



© Ricola AG, Laufen/Markus Bühler-Rasom, Zürich

Die Schweizer Kräuterwelt liefert eine gesund-rustikale Basis für die vielfältigen Wirkungs-Bonbons des Herstellers Ricola.

”

Wir haben 2017 in Schlüsselländern unsere eigenen Teams vor Ort verstärkt. Dies erlaubt uns, lokalen Partnern einen maßgeschneiderten Support anzubieten.

Felix Richterich
Ricola

“

gonnene Einführung von Ricola Kräuter-Caramel in verschiedenen europäischen Ländern erfolgreich fort.

Präsenz zeigen

Wichtiger Wachstumsmotor war die gesteigerte Präsenz von Ricola in wichtigen Märkten. „Wir haben 2017 in verschiedenen Schlüsselländern unsere Teams vor Ort verstärkt und so die Ricola-Organisation weiter ausgebaut. Dies erlaubt uns, lokalen Partnern einen maßgeschneiderten Support anzubieten und die Reichweite in den Märkten zu steigern“, sagt Felix Richterich, Vorsitzender der Geschäftsleitung und Verwaltungsratspräsident von Ricola. (red)

Ricola im Aufwind

Der Schweizer Bonbon-Produzent will künftig seine Stellung in den europäischen Ländern stärker ausbauen.

LAUFEN/SCHWEIZ. 2017 war ein erfolgreiches Jahr für Ricola bzw. jene Bonbonwelt, die auf dem soliden Boden der Schweizer Bergkräuter gezimmert ist: Der Nettoumsatz legte um 5,8% auf 324,9 Mio. CHF (277 Mio. €) zu; Vorjahres- und währungsbereinigt entspricht dies einem Plus von 4,8%. Zum guten Re-

sultat trugen insbesondere die Märkte im asiatischen Raum sowie die USA und Kanada überdurchschnittlich bei.

In den USA erfreuen sich laut Ricola-Befund Produkte zur Stärkung der Abwehrkräfte immer größerer Beliebtheit. Diesen Konsumentenbedürfnissen begegnete Ricola mit der

Einführung von Ricola Herbal Immunity – ein Kräuterbonbon mit Ginseng-Extrakt und Vitaminen. Zu den bewährten, 2016 eingeführten Hartbonbons mit den Geschmacksrichtungen Citrus und Honig ist im September 2017 das Citrus Geleebonbon dazugekommen. Zudem setzte das Unternehmen die 2016 be-



| Mit wenigen Klicks zur passenden Partner-Agentur

Einzelhandelsumsatz steigt

In Österreich laut GfK drei Prozent Plus erwartet.

NÜRNBERG/WIEN. Österreichs Einzelhandelsumsatz wird heuer um nominell drei Prozent steigen und damit stärker zulegen als der EU-Schnitt mit 2,1% – soweit die Prognose des Marktforschungsinstituts GfK. Damit liegt das Wachstum über der aktuellen Inflationsrate im Euroraum von 1,2%. Für Deutschland beträgt die Prognose ein Prozent, für Frankreich 2,4 und

für Spanien 2,9%. Deutlich über dem Schnitt liegen mehrere osteuropäische Staaten, was eine Folge der stark steigenden Löhne ist.

In Ungarn wird ein Plus von sechs Prozent prognostiziert, für Tschechien sind es 6,5%. Für die Türkei wird, trotz der aktuell hohen Inflation, lediglich ein Umsatzanstieg von 2,4 Prozent vorausgesagt. (red)



© Panthermedia.net/Lightpoet

Österreichs Handel sollte es 2018 an nichts mangeln, er legt stärker zu als die EU.