



## MEDIENMITTEILUNG

### **Ricola lanciert neuen Werbespot «Breezify»**

**Laufen, 17. Oktober 2022 – Heute feiert der neue Ricola TV-Spot Premiere! «Breezify» ist die Fortsetzung der Werbekampagne mit dem Claim «Nimm einfach Ricola» und enthält alles, was Ricola ausmacht: Schweizer Alpenkräuter, wohlschmeckende Produkte und eine gute Prise Humor. Der Werbespot stammt erneut aus der Schmiede der Werbeagentur Jung von Matt in Berlin, die bereits den legendären Spot «Wer hat's erfunden?» und den weltbekannten Ricola-Jodel kreierte.**

Was tut man nicht alles, um eine ordentliche Portion Kräuterkraft zu erhalten? Gemäss dem letzten Ricola-Werbespot bestellt man sich eine «Mini Meadow» – also eine künstliche Kräuterwiese – nach Hause. Oder man lässt sich wie im neusten Clip «Breezify» von einer überdimensionierten Kräuter-Windanlage davonpusten. Dass beides nicht die erfolgversprechendsten Varianten sind, beweisen die Spots mit Nachdruck – und einer guten Prise Humor. Denn die Antwort ist viel einfacher: «Nimm einfach Ricola».

«Breezify» ist der zweite Wurf der neuen Ricola Kampagne und reiht sich nahtlos in das Storytelling des ersten Werbespots ein. Erarbeitet wurde die unterhaltsame Werbung erneut von der Werbeagentur Jung von Matt in Berlin rund um Werbeikone Jean-Remy von Matt. Mit der Kampagne zeigt Ricola einmal mehr auf, dass es eine erprobte Alternative zu so manch neuem Trend ist und ganz simpel hält, was es verspricht: Natürlich angebaute Alpenkräuter, Schweizer Qualität, und die beliebte Balance zwischen Genuss und Funktionalität.

#### **Verfeinerung der Strategie**

Der Werbeclip ist Teil der Verfeinerung der Marketingstrategie des Schweizer Traditionsunternehmens. Gemäss Thomas P. Meier, CEO von Ricola, umfasst diese alles, was das Unternehmen und die Marke Ricola ausmacht. «Die neue Werbekampagne widerspiegelt unsere Werte auf eine ganz besondere Art. Natürliche Kräuter, der unverkennbare Geschmack und der Wunsch nach einer wohltuenden Auszeit. Dass auch der zweite Spot mit einer guten Portion Humor die einfachste Lösung – nämlich den Kräutergenuss mit Ricola im Alltag – nahelegt, gefällt mir besonders. Ich freue mich auf die Reaktionen der Zuschauerinnen und Zuschauer.»

Die Kampagne startet heute in der Schweiz und wird in den kommenden Wochen in den übrigen europäischen Ländern ausgestrahlt und umfasst diverse Medien.

**Kampagnenvideo:** [Link YouTube](#)

#### **Ricola Kurzportrait**

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 45 Länder und ist weltweit bekannt für beste Schweizer Qualität. 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 umweltschonenden Anbau. Ricola hat mit knapp 100 Bauern aus dem Schweizer Berggebiet fixe Abnahmeverträge geschlossen. Ricola bekennt sich zu einer

wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung und ist eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

## **Medienkontakt**

### **Ricola Group AG**

Unternehmenskommunikation

Baselstrasse 31

4242 Laufen

Tel. +41 (0)61 765 41 21

[media@ricola.com](mailto:media@ricola.com)