

Zeitschrift: Akzent : Magazin für Kultur und Gesellschaft
Herausgeber: Pro Senectute Basel-Stadt
Band: - (2009)
Heft: 3: Schwerpunkt Laufental

Artikel: Angefangen hat alles in einer Bäckerei... : Ricola, ein Global Player aus dem Laufental
Autor: Ryser, Werner
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-843126>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Angefangen hat alles in einer Bäckerei...

Ricola, ein Global Player

aus dem Laufental

[wr.] Als Emil Richterich, Bäcker in Laufen, um 1940 aus 13 verschiedenen Heilpflanzen eine Rezeptur für einen Kräuterzucker erfand, den er Hustenwohl nannte, ahnte er wohl kaum, dass das viereckige Bonbon mit der gerippten Oberfläche dereinst Märkte in ganz Europa, Asien und Amerika erobern würde.

Wer von der Hohen Winde im solothurnischen Kanton nordwärts wandert dem Kamm entlang hoch über dem Lüsseltal, kommt an einem Kräutergarten vorbei, wie er wohl auch in mittelalterlichen Klöstern zu finden gewesen wäre. Fein säuberlich voneinander getrennt, wachsen da Heilpflanzen und Kräuter in ihren Beeten, die mit grosser Sorgfalt gezogen und zur Freude des Betrachters beschriftet worden sind.

«Einst war das ein Versuchsgarten», sagt Adrian Kohler, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Firma Ricola AG in Laufen, «heute ist es ein Mustergarten, in dem die Besucher unsere Kräuter kennenlernen können.» Für die Produktion der rund 30 Sorten Kräuterbonbons und Tees, fährt er fort, habe man mit gut 200 selbständigen Bauern in Berggebieten, im Emmental und im Jura feste Abnehmerverträge abgeschlossen.

Und gleich noch ein paar Zahlen: Die Ricola AG, die im Jahr 2007 mit ihren 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 301 Mio. Franken erarbeitete, exportiert ihre Kräuterspezialitäten weltweit in über 50 Länder. Auf dem einheimischen Bonbonmarkt hält Ricola einem Anteil von 70%, was aber lediglich 10% der in Laufen hergestellten Jahresproduktion von 17'100 Tonnen entspricht, von denen 90% im Ausland abgesetzt werden.

Doch wir greifen vor.

Ein Kräuterkundiger

Man kennt sie aus der Wirtschaftsgeschichte des 19. Jahrhunderts, die Gründerväter bedeutender Unternehmen. Pioniere wie der Müller Julius Maggi, der Drogist Fritz Hoffmann-La Roche oder der Käsehändler Walter Gerber, die nicht viel mehr hatten als eine Idee und den Willen, darauf etwas aufzubauen. Etwas von ihrem Geist muss auch Emil Richterich beseelt haben, der 1924 die Bäckerei und Konditorei Bleile in Laufen erwarb. Zum Kauf gehörte unter anderem ein altes Familienrezept: Der «Bleile-Mocken», eine Köst-

lichkeit aus Caramel, die Generationen von Schweizer Kindern als Fünfermocken liebten. Emil Richterich erkannte das Potential, das im Verkauf von Zuckerwaren steckte. Er gründete 1930 die Confiseriefabrik Richterich & Co. Mit zwei grossen Kupferkesseln, Spindelpresse, Dragéetrommeln und einem Kühltisch richtete er eine Bonbonküche ein. Über einem grossen Feuer kochte eine süsse, klebrige Masse, aus der über 80 verschiedene Bonbons hergestellt wurden. Süss und gesund sollten sie sein, war die Devise. 1940 erfolgte dann der Durchbruch mit einem Kräuterzucker: gerippte Oberfläche, kantig geformt und aromareich. Richterich nannte ihn Hustenwohl, später wurde daraus der Ricola Kräuterzucker, der noch heute das Flaggschiff im Sortiment der Firma ist.

«Es war Emil Richterich, der die Rezeptur des Kräuterzuckers erfand», erzählt Adrian Kohler, «er beschäftigte sich mit Kräuterkunde und las Bücher über die wohltuende Wirkung der Kräuter. Von seinen Wanderungen aus der Umgebung wusste er, wo die besten Kräuter für seine Mischungen zu finden waren. Der Kräuterzucker war damals ein Hausmittel. Letztlich ist das noch heute die Stärke von Ricola: Genuss und Wirkung. Wer allein Wirkung braucht, greift zu einem Medikament. Andererseits unterscheidet die wohltuende Wirkung unsere Produkte von gewöhnlichen Bonbons.»

