

nachhaltigkeits-update. 2024

Das Warten hat ein Ende – hier kommt unser Nachhaltigkeits-Update für 2024. Schau mal, welche nachhaltigen Veränderungen wir im letzten Jahr erreicht haben. Spoiler: Auch 2024 blieb fritz-kola konsequent und hat klare Haltung gezeigt.

Mit unserem letzten Bericht 2022/23 haben wir beschlossen, die Blickrichtung zu ändern – weniger Rückspiegel, stattdessen vielviel mehr nach vorn. Und wir sagen: Nachhaltigkeit braucht Demokratie. Nur wenn alle abgeholt und mit an Bord sind, kommen wir voran. Deshalb haben wir die fritz-Community wählen lassen, wo und wie wir uns künftig engagieren sollen. Die klare Antwort: Mehr Klimaschutz! Gesagt, getan – in einem Pilotprojekt mit unserem Partner Klim greifen wir Mutter Natur unter die Arme und machen dafür mit Landwirten gemeinsame Sache. Das Ergebnis: weniger CO₂ in unserer Lieferkette. Mehr dazu in diesem Update.

Wandel treibt uns an – nicht nur beim Klimaschutz, sondern überall. 2024 gab's deshalb frischen Wind: fritz-kola bekam ein Facelift. Neues Logo, frischer Look, zeitgemäßes Design – kein schnödes Update, sondern ein klares Statement. Weil Stillstand keine Option ist, wenn man wirklich was verändern will.

Unser Engagement für eine nachhaltige Transformation wurde 2024 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Kategorie: Getränkeindustrie. Platz: ganz vorne. Als nachhaltiger Vorreiter in dieser Branche werden wir uns auch weiterhin nicht davor scheuen, die größten Herausforderungen unserer Zeit anzugehen.



1. kola zeigt haltung.

schwarzes herz. bunte welt. genau unser ding.

Demokratie braucht Engagement – dafür bleiben wir gerade in diesen Zeiten wach. Wir rufen nicht nur zur Wahl auf, wir lassen selbst wählen. Unser demokratischer Nachhaltigkeitsbericht ist ein klares Zeichen für Verantwortung und Mitbestimmung.



ohne vielfalt fehlt viel.

Im Superwahljahr 2024 standen entscheidende Landtagswahlen in Ostdeutschland an. Keine Frage: Wir mussten klare Kante zeigen. Für Demokratie und ein buntes Miteinander – aber ohne erbotenen Zeigefinger.

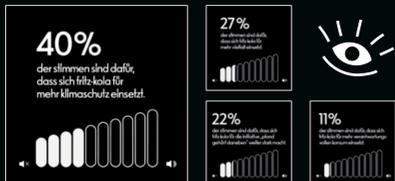
Ganz nach dem Motto „ohne vielfalt fehlt viel.“ machten wir unsere Kunden und Partner auf Schwarz-Weiß-Riesenspielen im Rahmen einer Out-of-Home-Kampagne sichtbar. Menschen wie Thao, Hanh, My, Alberto, Qui oder Johannes – sie alle verbindet der Einsatz für eine tolerante Gesellschaft, die Leidenschaft für ihre Arbeit und die Liebe zu ihrer Stadt. Die Aktion sollte nicht nur zum Nachdenken anregen, sondern vor allem die Wahlbeteiligung fördern und klar machen: Vielfalt ist die Grundlage für eine starke, demokratische Gesellschaft.

unser erster nachhaltigkeitsbericht zum mitmachen.

Nachhaltigkeitsberichte schauen meist zurück und informieren, ohne zu involvieren. 2024 ließen wir unsere Community das erste Mal mitbestimmen, wohin die Reise geht.

