



INHALT

Die Geburt einer Legende	4
Die Marke Coca-Cola	5
Eine Erfolgsgeschichte	6
Das Coca-Cola Konzessionärssystem	7
Internationale Marken – lokaler Akteur	8
Maßgeschneiderte Lösungen für Handel und Gastronomie	9
Vielfältige Erfrischung: unsere Produkte	10
Werbegeschichte und Werbetrends	13
Mythos Coca-Cola	14
Lebe die Zukunft	15

Impressum

Coca-Cola Deutschland
Corporate Identity, Public Affairs & Communications
Friedrichstraße 68 | Quartier 205 | 10117 Berlin

Tel. (030) 22 606-98 00 | Fax (030) 22 606-91 10

www.coca-cola-gmbh.de | www.cceag.de

Stand: September 2010

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

seit mehr als 80 Jahren gibt es Coca-Cola in Deutschland. Vom „Ein-Produkt-Unternehmen“ haben wir uns zum Anbieter von mehr als 70 alkoholfreien Getränken entwickelt. Wir haben heute in Deutschland ca. 12.000 Mitarbeiter und verfügen über ein starkes lokales Produktions- und Vertriebsnetz.

Hinter uns liegen spannende Ereignisse. Die erste Abfüllung von Coca-Cola in Essen 1929. Die erfolgreiche Entwicklung von Fanta während des Zweiten Weltkrieges. Die Jahre des Wiederaufbaus, in denen die Coca-Cola Organisation gemeinsam mit ihren Konzessionären – unter ihnen auch der Boxer Max Schmeling – zu neuer Stärke fand. Das Jahr 1989 mit dem Fall der Mauer, das den Startschuss für Produktion und Verkauf von Coca-Cola auch in den neuen Bundesländern gab. Die Integration von Apollinaris in unser Unternehmen im Jahr 2006.

Coca-Cola hat eine klare Mission: Wir wollen die Menschen erfrischen, optimistische Momente vermitteln, Werte schaffen und so einen Unterschied machen.

Nur nachhaltiges Wirtschaften kann langfristigen Erfolg gewährleisten – davon sind wir überzeugt. Unter dem Motto „Lebe die Zukunft“ leisten wir unzählige positive Beiträge für eine bessere Welt. Dies betrifft die Vielfalt und Qualität unserer Produkte, den Schutz unserer Umwelt, die Verantwortung für unsere Mitarbeiter und unser gesellschaftliches Engagement. Eine Bilanz dieses Engagements haben wir in unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht gezogen, der im Juli 2010 veröffentlicht wurde.

Daran arbeiten wir weiter. Darauf sind wir stolz.

Hendrik Steckhan
Geschäftsführer
Coca-Cola GmbH

Damian Gammell
Vorstandsvorsitzender
Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG



DIE GEBURT EINER LEGENDE



Atlanta, Georgia, 1886. Der Arzt und Apotheker John Stith Pemberton arbeitet an einem Stärkungsmittel, das zugleich erfrischend und belebend sein sollte. Die Suche nach den perfekten Zutaten führt ihn in den Hafen von Savannah. Täglich inspiziert er dort exotische Gewürze, die in

den Docks verladen werden. Am 8. Mai glückt ihm in seinem Labor zum ersten Mal die Mischung, die später einmal das beliebteste Erfrischungsgetränk der Welt werden sollte.

Gemischt mit Sodawasser verkauft Pemberton das neue Getränk für fünf Cent pro Glas im Drugstore „Jacob's Pharmacy“. Im ersten Jahr sind dies gerade einmal neun Gläser pro Tag – doch nur wenige Jahre später ist der Siegeszug des Produktes nicht mehr aufzuhalten.

Pembertons Buchhalter Frank M. Robinson erfindet den klangvollen Namen „Coca-Cola“ für das Produkt und auch den schwungvollen, bis heute nahezu unveränderten Schriftzug in den Signalfarben Rot und Weiß. Er ahnt damals nicht, dass er damit das bekannteste Markenzeichen der Welt entwickelt.

