

ALEXANDER NÜBEL*
sieht auch gerne ein
„ZU NULL“

TeeFee Gutes trinken.

***Verwaltungsleiter aus Bielefeld**



TeeFee Gutes trinken.

PRESSEMITTEILUNG

Herausgeber: la marchante GmbH

Datum: Frankfurt am Main, 12. Juni 2026

Anstoß für TeeFee ZISCH: Getränkehersteller kooperiert ab sofort mit Pascal Groß und Alexander Nübel

Die Frankfurter Bio-Getränkemarke kontert jahrzehntelanges Zucker-Sponsoring im Sport mit null Prozent Zucker, einer Portion Ehrlichkeit und Namensvettern prominenter Spieler.

Frankfurt, der 12.06.26 – Es gehört zu den verlässlichsten Ritualen eines Fußball-Sommers: Große Sponsoren begleiten große Turniere, bringen etwa Sammelbilder in Süßwarenverpackungen heraus, Sportlergesichter lächeln von Nuss-Nougatcreme-Gläsern und Aktionspackungen von Produkten, die mit Gesundheit und Fitness oft wenig zu tun haben.

Das Muster ist nicht neu, und die Kritik daran auch nicht. Bereits 2012 thematisierte Foodwatch eine derartige Kampagne. Die offensichtlichsten Werbespots verschwanden, Sammelhefte, Aktionspackungen und Lizenzpartnerschaften laufen jedoch bis heute. Auf den Verpackungen von Schokoriegeln, Waffeln und weiteren süßen Versuchungen prangen nach wie vor die Gesichter von Profisportlern. Das Signal, das dabei an Millionen Kinder und Jugendliche gesendet wird, lautet: Wer ganz oben steht, isst das. Wer das isst, gehört dazu.

Werbebotschafter mit bekannten Namen

Pünktlich zur Fußball-WM kann TeeFee, der Frankfurter Hersteller von zuckerfreien Biogetränken, spektakulär sowohl Pascal Groß als auch Alexander Nübel als Werbebotschafter für sein Produkt TeeFee ZISCH gewinnen.

“Für uns ist es surreal, plötzlich diese beiden großen Namen als Werbebotschafter zu haben. Und sie stehen vollkommen hinter unseren Werten und unserem Versprechen, komplett zuckerfreie Produkte für Kinder in den Handel zu bringen“, so Marco Rühl, Co-Gründer und Geschäftsführer von TeeFee.

Gleicher Name, anderes Spielfeld

Allerdings: Jener Pascal Groß und jener Alexander Nübel sind Helden des Alltags und Profis auf ihren Spielfeldern – und heißen zufällig wie aktuelle Fußballnationalspieler. Für die Kampagne rund um ZISCH hat TeeFee zwei Männer gefunden, deren Namen Fußballfans sofort erkennen, aber: Pascal Groß, 32, ist Softwaretest-Ingenieur aus Hamburg. Alexander Nübel, 43, hingegen Verwaltungsleiter in Bielefeld. Keine Profis am Ball. Aber professionell zuckerfrei.

Alexander Nübel, nicht zu verwechseln mit dem für den VfB Stuttgart spielenden Torhüter und Nationalspieler gleichen Namens, sagt dazu: “Zucker ist eine Torheit und im Jahr 2026 einfach keine Option mehr in Kindergetränken. Wir müssen die Latte höher hängen als Gesellschaft und TeeFee ist da einfach konsequent.” Pascal Groß, Namensvetter des für den Brighton & Hove Albion Football Club kickenden Mittelfeldspielers, sekundiert: „In meinem Job als Softwaretest-Ingenieur dreht sich alles um Qualitätssicherung und die kompromisslose Prüfung von Produkten. Genau diesen Maßstab lege ich

auch privat an: Wenn ein Produkt das Prädikat ‚gesund‘ verdient, darf kein versteckter Zucker oder Chemie-Bullshit drin sein. Die Bio Zero Limo von ZISCH hat meinen persönlichen Qualitätstest absolut bestanden ganz ohne Fehlermeldung.“

TeeFee sagt Zucker den Kampf an und fördert Fußball

Alle ca. 70 Sekunden wächst das Heer der Diabetiker in Deutschland um eine Person an laut Deutscher Diabetes Hilfe. “Während einer WM-Begegnung plus Pause und ohne Verlängerung wird Deutschland also um mindestens 90 Diabetiker ‘reicher’.

90
neue Diabetiker in
Deutschland in
einem einzigen Spiel
(105 Min.)
TeeFee Gutes trinken.

