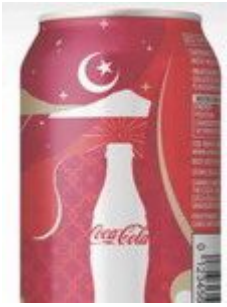


Have a Coca-Cola Ramadan



Die Firma mit dem schwarzen Wundergetränk, das wie kein anderes die Softdrink-Welt erobern konnte, hat ihren Erfolg nicht zuletzt der geschickten Weihnachtswerbung – dekorierte Lkws, Weihnachtsmänner mit Rauschebart, Rentiere etc. – zu verdanken. Mit dem Aufstieg des Islams zur Weltmacht muss auch Coca-Cola mit der Zeit gehen und sich neue Marktstrategien ausdenken. Daher der neue Trend: Ramadan-Deko und Ramadan-Dosen mit Halbmond.

Der Halbmond – das muslimische Symbol schlechthin – der die Flaggen von 11 islamischen Staaten ziert, schmückt neu ab Ramadan 2008 auch Cola-Dosen. Das ist für den Getränkehersteller aus Atlanta von daher erstaunlich, weil es sich beim Halbmond eindeutig um ein religiös konnotiertes Zeichen handelt. Trotz Weihnachtsmann-Deko, Pinguinen und Eisbären gab es noch nie Cola-Dosen mit Kreuz oder gar mit Davidsstern.

Die sonst sehr säkulare Coca-Cola Company anerkennt den Ramadan in einem Statement ganz ausdrücklich als Feiertag.

In einer globalisierten Welt bietet der Ramadan eine

Möglichkeit, die wahren Werte des Islams und wofür er steht öffentlich zu zeigen. Da keine andere Firma so inklusiv und vielseitig ist wie Coca-Cola, haben wir die einzigartige Gelegenheit, die geschätzte Rolle eines internationalen Brückenbauers und Dialogförderers während des Ramadans zu spielen.

» Kontakt zur Coca-Cola Company