

#entdeckedasgut

Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022

Ritter
SPORT



ZIELE UND ZIELERREICHUNG

Jedes ihrer Nachhaltigkeitsziele versteht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG als Prozess – und schärft nach, setzt sich neue und alles daran, sie zu erreichen.



Seit 2018 bezieht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG zu **100 Prozent zertifiziert nachhaltigen Kakao** für das gesamte Ritter Sport Sortiment.



Ab 2022 kann die **komplette Kakao-Lieferkette** bis zu den einzelnen Erzeugerorganisationen lückenlos rückverfolgt werden.



Seit 2020 verarbeitet der Schokoladenhersteller zu **100% nachhaltig angebaute, RSPO-zertifizierte Palmfette** der höheren Stufe „segregiert“.



Bis 2025 sollen für den gesamten Kakaobezug **langfristig angelegte Partnerschaften** mit Kakaoerzeugern etabliert sein.



Seit 2020 ist das Unternehmen bilanziell klimaneutral. Bis 2025 wird die Alfred Ritter GmbH & Co. KG in Zusammenarbeit mit ihren Rohstofflieferanten auch die Scope-3-Emissionen, auf die sie keinen direkten Einfluss nehmen können, **vollständig klimaneutral** stellen.



2030 sollen **bis zu 20 Prozent** der benötigten Haselnüsse aus dem **Eigenanbau** stammen.



Ab 2021 werden **Kompensationszertifikate** von der **eigenen Farm „El Cacao“** genutzt, um die Klimaneutralität des Unternehmens zu unterstützen.

Warum wir hier mehr Zeit brauchen, lesen Sie auf S. 24

AUF EINEN BLICK



110 
Jahre Firmengeschichte

 **90** Jahre
Schokolade im Quadrat

 **538**
Mio. Euro Umsatz im
Jahr 2021

 **85** Prozent
des Kakaobezuges sind
durch Programme (mit Kakao-
Erzeugerorganisationen)
gestützt

 **30** Jahre
nachhaltiger Kakaoanbau mit
dem Cacao-Nica-Programm

 **10** Jahre
Kakao von der eigenen
Farm El Cacao

 Export in über
100 Länder



Zertifikate

ZNU Standard Nachhaltiger
Wirtschaften Food (seit 2013)

International Food Standard
(IFS/BRC)



1.900
Mitarbeitende weltweit



Waldenbuch: die Heimat von RITTER SPORT

1912 von Alfred Eugen Ritter und Clara Ritter, geb. Göttle, in Stuttgart-Bad Cannstatt gegründet, werden die räumlichen Verhältnisse der damaligen Schokoladen- und Zuckerwarenfabrik dort schnell zu eng. 1930 verlegt das Familienunternehmen seinen Firmensitz ins idyllische Waldenbuch. Den dortigen Hauptsitz ergänzen heute ein zweiter Produktionsstandort im österreichischen Breitenbrunn sowie Tochtergesellschaften in weiteren internationalen Märkten. Als erster großer Tafelschokoladenhersteller bezieht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG für das gesamte Sortiment, das die Marken Ritter Sport und Amicelli umfasst, ausschließlich zertifiziert nachhaltigen Kakao. Das entspricht dem eigenen Anspruch, das Richtige zu tun, um richtig gute Schokolade zu machen. Die bunten Ritter Sport Quadrate werden in über 100 Ländern weltweit verkauft.

Inhalt

EDITORIAL >> 6



1 ANBAU UND BEZUG VON ROHSTOFFEN

- 1.1 Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette >> 10
- 1.2 100 % Rückverfolgbarkeit in der Kakaolieferkette >> 12
- 1.3 El Cacao >> 14
- 1.4 Haselnüsse >> 16
- 1.5 Weitere Rohstoffe >> 17

2 HERSTELLUNG UND PRODUKTE

- 2.1 Herausforderung Rohstoff- und Energieversorgung >> 20
- 2.2 Klima & Energie >> 21
- 2.3 CO₂-Kompensation innerhalb der Lieferkette >> 24
- 2.4 Packaging >> 26
- 2.5 Amicelli und weitere Produkte >> 28



3 VERANTWORTUNGSVOLLER ARBEITGEBER

- 3.1 Diversity/Chancengleichheit >> 34
- 3.2 Personal und Arbeitssicherheit >> 36
- 3.3 El Cacao/La Academia >> 38
- 3.4 Business Units >> 40

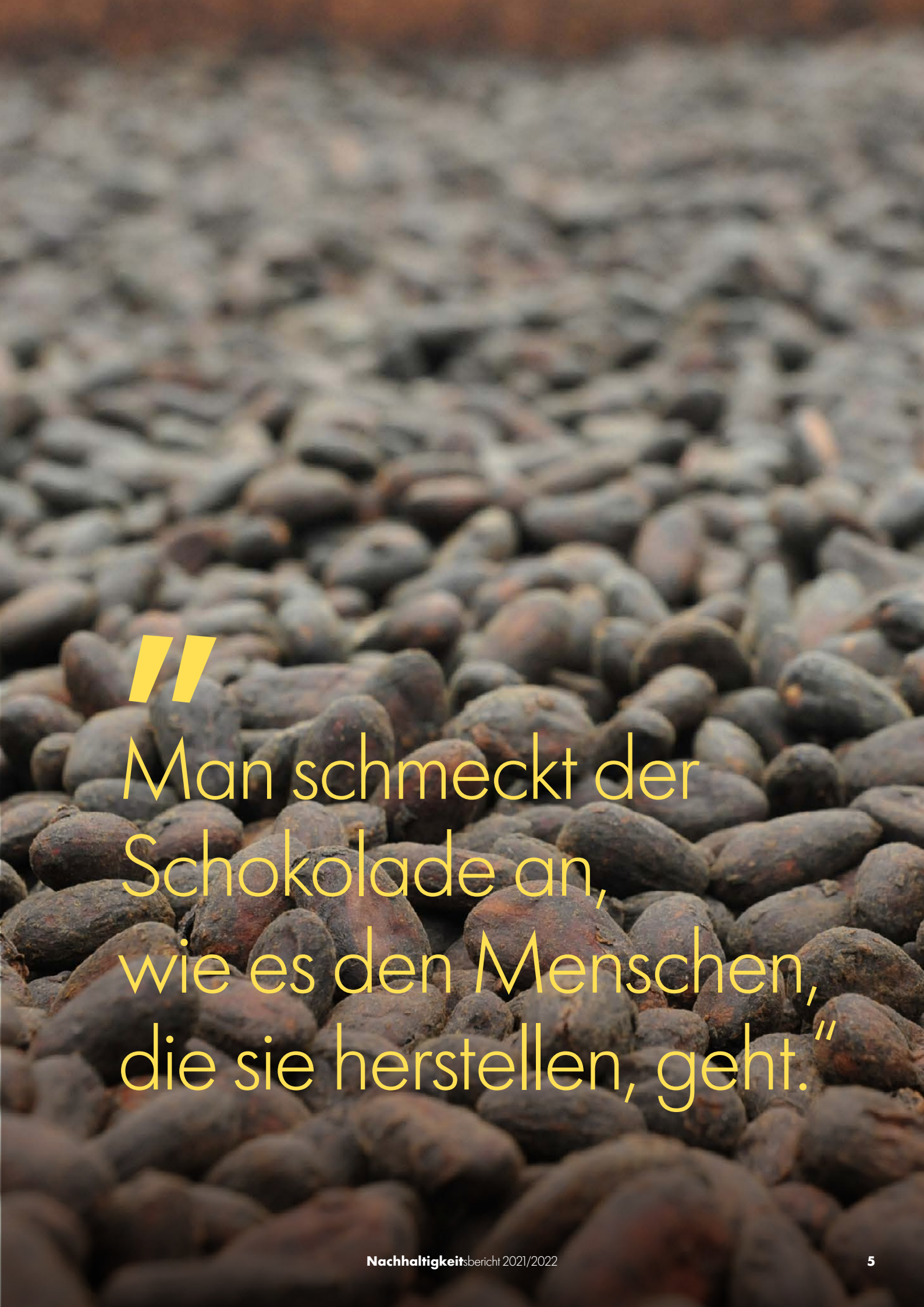
4 ORGANISATION UND WERTE

- 4.1 #ENTDECKEDASGUT >> 44
- 4.2 Verbraucherservice und Verbraucherschutz >> 46



5 WISSENSWERTES

- 5.1 Informationen zum Hintergrund >> 50
- 5.2 Überblick >> 51
- 5.3 Definitionen und Erklärungen >> 54
- 5.4 Impressum >> 55



//
Man schmeckt der
Schokolade an,
wie es den Menschen,
die sie herstellen, geht.“



von links nach rechts:
Moritz Ritter, Marli Hoppe-Ritter, Alfred T. Ritter, Tim Hoppe



Was bedeutet Zukunftsfähigkeit bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG?"

So war 2014 unser erster Nachhaltigkeitsbericht überschrieben. Fast zehn Jahre später haben wir uns diese Frage wieder gestellt. Was bedeutet Zukunftsfähigkeit für unser Unternehmen heute?

Anders als beim Begriff Nachhaltigkeit, bei dem immer ein Bewahren mitschwingt, ist dem Ausdruck Zukunftsfähigkeit ein stetiger Wandel, ein sich Weiterentwickeln immanent. Auf die Verantwortung bezogen, die wir als Unternehmen haben, und darum geht es schließlich in diesem Bericht, sehen wir deutlich, wie sie sich wandelt. Zu Zeiten unserer Groß- und Urgroßeltern war unternehmerische Verantwortung noch auf das unmittelbare Umfeld des Unternehmens gerichtet. Heute wissen wir, dass unser Handeln globale Auswirkungen hat – denken wir nur an Aspekte wie CO₂-Emissionen oder Rohstoff-Sourcing.

Zukunftsfähig ist ein Unternehmen dann, wenn es auch für kommende Generationen erfolgreich Bestand hat. Wir als Familie sind davon überzeugt, dass damit ein verantwortliches, nachhaltiges Handeln einhergehen muss. Wer heute nicht nachhaltig handelt, hat morgen keine Zukunft. Zugleich müssen wir erkennen, dass die Realität unserem Ideal Grenzen setzt. Wir müssen uns als Unternehmen erfolgreich am Markt behaupten und Erträge erzielen. Nur wer am Wirtschaftsleben teilnimmt, hat auch die Chance, etwas zu verändern. Auch das meint Zukunftsfähigkeit.

Wir teilen die Überzeugung, dass wir eine Welt hinterlassen möchten, die auch für nachfolgende Generationen lebenswert ist. Für eine erfolgreiche Zukunft unseres Unternehmens ist es aber zwingend erforderlich, alle an der Wertschöpfungskette Beteiligten auf diesem Weg mitzunehmen – vom Rohstoffanbau bis zu den Menschen, die unsere Produkte kaufen sollen. Unsere Marketingstrategie 70/30 spiegelt das wider: 70 Prozent gelten dem Genuss, dem Geschmack, der Freude am Schokoladeessen und 30 Prozent beziehen sich auf unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Um zukunftsfähig zu sein, gilt es, die richtige Balance zu finden zwischen dem Wunsch, Impulsgeber und Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit zu sein, und einem marktadäquaten Verhalten. Bislang ist uns das gelungen. Dieser Bericht dokumentiert die Fortschritte, die wir auf vielen Nachhaltigkeitsfeldern gemacht haben, ohne dabei die Endverbraucherinnen und -verbraucher aus dem Blick zu verlieren. Unser Anspruch an Nachhaltigkeit und Qualität hat Auswirkungen auf unser Produkt. Es gilt noch immer: Man schmeckt der Schokolade an, wie es den Menschen, die sie herstellen, geht – vom Kakaobauern in Westafrika bis zur Mitarbeiterin in Europa.

Wenn uns das weiterhin gelingt, ist unser Unternehmen zukunftsfähig.

1

ANBAU UND BEZUG VON ROHSTOFFEN





NACHHALTIGKEIT DARF KEIN WETTBEWERBSNACHTEIL SEIN

Menschen- und Kinderrechte entlang globaler Lieferketten besser schützen: Das ist das Ziel des deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes, das – dem Widerstand großer Wirtschaftsverbände zum Trotz – am 1. Januar 2023 in Kraft trat. Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG sprach sich von Anfang an öffentlich für das Gesetz aus.

„Für Produktqualität gibt es längst gesetzliche Standards, die entlang der gesamten Lieferkette überprüft werden. Warum nicht auch für Menschenrechts- und Umweltstandards?“, fragt Nachhaltigkeitsmanager Georg Hoffmann. Das neue Gesetz verpflichtet Unternehmen, insbesondere die Einhaltung der Menschenrechte auch in vorgelagerten Stufen zu kontrollieren sowie ein Risikomanagement mit regelmäßigen Risikoanalysen und Präventionsmaßnahmen einzurichten. Kritische Vorfälle, Gegen- und Präventionsmaßnahmen müssen an das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) berichtet werden.

