

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

Summer of Music: Coca-Cola schafft 2022 unvergessliche Musikmomente

- **Coca-Cola ist in diesem Jahr auf einigen der größten europäischen Musikfestivals wie dem Lollapalooza Berlin in Kooperation mit Live Nation dabei**
- **Coke Studio verbindet digitales und physisches Musikerlebnis**
- **Die Coke Experience bietet einzigartige Erlebnisse für alle Musikfans vor Ort**

Berlin, 19.07.2022 – Diesen Sommer ist Coca-Cola mit einem abwechslungsreichen Programm aus Musik und Unterhaltung auf einigen der bekanntesten europäischen Musikfestivals vertreten: vom Lollapalooza in Berlin, Stockholm und Paris bis zum Untold in Rumänien, dem Sziget in Budapest und dem Tomorrowland in Belgien. Mit dem „Coke Studio“ und der „Coke Experience“ möchte Coca-Cola die Festivalbesucher_innen in diesem Jahr nicht nur mit eisgekühlten Getränken vor Ort versorgen, sondern auch einen Platz für Kreativität, Austausch und das Zusammenkommen bieten.

„Live-Musik ruft Emotionen hervor und schafft unvergessliche Erinnerungen. Sie ist der Auslöser echter magischer Momente des Zusammenseins und wir wissen, dass unser Gen-Z-Publikum leidenschaftlich gern Musik hört und erlebt. Mit unseren Musikpartnerschaften in ganz Europa bieten wir unserem Publikum einmalige Erlebnisse für einen Sommer, den keine_r von uns je vergessen wird“, sagt Philip Hartmann, Director Assets, Influencer & Partnership Europe, The Coca-Cola Company.

Coke Studio

Unter dem Motto „Creative Collisions“ wird das Coke Studio erstmalig als physische und digitale Erlebniswelt auf einigen der größten europäischen Festivals und auch in Deutschland auf dem Lollapalooza in Berlin vom 24. bis 25.09.2022 vor Ort sein. In Kooperation mit Live Nation gewährt die neue [Coke Studio™ YouTube-Plattform](#) während der Festivalsaison unter anderem spannende Einblicke in die Welt der Lollapalooza Künstlerinnen und Künstler, die in Berlin auftreten werden und teilt exklusive Vlog-Episoden. Die neue globale Musikplattform bietet Talenten die Möglichkeit, weltweite Partnerschaften einzugehen und ein neues Publikum mit ihrer Musik zu begeistern.

„Mit unseren drei europäischen Lollapalooza Festivals starten wir als wichtiger Teil der neuen Coca-Cola Musik-Strategie in eine sensationelle Festivalsaison. It’s a comeback! Darüber freuen wir uns riesig. Und so viel sei vorweggenommen: Das ist nur der Anfang!“, so Oliver Bresch, Director Brand Partnership und Media bei Live Nation GSA.

Auch über die Festivalsaison hinaus ist das Coke Studio eine Anlaufstelle für Musik und Popkultur mit Livestreaming-Sessions, Sofaconcerts oder Begegnungen mit Künstler_innen und schafft dadurch immer wiederkehrende „Real Magic“ Musikmomente.

Um live bei den Festivalaktivitäten dabei sein zu können, unvergessliche Musikerlebnisse zu feiern und magische Momente zu erleben, hat jede_r die Chance sich über die Summer On-Pack Promotion und Social-Media-Gewinnspiele über den Coke-Instagram-Kanal Tickets für ein Musikerlebnis mit Coca-Cola zu sichern und andere tolle Preise zu gewinnen. Dazu können Konsument_innen bis zum 30.09.2022 den QR-Code auf den 0,33 Liter, 0,5 Liter und 1,0 Liter Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar Flaschen scannen und so am Gewinnspiel teilnehmen.

Stars und Influencer_innen innerhalb der Coke Experience erleben

Ein echtes Star-Aufgebot wartet innerhalb der Coke Experience des Lollapalooza-Festivals in Berlin. Die Coke Stage bietet an zwei Festival-Tagen ein geballtes Bühnen-Programm, welches verschiedene nationale sowie internationale Künstler_innen und Influencer_innen zusammenführt. Daneben bringen Live-Auftritte sowie Meet & Greets die Besucherinnen und Besucher ihren Stars ein Stück näher. Außerdem bietet die Coke Experience mit dem Content Studio jedem_r Festivalbesucher_in die Möglichkeit, exklusive Inhalte für das eigene Social-Media-Profil zu produzieren und einen Ort, um auf eine eisgekühlte Coke mit seinen Freunden zusammenzukommen und neue Energie zu tanken.

Die im Coca-Cola Content Studio produzierten Inhalte können von den Lollapalooza Festivalbesucherinnen und -besuchern in Berlin auch für exklusive Preise vor Ort verwendet werden: Auf die Gewinnspiel Teilnehmerinnen und Teilnehmer warten magische Musikerlebnisse.

Über LOLLAPALOOZA

Lollapalooza wurde 1991 vom Gründer Perry Farrell als Tourneefestival ins Leben gerufen und ist auch über 30 Jahre später noch ein Innovator der Festivalkultur. Das Konzept war von Anfang an bahnbrechend und brachte Künstler aus einer Vielzahl von Musikrichtungen zusammen. Das Lollapalooza war dabei wegweisend in vielen Aspekten: Es war das erste amerikanische Festival, das sich auf mehrere Festivaltage ausdehnte, das mehr als eine Bühne benutzt, das Kunst und Aktivismus miteinander verbindet, das seine CO2-Emissionen ausgleicht, das elektronische Tanzmusik auf die Hauptbühne bringt, das familienfreundliche Programme schafft, das in einem städtischen Stadtzentrum zu Hause ist und das weltweit expandiert. Lollapalooza hat sich zu einem jährlichen Festival von Weltklasse entwickelt und konnte sich in Chicago, den Vereinigten Staaten sowie in Ländern wie Chile, Brasilien, Argentinien, Deutschland, Frankreich und Schweden etablieren. Das Lollapalooza ist eines der führenden Musikfestivals – sowohl für Musikfans in den USA als auch im Ausland. Zur Feier des 25-jährigen Jubiläums des Festivals wurde das Lollapalooza Chicago im Jahr 2016 auf vier Tage ausgedehnt und beherbergt bis zu 100.000 Fans pro Tag; jährlich performen hier über 180 Künstler auf 8 Stages und sorgen für unvergessliche Momente.

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>.