

nachhaltigkeitsupdate 2022.



das gute bleibt dran: Nachhaltigkeit geht nicht von jetzt auf gleich. Obwohl wir schon viel viel auf den Weg gebracht haben, bleibt noch eine Menge zu tun. Die Lösung: Dranbleiben. Dieses Nachhaltigkeits-Update zeigt, wo wir 2022 stehen.

Zuallererst News in eigener Sache: Seit Februar 2023 ist Florian Weins als Geschäftsführer an Bord und treibt zusammen mit unserem CEO und Gründer Mirco Wolf Wiegert die Internationalisierung voran – das Gute kennt schließlich keine Grenzen.

1. das gute zeigt haltung.

Wir machen den Mund auf für Toleranz, eine offene Gesellschaft und die Demokratie. Und wir kämpfen für Themen, die uns am Herzen liegen – ohne Angst vor Gegenwind.



„echte fans statt rechte fans“

Im November 2022 haben wir Rassismus erneut die Rote Karte gezeigt – gemeinsam mit der Initiative EXIT Deutschland und dem TSV 1860 München. Unter dem Motto „Rechts, bitte aussteigen“ haben wir uns dafür eingesetzt, Menschen vom rechtsradikalen Weg abzubringen. Unsere Statements begleiteten Fans in München im ÖPNV, auf Stadionbannern und in Fankneipen rund ums Stadion.

#keinschlaflieder holen politiker aus dem dornröschenschlaf

Während der sitzungsfreien Phase des Bundestages im Sommer bleiben zu viele

Themen liegen. Im September 2022 haben wir deshalb einen Weckruf gestartet: die fritz-kola #keinschlaflieder. Bekannte Wiegenlieder, von verschiedenen Artists mit politischen Appellen neu getextet. Für über 130.000 Streams spendeten wir mehr als 11.000 Euro an die unabhängige überparteiliche Initiative Brand New Bundestag.

2. das gute schützt die umwelt.

Wir wollen keinen Müll produzieren – das gilt für unsere Produkte genauso wie für das Drumherum.

kiss my glass: unsere neue glasmehrweg-abfüllung



Mehr Mehrweg, weniger Plastik – unser Ziel für den gesamten Getränkemarkt. Mit unserem Partner Franken Brunnen haben wir in Eilenburg bei Leipzig eine neue, hocheffiziente Abfüllanlage eröffnet und unsere Transportwege verkürzt.

klarer kurs: emissionen runter, nachhaltige werbemittel rauf

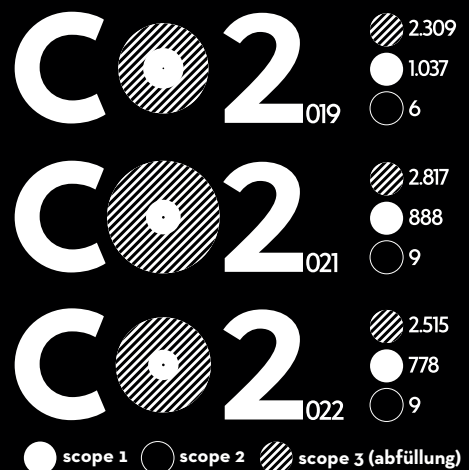
Weniger ist mehr. Das gilt für vieles, ganz sicher aber für CO₂-Emissionen. Wir haben uns 2021 mit dem Beitritt zur Science Based Targets Initiative (SBTi) auf das 1,5 Grad-Ziel der Vereinten Nationen

verpflichtet. Bis 2030 wollen wir unsere Scope 1 und 2 Emissionen gegenüber 2019 um 46% senken. Dabei sind wir gut unterwegs und konnten sie durch den Ausbau unserer e-Flotte bereits um 25% verringern.

In der Abfüllung konnten wir mit der Umstellung weiterer Abfüllanlagen auf Ökostrom unsere Scope 3 Emissionen gegenüber 2021 um 11% reduzieren. Durch unser Wachstum sind sie seit 2019 insgesamt dennoch gestiegen.

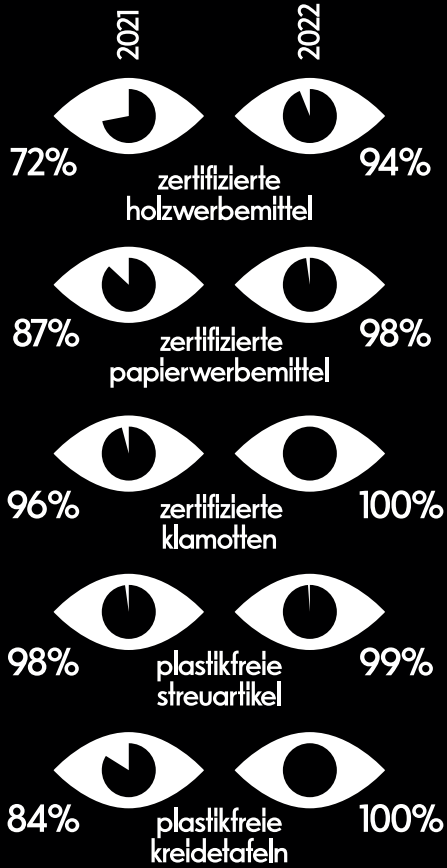


unser klimafußabdruck¹ (in t CO₂e)



¹ Wir nutzen seit 2022 Durchschnittswerte für Datenlücken in der Abfüllung – Emissionen für 2021 haben wir entsprechend korrigiert.

