



Informacja prasowa.

NoLo trend — fritz-kola mówi “sprawdzam”!

Chwilowy trend, czy trwała zmiana?

Warszawa, 27 listopada 2024 – Rozpoczynający się sezon świąteczny to czas wzmożonych zakupów, w tym także alkoholi. Badanie z 2017 roku (TiM S.A.) wykazało, że aż 92,6% Polaków piło alkohol w święta. Tymczasem badanie SW Research na zlecenie fritz-koli pokazało, że większość Polaków ogranicza spożycie alkoholu. Tylko 36,1% respondentów deklaruje, że pije tyle samo co wcześniej.

Badanie „Identyfikacja trendów w spożyciu napojów alkoholowych i bezalkoholowych w Polsce”¹, przeprowadzone w listopadzie 2024 na zlecenie fritz-koli, miało na celu zbadanie, czy trend NoLo (rezygnacja lub ograniczanie alkoholu) utrzymuje się w Polsce, jakie napoje Polacy wybierają jako alternatywę dla alkoholu i jak sytuacja wygląda w poszczególnych grupach wiekowych.

Dbanie o konsumentów i promowanie odpowiedzialnych wyborów od zawsze stanowiły fundament działań fritz-koli. Firma stawia na zrównoważony rozwój i jakość produktów, które przekładają się na ich znakomity smak. fritz-kola swoje produkty kieruje do świadomych, wyłącznie pełnoletnich odbiorców, podkreślając wagę składu napojów, a także wielkości butelek, które zachęcają do odpowiedzialnego spożycia: z umiarem, a nie hurtowo. Dlatego oferuje produkty tylko w butelkach o pojemności 0,2, 0,33 lub 0,5 litra – a nie jednego litra lub większej. Producent dba również o to, kto korzysta z jego produktów: na etykietach znajdują się ostrzeżenia informujące o wysokiej zawartości kofeiny w ich ofercie różnych wariantów napojów typu kola. Reklamy fritz-koli nie są skierowane do dzieci i młodzieży, co wpisuje się w politykę odpowiedzialności społecznej firmy.

Badanie przeprowadzone przez SW Research między 12 a 13 listopada 2024, objęło reprezentatywną próbę ponad tysiąca dorosłych Polaków. Wyniki potwierdzają, że rzeczywiście, spożycie alkoholu w Polsce spada. Czterech na dziesięciu uczestników badania zgłosiło, że ostatnio ograniczyło spożycie alkoholu. Jeden na dziesięciu całkowicie zaprzestał picia alkoholu, a 16% respondentów nie piło wcześniej alkoholu. Dla ponad jednej trzeciej osób (36%) ilość spożywanego alkoholu pozostała niezmienną.

¹ Badanie „Identyfikacja trendów w spożyciu napojów alkoholowych i bezalkoholowych w Polsce” zostało przeprowadzone przez SW Research na zlecenie fritz-koli w dniach 12–13 listopada 2024 r. na próbie 1027 respondentów: Polaków i Polek powyżej 18 roku życia, reprezentatywnych dla populacji Polski pod względem płci, wieku i klasy miejsca zamieszkania. Dane zbierano za pomocą wywiadów internetowych (CAWI za pośrednictwem panelu dostępu).

press contact.

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

People PR
Martyna Łokuciejewska
martyna.lokuciejewska@peoplepr.pl
mob. +48 605 737 502

fritz-kola®



Czy faktycznie Zetki najbardziej ograniczają spożycie alkoholu?

Zdecydowanie!

W grupie do 24 roku życia 40,3% deklaruje, że ogranicza spożycie alkoholu. W grupie 25-34 lata, której część nadal stanowią osoby z pokolenia Z, aż 51% deklaruje, że spożywa mniej alkoholu niż wcześniej. Ten trend nieco przyhamowuje w starszych grupach. Między 35 a 54 rokiem życia 34,8% ogranicza spożycie alkoholu, a w najstarszej grupie — 55+ jest to 35,9%.

Grupa wiekowa, która najbardziej ogranicza alkohol, to jednocześnie grupa docelowa fritz-koli. Konsumenci świadomi swoich potrzeb, dbający o zdrowie, stojące za producentami wartości, jakość i smak. Grupa wiekowa do 24 lat najczęściej wskazywała ulubiony smak, jako element, na który najbardziej zwraca uwagę wybierając napój. To również w tej grupie napoje typu kola lub inne napoje gazowane cieszą się największą popularnością. Zamiast alkoholu sięga po nie 19,3% (14,5% - kola, 4,8% - inne napoje gazowane).

Co Polacy wybierają zamiast alkoholu?

Kawa, woda w butelce i herbata — to napoje, po które najchętniej sięgają Polacy zamiast alkoholu. Rzadziej wymieniane napoje to soki lub nektary. Około 10% wybiera napoje gazowane, z czego 7% napoje typu kola.

Przy wyborze napoju respondenci kierują się przede wszystkim jego smakiem (47%). Trzy na dziesięć osób zwraca uwagę na składniki, a prawie tyle samo sprawdza stosunek ceny do objętości (28%). Zawartość alkoholu jest ważnym czynnikiem dla 6% respondentów.

Smak i skład są kluczowe dla fritz-koli, co znajduje odzwierciedlenie w każdym z jej produktów. Tak, jak w zaprezentowanym latem mischmaschu, który zawiera aż 8% owoców i oferuje jeszcze bardziej intensywny smak koli, legendarnej lemoniadzie anjola — zawierającej 20% soku, naturalnie gazowaną wodę mineralną oraz cukier pozyskiwany z buraków cukrowych uprawianych na terenie Unii Europejskiej, czy fritz-koli superzero — łączącej znakomity smak i brak cukru.

Trend NoLo w Polsce

Trend NoLo znajduje swoje odbicie w danych Krajowego Centrum Przeciwdziałania Uzależnieniom, według których w 2023 roku średnie spożycie alkoholu w litrach na jednego mieszkańca spadło z 9,37 litra do 8,93 (Ostatni rok, w którym spożycie spadło poniżej 9 litrów to 2006).

Odpowiedzi respondentów w badaniu fritz-koli potwierdzają tę tendencję. Kto wie, może w przyszłości częściej będziemy wznosić toasty butelkami fritz-koli, lub innymi napojami bezalkoholowymi?

press contact.

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

People PR
Martyna Łokuciejewska
martyna.lokuciejewska@peoplepr.pl
mob. +48 605 737 502

fritz-kola®



o fritz-koli

fritz-kola to firma założona w 2002 roku przez dwóch studentów w Hamburgu. Pierwsza kola została wprowadzona na rynek w 2003 roku, a następnie pojawiły się liczne lemoniady i spritzery na bazie soków. Od samego początku fritz-kola z troski o środowisko naturalne używa zwrotnych szklanych butelek i stale rozwija zdecentralizowany i zorientowany na konsumentów system rozlewczy. Ponadto firma angażuje się w wiele projektów na rzecz zrównoważonego rozwoju, takich jak inicjatywa "Każda butelka pomaga" (Every Bottle Helps), ruch "Pij z szkła" (Drink from Glass) oraz inne działania proekologiczne. Obecnie Dyrektorami Zarządzającymi firmy są Mirco Wolf Wiegert i Florian Weins.

press contact.

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

People PR
Martyna Łokuciejewska
martyna.lokuciejewska@peoplepr.pl
mob. +48 605 737 502

fritz-kola®