

PRESSEMITTEILUNG

Wohltuend erfrischende „Gratis-Genuss!“ – Promotion erfreut Shopper und Handel

Ricola, Lieblings-Bonbonmarke der Deutschen und klare Nr. 1 im Bonbonmarkt¹ startet am 1. September die nationale „Gratis-Genuss!“-Promotion², die Shopper an den POS lockt und bestehende sowie neue Käuferpotenziale erschließt. Das „Gratis-Genuss!“-Versprechen begeistert neue Verwender für Ricola, indem es die Kauf-Hürde zum Probieren senkt und gleichzeitig den herausragenden Geschmack der Ricola Kräuterkompositionen in den Mittelpunkt stellt. „Gratis-Genuss“ geht ganz einfach: Ein Ricola Aktionsprodukt kaufen, Kassenbon hochladen und bei Nichtgefallen Geld zurückerhalten.

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, 7. Juli 2022: Nimm einfach Ricola: Die Schweizer Kräuterbonbonspezialistin bleibt die klare Nummer 1 im Bonbonmarkt und punktet regelmäßig bei Konsumenten. Das Vertrauen der Konsumenten in die Marke ist groß und die „Gratis-Genuss!“-Promotion wird dies auch bei bisherigen Nichtkäufern steigern.

Neue Käuferpotenziale durch "Gratis-Genuss!"-Promotion

Mit ihrem breiten Geschmacksportfolio von derzeit 13 wohltuend erfrischenden Sorten etabliert sich Ricola mehr und mehr – zusätzlich zur klassischen Erkältungssaison – als die perfekte Begleiterin in vielen Alltagssituationen. Cashback-Promotions sind beliebte Maßnahmen, die Verbraucher dazu einladen, Produkte zu testen und Probierkäufe zu tätigen. Die Mechanik ist kinderleicht: Ricola Aktionsprodukt kaufen,

Kassenbon bei Nichtgefallen auf der hierfür eingerichteten Aktionswebseite www.gratisgenuss-ricola.de hochgeladen und den Kaufpreis sofort und unkompliziert zurückerstattet bekommen. Die Teilnahme ist bis zum 15.11.2022 möglich und auf 40.000 begrenzt.

Aufmerksamkeitsstarke Promotion mit Displays und Kommunikation

Für den Aktionszeitraum vom 1.09. bis zum 15.11.2022 bietet Ricola spezielle Promotion-Displays mit 90, 120, 144 oder 360 Beuteln pro Einheit für LEH, Drogeriemärkte und Apotheken an. Die aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen vermitteln die starke Message: „Gratis-Genuss!“. Zusätzliche Aufmerksamkeit wird durch umfangreiche PR- und Social Media Maßnahmen garantiert.

Ronny Lindstädt, Marketing Director Ricola bei CFP Brands ist vom Erfolg der Aktion überzeugt und sagt: „Bei Ricola sind wir uns unseres einzigartigen und besonders leckeren Geschmacks unserer Premium-Kräuterbonbons bewusst. Mit der „Gratis-Genuss!“ – Promotion bauen wir auf dem Erfolg aus dem vergangenen Jahr auf, stellen den Genuss in den Mittelpunkt und gewinnen neue Käufer für unsere Marke. Nimm einfach Ricola!“.

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.

¹ IRI, LEH > 200 qm +A/L/N +DM +APO + TS + Convenience Shops, Volume market share, May 2022

² Aktionszeitraum: 01.09. bis 15.11.2022. Bei Nichtgefallen den Preis eines Produktes zurück erhalten. Einmalige Teilnahme pro Haushalt. Teilnahme ab 18 Jahren. Maximal 40.000 Einlösungen im gesamten Aktionszeitraum. Weitere Infos & Teilnahmebedingungen unter www.gratisgenuss-ricola.de