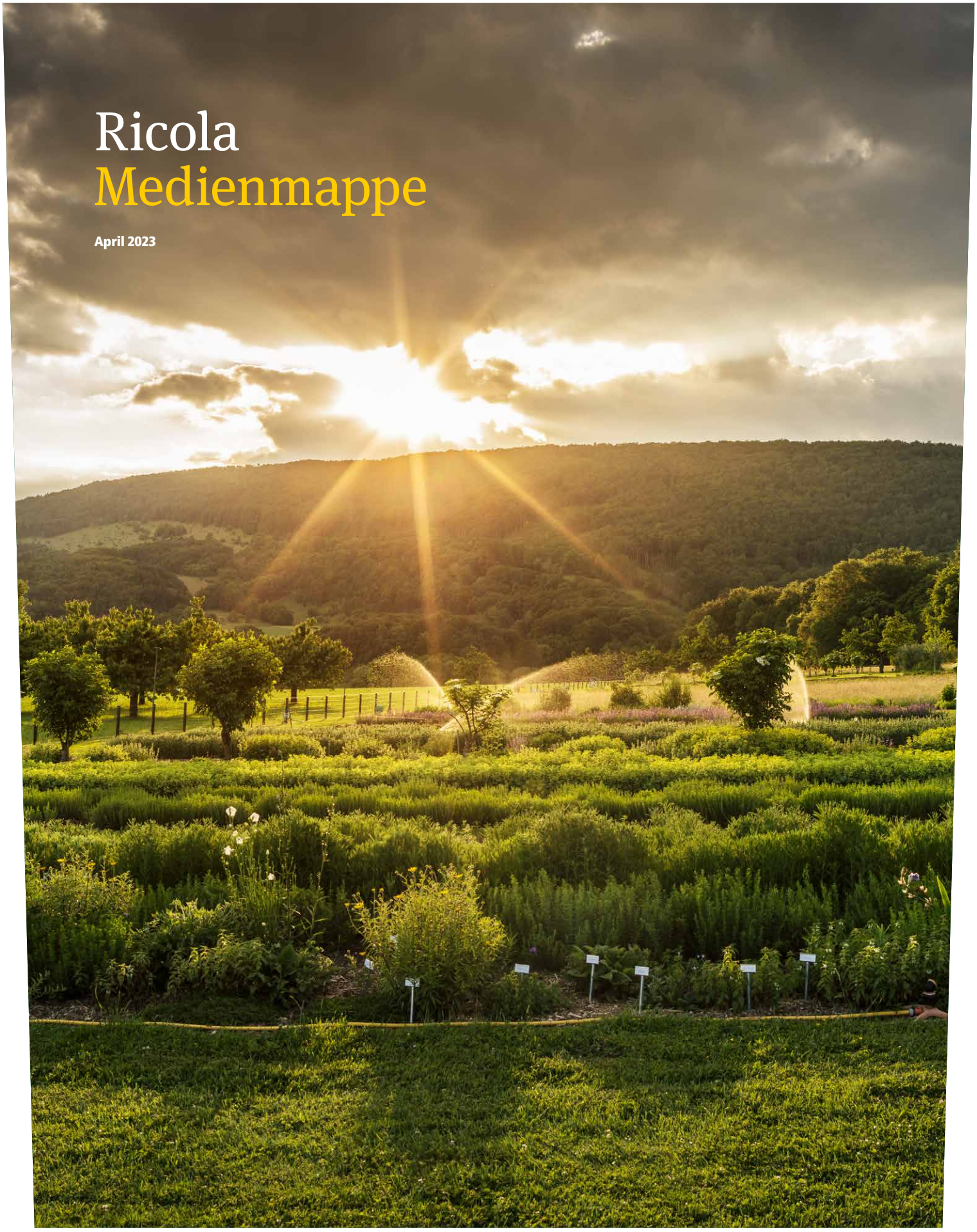
Ricola
Medienmappe

April 2023



Zahlen und Fakten 3
Ricola in Kürze 4
Ricola Werte 8
Unternehmen und Organisation 9
Meilensteine der Firmengeschichte 12
Produkte von Ricola 14
Kräutergewinnung 17
Produktion 19
Innovation 20
Nachhaltigkeit 21
Kunst und Architektur 24

Zahlen und Fakten

1930

Aus der Confiserie Richterich von 1930 ist eine weltbekannte Marke geworden. Auch heute ist Ricola noch ein Familienbetrieb, in dem bereits die 4. Generation der Eigentümerfamilie aktiv ist.



Heute sind über 500 Mitarbeitende weltweit für Ricola tätig, davon 430 in der Schweiz.

50

Ricola bietet ungefähr 50 verschiedene Produkte auf dem Weltmarkt an, darunter auch Teespezialitäten. Laufend kommen neue hinzu.



In 45 Ländern schätzt man die Ricola-Produkte. Die umsatzstärksten Märkte sind die USA, Deutschland, Frankreich, Italien und die Schweiz.

1

Sämtliche Ricola-Kräuterspezialitäten werden im Werk in Laufen in der Schweiz hergestellt.



7 Milliarden wohlschmeckende Bonbons produziert Ricola jährlich. Das sind rund 35‘000 pro Minute.



90% der Ricola-Produkte gehen in den Export.



Alle Ricola-Produkte enthalten die traditionelle Ricola-Kräutermischung.



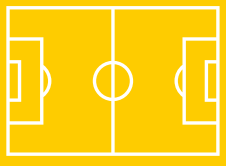
In ihren Produkten verarbeitet Ricola jährlich 1‘400 Tonnen frischer Kräuter.