Weil uns eben nicht jedes Mittel recht ist, verbessern wir unsere Werbemittel weiter. Wir wollen sie langlebig, recyclingfähig, zertifiziert und plastikfrei. Dabei haben wir 2022 richtig Strecke gemacht - unsere Kreidetafeln und Klamotten sind jetzt zu 100% nachhaltig. In allen anderen Kategorien sind wir ganzganz dicht dran.



zwischenziele bis 2025

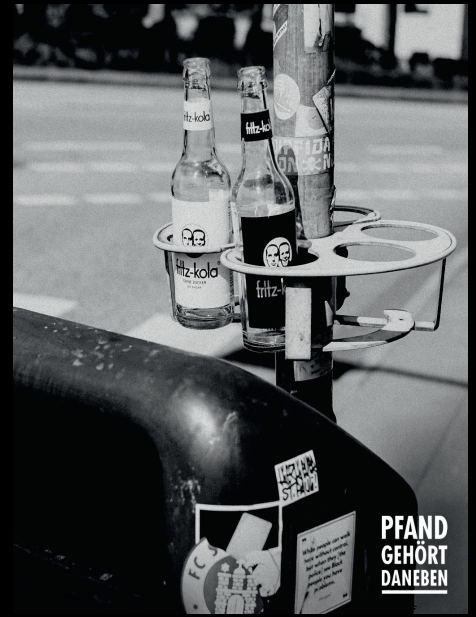
- ➔ **20% weniger Wasser, Wärme und Strom pro Flasche** (aktuell -11%, -4% und +11%)
- ➔ **90% bio-zertifizierte Rohstoffe für unsere Produkte** (ohne Zucker; aktuell 67%)
- ➔ **100% nachhaltige Mobilität der fritten**
- ➔ **Über 95% nachhaltige Werbemittel**

3. das gute setzt sich ein.

Reden ist Silber, Machen ist Gold. Deshalb unterstützen wir Initiativen, deren Ziele wir teilen. Oder starten gleich selbst welche.

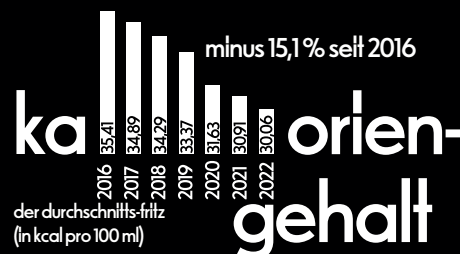
im blickfeld - unsere neue studie gibt pfandsammlern eine stimme

Mit unserer Initiative PFAND GEHÖRT DANEBEN machen wir seit Jahren auf die Situation von Pfandsammlern aufmerksam. Mehr als eine Million Menschen in Deutschland sammeln aktiv Pfand - die Mehrheit neben ihrem regulären Job. Das ist nur eines der Ergebnisse unserer 2022 zum zweiten Mal durchgeführten repräsentativen PFAND GEHÖRT DANEBEN-Studie.



4. das gute bleibt wach.

Wir wollen nicht nur wach sein, sondern besser und stehen für Genussmittel statt Massenware. Seit Juni 2022 bringen wir mit unserer fritz-kola superzero zuckerfreien Geschmack auf das nächste Level. Auch mit der Neuen haben wir den durchschnittlichen Kaloriengehalt unserer Produkte weiter reduziert - seit 2016 bereits um über 15%. Bis 2025 werden es 20%. Die durchschnittliche Portionsgröße fiel auf 0,34 l.



über uns.

fritz-kola ist als Indie-Brand ein unabhängiges und inhabergeführtes Hamburger Unternehmen, das sich nicht nur vom Start-Up zum Mittelständler, sondern vor allem auch zum Marktführer im Craft-Kola-Segment entwickelt hat. fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, weitere Kola-Varianten sowie zahlreiche Limonaden und Schorlen folgten.

Kontakt:
fritz-kulturgüter gmbh
Spaldingstraße 64-68
20097 Hamburg

Björn Knoop

+49 40 219071690
nachhaltigkeit@fritz-kola.com

fritz-kola®