

Coca-Cola GmbH

Stralauer Allee 4
10245 Berlin
Germany

Kontakt:
Julia Grothe
j.grothe@coca-cola.com

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

Das schmeckt einfach _____! Coca-Cola setzt mit neuer Kampagne auf den unbeschreiblich guten Geschmack von Coca-Cola Zero Sugar

- **Die neue #ZeroWords-Kampagne ruft dazu auf, den magischen Geschmack einer Coke Zero Sugar ohne Worte zu beschreiben**
- **Ob durch Musik, Tanz oder Mode – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt!**

Berlin, 03. Juni 2022 – Eine eiskalte Coke Zero Sugar öffnen, die Augen schließen und das sprudelnde Getränk auf der Zunge spüren – das ist wirklich _____! Wie lässt sich dieser _____ Geschmack nur ohne Worte beschreiben? Genau vor diese _____ Herausforderung stellt Coca-Cola alle seine Fans. Unter dem globalen Dach „Real Magic“ startet die neue Kampagne #ZeroWords. Im Fokus steht die Coca-Cola Zero Sugar, deren Geschmack zu gut ist, um ihn in Worte zu fassen. Der Genuss erinnert an magische Momente oder besondere Gefühle, für die uns die Worte fehlen.

Entdecke den _____ Geschmack von Coke Zero Sugar!

Wie beschreibt man etwas, das unbeschreiblich _____ ist? Coca-Cola lässt bei #ZeroWords Raum für kreative, nonverbale Ausdrucksmittel und animiert Konsument_innen, dass _____ Geschmackserlebnis auf ihre ganz persönliche Art und Weise auszudrücken. Ob durch Musik, Tanz, Mimik, Kunst oder Mode – einfach ohne Worte!

Inspirationen, wie das aussehen oder klingen kann, werden Influencer_innen auf ihren Social-Media-Kanälen teilen. Über Instagram zeigen sie auf ihren eigenen Kanälen und dem Account von Coca-Cola, wie sie den _____ Geschmack von Coca-Cola Zero Sugar interpretieren.

Social-Media-User_innen können außerdem selbst mit der Hilfe von GIFs den unbeschreiblichen Geschmack darstellen – von Konfetti-Tröten über Discotänzer_innen bis hin zu Blitzen erwecken sie so den _____ Geschmack von Coke Zero Sugar zum Leben.

Auf diversen Festivals, darunter dem Panama Open-Air-Festival, dem Parookaville, dem SonneMondSterne und dem San Hejmo Festival, können Konsument_innen im Rahmen einer Sampling-Aktion gratis eine Coca-Cola Zero Sugar testen – und den Geschmack direkt im Anschluss durch ausgelassenes Tanzen zum Ausdruck bringen. Darüber hinaus wird die Kampagne durch eine Couponing- und Geld-Zurück-Aktion begleitet, welche allen Konsument_innen die Möglichkeit gibt, sich vom unbeschreiblich _____ Geschmack der Coke Zero Sugar zu überzeugen.

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 für Coca-Cola.

Unser Angebot umfasst in Deutschland rund 60 alkoholfreie Getränke. Mit Topo Chico Hard Seltzer gehört seit 2021 erstmals auch ein alkoholhaltiges Getränk zum Sortiment. 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-deutschland.de.

Hinweise für Journalisten

Weitere Informationen, Fotos, Videos, Grafiken sowie der Download der Pressemitteilung unter <http://www.coca-cola-deutschland.de/media-newsroom/>.

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 <https://www.facebook.com/CocaColaDE>.

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zum Datenschutz unter <http://CokeURL.com/8znw7>.