Denn Nachhaltigkeit lebt vom Mitmachen. Über Social Media im Wahlzettel-Look haben wir gefragt, wo wir uns künftig noch stärker engagieren sollen – und um die 5.000 Antworten bekommen. Die Wahl unserer Community beeinflusste aber nicht nur unsere Arbeit bei fritz-kola, sondern hatte auch politisches Gewicht als Warm-up zur Europawahl. Ein Aufruf, sich für eine offene, demokratische Gesellschaft einzusetzen.

Als Anerkennung für das innovative Format wurden wir mit dem Bronze Marketing for Future Award sowie dem PR-Preis ausgezeichnet.



2. kola schützt umwelts.

weniger emissionen. mehr plan(et).

Wir drehen an der Zukunft: weniger CO₂, kürzere Transportwege und eine Landwirtschaft, die im Einklang mit der Natur arbeitet. Umweltschutz muss nicht kompliziert sein – er muss einfach passieren.

#fritzforfarmers – fürs gute ackern.

Unsere Community wollte mehr Klimaschutz – 40 % der Befragten haben anlässlich unseres ersten demokratischen Nachhaltigkeitsberichts dafür gestimmt. Und anstatt uns mit gekauften Zertifikaten klimaneutral zu stellen, investieren wir lieber in Maßnahmen, die innerhalb unserer Lieferkette echt was bewegen und CO₂-Emissionen einsparen. Deshalb starteten wir mit Klim, einer Plattform für regenerative Landwirtschaft und sechs Landwirten ein Projekt für nachhaltigen Zuckerrübenanbau. Das bedeutet ganz konkret: Landwirte bei der Humusanreicherung im Boden zu fördern. Humusreiche Böden sind effektive Kohlenstoffspeicher, die Kohlendioxid aus der Atmosphäre binden. Gleichzeitig sorgen diese Böden für mehr Biodiversität und stabilisieren das Ökosystem. Saubere Sache also!

Die gemeinsame Transformation umfasst Methoden wie den Anbau von Zwischenfrüchten, den Verzicht auf chemische Düngemittel und eine schonende Bodenbearbeitung. Das machen wir Hand in Hand mit sechs Höfen in Thüringen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt und Sachsen. Sie bekommen von uns alles, was sie für die Transformation brauchen, von Informationen bis zur Finanzierung. Gemeinsam produzieren wir auf insgesamt 2.000 Hektar Fläche, 2.000 Tonnen Zucker aus regenerativer Landwirtschaft und sparen damit 1.900 Tonnen CO₂ ein, beziehungsweise speichern sie im Boden. Echter Klimaschutz ohne faule Kompromisse.



weniger co₂, weniger wege – vielviel kola für die welt.

Seit dem 01. März 2024 schicken wir in Zusammenarbeit mit der Brauerei Kaiserdom in Bamberg unsere Einweg-Glas-Pionierflaschen in Länder ohne etabliertes Glasmehrwegsystem. Die Flaschen sind kleiner, leichter und somit besser für die langen Transportstrecken und reduzieren die CO₂-Emissionen. Vor Ort geht's direkt ins Glasrecycling. Natürlich bleibt unser Ziel glasklar: Wir setzen uns weiterhin für Glasmehrweg und einen echten Systemwandel in der Getränkeindustrie ein. Diese Pionierflasche ist unser strategischer Helfer auf dem Weg dorthin.

Ende 2024 konnten wir zudem unsere neue Abfüllanlage in Borgloon, Belgien, verkünden. Die Erweiterung unseres Ramppennetzwerks bringt neben mehr Kapazität auch kürzere Wege – und damit weniger CO₂-Ausstoß. Dank der Nähe zum Dreiländereck können wir unsere Kunden in Westdeutschland, Belgien und den Niederlanden schneller und effizienter beliefern. So sind wir noch enger mit der wichtigen Benelux-Region verbunden.

andere planen noch – wir liefern schon.

