

05.05.2022 – 09:05 Uhr

Ricola: Ein starkes 2. Halbjahr nach herausforderndem Start ins 2021



Laufen (ots) -

Im ersten Quartal 2021 brach die Nachfrage nach Bonbons und Hustenbonbons bedingt durch die Corona-Pandemie weltweit ein. Dieser Markttrend war auch bei Ricola spürbar. Ab Mai stiegen die Verkäufe der Kräuterspezialitäten jedoch wieder an und erreichten im vierten Quartal Werte wie vor der Coronakrise. Mit gezielten Massnahmen richtete sich Ricola dynamischer und unternehmerischer aus. Damit ist das Unternehmen bestens gerüstet, um den im zweiten Halbjahr 2021 begonnenen Aufbruch 2022 mit voller Kraft weiterzuführen.

2021 sorgte die Corona-Pandemie weiterhin für starke Turbulenzen auf allen Märkten. Die Pflicht zum Tragen von Schutzmasken sowie die tiefere Mobilität haben das Impulsgeschäft beeinflusst und die ausbleibende Grippenwelle schlug sich beim Verkauf von Hustenbonbons nieder. Diese negative Entwicklung machte auch keinen Halt vor Ricola. Das Unternehmen konnte zwar seine hohen Marktanteile in den Schlüsselmärkten halten, dennoch blieben die Verkäufe hinter den rekordstarken Vergleichsmonaten des Vorjahres zurück. Um im zweiten Halbjahr 2021 gestärkt aus der Krise hervorzugehen, leitete Ricola diverse Massnahmen ein. Es wurden auf Basis von Konsumenten- und Marktdaten vielfältige Marketing- und Vertriebsmassnahmen entwickelt, um die Marke und die Marktstellung von Ricola weiter zu kräftigen.

Volllast in den letzten vier Monaten 2021

Ab Mai 2021 stiegen die Verkäufe wieder an. Erfreulich entwickelte sich die Präsenz der Marke Ricola auf den sozialen Medien und auf den E-Commerce-Plattformen in Europa, Nordamerika und Asien. Vor allem in China zog das Geschäft nicht zuletzt dank dieses Engagements bereits im Frühjahr 2021 rasch an. Im vierten Quartal 2021 übertrafen dann die Verkäufe in den allermeisten Ländern das Vorjahr klar, so dass die Produktionsanlagen ab September wieder unter Volllast liefen.

Gewinnen weiterer Käuferschichten

Bei den Konsumentinnen und Konsumenten geniesst Ricola weiterhin ein hohes Ansehen. So belegte das Unternehmen 2021 gemäss einer Studie der RepTrak Company in der Schweiz zum zweiten Mal nach 2019 die Ranglistenspitze der vertrauenswürdigsten Firmen.

Seit Oktober rückt ein aufgefrischtes Verpackungsdesign die einzigartige Kernkompetenz von Ricola - die Herstellung genussvoller Produkte mit natürlichen Schweizer Alpenkräutern - vermehrt in den Vordergrund. Diese Kernkompetenz steht auch im Mittelpunkt der neuen Werbekampagne 'Nimm einfach Ricola', die seit November 2021 europaweit erfolgreich eingesetzt wird.

Die Lancierung neuer Produkte - Ricola Ingwer Orangenminze und Ricola Alpenkiefer in europäischen Kernmärkten sowie Ricola Berry Medley in den USA - erzeugte ein starkes Momentum. Vor allem das Geschäft in Nordamerika entwickelte sich im zweiten Halbjahr 2021 sehr dynamisch. Per Ende 2021 schloss Ricola zudem die Umstellung aller zuckerfreien Rezepturen der Hartbonbons für die europäischen Märkte auf eine Variante mit Süsstoffen aus der Steviapflanze ab.

Weiterentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie

Im November genehmigte der Verwaltungsrat die weiterentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie der Ricola Group. Damit will das Unternehmen die Führerschaft im Bereich des nachhaltigen Kräuteranbaus weiter stärken und in weiteren Bereichen des Nachhaltigkeitsmanagements in naher Zukunft zahlreiche Fortschritte erzielen.

Auch 2022 hohe Volatilität

Nachdem in vielen Ländern die Massnahmen gegen COVID-19 vermindert oder sogar aufgehoben wurden, sorgt der Krieg in der Ukraine und die steigende Inflation in zahlreichen Märkten weiter für grosse Unsicherheit. Dennoch will Ricola 2022 den im zweiten Halbjahr 2021 begonnenen Aufbruch fortführen und weitere Käuferschichten zu häufigerem Konsum ihrer Produkte bewegen. Dabei baut Ricola auf ihre ausgezeichnete Reputation und das grosse Vertrauen, das die Konsumentinnen und Konsumenten ihr und ihren Produkten weltweit entgegenbringen. Das Unternehmen wird zudem mit viel Engagement die weiterentwickelte Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen und im Tagesgeschäft verankern.

Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 45 Länder und ist weltweit bekannt für beste Schweizer Qualität. 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 umweltschonenden Anbau. Ricola hat mit knapp 100 Bauern aus dem Schweizer Berggebiet fixe Abnehmerverträge geschlossen. Ricola bekennt sich zu einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung und ist eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

Pressekontakt:

Ricola Group AG
Unternehmenskommunikation
Baselstrasse 31
4242 Laufen
Tel. +41 (0)61 765 41 21
media@ricola.com

Medieninhalte



Ricola Kräutergarten Nenzlingen / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100005111 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Ricola Group AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100005111/100888813> abgerufen werden.