Bei allem Erfolg, eins blieb immer gleich: die bis heute geheime Rezeptur, die keine zugesetzten Konservierungsstoffe und nur natürliche Aromen enthält.

Heute werden weltweit jeden Tag fast 1,6 Milliarden Mal die Produkte von Coca-Cola konsumiert.



DIE MARKE COCA-COLA

Acht Buchstaben und ein Bindestrich stehen für Qualität, Genuss und Erfrischung: Coca-Cola. In über 200 Ländern rund um den Globus genießen die Menschen das Getränk, das überall auf der Welt gleich schmeckt.

GRUNDSTEIN DES WELTWEITEN ERFOLGS

Der Drogist Asa G. Candler legt den Grundstein des weltweiten Erfolgs: Er erwirbt die Rechte an Coca-Cola und gründet im Jahr 1892 die The Coca-Cola Company. Bereits 1894 lässt er das Getränk erstmals in Flaschen abfüllen – ein entscheidender Schritt, der den Vertrieb des Produktes einläutet. Noch vor der Jahrhundertwende vergibt die The Coca-Cola Company 1899



die Lizenz zum Abfüllen ihres einzigartigen Erfrischungsgetränks an selbständige Unternehmer. So wird in weniger als 20 Jahren seit ihrer Erfindung der Grundstein für den heute weltweiten Vertrieb von Coca-Cola gelegt.



1916 führt Candler ein originelles Verpackungsdesign ein: In der Glasmanufaktur The Root Glass Company entsteht die legendäre Konturflasche „mit dem Hüftschwung“. Sie wird zum unverwechselbaren Kennzeichen von Coca-Cola. Im Zusammenspiel mit der einzigartigen Rezeptur und dem typischen Coca-Cola Schriftzug entsteht ein Markenartikel von außergewöhnlicher Wiedererkennbarkeit.

Heute ist Coca-Cola eine der bekanntesten Marken der Welt – und mit einem Markenwert von ca. 68 Milliarden US-Dollar eine der wertvollsten. Das Portfolio der The Coca-Cola Company umfasst weltweit ca. 500 Marken und ca. 3.000 verschiedene Produkte. In den Bereichen Erfrischungsgetränke, Fruchtsäfte und Fruchtsaftgetränke sowie Ready-to-Drink-Kaffee und -Tee ist das Unternehmen Coca-Cola außerdem weltweit die Nummer eins, als Anbieter von Sportgetränken die Nummer zwei, bei Mineral- und Tafelwasser die Nummer drei.



EINE ERFOLGSGESCHICHTE

1886 Der Arzt und Apotheker John S. Pemberton erfindet Coca-Cola. Sein Buchhalter Frank M. Robinson gibt dem Produkt seinen Namen und entwirft den berühmten Schriftzug.

1888 Der Drogist Asa G. Candler erwirbt für 2.300 Dollar die vollständigen Rechte an Coca-Cola.

1892 Candler gründet die The Coca-Cola Company.

1894 Coca-Cola wird erstmals nicht nur ausgeschenkt, sondern auch in Flaschen abgefüllt und vertrieben.

1916 Die Glasmanufaktur The Root Glass Company entwirft für Coca-Cola die Flasche „mit dem Hüftschwung“.

1931 Der berühmte „Coca-Cola Santa Claus“ wird für eine Werbeanzeige entworfen (USA).

1940 Anlässlich der Rohstoffknappheit entwickelt Coca-Cola in Deutschland Fanta.

1968 Mit Sprite kommt ein weiterer Klassiker auf den deutschen Markt.

1970 Die dynamische Welle wird weltweit als einzigartiges Markenzeichen eingeführt.

1982 Einführung von Diet Coke in Amerika und von Coca-Cola light in Deutschland ein Jahr später (1983).

1990 Coca-Cola entwickelt die PET-Mehrwegflasche und führt diese in Deutschland ein.

2006 Markteinführung von Coca-Cola Zero; Apollinaris gehört nun auch zu Coca-Cola.

2007 Launch von ViO in Deutschland.

2010 Veröffentlichung des ersten Nachhaltigkeitsberichtes für Coca-Cola in Deutschland.

DAS COCA-COLA KONZESSIONÄRSSYSTEM

WELTWEIT ...