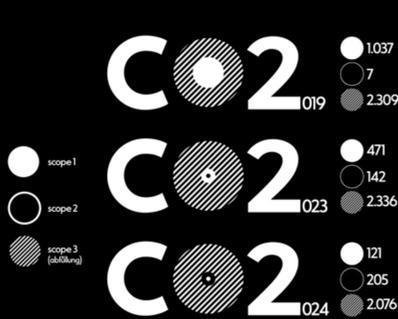
Seit 2019 erfassen wir genau, was wir an CO₂ in die Welt setzen – und noch wichtiger: wie wir es reduzieren wollen. 2021 haben wir uns der Science Based Targets Initiative (SBTi) angeschlossen und uns glasklar um 1,5-Grad-Ziel der Vereinten Nationen bekannt. Während die Welt ihre Klimaziele relativiert, erfüllen wir sie nicht nur – wir übertreffen sie. Unser Ziel für 2030: minus 46 % bei Scope 1 und 2.

Stand 2024: schon jetzt um 69 % gesenkt – sechs Jahre früher und besser als geplant – fritzfritz hurra! Dazu kommt: Seit 2024 werden unsere Flaschen mit

100% ökostrom abgefüllt,

und in unserer Flotte waren bis Ende des Jahres bereits 95 % E-Autos unterwegs. Aber wir waren nicht fritz-kola, wenn wir uns darauf ausruhen würden. Also packen wir's weiter an und reduzieren zudem auch weiter unsere Scope 3-Emissionen.

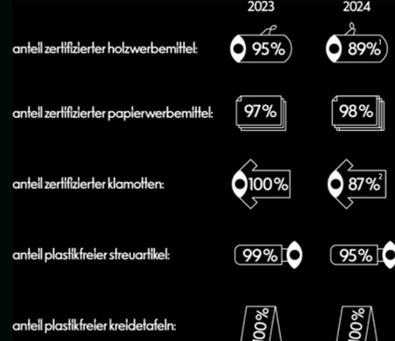
unser klimafußabdruck (in t co₂e)



unserer zwischenziele für 2025:

- 20% weniger Verbrauch von Wasser, Wärme und Strom pro Flasche (aktuell: -21%, -16% und -8%)
- Erhöhung des Anteils BIO-zertifizierter Rohstoffe (ohne Zucker) auf 90% (aktuell 58%)
- 100% nachhaltige Mobilität (E-Mobilität, ÖPNV/ Fernverkehr, Fahrrad) bei den fritten
- mehr als 95% nachhaltige Werbemittel über alle Kategorien hinweg

*Grund für den geringeren Anteil im Vergleich zu 2023 sind Entsafter bei dem Rhabarber.



*Dieses Jahr waren nur 89 % unserer Holzprodukte zertifiziert. Da wäre mehr drin gewesen. Dieser Rückgang geht auf unsere Kappe ein. Beibehaltung wurde wesentlich ohne Zertifizierung gelöst. Äppelich, weisse und Pilsener sind nicht betroffen. *Die fehlenden 13 % bei zertifizierter Bekleidung bestanden 2024 aus 100 % recyceltem Polyester. Warum? Weil manche Sachen einfach etwas mehr aushalten müssen. Nicht unsere erste Wahl, aber wenn schon Polyester, dann wenigstens aus Recyclat.

3. kola setzt sich ein.

hand in hand mit pfand.

Jede Pfandflasche zählt. Mit unserem Engagement für Pfandsammler, wohnungs- und obdachlose Menschen zeigen wir Solidarität. Bei großen Aktionen wie der Fußball-EM 2024 rückten wir erneut diejenigen in den Fokus, die in unserer Gesellschaft oft übersehen werden.

pfand gehört daneben – und mitten in die debatte.

Pfandsammeln ist kein Randphänomen. Zeit, die Klischees über Bord zu werfen – unsere dritte repräsentative Pfandstudie* von „Pfand gehört daneben“ belegt: Den einen Pfandsammler gibt es nicht. 2021 waren wir die Ersten, die hingeschaut haben – wissenschaftlich, statt mit Vorurteilen. Denn wir übernehmen Verantwortung – laut, konsequent und ohne Ausreden.

