

PRESSEMITTEILUNG

Umsatzplus mit Genuss-Garantie: Ricola startet nationale Promotion und ruft Konsumenten zum Geschmackstest auf.

Ricola ist nicht nur die Lieblings-Bonbonmarke der Deutschen, sondern wird auch im Geschmack von Konsumenten im Vergleich zu anderen Bonbonmarken am besten bewertet.¹ Die breite Geschmacksauswahl zeichnet sich dabei durch eine Gemeinsamkeit aus – allen Ricola Sorten gemein ist das Herz aus 13 Schweizer Alpenkräutern. Ricola ist sich des einzigartigen und besonders leckeren Geschmacks sicher und gibt in einer nationalen Promotion eine „Genuss-Garantie!“ mit dem selbstbewussten Versprechen „Natürlich schmeckt’s! Sonst Geld zurück!“.

Kontakt:
CFP Brands Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 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

Genuss-Garantie!

Natürlich schmeckt's! Sonst Geld zurück.
www.genussgarantie.de

Probier's!
Weil's
schmeckt!

Ricola Produkt kaufen → Kassenbonn hochladen → Bei Nichtgefallen Geld zurück

Ricola

Laufen bei Basel / Düsseldorf, xx. August. 2021: Die Schweizer Kräuterbonbonspezialistin hat sich auch in diesem Jahr als beliebteste Bonbonherstellerin in Deutschland bewährt. Als „Kundenliebling“² und Marktführer³ genießt Ricola erneut höchstes Vertrauen. Das Schweizer Familienunternehmen bietet als perfekte Begleiterin in sämtlichen Alltagssituationen ein breites Geschmacksportfolio mit derzeit 13 Sorten. Mit der „Genuss-Garantie!“ - Promotion fokussiert sich Ricola vor allem auf Neuverwender und macht das Probieren der verschiedenen Sorten ganz unbeschwert möglich. Die Mechanik ist simpel: nach dem

¹ Quelle: Kantar, Ricola Brand Health Guidance, 06.2021

² Quelle: IMWF (2021) – Umfrage (Focus 24/21) Kundenliebling 2021 „Beliebteste Marke“ in der Kategorie „Bonbons“ im Deutschland Test

³ Quelle: IRI Trade Panel, LEH > 200 qm + A/LN + DM + APO + TS + Convenience Shops, Hals- und Hustenbonbons, Umsatz, MAT Feb 2021



Kauf eines Ricola Produktes kann der Kassenbon auf der hierfür eingerichteten Aktionswebseite www.genussgarantie.de hochgeladen werden. Die Kunden erhalten so bei Nichtgefallen ihr Geld zurück. Als verantwortungsvolle, nachhaltige und sich stark im Wildbienenchutz engagierende Marke bietet Ricola den Promotion-Teilnehmern an, alternativ das Geld an die Initiative „Deutschland summt!“ zu spenden.

Die „Genuss-Garantie!“ – Promotion startet am 1.10. und läuft bis zum 31.12.2021. Neben diversen kanalspezifischen Displays mit schnelldrehender Bestückung von bewährten Top-Sorten und der Neuheit Ingwer Orangenminze sorgt auch eine besondere Eventplatzierung mit einem zusätzlichen Online-Gewinnspiel für extra Aufmerksamkeit am POS. Über einen QR-Code können die Shopper mit etwas Glück 1 von 100 einzigartigen Ricola Genusspaketen gewinnen. Die Promotion läuft im stationären Handel, Drogeriemärkten und Apotheken.

Über umfangreiche Social-Media-Aktivitäten mit einer Gesamtreichweite von mehr als 7 Millionen Kontakten wird die Promotion zusätzlich unterstützt.

„Bei Ricola sind wir uns unseres einzigartigen und besonders leckeren Geschmacks unserer Premium-Kräuterbonbons bewusst. Damit auch Shopper, die bisher noch nicht auf den Geschmack von Ricola gekommen sind, zugreifen, haben wir mit der „Genuss-Garantie!“ eine Promotion entwickelt, die vor allem neue Verwender für die Marke und die Kategorie begeistern und für spürbaren Zusatzumsatz im Handel sorgen wird.“, so Ronny Lindstädt, Marketing Director Ricola bei CFP Brands.

www.ricola.de



Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerin der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 45 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 umweltschonenden Anbau. Ricola hat mit knapp 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.