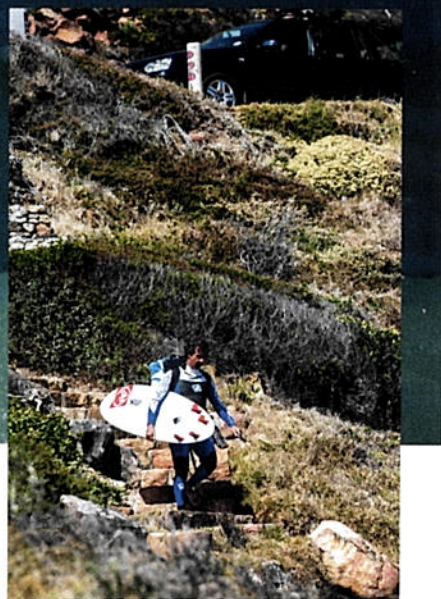


IM FOKUS

„WENN WIND IST, SAGE ICH ALLE TERMINE AB“, SAGT DER MANN, DER ITALIENS ERFOLGREICHSTER WASSERSPORT-MARKE SEINEN NAMEN GAB: ROBERTO RICCI IST RRD.



Der lange Weg nach oben führt mitunter bergab: Roberto Ricci testet die meisten Produkte selbst, bevor sie in Serie gehen. Im Winter verlegt Ricci seine „Werkstatt“ nach Kapstadt.

Roberto Ricci [49] kam bereits 1995 in Berührung mit dem Kitesurfen, wurde Brettspartner von Flash Austin und war der dritte Hersteller weltweit, der die Lizenz für Tubekites erwarb. Auch als seine Fabrik abbrannte und dabei fast noch das Elternhaus zu Schaden kam, gab er nicht auf. Er nahm eine Hypothek in Höhe von 150.000 Dollar auf, um den Windsurf-Profi Anders Bringdal unter Vertrag zu nehmen. „Ich konnte drei oder vier Jahre lang nicht richtig schlafen,“ gibt Ricci im Interview zu. Heute ist seine Marke im Wassersport etabliert mit Kites, SUPs und Windsurf-Equipment. „Das Geheimnis von Roberto ist sein Vater“, erzählt ein Mitarbeiter. „Er hat ihm beigebracht, dass man alles selbst machen kann, mit einfachen Mitteln.“ Er selbst ist heute zu 95 Prozent Kitesurfer, wie er im Interview verrät.

KITE: Klimawandel und Umweltschutz sind aktueller denn je. Kitesurfen ist eigentlich ein sehr naturverbundener Sport, aber Kites und Boards werden mit viel Chemie hergestellt. Wird es irgendwann biologisch

abbaubare Boards und Schirme geben?

RICCI: Seit einigen Jahren suchen wir nach ökologischen Materialien, die man verwenden könnte. Wir machen auch schon Prototypen und sind auf dem Weg in diese Richtung. Wahr ist aber auch: Wenn du heute ein Board irgendeiner Firma siehst, auf dem „ökologisch“ steht, dann weißt du: Das ist pures Marketing. Niemand kann sich reinen Gewissens dieses Etikett anhaften. Bei RRD verwenden wir zum Beispiel Bambus, aber nicht aus ökologischen Gründen, es ist einfach ein hervorragendes Material für bestimmte Bretter.

„FUSSBALL IST KEIN ZUKUNFTSPORT MEHR“

KITE: Was macht Ihr konkret, um die ökologische Entwicklung voranzutreiben?

RICCI: Mein Ziel als Firmenbesitzer und Kitesurfer ist es, den Großteil der Menschen aufs Wasser zu bringen. Dann gibt es einen Massenmarkt. Durch die erste Massenpro-

duktion schaffte es Ford, das Auto von einem Luxusgut zu einem Konsumgut zu machen. In einem Massenmarkt können wir auch ökologische Produkte entwickeln, die sich die Leute leisten können. Sonst wären wir nur Träumer. Man schafft keine Veränderung, wenn man als Rucksacktourist sein Leben lang durch den Himalaya rennt und betet, seine Ideen aber nicht kommuniziert. Man muss in Kontakt mit Menschen treten, wenn man ihr Denken verändern will.

KITE: Wir lernen: Ökologie ist ein Zukunftsprojekt. Wie will Ricci die Zukunft des Kitesports konkret gestalten?

