

## gfm-Marketing-Check mit Thomas P. Meier, CEO Ricola Group

## «Zoom ist mir positiv aufgefallen!»

Am 1. Mai 2019 hat Thomas P. Meier als neuer CEO die operative Führung von Ricola übernommen. Der 48-Jährige stammt aus Bülach (ZH), ist verheiratet und Vater von drei Töchtern. Bisher war er CEO von Franke Coffee Systems, einer global tätigen Division der Franke Gruppe, und Mitglied der Konzernleitung von Franke. Zuvor bekleidete er während zwei Jahrzehnten verschiedene Schlüsselpositionen in der Markenartikelindustrie im Bereich Lebensmittel, zuletzt als Managing Director Asia-Pacific bei Lindt & Sprüngli. Thomas P. Meier besitzt einen Abschluss in Betriebswirtschaft der Universität St. Gallen.

Interview: **Giada Perotto**, gfm Bild: zVg

---

**Ricola**


---

Ricola ist eine der modernsten und innovativsten Bonbonherstellerinnen der Welt. Das Unternehmen exportiert Kräuterspezialitäten in mehr als fünfzig Länder und ist bekannt für Schweizer Qualität. 1930 gegründet, mit Firmensitz in Laufen bei Basel sowie Tochterfirmen in Europa, Asien und den USA, produziert Ricola mittlerweile rund sechzig 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 über hundert Bauern aus dem Schweizer Berggebiet fixe Abnehmerverträge geschlossen. Ricola bekennt sich zu einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Unternehmensführung und ist weltweit für rund fünfhundert Mitarbeitende eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin. Die Verbindung der traditionellen Werte eines Familienunternehmens mit Qualitätsbewusstsein und Innovationsfreude macht den Erfolg des Schweizer Top-Brands aus.

---

**Welches waren die drei Markenkongen in Ihrer Kindheit oder Jugend?**

Lego, Coca-Cola, Levi's. Kennen Sie nun mein Alter?

**Mit welchem Produkt, mit welcher Marke beginnt Ihr Tag am Morgen und endet der Tag am Abend?**

Er beginnt mit einem Caffè Lungo von Nespresso und endet mit einem wohltuenden Ricola-Kräutertee.



Ricola-CEO Thomas P. Meier.

**Welches Produkt oder welche Firma steht heute für exzellentes Marketing?**

LVMH. Man denkt oft nicht an sie, aber ich finde, sie machen einen exzellenten Marketingjob mit all den Marken der verschiedenen Häuser. Sie sind «Filigran-Positionierer» und spielen dann perfekt ganze «Marketing-Sinfonien».

**Welche Geschäftsidee oder welches Produkt hat Sie in letzter Zeit am meisten begeistert?**

Ich beobachte genau, welche Veränderungen wegen Covid-19 passieren. Zoom zum Beispiel ist mir positiv aufgefallen. Ausser bei den Datenschutzthemen, die jetzt hoffentlich behoben sind, ist die UX wirklich gut.

**Welcher Marketingtrend oder welches Marketingthema ist für Sie momentan am wichtigsten? Warum?**

Mich beschäftigt die Frage, wie wir Micro-Targeting in spezifische Konsumentengruppen hinein effektiv und effizient hinbekommen und damit echten Impact erzielen. Es gibt noch viel zu lernen und zu entdecken im Bereich des Digital Marketing. Wobei die klassische Werbung alles andere als tot ist nach meiner persönlichen Einschätzung.


**Wie kommunizieren Sie hauptsächlich mit Ihren Kunden (direkter Kundenkontakt, Social Media etc.)?**

Wir kommunizieren sowohl breit mit TV als auch schmal, aber tief mit Social Media. Das Optimum zu finden, ist, wie angetönt, eine spannende Herausforderung.

**Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen künftig die grössten Chancen?**

Bei Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Gesundheit. Immer mit Genuss. Neun von zehn Konsumentinnen und Konsumenten in vielen Märkten weltweit kennen Ricola, aber nur zwei bis drei von zehn kaufen uns auch. Das ist eine riesige Chance!

**Wo sehen Sie für Ihr Unternehmen künftig die grössten Risiken?**

Die grössten Risiken sehe ich darin, weiterhin Top-Talente für Ricola begeistern zu können. Wir wollen und können nicht mithalten mit den Grossen und haben dennoch den Anspruch, die Besten für Ricola zu gewinnen. 

**Push or Pull**

**Homeoffice oder Büro?** Trotz deutlich mehr Homeoffice bei Ricola ist der CEO im Büro oder bald wieder draussen in den Märkten.

**Sabbatical oder Überstunden?** Was ist das Erste? Klar, Überstunden.

**HSG oder IMD?** Ich bin begeistert vom IMD, wähle aber dennoch meine Alma Mater, die HSG.

**Unilever, Nestlé oder P&G?** Alles Top-Unternehmen, um das Marketinghandwerk zu lernen. Jedoch wie oben, mein ehemaliger Arbeitgeber Unilever «wins».

**Hongkong oder Schanghai?** Ich habe bisher insgesamt zwölf Jahre meines Lebens in Hongkong verbracht. Es ist und bleibt meine Heimatstadt in Asien.

**Bonbons oder Schokolade?** Kräuterbonbons.

**Tesla oder Porsche?** Tesla.

**Linkedin oder Facebook?** Linkedin.

ANZEIGE



© UBS 2020. Alle Rechte vorbehalten.

# Wir können nur vermuten, was die beiden hier machen.

Aber wir wissen, wie Sie Ihre Absatzkanäle steuern können, um eine gesunde Firmenbilanz sicherzustellen.

Experten für Experten: [UBS-Beratung für Unternehmer](#).

Jetzt zur Unternehmensfinanzierung beraten lassen: [ubs.com/unternehmer](https://ubs.com/unternehmer)