Es waren 13 Heilpflanzen und Kräuter, die Richterich für sein Rezept verwendete. Sie sind bis heute die Basis für jedes Ricola Kräuterbonbon. Er stützte sich dabei auf uraltes Wissen, das von Kräuterkundigen überliefert worden ist. Da sind zunächst einmal vier Mutterkräuter (so genannt, weil sie im alten Volksglauben vor allem bei Frauenkrankheiten heilend wirkten): der entzündungshemmende und wundheilende **Frauenmantel**, der den Bronchialkatarrh lösende **Adorn**, der **Ehrenpreis** mit seiner hustenlösenden Wirkung sowie die nervenberuhigende und krampflösende **Zitronenmelisse**. Dazu kommt der hustenhemmende und schleimlösende Spitzwegerich, die anregend auf die Schleimabsonderung wirkende **Bibernelle** und die aromatische **Pfefferminze**, die eine kühlende, desinfizierende und beruhigende Wirkung ausübt. Die **Schlüsselblume**, (der Schlüssel zum Himmel) früher bekannt auch unter dem Namen St. Peters-Kraut, und Teufelspisse (dies wegen der Löcher in der Wurzel, durch die der Teufel gepisst habe) hel-

fen bei Bronchialkatarrh und anderen Erkältungskrankheiten. Die als Heilpflanze weltweit hochgeschätzte **Schafgarbe** gehört ebenso zur Rezeptur wie der fiebersenkende **Holunder**, der in der alten Volksmedizin als «Apotheke des Bauern» galt. Die **Malve** mit ihrer entzündungshemmenden Wirkung auf die oberen Luftwege, die klassische Schleimdroge **Eibisch** und der beruhigende, krampf- und schleimlösende **Thymian** schliesslich, vervollständigen den Ricola Kräuterstrauss.

Emil Richterichs Leistung war weniger das Wissen um die heilende Wirkung dieser Kräuter, das hatte sich der begabte Autodidakt wohl aus der Literatur erarbeitet, als viel mehr die Leidenschaft mit der er seine Experimente durchführte, bis er 1940 die ideale Mixtur für seinen Kräuterzucker gefunden hatte. Bekannt sind die verwendeten Pflanzen. Gut behütetes Geheimnis bleibt bis heute die Rezeptur.

«Es war die Zeit des Zweiten Weltkrieges», erzählt Adrian Kohler weiter aus der Firmengeschichte. **«Emil Richterich fuhr per Velo durch die nähere und weitere Umgebung und überzeugte die kleinen Ladenbesitzer in den Dörfern, seinen Kräuterzucker ins Sortiment aufzunehmen. Der Absatz war von Anfang an gut. Unter anderem gab es auch Leute, die den Kräuterzucker kauften, um ihn in der Pfanne zu schmelzen. So erhielten sie anstelle des rationierten Zuckers einen Ersatzsüssstoff.»**

Und während Richterich im Einmannverfahren für Marketing und Vertrieb zuständig war, kümmerte sich seine Frau Rosa in Laufen ums Geschäft und die Familie.

Mit der wachsenden Produktion stieg auch der Bedarf nach Kräutern. Auch hier wussten sich die Richterichs zu helfen. Adrian Kohler lächelt:

«In den Sommermonaten schickte man die Belegschaft zum Sammeln. Angestellte zogen zuhause Holunderbäume. In den Ferien halfen Schulklassen. Aus der Beschaffung von Kräutern entwickelte sich im Tal ein Nebenerwerb.»

Tatsächlich war Emil Richterich nicht nur für Ricola prägend, sondern auch für das Städtchen Laufen. Er war ein ausgesprochener Kulturförderer, ein Sammler und Mäzen. Davon zeugt die zwei Jahre nach seinem Tod gegründete ‚Emil und Rosa Richterich-Beck Kunststiftung‘. Als Gemeinderat war er Initiant des volkskundlichen Buches ‚Laufen, Geschichte einer Kleinstadt‘.



Emil Richterich



Hans Peter Richterich



Felix Richterich



Adrian Kohler

Eine Unternehmerfamilie

Dass Emil Richterichs Idee mit dem Kräuterzucker nachhaltigen Erfolg hatte, war das Verdienst seines Sohnes Hans Peter, der aus dem lokal tätigen Geschäft ein Unternehmen mit Absatzmärkten in der ganzen Welt machte. Er trat 1951 in die väterliche Firma ein. Der Jahresumsatz betrug damals Fr. 268'000.–. Als er 1991 die Geschäftsleitung seinem Sohn Felix, also der dritten Generation, übergab, war der Umsatz auf über 100 Mio. Franken gestiegen. Heute, wie wir es eingangs erwähnt, liegt er bei 300 Mio. Franken.

Letztlich seien es vier Massnahmen gewesen, meint Adrian Kohler, die den Erfolg der Marke Ricola begründeten:



Bildlegende

Bild oben: Ricola Marketinggebäude

Bild rechts: Ricola Kräuterzucker

Bild Seite 12: Ricola, altes Fabrikationsgebäude in Laufen

In den Sechzigerjahren vertrieb die Firma mehr als 200 Produkte, die zum Teil unprofiliert waren, das heisst als Marke oder Brand nicht erkennbar.

Zum Ersten hatte man den Mut, sich auf die beiden Erfolgsprodukte, den Kräuterzucker und den Fünfermocken, zu konzentrieren. 1967 baute man eine Fabrik, die ausgerichtet war auf die Herstellung von Kräuterzucker.