Die The Coca-Cola Company und ihre nationalen Tochtergesellschaften vergeben Lizenzen an Abfüllunternehmen, die die Produkte von Coca-Cola abfüllen und vertreiben. Für Coca-Cola arbeiten derzeit weltweit ca. 600.000 Menschen.



Abfüllung und Vertrieb der Coca-Cola Produkte hingegen liegen in der Hand der Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG (CCE AG). Ihr obliegen auch die Verkaufsförderung sowie vertriebsbezogenes Marketing.



Für Coca-Cola arbeiten rund 12.000 Mitarbeiter an rund 70 Standorten in ganz Deutschland. Gemeinsam erzielen wir ein Absatzvolumen von ca. 3,4 Milliarden Litern jährlich.



... UND IN DEUTSCHLAND!

1929 wurde in Essen die Coca-Cola GmbH als hundertprozentige Tochtergesellschaft der The Coca-Cola Company gegründet. Sie hat zentrale Funktionen wie nationales Marketing, Markenführung, Marktforschung, Produkt- und Packungsentwicklung sowie Kommunikation.

INTERNATIONALE MARKEN – LOKALER AKTEUR

Wir haben in allen Regionen Deutschlands Produktionsbetriebe, in denen unsere Produkte für den deutschen Markt abgefüllt werden. Denn Coca-Cola ist ein lokales Produkt.



Rund 90 Prozent der Produktionsfaktoren wie Wasser, Zucker oder Etiketten stammen aus Deutschland, ca. 99 Prozent der in Deutschland konsumierten Produkte unseres Hauses werden auch hier hergestellt.



Unser weit verzweigtes Verkaufs- und Vertriebsnetz gewährleistet die persönliche Betreuung und die schnelle Belieferung unserer Kunden: Rund 645.000 Kunden aus Handel und Gastronomie beliefert die Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG direkt und indirekt. Über 1.000 Coca-Cola LKW – die so genannte Rote Flotte – und mehr als 6.000 Mitarbeiter sind täglich im gesamten Bundesgebiet unterwegs.



MASSGESCHNEIDERTE LÖSUNGEN FÜR HANDEL UND GASTRONOMIE



Ob Bäckerei oder Hotelkette, Restaurant oder Kiosk an der Ecke – wir bieten unseren Kunden für jede Gelegenheit das richtige Getränk und darüber hinaus für jede Verkaufssituation individuelle und maßgeschneiderte Lösungen.

Coca-Cola bietet eine Vielzahl an Verpackungen, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Ob Mehrweg oder Einweg, Einzelflasche, Multipack oder Kiste – in unserem großen Angebot ist für jede Konsumsituation etwas dabei.

Für die richtige Präsentation in jedem Umfeld und an jedem Aufstellort sorgen außerdem passende Kühler mit Erfrischungen für jeden Geschmack auf Armeslänge.

Persönliche Beratung ist nur ein Bestandteil des vielfältigen Coca-Cola Kundenservice. Zusätzlich entwickeln wir umfassende individuelle Verkaufsförderungsprogramme für den gemeinsamen Erfolg.





VIelfÄLTIGE ERFRISCHUNG: UNSERE PRODUKTE

Still oder sprudelnd, fruchtig oder isotonisch: Mit mehr als 70 alkoholfreien Getränken bietet Coca-Cola die passende Erfrischung für nahezu jeden Geschmack und jede Trinkgelegenheit. In unserem Portfolio finden sich Getränke zum Auftanken, Erfrischen, Relaxen und Genießen, auch in kalorienreduzierten oder -freien Varianten.

ERFRISCHUNGSGETRÄNKE

Der Klassiker Coca-Cola: erfrischend und belebend. Der volle und spritzige Geschmack von Fanta. Oder mezzo mix, der beliebte Mix aus Cola und Orangenlimonade. Der Geschmack von Zitronen und Limetten von Sprite oder der fruchtige Geschmack von The Spirit of Georgia: Wir bieten abwechslungsreiche Erfrischung.



