

Coca-Cola GmbH

Stralauer Allee 4
10245 Berlin
Germany

Kontakt: Julia Grothe

Pressestelle
T +49(0) 30 22 606 9800
presse@coca-cola-gmbh.de
www.coca-cola.com/de/de

UEFA EURO 2024™: Coca-Cola beschert unvergessliche Fan-Erlebnisse – digital und in den zehn Austragungsorten

- **Coca-Cola Marketingkampagne: Love Brand aktiviert Fans, die UEFA EURO 2024™ mit ihren Fan-Ritualen aktiv mitzugestalten**
- **Coca-Cola promotet seine wachstumsstarken Erfrischungen Coca-Cola Zero Sugar und POWERADE**
- **Fußballfieber ab April: Limitierte Spielerdosen der deutschen Nationalmannschaft und stündliche Verlosung von EM-Tickets**

Berlin, 13. Mai 2024. Startschuss für die UEFA EURO 2024™ in Deutschland: Im April beginnt die umfassende Fußball-Marketingkampagne von Coca-Cola. Als langjähriger Partner der UEFA verwandelt Coca-Cola das Fußball-Großereignis in ein großes Fest für die Fans. Im Mittelpunkt der vielfältigen Maßnahmen stehen die Love Brands Coca-Cola Zero Sugar sowie POWERADE. Ziel ist es, bereits im Vorfeld und während der Fußball-Europameisterschaft Spannung und Begeisterung zu wecken und über exklusive Inhalte und einzigartige Gewinnaktionen mit den Fans in kontinuierlichen Dialog zu treten.

Digital und vor Ort: Coca-Cola holt die Fans dort ab, wo sie sich gerade befinden

Durch seine „Digital-First Strategie“ erreicht Coca-Cola Fans dort, wo sie sich aufhalten, also auch außerhalb der Stadien. Mit exklusivem Social-Media-Content, attraktiven Gewinnspielen von Erlebnissen, die unbezahlbar sind, Kooperationen mit inklusiven Influencer:innen und Fußballexperten wie Toni und Felix Kroos gewährt Coca-Cola einen einzigartigen Blick „hinter die

Kulissen“ der UEFA EURO 2024™. Zugleich wird den Konsument:innen die Möglichkeit geboten, Fan-Rituale ganz neu zu erleben und auf diese Weise die deutsche Nationalelf zu unterstützen. Von Hamburg bis München, von Köln über Frankfurt bis Berlin: Während des Turniers bietet Coca-Cola in den Fan Zones und im Public Viewing Bereich der zehn Host Cities attraktive Markenerlebnisse, bei denen Fußballfans aus ganz Europa, und die, die es noch werden wollen, in Austausch kommen und ihre Fußballbegeisterung oder einfach eine erfrischende Coca-Cola Zero Sugar miteinander teilen können. „Wir tragen zum Fußballerlebnis und der Stimmung im Land bei, indem wir den Menschen vielfältige Möglichkeiten bieten, die UEFA EURO 2024™ nach ihrem Geschmack zu gestalten und ihre Nationalelf zu unterstützen“, sagt Alina Enache, Frontline Marketing Direktorin Deutschland bei Coca-Cola. „Wir bieten nicht nur Fußballerlebnisse an, sondern machen sie auch für Fans zugänglich, die nicht im Stadion sein können. Über Instagram, TikTok und unsere Coke-App stellen wir sicher, dass unsere Botschaften jeden mit Präzision und Skalierbarkeit erreichen und die Menschen, wo immer sie sind, für das Fußballspiel begeistern.“

So steigt das Fußballfieber: die Maßnahmen im Überblick

Bereits zwei Monate vor Anpfiff der UEFA EURO 2024™ startet Coca-Cola sein umfangreiches Maßnahmenpaket. Zu den Aktivitäten zählen unter anderem:

- Cokes Endless Summer Pass: Im April und Mai können Konsument:innen tausende Tickets für den besten Sommer aller Zeiten gewinnen. Unter dem Motto „Deine Chance auf ein Ticket“ verlost Coca-Cola stündlich je zwei Tickets für die UEFA EURO 2024™ und für einige der angesagtesten internationalen Musikfestivals. Im Mai heißt es: „Hol dir die DFB Sammeldosen! Gewinne den ultimativen Zugang zur UEFA EURO 2024™ und blicke hinter die Kulissen“. Im Rahmen dieser „Ultimate Access Experience“ verlost Coca-Cola exklusive Stadionführungen kurz vor Spielanpfiff: Coca-Cola ermöglicht es seinen Konsument:innen exklusiv, die Spieler beim Warm-Up ganz nah am Spielfeld zu erleben und bei der anschließenden Pressekonferenz dabei zu sein. Und natürlich verfolgen die Fans in der Zwischenzeit das Spiel live im Stadion und sind Teil der einzigartigen Atmosphäre.
- Es lohnt sich also, die Augen offen zu halten, im Aktionszeitraum die exklusiven Coca-Cola Zero Sugar Dosen zu kaufen und die Coke App herunterzuladen!
- Coca-Colas „Sommermärchen 2.0“: Als langjähriger Partner des DFB setzt Coca-Cola eine Kampagne mit der Nationalmannschaft um und bringt im Mai die DFB Editor’s Collection heraus: eine Serie von insgesamt 24 Coca-Cola Zero Sugar Dosen (0,33 L) mit

Illustrationen von deutschen Nationalspielern, Bundestrainer Julian Nagelsmann und je einem weiblichen und männlichen Fan, um die Einheit zwischen Fans und Mannschaft zu verdeutlichen. Mit diesen Sammeldosen können sich die Fans das Fußball-Feeling direkt nach Hause holen.

