Ricola Group AG

18.05.2017 – 16:04 Uhr

Ricola verzeichnet für 2016 deutliches Wachstum

Laufen (ots) -

Das Schweizer Familienunternehmen Ricola hat 2016 einen Nettoumsatz von CHF 307.2 Millionen erwirtschaftet. Dies entspricht einem Plus von 4.2% gegenüber dem Vorjahr.

In einem Geschäftsumfeld, das sich immer rascher verändert, ist es Ricola 2016 erneut gelungen, zu wachsen. Der Nettoumsatz konnte um 4.2% auf CHF 307.2 Millionen gesteigert werden. Vorjahres- und währungsbereinigt entspricht dies einem Plus von 5.3 % und damit einer deutlichen Steigerung gegenüber dem Wachstum von 2015 (2.4%). Zu diesem positiven Ergebnis haben insbesondere die USA und Kanada sowie strategische Wachstumsregionen und Schwellenmärkte beigetragen.

Diese erfolgreiche Entwicklung ist unter anderem auf die Stärkung der eigenen Teams vor Ort zurückzuführen. "Insbesondere in Kanada und Asien, aber auch in etablierten Märkten wie Deutschland oder Frankreich haben wir unsere Präsenz mit dem Ausbau der Ricola Organisation erhöht und können so die lokalen Partner effizienter unterstützen", erklärt Felix Richterich, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Verwaltungsratspräsident von Ricola. "Wir möchten auch längerfristig unsere internationale Präsenz mit eigenen Mitarbeitenden ausbauen und so die Marktdurchdringung erhöhen", fährt Richterich fort.

Neben der Expansion im Ausland hat Ricola weiterhin in den Standort Schweiz investiert, etwa mit dem Bau einer neuen Kochanlage im Produktionswerk in Laufen. Auch künftig wird das Unternehmen an seinem Bekenntnis zum Standort Schweiz festhalten. Die Ricola Kräuter stammen aus dem Schweizer Berggebiet und Ricola beabsichtigt, weiterhin alle Bonbons in der Schweiz zu produzieren.

Das Ricola Sortiment wächst um zwei weitere starke Produkte

Zum erfreulichen Geschäftsergebnis haben auch zwei erfolgreiche Produktinnovationen beigetragen. Mit Ricola Kräuter-Caramel schaffte Ricola die optimale Mischung aus einem Kräuterbonbon und einem Karamellbonbon. Das Produkt wurde ab dem vierten Quartal 2016 - medial breit abgestützt - in Frankreich, Italien und der Schweiz eingeführt. Weitere Märkte sollen folgen. Nach mehrjähriger, intensiver Entwicklung wurde im September 2016 Ricola Herbal Immunity in den USA lanciert. Dabei handelt es sich um ein Kräuterbonbon mit Ginseng-Extrakt und den Vitaminen C, B6 und B12, die das Immunsystem unterstützen.

Ricola stellt die Weichen für die Zukunft

Anfang 2017 ist mit Raphael Richterich ein Vertreter der jüngeren Generation in die Geschäftsleitung der Ricola AG eingetreten. Als Chief Marketing Officer leitet er das globale Marketing der Ricola AG und ist somit für Markenführung, Innovation und Kommunikation verantwortlich. Der 33-jährige Ökonom hat zuvor bei verschiedenen Unternehmen im In- und Ausland Erfahrungen im internationalen Marketing gesammelt und ist seit vier Jahren in unterschiedlichen Führungsfunktionen bei Ricola tätig.

Mit dem "RicoLAB" wurde Ende 2016 eine wertvolle Erweiterung zur eigenen starken Innovationsabteilung von Ricola gegründet. Als eigenständige Tochter der Ricola AG testet das RicoLAB neue Geschäftsideen ausserhalb von Branche und Marke. Der Schwerpunkt liegt auf neuen Technologien und einem langen Zeithorizont. Initiiert

wurde das Innovationslabor von Eva Richterich, die als Verwaltungsratspräsidentin und CEO des RicoLAB auch das interdisziplinäre Expertenteam führt. Als zweiter Verwaltungsrat des RicoLAB stellt Raphael Richterich die Verbindung zur operativen Führung der Ricola AG her. "Mit Eva Richterich, die seit 2014 Mitglied des Verwaltungsrats von Ricola ist, und meinem Sohn Raphael Richterich setzen sich jüngere Mitglieder der Familie für die Zukunft unseres Unternehmens ein", sagt Felix Richterich.

Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 50 Länder und ist bekannt für Schweizer Qualität. 1930 gegründet, mit Firmenhauptsitz in Laufen bei Basel sowie Tochterfirmen in Europa, Asien und den USA, produziert Ricola mittlerweile rund 60 Sorten Kräuterbonbons und Teespezialitäten. Ende 2016 betrug der Umsatz der Gruppe 307.2 Millionen Schweizer Franken. Das Familienunternehmen gilt in der Schweiz als Pionierin in Sachen Kräuteranbau und legt grössten Wert auf ausgewählte Standorte und kontrolliert umweltschonenden Anbau ohne Einsatz von Pestiziden und Herbiziden. Ricola hat mit über 100 Bauern aus dem Schweizer Berggebiet fixe Abnehmerverträge geschlossen. Ricola bekennt sich zu einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung und ist für rund 400 Mitarbeitende eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

Kontakt:

Ricola AG
Nadja Lutz
Baselstrasse 31
4242 Laufen
Tel. +41 61 765 41 77
nadja.lutz@ricola.com

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100005111/100802632 abgerufen werden.