

PRESSEMITTEILUNG

Wildbienenschutz hat noch nie so gut geschmeckt!

Starkes Zeichen im deutschen Bienenschutz: Ricola verlängert seine langjährige Partnerschaft mit „Deutschland summt“ und fordert Konsumenten über eine Promotion zur aktiven Teilnahme auf. Jeder Beutel Ricola hilft Bienen!

Kontakt:
CFP Brands Süßwarenhandels
GmbH & Co. KG
Kaisstraße 5
40221 Düsseldorf

www.ricola.de

Pressekontakt:
Megacult – marketing for the
masses GmbH
Aleksandar Musikic
Kurfürstendamm 216
10719 Berlin

Telefon: +49 030 208 98 64 34

E-Mail:
musikic@megacult.de



Düsseldorf, 18. März 2021 - Das langjährige Engagement von Ricola im Bienenschutz geht in die nächste Runde und wird um eine Promotion 2021 unter dem Motto „Wir schwärmen für Bienen“ erweitert. Bereits seit über 10 Jahren setzt sich Ricola weltweit für den Schutz der Honigbienen ein. Im Jahr 2018 wurde das Engagement im Rahmen der Partnerschaft mit „Deutschland summt!“, einer Initiative der „Stiftung für Mensch und Umwelt“, um den Wildbienenschutz in Deutschland erweitert. „Deutschland summt!“ gibt den Wildbienen und weiteren bestäubenden Insekten eine Stimme, informiert umfangreich über bienenfreundliche Garten- und Balkonstrukturen und inspiriert zu aktivem Handeln für den Bienenschutz. Auch für Ricola sind die fleißigen Bienen von unschätzbarem Wert. Denn ohne die Bestäubungsleistung der Bienen könnten Kräuter nicht wachsen und gedeihen. Gleichzeitig nutzen Bienen die Pflanzen und Kräuter als Nahrungsquelle, zum Beispiel für Nektar und Pollen, sowie als Nistplätze.

„Wir schwärmen für Bienen“ - Ricola Promotion zum Schutz der Wildbienen

Im April startet Ricola eine Promotion, die Wildbienenschutz und die Teilhabe daran in den Mittelpunkt stellt. Mit jedem Kauf eines Ricola-Produkt wird die Kooperation der Marke Ricola mit der „Stiftung für Mensch und Umwelt“ und der Initiative „Deutschland summt!“ weiter gestärkt und somit auch der Wildbienenschutz unterstützt. Auf einer Aktionswebsite



unter www.ricola.de/mitschwaermen kann zudem abgestimmt werden, für welche von neun Wildbienenfreundlichen Projekten in Deutschland künftig die Spendenbeträge hauptsächlich verwendet werden sollten. Jeweils bis zu drei Stimmen zählen pro Person. So sorgt der Kauf von Ricola nicht nur für viele erfrischend-leckere Momente, sondern auch zusätzlich für ein gutes Gewissen.

Neben diversen Promotion-Displays sorgt auch eine Eventplatzierung für extra Aufmerksamkeit am POS. Über einen QR-Code können Shopper 1 von 150 handgefertigten Premium-Bienenhotels gewinnen. Die Promotion läuft vom 01.04 bis zum 31.05.2021 im stationären Handel und bis 31.06. in Apotheken.

Flankiert wird die Aktivität durch einen shoppingnahen POS-Plakat Flight an über 2.000 Standorten sowie aufmerksamkeitsstarken Anzeigen und weiteren Inhalten in den Sozialen Medien mit einer Gesamtreichweite von mehr als 40 Millionen Kontakten.

„Für uns bei Ricola ist es gelebte Unternehmensphilosophie, immer wieder einen positiven Beitrag zu leisten für eine Welt, in der man gerne lebt. Der Bienenchutz - unsere Herzensangelegenheit – soll dazu beitragen, die Artenvielfalt der Bienen zu erhalten. Gerade Wildbienen und weitere bestäubende Insekten sind für uns Menschen enorm wichtig. Inzwischen wissen wir alle, ohne Bienen kein Leben. Denn Bienen stellen den Fortbestand von etwa 90 Prozent aller Pflanzenarten sicher - und damit einen Großteil der menschlichen und tierischen Ernährung. Deshalb sind wir bei Ricola mit „Deutschland summt!“ Partner für dem Bienenchutz und möchten jeden dazu inspirieren und motivieren selbst aktiv zu werden, mitzumachen und selbst einen kleinen Beitrag zu leisten, um den Bestand der Bienen zu stärken!“, so Ronny Lindstädt, Marketing Director Ricola.

Weitere Informationen zum Engagement im Bienenchutz von Ricola finden sie auch unter www.ricola.de/bienen.

Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerin der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 50 Länder und ist bekannt für Schweizer Qualität. Im Jahr 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.

Das Familienunternehmen gilt in der Schweiz als Pionierin in Sachen Kräuteraanbau und legt größten Wert auf ausgewählte Standorte und kontrolliert umwelt-schonenden Anbau. Ricola hat mit über 100 Bauern aus dem Schweizer Berggebiet feste Abnahmeverträge 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. Bereits im vierten Jahr unterstützt Ricola in Deutschland vor diesem Hintergrund die gemeinnützige „Stiftung für Mensch und Umwelt“ und insbesondere die Initiative „Deutschland summt!“, um sich für den Schutz von Bestäuberinsekten einzusetzen.

Über CFP Brands

Die CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG ist ein Joint Venture der internationalen Süßwarenkonzerne Ricola (Schweiz), Perfetti van Melle (Italien/ Niederlande) und Fisherman's Friend (Großbritannien). Als Marketing- und Vertriebsgesellschaft vertreibt CFP einige Top-Marken der Süßwaren-Branche auf dem deutschen Markt, dazu zählen Ricola, Fisherman's Friend, Mentos, Chupa Chups, Smint und Center Shock. CFP Brands mit Sitz in Düsseldorf beschäftigt mehr als 130 Mitarbeiter.