



persbericht.

fritz-kola lanceert mischmasch voor nederlandse horeca

typisch duitse mixdrank baant zich een weg naar de nederlandse markt



amsterdam, 7 augustus 2025 – Frisdrankmerk fritz-kola introduceert haar product 'mischmasch' in de Nederlandse horeca. Dit type drankje, een mix van kola en sinaasappellimonade, is een al lang bestaande favoriet in Duitsland, maar is nu verkrijgbaar in Nederlandse horeca in flesjes van 0.2 l. Met de mogelijkheid tot het aanbieden van deze primeur op de Nederlandse drankenkaart, verrijkt fritz-kola de keuzemogelijkheden van consumenten met een verrassend product dat past bij de Duitse roots van het merk.

nederlandse consument positief over mischmasch

mischmasch onderscheidt zich van andere frisdranken door een verrassend verfrissende smaakcombinatie van de intense kolasmaak van fritz-kola, en extra fruitig sap van sinaasappel (4,5%), citroen (3%) en mandarijn (0,5%). Het product bevat hiermee een extra hoog fruitgehalte van 8%, wat ruim twee keer zoveel is als bij vergelijkbare producten in Duitsland.

Het product wordt geïntroduceerd in Nederland wegens de groeiende vraag naar kola-mixdranken*. Een blinde smaaktest** onder Nederlanders hintte al naar een positieve ontvangst: 58% van de deelnemers was overtuigd van de smaak, en 45% gaf aan het wel te willen kopen.

typisch duitse mengelmoes

'mischmasch' is de Duitse benaming voor 'mengelmoes', wat inspeelt op de Duitse gewoonte van het mengen van dranken, zoals ook bij Schorle wordt gedaan. De mixdrank is in Duitsland dan ook een vertrouwd product met culturele waarde.

Hoewel mischmasch als product uniek is in zijn soort op de Nederlandse markt, blijkt uit de smaaktest dat de Nederlandse consument wel degelijk bekend is met het principe. De meerderheid van de deelnemers van de smaaktest associeerde mischmasch dan ook direct met het mixen van kola met een sinaasappeldrank.

beschikbaarheid

mischmasch is vanaf nu verkrijgbaar in diverse Nederlandse horecagelegenheden en beschikbaar om in te kopen via distributiepartner Dorstlust. Als pionier in de markt, wil fritz-kola met dit product de Nederlandse consument kennis laten maken met de kola-mixdrank categorie.

**nielsen, food retail + beverage retail without discount, volume sales in l, glass bottles less than 0.5l, mat per 05.05.24 vs.py*

***Uitgevoerd op 18 februari 2025, onder 252 Nederlandse deelnemers in Utrecht tussen de 18-30 jaar oud.*

- einde persbericht -

noot voor de redactie

Voor meer persinformatie of andere vragen kunt u contact opnemen met:
ACE PR | Amy Steur - amy.steur@ace.nl

over fritz-kola

[fritz-kola](#) werd in 2002 opgericht door twee studenten in Hamburg. De eerste kola werd gelanceerd in 2003, gevolgd door verschillende limonades en spritzers op sapbasis. Sinds de oprichting gebruikt fritz-kola herbruikbare glazen flessen voor het milieu en breidt het zijn gedecentraliseerde en consumentgerichte botteling voortdurend uit. Daarnaast is fritz-kola betrokken bij het initiatief 'Every bottle helps' en tal van projecten voor een duurzame samenleving. Mirco Wolf Wiegert en Florian Weins zijn de Managing Directors van het bedrijf.

fritz-kola GmbH
anna hubatsch
spaldingstr. 64-68
20097 Hamburg
Duitsland

anna.hubatsch@fritz-kola.com
tel. +49 40-21 90 71 69-0
mob. +49 16093161576

fritz-kola®



Geen berichten meer ontvangen van ons? Klik [hier](#)