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG nimmt geschäftliche Integrität, faire Arbeitsbedingungen und Nachhaltigkeit schon seit vielen Jahren entlang der gesamten Lieferkette in den Blick – obwohl angesichts der Mitarbeiterzahl von 1.900 die gesetzliche Verpflichtung dazu noch etwas auf sich warten lassen wird. „Die Rohstoffe sind bei uns schon immer im Fokus, lange vor jeder

Diskussion über ein Lieferkettengesetz. Wir verpflichten unsere Geschäftspartner auf unsere Umwelt-, Compliance- und Sozialstandards“, sagt Hoffmann. Sowohl für die priorisierte Rohstoffgruppe A, zu der Kakao, Haselnuss, Milch und Verpackung gehören, als auch für die Rohstoffgruppe B, bestehend aus Mandeln, Rosinen, Soja und Zucker, erfolgen systematische Risk Checks. Mit diesen beiden Rohstoffgruppen sind volumenmäßig bereits 97 Prozent aller von der Alfred Ritter GmbH & Co. KG eingekauften Rohstoffe abgedeckt. Nun gilt es, die formalen Vorgaben des neuen Gesetzes zu erfüllen. „An vielen Stellen ist überhaupt noch nicht klar, wie das BAFA das Gesetz auslegen und anwenden wird“, so Hoffmann. „Auch hätten wir uns eine viel stärkere Gewichtung ökologischer Belange gewünscht, als sie jetzt im Gesetz steht. Das Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur darf kein Wettbewerbsnachteil sein.“



DAS DEUTSCHE LIEFERKETTENSORGFALTSPFLICHTENGESETZ (LkSG)

- Unternehmen müssen für die Einhaltung der Menschenrechte auf der gesamten Lieferkette sorgen
- Sie müssen u. a. Beschwerdemöglichkeiten einrichten und über ihre Aktivitäten berichten.
- Dies gilt ab 2024 für Unternehmen mit 1000 Beschäftigten oder mehr

LkSG-Vorgabe

Umsetzung durch die Alfred Ritter GmbH & Co. KG

Risiken ermitteln



Seit 2016 erfolgen sogenannte Hot-Spot-Analysen der Rohstoffe. Ein Verfahren, das 2018 nochmals optimiert wurde. Das Unternehmen ordnet hierbei die Rohstoffe in die drei Gruppen A, B und C ein. Für die Rohstoffe in den Gruppen A und B, die 97 % der gesamten Rohstoffmenge umfassen, gibt es besonders strenge Vorgaben. Zum Inhalt:

- Die Verantwortlichkeiten im Unternehmen sind klar definiert und liegen bei den Abteilungen Einkauf, Nachhaltigkeit und Innovation.
- Eine Recherche öffentlich verfügbarer Daten sowie eine Bewertung der Informationen zur Anbausituation in den Ursprungsländern liefert Aufschluss.
- Regelmäßige Abfragen der Lieferunternehmen geben Informationen zur Risikobewertung anhand von definierten Fragenkatalogen.
- Die Verantwortlichen im Einkauf reisen in die Ursprungsländer, um vor Ort Audits durchzuführen.

Maßnahmen zur Risikominimierung



- Seit 2016 verpflichtet der Supplier Code of Conduct die Lieferunternehmen, sich an Vorgaben bzgl. Menschenrechten und Umweltschutz zu halten.
- Die Bewertung des Risikos und konkreter Risikothemen pro Rohstoff-Ursprung-Kombination führt zu einer Empfehlung an die Einkaufsleitung. Es erfolgt die Freigabe, Sperrung und Umsetzung konkreter Maßnahmen.

Beschwerden ermöglichen



Bis Ende 2023 wird ein Beschwerdeverfahren eingerichtet. Dabei handelt es sich um die Erweiterung des internen Whistleblowing-Tools.

Verantwortung anerkennen



In der „Grundsaterklärung“ definiert die Alfred Ritter GmbH & Co. KG ihre Haltung und die Anforderungen zur menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht im Unternehmen und bei Geschäftspartnern. Hier ein Auszug aus der Grundsaterklärung:



Berichterstattung



Der erste Bericht über die Erfüllung der Sorgfaltspflichten gemäß LkSG wird bis April 2025 beim BAFA eingereicht und auf der Unternehmenswebseite veröffentlicht.

UNSER KAKAOBEZUG: 100 PROZENT ZERTIFIZIERT NACHHALTIG

Den Weg der Kakaobohnen bis zur Erzeugerorganisation zurückverfolgen – ein wichtiger Schritt für die Alfred Ritter GmbH & Co. KG. Denn nur so ist es möglich, die Verhältnisse vor Ort zu verstehen und mithilfe von Programmen die Partnerinnen und Partner in den Anbauländern sinnvoll zu unterstützen.

Kakao ist der wichtigste Rohstoff der Ritter Sport Schokoladen. Um sicherzugehen, dass beste Qualität in jeder einzelnen Bohne steckt und der wertvolle Rohstoff nachhaltig angebaut wird, setzt das Unternehmen auf Transparenz in der Lieferkette.

Bereits seit 2018 bezieht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG 100 Prozent zertifiziert nachhaltigen Kakao nach Rainforest Alliance und Fairtrade Kakaoprogramm. Heute ist das Familienunternehmen aus Waldenbuch noch einen Schritt weiter und kann den gesamten Kakao bis zur Erzeugerorganisation zurückverfolgen. Um zu verstehen, warum das etwas

Besonderes ist, muss man wissen, dass die Lieferketten des Kakaos meist sehr komplex mit einer Vielzahl beteiligter Akteure agieren. Diese Komplexität aufzubrechen und entlang der Supply Chain mit möglichst wenigen Partnern zu arbeiten, ist der Anspruch der Alfred Ritter GmbH & Co. KG. Nur so kann ein direkter Kontakt aufgebaut und gepflegt und genau nachvollzogen werden, woher der Kakao stammt. Das ist sowohl personell als auch administrativ ein hoher Aufwand: Über die gesamte Lieferkette hinweg muss der Kakao jetzt separat transportiert und verarbeitet werden, damit am Ende genau die Kakaobohnen der ausgewählten Erzeugerorganisationen

in Waldenbuch ankommen. Und das nächste Ziel rückt bereits in den Fokus: Bis 2025 will das Unternehmen den Weg seines Kakaos bis zur Farm, also bis zu den Kakaobäuerinnen und -bauern selbst, zurückverfolgen können. Damit wäre die Lieferkette dann auf dem gesamten Weg transparent – vom Anbau der Kakaopflanze über die Erzeugerorganisation, die Exporteure und die Verarbeitung bis hin zur Schokoladenproduktion. Ideale Voraussetzungen also, um die Bedingungen für alle am Prozess Beteiligten stetig zu verbessern.

ZWEI FRAGEN AN

Giovanni Schiavo,
Leiter Einkauf Kakao



Er ist zusammen mit seinen Kolleginnen und Kollegen häufig in den Anbauländern unterwegs. Hier knüpft und pflegt er Kontakte zu Kakaobäuerinnen, Kakaobauern und Lieferanten.



WARUM IST DIE RÜCKVERFOLGBARKEIT DES KAKAOS SO WICHTIG?

Wir wollen genau wissen, woher unser Kakao kommt, wer ihn anbaut und unter welchen Bedingungen. Denn nur so können wir uns vor Ort für die Kakaobäuerinnen und -bauern einsetzen und gute Arbeitsbedingungen schaffen. Deshalb arbeiten wir, unabhängig vom Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, schon sehr lange an der Rückverfolgbarkeit unseres Kakaos.

GIBT ES EIN ZIEL, DAS ÜBER DIE RÜCKVERFOLGBARKEIT HINAUSGEHT?

Am wichtigsten ist für uns, dass es den Menschen, die den Kakao für uns anbauen, gut geht und wir ihre Gesichter und ihre Geschichten kennen. Darüber hinaus ist es unser Ziel, die Lieferketten zu straffen, um möglichst wenige Akteure zwischen dem Kakao und uns zu haben und noch stärkere Transparenz zu schaffen.

DIE KAKAOPROGRAMME: PARTNERSCHAFT AUF AUGENHÖHE

Unter Kakaoprogrammen versteht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG, verlässliche Partnerschaften einzugehen. Ziel dieser Programme ist es, gemeinsam mit den Partnerinnen und Partnern vor Ort durch konkrete Maßnahmen eine positive Veränderung der sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedingungen im Anbau zu bewirken. In Nicaragua, Peru, Côte d'Ivoire, Ghana und Nigeria werden gemeinschaftlich

auf die jeweiligen Bedürfnisse zugeschnittene Programme entwickelt.

Ein Beispiel ist das Cacao-Nica-Programm in Nicaragua, das bereits seit über 30 Jahren existiert. In dieser Zeit ist es gelungen, die Qualität des Kakaos zu steigern und so die wirtschaftliche Situation und somit die Lebensqualität der Bäuerinnen und Bauern zu stabilisieren. Dazu beigetragen haben unter anderem die Stärkung der Kooperativen sowie die Unterstützung und Förderung eines diversifizierten Kakaoanbaus im Agroforstsystem.

Zudem bietet die Alfred Ritter GmbH & Co. KG Beratung und Hilfe bei Zertifizierungen wie Fairtrade und Rainforest Alliance und nutzt digitale Systeme zur Rückverfolgbarkeit des Kakaos und zur Implementierung von Präzisionslandwirtschaft. In Zukunft wird es stärker um moderne Technologien gehen: So soll bis 2024 allen Kooperativen im Cacao-Nica-Programm eine digitale Plattform zur Verfügung stehen, die das Farm-Management zum Beispiel durch die Erfassung von Klimadaten, also des Carbon Footprints, verbessert.

UNSER WEG



Partner-Erzeugerorganisation der
Bäuerinnen und Bauern



Ein ausgewählter Partner



Schokoladenhersteller

„DER KLIMAWANDEL TRIFFT UNS HAUTNAH“

Mit einer eigenen Kakaopflanzung neue soziale und ökologische Standards vor Ort setzen – mit diesem Anspruch erwarb die Alfred Ritter GmbH & Co. KG im Jahr 2012 ein großes Grundstück im Osten Nicaraguas, rund 350 Kilometer von der Hauptstadt Managua entfernt. Wie dringend wir alle beginnen müssen, im Einklang mit Mensch und Natur zu wirtschaften, spürt der Schokoladenproduzent aus Schwaben in Nicaragua hautnah.

Mit bis zu 140 Kilometern pro Stunde ist Hurrikan „Julia“ im Oktober übers Land gefegt, riss Bäume und Häuser mit sich, auch Menschen kamen ums Leben. „Ich bin froh, dass hier auf ‚El Cacao‘ kein Mensch zu Schaden gekommen ist“, sagt Hauke Will, der als Leiter Landwirtschaftliche Produktion den Aufbau von El Cacao seit dem ersten Tag verantwortet und miterlebt. Die Natur hat jedoch gelitten, der Hurrikan spülte wertvollen fruchtbaren Boden weg: „Landwirtschaft in Mittelamerika zu betreiben, birgt besondere Herausforderungen, das war von Anfang an klar“, sagt Hauke Will. „Die Hurrikansaison im Atlantik dauert von Juni bis November. Aber die Heftigkeit der Stürme nimmt mit dem Klimawandel enorm zu, er trifft uns hautnah – eine ernsthafte Bedrohung für Mensch, Landwirtschaft und Artenvielfalt, die wir schützen und bewahren wollen.“ Bewusst wurde keine Monokultur aufgebaut:



Der Anbau im Agroforstsystem kombiniert Kakaobäume mit anderen heimischen Baum- und Pflanzenarten und fördert so die biologische Vielfalt und das Mikroklima. Mehr als eine Million Bäume wurden hier gepflanzt, seit 2016 ist El Cacao als Klimaschutzprojekt zertifiziert.

EL CACAO – REGENERATION EHEMALIGER WEIDEFLÄCHEN

AUSGANGSSITUATION

Weideflächen mit regelmäßiger Brandrodung

- **Böden:** starke Erosion durch Brandrodung und Viehhaltung, Mineralisierung durch intensive UV-Einstrahlung
- **Flora:** dominante spezielle nicht heimische Weidehaltungsgräser
- **Fauna:** kaum native Tierwelt
- **Wald:** kontinuierliche Abholzung der Regenwaldflächen zur Viehzucht



TRADITIONELLES KAKAOWISSEN TRIFFT SCHWÄBISCHE ÖKONOMIE

„Schwäbische Ingenieure und Kakaobauern aus Nicaragua, das sind erst einmal zwei völlig verschiedene Kulturen“, sagt Hauke Will und erinnert sich an die Anfangszeiten, als sein Team noch auf dem Gelände campierte und mit Pferden die Felder erkundete: „Aber wir lernen so viel voneinander. Wir Schwaben hatten am Anfang nur wenig Erfahrung im Kakaoanbau. Wir wussten auch nicht, wie man in einer Hängematte schläft. Die Menschen hier haben jahrhundertealtes Kakaowissen, da wird nicht jede fixe Idee aus Waldenbuch umgesetzt. Wir hinterfragen uns gegenseitig und finden gemeinsam neue Lösungen.“ Früher wurden etwa Kakaobohnen und Fruchtschalen mühsam von Hand getrennt – das Team aber war der Überzeugung, dass hier maschinelle Unterstützung sinnvoll eingesetzt werden kann, und hat dafür eine unbenutzte Betonmischmaschine mit Siebtrommel umgerüstet. Gräser unter den Kakaobäumen, die früher mit der Machete mühselig entfernt werden mussten, werden jetzt von einem Traktor mit Spezialvorrichtung gemäht und zum Mulchen verwendet.

Unter dem Motto „Alles soll verwertet werden“ wurde auch das Sortiment kreativ erweitert. Aus dem Saft der frischen Kakaofrucht entstehen seit Kurzem verschiedene Getränke: Limonade, Eistee und der hauseigene Secco – alles unter dem Namen CacaoVida. Wenn El Cacao eines Tages voll produktiv ist, wird bis zu einem Viertel des unternehmens-eigenen Bedarfs an Kakao Masse dort als Kakao produziert. „In unseren Prioritäten Ökologie und Soziales haben wir sehr viel erreicht“, sagt Hauke Will. „Jetzt gehen wir, im Einklang mit Mensch und Natur, die Ökonomie an. Mit El Cacao werden wir zeigen, dass Kakaoanbau mit diesen hohen Standards auch wirtschaftlich profitabel sein kann.“



ZIELZUSTAND: Kakaoanbau im integrierten Agroforstsystem

- **Böden:** Erosionsschutz durch Permakultur (Bäume und Bodendecker), Wiederherstellung eines aktiven Bodenlebens, Aufbau von Humus durch organisches Material
- **Flora:** Diversität auf unterschiedlichen Ebenen im Agroforstsystem
- **Fauna:** Lebensräume für die native Tierwelt im und neben dem Kakao
- **Wald:** dauerhafter Schutz und Vernetzung von Waldgebieten und Wasserläufen

WO FUCHS UND HAS' SICH BONNE NUIT SAGEN

Wer durch La Caussade spaziert, erlebt keine typische Haselnussplantage: Zwischen den Baumreihen blühen Klatschmohn, Klee und Kräuter. Der schöne Anblick ist auch gut für die Natur selbst.