KALORIENREDUZIERTER GETRÄNKE

Auch wer die leichte Erfrischung bevorzugt, hat freie Wahl: Ob light, light und koffeinfrei oder Zero – Coca-Cola hält den Klassiker in zahlreichen nahezu kalorienfreien Varianten bereit. Auch Fanta Zero, mezzo mix Zero und Sprite Zero bieten vollen Geschmack ohne Zucker.



WÄSSER

Wässer für jeden Geschmack: Sie gehören ebenso zu Coca-Cola. Wertvolle Mineralisierung und die natürliche, vulkanische Kohlensäure – das macht Apollinaris so besonders. Das leicht mineralisierte, stille Mineralwasser ViO schmeckt besonders weich. Bonaqa Tafelwasser überzeugt mit seinem klaren, abgerundeten Geschmack. Ergänzt wird unser Wasser-Portfolio außerdem durch Heppinger Heilwasser sowie die regionalen Mineralwässer Sodenthaler, Urbacher und Valser.



SCHORLEN & CO.

Unsere Saftschorlen und Near-Water-Getränke bringen fruchtige Erfrischung: Apollinaris Big Apple, Lift und Bonaqa Fruits.

FRUCHTSÄFTE

Die 100-prozentigen Fruchtsäfte von Fruitopia by Minute Maid in den Varianten Orange, Apfel mit Acerola und Multifrukt sind ideal im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung. Für abwechslungsreichen Genuss in der Gastronomie stehen außerdem die exklusiven Säfte von Minute Maid.



SPORTGETRÄNKE

Energie und Flüssigkeit für die körperliche Fitness – das liefern Powerade Sportgetränke. Sie können der Dehydrierung des Körpers vorbeugen.

**EISTEE**

Nestea bietet das besondere Geschmackserlebnis aus Teeextrakt und Früchten bzw. Fruchtaromen, ohne Konservierungs- oder Farbstoffe. Nestea ist ideal für eine wohltuende Erfrischung zwischendurch – ob in den klassischen Varianten Pfirsich, Zitrone und Waldfrucht, als Weißer Pfirsich light ohne Zucker oder als Grüntee Zitrus.

**ENERGY DRINKS**

Relentless Energy Drink wird in drei Geschmacksrichtungen u.a. in einer praktischen, wiederverschließbaren Dose mit 485 ml angeboten – diese ist als Verpackung neu auf dem deutschen Markt. Die Marke Relentless richtet sich vor allen an 18-35jährige Männer, die aktiv sind, individuell und intensiv leben und beim konsequenten Verfolgen ihrer Leidenschaften auch Hindernisse überwinden.

**TRINKFERTIGE KAFFEESPEZIALITÄTEN**

illy_issimo™ vereint italienisches Lebensgefühl mit hochwertigem Kaffeegenuss auf espressobasis: Die trinkfertigen Kaffeespezialitäten aus dem Joint Venture mit illycaffè basieren auf einem Extrakt aus hochwertigen Arabicabohnen – und schmecken am besten eisgekühlt. In der praktischen Dose eignet sich das Produkt besonders gut für unterwegs.

**WERBEGESCHICHTE UND WERBETRENDS**

Von „Coca-Cola ist wieder da“ (1949) bis „Mach mal Pause – trink Coca-Cola“ (1955), von „Coca-Cola is it!“ (1985) bis „mach dir Freude auf“ (2010): Coca-Cola schreibt mit seinen Slogans und Kampagnen immer wieder Werbegeschichte – und das soll auch in Zukunft so sein!

**NEUE MEDIEN, NEUE WEGE**

In den neuen Medien setzt Coca-Cola ebenso Trends. Ob Social Media oder Mobile Marketing: Coca-Cola setzt auf innovative Konzepte und verbrauchernahe Kommunikation.

Bereits seit 2005 ist der interaktive Online-Kühlschrank „CokeFridge“ erfolgreich. Daneben gibt es Mobile Marketing Kampagnen (z. B. „Handy leer – Fanta her“) oder auch webbasierte Anwendungen wie den Coca-Cola Happiness Player, mit dem Nutzer nicht nur Musik hören können, sondern auch genau die Titel auswählen, die zu ihrer Stimmung passen. Denn: Coca-Cola und Emotionen gehören einfach zusammen!





