

pressemittellung.



karakter zeigen – fritz-kola startet neue kampagne

fritz-kola original und fritz-kola superzero als die wachere alternative



Hamburg, April 2024 – Erst im März verpasste sich fritz-kola einen frischeren, zeitgemäßeren Look. Jetzt legen die fritzten mit einer neuen Kampagne nach: Mit einem starken Look, ein bisschen erwachsener, immer noch nonkonformistisch und laut präsentiert sich fritz-kola als die wachere Alternative. In typischer Marken-Optik – weißer Claim auf schwarzem Grund – steht die Kola lecker inszeniert klar im Mittelpunkt. Im Fokus der unkonventionellen Kampagnenstrategie stehen dabei die fritz-kola original und fritz-kola super zero.

klare kante – fritz-kola original und fritz-kola super zero sprechen klartext

Nicht irgendeine Cola, sondern die Kola mit k: fritz-kola ist eine Frage des Karakters. Das macht der Getränkehersteller aus der Hansestadt mit seiner neuen Kampagne wieder mehr als deutlich. Direkt, frech

pressekontakt.

fritz-kola GmbH
Anna Grobe
Spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
Deutschland

anna.grobe@fritz-kola.com
Tel. +49 40 219 071 69-0
mob. +49 160 616 28 81

segmenta communications
Elena Navarro Ramil
navarro-ramil@segmenta.de
mob. +49 162 18 97 674

fritz-kola®



und sympathisch inszeniert sich fritz-kola als die perfekte Wahl zum genussvollen Wachbleiben. Ob Uni oder Job, entspannen mit Freunden, Festival oder Party – mit fritz-kola wird's ne richtig gute Zeit. Typisch norddeutsch brauchen fritz-kola original und fritz-kola super zero nicht viele Worte, um zu überzeugen.

Mit Slogans, wie „high in caffeine“, „25/7“, „spiesser hassen diesen drink“ oder „von zero auf hundert“ spricht fritz-kola aus, was es für eine Kola mit Charakter braucht: „fritz-kola geht die Dinge anders an. Und das nicht nur, indem wir Kola mit k schreiben. Mit der neuen Kampagne berufen wir uns auf unseren innersten Kern – einzigartigen Geschmack und viel Koffein“, so Silke Grell, Marketing-Direktorin bei fritz-kola. „Als Premiumgetränk mit Charakter finden wir klare Worte, humorvoll und unmissverständlich.“

Zu sehen sind die Plakate ab April 2024 als Großflächen (18/1), Flächenplakatierung, Stadtbanner und Säulen in 20 deutschen Städten. Besondere Highlights sind die überdimensionale Präsenz ab dem 18. April am Hamburger Kunstverein sowie eine Dauerwerbefläche ab dem 16. April in Köln. Parallel zu den Außenwerbemaßnahmen wird fritz-kola die neue Kampagne ab dem 22. April im Social Web ausspielen. Influencer-Kooperationen auf TikTok und Instagram sowie PR-Maßnahmen runden das reichweitenstarke Maßnahmenpaket ab.

Für die Konzeption der Kampagne zeichnet die Designagentur Rocket & Wink unter der Kreativdirektion von Marko Grewe und Daniel Ernsting verantwortlich.

über fritz-kola

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 Florian Weins sind Geschäftsführer des Unternehmens

pressekontakt.

fritz-kola GmbH
Anna Grobe
Spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
Deutschland

anna.grobe@fritz-kola.com
Tel. +49 40 219 071 69-0
mob. +49 160 616 28 81

segmenta communications
Elena Navarro Ramil
navarro-ramil@segmenta.de
mob. +49 162 18 97 674

fritz-kola®