G·E·M Award 2017 für Alfred T. Ritter

Am 15. Februar 2017 – am Vorabend zum 21. G·E·M Markendialog *Die Marke im Zentrum der Transformation* – wurde von der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (G·E·M) e.V. in Berlin zum siebten Mal der G·E·M Award verliehen. Geehrt wurde Alfred T. Ritter, Ritter Sport.

Der G·E·M Award wurde 2010 anlässlich „100 Jahre G·E·M" geschaffen und erstmals 2011 verliehen. Die bisherigen Preisträger sind Emil Underberg (2011), Albert Darboven (2012), Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell (2013), Dr. h.c. August Oetker (2014), Prof. Götz W. Werner (2015), Herbert Hainer (2016) und in diesem Jahr Alfred T. Ritter.

Der G·E·M Award ist ein Ehrenpreis für Marken- und Unternehmensführer, die sich dadurch auszeichnen, dass sie als Persönlichkeiten ihre Marken zu Persönlichkeiten heranreifen lassen und damit die Entwicklung auf dem Gebiet des Markenwesens anführen und entscheidend beeinflussen, also Vordenker auf dem Gebiet des Markenwesens sind. Der Preisträger erhält eine Urkunde mit der Begründung der Jury und den „Stein des guten Glücks".

„Stein des guten Glücks" heißt das Denkmal, das Johann Wolfgang von Goethe zu Beginn des Jahres 1777 neben seinem Gartenhaus in den Ilmwiesen zu Weimar als Geburtstagsgeschenk für seine Seelenfreundin Charlotte von Stein setzen ließ. Es ist aus rötlichem Sandstein, ein Meter und 63 cm hoch. Goethe wählte für sein Denkmal eine symbolische Formensprache. Sie geht auf Sinnbilder der Renaissance zurück. Es handelt sich hier um eines der ersten nichtfigürlichen Denkmäler Deutschlands.

Alfred T. Ritter, geboren am 1. April 1953 in Stuttgart, ist Miteigentümer in dritter Generation des Süßwarenherstellers Alfred Ritter GmbH & Co. KG in Waldenbuch, war von 1978 bis 1988 und 1997 bis 2005 Vorsitzender des Beirats, von Dezember 2005 bis Ende 2014 Vorsitzender der Geschäftsführung des Unternehmens und ist seit 2015 wieder Vorsitzender des Beirats.

Die launige und sehr persönliche Laudatio hielt Michael Grashoff, ein echter Zeit- und Markenzeuge, war er doch beratend und begleitend für und mit großen Marken unterwegs. Seit Herbst 1968 begleitet er Ritter Sport und die Herren Alfred Otto Ritter und dessen Sohn Alfred Theodor Ritter. Damals hat er den Slogan „Quadratisch. Praktisch. Gut" erfunden. Zudem ist Michael Grashoff seit vielen Jahren ein guter Freund von Alfred T. Ritter.

Grashoff nannte Ritter Sport die Marke mit dem kantigen Profil, mit der farbigen Dynamik; sie könne tatsächlich aus dem Musterbuch des großen Markendenkers und Markenschöpfers Hans Domizlaff stammen. Er zitierte Domizlaff mit „Eine Markenware ist das Erzeugnis einer Persönlichkeit und wird am stärksten durch den Stempel einer Persönlichkeit gestützt." Und ergänzt: Die Persönlichkeit, die wirklich hinter einer Marke steht – das ist wohl für jede ernstzunehmende Marke auch in der Zukunft entscheidend. Nicht mehr flottes selbstherrliches Management, sondern leidenschaftliche Treuhänderschaft, auch mutige und verantwortungsvolle Linienführung, und dann eben Hingabe.

Nach einem Streifzug durch das Leben der Marke Ritter Sport während drei Generationen Ritter und das Wirken von Alfred T. Ritter in der dritten Generation resümiert Michael Grashoff: Es gibt zwei bedeutungsvolle Lebenselemente dieser Marke. Erstens die selbstverständliche Menschlichkeit. Da gibt es keinen Hochleistungsdruck, keine Erfolgsprämien, hier tut jeder von sich aus sein Bestes – getragen von viel gegenseitigem Vertrauen und Respekt. Und zweitens das außergewöhnliche Engagement für die Umwelt. Für die Umwelt engagieren sich die Geschwister Ritter seit Jahrzehnten mit höchstem Engagement und setzen dieses unendlich vielfältig um. Vor allem in einer Produktion, die nach wie vor und heute mehr denn je wirklich eine Synthese von Ökonomie und Ökologie ist.

Auf die Laudatio antwortet Alfred T. Ritter: Ich möchte die Gelegenheit nutzen, mich zu bedanken. Nicht nur für den G·E·M Award, sondern vor allem dafür, dass ich das Glück hatte, diese Marke Ritter Sport geschenkt zu bekommen. Die nämlich vor meiner aktiven Zeit in der Firma Ritter von Dir, lieber Michael, und von meinem Vater kreiert wurde. Und mir ist es dann geschenkt worden, diese Marke weiter pflegen zu dürfen.

PREISTRÄGER
Alfred T. Ritter mit Gattin Dr. Rosario Almeida-Ritter

Der G·E·M Award 2017 wird Alfred T. Ritter verliehen in Würdigung

- seines Einsatzes für die Wahrung der Markenidentität von Ritter Sport
- seines Mutes und seiner Energie, permanent für eine Weiterentwicklung und Optimierung der Markenführung zu sorgen
- seiner Überzeugung, dass die Mitarbeiter die ersten Vertreter der Marke sind
- seiner Aktivitäten, Auslandsmärkte für Ritter Sport zu erschließen
- seiner Bemühungen, Umweltdenken in die Schokoladenproduktion zu integrieren
- seiner Initiativen für nachhaltige Standards in der Kakaoproduktion und für den Einsatz natürlicher Aromen
- seines Plädoyers für einen sinnvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen
- seines Engagements bei der Entwicklung innovativer umweltfreundlicher Technologien.

Und dann lässt Alfred T. Ritter drei Merksätze aus seiner Erfahrung als Markenführer einfließen:

- Eine Marke ist ein hervorragendes Vehikel, einen Inhalt zu transportieren. Ritter Sport ist viel mehr als ein Quadrat oder bunte Farben. Ritter Sport ist ein ganzes Lebensgefühl.
- Die Marke ist Ausdruck einer Firma. Ritter Sport produziert Qualität. Diese Firma ist freundlich zu allen: sie ist freundlich zu den Lieferanten, sie ist freundlich zu den Mitarbeitern, sie ist freundlich zum Kunden. Und das ist ein Zentrum. Anders kann Ritter Sport nicht funktionieren.
- Unsere Marke ist zunehmend von Ökologie geprägt. Ich bin überzeugt, wenn wir es als Industriegesellschaft nicht schaffen, in Kreisläufen mit der Natur zu arbeiten, dann werden wir verschwinden. Und wir bei Ritter Sport wollen da Vorreiter sein. Bei Schokolade geht es vor allem um die Produktion in der Landwirtschaft, wo wir jetzt groß eingestiegen sind. Es geht darum, bessere Qualität an Kakao zu bekommen als bisher; inzwischen kümmern wir uns um alle Zutaten und Rohstoffe. Marke ist eben nicht nur das Äußere, Marke ist auch ganz, ganz stark der Inhalt, zumindest aus meiner Sicht.

Fotos: Christian Kruppa / Michael Königs