



PRESSEMITTEILUNG

Schweizer Traditionsmarke Ricola lanciert neues globales Markendesign

Im Rahmen einer Überprüfung der Strategie und einer Neupositionierung präsentiert Ricola ihr neues ikonisches Verpackungsdesign. Ricola ist auf der ganzen Welt für den köstlichen Geschmack ihrer Bonbons und die Verwendung natürlicher Schweizer Alpenkräuter bekannt. Mit ihren Produkten spricht das Unternehmen eine steigende Zahl von Konsumentinnen und Konsumenten an und trägt zu deren Wohlbefinden bei.

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



Laufen bei Basel / Düsseldorf, 09. September 2021: 1930 begann Emil Richterich in Laufen mit der Herstellung von Kräuterbonbons. Seither hat sich das Familienunternehmen stetig weiterentwickelt und sein Profil geschärft. Noch heute ist Laufen die Heimat von Ricola. Von dort aus arbeitet das Unternehmen mit Schweizer Kräuterbauern zusammen, welche die Kräuter nach naturgemässen Grundsätzen entsprechend den Standards von Bio Suisse anbauen.

Ricola exportiert ihre Bonbons in über 45 Länder, die USA sind der grösste Absatzmarkt.

Die Überprüfung der Strategie hat zu einer verfeinerten Positionierung von Ricola geführt. Diese wird durch ein neues Design, Werbung und soziale Medien mit Leben erfüllt. Die neue Positionierung baut auf den Eckpfeilern von Ricola auf, die sich seit der Erfindung der originalen Kräutermischung nicht verändert haben: natürlich angebaute Kräuter, eine perfekte Balance zwischen Funktionalität und Genuss sowie die Schweizer Herkunft des Unternehmens. Das neue Design spiegelt dies durch eine selbstbewusste Evolution wider und unterstreicht den einzigartigen Claim



der Marke, «mit Schweizer Alpenkräutern», der nun in einem verfeinerten, natürlicheren Logo zum Ausdruck kommt.

Die wichtigsten Designmerkmale ins Zentrum gerückt

Thomas P. Meier, CEO von Ricola, sagt: «Wir müssen unsere wichtigen Merkmale präsentieren und sicherstellen, dass sich die Konsumentinnen und Konsumenten in einem umfangreichen Sortiment leicht zurechtfinden. Die neue Ausrichtung des Designs fügt sich nahtlos in unsere Strategie ein, die Ricola ganz einfach verstärkt zu dem macht, was die Marke auszeichnet und was sie schon immer war. Dabei wollen wir dem Wesen unserer Marke treu bleiben. Ricola weckt Freude durch ihre Nähe zur Natur und ihr Engagement – es ist eine Marke für alle, täglich und überall.»

Kernstück des Designs ist der ikonische Bernsteinwürfel, umgeben von den Kräutern, die in der einzigartigen Ricola-Mischung enthalten sind. Alle Kräuter wurden von einem spezialisierten Künstler neu gezeichnet. Das historische Ricola-Trapez, das an ein Pflanzenschild erinnert, steht im Mittelpunkt des Designs. Das feiner und flüssiger geschriebene Logo führt das Auge von einer Packung zur nächsten. Eine weisse Abgrenzung des Schriftzugs sorgt dafür, dass dieser vor einer Vielzahl an Hintergrundfarben gut lesbar ist.

Panoramazene im Deckel jeder Klick-Box

Beim Öffnen des Deckels der bekannten Klick-Box offenbart sich neu ein Panorama der Schweizer Alpen, das sich je nach Geschmackssorte verändert. Ein Hauch frischer Bergluft dringt aus der Schachtel voller köstlicher Ricola-Bonbons.



Thomas P. Meier sagt: «Die Verpackung und ihr Design sind die wichtigsten Botschafter einer Marke. Es ist der Moment der Wahrheit im Einzelhandel. Verbrauchertests und unsere eigene Beurteilung haben gezeigt, dass das neue Design eindrucksvoller, ansprechender und informativer als das bisherige ist. Es hat die Unverfälschtheit und Qualität, die unseren eigenen Markenwerten entspricht.»



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 Kräuteranbau 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.