MYTHOS COCA-COLA

Seit über einem Jahrhundert fasziniert die Marke Coca-Cola Menschen rund um den Globus. Sie steht für Erfrischung und Lebensfreude. Coca-Cola verbindet die Menschen – im Alltag, beim Sport, bei Musikveranstaltungen oder während der Weihnachtszeit.

DIE COCA-COLA WERBUNG: KOMMUNIKATION VON ANFANG AN

Bereits am 29. Mai 1886 erscheint im „Atlanta Journal“ die erste Coca-Cola Anzeige. Nur wenige Tage nach der genialen Erfindung des Apothekers John S. Pemberton werden die Vorzüge des neuen Getränks – „Delicious! Refreshing! Exhilarating! Invigorating!“ – in der Tageszeitung angepriesen. Um 1910 ist

Coca-Cola bereits eines der meistbeworbenen Produkte in Amerika.



Auch in Deutschland setzt Coca-Cola von Anfang an auf Kommunikation. Der Slogan „Köstlich und erfrischend“ bringt den Deutschen das hierzulande noch wenig bekannte Getränk nahe.

COCA-COLA UND WEIHNACHTEN

Die traditionelle Verbindung von Coca-Cola und Weihnachten geht auf das Jahr 1931 zurück. Damals entwarf der Zeichner Haddon Sundblom für eine Anzeige den Coca-Cola Weihnachtsmann in den klassischen Farben Rot, Weiß und Schwarz. Modell stand ein LKW-Fahrer von Coca-Cola. Seit 1997 verbreiten die Coca-Cola Weihnachtstrucks auf ihrer Fahrt quer durch Deutschland das Weihnachtsgefühl und begeistern Millionen Deutsche.



COCA-COLA SAMMELOBJEKTE

Die Marke Coca-Cola hat Eingang in den Alltag der Menschen gefunden. Ob auf Flaschen oder Gläsern, Verkaufs- oder Kühlgeräten, Haushaltsgegenständen oder Spielzeug: Der berühmte rot-weiße Schriftzug ist fester Bestandteil zahlreicher Dinge des täglichen Lebens – und diese sind weltweit begehrte Sammlerstücke geworden!

LEBE DIE ZUKUNFT 

LEBE DIE ZUKUNFT

Unser unternehmerisches Handeln orientiert sich an ehrgeizigen Nachhaltigkeitszielen. Unter dem Motto „Lebe die Zukunft“ haben wir alle unsere Aktivitäten in diesem Bereich gebündelt – seit Juli 2010 nachzulesen in unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht auf www.coca-cola.de/Nachhaltigkeitsbericht.



QUALITÄT UND VIELFALT: PRODUKTE UND MARKT

Unser breites Portfolio bietet vielfältige Wahlmöglichkeiten. Die Herstellung aller unserer Produkte unterliegt einem strengen Qualitätsmanagement. Unsere hohen unternehmensweiten Standards gehen oft weit über gesetzliche Regelungen hinaus.

Coca-Cola betreibt aktive Aufklärung für bewusste Ernährung und ist damit ein Vorreiter in Europa. Auf unserer Internetseite sowie durch die persönlichen Betreuer unserer Verbraucherservicehotline können sich alle Konsumenten über unsere Produkte und ihre Inhaltsstoffe informieren. Seit 2007 geben wir freiwillig die Nährwerte unserer Produkte auf der Verpackung an.



Als Mitglied der Initiative „Ausgezeichnet informiert“ setzt sich Coca-Cola zudem für eine einheitliche und verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung nach dem GDA-Nährwertkompass ein – also die Angabe von Nährwerten und ihrem Anteil am Tagesbedarf auf den Etiketten. Informationen zur Nährwertkennzeichnung finden die Verbraucher auf www.ausgezeichnet-informiert.de sowie auf www.Ganz-Deutschland-Aufklaeren.de.



Wir erkennen die Verantwortung der Eltern und der Schulen an und verzichten daher auf Werbung an Kinder unter 12 Jahren sowie grundsätzlich auf Werbung an allen Schulen und den Verkauf unserer Produkte in Grundschulen.

