

Informacja prasowa.



## Nowe dane od fritz-koli:

im większe opakowanie, tym większe dzienne spożycie.



Warszawa, 12 marca 2025 – fritz-kola po raz kolejny angażuje się w promowanie świadomej konsumpcji. Tym razem sięga po nowe dowody naukowe. Wraz z instytutem badawczym YouGov fritz-kola przeanalizowała tzw. efekt wielkości porcji w kontekście napojów gazowanych. Wyniki są jednoznaczne: objętość opakowania ma wpływ na większe spożycie<sup>1</sup> – w przypadku butelek większych niż jeden litr może się ono nawet potroić.

Restaurant Week, w którym bierze udział ponad 400 restauracji w całej Polsce, właśnie się rozpoczął i potrwa do 17 kwietnia. Tegoroczne hasło wydarzenia – #BornToBeFoodie – to doskonała okazja, aby porozmawiać o świadomej konsumpcji. Restaurant Week zachęca do odkrywania nowych smaków, delektowania się wysokiej jakości daniami i celebrowania kulinarnych doświadczeń. fritz-kola podąża tą samą drogą i tej wiosny dzieli się najnowszymi danymi na temat świadomej konsumpcji.

<sup>1</sup> Badanie zostało przeprowadzone przez YouGov na zlecenie fritz-kola. Dane opierają się na informacjach o zakupach gospodarstw domowych z niemieckiego panelu YouGov Shopper Panel FMCG CP+ 2.0 | Podejście metodologiczne: model ekstrapolacji, baza danych MAT czerwiec 2024. Wielkość porcji została podzielona na trzy kategorie w zależności od objętości opakowania:

Mała: Ta kategoria obejmuje wszystkie opakowania o objętości do 500 ml włącznie.

Średnia: Ta kategoria obejmuje opakowania o objętości od 501 ml do 1000 ml.

Duża: Ta kategoria obejmuje opakowania o objętości większej niż 1000 ml.

Dzienne spożycie zostało obliczone poprzez podzielenie ilości produktu zakupionego w danym dniu zakupowym przez liczbę dni do kolejnego zakupu dokonanego przez to samo gospodarstwo domowe. Obliczenia opierają się na założeniu, że zapas produktu został faktycznie skonsumowany, a zatem konieczny był kolejny zakup. Dzięki temu możliwe jest oszacowanie średniego dziennego spożycia produktu przez gospodarstwo domowe.

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®



## Wielkość porcji jako klucz do świadomej przyjemności

Wyniki badania mówią same za siebie: gospodarstwa domowe, które wybierają mniejsze butelki (do 0,5 litra włącznie), spożywają średnio 419 ml napojów gazowanych dziennie. Ta liczba niemal podwaja się w przypadku butelek średniej wielkości (do 1 litra), a przy opakowaniach powyżej 1 litra spożycie jest już trzykrotnie wyższe..

*„Świadoma konsumpcja zaczyna się od wielkości butelki” – wyjaśnia Mirco Wolf Wiegert, założyciel i dyrektor zarządzający fritz-kola. — „Dla nas we fritz-koli, kola i napoje gazowane to dobra kultura dla dorosłych, które oferujemy wyłącznie w butelkach o pojemności 0,2, 0,33 i 0,5 litra. Naszym celem jest wykorzystanie małych opakowań do promowania świadomych momentów przyjemności i zachęcania do bardziej zrównoważonej konsumpcji.”*

Firma wykorzystała wyniki badań jako impuls, by zgodnie ze swoimi wartościami skupić się na promowaniu i wdrażaniu pozytywnej zmiany i bardziej świadomego spożycia. Głównym bohaterem kampanii jest dinozaur, który w humorystyczny sposób zwraca uwagę na to, jak duzi musielibyśmy być, aby bez problemu pić 3 litry coli dziennie. Efekt wielkości porcji, wielokrotnie potwierdzony w kontekście żywienia, został również wykazany w tym badaniu – niezależnie od wielkości gospodarstwa domowego. Konsumenci sami dostrzegają ten efekt – ponad połowa ankietowanych przyznała, że łatwiej jest im ograniczyć spożycie, gdy kupują małe butelki coli lub napojów na jej bazie<sup>2</sup>. Najczęstszym powodem wyboru mniejszej butelki jest fakt, że napój dłużej pozostaje świeży. Z kolei większe butelki są wybierane, ponieważ dają konsumentom swobodę w decydowaniu, ile napoju i kiedy spożyją.

## Wybierz rozmiar butelki, który jest dla Ciebie odpowiedni

Aby przekazać kluczowe wnioski z badania w przystępny sposób, fritz-kola stworzyła grafikę, która wywołuje efekt „aha” i zapada w pamięć. W centrum znajduje się dinozaur, który puszcza oko do odbiorców, zadając przewrotne pytanie: Jak duzi musielibyśmy być, aby dopasować się do naszego spożycia cukru<sup>3</sup>?

Zamiast ostrzegać przed nadmiernym spożyciem cukru, kampania podchodzi do tematu z humorem. Jeśli bylibyśmy ponad pięć razy wyżsi, moglibyśmy bez problemu pić nawet 3 litry coli dziennie.

Hasła „Jak najbardziej, możesz pić 3 litry coli dziennie. O ile masz 15 metrów wzrostu.” przyciąga uwagę do znaczenia wielkości butelki, natomiast: „Wybierz wielkość butelki odpowiednią dla ciebie” zachęca konsumentów do podejmowania świadomych decyzji – zarówno dla siebie, jak i dla środowiska.

Wydarzenia takie jak Restaurant Week i inicjatywy, takie jak badanie efektu wielkości porcji przeprowadzone przez fritz-kola, przyczyniają się do budowania kultury skoncentrowanej na jakości i świadomej konsumpcji, co przynosi korzyści zarówno zdrowiu, jak i środowisku.

*„Naszą kampanią chcemy zwrócić uwagę na to, jak można umożliwić świadomą konsumpcję. Od momentu założenia fritz-kola oferujemy wyłącznie małe porcje. Chcemy jednak inspirować do realnych zmian, które wpłyną na całą branżę napojów” – podkreśla Mirco Wolf Wiegert. „Przyjemność i zdrowie nie wykluczają się wzajemnie, jeśli stworzymy podstawy do świadomej konsumpcji.”*

<sup>2</sup> Ankieta internetowa Why2buy w ramach YouGov Shopper Panel; wielkość próby: n = 500; okres badania: 17.09 – 02.10.2024.

<sup>3</sup> Obliczenia opierają się na zaleceniach Światowej Organizacji Zdrowia (WHO). WHO zaleca maksymalne spożycie wolnych cukrów na poziomie 10% dziennego zapotrzebowania energetycznego. Dla przeciętnej osoby dorosłej (przy dziennym spożyciu 2 000 kcal) 10% energii odpowiada maksymalnie 50 gramom cukru dziennie (ok. 10 łyżeczek lub 14 kostek cukru).

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®**



Małe butelki, duży efekt i naukowe potwierdzenie – fritz-kola wysyła wyraźny sygnał na rzecz świadomej konsumpcji. Firma pozostaje wierna swojej wizji by docierać do ludzi, którzy idą przez życie świadomi, biorą odpowiedzialność i podejmują odpowiedzialne decyzje – dla bardziej zrównoważonej przyjemności.

#### **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®**