



fritz-kola: das gute spricht klartext.

kompakter nachhaltigkeitsbericht 2020/21 des hamburger getränkeunternehmens



Bild: fritz-kola/Sebastian Reuter

Hamburg, Juni 2022 – fritz-kola richtet mit seinem neuen Nachhaltigkeitsbericht einen Appell an politische Entscheidungsträger, die Lebensmittelbranche und Verbraucher: Nachhaltigkeit braucht Klartext. Während einer Tour durch Berlin, die direkt am Bundestag vorbeiführt, erklärt fritz-kola auf nur zwei A2-Seiten, wie sich das Unternehmen für die Demokratie, Umwelt- und Klimaschutz und soziale Gerechtigkeit einsetzt. Der Getränkehersteller übernimmt damit eine Vorreiterrolle für viele Unternehmen, die voraussichtlich für das Jahr 2024 erstmals zu einer Berichterstattung verpflichtet werden. Interessierte finden den Nachhaltigkeitsbericht auch auf der [Webseite](#) von fritz-kola sowie in gedruckter Form unter anderem im fritz-kola shop.

„Unser Anspruch ist es, die Leute aufzuwecken und gemeinsam Veränderungen zu bewirken. Das geht nur mit klarer Kante und klaren Worten. Wir scheuen uns nicht davor, die großen Herausforderungen unserer Zeit anzugehen. Und wir merken, dass es uns gelingt auch andere Leute mitzureißen – vielleicht deshalb, weil bei uns Verantwortung und Spaß kein Widerspruch sind“, erläutert Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer von fritz-kulturgüter.

„Transparenz bedeutet für uns, dass unsere Stakeholder den Nachhaltigkeitsbericht lesen und die Inhalte auch nachvollziehen können. Daher stellen wir die wesentlichen Themen kompakt und fokussiert dar, verzichten auf ausschweifende Texte und erfüllen dennoch die GRI-Standards. Wir möchten der Branche einen Weg aufzeigen, den Spagat zwischen einer tiefen Auseinandersetzung mit den Themen und einem leichten Zugang für alle zu meistern. Denn vor dieser Herausforderung werden immer mehr Unternehmen stehen,“ erklärt Björn Knoop, Leitung Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeit bei fritz-kulturgüter.

Das Nachhaltigkeitsengagement von fritz-kola orientiert sich an klar formulierten Werten und Ansprüchen. Inhaltliche Schwerpunkte sind der Einsatz für eine offene und demokratische Gesellschaft, der Schutz der Umwelt und des Klimas, die Initiierung und Förderung sozialer Projekte sowie Aufklärung für bewussten Konsum und Ernährung:

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®



das gute zeigt haltung

fritz-kola macht sich stark für eine offene und demokratische Gesellschaft: Immer wieder erhebt das Unternehmen seine Stimme für die Demokratie und fordert junge Menschen zum Wählen auf – sehr reichweitenstark zur Bundestagswahl 2021 mit der Kampagne „manipuliere die wahl“. Gleichzeitig unterstützen die Hamburger mit eigenen Aktionen Organisationen im Kampf gegen Rassismus und Rechtsextremismus. Dazu gehört EXIT Deutschland. EXIT konnte bereits 750 Aussteigern der Weg aus der rechten Szene in ein neues Leben ebnen.

das gute schützt die umwelt

Die Getränkeindustrie gilt als einer der größten Plastikverschmutzer: Über 480.000.000.000 Plastikflaschen werden jährlich produziert. fritz-kola steht für regional produzierte, umweltfreundliche Glasmehrwegflaschen und setzt sich mit der Initiative „Trink aus Glas“ seit 2020 für einen Systemwandel in der Getränkeindustrie ein. Gemeinsam mit Partnern berechnet fritz-kola die eigenen Klimaauswirkungen, ist 2021 der Science Based Targets Initiative beigetreten und setzt sich wissenschaftsbasierte Ziele zur Emissionsreduktion von minus 46 Prozent in Scope 1 und 2 bis 2030. So leistet das Unternehmen einen Beitrag zum Erreichen des 1,5°-Ziels der Vereinten Nationen und kann klimabewusste Geschäftsentscheidungen treffen.

das gute setzt sich ein

fritz-kola unterstützt mit der eigenen sozialen Initiative „Pfand gehört daneben“ die mindestens 980.000 Menschen in Deutschland, die aktiv Pfandflaschen sammeln. Über 100 Unternehmen aus der Getränkeindustrie unterstützen die Initiative, mit der fritz-kola auf die Situation von Pfandsammlern aufmerksam macht und konkrete Unterstützung organisiert, zum Beispiel die größte Pfandsammelaktionen Deutschlands oder die Hitzehilfe. Das Engagement geht über Landesgrenzen hinaus: In den Niederlanden hat fritz-kola bereits in drei Städten Pfandhalterungen aufgehängt, bis Ende 2022 sollen es 20 Städte sein.

das gute bleibt wach

Obwohl Limonaden in Deutschland zu über 80 Prozent in Flaschen von einem Liter oder mehr verkauft werden, gibt es Produkte von fritz-kola nur in kleineren Portionsflaschen in 0,2, 0,33 und 0,5 Liter. 2020 und 2021 lag die durchschnittlich verkaufte Flasche bei 0,35 Liter. Das reicht, um wach zu bleiben und senkt den Zuckerkonsum. Denn Studien¹ belegen, dass größere Packungen meist aufgebraucht werden und so automatisch größere Mengen Zucker verzehrt werden. Zusätzlich konnte fritz-kola den Kaloriengehalt der verkauften Getränke bis 2021 um über 12 Prozent (im Vergleich zu 2016) senken – bis 2025 sollen es 20 Prozent werden.

1 WBAE – Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz beim BMEL (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten. Gutachten, Berlin

über fritz-kulturgüter

fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, zahlreiche saftthaltige 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®