Im Interview

Thomas P. Meier
CEO Ricola Group AG

Genussvolle Kombination: Tradition mit Fortschritt

Sie wurden zum Zweiten Mal mit dem Brand of the Year Award für die vertrauenswürdigste Marke ausgezeichnet, was bedeutet dieser Award für Sie?

Wir von Ricola freuen uns sehr über diese Auszeichnung und danken unserer Kundschaft herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen. Es macht uns stolz, dass unsere Kundinnen und Kunden mit der Qualität unserer Produkte zufrieden sind und von unserem Leistungsversprechen überzeugt sind. Die Vertrauensbasis mit unserer Kundschaft nachhaltig zu stärken, das ist und war für Ricola immer ein grosses Anliegen

Ricola ist seit 1930 erfolgreich unterwegs – was ist das Rezept?

Schweizer Qualität hat auch heute im Ausland nach wie vor ein sehr hohes Ansehen. Allein auf diesem positiven Image wollen wir uns aber nicht ausruhen. Bei Ricola sind wir bestrebt, den Erwartungen an die Schweizer Qualität von A bis Z, gerecht zu werden. Das fängt bei einem nachhaltigen Denken und Handeln an: So werden unsere Kräuter unter Einhaltung der Richtlinien von Bio Suisse von Kräuterbauern angebaut, mit denen wir seit Jahrzenten eng zusammenarbeiten.

Zudem kontrollieren wir die Qualität unserer Rohstoffe und Produkte von der Kräuterernte bis zum fertig produzierten Bonbon ganz genau. Zu unseren Mitarbeitenden, Partnern und Lieferanten pflegen wir einen sehr engen Kontakt, der auf gegenseitigem Vertrauen und Respekt beruht – auch das macht unsere Qualität aus. Ich denke, das sind alles Aspekte, die in der Schweiz und ebenso im Ausland geschätzt werden.

„Eine Vertrauensbasis mit unserer Kundschaft zu stärken, das ist und war für Ricola immer ein grosses Anliegen."

Wie würden Sie die Marke Ricola beschreiben und was ist das erfolgreichste Ricola Produkt?

Die DNA von Ricola besteht in einer genussvollen Kombination von Tradition mit Fortschritt, um natürliche gesunde Schweizer Alpenkräuter in eine genussvolle Form zu verwandeln. Diese DNA erlaubt es uns immer wieder wohltuende Produkte mit hervorragender Qualität zu erschaffen.

Unser erfolgreichstes Produkt ist das Ricola-Original, der Schweizer Kräuterzucker, unverkennbar durch seine eckige Form. Seine Rezeptur mit der 13-Kräutermischung ist heute noch die Basis für alle Ricola Bonbons. Aber auch Sorten wie Zitronenmelisse oder Honig Salbei erfreuen sich grosser Beliebtheit.

„ Unser erfolgreichstes Produkt ist das Ricola-Original, der Schweizer Kräuterzucker, unverkennbar durch seine eckige Form."

Wie haben sich die Bedürfnisse Ihrer Fans über die Jahre entwickelt und wie stellen Sie sicher, dass diese Begeisterung in 10 Jahren noch vorhanden sein wird?

Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Gesundheit. Diese drei Trends sind bei den Konsumenten aktuell sehr gefragt. Dabei dürfen wir den Genussaspekt aber nicht vernachlässigen. Das Bonbon sollte am Ende auch gut schmecken.

Wir bei Ricola setzten viel auf unsere traditionellen Werte, sind aber stets offen für neue und innovative Ideen. Die DNA geben wir nicht auf. Im Gegenteil, wir machen noch mehr daraus. Innovationen sind nicht nur Produktentwicklungen, sondern auch neue Wege, um in der Kommunikation mit Konsumenten in den Dialog zu treten, um unsere Kräuter zu verarbeiten oder neue Vertriebswege, um unserer Produkte in noch mehr Hände weltweit zu geben.

Brand Predictor Studie

Havas Schweiz hat in Zusammenarbeit mit management tools research ag die dynamischsten und vertrauenswürdigsten Marken der Schweiz erhoben. Die bevölkerungsrepräsentative Studie wurde in diesem Jahr bei 3'213 Personen in der Deutsch- und Westschweiz durchgeführt. Die Studie umfasst insgesamt 421 Marken.

«Promarca Brand of the Year 2020»:
Top Ten der vertrauenswürdigsten Marken

Ricola	VICTORINOX	ZWEIFEL	ovomaltine	Lindt
1.	2.	3.	4.	5.
TOBLERONE	Kägi	Barilla	Ragusa	rivella
6.	7.	8.	9.	10.