

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

Coca-Cola feiert Fußballfans anlässlich der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2022™

- **Neue Coca-Cola-Kampagne begleitet die Reise der Fans, beginnend mit der Vorfreude auf das Turnier**

Berlin, 01.09.2022 – Alle vier Jahre feiert die Welt eines der größten Sportereignisse, die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™. Während sich die Fußballfans auf den Anpfiff im November vorbereiten, begleitet Coca-Cola die Reise jedes einzelnen Fans und zelebriert die wahre Magie der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™.

„Die Coca-Cola-Kampagne 'Believing is Magic' zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 feiert die wahren und authentischen Momente und unterstreicht dadurch die Verbundenheit der Fußballfans untereinander“, erklärt Brad Ross, Vice President of Global Sports & Entertainment Marketing, The Coca-Cola Company. „Weltweit kommen Fans zusammen, um gemeinsam zu jubeln und Rituale zu pflegen. Und sie glauben daran, dass in diesem Jahr ihre Mannschaft zum Sieger der FIFA-Weltmeisterschaft gekürt wird.“

Vor dem Start des Turniers wird die originale FIFA WM-Trophäe im Rahmen der Trophy Tour 2022 von Coca-Cola in 51 Länder und Regionen reisen, darunter elf neue Länder, die aufgrund ihrer Leidenschaft für den Fußball und die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ ausgewählt worden sind. Damit kommen Coca-Cola und die FIFA ihrem Ziel, bis 2030 alle 211 Mitgliedsverbände der FIFA zu besuchen, einen Schritt näher. Zum ersten Mal wird die originale FIFA WM-Trophäe alle 32 Qualifikationsländer bereisen und damit den Fans den wahren Zauber des größten Sportereignisses der Welt näher bringen.

Coca-Cola hat gestern den digitalen [Hero-Film](#) der Kampagne veröffentlicht, der die Begeisterung der Fans zeigt: Ein leidenschaftlicher Fußballfan genießt auf dem Heimweg eine eisgekühlte Coca-Cola, da verwandelt sich die Straße in eine große Siegesfeier. Als die Coke ausgetrunken ist, stellt sich heraus, dass dies nur ein Traum war und das Spiel in Wahrheit gleich erst beginnt.

Neben dem Hero-Spot hat Coca-Cola drei weitere digitale Kurzfilme entwickelt – Tattoo, Shave und Run –, die die Treue und die Hingabe von Fußballfans auf der ganzen Welt an ihr Land und ihre Mannschaft darstellen. In diesen Filmen verpflichten sich die Fans dazu, sich ein Tattoo stechen zu lassen, ihren Kopf zu rasieren oder jeden Tag zu Fuß zur Arbeit zu laufen, wenn ihre Mannschaft die FIFA-Weltmeisterschaft™ gewinnt. Jeder Kurzfilm soll Fans auf der ganzen Welt dazu inspirieren, die Versprechen, die sie zur Unterstützung ihrer Mannschaft geben, zu teilen.

Sobald die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 beginnt, wird Coca-Cola weitere digitale Filme zeigen, die die vielfältigen Rituale der Fans hervorheben. Außerdem werden die sogenannten „Promises“ – die gemeinsamen Versprechen – auf den Flaschen und Dosen von Coca-Cola zu sehen sein.

„Als geschätzter und langjähriger Partner der FIFA spielt Coca-Cola eine wichtige Rolle bei der Verbesserung des FIFA-WM-Fanerlebnisses auf der ganzen Welt und bei der Umsetzung unserer Vision, den Fußball weltweit sichtbar und erlebbar zu machen“, sagt Romy Gai, Chief Business Officer der FIFA.

„Coca-Cola hat die FIFA und die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ über viele Jahre hinweg außerordentlich unterstützt und wir schätzen ihre aktuellen kreativen Bemühungen, die Fans auf der ganzen Welt zu inspirieren und in ein besonderes Fußballfest mit einzubinden“, so Gai weiter.

Während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ und darüber hinaus möchte Coca-Cola mit den Fußballfans in Kontakt treten, um ihnen die Magie des Turniers näherzubringen. Die Marke wird im Vorfeld der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ im November weitere fan-orientierte Inhalte veröffentlichen.

Die Coca-Cola Company kooperiert seit 1974 mit der FIFA und ist seit 1978 offizieller Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™. Coca-Cola hat seit 1950 in jedem FIFA-WM-Stadion geworben und ist ein langjähriger Unterstützer des Fußballs auf allen Ebenen.

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>.