



fritz-kola: das gute schläft nie

neue marketingkampagne schafft spagat zwischen verantwortung und spass



Hamburg, Mai 2022 – Mit der neuen Kampagne „das gute schläft nie“ schlägt fritz-kola ab Mai 2022, einen neuen Weg in der Kommunikation ein und beweist, dass Spaß und Verantwortung kein Widerspruch sind. Nach 18 Jahren humorvoll-provokanter Wach-Kommunikation gießt das Hamburger Getränkeunternehmen seine Werte und Haltung nun in eine selbstbewusste Image-Kampagne. Dafür werden unretouchierte, eigene Mitarbeiter und fritz-kola Meinungsmacher eingesetzt, ohne dass Optimismus und Lebensfreude dabei zu kurz kommen. Zu sehen ist die Kampagne auf Plakaten, auf Festivals und Events, über digitale Aktivierungen sowie via PR-Maßnahmen.

weckruf für eine offene, demokratische gesellschaft

Wach – das ist fritz-kolas Ding. Mit der neuen Kampagne startet fritz-kola nun einen Weckruf, der daran erinnert, gemeinsam für das Gute zu handeln. Das Hamburger Getränkeunternehmen engagiert sich für eine offene, demokratische Gesellschaft für alle und für einen Systemwandel in der Getränkeindustrie. So setzt fritz-kola konsequent auf den Einsatz von Glasflaschen und rückt mithilfe der Initiative „Pfand gehört daneben“ die Lebensrealität von Pfandsammlern in den Fokus. Denn: das Gute denkt an morgen.

„Die Kampagne vermittelt die Kernwerte der Marke und zeigt unserer Zielgruppe, dass fritz-kola beides kann: Aktiv die großen Themen unserer Zeit angehen und gleichzeitig Produkte herstellen, die Spaß machen und für eine gute Zeit stehen. Wir freuen uns deshalb insbesondere auf den diesjährigen Festivalssommer. Denn das Gute kann auch Party. Diesen Spagat beherrscht keine Marke so gut wie fritz-kola“, erläutert Silke Grell, Marketing-Direktorin bei fritz-kola.

authentische kampagnenmotive

Das Besondere: Bei den Kampagnenmotiven setzt fritz-kola in einem frischen Collage-Stil auf Bilder der eigenen Mitarbeiter und fritz-kola Meinungsmachern, den [Bretterfritzen](#). Das Unternehmen zeigt echte Typen mit Ecken und Kanten – in authentischen Situationen und garantiert nicht nachbearbeitet. Das passt zum Aktivismus der Marke. Denn niemand weiß besser als die „fritzen“, dass Verantwortung vielviel Spaß macht.

„Wir wollen Gesicht zeigen für die gute Sache“, erklärt Winfried Rübesam, Geschäftsführer von fritz-kulturgüter. „Unsere Werte, unsere Haltung und den Spaß am Produkt kann kein anderer so gut verkörpern wie unsere fritzen höchstpersönlich. Wir sind stolz, so tolle Leute an Bord zu haben, die voll und ganz hinter unserer Mission stehen und hierfür in unserer neuen Kampagne zusammen Alarm machen!“

Pressekontakt

fritz-kulturgüter GmbH
Anna Grobe
spaldingstr. 64-68
20097 hamburg

anna.grobe@fritz-kola.com
tel. +49 40-21 90 71 69-0
mob. +49 160-616 28 81

segmenta communications
Janka Jungclaus
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 172-84 80 398

fritz-kulturgüter®



Zu sehen ist der erste Flight der Kampagne vom 16.- 30. Mai 2022 in deutschen Großstädten auf Großflächen, Bauzäunen, Murals, Infoscreens und als Riesenposter. Es folgen weitere digitale Aktivierungen in 2022 rund um die langfristig angelegte Kampagne. Auch auf Festivals, Events sowie in Clubs und Bars werden die Motive zu sehen sein.

Die Kampagne ist unter der Leitung von Silke Grell, Marketing-Direktorin, und Oliver Piskora, Leitung Brand Management, entstanden. Die Kampagnenidee und Ausarbeitung stammen von der Kommunikations-Lead-Agentur Rocket & Wink. Das Kampagnenshooting hat der Fotograf Jan Ehlers alias Nouki umgesetzt.

über fritz-kulturgüter

fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, zahlreiche safthaltige Limonaden und Schorlen folgten. Der Umwelt zuliebe setzt fritz-kola seit der Gründung auf Glasmehrwegflaschen und baut die dezentrale und verbrauchernahe Abfüllung stetig aus. Darüber hinaus engagiert sich fritz-kola mit der Initiative „Pfand gehört daneben“, der Bewegung „Trink aus Glas“ und in zahlreichen Projekten für eine nachhaltige Gesellschaft. Mirco Wolf Wiegert und Winfried Rübesam sind Geschäftsführer des Unternehmens, das seit 2014 fritz-kulturgüter heißt.

Pressekontakt

fritz-kulturgüter GmbH
Anna Grobe
spaldingstr. 64-68
20097 hamburg

anna.grobe@fritz-kola.com
tel. +49 40-21 90 71 69-0
mob. +49 160-616 28 81

segmenta communications
Janka Jungclaus
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 172-84 80 398

fritz-kulturgüter®