Zum Zweiten gab man im selben Jahr der Firma die Struktur einer Aktiengesellschaft mit dem Namen Ricola (**R**ichterich & **C**o, **L**Aufen). Es handelte sich dabei um eine geschickt gewählte Marke. Der Begriff ist einprägsam und auch für fremdsprachige Kundinnen und Kunden kein Zungenbrecher, was im Einzelverkauf ein nicht zu unterschätzender Vorteil ist.



Zum Dritten entschloss man sich, den Kräuterzucker im grossen Stil im Ausland zu vertreiben.

«Zunächst versuchte man es in Deutschland», berichtet Adrian Kohler:

«Dort fand man unser Produkt zunächst etwas seltsam. Die eckige Form und die gerippte Oberfläche waren gewöhnungsbedürftig. Aber trotz aller Bedenken lief der Verkauf ausserordentlich gut. Man setzte zehnmal mehr ab als kalkuliert. Die nächsten Märkte, auf denen man Fuss fasste, waren Italien, Frankreich und Österreich. 1973 folgte Asien, 1987 Amerika.»

Nachdem man sich in den späten Sechzigerjahren auf Kräuterzucker und Fünfermocken konzentriert hatte, war der vierte Erfolgsfaktor die Entscheidung, die Produktpalette wieder zu erweitern. Naturgemäss lassen sich Hustenbonbons in der warmen Jahreszeit nicht besonders gut verkaufen.

«Mit der Erfindung des Zitronenmelissebonbons im Jahr 1984 gelang es, die Saisonalität zu knacken», erinnert sich Adrian Kohler.

«Später entwickelte man sich mit neuen Geschmacksrichtungen weiter: Cassis, Eukalyptus, Salbei, Kir-schen, Holunder usw. Seit 1988 werden zuckerfreie Kräuterbonbons in kleinen Boxen vertrieben. Das Sor-timent wird ergänzt durch Ricola fresh Pearls, Kräu-terpastillen und Kräutertee.»

Der Rest ist Folge einer kompetenten Unternehmens-führung. Da ist zunächst einmal eine konsequente Trennung von strategischer Führung und operativer Leitung. Während Felix Richterich, der Enkel des Fir-mengründers, sich als Präsident des Verwaltungsrates um die Leitlinien kümmert, ist Adrian Kohler als Vorsitzender der Geschäftsleitung für die Umsetzung der Firmenphilosophie im betrieblichen Alltag zu-ständig. Dazu gehört die konsequente Überprüfung interner Abläufe und Prozesse ebenso wie eine er-folgreiche Marketingstrategie, der es gelingt, die Ri-cola-Produkte für eine qualitätsbewusste Käufergrup-pe als gesund und wohlschmeckend zu positionieren. Das Werbeversprechen wird eingelöst, indem die an-gelieferten Kräuter vom firmeneigenen Labor lau-fend auf ihre Reinheit überprüft werden. Offensicht-lich ist, dass Ricola auf Nachhaltigkeit setzt. Auf der Basis eines bewährten Sortimentes werden laufend neue Produktvarianten entwickelt. Auch wenn die



Zeit vorbei ist, in der der Firmengründer die Rezeptur seiner Kräutermischung mit «Pröbeln» kreierte, und heute Naturwissenschaftler die Forschung in einem modernen Labor weiter vorantreiben, bleiben die 13 Ricola-Kräuter die Basis für jedes Ricola Kräuterbonbon. Die gelungene Mischung aus Tradition, Innovation und Qualitätsbewusstsein hat aus Ricola eine Marke gemacht, die zu den bekanntesten in der Schweiz gehört.

Die Richterichs sind nicht nur eine Unternehmerfamilie, sie sind auch kunstsinig. Architekturliebhaber schätzen die von Herzog & de Meruon entworfenen Ricola-Gebäude: Das Lagerhaus und den filigranen Marketingbau in Lauf ebenso wie das Verpackungs- und Vertriebsgebäude in Mülhausen-Brunstatt. Bilder der von Alfred Richterich aufgebauten Sammlung zeitgenössischer Schweizer Kunst sind in den Räumlichkeiten des Unternehmens ausgestellt und schaffen so eine einzigartig inspirierende Arbeitsatmosphäre.

Seit der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts sind die Richterichs Stadtbürger von Lauf. Tatsächlich macht das Unternehmen einen wichtigen Teil der Identität

des Städtchens und des Tales aus. Obwohl weltweit tätig, bleibt die Familie ihren Wurzeln und damit dem Standort Lauf treu. In der Geschichte der Richterichs, die aus einer Bäckerei einen Global Player gemacht haben, steckt der Stoff für eine Familiensaga.

Verwendete Literatur

Capus Alex, Patriarchen, München: Albrecht Knaus Verlag, 2006
Einwohnergemeinde Lauf, Lauf, Geschichte einer Kleinstadt, 1975
Handelszeitung Nr. 14, 3. April 2002
Müller Claudia, Ratsch Christian, Stori Wolf-Dieter, Hexenmedizin, AT Verlag, Aarau, 1998
Ricola: Pressemappe

Bildlegende

Bild oben: Ricola Produktion
Bild links oben: Ricola Fabrikationsgebäude
Bild links unten: Ricola Kräutergarten