„Das Wurzelwerk schützt vor Erosion, lockert den Boden und hilft bei der Wasserspeicherung“, betont Agrar-Ingenieur Hans Wiberg, der die rund 500 Hektar große Farm im Südwesten Frankreichs managt. Seit 2017 baut Ritter Agrar hier Haselnüsse an. Bis 2030 will das Unternehmen bis zu 20 Prozent seines Gesamtbedarfs aus dem Eigenanbau gewinnen. Mit moderner Technik und umweltfreundlichen Verfahren soll dieses Ziel ressourcenschonend bei gleichzeitigem Schutz der Biodiversität erreicht werden. So helfen etwa hochsensible Sensoren bei der mechanischen Unkrautregulierung und eine gezielte Tröpfchenbewässerung, den Boden und die kostbare Ressource

Wasser zu schützen. Wiberg betont: „Im langen, heißen und sehr trockenen Sommer 2022 war diese Technik ein Segen.“ Insgesamt 360 Kilometer Grünstreifen bieten Hasen, Füchsen, Schmetterlingen und einer großen Vielfalt an weiteren Insekten ein Zuhause, verbessern das Mikroklima und leisten somit einen wichtigen Beitrag zur Artenvielfalt. Allein im Jahr 2021 hat Hans Wiberg mit seinen 3 Mitarbeitenden 26.600 Setzlinge gepflanzt, darunter 25.000 Haselnussbäume und 1600 Heckenpflanzen. 230 Hektar Fläche sind bereits nach den Methoden der integrierten Landwirtschaft erschlossen. „Wir lernen jeden Tag dazu“, sagt Wiberg: „Viele landwirtschaftliche

Produktionsverfahren stehen angesichts des Klimawandels in der Kritik. Je knapper die landwirtschaftlichen Produkte und je größer die Herausforderungen im Anbau werden, desto dringender müssen Maßnahmen für alternative und nachhaltige Verfahren umgesetzt werden. Die Landwirtschaft wird künftig mehr Wertschätzung als bisher erfahren. Sie wird – mehr als jede andere Branche – Teil der Lösung sein.“





WERTE STATT PARAGRAPHEN

„Wir wollen gut wirtschaften, und in diesem ‚gut‘ steckt für uns an erster Stelle der Einklang mit Mensch und Natur“, sagt Georg Hoffmann, Nachhaltigkeitsmanager bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG: „Wo Standards fehlen oder Zertifikate ihrem Ziel noch nicht gerecht werden, werden wir selbst aktiv. Nicht die aktuelle Gesetzeslage ist Maßstab unseres Handelns, sondern das, was aus unserer Sicht richtig ist.“



PALMFETT

Cremige Füllungen, etwa für die Ritter Sport Joghurt, lassen sich derzeit am besten mit Palmfett herstellen. Doch der Anbau der ertragreichen Ölpalme steht in der Kritik: Noch immer wird wertvoller Regenwald gerodet, um Ackerland zu gewinnen. Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG bezieht ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmfett der Stufe „segregiert“ und engagiert sich seit 2020 mit etwa 50 anderen Unternehmen im Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP) für entwaldungsfreie Lieferketten, stärkere Verankerung von Arbeitsrecht und menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten, Förderung der Artenvielfalt und Wiederherstellung von Ökosystemen in den Anbauregionen sowie die Weiterentwicklung bestehender RSPO-Standards.



MILCHPULVER

Wie komplex Nachhaltigkeit sein kann, zeigt der Rohstoff Milch: Landwirte müssen im Spannungsfeld von Umwelt-, Tier- und Klimaschutz zukunftsfähig wirtschaften. Das Milchpulver für Ritter Sport Schokoladen stammt hauptsächlich aus Deutschland, seit 2021 bezieht das Unternehmen zusätzlich nach dem „Origin Green Standard“ erzeugtes Milchpulver aus Weidehaltung in Irland: Mit hohen Nachhaltigkeitsstandards erweisen sich die Lieferanten dort als wichtige Partner in der Wissensvermittlung und tragen zu einer stabilen Versorgung bei. Alle deutschen Lieferanten haben sich dem „QM-Nachhaltigkeitsmodul Milch“ des Thünen-Instituts für Betriebswirtschaft verpflichtet, das mit 80 Kriterien und Messfaktoren in den Bereichen Ökonomie, Ökologie, Soziales und Tierwohl eine nachhaltige Milcherzeugung in Deutschland vorantreibt.



Für einen reibungslosen Ablauf tauschen sich Geschäftsführung und Nachhaltigkeitsmanagement regelmäßig aus.



2

HERSTELLUNG UND PRODUKTE



„GUTE BEZIEHUNGEN SIND WICHTIGER ALS DER WELTMARKT“

Alles wird teurer. Das bekommen Lebensmittelhersteller ebenso zu spüren wie Privathaushalte. Durch langjährige Beziehungen, Diversifizierung und visionäres Handeln in der Vergangenheit ist die Alfred Ritter GmbH & Co. KG gut vorbereitet auf Rohstoffknappheit und steigende Energiekosten.

Die stark volatilen Preise für Energie und Rohstoffe sorgen für Unsicherheit. Wie die Alfred Ritter GmbH & Co. KG Rohstoff- und Energieknappheit sowie Preissteigerungen am Weltmarkt zum Teil abfedert, erklärt Asmus Wolff, Geschäftsführer Supply Chain: „Wir setzen von Haus aus auf langjährige, partnerschaftliche Beziehungen mit unseren Lieferanten, bei Rohstoffen wie auch bei Verpackungen. Das führt dazu, dass wir von unseren Partnern auch dann belie-

fert werden, wenn der Markt sehr angespannt ist. Das zeigt: Gute Beziehungen sind wichtiger als der Weltmarkt.“ Bei Rohstoffen stellt der Schokoladenhersteller hohe Ansprüche an Qualität, aber auch an Umweltschutz, faire Arbeitsbedingungen und Tierwohl und machte sich frühzeitig auf die Suche nach alternativen, nachhaltigeren Bezugsquellen: „Das Milchpulver für unsere Schokolade beispielsweise kam lange ausschließlich aus Deutschland.

Um die Weidehaltung im Sinne des Tierwohls zu unterstützen, arbeiten wir seit 2021 auch mit irischen Betrieben zusammen. Dadurch sind wir zugleich weniger abhängig vom deutschen Markt und können Preisschwankungen besser abfedern“, erklärt Wolff. Um aus Zutaten wie Kakao, Milch und Zucker Schokolade herzustellen, ist zudem viel Energie nötig. Für das Familienunternehmen besitzt das Thema Energie daher seit jeher einen hohen Stellenwert und so ist die Alfred Ritter GmbH & Co. KG bereits seit 2020 ein bilanziell klimaneutrales Unternehmen (gemäß Greenhouse Gas Protocol und durch Gold-Standard-Klimazertifikate). Ein ambitioniertes und innovatives Energiekonzept soll künftig weg von fossilen Energieträgern hin zu mehr Autonomie und Autarkie führen. Dafür wird die Alfred Ritter GmbH und Co. KG verstärkt auf erneuerbare Energien wie Sonnenenergie und Windkraft setzen und umstellen. „An der Nachhaltigkeit schrauben wir nicht“, sagt Wolff: „Sie war immer zentraler Maßstab unseres Handelns. Zweck der Eigenversorgung mit erneuerbaren Energien sind zuallererst Emissionsvermeidung und Klimaschutz. Dass wir dadurch auch aktuellen Preissteigerungen nicht völlig ausgeliefert sind, unterstreicht aber den Wert langfristigen unternehmerischen Handelns.“





“

Wir setzen bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG seit über 20 Jahren auf regenerative Energien und haben bereits 2002 auf 100 Prozent Ökostrom aus erneuerbaren Energien umgestellt. In demselben Jahr haben wir auch unser erstes Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen, das

2015 generalüberholt wurde. Zum damaligen Kenntnisstand eine ungewöhnliche Maßnahme, die aber eine sehr gute und hohe Energieausnutzung ermöglicht. Bis heute sehe ich den Betrieb eines Blockheizkraftwerks als eine sinnvolle Brückentechnologie. Dennoch muss es unser Ziel

sein, auch in der energieintensiven Schokoladenherstellung vollständig auf regenerative Energiequellen umzustellen. Daher arbeiten wir schon an einem anderen Energiemix. Unser Ziel: Energie als Rohstoff zu begreifen und in Kreisläufen zu nutzen.“

„WIR MÜSSEN ES SCHAFFEN, VOLLSTÄNDIG AUF REGENERATIVE ENERGIEEN UMZUSTELLEN“

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG unterstützt die UN-Initiative Race to Zero, die das Ziel verfolgt, den Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgase bis 2050 auf Netto-Null zu senken. Das Unternehmen hat sich über die Science Based Targets Initiative (SBTi) dazu verpflichtet, bis 2030 die Emissionen um 42 Prozent zu reduzieren. Damit zählt Ritter auf das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaschutzabkommens ein. Das bisherige Ziel, bis 2025 nach dem Greenhouse Gas Protocol vollständig klimaneutral durch Kompensation zu werden, bleibt als Zwischenschritt bestehen.

Als Visionär und „Stromrebell“ setzt sich Alfred T. Ritter seit mehr als 35 Jahren aktiv für die Nutzung von alternativen Energiequellen ein. Bereits 1988 gründete er, als Reaktion auf den Super-GAU von Tschernobyl, die Paradigma Energie- und Umwelttechnik, die sich später als Ritter Energie und Umwelttechnik GmbH & Co. KG zum Vorreiter in Sachen ökologische Heizsysteme entwickeln sollte.

WÄRME- UND STROMVERSORGUNG DER ZUKUNFT

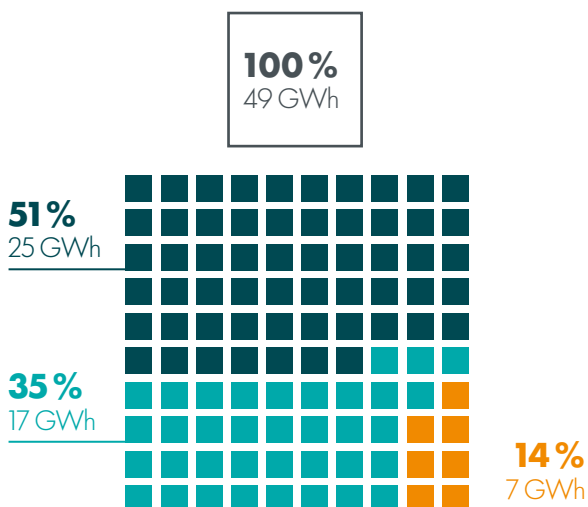
Auf dem Dach des neuen Roh- und Packstofflagers Dettenhausen befindet sich seit Mai 2022 die größte Solarthermie-Dachanlage Deutschlands. Sie ist Teil eines ganzheitlichen Energie- und Nachhaltigkeitskonzepts, das die Alfred Ritter GmbH & Co. KG zusammen mit der Ritter Energie- und Umwelttechnik GmbH & Co. KG und den Stadtwerken Tübingen für die neuen Lager- und Büroflächen umgesetzt hat. 468 Kollektoren auf einer Fläche von 2.300 Quadratmetern erzeugen aus Sonnenlicht pro Jahr bis zu 1.125 Megawattstunden Wärme, die das Unternehmen in das lokale Nahwärmenetz Dettenhausen einspeist.

Auch auf dem Dach der Nachbarhalle steht auf 4.820 Quadratmetern Fläche eine Photovoltaikanlage mit 1.244 Modulen. Rund 300.000 Euro hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG in die Anlage investiert. Noch einmal genauso viel Geld floss in den Stromspeicher, der eine Kapazität von 300 kWh hat. Der hier erzeugte Strom lädt unter anderem die E-Lkw, die zwischen den Lagern in Dettenhausen, Reichenbach und der Produktion in Waldenbuch pendeln.

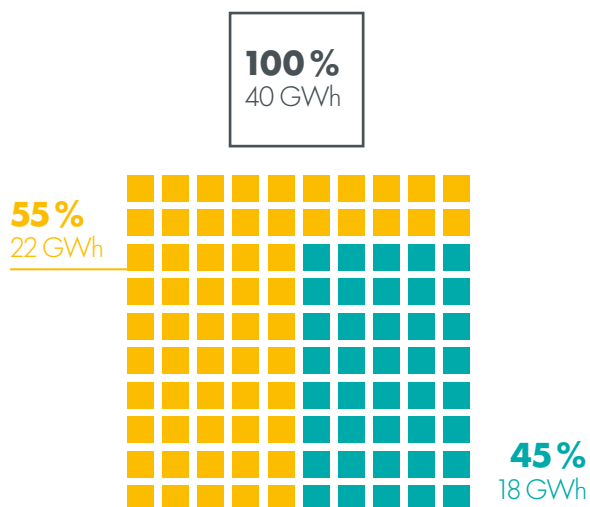
Doch damit nicht genug: Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG denkt in die Zukunft und arbeitet bereits intensiv an weiteren Projekten im Rahmen der UN-Initiative Race to Zero, in der sich das Unternehmen verpflichtet hat, den Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgase bis 2050 auf Netto-Null zu senken.



