

MEDIENMITTEILUNG

Ricola seit 85 Jahren auf solidem Wachstumskurs

Laufen, 24. Mai 2016 – Das Schweizer Familienunternehmen Ricola verzeichnet für das Jahr 2015 einen Nettoumsatz von 294.7 Millionen Schweizer Franken. Aufgrund der Währungsentwicklung beim Schweizer Franken bedeutet dies einen leichten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr, währungsbereinigt ergab sich allerdings ein Plus um erfreuliche 2.4 Prozent.

Die mit dem Nationalbankentscheid verbundene abrupte Aufwertung des Schweizer Frankens im Vergleich zum Euro und anderen Währungen Anfang Jahr bekam auch Ricola zu spüren. «Als stark exportorientiertes Unternehmen erwirtschaftet Ricola über 90 Prozent ihres Gesamtumsatzes im Ausland. Somit traf uns der Frankenschock heftig, aber nicht unvorbereitet», resümiert Felix Richterich, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Verwaltungsratspräsident von Ricola. Der Konzernumsatz betrug 2015 konsolidiert 294.7 Millionen Schweizer Franken. Nach Abzug des Umsatzanteils der Disch AG, welche im Mai 2015 aus strategischen Gesichtspunkten veräussert wurde, ergibt sich in Schweizer Franken aufgrund des widrigen Währungsumfelds im Vergleich zum Vorjahr ein Umsatzminus von 2.1 Prozent. In Lokalwährungen hat der Nettoumsatz jedoch um 2.4 Prozent zugelegt.

Dieses insgesamt positive Geschäftsergebnis wurde vor allem durch die sehr gute Entwicklung in Nordamerika und den Ausbau des asiatischen Marktes begünstigt. Aufgrund der erneut sehr positiven Geschäftsentwicklung in den USA, des vielversprechenden Marktaufbaus in Mexiko und der Gründung einer Tochterfirma in Kanada hat sich im Berichtsjahr die Bedeutung der Region Nordamerika für Ricola weiter erhöht. Neben dem nordamerikanischen wird der asiatische Markt für Ricola strategisch immer wichtiger, wo 2015 ebenfalls einige ermutigende Fortschritte erzielt wurden, zum Beispiel in China. Wichtigste Region bleibt aber nach wie vor der europäische Markt, wo trotz der schwierigen Währungsverhältnisse die Marktanteile weiter ausgebaut werden konnten.

Erfolgskombination aus Altbewährtem und Innovationsgeist

Das Jahr markierte für den Schweizer Kräuterbonbonhersteller auch zwei Jubiläen: Vor 85 Jahren gründete Emil Richterich das Familienunternehmen in Laufen, zehn Jahre später erfand er den Kräuterzucker. Dieses traditionelle Kernprodukt von Ricola ist nach wie vor der grösste Verkaufsschlager und wurde weltweit im Rahmen seines 75-Jahr-Jubiläums auf originelle Art und Weise in den Fokus gerückt. Neben dem Altbewährten setzte Ricola aber auch 2015 mit neuen Produkten auf nachhaltige Innovation und führte in Westeuropa und in der Schweiz sehr erfolgreich die neue Ricola Sorte Gletscherminze ein. Keine Neueinführung im Schweizer Bonbonmarkt war in den letzten Jahren annähernd so erfolgreich, schon jetzt gehört Gletscherminze zu den beliebtesten Ricola Sorten.

Ausblick 2016: vielversprechende Produktinnovationen in der Pipeline

Auch für das laufende Jahr setzt Ricola auf ihre beiden strategischen Erfolgspfeiler Internationalisierung und Innovation. Es gibt einige äusserst erfolgsversprechende Produktentwicklungen in der Pipeline und die Präsenz in den internationalen Märkten soll weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird der Standort Laufen und damit die Swissness gestärkt. Das 2014 in Laufen eröffnete Kräuterzentrum hat sich sehr gut bewährt und auch in den Produktionsstätten wurden im letzten Jahr bedeutende Investitionen getätigt. «Wir sind stolz darauf, dass wir den Standort Laufen trotz schwierigem Währungsumfeld stärken konnten und vertrauen darauf, dass es uns die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erlauben, weiterhin in der Schweiz zu investieren.» bekräftigt 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 Firmensitz in Laufen bei Basel sowie Tochterfirmen in Europa, Asien und den USA, produziert Ricola mittlerweile gegen 60 Sorten Kräuterbonbons und Teespezialitäten. Ende 2015 betrug der Umsatz der Gruppe (erstmalig ohne Disch AG) 294.7 Millionen Schweizer Franken. Das Familienunternehmen gilt in der Schweiz als Pionierin in Sachen Kräuteraanbau 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 ein verantwortungsbewusster Arbeitgeber. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

Pressekontakt

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