Die Zahl der Pfandsammler steigt stetig, oft aus finanziellen Gründen – 2024 waren es 1.191.700 aktive Pfandsammler in Deutschland. Fast die Hälfte hat Abitur oder Fachhochschulreife, das Geschlechterverhältnis ist ausgeglichen und nur 6% leben ausschließlich vom Pfandsammeln. Obdachlos? 67% der Pfandsammelnden sind es nicht.

*Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.024 Personen zwischen dem 12. und 15.04.2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.



pfandhaus 2.0 – abfall zu beifall.

Festivals sind der Place-to-be für Musik, Stimmung und leider auch Müll. Trotz Pfandsystem landen viel zu viele Flaschen und Dosen auf dem Boden oder werden plattgetreten.

Deshalb starteten wir im Sommer 2024 zum zweiten Mal das Projekt „Pfandhaus“ auf Musikfestivals. Die Idee: Mit Spaßfaktor zu mehr Nachhaltigkeit. Dank mehr als 50.000 gesammelten Pfandflaschen und -dosen brachten wir mit unseren Partnern 14.380 Euro für den guten Zweck zusammen.

em 2024: pfandsammler raus aus dem abseits.

Viele Fußball-Fans bringen Getränke ins Stadion – doch landen leere Flaschen auf dem Weg dorthin oft im Müll oder in Scherben auf den Bahnsteigen. Zur Europameisterschaft 2024 hat „Pfand gehört daneben“ darum Teamwork mit der Deutschen Bahn betrieben.

An sechs Spieltagen standen 36 Pfandtürme mit Platz für 4.600 Flaschen am S-Bahnhof Olympiastadion in Berlin für die Fans bereit. Das gesammelte Pfandlöses ging an die Berliner Obdachlosenhilfe e.V..



4. kola bleibt wach.

immer durst nach mehr.

Wir bleiben wach, hungrig nach Trends und genießen bewusst. Als neugierige und weitauffere fritten bringen wir neuen Geschmack und bessere Ideen. 2024 steckte voller guter Innovationen mit Mehrwert.

der durchschnitts-fritz (kcal pro 100 ml)



kalorien runter. geschmack rauf.

Wer sagt, dass wenig Kalorien auch wenig Geschmack bedeuten muss? Wir sind längst auf dem Weg zu weniger Kalorien – seit 2016 haben wir den durchschnittlichen Kaloriengehalt unseres Sortiments um über 18 % gesenkt. 2025 sollen es insgesamt 20 % sein.

durchschnittliche fritz-flaschen größe (in liter)



wissenschaftlich bewiesen: klein beweist größe.

Kleine Flaschen, großer Effekt – das ist nun auch wissenschaftlich belegt. Wir haben den Portionsgrößeneffekt bei kohlesäurehaltigen Softdrinks mit YouGov untersucht und die Ergebnisse sind eindeutig: Größere Flaschen = mehr Konsum. Haushalte mit kleinen Flaschen (bis 0,5 Liter) trinken im Schnitt 419 ml am Tag. Bei mittleren (bis 1 Liter) oder großen Flaschen (über 1 Liter) verdoppelt oder verdreifacht sich das Ganze! Um das zu veranschaulichen: Wir haben durchgerechnet, wie gigantisch man sein müsste, um die dicken Flaschen der Konkurrenz einfach so wegzutrinken zu können – Spoiler: so groß wie ein Dino.

Darum setzen wir auf 0,2, 0,33 und 0,5 Liter Flaschen. Denn kleine Portionen sind die perfekte Menge für maßvollen und bewussten Zuckergenuss.

scharf auf ingwer-limette.

New fritz in town. Die neue fritz-limo Ingwer-Limette kam im September 2024 dauerhaft ins Sortiment – früher als geplant. Nach einem erfolgreichen Testmarkt im Frühjahr war sie deutschlandweit erhältlich.