Die Ricola-Kräuter gedeihen in fünf sorgfältig ausgewählten Regionen der Schweiz im Wallis, Puschlav, Emmental, in der Zentralschweiz und am Jurasüdfuss.



Ungefähr 85 Schweizer Bergbauern pflanzen und pflegen die Kräuter für Ricola naturgemäss entsprechend den Standards von Bio Suisse.



Die Kräuter für die Ricola-Produkte gedeihen auf einer Fläche, die 124 Fussballfeldern entspricht.

Unternehmen und Organisation

UNTERNEHMENSSTRATEGIE

Ricola ist die weltweit führende Marke für hochwertige Kräuterbonbons. In diesen Produkten verbinden sich Geschmack und Funktionalität in optimaler Weise, um zum Wohlbefinden der Konsumentinnen und Konsumenten beizutragen. Am wichtigsten ist Ricola die Qualität der verwendeten Rohstoffe sowie deren sorgfältige Weiterverarbeitung zu den verschiedenen Kräuterspezialitäten. Der Kräuteranbau erfolgt nach naturgemässen Grundsätzen im Schweizer Berggebiet gemäss den Standards von Bio Suisse.

INNOVATION

Ricola entwickelt neue Produkte, um sich ändernde Konsumentenbedürfnisse abzudecken. Bestehende Angebote werden kontinuierlich angepasst. Dabei bleibt das Unternehmen seinem Kernprodukt, dem Kräuterbonbon, treu, schafft jedoch einen Mehrwert für die Konsumentinnen und Konsumenten.

MARKTDURCHDRINGUNG UND EXPANSION

Viele Menschen sollen häufig die Möglichkeit haben, Produkte von Ricola zu konsumieren. Dazu optimiert das Unternehmen sein Sortiment, die Preisgestaltung und sucht weltweit die Nähe zu den Konsumentinnen und Konsumenten. Sein Wachstum richtet es gezielt an neuen strategischen Märkten aus. Gleichzeitig erschliesst Ricola selektiv neue Nischen- und Schwellenmärkte und bringt den Genuss natürlicher Schweizer Alpenkräuter zu allen Menschen, an alle Orte, an allen Tagen.

MARKE

Ricola positioniert und differenziert ihre Marke konsequent. Deren Grundpfeiler bleiben jedoch bestehen: Kräuter, die optimale Balance von Funktionalität und Geschmack sowie die Schweizer Herkunft.

PRODUKTION

Ricola sorgt für wettbewerbsfähige und nachhaltige Prozesse an den Produktionsstandorten. Die Herstellung der Bonbons geschieht in der Schweiz. Dienstleistungen rund um das Abpacken und die Logistik übernimmt das Traditionsunternehmen entweder selbst oder führt sie in den Märkten aus, sofern dies qualitativ machbar sowie ökologisch und wirtschaftlich sinnvoll ist.

MENSCHEN

Ricola investiert in ihre Mitarbeitenden und sorgt so dafür, dass diese ihre Fähigkeiten kontinuierlich weiterentwickeln. Zudem schafft Ricola ein geeignetes Umfeld, das eine engagierte Zusammenarbeit ermöglicht.


«Wir sind Ricola. Wir möchten einen
Beitrag leisten für eine Welt, in
der man gerne lebt – und arbeitet.
Achtsamkeit, Respekt und Ver-
antwortung sind uns wichtig,
im Umgang mit der Natur ebenso
wie im täglichen Miteinander.»

Unternehmen und Organisation

DIE BESITZERFAMILIE RICHTERICH

Der Bäckermeister Emil Richterich begründet die Ricola, als er 1930 in seinem Geburtsort Laufen die Firma Richterich und Co. Laufen ins Leben ruft. Nach dem Tod von Gründer Emil Richterich 1979 führen dessen Söhne Hans Peter und Alfred Richterich das Unternehmen in der zweiten Generation weiter.

Anfang der 1990er-Jahre übernimmt Felix Richterich, Sohn von Hans Peter Richterich und Vertreter der dritten Familiengeneration, die operative Leitung von Ricola. 2012 wird er zum Verwaltungsratspräsidenten ernannt. Seit 1. Mai 2019 konzentriert sich Felix Richterich auf das Verwaltungsratspräsidium und steuert die Ricola Group AG aus strategischer Sicht.

Von 2014 bis Ende 2018 ist seine Cousine Eva Richterich, Tochter von Alfred Richterich, als Vizepräsidentin des Verwaltungsrates von Ricola tätig. Mit ihrem Eintritt in die Geschäftsleitung der Ricola Group AG scheidet Eva Richterich Ende 2018 aus dem Verwaltungsrat aus. Auf Ende 2020 verlässt Eva Richterich das Group Management und widmet sich ihrer strategischen Rolle als Verwaltungsrätin der Ricola Familienholding AG.

Nach einigen Jahren in der operativen Führung wird Raphael Richterich, der Sohn von Felix Richterich und Vertreter der vierten Familiengeneration, 2018 in den Verwaltungsrat der Ricola Group AG gewählt, deren Vizepräsidium er 2019 übernimmt.

Die Interessen der Familienaktionäre und die Eignerstrategie werden heute von der Ricola Familienholding AG, Muttergesellschaft der Ricola Group AG, wahrgenommen. Sie überwacht zudem die Vermögensverwaltung und koordiniert die nicht-kommerziellen Aktivitäten der Familie.