Dem müssen wir als Gesellschaft einfach Einhalt gebieten, von Anfang an. Zucker ist der stärkste Treiber moderner Zivilisationskrankheiten. Wir zeigen Zucker die rote Karte und freuen uns daher über unsere beiden Mitstreiter Pascal Groß und Alexander Nübel“, ergänzt Rühl, privat Fußballfan. Im

vergangenen Jahr kooperierte TeeFee bereits mit der Jugendabteilung des FSV Frankfurt 1899 und der FFH Fußballschule, um treffsichere Schützen zu belohnen. “Fußball und Sport machen nicht nur gerade Kindern Spaß, Bewegung beugt auch genau solchen Leiden wie Diabetes und Adipositas vor, die der Zucker befördert“, so Rühl.

Kampagne mit doppeltem Boden

Die Kampagnenmotive spielen konsequent mit diesem Wortwitz. Claims wie "Alexander Nübel hält die Null. Vor allem beim Zucker." und "Pascal Groß hat die beste Taktik gegen Durst." klingen womöglich nach Fußball und meinen ein Getränk. Die Auflösung kommt per Sternchen: Verwaltungsleiter aus Bielefeld. Software-Tester aus Hamburg. Das Produkt im Mittelpunkt: TeeFee ZISCH, die erste Bio-Zero-Limonade auf Teebasis, kohlenensäurehaltig, ohne Zucker, erhältlich in Apfel und Orange.

PASCAL GROSS*
hat die beste Taktik
GEGEN DURST.
TeeFee Gutes trinken.
***32, Software-Tester aus Hamburg**



Die Kampagne möchte zum Nachdenken anregen. Entsprechend deutlich ist der Subtext. Während große Konzerne

weiterhin die Gesichter von Spitzensportlern auf ihren Verpackungen platzieren, setzt TeeFee auf echte Menschen mit echten Namen und einem Produkt, das keine Erklärung braucht, warum es neben Sportlern stehen darf. "Wir zeigen nicht mit dem Finger auf andere. Wir zeigen einfach, wie es auch geht", sagt Julia Lorenzen, verantwortlich für Kommunikation bei TeeFee.

"Was auch immer Menschen aus der Aktion schlussfolgern, liegt nicht in unserer Hand."

Die Motive werden ab sofort als Social Ads und auf Digital-Out-of-Home-Flächen ausgespielt. Eine begleitende Landingpage löst die Fußball-Claims auf und übersetzt sie in Produktsprache:

Zu Null = **0 % Zucker.**
Trinkpause = **Hydration.**
Weltmeister = **Gutes Trinken.**

TeeFee Gutes trinken.

Die Kampagne ist eingebettet in die übergeordnete ZISCH-Markenkommunikation mit dem Claim:

0 % Zucker. 100 % Bio.
0 % Bullshit.

TeeFee Kids präsentiert Fußball-Sonderedition

Übrigens, TeeFee Kids bringt passend zum globalen Mega-Event in den USA, Kanada und Mexiko eine limitierte Fußball-Edition heraus.



Über TeeFee

TeeFee ist eine Marke der la marchante GmbH mit Sitz in Frankfurt am Main, die 2014 von engagierten Eltern mit dem Ziel gegründet wurde, natürliche und kindgerechte Trinkalternativen zu schaffen – ganz ohne Zucker oder „Bullshit“. Unter der Geschäftsführung von Marco M. Rühl entwickelt das Unternehmen Bio Zero Getränke auf Basis von Teeaufguss mit natürlicher Süße durch Stevia-Blätter und hochwertige Bio-Zutaten.

Ursprünglich auf Kinder ausgerichtet, wurde das Sortiment 2025 um die erste Bio Zero Limo für Erwachsene erweitert. TeeFee verbindet bewussten Genuss mit Haltung, klärt über Zuckerkonsum auf und möchte das Trinkverhalten der Gesellschaft nachhaltig ändern.

Mehr Informationen unter tee-fee.de

ALEXANDER NÜBEL* hält die NULL. Vor allem beim ZUCKER.

TeeFee Gutes trinken.

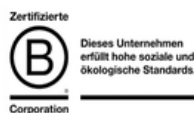
***Verwaltungsleiter aus Bielefeld**

Die erste Bio-Zero
Limonade aus Tee



la marchante GmbH
Kaiserstraße 61
60329 Frankfurt a.M.

Geschäftsführer: Marco Rühl



HRB 95173 Amtsgericht
Frankfurt a.M.
St.nr.: 014 238 00700 Ust.-1D:
DE285904427 DE-ÖKO-001

Taunus Sparkasse
IBAN DE7251250000001076027
BIC: HELADEFITSK
Commerzbank Frankfurt
IBAN DE66500400000575411400
BIC: COBADEFFXXX