Mit dem schnellen Launch reagierten wir auch auf Lieferengpässe bei unserer fritz-spritz bio-rhabarberschorle, bedingt durch witterungsbedingte Ernteauffälle. Climate change is real. Die Ingwer-Limette war unsere kreative Antwort auf die schwierige Lieferketten-Situation und eine leckere Alternative für frischen Genuss. Wo ein Wille ist, ist auch ein Drink.

über fritz-kola

fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, zahlreiche satirische Limetten und Schorlen folgten. Der Umweltzullebe setzt fritz-kola seit der Gründung auf Glasmehrwegflaschen und baut die dezentrale und verbraucherne Abfüllung stetig aus. Darüber hinaus engagiert sich fritz-kola mit der Initiative „Pfand gehört daneben“ und in zahlreichen Projekten für eine nachhaltige Gesellschaft. Mirco Woll Wiegert und Florian Weins sind Geschäftsführer des Unternehmens.

nachhaltigkeit bei fritz-kola.

Nachhaltigkeit spielt seit Tag eins eine zentrale Rolle in unserer Unternehmensführung. Was sich schon damals in braunen Glasmehrwegflaschen widerspiegelt, findet heute in unseren Unternehmenszielen, Werten, Richtlinien und der täglichen Arbeit Ausdruck. Unsere Nachhaltigkeitsreise gehen wir nicht allein – dies wäre auch nicht sinnvoll. Deshalb binden wir unsere Anspruchsgruppen konsequent ein. Mit Lieferanten und Mineralbrunnen sind wir ebenso in ständiger Austausch wie mit Distributoren und Kunden aus dem Getränkefachgroß- und Einzelhandel, Gastronomie und Abholmärkten. Auch mit unseren Konsumenten pflegen wir über soziale Medien und Veranstaltungen engen Kontakt. Wir sind Umweltpartner der Stadt Hamburg, Mitglied im PRO MEHRWEG – Verband zur Förderung von Mehrwegverpackungen e.V. sowie im Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V., im Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft e.V., im Grünen Wirtschaftsdialog e.V., bei der Familienunternehmer e.V. und im Wirtschaftsrat der CDU e.V. Außerdem sind wir in der Clubcommission Berlin e.V. und der LiveMusikKommission e.V. engagiert. Zusätzlich unterstützen wir den Arbeitskreis Mehrweg GBR und haben kürzlich mit anderen engagierten Unternehmen die New European Reuse Alliance (New ERA) gegründet. Neben konkreten Veranstaltungen unterstützen wir zahlreiche Akteure und Nichtregierungsorganisationen bei ihrer Arbeit. Für den Austausch mit Medien, Politik, Wissenschaft, lokalen Gemeinden und anderen Unternehmen im Markt sind wir immer offen. Dieser Dialog mit allen Seiten fließt kontinuierlich in unsere Bewertung der wesentlichen Themen ein.

Den Überblick über unser Nachhaltigkeitsmanagement hat das Team Sustainability & Public Affairs. In unserer neuen Struktur ist es direkt der Geschäftsführung unterstellt, was den ständigen und direkten Dialog zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen und Entscheidungen ermöglicht. Das letzte Wort haben die Bereichsleitung und die Geschäftsführung, die auch diesen Bericht sowie zuvor schon die identifizierten wesentlichen Themen geprüft und freigegeben haben. Seit 2023 arbeitet das Team Sustainability & Public Affairs eng mit einer unternehmensinternen Sustainability Taskforce zusammen, in der fritten aus allen Bereichen des Unternehmens vertreten sind. Das erleichtert die Implementierung und Integration betrieblicher Lösungen in die Unternehmensprozesse.

Kontakt:
fritz-kola gmbh
pascal fromme | zemjida zaimi
Spaldingstraße 64-68
20097 Hamburg

+49 40 219071690
nachhaltigkeit@fritz-kola.com

