

PRESSEMITTEILUNG

Nr. 1 in „Nachhaltigkeit“: Ricola erneut mit Siegel für „Deutschlands Beste – Nachhaltigkeit“ ausgezeichnet.

Unternehmen handeln nachhaltig, um ihr Renommee bei den Kunden zu stärken und zu erhalten. Die erfolgreiche Schweizer Bonbonherstellerin Ricola agiert bereits seit jeher in allen Unternehmensbereichen besonders nachhaltig. Nachhaltigkeit ist in der DNA der Marke und des Unternehmens fest verankert. Da liegt es nahe, dass Ricola erneut und bereits mehrerer Jahre in Folge, als einzige Bonbonmarke mit dem Siegel für „Deutschlands Beste Nachhaltigkeit 2022“ ausgezeichnet wurde.

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, 18. Juli 2022: Besonders stolz macht es Ricola, dass sie einmal mehr direkt von den Konsumenten ausgezeichnet und damit auch als äußerst glaubwürdig beurteilt wurde. Gemeinsam mit dem Institut für Management und Wirtschaftsforschung (IMWF) hat DEUTSCHLAND TEST Verbraucherurteile eingeholt und ausgewertet. In der Studie wurde zwar nicht das tatsächliche Engagement, sondern subjektive Verbraucherstimmen gemessen, aber – so die Studie, haben viele Menschen ein feines Gespür dafür, welche Marken sich in puncto Nachhaltigkeit tatsächlich engagieren und welche dies eher weniger tun. Und mit diesem feinen Gespür, haben sie nun Ricola als einzige Bonbonmarke erneut mit dem Siegel „Deutschlands Beste – Nachhaltigkeit 2022“ ausgezeichnet.



Wir leben Nachhaltigkeit

„Nachhaltiges Denken und Handeln gehören zu Ricola und bilden seit jeher eine wichtige Entscheidungsgrundlage für unsere Unternehmensführung“, sagt Ronny Lindstädt, Marketing Director Ricola bei CFP-Brands. „Unser Bekenntnis «Wir leben Nachhaltigkeit». verankert Nachhaltigkeit in unser Unternehmen. Wir fokussieren uns auf Themen, bei denen wir die größten Auswirkungen z.B. auf die Umwelt sehen. Somit stehen unsere Kräuterspezialitäten und deren Herstellung im Zentrum.“

Die Ricola Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf den vier Säulen „Qualität“, „Natur“, „Mitarbeitende“ und „Gesellschaft“. Diese vier Säulen stellen die Schwerpunkte für die soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung des Schweizer Bonbonherstellers dar.

Und für diesen ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz wurden für alle vier Säulen vielfältige Schwerpunkte gesetzt. Darunter natürlich die kontrollierte Herkunft der 13 Schweizer Alpenkräuter, die Verringerung von CO₂-Emissionen, Wasser- und Energieverbrauch, aber eben auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder die Beiträge zur lokalen und regionalen Wertschöpfung.

Ronny Lindstädt zeigt sich hocheifrig: „Wir erhalten dieses Siegel bereits mehrere Jahre als einzige Bonbonmarke in Folge. Wir bemühen uns stetig nachhaltiger zu agieren und haben zum Beispiel jüngst unsere zuckerfreien Beutelprodukte auf eine nachhaltigere Verpackung ohne Aluminiumfolie umgestellt. Als Schweizer Marke sind wir bei der Kommunikation unserer gelebten Maßnahmen eher zurückhaltend und führen diese behutsam und kommunizieren mit Bedacht. Die Konsumenten scheinen dies offensichtlich zu spüren. Das macht uns bei Ricola wirklich sehr stolz und ist weiterer Ansporn“.

Methodik der Studie:

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte wurden für jedes Unternehmen zwei Werte ermittelt: der Tonalitätssaldo (Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen) und die Reichweite (Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche). Die Berechnung des Punktwerts erfolgte branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzte damit die Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhielten diejenigen Unternehmen, die mindestens 60 Punkte in der Gesamtwertung erreichten. Bei der Auszeichnung wurden nur Unternehmen berücksichtigt, die in allen Dimensionen eine positive oder neutrale Tonalität aufweisen. Insgesamt konnten für diese Studie gut 41 Millionen Nennungen zu rund 24 000 Unternehmen ausgewertet werden (März 2020 bis Februar 2021).



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 umwelt-schonenden 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.