Im Verwaltungsrat der Familienholding sind folgende Personen vertreten:
– Dr. Lukas Richterich **Präsident des Verwaltungsrates**
– Felix Richterich **Vizepräsident des Verwaltungsrates**
– Ursula Richterich **Mitglied**
– Eva Richterich **Mitglied**
– Markus Richterich **Mitglied**
– Raphael Richterich **Mitglied**







1 Emil Richterich
2 Städtchen Laufen
3 Alte Kocherei

Unternehmen und Organisation

VERWALTUNGSRAT RICOLA GROUP AG

Der Verwaltungsrat der Ricola Group AG legt die Strategien von Ricola fest, überwacht die operative Gesellschaft sowie sämtliche Tochterfirmen und ist Sparring Partner für das Group Management. Das Gremium setzt sich wie folgt zusammen:

Felix Richterich
Präsident des Verwaltungsrates

Raphael Richterich
Vizepräsident des Verwaltungsrates

Rudolf Kurt Blatter
Mitglied

Douglas Günthardt
Mitglied

Diana Monika Strebel
Mitglied

GESCHÄFTSLEITUNG RICOLA GROUP AG

Das Management der Ricola Group AG verantwortet das operative Geschäft von Ricola. Darin sind folgende Personen engagiert:

Thomas Patrick Meier
Chief Executive Officer, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Dr. Martin Messerli
Chief Operating Officer, Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung

Stefan Boenders
Chief Financial Officer

Evelyne Landolt
Chief Product Officer

René Schori
Chief Human Resources Officer

Anton Humbel
Region Switzerland-Southern Europe-Travel Retail

Frédéric Pirard
Region Northwest and Central Europe

William Higgins
Americas & UK

Patrik Hänggi
Corporate Secretariat

Ricola Werte

Ricola ist eine zuverlässige Markenherstellerin hochwertiger Schweizer Kräuterspezialitäten, die einen unbestrittenen Ruf und ein hohes Vertrauen in den Märkten geniesst. Diese Positionierung gründet auf klaren Grundwerten, die jederzeit Orientierung und Halt geben. Sie unterstützen sowohl das Management als auch alle Mitarbeitenden von Ricola in ihrer täglichen Arbeit und helfen bei der Entscheidfindung.

Wir schätzen die Wurzeln von Ricola
Und schöpfen daraus Inspiration für die Zukunft.

Integrität ist unser Fundament
Wir setzen auf starke Prinzipien, welche auf Ehrlichkeit, Ethik und Vertrauen beruhen.

Wir stellen Menschen in den Mittelpunkt
Menschen kommen bei uns zuerst: Konsumenten, Mitarbeitende und Partner.

Wir schreiten mit unternehmerischem Geist voran
Wir sind mutige Fachkräfte in allem, was wir tun.

Leistung ist uns wichtig
Erfolg spornt uns an. Wir fordern uns gegenseitig in einer offenen und vertrauensvollen Kultur heraus.

Verantwortung und Nachhaltigkeit liegen in unserer Natur
Wir verbessern unsere Umwelt und bereichern die Gemeinschaften, in denen wir uns bewegen.

Ricola in Kürze

Ricola ist eine der innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Familienunternehmen exportiert ungefähr 50 verschiedene Kräuterspezialitäten in 45 Länder in Europa, Asien und Amerika. Alle Produkte werden in der Schweiz hergestellt. Ricola will mit dem Besten aus Schweizer Kräutern einen Beitrag zum Wohlbefinden der Konsumentinnen und Konsumenten leisten.

ORGANISATION

Gründung 1930 durch Emil Richterich
Verwaltungsratspräsident Felix Richterich
Vorsitzender der Geschäftsleitung Thomas P. Meier
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Über 500, davon 430 in der Schweiz
Hauptsitz der Ricola Group AG Laufen, Schweiz

TOCHTERGESELLSCHAFTEN

– Ricola Schweiz AG **(Schweiz, Laufen)**
– Ricola Europe SA **(Frankreich, Mulhouse-Brunnstatt)**
– Ricola UK Ltd. **(Grossbritannien, Melton Mowbray)**
– Ricola Deutschland GmbH;
Joint Venture CFP Brands **(Deutschland, Bonn)**
– Divita S.r.L. **(Italien, Gallarate)**
– Ricola USA Inc. **(USA, Parsippany)**
– Ricola Canada Inc. **(Kanada, Toronto)**
– Ricola Trading **(Shanghai)** Ltd. **(China, Shanghai)**
– Ricola **(Asia Pacific)** Ltd. **(Hong Kong)**
– Ricola Asia Pacific Pte. Ltd. **(Singapur)**

13 KRÄUTER: GRUNDSTEIN DES ERFOLGS

Zehn Jahre nach der Gründung des Unternehmens legte Emil Richterich den Grundstein für den weltweiten Erfolg von Ricola: 1940 mischte er erstmals die streng geheime Rezeptur für das Ricola Original, den Kräuterzucker mit den 13 Ricola-Kräutern. Bis heute ist sie nahezu unverändert die Basis für die Ricola-Bonbons.

Die Grundpfeiler der Marke sind seit der Erfindung des Original Kräuterzuckers die gleichen geblieben: die Kräuter aus naturgemässem Anbau, die optimale Balance von Funktionalität und Genuss sowie die Schweizer Herkunft.