2002



Vision



■ Erdgas ■ BHKW (Stromerzeugung) ■ Zukauf erneuerbarer Energien ■ Eigene Anlagen

DEKARBONISIERUNG BEI DER ALFRED RITTER GMBH & CO. KG

Dekarbonisierung ist die Abkehr von fossilen Brennstoffen zugunsten kohlenstofffreier, erneuerbarer Energien. Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG hat sich im Rahmen der von den Vereinten Nationen unterstützten Kampagne Race to Zero zur Dekarbonisierung verpflichtet, berechnet den eigenen CO₂-Fußabdruck seit 2016 und arbeitet entlang der gesamten Lieferkette daran, Emissionen, wo es geht, zu reduzieren. Restliche Emissionen wird das Unternehmen weiterhin durch Zertifikate nach dem Gold Standard kompensieren.



In Dettenhausen zeigt sich eindrücklich, was möglich ist, wenn Unternehmen kooperativ und konstruktiv die Versorgungszukunft einer Gemeinde im Blick haben. Hier haben sich Unternehmen, die trotz ihrer ganz unterschiedlichen Branchen ein ähnliches Verständnis für eine klimafreundliche Zukunft haben, zusammengetan und investiert: In eine hochmoderne Wärmeversorgung, die beispielhaft mit dem neuesten Stand der Versorgungstechnik beweist, wie naheliegend und erfolgreich solche Synergien sein können.“

Ortwin Wiebecke,
Geschäftsführer Stadtwerke Tübingen



„EL CACAO“ ALS KLIMASCHUTZPROJEKT

Richtig gute Schokolade beginnt mit hochwertigem Kakao. Extreme Wetterereignisse wie Trockenheit oder Stürme infolge des Klimawandels gefährden jedoch zunehmend die Ernteerträge weltweit. Eine maßgebliche Rolle spielen dabei vom Menschen verursachte Emissionen von Treibhausgasen in die Atmosphäre. Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG will ihre Emissionen verringern und realisiert auf der Plantage „El Cacao“ ein eigenes Klimaschutzprojekt – kein einfaches Vorhaben.

Um sich klimaneutral zu stellen, sollten Unternehmen ihre Treibhausgas-Emissionen kontinuierlich reduzieren – der Umwelt zuliebe und weil Emissionen, die nicht reduziert werden, teuer kompensiert werden müssen. Die Kompensation erfolgt in der Regel über Zertifikate aus internationalen Klimaschutzprojekten. So auch bei der Alfred Ritter GmbH und Co. KG – bis Geschäftsführer Andreas Ronken vorschlug, innerhalb der eigenen Wertschöpfungskette aktiv zu werden und den Aufbau (und die damit einhergehende Aufforstung) der unternehmenseigenen Plantage „El Cacao“ als Klimaschutzprojekt anerkennen zu lassen. „Diese eigentlich logische Idee war zum damaligen Zeitpunkt visionär“, sagt Nachhaltigkeitsmanager Georg Hoffmann. „Dass wir das versuchen, war aber sofort klar.“

Innerhalb von sieben Jahren forstete das Unternehmen „El Cacao“ mit mehr als einer Million Kakaobäumen und über 30.000 Schattenbäumen auf. Zusätzlich wird dort Biomasse kompos-

tiert, Mineraldünger bewusst eingesetzt und CO₂ im Boden gespeichert. Die Zertifizierung erfolgt nach dem renommierten Gold Standard. Doch um Zertifikate generieren zu können, muss das



Aufforstung: in sieben Jahren über

1.000.000

Kakaobäume



über



30.000

Schattenbäume

Vorhaben erst als Klimaschutzprojekt anerkannt werden. Im Gold Standard gibt es bislang kein vergleichbares Projekt. Neue Abläufe und Rahmenbedingungen müssen konzipiert werden – ein langwieriger Prozess, in dem die Alfred Ritter GmbH & Co. KG Ausdauer beweisen muss. „Um das zu erarbeiten, braucht es Geduld, mehr Zeit als gedacht, und das ein oder andere graue Haar eben auch“, so Georg Hoffmann. „Aber es hat sich gelohnt, schon bald können wir Zertifikate nutzen, die wir selbst generiert haben – wenn auch ein paar Jahre später als ursprünglich geplant.“

REDUZIEREN, KOMPENSIEREN, VERMEIDEN

Schon 2012 hatte die Alfred Ritter GmbH und Co. KG den CO₂-Fußabdruck exemplarisch für einzelne Sorten berechnet. „Schnell wurde klar: Es braucht einen ganzheitlichen Ansatz“, erklärt Georg Hoffmann. „Daher die Idee, ein eigenes Klimaschutzprojekt ins Leben zu rufen.“ Ihm ist die Feststellung wichtig, dass Zertifikate am Ende des Prozesses stehen, der Klimaschutz als Ziel hat: „Kompensation entbindet uns nicht von unserer eigentlichen Aufgabe: Wir müssen konsequent weiter Treibhausgase reduzieren und vermeiden, wo immer es geht – egal, wie klimaneutral wir auf dem Papier durch Kompensation sind. Wir Industrienationen sind

besonders in der Verantwortung. Dass es Zertifikate braucht, ist schließlich Ergebnis unserer Handlungsweisen in der Vergangenheit.“ Bis 2025 strebt die Alfred Ritter GmbH & Co. KG Klimaneutralität durch Kompensation entlang der gesamten Wertschöpfungskette an und arbeitet hierfür eng mit ihren Rohstofflieferanten zusammen: „Immer mehr Unternehmen erkennen, dass wir Treibhausgase reduzieren müssen – um weiter richtig gute Schokolade herzustellen, und ebenso, um künftigen Generationen eine lebenswerte Welt zu hinterlassen.“



DESIGNED FOR RECYCLING

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG arbeitet zusammen mit langjährigen Partnerunternehmen an immer neuen Verpackungskonzepten. Im Fokus: Die kontinuierliche Reduktion von Verpackungsmaterial, schrittweise Substitution durch nachwachsende Rohstoffe sowie die Kreislauf- und Recyclingfähigkeit der Produkte.

Ziel der Alfred Ritter GmbH & Co. KG ist es, nur Verpackungen in Umlauf zu bringen, die als Wertstoff in Kreisläufen gehalten werden können. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die Reduktion der Verpackungen auf das Wesentliche gelegt. Nachwachsende Rohstoffe sollen überall dort eingesetzt werden, wo es die Produktsicherheit und der Produktschutz erlauben und wo es sinnvoll ist. Dabei liegt der Fokus vor allem auf der Weiterentwicklung der papierbasierten Verpackungen – unter anderem, weil Entsorgungs- und Recyclingsysteme für Papier, insbesondere auch im Hinblick auf internationale Märkte, weit verbreitet sind. Einige wichtige Entwicklungsschritte sind bereits gemacht, doch die größte Herausforderung sind derzeit Primärverpackungen aus Papier. „Papier als Verpackungsmaterial für unser gesamtes Sortiment einzusetzen, ist unser Nordstern, an dem wir intensiv arbeiten. Aber die Umstellung ist nicht einfach, denn Sicherheit und Qualität der Produkte stehen immer an erster Stelle“, erklärt Katja Binder, Leiterin Verpackungsentwicklung. So erweist sich eine Verpackung aus Papier nicht für jede Schokoladensorte als geeignet, gerade, wenn es um den direkten Kontakt mit dem Produkt geht. Hier ist weitere Entwicklungsarbeit notwendig – die Verpackungsexpertinnen und -experten bleiben am Ball.

DAS MUSS EINE VERPACKUNG LEISTEN

Eine Verpackung muss schützen, die Kundinnen und Kunden mit wichtigen Informationen versorgen und bei einem Genussprodukt wie Schokolade mit seinem Design Lust zum Kauf machen. Dazu wird viel Ressource in die Entwicklung alternativer Verpackungskonzepte investiert. Stärker denn je setzt die Alfred Ritter GmbH & Co. KG jedoch auf die Kreislauffähigkeit der Materialien. Papier, Karton und Polypropylen-Folien sind bei allen Produkten der Marke Ritter Sport vollständig recyclingfähig. Die Faserstoffe sind FSC-zertifiziert, die Folie durch regelmäßige Testierungen anerkannter, unabhängiger Institute „Cradle-to-Cradle“ zertifiziert (Material Health Standard, Bronze Level).



LANGFRISTIGE PARTNERSCHAFTEN MIT LIEFERANTEN

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG pflegt auch zu ihren Verpackungslieferanten langjährige Geschäftsbeziehungen. Gerade wenn es um die Entwicklung und Zertifizierung von Materialien geht, erleichtert eine Bindung, die auf Vertrauen basiert, die Zusammenarbeit sehr. „Uns ist eine gute Beziehung zu unseren Geschäftspartnern sehr wichtig. Sie ist ein wichtiger Faktor, um unsere Ziele gemeinsam mit unseren Lieferanten weiterzuentwickeln. So freut uns, dass sich die Lieferanten teilweise extra für uns FSC-zertifiziert haben. Und in schwierigen Zeiten erleichtern sie die Materialbeschaffung“, erklärt Katja Binder.



Uns ist eine gute Beziehung
zu unseren Geschäftspartnern
sehr wichtig.“

VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT

Ein gutes Beispiel für langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit ist die Beziehung zu Koehler Paper – einem Lieferanten, der bei der Herstellung seiner Produkte selbst großen Wert auf Ressourcenschonung legt und flexible Verpackungspapiere entwickelt, um den Einsatz von Kunststoff als Verpackungslösung zu reduzieren. Seit Anfang 2021 setzt die Alfred Ritter GmbH und Co. KG mit Koehler NexPlus® Seal auf Papier als Sekundärverpackung für ihr Ritter Sport Produkt mini Bunte Tüte und wurde damit zum Vorreiter auf dem Schokoladenmarkt.

Dr. Stefan Karrer, Vorstand Technik, Koehler-Gruppe:

„Der Trend bei der Wahl von Verpackungen ist klar, denn Papier punktet mit äußerst starken Argumenten. Es basiert auf nachwachsenden Rohstoffen und ist nach Gebrauch als Altpapier ein gefragter Sekundärrohstoff mit einer wesentlich besseren Klimabilanz. Somit bieten wir unseren Kunden eine Lösung an, mit der sie an einer ‚circular economy‘ teilnehmen können. Unsere flexiblen Verpackungslösungen aus Papier können Kunststoff in vielen Anwendungen ersetzen und machen die Welt dadurch ein Stück nachhaltiger.“



Unsere flexiblen Verpackungslösungen
machen die Welt ein Stück nachhaltiger.“



FAMILIENZUWACHS: AMICELLI GEHÖRT JETZT ZU RITTER

Übernahmen werfen bei Markenfans oft Fragen auf: Werden sich Rezeptur und Geschmack verändern? 2021 hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG die Marke „Amicelli“ mitsamt ihrer Produktionsstätte, einem ehemaligen Werk der Mars Austria OG im österreichischen Breitenbrunn, erworben. Gemeinsam mit den neuen Kolleginnen und Kollegen in Österreich wurde die Produktion innerhalb von rund sieben Wochen an die neue, nachhaltigere Rezeptur angepasst.

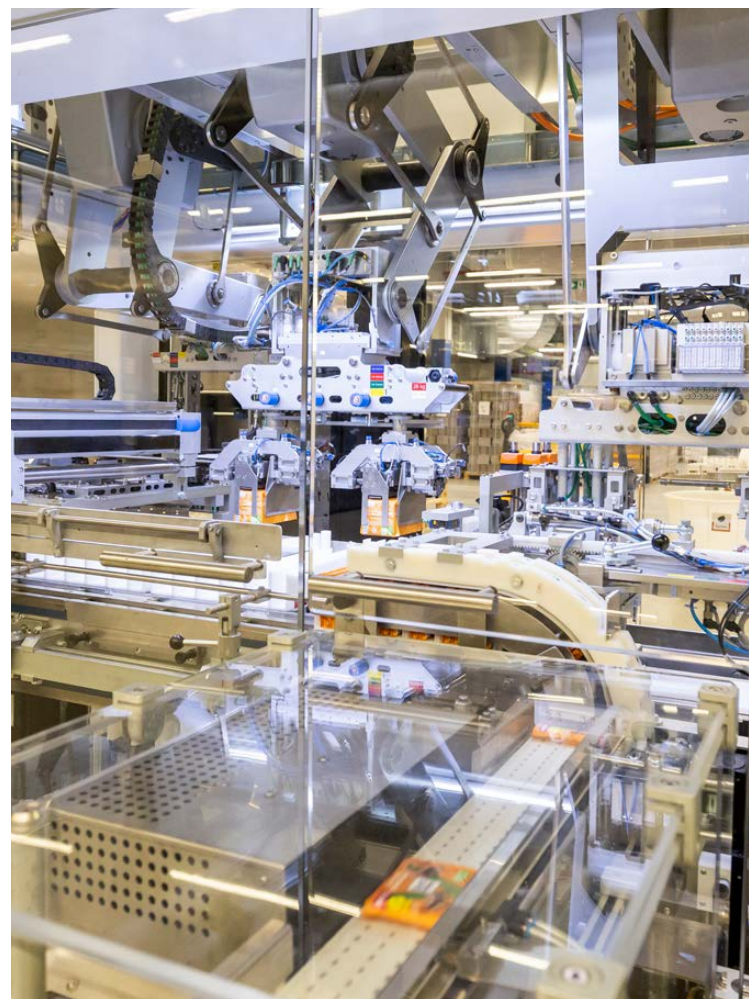
Seit Jahren wächst die 1912 gegründete Alfred Ritter GmbH & Co. KG stetig. „Uns war klar, dass wir früher oder später unsere Produktionskapazitäten erweitern müssen. Das Mars-Werk in Breitenbrunn kam für uns wie gerufen“, sagt CEO Andreas Ronken. „Im aktuellen Marktumfeld sollte man die Chance, ein bestehendes Werk zu übernehmen, nutzen.“ Rund 85 Mitarbeitende werden nun im Burgenland von der Alfred Ritter GmbH & Co. KG beschäftigt – viele von ihnen waren zuvor für Mars tätig. Neben Amicelli werden dort auch die Ritter Sport Rum Riegel und das 5 Sorten umfassende vegane Schokoladensortiment hergestellt. „Wir sind vielleicht 700 Kilometer voneinander entfernt, aber: Wir sind EIN Haus. Die Werte, für die wir stehen, als Produzent und als Arbeitgeber, gelten in Breitenbrunn genauso wie in Waldenbuch“, so Andreas Ronken.

