

PRESSEMITTEILUNG

Ganz nah am Konsumenten: Ricola erneut mit Siegel für „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche“ ausgezeichnet.

Umfragen zeigen: Kunden kaufen vor allem, wenn sie Vertrauen haben und ihre Wünsche erfüllt werden. Erneut wird dies der Schweizer Bonbonherstellerin Ricola durch die wiederholte Auszeichnung mit dem Siegel für „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche“¹ aus Sicht der Konsumenten bestätigt.

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, 21. Februar 2022: Keine Bonbonmarke im deutschen Markt, erfüllt die Kundenwünsche besser als Ricola. Mit weitem Abstand führt Marktführer Ricola erneut das Ranking an. Gerade erst als „Unternehmen des Jahres 2022“² ausgezeichnet, erhält Ricola mit dem Deutschlandtest-Siegel für „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche“ die nächste Auszeichnung.

Ronny Lindstädt, Marketing Director Ricola bei CFP-Brands zeigt sich hocherfreut: „Wir erhalten dieses Siegel bereits seit mehreren Jahren in Folge. Das macht jeden einzelnen Ricola Mitarbeitenden ganz besonders stolz. Denn wir alle – vom Ricola Kräuterbauern bis zum Geschäftsführer - arbeiten täglich daran höchste Produktqualität zu gewährleisten, leckere und wohltuende Kräuterbonbons herzustellen und die Wünsche und Anliegen der vielen Millionen Ricola Fans auf der ganzen Welt zu verstehen und zu erfüllen.“ Auch Dank der sozialen Medien sind in Deutschland Marke und Konsument im direkten Austausch. Die Konsumentenbegeisterung zeigt sich beispielsweise an den stets hohen Teilnehmerzahlen und positiven Rückmeldungen



bei durchgeführten Produkttests. „Das sehr hohe Interesse an unseren natürlichen, nachhaltigen und vitalisierenden Kräuterbonbons und das direkte, persönliche Feedback hilft uns ungemein, die Wünsche und Vorlieben der Konsumenten immer noch ein Stück weit besser zu verstehen und darauf einzugehen.“, so Lindstädt.

17.000 Unternehmen wurden bei der Deutschlandtest Studie untersucht. Die jetzt vorliegende Studie vom Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) bündelt die Top-Anbieter aus 300 Branchen und stellte die Frage: Was müssen Unternehmen und Marken leisten, damit sich die Kunden für den Wiederkauf oder die erneute Nutzung einer Dienstleistung entscheiden? Drei Stellschrauben wurden dafür definiert: die Sichtbarkeit (Gewichtung 20 Prozent), die Informationsabdeckung (40 Prozent) und die Leistungserfüllung (40 Prozent).

Methodik der Studie:

Die Datenerhebung erfolgte zweistufig. Im ersten Schritt wurden sämtliche Texte, die vorab definierte Suchbegriffe enthalten, aus dem Internet geladen und in einer Datenbank erfasst. Daraus ergab sich ein Quellenset mit Zehntausenden Online-Nachrichten und mehreren Millionen Social-Media-Adressen (durchgeführt von Ubermetrics Technologies, Berlin). In der zweiten Stufe wurden die Stimmen ausgewertet. Dabei wurden die Daten in Textfragmente aufgesplittet und mittels künstlicher Intelligenz in drei Stufen analysiert: Welches Unternehmen beziehungsweise welche Marke wird erwähnt? Welches Thema wird besprochen? Welche Tonalität weist das Textfragment auf? Jedes Textfragment wurde danach den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet (durchgeführt von Beck et al. Services, München). Die gewichteten Ergebnisse der drei Kategorien Sichtbarkeit, Leistungserfüllung und Informationsabdeckung wurden anschließend zu einem Gesamtwert verrechnet. Die erreichte Gesamtpunktzahl wurde für jede Branche normiert. Der Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzt damit die Referenz für alle anderen untersuchten Marken der Branche. Die Auszeichnung „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche“ erhalten Unternehmen und Marken, die mindestens 75 Punkte in der Gesamtwertung erreicht haben.

¹ Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) im Auftrag von DEUTSCHLAND TEST

² Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) im Auftrag von DEUTSCHLAND TEST



Ricola Kurzportrait

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerin der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als 45 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 knapp 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.