KOMPROMISSLOSE QUALITÄTSANSPRÜCHE

Bei Ricola bildet Qualität die Grundlage für alle Unternehmensentscheide. Grossen Wert legt die Bonbonproduzentin insbesondere auf ausgezeichnete Rohstoffe sowie deren sorgfältige Verarbeitung zu den verschiedenen Kräuterspezialitäten. Daher lässt Ricola die verwendeten Kräuter von Schweizer Bergbauern nach naturgemässen Grundsätzen entsprechend den Standards von Bio Suisse anbauen und ernten.

NACHHALTIGKEIT IM ZENTRUM

Verantwortungsvolles Denken und Handeln ist Teil des «genetischen Codes» von Ricola. Deshalb ist der Erfolg des Familienunternehmens zugleich Motivation, eine nachhaltige Zukunft vorzuleben. Ricolas Verständnis von Nachhaltigkeit umfasst dabei sowohl die Natur, den Menschen als auch die Art, wie das Unternehmen wirtschaftet.

Meilensteine der Firmengeschichte



1930

Gründung des Confiserie-Geschäfts Richterich & Compagnie durch Emil Richterich in Laufen und Beginn der Herstellung von Bonbons.

1946

Aus den Anfangssilben von Richterich & Co. Laufen entsteht der Name Ricola.

ab 1960

Beginn des Exports in europäische Länder. Der Ricola Kräuterzucker wird immer beliebter.



1940

Entstehung der 13-Kräuter-mischung: Die geheime Rezeptur für den Original Kräuterzucker bleibt bis heute nahezu unverändert.

1950

Wegen grosser Nachfrage wird die Produktion an einen neuen Standort ausserhalb des Zentrums von Laufen verlagert.



ab 1970

Expansion nach Japan, Hongkong, Singapur und in die USA.
Neue Kräuterspezialitäten, Tees und Kräuterperlen kommen auf den Markt.

1985

Beginn der Zusammenarbeit mit Schweizer Bauern und des systematischen naturgemässen Kräuteranbaus.

1967

Ricola wird zur Aktiengesellschaft.
Eine neue vollautomatische Produktionsstätte geht in Betrieb.



1973

Nach dem Tod des Gründers Emil Richterich führen die Söhne Hans Peter und Alfred Richterich das Unternehmen weiter.

1990

Felix Richterich übernimmt in dritter Generation die operative Führung des Unternehmens.

1993

Die Konfektionierung der Bonbons für den europäischen Markt findet neu im französischen Mulhouse-Brunstatt statt.

–

Der Ricola-Jodel «Riicolaa» wird geboren und geht in der Fernseh- und Radiowerbung um die Welt.





2006

Inbetriebnahme einer neuen, hochmodernen Bonbonfabrik in Laufen. Launch von Pastillen, Kaugummis und Kräutertees

–

Gründung von Tochtergesellschaften in Italien, Hongkong und Grossbritannien

1998

Der erste Spot der ikonischen Werbekampagne «Wer hat's erfunden?» wird ausgestrahlt.



2010

Die Ricola Foundation wird ins Leben gerufen und fördert fortan Projekte, die einen Bezug zu Natur und Kultur haben.

Ricola Foundation
Nature & Culture



2014

Eröffnung des Kräuterzentrums in Laufen, wo zukünftig alle Kräuter verarbeitet werden

2015

Gründung der Tochtergesellschaft in Kanada

2016

Ricolab wird gegründet und erarbeitet das Wissen über Trends, Technologien und Geschäftsmodelle, welche Natur und Technologie vereinen

2019

Gründung der Tochtergesellschaft Ricola Trading Ltd in China (Shanghai)

–

Ricola beteiligt sich am deutschen Vertriebs-Joint-Venture CFP Brands

–

Thomas P. Meier übernimmt als neuer CEO die operative Führung von Ricola. Felix Richterich konzentriert sich auf das Verwaltungsratspräsidium.





2023

Ricola eröffnet den ersten Erlebnisshop der Schweiz

–

Im Mai öffnet der erste Ricola Erlebnisshop der Schweiz in Laufen seine Türen, unweit der damaligen Confiserie und ganz in der Nähe der Wurzeln von Ricola.

Produkte

SORTIMENT UND MÄRKTE

Ricola entwickelt und vergrössert ihr Sortiment kontinuierlich, um die Kundenbedürfnisse zu befriedigen. Jedes Jahr führt das Unternehmen neue Kräuterspezialitäten ein.
Die Vielfalt der Produkte reicht von zuckerhaltigen und zuckerfreien Kräuterbonbons bis hin zu Kräuterspezialitäten und Tees.

Aktuell umfasst das Sortiment ungefähr 50 Hartbonbons in verschiedenen Grössen und Formen, gefüllte Bonbons in verschiedensten Verpackungen, Kräuterperlen sowie Instant- und Beuteltees.

Das weltweit erfolgreichste Produkt ist nach wie vor der Ricola Original Schweizer Kräuterzucker. Aber auch Geschmacksrichtungen wie Zitronenmelisse oder Holunderblüten erfreuen sich grosser Beliebtheit. Das Sortiment von Ricola bietet für jeden Geschmack etwas:
Ob mit Kräuter-, Minze- oder Fruchtaroma, alle Produkte enthalten die traditionelle Mischung aus Schweizer Bergkräutern.



VON LAUFEN IN DIE WELT

Sieben Milliarden Bonbons verlassen jedes Jahr die Produktion in Laufen.
Rund 90 Prozent davon exportiert Ricola in 45 Länder.

Im Heimatmarkt Schweiz sowie in anderen relevanten Märkten wie in den USA, Frankreich, Deutschland, Italien, Hongkong oder Singapur nehmen die Ricola Kräuterspezialitäten jeweils Leaderpositionen ein.

