



pressemittteilung.

fritz-kola für bewussten konsum.

neue studie zeigt, wie genuss und verantwortung hand in hand gehen.

Hamburg, Januar 2025 – Kleine Flaschen, großer Effekt: fritz-kola unterstreicht erneut seinen Anspruch, bewussten Konsum zu fördern – und das jetzt mit neuen wissenschaftlichen Belegen. Gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut YouGov hat fritz-kola den sogenannten Portionsgrößeneffekt im Zusammenhang mit kohlesäurehaltigen Softdrinks untersucht und eindeutig nachgewiesen: Je größer die Verpackung, desto höher der tägliche Konsum.¹ Diese Ergebnisse nimmt das Unternehmen zum Anlass, sich wie gewohnt für einen positiven Wandel einzusetzen. Mit einer Kampagne zum Effekt der kleinen Flaschen positioniert sich fritz-kola aktiv dafür, zu kleinen Portionsgrößen zu greifen, um bewusst den eigenen Konsum zu reduzieren. Im Mittelpunkt der Plakat-Aktion im Rahmen der Grünen Woche in Berlin steht ein Dino, der humorvoll darauf aufmerksam macht, wie groß man eigentlich sein müsste, um ohne Probleme 3 Liter Kola am Tag trinken zu können.

portionsgröße als schlüssel für bewussten genuss

Die Ergebnisse der Studie sprechen eine klare Sprache: Haushalte, die auf kleinere Portionsgrößen bis einschließlich 0,5-Liter-Flaschen setzen, konsumieren im Schnitt 419 ml Softdrinks pro Tag. Bei mittleren Flaschen (bis einschließlich 1 Liter) verdoppelt sich dieser Wert nahezu, und bei größeren Verpackungen (über 1 Liter) steigt der Konsum auf das Dreifache. „Bewusster Konsum beginnt mit der Größe der Flasche“, erklärt Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer von fritz-kola. „Kolas, Limos und Co. sind für uns bei fritz-kola Kulturgüter für Erwachsene, die wir nur in 0,2 Liter, 0,33 Liter und 0,5 Liter Flaschen anbieten. Unser Ziel ist es, mit kleinen Verpackungsgrößen bewusste Genussmomente zu fördern und einen nachhaltigeren Konsum zu unterstützen.“

Der Portionsgrößeneffekt, der im ernährungswissenschaftlichen Kontext bereits vielfach nachgewiesen wurde, wird durch die Studie über alle Haushaltsgrößen hinweg auch für kohlesäurehaltige Softdrinks bestätigt. Zudem zeigt sich: Die Verbraucher nehmen den Effekt auch selbst wahr. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, dass es ihnen beim Kauf von kleinen Flaschen Cola/Cola-Mix leichter fällt, den Konsum zu reduzieren.²

¹ Die Studie wurde von YouGov im Auftrag von fritz-kola durchgeführt. Datengrundlage bilden die Kaufdaten der Haushalte des DE YouGov Shopper Panels FMCG CP+ 2.0 | Methodischer Ansatz: Expandability Modell, Datenbasis MAT Juni 2024. Die Portionsgröße wurde in drei Kategorien eingeteilt, basierend auf den Volumen der Verpackungen:

- Small: Diese Kategorie umfasst alle Verpackungen mit einem Volumen bis einschließlich 500 ml.
- Medium: Diese Kategorie umfasst Verpackungen mit einem Volumen von 501 ml bis 1000 ml.
- Large: Diese Kategorie umfasst Verpackungen mit einem Volumen größer als 1000 ml.

Der tägliche Konsum wurde berechnet, indem die Menge eines Produkts, die an einem bestimmten Einkaufstag erworben wurde, durch die Anzahl der Tage bis zum nächsten Einkauf desselben Haushalts dividiert wurde. Diese Berechnung basiert auf der Annahme, dass der Vorrat des Produkts tatsächlich verbraucht wurde und deshalb ein neuer Einkauf notwendig war. Dies ermöglicht eine Schätzung des durchschnittlichen täglichen Verbrauchs des Produkts durch den Haushalt.

² Why2buy Online-Befragung im YouGov Shopper Panel; Sample-Size n = 500; Feldzeit: 17.09.-02.10.2024

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®





kampagne mit augenzwinkern – charmanter größenvergleich

Um die zentralen Erkenntnisse der Studie leicht und verständlich zu vermitteln, inszeniert fritz-kola ein Bild, das einen Aha-Effekt auslöst und nachhaltig in den Köpfen hängen bleibt: Im Mittelpunkt steht ein Dino, der mit einem Augenzwinkern die Frage aufwirft, wie groß wir sein müssten, damit unser Zuckerkonsum zu uns passt.³ Statt mit erhobenem Zeigefinger wird so spielerisch und auf humorvolle Art die Relation von Körpergröße zur Zuckermenge ins Verhältnis gesetzt. Die Botschaft „Klar kannst du 3 Liter Kola am Tag trinken“ macht auf die Bedeutung der Flaschengröße aufmerksam. Der Sternchen-Text löst auf: „Wenn du 15 Meter groß bist.“ Mit dem Slogan „Entscheide dich für die Flaschengröße, die zu dir passt“ ruft fritz-kola dazu auf, bewusste Entscheidungen zu treffen – für sich selbst und die Umwelt. Anlässlich der Grünen Woche, der weltweit größten Messe zu Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau, ist das Visual an verschiedenen Standorten rund um das Gelände der Messe Berlin auf mobilen Poster Bikes oder einer Projektion am Alex zu sehen.

„Wir wollen mit unserer Kampagne darauf aufmerksam machen, wie bewusster Konsum ermöglicht werden kann. Seit unserer Gründung gibt es bei fritz-kola ausschließlich kleine Portionsgrößen. Wir wollen hier aber echte Impulse setzen, die sich auf die Getränkeindustrie auswirken“, erklärt Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer von fritz-kola. „Genuss und Gesundheit sind keine Widersprüche, wenn wir die Basis für einen bewussten Umgang schaffen.“

Mit kleinen Flaschen, großer Wirkung und wissenschaftlicher Untermauerung setzt fritz-kola ein klares Zeichen für bewussten Konsum. Das Unternehmen bleibt seiner Vision treu: Menschen zu erreichen, die wach durchs Leben gehen, Verantwortung übernehmen und bewusste Entscheidungen treffen – für eine nachhaltigere Art des Genießens.

Über fritz-kola

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“ und in zahlreichen Projekten für eine nachhaltige Gesellschaft. Mirco Wolf Wiegert und Florian Weins sind Geschäftsführer des Unternehmens.

³ Die Berechnung basiert auf der Empfehlung der Weltgesundheitsorganisation (WHO). Die WHO empfiehlt eine maximale Aufnahme von 10 Energieprozent an freiem Zucker. Für einen durchschnittlichen Erwachsenen (bei einer Kalorienzufuhr von 2.000 kcal) entsprechen 10 Energieprozent nicht mehr als 50 Gramm Zucker pro Tag (ca. 10 Teelöffel bzw. 14 Stück Würfelzucker).

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®