



PRESSEMITTEILUNG

Für vitalisierende Umsätze: Ricola erfrischt mit der neuen Sorte „Eukalyptus Kirsche“ jedes Bonbonregal!

Eukalyptus trifft Schweizer Kirsche: Ab September 2022 - rechtzeitig zu Beginn der Erkältungssaison - sorgt Konsumentenliebling und Bonbon-Marktführer Ricola mit der neuen Variante Eukalyptus Kirsche für erfrischend-fruchtige Zusatzumsätze. Der Launch der neuen Sorte wird medienstark begleitet und besonders reichweitenstark von Januar bis März 2023 unterstützt. Das neue zuckerfreie Bonbon kombiniert die 13 Schweizer Alpenkräuter mit mild aromatischem und ätherischem Eukalyptusöl sowie der fruchtigen Süße reifer Schweizer Kirschen. So sorgt das Bonbon für ein wohltuendes und erfrischend-fruchtiges Geschmackserlebnis und echtes Wachstum im größten Hustenbonbon-Segment „Eukalyptus“¹.

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, 04. August 2022: Der Erfolg der neuen Ricola Sorte Eukalyptus Kirsche, die ab September an den Handel ausgeliefert wird, scheint vorprogrammiert, denn Ricola entwickelt und stärkt Segmente! Das zeigen die Ricola



Neuprodukte der letzten Jahre eindrucksvoll: So wuchs bspw. durch den Launch von Ricola Ingwer Orangeminze das Trend-Segment der Ingwer-Bonbons um 20%².

Starke Produktideen werden stark unterstützt: Damit Umsätze sprichwörtlich „vitalisierend“ wirken, setzt Ricola auf einen starken Kommunikationsmix mit mehr als 500 Millionen Kontakten ab September. Zu einer nationalen TV-Kampagne mit reichweiten-starken Sendermix, 100% Aufmerksamkeit in digitalen Kanälen wie YouTube, Facebook und Instagram, PR in relevanten Publikumsmedien, Deutschlandweites Sampling sowie aufmerksamkeitsstarke POS-Displays sorgen für Erstkäufe und Neuverwender.

Die neue Sorte des berühmten Schweizer Kräuterbonbonherstellers punktet bei Konsumenten mit der beliebten und wohltuenden Mischung aus 13 Schweizer Alpenkräutern in Kombination mit naturreinem Eukalyptus-Öl sowie der fruchtigen Süße reifer Schweizer Kirschen und dem Verzicht auf Zucker (gesüßt wird mit Steviolglycosiden aus der Stevia Pflanze). Der sog. Trial Index³ bescheinigt der neuen Sorte Erstkäufe, die deutlich über der Norm liegen. Eukalyptus Kirsche wird als „relevant“, „glaubwürdig“ und vor allem „einzigartig“ wahrgenommen. Der sog. Repeat Index³ bescheinigt zudem, dass die Rezeptur Erwartungen der Konsumenten „übertrifft“ und sich durch „ein hohes Maß an Differenzierung und Relevanz“ auszeichnet.

Jetzt ordern und vitalisiert profitieren!

Die von Natur aus laktose- und glutenfreien Ricola Eukalyptus Kirsche Bonbons gibt es in den zwei erfolgreichen und praktischen Verpackungsformaten, dem 75g Beutel und dem 50g Böxli.

UVP 75g Beutel: 2,19€⁴

UVP 50g Böxli: 1,99€⁴

www.ricola.de



Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerin der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 50 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 über 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.

¹Quelle: IRi Trade Panel, LEH ohne Discounter, Hals- und Hustenbonbons, Umsatz in T€, MAT März 2022.

²Quelle: IRi Trade Panel, LEH ohne Discounter, Hals- und Hustenbonbons, Umsatz in T€, FY2019, FY2020, FY 2021

³Quelle: IPSO, interner Konzept-Test 08.2021 und Produkt-Test 04.2022

⁴UVP = unverbindliche Preisempfehlung – die Konsumentenpreise liegen im alleinigen Ermessen des Handels