Kräutergewinnung

KRÄUTER AUS DEN SCHWEIZER BERGEN

Im Jahr 1940 mischte Ricola-Gründer Emil Richterich zum ersten Mal die Rezeptur für den heute weltbekannten Ricola-Kräuterzucker. Seither ist die Kräutermischung in allen Ricola-Bonbons enthalten. Die Rezeptur der Kräutermischung blieb seither nahezu unverändert.



ANDORN
Familie: Lippenblütler
Blütezeit: Juli bis September
Ernte: Obere Triebe bei Aufblühen
Signatur: Vierkantiger, behaarter Stängel, rhythmische Blattanordnung
Vegetation: Trockene Wiesen, Ödland, Schutthalden



BIBERNELLE
Familie: Doldengewächs
Blütezeit: Mai bis August
Ernte: Wurzeln: März bis April und September bis Oktober
Signatur: Kräftiger Geruch nach Ziegenbock
Vegetation: Wiesen, lichte Wälder, felsige Berghänge bis auf 2000 m ü. M.



EHRENPREIS
Familie: Braunwurzgewächs
Blütezeit: Juni bis August
Ernte: Blühendes Kraut von Juni bis August
Signatur: Hellblau-violette Blüten, vitamin- und eisenhaltig
Vegetation: Lichte Wälder, Magerwiesen



EIBISCH
Familie: Malvengewächs
Blütezeit: Juli bis August
Ernte: Wurzeln: im Frühling vor Stängelaustrieb und im Herbst nach Laubfall
Herkunft: Wild: Steppenzonen Südrusslands und Kasachstans, Balkan, Italien, Spanien
Vegetation: Salzige Böden, sonnige und warme Plätze, nährstoff- und wasserreiche Lehm- oder Tonböden



FRAUENMANTEL
Familie: Rosengewächs
Blütezeit: Mai bis August
Ernte: Blätter, in der Blütezeit
Inhaltsstoffe: Hoher Gerb- und Bitterstoffgehalt
Vegetation: Schuttplätze, Waldränder, feuchte Wiesen, bis in bergige Höhen



HOLUNDER
Familie: Geissblattgewächs
Blütezeit: Mai bis Juli
Ernte: Blätter von Juni bis Juli
Vegetation: Waldränder, Waldlichtungen, Hecken



MALVE
Familie: Malvengewächs
Blütezeit: Juni bis Oktober
Ernte: Blüten von Juni bis Oktober; Blätter von Juli bis August
Signatur: Fruchtform erinnert an Käselaib, darum auch «Käslikraut» oder «Katzenkäse» genannt, auffällige violette Blüten
Vegetation: Sonnige Hänge bis ca. 1500 m. ü. M., Weg- und Zaunrand, sonnige Wiesen



PFEFFERMINZE
Familie: Lippenblütler
Blütezeit: Juli bis September
Ernte: Kraut vor der Knospenbildung von Juni bis Juli
Signatur: Ausläufer und Stängel, aus denen die kräftig grünen Blätter entspringen, sind rötlich gefärbt
Vegetation: Moorboden oder toniger Kalkboden, vegetative unterirdische Verbreitung, kein Wuchs aus Samen

Kräutergewinnung



SALBEI
Familie: Lippenblütler
Blütezeit: Juli bis September
Ernte: Blätter: während einer heissen Phase im Mai, Juni oder Juli
Signatur: Grau-grünlich, kräftige Blattadern
Vegetation: Sonnige Berghänge, vorzugsweise auf kalkhaltigen Böden



SCHAFGARBE
Familie: Korbblütler
Blütezeit: Mai bis Oktober
Ernte: Blühendes Kraut von Mai bis Oktober
Signatur: Weisse Farbe der Blüten erinnert an ein Schaffell, Stängelwuchs und Fiederblätter sind dicht vernetzt, Wurzelgeflecht lockert Terrain auf
Vegetation: Wiesen, Weg- und Feldränder, lichte Waldböden, Schutthalden



SCHLÜSSELBLUME
Familie: Primelgewächs
Blütezeit: April bis Mai
Ernte: Blüten mit Kelch von April bis Mai
Signatur: Steht in vielen Ländern unter Naturschutz und darf wild wachsend nicht gepflückt werden
Vegetation: Trockene Wiesen, Gebüsche, lichte Wälder



SPITZWEGERICH
Familie: Wegerichgewächs
Blütezeit: Mai bis September
Ernte: Ganzes Kraut in Blüte, ohne Wurzeln, von Mai bis Juni
Signatur: Vierkantiger Stängel mit Blütenkolben auf bis zu 50 cm Wuchshöhe, aus dem ringsum Staubbeutel wachsen
Vegetation: Trockene Wiesen, Wegränder



THYMIAN
Familie: Lippenblütlergewächs
Blütezeit: Mai bis Oktober
Ernte: Blühendes Kraut, von Mai bis Oktober
Vegetation: Trockener, sonniger Boden, Feldwege, Feld- und Waldränder

Kräutergewinnung

VOM ANBAU BIS ZUR ERNTE

Die Schweizer Bergkräuter – Herzstück jedes Ricola Produktes – werden an sorgfältig ausgewählten Standorten im Schweizer Berggebiet naturgemäss entsprechend den Standards von Bio Suisse angebaut.

