



PRESSEMITTEILUNG

Ricola stellt sich neu auf: Mit eigenem Apothekenaußendienst zum Marktführer in Apotheken

Düsseldorf, 10. Januar 2023: Mit dem Ende der Erkältungssaison endet am 31. März 2023 in beiderseitigem Übereinkommen auch die Kooperation zwischen dem Vertriebs-Joint-Venture CFP Brands und dem Pharmaunternehmen Queisser Pharma. Stattdessen wird der Apothekenvertrieb der Ricola Hals- und Hustenbonbons in Zukunft vom eigenen Ricola Apothekenaußendienst in Kooperation mit Marvecs übernommen.

Dies ist kein Aprilscherz, denn ab dem 1. April 2023 wird die eigene, neue Ricola-Vertriebsmannschaft den Apotheken-Kanal national betreuen. Das beinhaltet eigene Key-Account-Manager und einen nationalen Ricola Apothekenaußendienst, der die stationären Apotheken mit ihren Apothekern und PTA sowie Online-Apotheken, den Apotheken-Großhandel und Apotheken-Kooperativen besser, umfassender und zielführender betreuen kann. „Wir freuen uns sehr, den Ricola Apothekenaußendienst und die weitere Apotheken-Vertriebsmannschaft organisieren zu können. Unser Ziel ist es, dem Anspruch von Ricola entgegenzukommen und Ricola langfristig zum Marktführer im Segment Hustenbonbons im Apothekenkanal zu entwickeln. Damit uns dies gelingt, werden wir unser Team vom Start an mit dem sehr erfahrenen Vertriebsexperten Dr. Thomas Biegert, der sowohl die Marke Ricola als auch die Bedürfnisse der deutschen Apothekenlandschaft aus seiner Zeit als Sales Director bei der Klosterfrau Vertriebsgesellschaft exzellent kennt, verstärken“, sagt Katrin Wenzler, Geschäftsführerin bei Marvecs.

Die Covid-19 Pandemie und die damit ausgebliebene Erkältungssaison 2020/21 haben auch bei Ricola für starke Absatzrückgänge, insbesondere im Apothekenkanal gesorgt. Da viele Leute nicht gehustet haben, kauften sie auch keine Hustenbonbons. Zudem wurde auch die Präsenz von Ricola-Produkten innerhalb der Apotheken zum Beispiel auf HV-Tischen und Dauerweitplatzierungen eingeschränkt. „Unsere Bonbons sind ein Impulsprodukt. Sehen heißt kaufen“, so Ronny Lindstädt, Marketing Director von Ricola bei CFP Brands. „Ganze 79 % der Apothekenkäufe von Hustenbonbons sind Impulskäufe. Aus diesem Grund ist es enorm wichtig, dass unsere Produkte in den Apotheken gut sichtbar platziert sind. Denn was man nicht sieht, kann man nicht kaufen“, ergänzt Lindstädt.

Das Schweizer Familienunternehmen, das schon seit 1940 auf die Herstellung von Hals- und Hustenbonbons spezialisiert ist, möchte die Marke erstmals mit einer eigenen Ricola-

Kontakt:
CFP Brands
Süßwarenhandels GmbH & Co. KG
Kaistraße 5
40221 Düsseldorf

www.ricola.de

Pressekontakt:
P.U.N.K.T. Gesellschaft für Public Relations
mbH
Benjamin Kolthoff
Völckersstr. 44
22765 Hamburg
Telefon: +49 40 853760-0
E-Mail: bkolthoff@punkt-pr.de



Apothekenvertriebsmannschaft und einer neuen Vertriebsstrategie auch in Apotheken wieder zum Wachsen bringen.

In Kooperation mit dem auf den Apothekenmarkt fokussierten Vertriebsdienstleister Marvecs möchte Ricola die Apotheken besser, umfassender und zielgerichteter beraten als bisher. „Wir freuen uns, so ein deutliches Zeichen pro Apotheke setzen zu können und werden gemeinsam Apotheken von unseren wohltuenden Ricola-Kräuterprodukten überzeugen“, sagt Ronny Lindstädt. „Wir wollen nicht nur Marktführer im Gesamtmarkt sein, sondern auch in den Apotheken werden! Dabei ist uns wichtig, dass die Apotheken wissen und fühlen, wie wichtig sie für Ricola sind.“

Laut einer Apotheken-Studie kaufen Besucher von Apotheken funktionale Bonbons unter allen nicht verschreibungspflichtigen Produkten am häufigsten. Das zeigt zum einen die Relevanz von Apotheken für den Vertrieb von Hals- und Hustenbonbons und zum anderen das Potenzial von Ricola-Produkten für den Umsatz von Apotheken. Die neue Ricola-Vertriebsmannschaft ist also ein Win-win für Ricola und die Apotheken.

Der Wechsel wird von zielgerichteten Maßnahmen begleitet. Es wird sichergestellt, dass jede Apotheke, jeder Apotheker und PTA wissen, dass sich vorerst nur Ansprechpartner und Lieferant ändern. Neben Ricola werden auch die Fisherman's Friend Pastillen von der Ricola-Vertriebsmannschaft mit betreut.

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 Kräuteranbau 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.