

pressemitteilung.



frischer anstrich, gleicher antrieb – fritz-kola schärft sein profil

modernes markendesign und rückkehr zu bewährten wurzeln



Hamburg, Februar 2024 – Aus der „fritz-kulturgüter GmbH“ wird ab dem 1. April 2024 wieder die „fritz-kola GmbH“. Außerdem verpasst sich fritz-kola ab dem 1. März 2024 einen neuen, zeitgemäßen Look. Zusammen mit der englischen Design-Agentur Robot Food und dem Markenillustrator Chris Mitchell, entstand ein neues, frisches Logo. Der Relaunch umfasst zudem ein modernes Design für die fritz-limos und fruchtige Illustrationen für fritz-spritz. Das Ganze wird ergänzt von einem neuen, aufgeräumten Etikett, das übersichtlich die wichtigsten Infos zu fritz-kola und dem, was in der Kola steckt, zusammenträgt.

wandel ist unser zweiter name

Das Ziel ist klar: Europa zum Heimatmarkt machen. Das gelingt fritz-kola erfolgreich. Um auch weiter im Wettbewerb zu bestehen, schärft der Pionier der Indie-Kola-Szene sein Profil. Aus der fritz-kulturgüter GmbH wird daher ab dem 1. April 2024 wieder die fritz-kola GmbH. „Der Name fritz-kulturgüter umriss gut unseren Einsatz für gute Kolas, Limonaden und Schorlen als Genuss- und Kulturgut, führte aber immer wieder zu Verwirrungen und konnte sich extern nicht durchsetzen“ so Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer bei fritz-kola.

pressekontakt

fritz-kola GmbH
anna grobe
spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
germany

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kola®



„In der Einfachheit liegt die Kraft, Dinge in Bewegung zu setzen. Danach leben wir auch heute noch. In einer Welt voller Veränderungen und Widersprüche erfordert das Erwachsenwerden die Fähigkeit, sich weiterzuentwickeln, ohne die eigenen Prinzipien aufzugeben. Es bedeutet, seine Überzeugungen zu hinterfragen, aber auch die Kernwerte zu bewahren.“

so schön anders – bei fritz-kola wächst das design mit

Auch über 20 Jahre später bleibt fritz-kola seiner Identität treu: Pfadfinder im Herzen, nur eben mit mehr Gesichtern und ein bisschen erwachsener. Daher wurde es Zeit dieser Evolution ein Facelift zu geben – im wahrsten Sinne des Wortes.

Zusammen mit der renommierten englischen Design-Agentur Robot Food und dem Markenillustrator Chris Mitchell, entstand eine künstlerische Neuinterpretation des markanten Markenlogos, die eine freie und moderne Hommage an fritz-kolas Gründungsgeschichte darstellt. Es ist ein Symbol für Mut und Freundschaft, mit der man die Welt bewegen kann. Überall dort zu finden, wo Menschen zusammenkommen und eine gute Zeit verbringen.

„fritz-kola verkörpert dynamische Entwicklung und waches Wachstum“, sagt Florian Weins, Geschäftsführer bei fritz-kola. „Von der Gründung durch zwei Studenten bis zur europäischen Expansion, ohne dabei unsere Wurzeln zu vergessen - wir sind stets bereit für das neue Kapitel. Genau diese Reise und Haltung wollen wir mit dem neuen Design unterstreichen.“

„Die Zusammenarbeit mit fritz-kola war für uns bei Robot Food eine inspirierende Reise. Die Marke hat eine so einzigartige Geschichte, und es war eine Freude, diese in einem modernen und zeitgemäßen Design zu verkörpern“, erklären Libby Goodyear, Senior Account Manager und Jess Cook, Account Director bei Robot Food. „Die Partnerschaft hat uns ermöglicht, die kreative Vision von fritz-kola zu unterstützen und gleichzeitig ihre authentische Identität zu bewahren.“

„Das Ziel war es, die Essenz der Marke einzufangen und gleichzeitig einen frischen und zeitgemäßen Look zu schaffen – und das ist uns, wie ich finde, wirklich gelungen“, ergänzt Chris Mitchell, Illustrator. „Die fritz-kola Geschichte ist wahrhaftig inspirierend und war in der gesamten Entwicklung des neuen Designs der entscheidende Treiber. Es hat großen Spaß gemacht, zu sehen, wie das emotionale Erbe von fritz-kola vor dem aktuellen Zeitgeist, auf einem neuen Level zum Ausdruck gebracht wurde.“

gutes drin, gutes drauf

Nicht nur das Logo wurde neugestaltet, auch das Flaschendesign erhält rundherum ein Upgrade. Ein überarbeitetes Flaschenetikett räumt auf der Rückseite die wichtigsten Fakten zu Marke, Unternehmen und Inhaltsstoffen auf. Ab dem 1. März 2024 weist eine optimierte Verzehrempfehlung die durchschnittlichen Nährwerte aus und erklärt, welchen Anteil des Tagesbedarfes eine Flasche fritz-kola deckt.