Die Übernahme von „Amicelli“ ist der erste Markenzuwachs in der über 100-jährigen Unternehmensgeschichte. „Wir wollten ein neues Produkt in unser Markenversprechen – hochwertige Schokoladenprodukte, hergestellt im Einklang mit Mensch und Natur – authentisch integrieren“, sagt

Malte Dammann, Geschäftsführer Vermarktung bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG. Amicelli wird daher nun mit 100 Prozent zertifiziert nachhaltigem Kakao nach Rainforest Alliance oder Fairtrade Kakaoprogramm und mit RSPO-zertifiziertem Palmfett der Stufe „segregiert“ produziert. Wie bei allen Ritter Produkten werden keine Aromen zugesetzt. Eine erste Limited Edition für Amicelli mit einer Kakaocremefüllung haben die Waldenbacher Schokoladenexpertinnen und -experten schon entwickelt. Sie kam so gut an, dass sie dauerhaft das Sortiment erweitern soll, so Malte Dammann: „Wir freuen uns, dass ‚unser‘ Amicelli vielen früheren Fans schmeckt und auch neue gewinnt. Mit Amicelli konnten wir eine Marke

in unser Portfolio integrieren, die ein starkes Wachstumspotenzial im In- und Ausland hat. Es war eine großartige gemeinsame Leistung der Kolleginnen und Kollegen aus Waldenbuch und Breitenbrunn, innerhalb kürzester Zeit die Produktion auf die veränderte Ritter-Rezeptur umzustellen, neue Anlagen aufzubauen und in Betrieb zu nehmen und nun in bekannter Ritter-Qualität zu produzieren. Und das alles in (Corona-)Zeiten, in denen direkte Kontakte reduziert werden mussten. Aber dank engagierter Mitarbeitender auf beiden Seiten war die Integration in die Ritter-Kultur auch mit solchen Herausforderungen möglich.“





WERTVOLLE RESSOURCEN NACHHALTIG NUTZEN

GANZHEITLICHE VERWERTUNG DER KAKAOFRUCHT: ERFRISCHEND ANDERS

Es gibt noch mehr Zuwachs in der Markenfamilie: Mit dem internen Start-up CacaoVida hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG einen innovativen und nachhaltigen „Upcycling“-Ansatz gefunden. Seit 2020 der Kakaosaft von der EU als Lebensmittel anerkannt wurde, werden aus dem bisher ungenutzten Kakaofruchtfleisch drei neue Produkte entwickelt: die fruchtig-spritzige CacaoVida Kakaofrucht Limo, der CacaoVida Kakaofrucht Eistee mit Teeaufguss aus dem getrockneten Kakaofruchtfleisch und der CacaoVida Secco – ein bislang einzigartiger Secco aus dem Saft der frischen Kakaofrucht.



UPCYCLING REDUZIERT AUSSCHUSSMENGEN

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG verarbeitet täglich bis zu 350 Tonnen hochwertige Rohstoffe zu Schokolade. Bei der Produktion neuer Sorten lassen sich Ausschüsse leider nicht gänzlich vermeiden. Durch Datenerfassung und -analyse konnten diese – auch als Rework bezeichneten – Ausschussmengen in den vergangenen zehn Jahren jedoch um rund 35 % reduziert werden. Dabei helfen Anpassungen von Mindestlosgrößen und Produktreihenfolgen sowie technische Optimierungen, um Anlagen und Ressourcen bestmöglich einzusetzen.

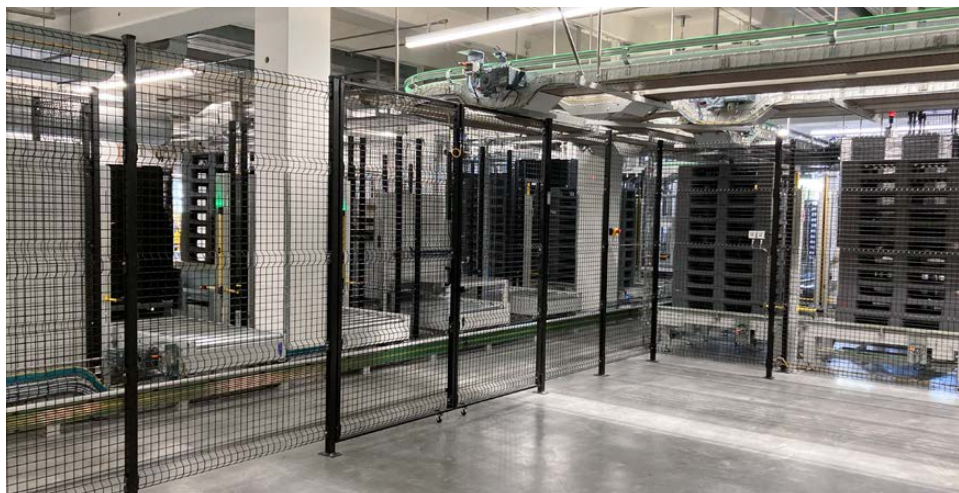
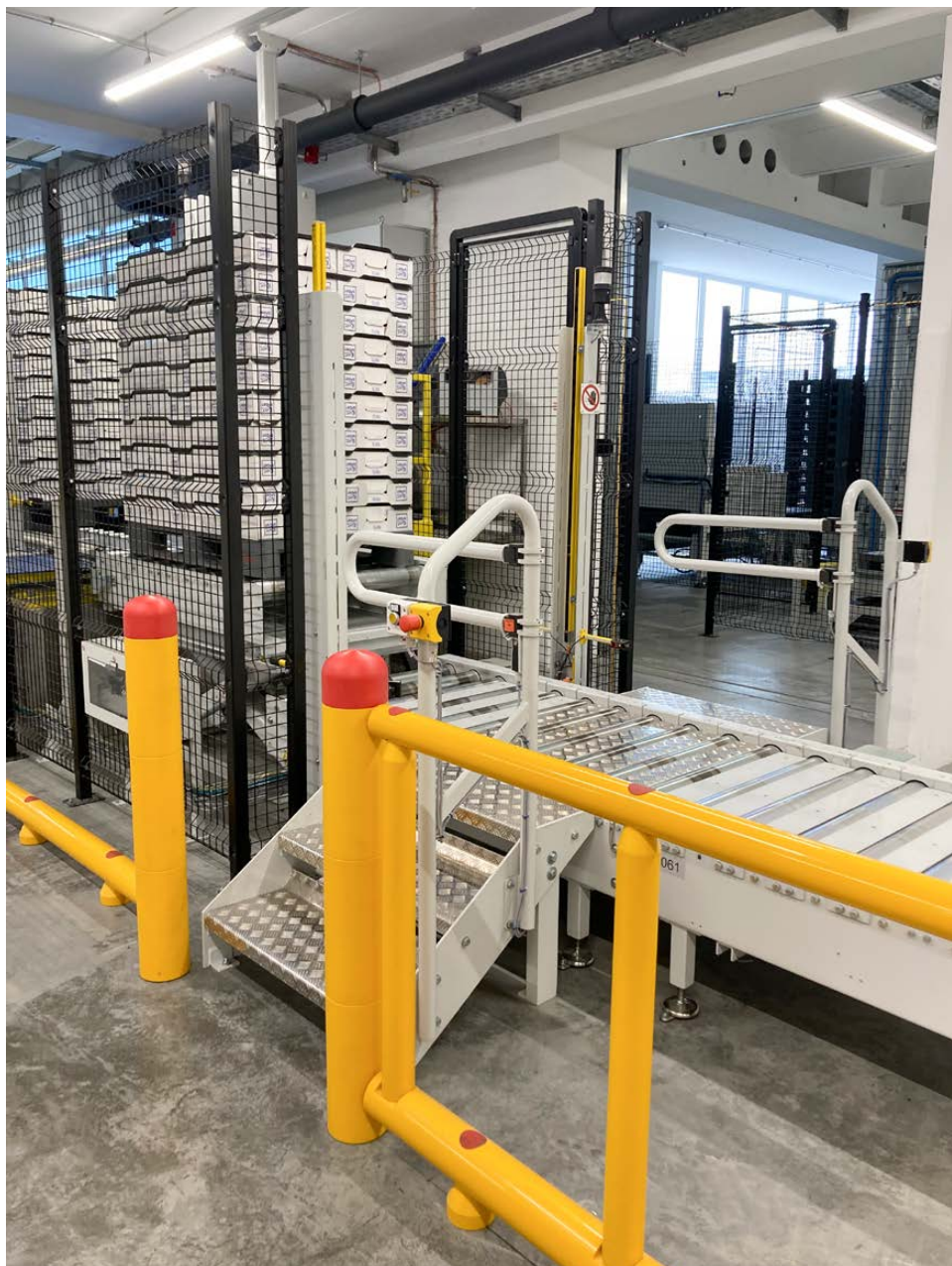
Häufig handelt es sich bei Rework um Schokoladen-Quadrate, die den strengen optischen Qualitätsanforderungen nicht gerecht und lediglich aufgrund von prozessbedingten Schönheitsfehlern aussortiert wurden. Diese inhaltlich einwandfreien Produktionsmengen, zum Beispiel Keksschokoladenbruch, werden mit anderen Zutaten kombiniert und bekommen ein neues Leben in verschiedenen beliebten Upcycling-Editionen wie zum Beispiel „Keks & Flakes“. Die neuen Sorten werden, meist in kleinen Auflagen, als Sondereditionen in den eigenen Shops des Unternehmens vermarktet. „Mit wertvollen Rohstoffen, die wir früher verloren geben mussten, können wir heute Food Waste vermeiden – und das schmeckt dann auch noch gut“, freut sich Produktionsleiter Markus Maurer.



EIN WICHTIGER BAUSTEIN IM HERZEN DER FABRIK

Am Produktionsstandort in Waldenbuch wurde im August 2022 ein neuer Palettierer mit modernster Technik in Betrieb genommen. Nach einem aufwendigen zehnwöchigen Um- und Aufbau, in dem die Palettieranlage mit den Produktionsanlagen verbunden werden musste, sorgt sie nun für deutlich bessere Auslastung und geringere Stillstandszeiten. Die Neuinvestition wurde jedoch nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern vor allem aus Sicherheitsaspekten getätigt – der neue Palettierer entspricht den neuesten Standards der Arbeitssicherheit, verbessert darüber hinaus die Ergonomie der Arbeitsplätze und sorgt zudem für eine Reduzierung des Staplerverkehrs durch optimierte Intralogistikprozesse.

Ein weiterer Vorteil: die bessere Rückverfolgbarkeit der Warenkartons durch modernste RFID-Technologie. Dabei werden RFID-Tracker an den Kartons mit Daten beschrieben, die wiederum direkt in Waldenbuch sowie zukünftig auch im Fertigwarenlager in Reichenbach ausgelesen werden können. Sie beinhalten die Informationen, von welcher Anlage die Schokolade kommt und wohin sie gehen soll – so kann eine einwandfreie Auftragstrennung sichergestellt werden.





3

VERANTWORTUNGS- VOLLER ARBEITGEBER





„ÜBERZEUGUNG KANNT MAN NICHT KAUFEN“

Viele Fachkräfte stellen sich seit Corona die Sinnfrage: „Schafft mein Arbeitgeber einen gesellschaftlichen Mehrwert, kann ich meine Fähigkeiten hier sinnvoll einbringen?“ CEO Andreas Ronken beantwortet die Frage für sich mit einem klaren Ja – und setzt sich dafür ein, dass die 1.900 Mitarbeitenden das auch können.

