

PRESSEMITTEILUNG

Ricola AKTIV-FREI – Das Schweizer Hustenbonbon für ein freies Atemgefühl

Ricola lanciert die neue Produktlinie Ricola AKTIV-FREI. Das Hustenbonbon überzeugt durch eine Extraportion natürliches Menthol und sorgt somit für ein freies Atemgefühl. Der perfekte Begleiter für den Verbraucher in der kalten Jahreszeit - vom Marktführer im Hustenbonbonsegment.¹ Ein umfangreiches Maßnahmenpaket unterstützt die Neueinführung, die ein hohes Umsatzpotential für den Handel verspricht.



Laufen bei Basel / Bonn, August 2019: Der Schweizer Kräuterbonbonspezialist Ricola bringt im August die neue Variante Ricola AKTIV-FREI auf den Markt. Das Hustenbonbon kombiniert extra viel natürliches Menthol mit der bewährten Kräutermischung aus 13 Schweizer Bergkräutern und wertvollem ätherischen Öl – Für das gute Gefühl frei durchzuatmen. Die fein abgestimmte Rezeptur und der ausgewogene Geschmack machen Ricola AKTIV-FREI trotz des hohen Mentholgehalts zu einem angenehm intensiven und wohlschmeckenden Atemerlebnis.

Wie bei allen Kräuterspezialitäten legt Ricola auch bei AKTIV-FREI großen Wert auf einen naturgemäßen und nachhaltigen Anbau der Kräuter und beste Qualität der Rohstoffe. Die 13 Schweizer Bergkräuter, das Herzstück eines jeden Ricola Bonbons, werden von über 100 Kräuterbauern an sorgfältig ausgewählten Standorten im Schweizer Berggebiet kultiviert. Die Neuheit ist zuckerfrei, gesüßt mit Stevia² und in zwei praktischen Verpackungsformaten, dem 75g Beutel und dem 50g Böxli, erhältlich. Ein perfekter Begleiter in der kalten Jahreszeit, mit dem man das Leben in vollen Zügen genießen kann.

¹ IRI, Umsatz in Euro, Bonbonmarkt, LEH>200 + DM + A/L/N + Tankstellen + Convenience Shops, MAT Feb. 2019

² Steviolglycoside (Süßungsmittel) aus der Stevia-Pflanze

PRESSEMITTEILUNG

Mit der erfolgreichen Neueinführung von Ricola Honig Alpen Salbei im Jahr 2016 konnte das Familienunternehmen aus der Schweiz bereits in der Vergangenheit das Honig-Segment ankurbeln und 2017 um 11% gegenüber Vorjahr deutlich ausweiten³. Diese Erfolgsstory gilt es, mit Ricola AKTIV-FREI im Bereich der mentholhaltigen Hustenbonbons zu wiederholen. In einer unabhängigen Marktforschungsstudie bekundeten bereits 63% der Verbraucher ihre Kaufbereitschaft und damit das Potential für das Neuprodukt aus dem Hause Ricola.⁴

Die Markteinführung von Ricola AKTIV-FREI wird begleitet durch ein umfangreiches und vielfältiges Maßnahmenpaket zum Saisonstart. Neben einem neuen, produktspezifischen Fernsehspot wird relevante Digitalwerbung platziert. Print-Inserate in werbewirksamen Umfeldern und Medien sowie der Einsatz von umfangreichen Sampling- und PR-Aktivitäten versprechen zusätzliche Aufmerksamkeit und Produktbekanntheit. Abgerundet wird das Unterstützungspaket durch eine attraktive POS-Promotion, die im Handel für erhöhte Sichtbarkeit sorgt und Impulskäufe fördert.

UVP 75g Beutel: 2,39€

UVP 50g Böxli: 1,99€

Ricola Kurzporträt

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 50 Länder und ist bekannt für Schweizer Qualität. 1930 gegründet, mit Firmensitz in Laufen bei Basel sowie Tochterfirmen in Europa, Asien und den USA, produziert Ricola mittlerweile rund 60 Sorten Kräuterbonbons und Teespezialitäten. Ende 2018 betrug der Umsatz der Gruppe 339.3 Millionen Schweizer Franken.

Das Familienunternehmen gilt in der Schweiz als Pionierin in Sachen Kräuteranbau und legt größten Wert auf ausgewählte Standorte und kontrolliert umweltschonenden Anbau. Ricola hat mit über 100 Bauern aus dem Schweizer Berggebiet fixe Abnehmerverträge geschlossen. Ricola bekennt sich zu einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung und ist weltweit für rund 500 Mitarbeitende eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

Nachhaltiges Denken und Handeln gehören zu den Grundwerten von Ricola und bilden bereits seit Jahrzehnten eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Unternehmensführung. Seit neuestem unterstützt Ricola vor diesem Hintergrund die gemeinnützige „Stiftung für Mensch und Umwelt“, insbesondere die Initiative „Deutschland summt!“, um sich für den Schutz von Wild- und Honigbienen einzusetzen.

³ IRI, Umsatz in Euro, LEH>200 + DM + A/L/N + Tankstellen + Convenience Shops, FY 2016, 2017, Produktvariante enthält "Honig" & "Honey"

⁴ Unabhängiges Marktforschungsinstitut, Dez. 2018