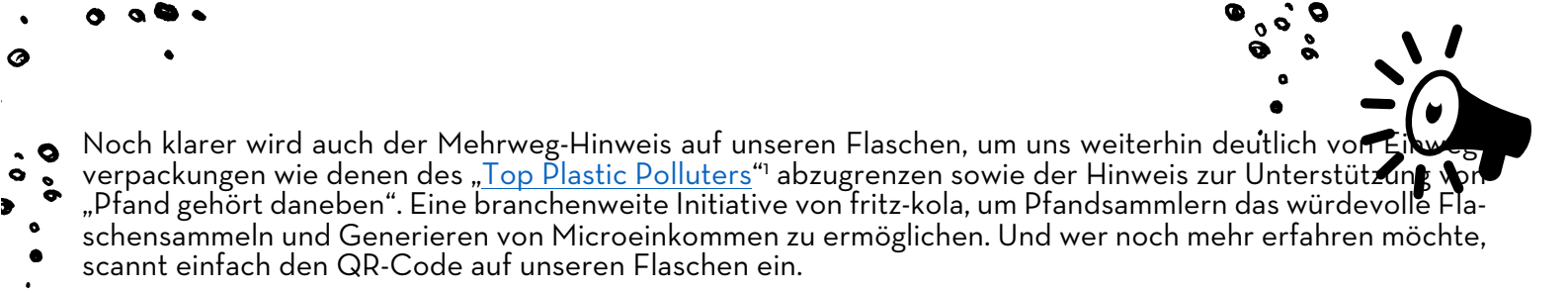
pressekontakt

fritz-kola GmbH
anna grobe
spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
germany

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kola®



Noch klarer wird auch der Mehrweg-Hinweis auf unseren Flaschen, um uns weiterhin deutlich von Einwegverpackungen wie denen des „[Top Plastic Polluters](#)“¹ abzugrenzen sowie der Hinweis zur Unterstützung von „Pfand gehört daneben“. Eine branchenweite Initiative von fritz-kola, um Pfandsammlern das würdevolle Flaschensammeln und Generieren von Microeinkommen zu ermöglichen. Und wer noch mehr erfahren möchte, scannt einfach den QR-Code auf unseren Flaschen ein.

Die bunte Vielfalt des Lebens feiern fritz-limos und fritz-spritz mit auffälligen Farbkombinationen, die auf den aktuellen Zeitgeist angepasst sind. Sie geben einen Vorgeschmack auf den intensiv-fruchtigen Inhalt und erleichtern es jedem, die Flaschen im gut gefüllten Getränkeregale schnell zu entdecken. Bei der Entwicklung des neuen Looks wurden Konsumenten aus diversen europäischen Ländern mit einbezogen und nach ihrer Meinung gefragt. Mit dem neuen Look trifft fritz-kola bei ihnen genau ins Schwarze.

vom keller in die weite welt – die anfangen von fritz-kola

fritz-kola ist eine Erfolgsgeschichte wie sie im Buche steht. Mit kleinem Budget und großen Visionen ging bei fritz-kola alles los. Es war 2003, als die beiden Studenten Mirco Wolf Wiegert und sein Kumpel Lorenz Hampl nach einer gemeinsamen Interrailreise das Unternehmen gründeten und mit gerade mal 7.000 Euro das Unternehmen fritz-kola starten.

Inspiziert von vielen guten Momenten in Cafés und Clubs, brachten sie eine Indie-Kola auf den Markt, die völlig anders war und zu langen Nächten passte. In kleinen Glasflaschen, nicht so süß und mit viel Koffein. Kurz darauf machten sich die ersten 170 Kisten fritz-kola – gelagert in den Kellern der Verwandten – von Hamburg aus auf in die Welt. Seitdem bleibt die Marke immer in Bewegung und steht für Freundschaft, Mut, Spaß und eine klare Haltung. Der Name „fritz“ sagt: Wir sind aus Hamburg, dieser weltoffenen Stadt, die fritz-kola mit offenen Armen aufgenommen hat.

über fritz-kola

fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, zahlreiche saft-haltige 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 Florian Weins sind Geschäftsführer des Unternehmens.

¹ Brand Audit Report, 2018 – 2022: „Five Years of Holding Corporate Plastic Polluters Accountable“

pressekontakt

fritz-kola GmbH
anna grobe
spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
germany

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kola®

