



**Ricola - Natürlich an
deiner Seite, jeden Tag.**

Bern, 01. Mai 2026

Ricola









**Ricola bringt Menschen
jederzeit und überall in ihr
bestes Gefühl - mit der
natürlichen Kraft Schweizer
Alpenkräuter.**

Ricola Ursprung

- Gründer: Bäckermeister Emil Richterich aus Laufen
- 1930: Gründung der Konditorei Richterich & Compagnie
- Firmenname: Richterich und Compagnie Laufen = Ricola
- 1940 Erfindung des Ricola Kräuterzuckers





Ricola Heute



Unabhängiges Familienunternehmen



Über 630 Mitarbeitende weltweit



Alle 9 Mrd. Bonbons in der Schweiz hergestellt (2025)



In 45 Märkten weltweit präsent, Marktführer in den USA, der Schweiz, Deutschland und Frankreich



Verarbeitung von 280 Tonnen getrockneten Kräutern von rund 100 Schweizer Bergbauern pro Jahr – nach Richtlinien von Bio Suisse

Ricola

A scenic view of a mountain range with snow-capped peaks and green alpine meadows in the foreground. The text is overlaid on the image.

**Die Bonbon-Kategorie
in der Schweiz ist
stagnierend.**

Markenauftritt heute



Ricola bringt Menschen jederzeit und überall in ihr bestes Gefühl - mit der natürlichen Kraft Schweizer Alpenkräuter.

Konsummomente:

Relief

Unsere Produkte für den Alltag bei Beschwerden.

Refresh

Unsere Produkte für Momente der Klarheit, des Neuanfangs und der Erfrischung.

Renew

Unsere Produkte unterstützen Flüssigkeitszufuhr, Energie, Entspannung und das Immunsystem.

Reward

Unsere Produkte für Momente, bei denen man sich etwas Gutes gönnen möchte.

360° Kampagne am Beispiel Swiss-Ski



Die Ergebnisse sehen vielversprechend aus.

MAXIMUM VISIBILITY



Nationale Promotionen mit Zweitplatzierungen



> 2'500 Displays
(+82% vs PY)

INCREASE IN MARKET SHARE



Marktanteil in stagnierender Bonbon-Kategorie gewonnen

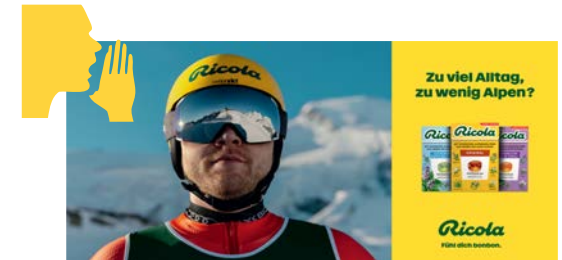


YTD P3 Marktanteil 30.5 %

MAXIMUM REACH



Eine wirkungsvolle Medienkampagne, die Swiss-Ski & Refreshment miteinander verbindet



88% Reichweite

Unsere Innovation «Drink Cubes»



Eintritt ins Segment der Erfrischungsgetränke (Renew)

Einführung einer täglichen Routine: Wasser = Trinkwürfel

1 TEASER PHASE



Influencer-Kampagne für Early Interest

2 MAIN PHASE



„Big Bang“-Kampagne in zwei Phasen zur Maximierung der Bekanntheit mit hoher Reichweite

3 ONGOING PHASE



100 Brunnen bis zum 100. Geburtstag von Ricola sanieren

Sich den Bereich „Trinkwasser“ sichern, um eine Routine zu etablieren

Ricola

**May the mighty alpine
spirit be with us.**

[The main body of the page contains faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the paper.]