Ricola Group AG

16.05.2018 – 12:30 Uhr

Ricola 2017 erneut mit positiver Entwicklung

Laufen (ots) -

2017 war ein sehr erfolgreiches Jahr für das Schweizer Familienunternehmen Ricola: Es steigerte den Nettoumsatz um 5.8% auf CHF 324.9 Millionen.

Auch 2017 wusste Ricola mit ihren Spezialitäten aus Schweizer Bergkräutern weltweit zu überzeugen: Der Nettoumsatz verzeichnete einen Anstieg von 5.8% auf ein erneut sehr zufriedenstellendes Ergebnis von CHF 324.9 Millionen (Vorjahr: CHF 307.2 Millionen). Vorjahres- und währungsbereinigt entspricht dies einem Plus von 4.8%. Zum sehr erfreulichen Resultat trugen insbesondere die Märkte im asiatischen Raum sowie die USA und Kanada überdurchschnittlich bei. In den USA erfreuen sich Produkte zur Stärkung der Abwehrkräfte immer grösserer Beliebtheit. Diesen Konsumentenbedürfnissen begegnete Ricola mit der Einführung von Ricola Herbal Immunity, einem Kräuterbonbon mit Ginseng-Extrakt und Vitaminen. Zu den bewährten, 2016 eingeführten Hartbonbons mit den Geschmacksrichtungen Citrus und Honig ist im September 2017 das Citrus Geleebonbon dazugekommen. Zudem setzte das Unternehmen die 2016 begonnene Einführung von Ricola Kräuter-Caramel in verschiedenen europäischen Ländern erfolgreich fort.

Eigene Präsenz in den Schlüsselmärkten immer wichtiger

Ein weiterer Wachstumsmotor war die gesteigerte Präsenz von Ricola in wichtigen Märkten. "Wir haben 2017 in verschiedenen Schlüsselländern unsere eigenen Teams vor Ort verstärkt und so die Ricola Organisation weiter ausgebaut. Dies erlaubt uns, lokalen Partnern einen massgeschneiderten Support anzubieten und die Reichweite in den Märkten zu steigern", sagt Felix Richterich, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Verwaltungsratspräsident von Ricola, und ergänzt: "Durch die Nähe zu den Märkten verstehen wir zudem die Bedürfnisse des Handels und der Konsumenten besser und können rascher darauf eingehen."

Auch in Zukunft wird Ricola auf eine stärkere Marktdurchdringung in den Schlüsselmärkten und eine erhöhte Selbstbestimmung im Vertrieb abzielen. So wird sich das Unternehmen im wichtigen deutschen Absatzmarkt neu aufstellen: Ab 1. Januar 2019 wird sich Ricola am Vertriebs-Joint-Venture CFP Brands als gleichwertige Partnerin von Perfetti van Melle und Fisherman's Friend beteiligen. Das Joint Venture CFP Brands bündelt starke und innovative Marken unter einem Dach und bringt diese gemeinsam auf den deutschen Markt. Die Kräuterbonbons von Ricola werden ab 2019 das bestehende Produktportfolio ergänzen.

Neue Photovoltaik-Anlage für das Kräuterzentrum in Laufen

Die nachhaltige Entwicklung ist bei Ricola bereits seit Jahrzehnten ein wichtiges Thema. Die Nachhaltigkeitsstrategie deckt sämtliche Bereiche des Unternehmens ab und gibt laufend neue Ziele und Massnahmen vor.

Mit der Fertigstellung und Inbetriebnahme der Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Kräuterzentrums in Laufen erreichte Ricola einen weiteren Meilenstein der nachhaltigen Entwicklung. Die 815 Quadratmeter grosse Anlage versorgt das Kräuterzentrum mit Strom und deckt rund die Hälfte von dessen Energiebedarf ab.

Ricolab: Das Innovationslabor von Ricola

Als Ergänzung zur eigenen Innovationsabteilung hat Ricola Ende 2016 das eigenständige Tochterunternehmen Ricolab ins Leben gerufen. Ricolab testet Geschäftsfelder, die in Zukunft interessant werden könnten, und erarbeitet das Wissen über Trends, Technologien und Geschäftsmodelle. Dabei entwickelt das Zukunftslabor Prototypen für neue Produkte, welche Natur und Technologie vereinen, und testet diese mit potentiellen Kundinnen und Kunden. Im Jahr 2017 wurden drei Prototypen entwickelt und zwar in den Bereichen nachhaltige Lieferketten, Natur in der virtuellen Realität im Gesundheitsbereich sowie Kräuterprodukte zur Stressbewältigung.

Das Ricolab wurde von Eva Richterich initiiert, die auch das interdisziplinäre vierköpfige Expertenteam führt. Die Cousine von Ricola-Verwaltungsratspräsident und CEO Felix Richterich ist zudem Vizepräsidentin des Verwaltungsrats der Ricola AG. Sie stellt damit sicher, dass die langfristige Strategie des Ricolabs mit dem Mutterunternehmen abgestimmt ist.

Raphael Richterich neu im Verwaltungsrat

Raphael Richterich, der bisherige Chief Marketing Officer von Ricola, wird im Mai 2018 neu als Mitglied in den Verwaltungsrat der Ricola AG einsteigen. Der 34-jährige Ökonom wird dort seine Erfahrungen der vergangenen fünf Jahre in verschiedenen operativen Führungspositionen im Unternehmen einbringen und die Weiterentwicklung der Marke Ricola strategisch begleiten. "Die Einbindung der vierten Generation in den Verwaltungsrat entspricht der Absicht der Inhaberfamilie und ist Ausdruck ihres Bekenntnisses zur Kontinuität von Ricola", 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 2017 betrug der Umsatz der Gruppe 324.9 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/100005111/100815638 abgerufen werden.