- Von Juni bis Juli läuft die Aktion „Believing is Magic – der Geschmack, den du verdienst“. Fans, die die Nationalelf digital supporten, können ein virtuelles Meet & Greet mit den größten Stars der UEFA EURO 2024™ oder eine Reise zum Finale der UEFA EURO 2024™ gewinnen.
- Coke aktiviert alle zehn Host Cities: Spektakuläre OOH-Momente, die über das Bekannte hinausgehen, unter anderem aufmerksamkeitsstarke 3D-Filme, Außenfassaden-Brandings mit aufsehenerregenden Designs, eine Drohnen-Show, die den Weg zur nächsten Coke Zero Sugar weist, sowie das Sampling von rund einer halben Million Coke Zero Sugar zum Probieren und Genießen, getreu des Kampagnen-Mottos “Der Geschmack, den du verdienst”. Das Ziel: Noch mehr Konsument:innen für die zuckerfreien Produkte von Coca-Cola zu begeistern.
- Coke geht außerdem eine Influencer-Kooperation mit Toni Kroos ein, der als Markenbotschafter auftritt und Fans Einblick in seine eigenen Rituale im Vorfeld von wichtigen Spielen bieten wird. “Wer mich ein bisschen kennt, der weiß, dass ich bei wichtigen Entscheidungen nicht weit aushole und viele Worte finden muss. Meist reicht ein kurzer, knapper Satz, um das Wesentliche zu sagen. So auch hier: Es passt einfach mit Coca-Cola. Zumal ich sie auch wirklich gerne trinke”, sagt Toni Kroos selbst zu seinem Engagement.

Nachhaltige und inklusive Meisterschaft: Coca-Cola sendet wichtige Signale

Gemeinsam mit der UEFA und den Host Cities will Coca-Cola die Fußball-Europameisterschaft zur nachhaltigsten UEFA EURO aller Zeiten machen. Deshalb gibt Coca-Cola beispielsweise über eine Million Mehrwegbecher im Coke Look aus, die über ein Pfandsystem im Kreislauf gehalten werden. Für die Fans und internationalen Tourist:innen wird es in den Host Cities leicht verständliche Hinweise geben, wie Becher und Verpackungen recycelt werden. Überdies nutzt Coca-Cola das Sportevent, um seine Botschaften und sein Engagement für eine inklusive Welt zu unterstreichen. Coca-Cola setzt sich weltweit für Vielfalt, Toleranz und Partizipation ein und glaubt fest an die Kraft des Sports, Menschen zusammenzubringen und Barrieren zu überwinden. Coca-Cola versucht daher, Aktionen im Rahmen der Meisterschaft barrierefrei zu gestalten, veranstaltet das unternehmenseigene Diskussionsformat Coca-Cola Real Talk zur Verantwortung von

Sponsoren hinsichtlich Barrierefreiheit und Inklusion und setzt auch bei den DOOH-Motiven unter anderem auf Fans mit Behinderungen.

Eine Partnerschaft mit Geschichte

„Wir sind sehr stolz, dass wir als langjähriger Partner der UEFA immer wieder neue, spektakuläre Fan-Erlebnisse ermöglichen“, sagt Jakob Geissler, General Manager UEFA EURO 2024™ bei Coca-Cola. „Sowohl über digitale Real-Time-Inhalte als auch vor Ort während des Turniers schaffen wir Momente von ‚Real Magic‘, in denen wir die Magie menschlicher Verbindungen zelebrieren.“

Bereits seit 1988 ist Coca-Cola Sponsor des UEFA-Turniers der besten europäischen Fußball-Nationalmannschaften. Coca-Cola teilt die Leidenschaft der Fans weltweit für den Fußball und ist einer der ältesten Partner des Fußballsports. Das Engagement reicht von Partnerschaften mit dem Deutschen Fußball-Bund und zahlreichen Bundesligisten über die Förderung des Vereinsfußballs bis hin zu Aktivitäten für die Fans.

Mehr Informationen unter www.coca-cola.com/de/de

Über Coca-Cola

Die The Coca-Cola Company mit Sitz in Atlanta (USA) bietet mehr als 500 Marken in 200 Ländern an. Unser Sortiment besteht – neben den klassischen Erfrischungsgetränken – aus Wässern, Sportgetränken, trinkfertigen Tees und Heißgetränken. Rund ein Drittel dieser Getränke sind kalorienreduziert. Wir entwickeln unser Angebot stetig weiter, verringern den Zuckergehalt unserer Getränke und bringen neue Produkte auf den Markt. Weltweit arbeiten mehr als 700.000 Mitarbeiter:innen für Coca-Cola. Unser Angebot umfasst in Deutschland rund 60 alkoholfreie Getränke. Coca-Cola verfolgt eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, z. B. in den Bereichen Wasser und Recycling. Weitere Informationen auf: www.coca-colacompany.com und www.coca-cola.com/de/de.

Hinweise für Journalisten

Weitere Informationen, Fotos, Videos, Grafiken sowie der Download der Pressemitteilung unter www.coca-cola.com/de/de/media-center.

Folgen Sie uns auch auf Twitter unter CocaCola_De oder LinkedIn: www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company oder besuchen Sie uns auf unserer Facebook-Fanpage unter www.facebook.com/CocaColaDE. Bitte beachten Sie unsere Hinweise zum Datenschutz unter www.coca-cola.com/de/de/legal/privacy-policy.