

nota de prensa.



## fritz-kola lanza en españa su mayor campaña europea fuera de alemania



**Madrid, 28 de mayo de 2026 — [fritz-kola](#), la marca de refrescos alemana procedente de Hamburgo, refuerza su presencia en el mercado español con una doble apuesta estratégica en comunicación y publicidad. La compañía ha iniciado en España su colaboración con Canela, agencia responsable de la estrategia de comunicación y relaciones públicas, como parte del impulso de notoriedad y posicionamiento que está desarrollando en Europa para consolidar su crecimiento internacional.**

En paralelo, fritz-kola lanza junto a adam&eveBerlin y TBWA su mayor campaña publicitaria fuera de Alemania hasta la fecha. Madrid y Barcelona han sido dos de las ciudades protagonistas de esta acción internacional, activa entre el 18 de mayo y el 14 de junio y que también ha llegado a Países Bajos, Bélgica y Polonia.

Con una actitud desafiante y una voz auténtica, fritz-kola busca consolidarse como la alternativa rebelde a los refrescos convencionales. Inspirada en el ritmo imprevisible de la vida urbana y la cultura nocturna, la campaña ha puesto el foco en aquellos momentos espontáneos que definen la experiencia de ciudad: los trayectos de madrugada, las conversaciones a la salida de un concierto, los encuentros improvisados entre bares o las últimas horas antes de volver a casa. Más que anunciarse en la ciudad, fritz-kola ha querido estar presente en los espacios donde la vida urbana realmente sucede.

contacto de prensa.

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

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

María Simal / María Isabel Lucas  
fritz-kola@canelapr.com  
mob. +34 649 996 140

**fritz-kola®**



La marca reivindica su receta con alto contenido en cafeína como símbolo de una forma de vivir más intensa, despierta y alejada de lo convencional, conectando con aquellos consumidores que rechazan lo ordinario. La campaña traslada esa actitud a un territorio aspiracional, donde cada decisión se vive con más energía y autenticidad y el resultado es un posicionamiento que convierte el consumo del producto en una declaración de identidad y estilo de vida.

“Europa llevaba tiempo necesitando un refresco de cola realmente intenso”, ha afirmado Lina Vasiloudis, directora de Marketing Internacional de fritz-kola. “No queremos competir desde la perfección, sino desde la autenticidad de las calles, los bares, las noches largas y los momentos espontáneos que hacen emocionante la vida urbana”.

## activaciones de la campaña

Como parte de esta apuesta por conectar con la cultura urbana contemporánea, la marca ha llevado su presencia a algunos de los espacios de tránsito y encuentro más representativos de Madrid y Barcelona. La campaña ha combinado publicidad exterior, acciones digitales y samplings pensados para integrarse en el ritmo cotidiano de ambas ciudades y acompañar momentos reales de consumo y socialización.

La campaña de marketing de Madrid y Barcelona ha incluido acciones de publicidad exterior (OOH) y publicidad exterior digital (DOOH). Además, se han repartido más de 18.000 botellas de fritz-kola en acciones de sampling en ambas ciudades. Con este despliegue la marca ha esperado llegar a más de 21 millones de contactos en España. En concreto, la campaña ha contado con las siguientes acciones:

- Dos activaciones OOH en formato print han cubierto por completo la entrada y salida de la estación de metro Universitat, en Barcelona.
- 199 activaciones DOOH en formato vídeo distribuidas entre 19 estaciones de metro de Madrid y Barcelona.
- 78 activaciones DOOH en exterior repartidas en ambas ciudades.

Cuatro días de sampling gestionados por Hearts & Science en los que se han repartido 18.000 fritz-kolas.

## acerca de fritz-kola

fritz-kola fue fundada por dos estudiantes en Hamburgo en 2002. En 2003 lanzaron la primera kola, a la que siguieron numerosas limonadas y spritzers a base de zumo. Por el bien del medio ambiente, fritz-kola utiliza botellas de vidrio retornables desde su fundación y amplía constantemente el embotellado descentralizado y orientado al consumidor. Además, fritz-kola participa en numerosos proyectos para una sociedad sostenible. Mirco Wolf Wiegert y Florian Weins son los directores generales de la empresa.

## contacto de prensa.

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

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

María Simal / María Isabel Lucas  
fritz-kola@canelapr.com  
mob. +34 649 996 140

**fritz-kola®**