UNSER ENGAGEMENT FÜR DIE UMWELT

Coca-Cola wirtschaftet so umweltschonend wie möglich und schützt natürliche Ressourcen. Schwerpunkte unseres Umweltengagements sind Klima- und Wasserschutz sowie umweltverträgliche Verpackungen und Recycling.

KLIMASCHUTZ

Die Einsparung von Energie und damit Kohlendioxid in der Produktion, der Einsatz von klimaverträglichen Kühlgeräten und die Modernisierung des Fuhrparks – all das gehört für uns zum Klimaschutz.



Bei der Entwicklung klimafreundlicher Kältetechnik haben wir bereits mit Greenpeace und UNEP, dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen, zusammen gearbeitet.

Unsere Maßnahmen zeigen Erfolg: Seit 2004 haben wir den Energiebedarf in unserer Produktion jährlich im Durchschnitt um 1,5 Prozent gesenkt.

Bis 2015 wollen wir bei steigenden Verkäufen den Energieeinsatz in der Produktion gegenüber 2004 um fünf Prozent senken. Über 18.000 FKW-freie und über 55.000 Kühler mit Energiesparsystemen sind bereits auf dem deutschen Markt.



WASSERSCHUTZ

Wasser ist nicht nur der wichtigste Inhaltsstoff für unsere Produkte, es zählt auch zu den wertvollsten Ressourcen weltweit. Daher haben wir uns zum Ziel gesetzt, wasserneutral zu produzieren – durch eine Reduzierung des Wasserverbrauchs sowie die Aufbereitung von gebrauchtem Wasser.

Im Rahmen des „Water Saver“-Programms in Zusammenarbeit mit dem WWF verfolgen wir das Ziel, die Wassernutzung zu optimieren: Hier werden Wasserverbrauchsdaten unserer Produktionsprozesse ermittelt und ausgewertet, um so Einsparungspotenziale sichtbar zu machen und zu realisieren. Gebrauchtes Prozesswasser wird zum Teil mehrfach genutzt und schließlich so aufbereitet, dass es ohne Belastungen in den natürlichen Wasserkreislauf



zurückgegeben werden kann. Darüber hinaus unterstützt die The Coca-Cola Company weltweit sieben Süßwasser-Projekte des WWF, so etwa ein Projekt zum Schutz der Donau.

ROHSTOFFE UND RECYCLING

Wir betrachten unsere Verpackungen nicht als Abfall, sondern als wertvolle Rohstoffe. Daher arbeiten wir an möglichst geschlossenen Verpackungskreisläufen.

Bereits 1990 hat Coca-Cola Deutschland mit der Entwicklung und Einführung der PET-Mehrwegflasche einen Meilenstein gesetzt. Sie ist vollständig recyclebar und besonders leicht. Wir haben traditionell ein starkes Mehrwegangebot und arbeiten kontinuierlich daran, das Gewicht unserer Verpackungen zu verringern.

Unsere Verpackungen entwickeln wir auch weiterhin stets nach ökologischen Standards – so etwa unter Einsatz eines möglichst hohen Anteils von Recyclingmaterial bei der Fertigung von neuen Einweg-PET-Flaschen. Dieser Anteil soll von derzeit über 25 Prozent auf 50 Prozent ausgebaut werden.



COCA-COLA UNTERNEHMENSKULTUR: VIELFALT UND FÖRDERUNG

Ein wesentliches Ziel unserer kooperativen und offenen Unternehmenskultur ist es, die Vielfalt unserer Mitarbeiter optimal zu nutzen.



Das Wissen und die Kompetenz unserer Mitarbeiter sind die Grundlage unseres Erfolgs. Daher bieten wir ihnen abwechslungsreiche Programme zur Aus- und Weiterbildung. Dazu gehören Praktika und Trainee-Programme ebenso wie eine umfangreiche Ausbildung in kaufmännischen und gewerblichen Berufen sowie zahlreiche Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen für alle Mitarbeiter. Zusätzlich hat Coca-Cola Programme zur Förderung von Frauen aufgesetzt, zum Beispiel in Form von Netzwerktreffen sowie Mentoring-Maßnahmen.

