



fritz-kola: dobro nigdy nie śpi

nowa kampania marketingowa wprowadza równowagę między odpowiedzialnością a zabawą.



Mural fritz-kola przy ul. Drewnianej 1 w Warszawie, fot. Michał Dziurkowski

Warszawa, 29 września 2022 - W nowej kampanii marketingowej „good never sleeps” (tłum. dobro nigdy nie śpi), fritz-kola przyjmuje nowe podejście do komunikacji. Marka udowadnia, że zabawa i odpowiedzialność mogą iść ze sobą w parze. Po 18 latach humorystycznej i prowokacyjnej komunikacji, firma z Hamburga, dostarczającą unikalną kraftową kolę oraz lemoniady i spritzery na bazie soku, przekłada swoje wartości i postawę na epatującą pewnością siebie kampanię wizerunkową. W nowych działaniach biorą udział pracownicy firmy i liderzy opinii fritz-kola, którzy prezentują się na pozbawionych retuszu kreacjach, zarażając optymizmem i radością życia. Kampanię można zobaczyć na nośnikach out-of-home, festiwalach i eventach, w działaniach digitalowych oraz PR. Nowa kreacja dotarła również nad Wisłę. Pierwszy mural powstał właśnie na warszawskim Powiślu.

pobudka dla otwartego, demokratycznego społeczeństwa

Budzenie do życia - w tym dosłownie pomaga napój fritz-kola. Wraz nową kampanią marka wysyła do nas silny komunikat społeczny, abyśmy przebudzili się i pamiętali o działaniu na rzecz wspólnego dobra. Producent napojów z Hamburga, działający na polskim rynku od 2016 roku, stawia na otwarte, demokratyczne społeczeństwo dla wszystkich oraz na zmianę systemową w branży, w której działa. Przykładowo, fritz-kola wykorzystuje wyłącznie szklane butelki, a napoje są produkowane jedynie z naturalnych i w 100% wegańskich składników. Co więcej, marka aktywnie angażuje się w inicjatywy mające na celu pomoc osobom w trudnej

press contact

fritz-kulturgüter 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

people pr
kamila wardyn-kopera
media@peoplepr.pl
mob. +48 608 637 193

fritz-kulturgüter®





sytuacji materialnej, które utrzymują się z kaucji zwrotnej za puste, szklane butelki. W końcu dobre firmy myślą o lepszym jutrze.

„Kampania przekazuje kluczowe wartości naszej marki i pokazuje odbiorcom, że fritz-kola może robić obie rzeczy: aktywnie zajmować się ważnymi kwestiami naszych czasów, a jednocześnie dostarczać produkty, które są synonimem zabawy i świetnie spędzonego czasu. fritz-kola jest przykładem firmy założonej przez dwóch studentów z pasją, która w blisko 20 lat rozrosła się do średniej wielkości przedsiębiorstwa, zatrudniającego prawie 300 pracowników, tzw. „fritzees” w całej Europie. I jak żadna inna marka dokonaliśmy tego balansując pomiędzy zabawą a odpowiedzialnością” - wyjaśnia Silke Grell, dyrektor marketingu w fritz-kola.

autentyczne motywy kampanii

Cechą szczególną kampanii jest to, że fritz-kola wykorzystuje świeży styl kolażu zdjęć pracowników firmy i liderów opinii marki, tzw. „fritzees on board”. Kreacje przedstawiają prawdziwych, bezkompromisowych ludzi w autentycznych sytuacjach, co jest spójne z aktywizmem marki. W końcu nikt nie wie lepiej niż „fritzees”, że bycie odpowiedzialnym i aktywnym społecznie może wciąż być zabawne.

„Chcemy pokazać nasze twarze dla dobrych celów” - wyjaśnia Winfried Rübesam, dyrektor zarządzający fritz-kulturgüter. „Nikt inny nie może uosabiać naszych wartości, naszego nastawienia i miłości do produktu tak dobrze, jak my sami - fritzees. Jesteśmy dumni, że mamy na pokładzie tak wspaniałych ludzi, którzy w pełni popierają naszą misję i wspólnie biją na alarm z tego powodu w ramach naszej nowej kampanii!”

Polska, obok Holandii, Belgii, Austrii i Hiszpanii, jest jednym z kluczowych rynków eksportowych dla fritz-kola. Dostępna w najpopularniejszych lokalach gastronomicznych, klubach, na wydarzeniach specjalnych i festiwalach, fritz-kola wpisuje się w klimat polskich miast. Nic dziwnego, że w najnowszej kampanii marketingowej wykorzystano koncepcję kreatywną w postaci muralu namalowanego na ścianie kamienicy na tętniącym życiem warszawskim Powiślu. Mural przedstawia „fritzees”, czyli pracowników fritz-kola, promujących otwarte, demokratyczne społeczeństwo.

o fritz-kulturgüter

fritz-kola została założona przez dwóch studentów w Hamburgu w 2002 roku. Pierwsza kola została wprowadzona na rynek w 2003 roku, a następnie w portfolio marki znalazły się liczne lemoniady i spritzery na bazie soku. W trosce o środowisko naturalne, fritz-kola od początku swojego istnienia używa szklanych butelek zwrotnych i stale rozwija zdecentralizowane rozlewnie w pobliżu konsumentów. Ponadto, fritz-kola jest zaangażowana w wiele inicjatyw pomagających ludziom w trudnej sytuacji życiowej oraz w liczne projekty na rzecz zrównoważonego społeczeństwa. Mirco Wolf Wiegert, współzałożyciel marki i Winfried Rübesam są dyrektorami zarządzającymi firmy, która od 2014 roku nosi nazwę fritz-kulturgüter.

press contact

fritz-kulturgüter 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

people pr
kamila wardyn-kopera
media@peoplepr.pl
mob. +48 608 637 193

fritz-kulturgüter®