

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 bringt das Stadion-Gefühl mit der Kampagne zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 nach Hause

- **Coca-Cola Collector's Edition mit den Namen von 23 deutschen Nationalspielern und dem Bundestrainer**
- **DFB Player-Promise Dosen mit 12 individuellen Versprechen der Nationalspieler**
- **Exklusive Preise in der Coke-App zu gewinnen**

Berlin, 25.10.2022 – Vier Wochen vor dem offiziellen Start der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 weckt Coca-Cola die Vorfreude. Mit zwei Dosenaktivierungen sowie dem Panini-Stickeralbum wird Fußballfans in Deutschland die Wartezeit bis zum Anpfiff am 20. November verkürzt.

Coca-Cola bringt auch in diesem Jahr wieder die beliebten Spielerdosen von Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar in den Handel und hat zusätzlich erstmals 12 exklusive Player-Promise Dosen entworfen.

Limitierte Spieler- und Player-Promise Dosen

Exklusiv zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 tragen die 0,33 L Dosen der Marken Coca-Cola und Coca-Cola Zero Sugar die Namen und Gesichter von 23 deutschen Nationalspielern sowie dem Bundestrainer Hans-Dieter Flick. Die Collector's Edition mit den Spielernamen der deutschen Nationalmannschaft ist ab sofort im Handel erhältlich. Ab KW 44 werden die Spielerdosen durch die 12 DFB Player-Promise Dosen mit individuellen Versprechen ersetzt, welche von den Nationalspielern vor Beginn der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 abgegeben wurden.

Gratis Panini-Stickeralbum beim Kauf einer Coca-Cola Mehrwegkiste

Auch in diesem Jahr arbeitet Coca-Cola wieder mit Panini zusammen und lädt die Fans dazu ein, während der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 die Sticker ihrer Lieblingsspieler zu sammeln. Panini stellt das offizielle Stickeralbum zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 her, in dem die Fans Spieler-Sticker aller 32 qualifizierten Nationen sammeln können. Von KW 40 bis Ende KW 45 erhalten Konsumenten und Konsumentinnen beim Kauf einer Coca-Cola Mehrwegkiste gratis ein Panini-Stickeralbum, solange der Vorrat reicht.

Das Mini-Stadion für zu Hause

Coca-Cola will mit der diesjährigen „Believing is Magic“-Kampagne Fans auf der ganzen Welt dazu inspirieren, das eigene Wohnzimmer als Mini-Stadion zu nutzen und die Magie des Fußballs zusammen mit Coca-Cola vor dem Fernseher zu Hause zu erleben. Mit Coke können Fans ihre gemeinsamen Fußball-Sessions noch unterhaltsamer gestalten und Momente der Freundschaft und Gemeinschaft genießen. Dazu können sie in der Coke App der Fanzone beitreten, eine digitale und globale Plattform, welche für die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 eingerichtet wurde. Sie beinhaltet verschiedene interaktive Aktionen, durch die Fußballfans Einfluss auf eine virtuelle Rangliste, das Leaderboard, nehmen können. So können sie ihrem Land dazu verhelfen, die virtuelle Fan-WM zu gewinnen und haben das Gefühl, während des gesamten Turniers ein Teil der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 zu sein. Durch Minigames innerhalb der Coca-Cola App können Nutzerinnen und Nutzer außerdem Gems sammeln und diese für Gewinnspiele einlösen, um sich exklusive Preise wie signierte WM Fußballer oder Trikots zu sichern.

Hero-Spot und „The Promises“-Filme

Coca-Cola hat verschiedene Kurzfilme produziert, in denen die Phasen dargestellt werden, die alle Fußballfans bei jeder FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ nacheinander durchlaufen.

Im [Hero-Film](#) der Kampagne genießt ein leidenschaftlicher Fußballfan eine eisgekühlte Coca-Cola und die Straße um ihn herum verwandelt sich plötzlich 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. Zusätzlich gibt es zwei weitere Kurzfilme – Tattoo und Shave –, die die Treue und die Hingabe von Fußballfans auf der ganzen Welt an ihr Land und ihre Mannschaft verkörpern.

Daneben wird Coca-Cola noch den Kurzfilm „Mini Stadium at Home“ präsentieren, welcher die Bräuche der Fußballfans zeigt, mit denen sie ihr Team unterstützen und anfeuern.

Soundtracks zum Sportereignis des Jahres

Zur Feier der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ 2022 hat Coca-Cola zusammen mit den aufstrebenden Newcomer-Talenten TamTam aus Saudi-Arabien, Felukah aus Ägypten und der für den Grammy Award nominierten Künstlerin Danna Paola eine neue Version von Queen's „A Kind of Magic“ produziert. Veröffentlicht wird die Version auf dem [Coke Studio™](#) YouTube Kanal. Der Song „A Kind of Magic“ wird Veranstaltungen der FIFA World Cup™ Trophy Tour by Coca-Cola und digitale Coca-Cola-Beiträge zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ begleiten.

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>.