

pressemittellung.



fritz-kola: mund auf für toleranz

neue marketingkampagne zeigt, wie einfach gutes tun sein kann

mund auf
für **toleranz.**



Hamburg, Mai 2023 - Mit der neuen Kampagne „Mund auf für Toleranz“ ruft fritz-kola ab Mai 2023 dazu auf, gemeinsam laut zu werden und wach zu bleiben für mehr Offenheit und Miteinander. Die Hamburger Indie Brand folgt mit den geplanten Marketing-Aktivierungen dem bereits im letzten Jahr eigens initiierten Weckruf „das gute schläft nie“ für eine offene, demokratische Gesellschaft und kombiniert dabei Spaß am Produkt mit wacher Haltung und Verantwortung. Die Kampagne startet am Point of Sale mit einer Special Edition Flasche inklusive Gewinnspielmechanik für die gute Sache und wird über Digital-, OOH- und PR-Maßnahmen verlängert.

Mit der Kampagne feiert fritz-kola alle, die sich immer wieder stark machen gegen jegliche Form von Diskriminierung und Ausgrenzung - egal wie. Alle, die laut sind, ihre Stimme erheben oder sich einfach für fritz-kola entscheiden und somit dazu beitragen, für mehr Toleranz in unserer Gesellschaft einzustehen. „Wie über Dreiviertel der Bevölkerung* sind auch wir bei fritz-kola davon überzeugt, dass Verantwortung und Spaß kein Widerspruch sind und wollen mit der Kampagne zeigen, dass Gutes tun so einfach sein kann wie fritz-kola trinken,“ erklärt Silke Grell, Marketing-Direktorin bei fritz-kola.

jede flasche zählt: festivaltickets für dich oder eine spende für eine offenere gesellschaft

Das Gute kann auch Party. Laut wird's dieses Jahr daher vor allem beim Festivalsommer: Im Fokus der Kampagne steht die fritz-kola „Mund auf für Toleranz“ Special Edition. Die PoS-Aktivierung umfasst dabei

pressekontakt

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kulturgüter®



jede zweite Flasche fritz-kola, fritz-kola ohne zucker und fritz-kola superzero 0,33l mit entsprechendem QR-Code. Der Code liefert bei ausgetrunkener Flasche weitere Infos zur Kampagne. Insgesamt verlost fritz-kola im Aktionszeitraum 2.500 Festivaltickets wie dem Rock im Park, Melt oder Deichbrand oder stellt eine Spendensumme in Höhe von insgesamt 111.111,11 Euro an eine von drei ausgewählten NGOs (GermanDream, Start with a Friend und ENAR - European Network Against Racism), die sich für mehr Toleranz in der Gesellschaft einsetzen - deutschland- und europaweit.

einfach gutes tun: umfrageergebnisse geben richtung vor

Ausgangspunkt der neuen Kampagne ist die repräsentative Umfrage „einfach gutes tun.“*, die fritz-kola mit dem Marktforschungsinstitut YouGov durchgeführt hat. Hier zeigt sich der Wunsch nach einer positiven gesellschaftlichen Grundstimmung und einem anderen Umgang mit kritischen Themen: So stimmen über die Hälfte (54 Prozent)* der Befragten zu, dass sie erschöpft von der aktuellen Situation sind und im Alltag bewusst aktuell kritische Themen ausblenden, um optimistisch zu bleiben. Etwa 64 Prozent der Befragten* denken, dass wir wieder mehr Diskussionen führen müssen, um gesellschaftliche Probleme zu lösen. 72 Prozent* haben zudem das Gefühl, dass bei den meisten Diskussionen nur noch schwarz oder weiß existiert.

„Trotz der aktuellen angespannten Grundstimmung, glauben wir an den gemeinsamen Willen, Dinge anpacken zu wollen und nach einem gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt zu streben. Wir wissen, dass mehr als die Hälfte der in Deutschland lebenden Menschen* sich wünschen, dass Unternehmen den Mund aufmachen und ihre Plattform und Reichweite für relevante Themen nutzen. Unser Anspruch ist es seit jeher, klare Haltung zu zeigen. Mit der Kampagne „Mund auf für Toleranz“ möchten wir Leute mitreißen, gemeinsam für Vielfalt, Offenheit und Toleranz einzustehen.“, erklärt Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer von fritz-kulturgüter.

es wird laut – auf allen kanälen

Neben der PoS-Aktion mit Special Edition und verknüpfter Gewinnspielmechanik ist die Kampagne vor allem auf Festivals und Events sowie digital zu erleben. Die Kampagnenmotive werden in deutschen Großstädten auf Großflächen, Bauzäunen, Murals, Infoscreens und als Riesenposter gezeigt. Außerdem sind PR-Stunts sowie weitere Aktivierungen bis in den Herbst 2023 geplant.

Die Kampagne ist unter der Leitung von Silke Grell, Marketing-Direktorin, und Simon Dreser, Leitung Brand Management, entstanden. Die Kampagnenidee und Ausarbeitung stammen von der Digital-Agentur la red.

*Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.162 Personen zwischen dem 24. und 27.02.2023 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

über fritz-kulturgüter

fritz-kola wurde 2002 von zwei Studenten in Hamburg gegründet. Die erste Kola kam 2003 auf den Markt, zahlreiche safthaltige Limonaden und Schorlen folgten. Der Umwelt zuliebe setzt fritz-kola seit der Gründung auf Glasmehrwegflaschen und baut die dezentrale und verbrauchernahe Abfüllung stetig aus. Darüber hinaus engagiert sich fritz-kola mit der Initiative „Pfand gehört daneben“, der Bewegung „Trink aus Glas“ und in zahlreichen Projekten für eine nachhaltige Gesellschaft. Mirco Wolf Wiegert und Florian Weins sind Geschäftsführer des Unternehmens, das seit 2014 fritz-kulturgüter heißt.

über GermanDream

GermanDream ist eine überparteiliche und unabhängige Bildungsinitiative, die jungen Menschen Perspektiven aufzeigt und sich für die Vermittlung von gesellschaftlichen Werten einsetzt. In ihren Wertedialogen tauschen sich deutschlandweit ihre GermanDream-Wertebotschafter mit jungen Menschen aus. Dadurch soll ein Land voller „German Dreamer“, in dem alle mitgenommen werden und die gleichen Chancen haben gefördert werden - unabhängig von Herkunft, Hautfarbe, Konfession oder Lebensentwurf.

pressekontakt

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kulturgüter®



über Start with a Friend e.V. (SwaF)

Start with a Friend schafft vertrauensvolle und diskriminierungssensible Begegnungen zwischen Menschen mit und ohne Flucht- & Einwanderungserfahrung - in 1:1 Tandempartnerschaften und lokalen Communities. Und das an 25 Standorten in Deutschland. Das Ankommen, lernen miteinander und voneinander, gegenseitige stärken, sowie den gesellschaftlichen Zusammenhalt und auch die Demokratie in einer vielfältigen Einwanderungsgesellschaft erleichtert SwaF dadurch.

Über ENAR (European Network Against Racism)

ENAR ist ein europaweites Netzwerk von 150 Nichtregierungsorganisationen in 27 Ländern, das sich für Gleichheit, bessere Migrationsbedingungen, soziale und ökonomische Einbindung von Migranten, Stärkung der Grundrechte und bessere Bildungspolitik einsetzt.

pressekontakt

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

segmenta communications
elena navarro ramil
fritz-kola@segmenta.de
mob. +49 162-18 97 674

fritz-kulturgüter®