beauftragen, die aus den rudimentären Hinterlassenschaften beinahe lückenlos die Firmengeschichte rekonstruierte, die zugleich exemplarisch steht für die Wirtschaftsgeschichte der Ludwigsburger Weststadt. Das ist jenes Quartier, in dem Bleyle einst seine legendären Matrosenanzüge herstellte oder eben Caro seinen Kaffee.

Als Ruth Mönch und Willy Seiler das famose Skiwachs besangen, gab es Koch & Schenk schon seit fast 70 Jahren. Anno 1893 haben sich der Apotheker Martin Koch und der Kaufmann Guido Schenk zusammengetan, um Parkett- und Linoleumwächse unters Volk zu bringen. Warum sie als Firmenlogo einen Büffel wählten, ist nicht belegt – dafür aber der Unmut der Nachbarschaft über Gestank und Explosionen, die aus der Versuchsküche kamen. Anfangs befand sich die Firma in der Wilhelmstraße, also mitten in der Stadt. Erst 1925 zog das Unternehmen in



Der Ludwigsburger Wachsspezialist Koch & Schenk erfand nicht nur erfolgreiche Produkte. Die Firma war auch für ihre Werbung berühmt. Bei Preisausschreiben etwa gab es lange Reisen zu gewinnen.

Repros: Stadtarchiv Ludwigsburg



einen adäquaten Neubau in der Weststadt. Inzwischen war Koch & Schenk berühmt für seine Büffel-Beize, mit der die Firma 1912 den Durchbruch geschafft hatte. Damit konnten Holzböden in einem Arbeitsgang gefärbt, gewachst und poliert werden. Das war eine enorme Erleichterung für die Hausfrau jener Zeit und eine Aufwertung einfacher Böden, die nun fast wie Parkett aussahen. Günstig war die Beize obendrein. Ende der 1920er Jahre kamen Skiwachs ins Sortiment, 1950 dann ergänzt um das Boot- und Zeltwachs Cito.

Wer Bilder aus jenen Zeiten sieht, sieht glückliche Hausfrauen, die auf glänzende Böden starren, strahlende Skifahrer und

abenteuerlustige Kanuten, denen keine Abfahrt zu gefährlich, kein See zu weit ist. Alfred Schenk, der die Firma von 1925 an bis zum Ende leitete, prägte nicht nur die Produktpalette, sondern auch die Reklame dafür. Der kreative Geschäftsmann reichte Damen einen patentierten Wachshandschuh, damit sie sich beim „Büffeln“ nicht mehr die Hände schmutzig machten. Er lockte Kundschaft mit Preisausschreiben, deren Hauptgewinn in mehrtägigen Reisen bestand, stellte Fachhändlern Blinklichter ins Schaufenster, auf dass sie wie magisch Passanten anziehen, schüttete leere Wachspackungen auf Skipisten, so dass der Eindruck allerregsten Gebrauchs entstand. Und er verschenkte Schallplatten mit dem von Mönch und Seiler intonierten Werbelied an Skivereine.

Aus heutiger Sicht mögen diese Maßnahmen nicht besonders prickelnd erscheinen. Damals jedoch waren sie innovativ ohnegleichen – und überaus erfolgreich. Mit seinen an die 20 Mitarbeitern setzte die Firma Koch & Schenk Ende der 1960er Jahre pro Jahr rund eine Million Mark um, was heute rund vier Millionen Euro entspräche.

Über Relikte der Reklame ist auch Alex Schenk auf die Geschichte jenes Unternehmens aufmerksam geworden, das seiner Familie gehörte – er ist Alfred Schenks Enkel. Zufällig war er auf Plakate und Dosen von früher gestoßen, wurde neugierig und forschte so lange, bis er bei einem Onkel in Graz einen Koffer voller Broschüren, Briefe und Prospekte entdeckte. Erst da wurde Alex Schenk richtig klar, was Koch & Schenk war – bis 1972 Schluss war; es gab keinen Nachfolger.

All seine Fundstücke hat Alex Schenk, der selbst Designer ist, dem Ludwigsburger Stadtarchiv übergeben, das sie nach den Regeln der Wissenschaft archiviert hat – und ein herrlich anzuschauendes Buch (erhältlich für 10 Euro) dazu herausgegeben hat. Auch eine Ausstellung im Foyer des Archivs gibt es. Die Eröffnung der Schau fiel Corona zum Opfer, besucht und bestaunt werden kann sie dennoch. Ein Anruf (Telefon 07141 / 9102412) genügt – und die Tür in die Vergangenheit öffnet sich.