Relevante Bestandteile unseres aktiven Gesundheitsmanagements sind darüber hinaus Gesundheitstage an unseren Standorten sowie Maßnahmen zur Unfallverhütung.

Coca-Cola ist Mitglied bei Fair Company und hat auch die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Wir bekennen uns zu einer Unternehmenskultur der Fairness, der Wertschätzung und des gegenseitigen Respekts.

SOZIALES UND GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT – VOR ORT UND BUNDESWEIT

Wir sind seit über 80 Jahren in Deutschland und engagieren uns für zahlreiche soziale und gesellschaftliche Themen – regional und bundesweit. Dazu gehört neben der Mitarbeit in nationalen Netzwerken wie der „Initiative Ziviles Engagement“ des Bundesfamilienministeriums ebenso die Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen wie der Tafeln, der SOS-Kinderdörfer oder von „Ein Herz für Kinder e. V.“. Wir haben außerdem vielfältige lokale Partnerschaften an unseren Standorten, zum Beispiel in Bad Neuenahr mit dem Mehrgenerationenhaus und Apollinaris.



FÜR EINEN AKTIVEN LEBENSSTIL

Der Name Coca-Cola steht für Sport und Aktivität – so etwa im Spitzensport. Seit 1928 unterstützt die The Coca-Cola Company die Olympischen Spiele, seit 1950 jede Fußball-Weltmeisterschaft. Darüber hinaus fördert Coca-Cola die Paralympics und engagiert sich von Anbeginn an bei den „Special Olympics“, der größten Sportbewegung für geistig behinderte Menschen weltweit.



Von besonderer Bedeutung ist für uns auch der Breitensport. So unterstützt Coca-Cola seit Jahrzehnten zahlreiche lokale Vereine und Sportereignisse – von Fußball über Leichtathletik und Radfahren bis hin zu Hand- und Basketball. Auch die Nachwuchsarbeit spielt für uns eine wichtige Rolle.



Mit unserem Programm „Mission Olympic“ fördern wir einen aktiven Lebensstil. Gemeinsam mit dem Deutschen Olympischen Sportbund konnte Coca-Cola binnen zwei Jahren 182 Städte sowie 6.500 bürgerschaftliche Initiativen für Bewegung und Breitensport gewinnen. An den Finalevents haben bislang rund eine Million Menschen teilgenommen.



Als Mitglied der Plattform Ernährung und Bewegung e. V. (peb) setzen wir uns außerdem für die Förderung von ausgewogener Ernährung und aktiver Lebensweise bei Kindern und Jugendlichen ein.

Unser Engagement ist so vielfältig wie unser Portfolio. Wir gehen weiter auf diesem Weg. Und wir würden uns freuen, wenn Sie uns dabei begleiten!



Fotos:
Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, Coca-Cola GmbH u. a.

Coca-Cola, Coke, Coca-Cola light, Coca-Cola Zero, Fanta, Fanta Zero, Sprite, Sprite Zero, Mezzo Mix, Mezzo Mix Zero, Lift, Minute Maid, Fruitopia by Minute Maid, Bonaqa, Bonaqa Fruits, das Neptun-Logo, Powerade, das P-Logo, The Spirit of Georgia, Relentless, die Konturflasche und die dynamische Welle sind eingetragene Schutzmarken der The Coca-Cola Company. Coca-Cola, Coca-Cola light, Coca-Cola Zero, Mezzo Mix, Mezzo Mix Zero, illy issimo und Relentless Energy Drink sind koffeinhaltig. Apollinaris, Apollinaris Big Apple, das Apollinaris Logo, das rote Dreieck, ViO und Heppinger sind eingetragene Schutzmarken. Urbacher und Sodenthaler sind eingetragene Schutzmarken. Nestea ist eine eingetragene Schutzmarke der Société des Produits Nestlé S.A. (Schweiz). Valser ist eine eingetragene Schutzmarke der Valser Trading AG.

Coca-Cola® Deutschland

Friedrichstraße 68
10117 Berlin