VERTRÄGE MIT SCHWEIZER BERGBAUERN

Frische Kräuter sind empfindlich und brauchen kurze Transportwege. Deshalb baut Ricola die Kräuter in der Schweiz an und verarbeitet sie auch hier. Eine Schlüsselrolle nehmen dabei ungefähr 85 Schweizer Bergbauern im Wallis, Emmental, Puschlav, am Jurasüdfuss und in der Zentralschweiz ein, mit denen Ricola langfristige Abnahmeverträge abgeschlossen hat. Sie haben sich verpflichtet, die Kräuter naturgemäss nach den Regeln von Bio Suisse anzupflanzen und zu pflegen. Der Kräuteranbau ist für die meisten dieser Bauernfamilien eine wichtige Einkommensquelle. Als faire und zuverlässige Geschäftspartnerin schliesst Ricola fixe Abnehmerverträge über mehrere Jahre ab und bietet damit den Bauern eine hohe soziale Sicherheit. Durch ihre Initiative hat Ricola den Kräuteranbau in der Schweiz zur Erwerbsalternative für Landwirtschaftsbetriebe gemacht. Sie gilt in der Schweiz damit als Pionierin im Kräuteranbau.

GRUNDSÄTZE

Die 13 Schweizer Bergkräuter werden an sorgfältig ausgewählten Standorten im Schweizer Berggebiet entsprechend den Standards von Bio Suisse angepflanzt und gepflegt. Die bei Ricola unter Vertrag stehenden Bauern setzen beim Kräuteranbau konsequent auf natürliche Methoden, insbesondere verzichten sie auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel und Kunstdünger. Davon profitiert auch die Artenvielfalt.

Fachleute von Ricola kontrollieren und überwachen die Herstellungsbedingungen sowie die Qualität der Kräuter vom Anbau bis zur Ernte und stellen sicher, dass die Standards jederzeit eingehalten werden.

GEBIETE

Jedes Kraut hat individuelle Bedürfnisse für ein gesundes und starkes Wachstum. Deshalb ist der Anbau der Ricola-Kräuter optimal auf die unterschiedlichen Klimata, Lagen und Bodenbeschaffenheiten abgestimmt: Eher saure Böden und relativ viel Niederschlag bilden im Emmental und am Jurasüdfuss ideale Bedingungen für den Anbau von Pfefferminz. Das warme und trockene Klima im Wallis und im Puschlav mit leichten, steinreichen Böden bietet die perfekte Umgebung für Salbei oder Thymian – zum Teil auf über 1'000 Metern über dem Meer.

FELDBESTELLUNG, PFLEGE UND ERNTE

Je nach Grösse und Lage der Anbaufläche bearbeiten die Kräuterbauern den Boden mit Maschinen oder von Hand. Nachdem sie die Felder gepflügt und geeggt haben, pflanzen die Bauern ab Mitte April die Setzlinge ein. Die jungen Kräuter sind empfindlich. Um Schäden durch unerwartete Kälteeinbrüche zu vermeiden, verschiebt sich die Aussaat in höher gelegenen Anbaugebieten teilweise um mehr als einen Monat.

Die Kräuter werden nach naturgemässen Grundsätzen unter Einhaltung der Anbaurichtlinien von Bio Suisse angebaut. Durch regelmässigen Feldwechsel erhöhen die Bauern die Fruchtbarkeit des Bodens. So sorgen sie dafür, dass sowohl die Erde als auch die Pflanzen stark und gesund sind. Sie ernten die Kräuter erst dann, wenn diese den höchsten Gehalt an wertvollen Inhaltsstoffen erreicht haben.

Produktion

KRÄUTERZENTRUM: VERARBEITUNG

Nach der Ernte und dem Trocknen werden Spitzwegerich, Malve, Pfefferminze und alle anderen Kräuter zur Verarbeitung ins Kräuterzentrum in Laufen gebracht. Das sind jedes Jahr bis zu 1'400 Tonnen frische Kräuter!

Um eine gleichbleibend hohe Qualität der Rohmaterialien zu garantieren, wendet Ricola einen standardisierten Prozess an:

- Im Quarantänelager untersuchen Mitarbeitende von Ricola die Ware auf Schädlingsbefall.
- Dann kontrollieren Qualitätsprüfer, ob die angelieferten Kräuter den hohen Anforderungen hinsichtlich Frische, Farbe, Duft, Reinheit, Gehalt und Qualität der Inhaltsstoffe entsprechen.
- Erst jetzt folgt der letzte Schritt: Die Kräuter werden geschnitten, gereinigt, gemischt und anschliessend in Big Bags im Hochlager für die weitere Verarbeitung gelagert.







Ricola-Kräuterschaugärten

In der Schweiz gehörten Kräutergärten einst zum festen Bestandteil von Klosteranlagen. Mit ihren Schaugärten in Nenzlingen, auf dem Trogberg, in Kandersteg, Zermatt und Pontresina knüpft Ricola an diese Tradition an. Die Kräutergärten liegen entlang beliebter Wanderrouten und sind öffentlich zugänglich. Von Mai bis September gibt es hier die 13 Ricola-Kräuter zu bestaunen und Interessantes über den Anbau und die Kraft der Kräuter zu erfahren.

Produktion

PRODUKTION: VOM KRAUT ZUM VERKAUFSFERTIGEN BONBON











1 Nach einem eigens dafür entwickelten Verfahren gewinnt Ricola die wertvollen Aromen und Wirkstoffe aus den Kräutern und mischt diese zu einem Konzentrat.

Dieser hochkonzentrierten Lösung mengt Ricola je nach Sorte die übrigen Zutaten wie Pflanzenauszüge, Zucker oder Zuckeraustauschstoffe bei.

