

Coca-Cola «Zero Zucker» lanciert Multichannel-Marketingkampagne #TheRitualCup

Coca-Cola Schweiz feiert die UEFA EURO 2024™ mit Public Viewings, gratis Konzert, Gewinnspielen und eigenem Zugabteil

Coca-Cola ist offizieller Sponsor für nicht-alkoholische Getränke der UEFA EURO 2024™ und stellt heute die europaweite Marketingkampagne #TheRitualCup vor. Im Rahmen der UEFA EURO 2024™ können Fans via Coca-Cola App an Gewinnspielen teilnehmen und Tickets für Fussballspiele inklusive nachhaltiger Anreise per Extrazug gewinnen. Zudem organisiert Coca-Cola grosse Public Viewings in der Schweiz – unter anderem am Zürcher Hauptbahnhof – und bietet interaktive Fan-Zonen mit einem gratis Konzert von Luca Hänni und Loco Escrito sowie Fussball-Challenges mit Profispielerin Alayah Pilgrim an.

Das Getränkesponsoring der UEFA EURO 2024™ wird von Coca-Colas am schnellsten wachsenden Produkt, Coca-Cola «Zero Zucker», angeführt und steht im Einklang mit der Markenstrategie, den Fokus auf zuckerarme und zuckerfreie Getränke zu legen. Zusätzlich wird das Sportgetränk Powerade die Spieler der UEFA EURO 2024™ auf dem Spielfeld mit der nötigen Energie versorgen.

Mit #TheRitualCup feiert Coca-Cola «Zero Zucker» die Rituale der Fussballfans und bringt sie während der UEFA EURO 2024™ näher zusammen. Die Rituale beziehen sich auf die traditionellen und persönlichen Handlungen der Fans, wie das gemeinsame Schauen der Spiele, das Tragen von Trikots und das Singen von Fangesängen. Coca-Cola feiert und unterstützt diese Rituale, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und die Fans näher zusammenzubringen.

Die europaweite Kampagne umfasst neue Inhalte in den Bereichen AV, OOH, DOOH und Social Media. Unterstützt wird die Kampagne durch Influencer- und On-Pack-Aktivierungen sowie eine Partnerschaft mit Europas grösster Fussballplattform «One Football», die speziellen Content mit der Fussballlegende Toni Kroos erstellt. Die Coca-Cola App ist ein zentrales Element für die Einbindung der Konsument:innen. Fans können am Quiz «The Believerboard» teilnehmen und herausfinden, welche Art von Fan sie sind. Sie können einen Platz an der UEFA-Willkommenswand gewinnen oder ihre Rituale in den sozialen

Medien unter dem Hashtag #TheRitualCup teilen sowie an In-App-Spielen teilnehmen.

Marco Manzo, Senior Manager Marketing von The Coca-Cola Company Schweiz: «Wir freuen uns darauf, unsere «Real Magic»-Philosophie in einem der aufregendsten Sportmomente des Jahres einzubringen.



Beim Ritual Cup geht es darum, Fussballfans aus ganz Europa durch ihre gemeinsamen Rituale und ihre Leidenschaft für das Spiel zu vereinen. Wir freuen uns, die einzigartigen und verbindenden Rituale der Fans zu entdecken.»

Public Viewings und gratis Liveshow von Luca Hänni und Loco Escrito

Während der Europameisterschaft finden in Zürich und Genf



Public Viewings statt. Am 19. Juni ist das Coca-Cola Public Viewing im Zürcher Hauptbahnhof für die Fans geöffnet und zeigt alle drei Spiele des Tages, darunter auch das Spiel Schweiz - Schottland. Im Zürcher Hauptbahnhof sorgen ausserdem Loco Escrito und Luca Hänni mit einem Konzert für Stimmung und Profi-Fussballspielerin Alayah Pilgrim lädt zur Speedgoal-Challenge ein. Besucher:innen können Coca-Cola Samplings, einen Barbershop, eine Schminkstation, ein Glücksrad, eine 360-Grad-Kamera sowie Foodstände geniessen. Zugang zu den Public Viewings erhalten Fans mit einem speziellen Coke Wristband, das auf PET-Flaschen von Coca-Cola zu finden ist.

Zudem ist Coca-Cola offizieller Getränkesponsor der «Fanzone Genève 2024», dem grössten

Public Viewing der Schweiz. Vom 14. Juni bis zum 14. Juli können Fussballfans die Matches gemeinsam verfolgen.

Weiter hat Coca-Cola ein gebrandetes Zugabteil in den SBB-Extrazügen zu den drei Gruppenspielen der Schweizer Nationalmannschaft in Köln und Frankfurt. Dieser bringt die Gewinner:innen der bereits verlostten Plätze der Gruppenspiele direkt vor das Stadion und nach dem Spiel wieder nach Hause. Diese Form der Anreise ist nicht nur bequem und stressfrei, sondern auch eine Alternative zu individuellen Autofahrten und trägt so zu einem nachhaltigen Euro-Erlebnis bei.

Weitere Infos auf:

www.coca-colacompany.com
und
www.coca-cola.ch