„Das Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur ist bei uns intrinsisch geprägt“, sagt Ronken: „Ich muss keine dicken Bretter bohren, damit wir das Richtige tun können. Die Menschen, die unsere Rohstoffe produzieren, sollen davon gut leben können. Die Umwelt soll geschützt werden. Das ist Teil der DNA dieses Unternehmens und auch im Berufsalltag für alle spürbar. Überzeugung kann man nicht von außen zukaufen.“

Der hauseigene Führungsstil ist kooperativ. „Als Geschäftsleitung geben wir einen Rahmen vor, aber die Führungskräfte mit ihren Teams entscheiden viel eigenverantwortlich“, sagt Ronken: „Home-Office-Regelungen während der Pandemie haben wir den Teams selbst überlassen.“ Die Kantine blieb

über den gesamten Zeitraum offen: „Bei aller Vorsicht war uns wichtig, die Firma als sozialen Ort zu erhalten. Ich bin stolz auf unsere Führungskräfte und alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auch dank ihrer Vernunft und ihrem Augenmaß sind wir gut durch die Pandemiezeit gekommen.“

JENSEITS VON SCHLAGZEILEN UND SHITSTORMS DAS RICHTIGE TUN

Verantwortungsvolle Entscheidungen zu treffen, gehört ebenso zur DNA: Als der Angriffskrieg in der Ukraine begann, gab es ein Dilemma zwischen Verantwortung und Haltung. Für die Unternehmerfamilie und die Geschäftsleitung galt es, sorgfältig abzuwägen. Als zweitgrößter Absatzmarkt spielt

Russland auch eine tragende Rolle bei den langjährigen Verträgen für nachhaltigen Kakaobezug. „Wir verurteilen diesen Angriffskrieg wie jeder vernünftige Mensch“, sagt Ronken. „Aber die Lebensgrundlagen unserer Partnerinnen und Partner, die Ergebnisse jahrzehntelanger Anstrengungen für Nachhaltigkeit und unsere eigene Existenz als Unternehmen und Arbeitgeber aufs Spiel setzen, um keine schlechte PR zu bekommen? Wir entschieden uns für das aus unserer Sicht in der heutigen Situation moralisch Richtige: Wir haben der Verantwortung höhere Priorität eingeräumt und tragen der Haltung Rechnung, indem wir die Gewinne spenden. Zugleich werden wir unsere Absatzmärkte weiter diversifizieren.“



Rund

15.000

Antigentests vor Ort



650

Corona-Schutzimpfungen
durch den Betriebsarzt

ARBEITEN BEI RITTER: CHANCENGLEICH UND BUNT

Vielfalt in puncto Alter, Berufserfahrung, Geschlecht, Herkunft und Persönlichkeit macht das Leben bunter und Teams erfolgreicher. Deswegen achtet die Alfred Ritter GmbH & Co. KG nicht allein auf die fachliche Qualifikation. Dualstudium, Mentoring-Programme, Job Rotation und jährliche Mitarbeitergespräche fördern das lebenslange Lernen und die persönli-

che Weiterentwicklung. Auszeiten vom Beruf stehen einer Karriere in dem familienfreundlichen Unternehmen nicht entgegen, flexible Teilzeitmodelle, Home Office und Kinderbetreuungsservice erleichtern Eltern den Wiedereinstieg ins Berufsleben. Der Frauenanteil im mittleren und oberen Management wird systematisch gefördert und steigt kontinuierlich. Ungeachtet der betrieblichen Hierarchie legt das Unternehmen großen Wert auf Achtung und Wertschätzung in der Zusammenarbeit. „Uns

ist wichtig, dass sich alle wohlfühlen und so sein können, wie sie sind“, sagt CEO Andreas Ronken: „Ich wünsche mir eine Belegschaft, die so bunt und vielfältig ist wie unsere Ritter Sport Schokoladen.“ Im Juli 2022 hat sich die Alfred Ritter GmbH & Co. KG der Initiative #FürGleichheitFürLGBTIQ der Generation Rainbow angeschlossen. Sie nutzt damit ihre Reichweite in den sozialen Medien, um einen Beitrag zur Aufklärung und Sensibilisierung für LGBTQIA+-Themen zu leisten – und um Haltung zu zeigen.

“

Ich wünsche mir eine Belegschaft, die so bunt und vielfältig ist wie unsere Ritter Sport Schokoladen.“



14 %
Frauen im oberen Management



52 %
Frauen im mittleren Management



11 & 11
Ausbildungsstellen
(kaufm., gewerbl., DHBW) pro Jahr



11
verschiedene
Fachrichtungen



2.230
Stunden Fremdsprachentraining



412
Qualifizierungsmaßnahmen



13 Jahre
Betriebszugehörigkeit im Durchschnitt



31 %
Mitarbeitende in Teilzeit

WISSEN SCHAFFT (SELBST-) SICHERHEIT

Kommunikation ist der Schlüssel, um Wissen zu vermitteln. Das gilt beim Thema Sicherheit genauso wie bei der beruflichen Weiterentwicklung der Mitarbeitenden.

Persönlicher Austausch ist wichtig. Darum kommt regelmäßig Besuch aus aller Welt nach Waldenbuch, erfahrene Mitarbeitende stehen jungen Talenten bei der beruflichen Entwicklung zur Seite und bei Themen wie der Arbeitssicherheit rückt die Vision von „Null Unfällen“ durch den Austausch im Unternehmen immer näher.

PRÄVENTION DURCH KOMMUNIKATION

Null Unfälle: Aus dieser Vision macht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG per umfassender Mitarbeiterbefragung und durch einen abteilungsübergreifenden Arbeitskreis ein konkretes Ziel.

Technische Lösungen wie Sicherheitslichtschranken in der Produktion, regelmäßige Unterweisungen aller und entsprechende Unterlagen gab es längst, nun sollte das Thema Arbeitssicherheit noch stärker in den Köpfen und im täglichen Berufsalltag verankert werden. „Wissen und Kommunikation sind die beste Prävention“, sagt Thomas Roh, Fachkraft für Arbeitssicherheit: „Dazu gehören klare Abläufe, Technologiewissen, Bewusstsein für Gefahren, regelmäßige Kommunikation und ein respektvolles Miteinander.“ In der Kantine erinnert ein riesiges Plakat an die „Vision Null Unfälle“, die schon in greifbarer Nähe ist: Die seit Jahren sinkenden Unfallzahlen konnten zuletzt auf eine Tausend-Mann-Quote von 6,33 im Jahr 2022 reduziert werden. Als einer von sechs Betrieben deutschlandweit wurde die Alfred Ritter GmbH & Co. KG dafür von der Berufsgenossenschaft für Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) mit dem BGN-Präventionspreis ausgezeichnet.

//

Wissen und Kommunikation sind die beste Prävention.“





INTERNATIONALER AUSTAUSCH: BESUCH AUS SINGAPUR

Lebendig vermitteln lassen sich Unternehmenswerte am besten durch persönlichen Austausch. Den pflegt die Alfred Ritter GmbH & Co. KG mit ihren Mitarbeitenden an zwei Produktionsstandorten, Gesellschaften in Nicaragua, Italien, Österreich, Russland, den Niederlanden, UK, Singapur, China, Dänemark und den USA seit langem gezielt: Jedes Jahr lädt das Unternehmen neue Mitarbeitende aus aller Welt nach Waldenbuch ein. Edwin Tay Ee Koon, Country Manager South East Asia, reiste im Juli 2022 aus Singapur an, um Ritter Sport in Waldenbuch 23 Tage lang hautnah zu erleben, vom Ritter Infotag – dem jährlichen Mitarbeiterevent mit Kolleginnen und Kollegen aus der ganzen Welt – über gemeinsame Workshops und fachlichen Austausch bis hin zum Schokolade-Selbstmachen. „Mein Besuch war perfekt organisiert, ich habe mich sehr willkommen und gut aufgehoben gefühlt. Ich konnte nicht nur viele Kolleginnen und Kollegen persönlich kennenlernen, sondern auch wertvolle neue Perspektiven gewinnen. Neben vielen schönen Erinnerungen habe ich ein tieferes Verständnis des Unternehmens und seiner Werte mit nach Hause genommen.“



Ich konnte wertvolle neue Perspektiven gewinnen.“



BUNTE VIelfALT FÜR TALENTE

Von der Mitarbeiterin Qualitätssicherung zur Leitung Lokales Qualitätsmanagement Waldenbuch in einem Jahr – das schaffte Sandra Ketterl, eine von zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmern im 2021 erstmals angebotenen Nachwuchsförderungsprogramm „Bunte Vielfalt für Talente“. In zahlreichen Trainings lernen vielversprechende Nachwuchskräfte innerhalb eines Jahres neben dem Beruf auch Techniken für die Moderation und Gesprächsführung, Präsentation, Projektsteuerung und Führung und viele weitere Fähigkeiten für ihre persönliche Erfolgsgeschichte.



Der Austausch mit Kolleginnen und Kollegen außerhalb der alltäglichen Schnittstellenabteilungen hat mir sehr viel gebracht.“

Auch künftig sollen jedes Jahr circa zwölf Talente aus verschiedenen Unternehmensbereichen und mit verschiedenen Hintergründen auf ihre persönliche Lernreise gehen, begleitet von ihrem persönlichen „Buddy“. Bei Sandra Ketterl war das Jessica Uetz, Teamleitung Konzeption und Vermarktung Bunte Schokolwelten in Berlin und Waldenbuch. „Der Austausch mit Kolleginnen und Kollegen außerhalb der alltäglichen Schnittstellenabteilungen hat mir sehr viel gebracht“, so Sandra Ketterl. „Durch die Kommunikationsübungen und das Feedback aus der Gruppe konnte ich neue Techniken erlernen, um souverän mit herausfordernden Situationen umzugehen. Ich finde es toll, dass mir die Möglichkeit gegeben wird, mich abseits meiner fachlichen Themen gezielt persönlich weiterzuentwickeln.“

„DAS LEBEN FÜR DIE LEUTE HIER IST EIN ANDERES GEWORDEN“

Seit die Alfred Ritter GmbH & Co. KG 2012 die rund 2.500 Hektar große Fläche bezog, sind auf der Kakao-plantage nicht nur Arbeitsplätze, sondern nach und nach auch Siedlungen um El Cacao entstanden. Ziel der eigenen Kakaofarm ist für Ritter Sport, die traditionellen Methoden des Kakaobaus mit modernem Know-how zu verknüpfen, dabei hervorragenden Kakao zu produzieren, und für die Mitarbeitenden und ihre Familien einen Ort mit hoher Lebensqualität zu erschaffen.

In den vergangenen zehn Jahren sind rund um El Cacao ganze Dörfer entstanden. „El Cacao macht einen Unterschied für die Menschen vor Ort“, sagt Hauke Will, Leiter Landwirtschaftliche Produktion: „Durch den Anbau von qualitativ hochwertigem Kakao in Nicaragua konnten wir sichere Arbeitsplätze schaffen, was unseren Mitarbeitenden ein besseres Einkommen ermöglicht und den Zugang zu Bildung und zu medizinischer Versorgung vereinfacht. Das Leben für die Leute hier ist ein anderes geworden.“

EIN GUTER ORT FÜR KAKAO, MENSCH UND UMWELT

Neben der Produktion von hervorragendem Kakao schafft El Cacao mit fairen Löhnen sowie Kranken- und Rentenversicherungen ein Mehr an Lebensqualität für die Mitarbeitenden und ihre Angehörigen. Wer eine größere Anschaffung plant oder kurzfristig einen größeren Geldbetrag benötigt, kann auf einen Mikrokredit vom Arbeitgeber bauen. Mit dem hauseigenen Sanitätszentrum und regelmäßigen Facharztbesuchen auf der Plantage erhalten die rund 400 Mitarbeitenden eine gute medizinische Versorgung und Vorsorge, etwa Brillen oder ergonomische Hilfsmittel.





ISMAEL CELESTINO BLANCO JARQUIN, 30, AUS CHALMECA

Ismael Celestino Blanco Jarquin fing 2015 als Landarbeiter an. Mit Unterstützung seines Arbeitgebers absolvierte er eine Ausbildung zum Agrarwirt. 2019 war er als landwirtschaftlicher Vorarbeiter bereits für zehn und mehr Landarbeiter verantwortlich. Dann trat er zum Ingenieurstudium an. Aktuell ist er im letzten Studienjahr und auf El Cacao für eine Fläche von 200 Hektar Kakao zuständig.



VICENTE VALLE BRAVO, 32, AUS LA FONSECA

Vicente Valle Bravo startete 2012 und kümmerte sich als Vorarbeiter um die Vermessung von Flächen, Bodenuntersuchungen und die Baumschule. Drei Jahre später wurde er Abteilungsleiter für den Bereich Bepflanzung. Seit 2017 ist er Zonenverantwortlicher und Leiter der Kakaobaumschule. Berufsbegleitend schloss er das Studium zum Agroforstingenieur ab und absolvierte Fortbildungen der „Academia“ zu Arbeitssicherheit, Mitarbeiterführung und Englisch. In einem einmonatigen Praktikum lernte er die Arbeit auf der Haselnussplantage La Caussade in Frankreich kennen.

CHANCEN DURCH BILDUNG

In der unternehmenseigenen Bildungseinrichtung „La Academia“ können Mitarbeitende je nach Vorkenntnissen Lesen, Schreiben, Rechnen, Traktorfahren, Fremdsprachen oder das Arbeiten mit dem Computer lernen. „Vom einfachen Landarbeiter zum Agrar-

fachmann oder zur Managerin – durch flexible Arbeitszeiten, Studienurlaub und finanzielle Förderung durch den Arbeitgeber ist das hier möglich“, sagt Hauke Will. „Auf El Cacao leben wir dieselben Werte wie in Waldenbuch und Breitenbrunn. Wir fördern Talente und unterstützen verdiente Mitarbeitende bei ihren persönlichen Zielen, wo

wir können. El Cacao ist mehr als eine Plantage. Wir sehen hier eine echte Gemeinschaft wachsen.“ Perspektivisch soll „La Academia“ Bildungszentrum für nachhaltigen Kakaoanbau werden, zum Beispiel auch für Kooperativen im Land.



158

geschulte
Mitarbeitende (2021)

35

geschulte
Mitarbeitende (2022)

Die durch die verheerenden Unwetter entstandenen Schäden auf der Farm haben den Betrieb der Academia 2022 stark eingeschränkt. Nach umfangreichen Instandsetzungsmaßnahmen können die Schulungen wieder im üblichen Umfang stattfinden.



GLOBAL DENKEN, LOKAL HANDELN

Natürliche Lebensräume für Pflanzen und Tiere sind nicht nur außerhalb Europas gefährdet: In Deutschland, Schweden oder Österreich sind zahlreiche Insekten und damit Blütenpflanzen, Vogel- und andere Tierarten vom Aussterben bedroht. Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG trägt an seinen Standorten zum Erhalt natürlicher Lebensräume für Pflanzen und Tiere bei. So profitieren Insekten und Vögel von der Wildblumenwiese im österreichischen Breitenbrunn und das Projekt „Rittercoin“ sorgt für weniger Müll in der Umwelt.