2 Die so entstandene Bonbonmasse wird nun gekocht.

3 Spezielle Maschinen formen anschliessend die abgekühlte Masse zu einem Strang. Daraus entstehen nach dem Schneiden Original-Kräuterzucker oder durch Prägung andere Bonbons.

4 Zum Schluss folgt das Einwickeln der Bonbons in schützendes Papier oder das Verpacken in die praktischen Boxen.

5 Nun reisen die Bonbons in die Welt.

Innovation

INNOVATION BEDEUTET FORTSCHRITT

Innovation ist eine treibende Kraft für Ricola. Die dafür eingesetzten Ressourcen sind gut investiert, denn die Entwicklung neuer Produkte, die Suche nach noch umweltverträglicheren Verpackungen oder die Erforschung alternativer Geschäftsmodelle bringen das Unternehmen weiter.

Ricola will einen Beitrag zum Wohlbefinden der Konsumentinnen und Konsumenten leisten. Aus diesem Grund richtet sich das Unternehmen bei Innovationen auch nach deren spezifischen Wünschen, berücksichtigt Markttrends und die aktuellsten technischen Entwicklungen.

NEUE PRODUKTE

Wenn es um neue Produkte geht, erarbeitet die Forschungs- und Entwicklungsabteilung die Rezepturen unter starkem Einbezug der Meinung der Konsumentinnen und Konsumenten. So etwa bei der Bonbon-Linie Multi-Active, die aus einer harten Aussenhülle und einem flüssigen, kühlenden Kern aus Sirup bestehen. Multi-Active ist in drei Geschmackssorten erhältlich, die natürliche Zutaten wie Honig und Zitrone mit der traditionellen Ricola-Kräutermischung verbinden. Eine Geschmackssorte enthält Honig, die beiden anderen sind mit Steviolglykosiden aus Stevia gesüsst. So haben die Konsumenten Wahlfreiheit.

NEUER SÜSSSTOFF

Zuckerfreie Produkte entsprechen dem heutigen Zeitgeist, die Nachfrage ist sehr hoch. 2018 hat Ricola entschieden, in Zukunft wo immer möglich kalorienreduzierte und zahnschonende Süssstoffe aus pflanzlicher Quelle (Steviolglykoside aus Stevia) zu verwenden und damit die künstlichen Süssstoffe schrittweise zu ersetzen. Diese Umstellung ist eine Herausforderung für die Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Ricola. Sie bedingt die Überarbeitung der gesamten Rezeptur, da der neue Inhaltsstoff einen Einfluss auf den Geschmack des Produkts hat. Jede neue Rezeptur hat deshalb umfassende Tests zu durchlaufen und zu beweisen, dass sie qualitativ mindestens ebenso gut wie die bisherige ist.

NEUE VERPACKUNGEN

Verpackungen dienen in erster Linie dem Produkteschutz und der Qualitätssicherung. Ricola will den Konsumentinnen und Konsumenten Gewähr bieten, ein einwandfreies, ungeöffnetes Produkt einzukaufen. Wo immer möglich verwendet Ricola umweltverträgliche Verpackungsmaterialien, wobei Karton und Papier im Vordergrund stehen. Zudem will das Unternehmen Verpackungsmaterialien minimieren und deren Rezyklierbarkeit verbessern. So hat Ricola 2015 die Kartondicke bei den Z-Klick-Boxen reduziert und spart dadurch jährlich rund 62 Tonnen Karton ein. Den Rohstoff für die Kartonverpackungen bezieht Ricola aus FSC-zertifizierter nachhaltiger Waldbewirtschaftung.

Nachhaltigkeit

WIR LEBEN NACHHALTIGKEIT

Der geschäftliche Erfolg ist für Ricola Motivation, Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden und Partnern, der Gesellschaft und der Umwelt wahrzunehmen. Nachhaltiges Denken und Handeln gehören zum Selbstverständnis des Familienunternehmens. Ricola sieht Nachhaltigkeit nicht als Ziel, sondern als kontinuierlichen Prozess der Verbesserung.

NACHHALTIGE PRODUKTE

Ricola ist die Nachhaltigkeit der verwendeten Rohstoffe wichtig. Deshalb fördert das Unternehmen den naturgemässen Anbau der Kräuter in der Schweiz gemäss den Standards von Bio Suisse. Ricola kontrolliert und überwacht die Einhaltung vom Anbau bis zur Ernte. Auch bei den übrigen Rohstoffen achtet Ricola auf Qualität sowie Natürlichkeit. So verwendet das Unternehmen in seinen Produkten nur natürliche Farb- oder Aromastoffe.

UMWELTVERTRÄGLICHER BETRIEB

Die Senkung der Abfallmenge sowie des Energie- und Wasserverbrauchs geniessen bei Ricola hohe Priorität.

Bei der Produktion ihrer Kräuterspezialitäten verwendet Ricola modernste Anlagen und ressourcenschonende Prozesse. Zurückgewonnene Abwärme aus der Herstellung heizt die Gebäude sowie das Warmwasser und versorgt die gesamte Haustechnik mit Wärmeenergie.

Mit der Verarbeitung aller Kräuter im Kräuterzentrum minimiert Ricola die Transportwege. Die aus Lehm und Erde gefertigte Fassade des Kräuterzentrums spart dank Selbstregulierung des Klimas viel Energie ein. Geheizt wird mit der Abwärme der Bonbonfabrik nebenan. Die Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Zentrums deckt rund die Hälfte von dessen Bedarf an elektrischer Energie ab.

