

01.06.2007 - 11:50 Uhr

Coca-Cola bringt die UEFA EURO 2008 direkt zu den Fans



Brüttisellen (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit
unter: <http://www.presseportal.ch/fr/story.htx?firmaid=100000818> -

Noch 373 Tage bis zur UEFA EURO 2008.

Coca-Cola steckt als EUROTOP Partner mitten in den Vorbereitungen für den sportlichen Grossanlass. Mit "Football on the Coke Side of Life" lanciert Coca-Cola sein bisher grösstes Fussball-Programm in der Schweiz.

Seit Herbst 2006 arbeitet das Coca-Cola UEFA EURO 2008 Project Team für das sportlichen Grossereigniss. Rund um General Manager Frank van der Heijden sind heute 19 Mitarbeitende im Einsatz. "Als EUROTOP Partner der UEFA haben wir uns zum Ziel gesetzt, die UEFA EURO 2008 direkt zu den Fans zu bringen" erklärt van der Heijden.

Das Fieber steigt

Die "Coke Insider Research"-Umfrage(1) belegt bereits heute ein grosses Interesse an der bevorstehenden UEFA EURO 2008. Für einen Grossteil der Schweizer Bevölkerung ist die Fussballeuropameisterschaft heute schon ein Thema; auch Coca-Cola Konsumentinnen und Konsumenten zeigen sich überdurchschnittlich interessiert.

Coca-Cola macht Fussball-Fans zu Insidern

Im Rahmen des "Coca-Cola Fahnenträger-Programms" werden rund 500 Jugendliche (davon ca. 250 aus den Veranstaltungsländern) an einem der 31 Matches mit der Fahne in das Stadion einlaufen und das Spiel

von Tribünenplätzen live verfolgen.

Mit dem "Coke Insider Programm" macht Coca-Cola einen Traum vieler Fussballfans wahr und bietet über 100 Begeisterten einen einmaligen und exklusiven Blick hinter die Kulissen. Der "Insider Pass" ermöglicht Zugang zu fast allen wichtigen Bereichen der UEFA EURO 2008. Eine Stadion-Tour, ein Besuch im Übertragungswagen oder im Studio einer TV-Station, der Besuch des Warm-up's einer Mannschaft direkt vor dem Spiel sind nur einige der Elemente des Programms. Das bisher grösste und umfangreichste Fussball-Programm in der Geschichte von Coca-Cola in der Schweiz soll dies möglich machen", so Flavio Calligaris-Maibach, Marketing Manager Coca-Cola.

Alle 90 Minuten eine Gewinn-Verlosung

Ab September 2007 versetzt Coca-Cola die Schweiz ins Euro-Fieber: 300 Tage lange werden alle 90 Minuten Tickets für die UEFA EURO 2008 Spiele, Flatscreen-Fernseher und Fan-Artikel verlost. Damit bietet Coca-Cola all jenen, die keine Tickets mehr ergattern konnten, eine Chance, doch noch live dabei zu sein, oder zuhause für Fussball-Atmosphäre zu sorgen.

Coca-Cola als Vorreiter im weltweiten Sport-Sponsoring

Coca-Cola und Sport gehören seit Jahrzehnten zusammen. Die Partnerschaft mit grossen Sportorganisationen ist ein wichtiger Bestandteil des Engagements der weltweiten Coca-Cola Organisation (Partner von UEFA, FIFA und IOC). Coca-Cola unterstützt Fussball seit über 70 Jahren. Die Zusammenarbeit mit der UEFA (Union of European Football Associations), welche 2005 wieder verlängert wurde, besteht bereits seit 1988.

(1) Umfrage SPECTRA vom Mai 2007 im Auftrag von Coca-Cola

Kontakt:

Pia Lehmann
Coca-Cola Schweiz
Stationsstrasse 33
8306 Brüttisellen
Tel.: +41/44/835'94'72
E-Mail: plehmann@eur.ko.com
Internet: <http://www.coca.colach>

Philipp Bodzenta
Coca-Cola Österreich
Triesterstrasse 217
1230 Wien
Tel.: +43/1/66'17'10
E-Mail: pbodzenta@eur.ko.com

Medieninhalte



Coca-Cola bringt die UEFA EURO 2008™ direkt zu den Fans / Coca-Cola am 1. September 2007
l'UEFA EURO 2008™ directement chez les fans
Bildlegende von links nach rechts:
Frank van der Heijden, Charles Salomons, Sascha Kretz (Gewinner), Graciella Huber und Flavio Calligaris
Weiterer Text über ots. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Abdruck unter Quellenangabe: "ots/Coca-Cola AG". Texte complementary par ots. L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Impression sous indication "ots/Coca-Cola AG" Lebensmittel, Veranstaltung, Sport, Sponsoring

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000818/100535045> abgerufen werden.