RITTER COINS FÜR WENIGER MÜLL IN DER NATUR

In Schweden hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG zwar keinen eigenen Produktionsstandort, doch die zeitgenössische schwedische Tradition des „Plogging“, beim Joggen Müll aufsammeln (schwedisch „Plocka“ =

Aufsammeln), inspirierte zur Social-Media-Kampagne „Ritter Coin“: Hier dokumentierten und teilten Fans ihre aufgesammelten Müllfunde im Social Web und erhielten als Belohnung digitale „Ritter Coins“, also Guthaben für den Ritter Sport Online-Shop. Tausende teilten unter dem Hashtag #rittercoin mit der Welt, welchen Müll sie aus

der Natur entfernt und dem Wertstoffkreislauf wieder zugeführt haben, und trugen so zum Bewusstsein für den Wert unberührter Natur bei. Die Aktion kam sehr gut an: Mehr als 25.000 digitale Coins wurden vergeben – und oftmals direkt in Schokolade investiert.

#rittercoin



MEHR WILDBLUMEN, VÖGEL UND INSEKTEN – IN KOOPERATION MIT DER UNI WIEN

1979 wurde der Thenau-Riegel bei Breitenbrunn am Neusiedler See zum Naturschutzgebiet erklärt. Die Weide erstreckt sich über eine Fläche von 50 Hektar Leithakalk und zählt zu den größten Trockenrasengebieten des

Burgenlandes. 2021 hat die Alfred Ritter GmbH mit ihrem Produktionswerk in Breitenbrunn einen Standort in direkter Nachbarschaft zu Distelfinken und -faltern, Kratzdistelrüsslern und vielen weiteren faszinierenden Lebewesen bezogen – und sich den Thenau-Riegel direkt zum Vorbild genommen: Gemeinsam mit dem Department für Botanik und Biodiversitätsforschung der Universität Wien wurden auf über 6.000 Qua-

dratmetern Grünfläche auf dem Betriebsgelände regionale Wildblumen gepflanzt. Darüber hinaus werden im ersten Quartal 2023 natürliche Insekten- und Vogelnahrungsplätze installiert, um die lokal bedrohte Insektenfauna, Wildpflanzen und Vögel zu schützen. Die Erfolge werden dokumentiert und analysiert für weitere wirksame Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung der Biodiversität in der Region.





4 ORGANISATION UND WERTE



GENUSS UND BEWUSSTER KONSUM SIND FÜR UNS KEIN WIDERSPRUCH

Quadratisch. Praktisch. Gut. – Der Slogan hat sich seit seiner Findung in den 1970er Jahren zu einem Klassiker entwickelt. Noch immer bringen die drei Worte auf den Punkt, was die Marke Ritter Sport ausmacht. Damals wie heute geht es um qualitativ hochwertige quadratische Schokolade in praktischer Verpackung. Und weil die Verbraucherinnen und Verbraucher heute genau wissen wollen, wie und unter welchen Bedingungen ein Produkt entstanden ist, zeigt die Kampagne #entdeckedasgut, was sich hinter dem „Gut“ verbirgt.

„Früher war das Hauptversprechen einer Marke an die Konsumentinnen und Konsumenten, immer gleichbleibend gute Qualität zu liefern. Aber in den vergangenen Jahren kam eine neue Dimension dazu: Ist es ethisch vertretbar, dieses Produkt zu konsumieren?“, fasst Malte Dammann zusammen. Als Geschäftsführer Vermarktung weiß er: Anders als bei Lebensmitteln wie Milch, Brot und Nudeln greifen Kunden im Supermarkt in der Regel nicht zu Süßem, weil es auf ihrem Einkaufszettel steht – Schokolade ist ein Impulsprodukt. Während die Freude am Genuss unvermindert bleibt, gewinnen zeitgleich die Themen Nachhaltigkeit, Natürlichkeit und Verantwortung seitens der Unternehmen bei den Kaufentscheidungen mehr und mehr an Relevanz. Verbraucherinnen und Verbraucher möchten darauf vertrauen können, dass die Hersteller der Produkte, die sie aufs Kassenband legen, verantwortungsvoll handeln. Für die Alfred Ritter GmbH & Co. KG sind Genuss und bewusster Konsum seit jeher kein Widerspruch. 2021 habe das Unternehmen einen Weg gesucht, das noch stärker zu betonen, sagt Malte Dammann: „Die Kampagne #entdeckedasgut rückt unsere langjährige Vision von ‚Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur‘ mit der Neuinterpretation des

Slogans ‚Quadratisch. Praktisch. Gut.‘ in den Vordergrund und bringt unser Markenversprechen auf den Punkt. Damit Konsumentinnen und Konsumenten das Nachhaltigkeitsengagement eines Unternehmens in ihre Kaufentscheidungen mit einbeziehen können, müssen sie mit Informationen erreicht werden, ehe sie im Laden stehen.“ Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG hat dafür eine reichweitenstarke Kampagne mit dem Namen #entdeckedasgut in Deutschland gestartet und setzt dabei wieder



auf die bekannten Plakate in den großen Bahnhöfen und auf TV-Spots. Alle, die durch die Kampagne neugierig werden, können das „Gut“ mithilfe von Informationen auf der Website, im Blog und in den Nachhaltigkeitsberichten entdecken.



Seit 2018 bezieht die Alfred Ritter GmbH & Co. KG zu 100 Prozent zertifiziert nachhaltigen Kakao, davon zu 90 Prozent gemäß Rainforest Alliance und zu 10 Prozent gemäß Fairtrade-Kakaoprogramm. Seit 2022 kommt keine Schokoladentafel mehr ohne den entsprechenden unternehmenseigenen Hinweis in den Verkauf.



WARUM IST DIE RITTER SPORT SCHOKOLADE NICHT KLIMANEUTRAL?

Nachgefragt bei Raphael Rozsa, Justiziar und Compliance Officer

„Es gibt unzählige Beispiele für Produkte, die als ‚klimaneutral‘ deklariert sind. Warum hat sich die Alfred Ritter GmbH & Co. KG dagegen entschieden?“

Der Begriff Klimaneutralität schafft viel Unsicherheit bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern und auch die Rechtsprechung ist noch nicht eindeutig. Uns geht es in erster Linie um die Sache, daher sind wir bei der Auslobung eher vorsichtig und wollten nicht nur einzelne Sorten oder Produkte als ‚klimaneutral‘ ausloben – das halten wir für verwirrend. Unser Ziel ist es, als Unternehmen ab 2025 entlang aller Scopes in Zusammenarbeit mit unseren Rohstofflieferanten klimaneutral durch Kompensation zu wirtschaften. Dabei steht Reduktion an erster Stelle. Alle nicht reduzierbaren Emissionen kompensieren wir durch Gold-Standard-Klimazertifikate.“



#entdeckedasgut



IMMER EIN OFFENES OHR: DER VERBRAUCHERSERVICE

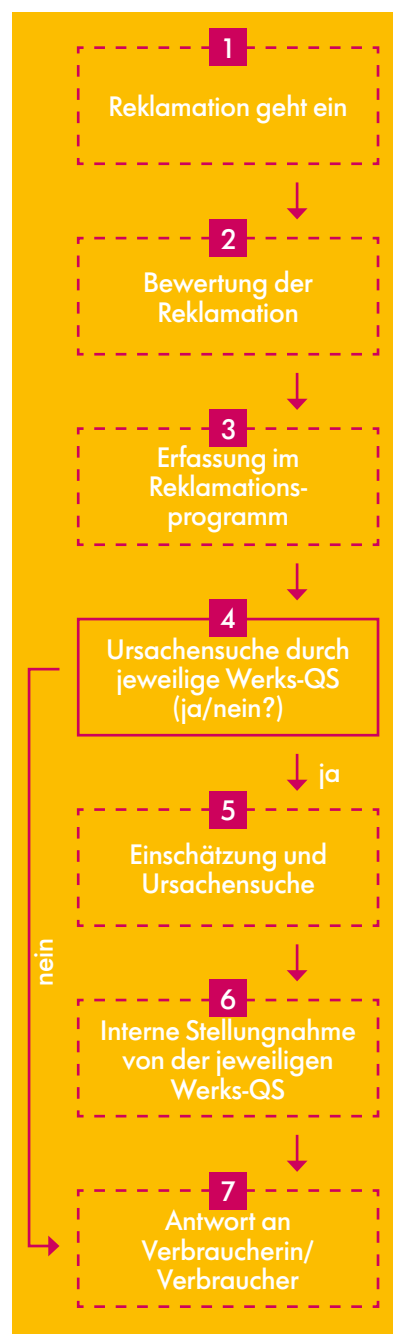
Der Verbraucherservice ist die zentrale Anlaufstelle für Verbraucherinnen und Verbraucher. Egal ob es um allgemeine Anfragen oder Produktreklamationen geht – die Mitarbeitenden in der Zentrale der Alfred Ritter GmbH & Co. KG sind dafür bestens geschult und haben ein offenes Ohr für alle Anliegen.

Jede Reklamation wird erfasst und bewertet. Ist die Ursache gefunden, gibt die Werks-Qualitätssicherung eine interne Stellungnahme ab – die Basis für eine fundierte Antwort an die Verbraucherinnen und Verbraucher. Regelmäßige interne Monitorings der Verbraucherrückmeldungen sorgen dafür, dass auch andere Abteilungen einen Überblick der Thementrends der Endverbraucher erhalten.

„Wir nehmen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden ernst und reagieren auf den steigenden Beratungsbedarf mit bestem Kundenservice. Schließlich stellen wir nicht nur an unsere Produkte hohe Qualitätsansprüche, sondern tun alles, um die Endverbraucherinnen und -verbraucher zufriedenzustellen“, erklärt Melanie Dürich, Leiterin Lebensmittelrecht und Verbraucherservice.

Teilweise übernehmen die Tochtergesellschaften in den jeweiligen Ländern die Endverbraucherkommunikation, um Sprachbarrieren und kulturellen Hindernissen noch besser entgegenzutreten. Ein Konzept, das zum Beispiel in Italien, Großbritannien und Russland bereits erfolgreich umgesetzt wird.

„Wir nehmen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden ernst und tun alles, um sie zufriedenzustellen.“



Für Produktsicherheit im täglichen Einsatz

Schadstoffe in Süßwaren – für Verbraucherinnen und Verbraucher ein beunruhigendes Thema. Um Verunreinigungen in den Produkten bestmöglich zu minimieren, setzt die Alfred Ritter GmbH & Co. KG auf umfangreiche Qualitätskontrollen und definierte Zielwerte.

... ?

ZWEI FRAGEN AN

Katrin Sinderhauf-Gacioch,
Leiterin Analytik und Rohstoff-sicherheit

VON WELCHEN SCHADSTOFFEN SPRECHEN WIR VOR ALLEM?

Neben Aluminium geht es vor allem um gesättigte und aromatische Mineralölkohlenwasserstoffe – auch bekannt als MOSH, kurz für Mineral Oil Saturated Hydrocarbons, und MOAH, kurz für Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons. Grundsätzlich können sie entlang der Produktionskette überall entstehen, wo Schmieröl zum Einsatz kommt – von der Ernte bis zur Verpackung.

WAS TUT DIE ALFRED RITTER GMBH & CO. KG ZUR VERMEIDUNG BZW. MINIMIERUNG?

Es gibt für Süßwaren aktuell einen Richtwert für MOSH/MOAH, leider aber keine gesetzlich geregelten Grenzwerte dieser Schadstoffe. Daher haben wir eigene Zielwerte definiert und forschen intensiv nach möglichen Quellen entlang der Lieferkette. Hier spielt uns die klare Ursprungskenntung bis zur Kooperative in die Karten. Die Rückverfolgbarkeit des Kakaos hat entscheidende Vorteile, was die Sicherstellung bester Produktqualität betrifft. Zudem haben wir von 2019 bis 2022 eine Studie zusammen mit dem international tätigen Kakaoverarbeiter Olam und dem Bundesverband der deutschen Süß-

warenindustrie (BDSI) als übergeordnetem Verband durchgeführt, um den Ursprung der Schadstoffe zu finden. Der veröffentlichte Teil der Studie mit dem Titel „Toolbox for the Minimization of Aluminium in Cocoa and Chocolate Products“ zeigt für Aluminium, dass in einer transparenten Lieferkette mit gezielten Maßnahmen, wie beispielsweise der Nutzung von Fermentationsboxen und Trocknungstischen, einiges erreicht werden kann. Diese Ergebnisse wurden nun innerhalb des BDSI branchenweit geteilt, um alle Kakao- und Schokoladenunternehmen an den Verbesserungspotenzialen teilhaben zu lassen.

... !



AUSGEZEICHNET: „BESTER KUNDENSERVICE“

2021 hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG in einem Ranking der WirtschaftsWoche in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut ServiceValue als Branchenbester im Bereich Süßwaren- und Snackhersteller abgeschnitten.

5

WISSENSWERTES

The graphic features a large, light blue number '5' on the left. To its right is a large, light blue square. Within this square, there is a smaller, dark blue square in the upper left corner and another smaller, dark blue square in the lower right corner.



ÜBER DIESEN BERICHT

Bereits zum fünften Mal legt die Alfred Ritter GmbH & Co. KG mit diesem Bericht einen Überblick über Strategien, Prozesse und Maßnahmen im Rahmen des Nachhaltigkeitsmanagements vor. Im Sinne eines Fortschrittsberichts steht im Zentrum, alle Stakeholder über die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens ebenso wie über die Annäherung an kurz-, mittel- und langfristige Ziele und Planungen zu informieren.