VERANTWORTUNG ALS ARBEIT- UND AUFTRAGGEBERIN

Als Arbeitgeberin sowie als Partnerin für Lieferanten und Vertriebsorganisationen trägt Ricola eine grosse Verantwortung. Das soziale Verständnis entspricht der Unternehmensmentalität, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Ricola pflegt die Vielfalt, damit Gleichstellung, Inklusion und Diversität. Die Firma steht auch für die berufliche Chancengerechtigkeit ein und leistet einen aktiven Beitrag zur Integration von Menschen mit Behinderung.

Nachhaltigkeit

AKTIV IN DER GESELLSCHAFT

Als aktiver Teil der Gesellschaft engagiert sich Ricola in vielfältiger Weise bei der Erhaltung kultureller Werte und der Förderung karitativer Projekte.

STIFTUNG «EMIL UND ROSA RICHTERICH-BECK»

Alfred und Hans Peter Richterich haben im Jahr 1975 in Gedenken an ihre Eltern die Stiftung «Emil und Rosa Richterich-Beck» ins Leben gerufen. Diese bezweckt die Unterstützung und Förderung künstlerischer, kultureller und erzieherischer Bestrebungen, insbesondere im Laufental, sowie die Ausrichtung von Beiträgen an gemeinnützige Institutionen, Hilfswerke und in Not geratene Personen. Die Stiftung wird aus Erträgen von Ricola finanziert.

www.richterich-beck-stiftung.ch

RICOLA FOUNDATION

Um Projekte zu fördern, die der Erforschung sowie dem tieferen Verständnis der natürlichen und kulturellen Lebensgrundlagen des Menschen dienen, hat Ricola 2010 die Ricola Foundation eingerichtet. Deren momentan wichtigste Aktivität ist die Unterstützung von COLOSS, einem wissenschaftlichen Netzwerk, das die Forschung zum Verständnis des Bienensterbens weltweit koordiniert. Daneben unterstützt die Stiftung weitere Projekte in den Bereichen «Lehmarchitektur» und «Pflanzenforschung».

www.ricolafoundation.org



«Die Philosophie von Ricola umfasst ökologische, soziale und wirtschaftliche Werte. Wir verpflichten uns dazu, unsere seit Jahrzehnten bestehenden Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit weiter, Schritt für Schritt, auszubauen. Wir tun dies aus Überzeugung heraus. Nachhaltigkeit ist für uns eine innere, nicht verhandelbare Grundhaltung.»

Thomas P. Meier, CEO Ricola Group

Kunst und Architektur

RICOLA UND DIE KUNST

Die in der Ricola Familienholding zusammengefassten Aktionäre von Ricola bauen seit 1975 die Sammlung Ricola mit Gegenwartskunst aus der Schweiz auf. Die Werke sind in den Betriebsräumen der Firmengruppe für die Mitarbeitenden ausgestellt. Für ein breiteres Publikum ist die Sammlung über Führungen zugänglich, in denen die Kunstwerke in einem nichtmusealen, industriellen Umfeld erfahrbar sind und erläutert werden. Von den «Zürcher Konkreten» bis hin zu Intra-Art Die Sammlung setzt mit frühen Werken der Zürcher Konkreten ein, wobei das besondere Augenmerk Richard Paul Lohse und Camille Graeser gilt. Sie umfasst bedeutende Einzelwerke der letzten Jahrzehnte und führt bis zur jüngsten Generation von Künstlerinnen und Künstlern in der Schweiz. Es handelt sich um eine vor allem auf abstrakte Malerei, Zeichnung, Fotokunst und elektronische Kunst (= Intra-Art) spezialisierte Privatsammlung.

PREIS DER SAMMLUNG RICOLA

Seit 2014 verleiht die Sammlung Ricola im Zweijahresrhythmus einen Preis und würdigt damit das Gesamtwerk einer Künstlerin oder eines Künstlers von internationaler Bedeutung. Die Auszeichnung umfasst ein Preisgeld von 20’000 Schweizer Franken sowie eine Publikation.

RICOLA UND DIE ARCHITEKTUR

In den späten 1970er-Jahren lud Alfred Richterich Künstler und Architekten nach Laufen ein, um mit ihnen über städtebauliche Verbesserungen zu diskutieren. Unter ihnen befand sich auch der junge Basler Architekt Jacques Herzog. Dieser erste Kontakt bildete nicht nur den Anfang einer freundschaftlichen Beziehung mit dem damals noch unbekannten Architekten, sondern war auch den Ausgangspunkt für eine intensive Zusammenarbeit mit dem heute weltweit tätigen Basler Architekturbüro Herzog & de Meuron.

«Mit Herzog & de Meuron verbindet uns nicht nur der Standort in der Region Basel. Wir haben uns vor allem gefunden, weil wir in punkto Qualität, Funktionalität und Ökologie dieselben Ansprüche und Vorstellungen haben», sagt Felix Richterich, Verwaltungsratspräsident von Ricola. Aus dieser Zusammenarbeit entstand ein weltweit einzigartiges Ensemble von Bauten, an dem die Entwicklung der Architekturauffassung von Herzog & de Meuron seit den Anfängen auf engem Raum nachvollziehbar wird. Die Bauten reflektieren den Qualitätsanspruch von Ricola, sie zählen zu den von Architekturliebhabern meistbesuchten Industriebauten Europas.

Kontakt

MEDIENKONTAKT

Ricola Group AG
Public Relations
media@ricola.com
Tel. +41 61 765 41 21
Fax +41 61 765 41 58