Mit der Veröffentlichung dieses Berichts unterstreicht das Unternehmen seinen ausdrücklichen Wunsch und die Bereitschaft, mit allen relevanten Stakeholdern transparent zu kommunizieren und in einen offenen, partnerschaftlichen Dialog zu treten. So ist der Bericht – zusammen mit dem Internetauftritt des Unternehmens und der Marke (www.ritter-sport.de), den Aktivitäten in sozialen Medien, sonstigen Publikationen sowie den weiteren Maßnahmen der externen und internen Kommunikation – ein wesentlicher Baustein des integrierten Kommunikationskonzepts der Alfred Ritter GmbH & Co. KG.

BERICHTSPARAMETER

Kern des Berichts bilden die Themenbereiche, die gemäß dem ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ als wesentlich innerhalb der Geschäftstätigkeit der Alfred Ritter GmbH & Co. KG identifiziert wurden. Überdies orientiert sich der vorliegende Bericht inhaltlich an den Empfehlungen der Global-Reporting-Initiative, ohne diesen Standard vollumfänglich umzusetzen.

Es ist vorgesehen, die Nachhaltigkeitsberichterstattung kontinuierlich fortzuführen sowie sinnvoll und pragmatisch weiterzuentwickeln. Die Veröffentlichung des nächsten umfassenden Nachhaltigkeitsberichts ist für das Jahr 2025 geplant.

BERICHTSRAHMEN

Im Jahr 2013 hat die Alfred Ritter GmbH & Co. KG vom TÜV Rheinland erstmals die Zertifizierung für die erfolgreiche Einführung des Standards „Nachhaltiger Wirtschaften“ erhalten. Entwickelt wurde dieser Standard vom Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke. Er dient der Einführung eines integrierten Nachhaltigkeitsmanagements.

Im Zuge dessen wurden folgende drei Handlungsfelder definiert, mit denen die Säulen der Nachhaltigkeit – Ökonomie, Ökologie, Soziales – abgedeckt sind: Rohstoffbezug, ökologische Effizienz und gesellschaftliche Auswirkungen. Auf diese Themen wird sich das Unternehmen konzentrieren, sie systematisch weiterentwickeln und sich konkrete, messbare Ziele für die nahe und ferne Zukunft setzen.

BERICHTSZEITRAUM

Die im vorliegenden Bericht dargestellten Inhalte sowie die genannten Daten und Zahlen beziehen sich in erster Linie auf die Kalenderjahre 2021/2022. Zusätzlich wurden relevante Informationen aus den Vorjahren berücksichtigt. Redaktionsschluss des vorliegenden Berichts war der 31. Juli 2023.

KONTAKT

Alfred Ritter GmbH & Co. KG
Nachhaltigkeitsmanagement
Georg Hoffmann
Alfred-Ritter-Straße 25
71111 Waldenbuch
Tel.: 0 71 57 / 97-0
nachhaltigkeitskommunikation@ritter-sport.de



ZNU-STANDARD UND SDGs



Die folgende Tabelle zeigt, welche Anforderungen des ZNU-Standards im vorliegenden Bericht berücksichtigt sind. Ergänzend werden die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN aufgeführt, da Unternehmen explizit aufgerufen sind, sich an deren Umsetzung zu beteiligen.

ZIELE	BESCHREIBUNG DES SDGs BZW. DES UNTERZIELS	ZNU-STANDARD ANFORDERUNG	NACHHALTIGKEITSBERICHT UNTERNEHMEN (KAPITEL)
	Armut in all ihren Formen und überall beenden	II.10 Innovation II.14 Fairer Wettbewerb II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.21 Menschenrechte	2.1; 2.3; 3.3 1.1 bis 1.5; 2.2 1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5
	Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern	I.2 Philosophie/Werte II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.20 Gesundheit	1.1, 4.1; 4.2 1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2 1.1 bis 1.5 3.1, 4.1
	Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern	II.16 Beschaffung II.19 Arbeitssicherheit II.20 Gesundheit II.21 Menschenrechte II.22 Kultur der Vielfalt II.23 Demografie	1.1 bis 1.5 4.1 4.1 1.1 bis 1.5; 2.2; 3.1, 3.2, 4.1 3.1 bis 3.3, 4.1 3.1 bis 3.3, 4.1
	Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern	II.16 Beschaffung II.21 Menschenrechte	1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5; 2.2; 3.1, 3.2, 4.1
	Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen	II.16 Beschaffung II.21 Menschenrechte II.22 Kultur der Vielfalt	1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5; 2.2; 3.1, 3.2, 4.1 3.1 bis 3.3, 4.1
	Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten	II.15 Regionales Engagement II.20 Gesundheit II.21 Menschenrechte	1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2 4.1 1.1 bis 1.5; 2.2; 3.1, 3.2, 4.1

ZIELE	BESCHREIBUNG DES SDGs BZW. DES UNTERZIELS	ZNU-STANDARD ANFORDERUNG	NACHHALTIGKEITSBERICHT UNTERNEHMEN (KAPITEL)
7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE 	Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher und moderner Energie für alle sichern	II.10 Innovation II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.21 Menschenrechte	2.1; 2.3; 3.3 1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2 1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5; 2.2; 3.1, 3.2, 4.1
8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM 	Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern	II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.17 Faire Bezahlung	1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2 1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5
9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR 	Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen	II.10 Innovation II.16 Beschaffung	2.1; 2.3; 3.3 1.1 bis 1.5
10 WENIGER UNGLEICHHEITEN 	Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern	II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.18 Gerechte Wertschöpfung	1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2 1.1 bis 1.5 1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2
11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN 	Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten	II.10 Innovation II.15 Regionales Engagement	2.1; 2.3; 3.3 1.1 bis 1.5; 2.1, 2.2
12 VERANTWORTUNGSVOLLE KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTER 	Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen	Alle Anforderungen des ZNU-Standards Nachhaltiger Wirtschaften	
13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ 	Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen	II.1 Klima II.2 Energie II.8 Biodiversität II.9 Tierwohl II.10 Innovation II.16 Beschaffung	2.2; 2.3 2.2; 2.3 1.1 bis 1.5; 2.1 4.3 4.3 2.1; 2.3; 3.3 1.1 bis 1.5
14 LEBEN UNTER WASSER 	Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen	II.2 Energie II.8 Biodiversität II.16 Beschaffung	2.2; 2.3 1.1 bis 1.5; 2.1 4.3 1.1 bis 1.5
15 LEBEN AN LAND 	Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Boden-degradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen	II.2 Energie II.3 Verpackung II.4 Abfall II.8 Biodiversität II.16 Beschaffung	2.2; 2.3 1.2; 2.1 1.2 bis 1.5 1.1 bis 1.5; 2.1 4.3 1.1 bis 1.5

ZIELE	BESCHREIBUNG DES SDGs BZW. DES UNTERZIELS	ZNU-STANDARD ANFORDERUNG	NACHHALTIGKEITSBERICHT UNTERNEHMEN (KAPITEL)
16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN 	Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen	II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung	1.1 bis 1.5, 2.1, 2.2 1.1 bis 1.5
17 PARTNERSCHAFTEN ZUR ERREICHUNG DER ZIELE 	Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen	II.14 Fairer Wettbewerb II.15 Regionales Engagement II.16 Beschaffung II.18 Gerechte Wertschöpfung	Editorial; 1.1 bis 1.5; 2.2 Editorial; 1.1 bis 1.5, 2.1, 2.2 Editorial; 1.1 bis 1.5 Editorial; 1.1 bis 1.5, 2.1, 2.2



GLOSSAR

BIODIVERSITÄT

Unter Biodiversität versteht man die Vielfalt des gesamten Spektrums des Lebens auf der Erde. Sie umfasst drei Ebenen: die Vielfalt der Ökosysteme, womit auch Lebensgemeinschaften, Lebensräume und Landschaften gemeint sind, die Vielfalt der Arten sowie die genetische Vielfalt innerhalb einer Art.

KOMPENSATIONEN

Dient dem rechnerischen Ausgleich von Treibhausgasen wie CO₂. Dafür werden die Emissionen eines Produktes oder Unternehmens oder gar eines Staates zunächst berechnet. Für den Ausgleich werden dann CO₂-Gutschriften aus Klimaschutzprojekten erworben, die Emissionen vermeiden oder binden. Dabei gilt immer: Kompensation steht erst am Ende dieses Prozesses, die Reduzierung und Vermeidung von Emissionen im Unternehmen hat Vorrang.

FAIRTRADE-KAKAO-PROGRAMM

Dieses Programm bringt Kleinbauern in Verbindung mit Unternehmen, sodass letztere große Mengen von fair gehandeltem Kakao bei zertifizierten Produzenten einkaufen können. Im Fokus steht somit anders als zuvor bei Fairtrade üblich der Rohstoffeinkauf, nicht die Zertifizierung von Endprodukten wie eine Schokoladentafel. Da sie mehr Kakao zu fairen, stabilen Preisen verkaufen, können die Kleinbauern stärker in ihre Farmen und in die Region investieren. Zudem finanziert Fairtrade Fortbildungen, die speziell auf die Bedürfnisse der Kleinbauern zugeschnitten sind.

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltiges Handeln und Wirtschaften berücksichtigt die drei Säulen: Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt. Dabei stehen ökonomische, soziale und ökologische Aspekte für eine

zukunftsfähige und generationengerechte Entwicklung gleichberechtigt nebeneinander.

RAINFOREST ALLIANCE (FRÜHER: UTZ CERTIFIED)

Ein Programm und Gütesiegel für nachhaltigen Anbau von Kakao, Kaffee und Tee. Um diese Zertifizierung zu erhalten, müssen die Landwirte einen Verhaltenskodex einhalten, der soziale Kriterien festlegt, aber auch die Umweltverträglichkeit und effiziente Bewirtschaftung berücksichtigt.

RSPO

2004 wurde auf Initiative des WWF der Roundtable on Sustainable Palm Oil gegründet. Sein Ziel ist es, nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl zu fördern und so die Umweltschädigung zu begrenzen. Zu den Mitgliedern zählen Umweltschutzverbände und andere Nichtregierungsorganisationen (NGOs), aber auch Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls wie Plantagenbesitzer, Händler und Industrien.

STAKEHOLDER (ANSPRUCHSGRUPPEN)

Gruppen, die durch Unternehmensaktivitäten beeinflusst werden und die ihrerseits Einfluss auf das Unternehmen ausüben – aus wirtschaftlichen ebenso wie aus gesellschaftlichen Gründen. Stakeholder sind beispielsweise Mitarbeiter, Zulieferer, Kunden und Handelspartner, aber auch wissenschaftliche Einrichtungen, Regierungen und NGOs.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

Bei diesen Zielen für die nachhaltige Entwicklung handelt es sich um politische Zielsetzungen der Vereinten Nationen (UN) auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene.

Benannt werden fünf Kernbotschaften – Menschen, Erde, Wohlstand, Frieden und Partnerschaften –, aus denen sich 17 Global Goals und 169 Unterziele ableiten. Industrienationen sollen ebenso wie Entwicklungs- und Schwellenländer zur Erreichung der Ziele beitragen. Zudem richten sich viele Ziele direkt an nicht-staatliche Akteure, insbesondere Unternehmen.

WESENTLICHKEIT

Für den Nachhaltigkeitsbericht eines Unternehmens gilt der Grundsatz der Wesentlichkeit. Das heißt, der Bericht sollte alle Bereiche abdecken, die die wesentlichen Auswirkungen des Unternehmens auf Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft darstellen bzw. für die Stakeholder wichtig sind.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Sie umfasst den gesamten Lebenszyklus eines Produktes: bei Lebensmitteln also beispielsweise den Weg vom Anbau über die Weiterverarbeitung und Produktionsstufen bei Zulieferern oder beim Unternehmen selbst sowie über den Handel und Zwischenhandel bis hin zum Privatverbraucher. Häufig wird auch die Wiederverwertung oder Entsorgung mit einkalkuliert.

ZNU

Das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke ist eine unabhängige Plattform für Nachhaltigkeit. Es wurde als Kooperation von Wissenschaft und Wirtschaft gegründet, um Unternehmen die Chancen und Risiken beim Thema Nachhaltigkeit aufzuzeigen. Das ZNU dient als Austauschplattform zwischen Wissenschaft, Industrie und Handel und hat den ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“ entwickelt.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER UND VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

Alfred Ritter GmbH & Co. KG
Globale Nachhaltigkeitskommunikation
Alfred-Ritter-Straße 25
71111 Waldenbuch

KONZEPT, TEXT UND GESTALTUNG

Engel & Zimmermann GmbH

BILDNACHWEISE

Inhaber aller Bildrechte ist die Alfred Ritter GmbH & Co. KG., ausgenommen:

S. 6, 17, 20, 26, 27 oben, 30 oben, 34, 43, 44, 46 und 47 (Wosilat Fotografie).

S. 19 (Martin Steiger), S. 23 unten (Stadtwerke Tübingen, S. 27 unten (Koehler Paper).

Die teilweise oder vollständige Reproduktion der Grafiken, Bilder und Texte ist ohne schriftliche Einwilligung der Alfred Ritter GmbH & Co. KG nicht erlaubt.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Erhebung und Verarbeitung aller Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2021/2022 ist mit größter Sorgfalt erfolgt. Dennoch können Fehler nicht vollkommen ausgeschlossen werden. Jegliche zukunftsgerichteten Aussagen wurden aufgrund von gegenwärtigen Annahmen und Einschätzungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung getroffen.

MEHR INFORMATIONEN UNTER:

nachhaltigkeitskommunikation@ritter-sport.de
www.ritter-sport.de

© 2023 Alfred Ritter GmbH & Co. KG





mach's gut

Ritter
SPORT