RICCI: Wir veranstalten viele Events, auch für Kinder, die Wassersportler der Zukunft. Sie lernen, dass sie keine Angst vor dem Wasser haben müssen. Sportarten wie Fußball sind so zukunftsfruchtig wie die Gladiatorenkämpfe. Wenn man auf einem Kiteboard steht oder mit dem SUP auf einem Fluss fährt, wird der Kopf viel klarer. Deshalb ist



Spektakuläre Designs, radikale Produkteigenschaften und Mut zur Farbe zeichnen die RRD-Kites und Neoprenanzüge aus. RRD ist nichts für graue Mäuse.

meine Botschaft: Verbring' mehr Zeit draußen in der Natur! Dazu eine Anekdote: Ich war mal mit meiner Familie auf den SUPs unterwegs. Im Wasser begegnete uns dann ein Yachtbesitzer, der von seiner Reling herunterblickte und fragte: „Gibt's die Dinger auch mit Motor?“ Das muss man sich mal vorstellen! Dieser Typ ist hoffnungslos verloren, aber seinen Kindern müssten wir beibringen, wie toll es ist, auf einem SUP unterwegs zu sein.

KITE: RRD produziert Kiteboards in Italien. Wie schaffst Du es, preislich konkurrenzfähig zu bleiben?

RICCI: An unserem Hauptsitz in Grosseto entwickeln wir Prototypen. 700 Kilometer südlich von hier in Taranto produzieren wir unsere Twintip-Boards. Und diese Boards können wir zu einem wettbewerbsfähigen Preis anbieten. Früher wurden unsere Wave-Kiteboards in Thailand hergestellt, 2013 haben wir diese Produktion aber nach Portugal verlegt, denn dort leben die besten Boardshaper der Welt. Die Surfboards bekommen ihren letzten Schliff nämlich in Handarbeit. Deshalb war es uns wichtig, dass die Besten der Besten unsere Boards finishen. In der Sandwichboard-Produktion hat Thailand die beste Technologie, da können wir in Europa nicht mithalten. Deshalb lassen wir die Sandwich-Boards dort herstellen. Das hat nichts mit den Lohnkosten zu tun, denn die sind mit rund 380 Euro in Thailand vergleichbar mit den 500 Euro, die ein Arbeiter in Portugal verdient.

KITE: Wie wichtig ist das RRD Etikett „Made in Italy“?

RICCI: Das kommt ganz auf das Produkt an. Wir produzieren sehr viel in Italien, zum Beispiel unsere Kiteboards und RRD-Klei-

dung. Wo wir fertigen lassen, hängt ganz klar vom Preis-Leistungs-Verhältnis ab. Man muss da sehr flexibel sein und versuchen, das Image einer Marke in eine Linie zu bringen mit dem Preis und der Qualität. Die Positionierung des Produktes muss immer stimmen.

KITE: Ist Ricci drin, wo Ricci draufsteht? Wie viele Deiner Produkte kannst Du selbst testen?

RICCI: Ich würde sagen, dass ich ein sehr aktiver Kitesurfer bin. Ich teste ungefähr 85 Prozent der Produkte selbst, entweder in Italien oder in meiner zweiten Heimat Südafrika, wo ich jedes Jahr von Dezember bis Februar bin. Ich teste eigentlich immer, außer wenn ich mit meinen Kindern im Wasser bin oder an einem hervorragenden Wave-spot mit Top-Bedingungen, dann kann ich auch mal abschalten. Ich bin aber extrem motiviert und will wissen, wie sich ein neues Board oder eine neue Finne verhält. Ich fahre auch ab und zu andere Marken. Gut fand ich zum Beispiel den neuen Cabrinha

Switchblade. Nicht so gut gefallen hat mir der neue Rebel von North.

KITE: Wie oft kontrollierst Du die Fabriken in China, in denen Ihr die Kites herstellen lasst?

RICCI: Ich kontrolliere regelmäßig, habe aber noch nie schlimme Bedingungen vorgefunden. Sollte das der Fall sein, würde ich meine Aufträge an jemand anderen vergeben. Man darf aber alles nicht so einseitig sehen. Wenn Europa nicht so viele Aufträge nach China vergeben würde, könnten wir wirtschaftlich schon lange nicht mehr mithalten.

KITE: Welchen Anteil am Erfolg einer Marke haben Glück und Zufall?

RICCI: Lass es mich an einem Beispiel erklären: Mit 16 habe ich als Bademeister hier in meiner Heimatstadt Grosseto gearbeitet, um mir einen Urlaub ganz weit weg zu finanzieren. Meine Eltern sagten, ich dürfe nur mit einem alten Bekannten von ihnen verreisen. Der brach sich aber kurz vor Reisebeginn den Arm, und so hatte ich auf einmal eine Menge Geld. So kaufte ich mir einen Windsurfer und begann zu trainieren. Ich wurde Profi-Windsurfer und schaffte es bis in den World Cup.

KITE: Yachtbesitzer gelten als reich. Und Du hast eine Yacht...

RICCI: Reich zu sein bedeutet für mich, das tun zu können, was ich mag. Im Sommer in Italien lege ich meine Termine auf den Vormittag, da die Thermik ab 13 Uhr beginnt. Im Winter ist die Gegend geprägt von Tiefdruckgebieten wie dem Sirocco, Libeccio, Ponente und Mezzogiorno. Da kommt der Wind wann er will. Wenn dann Wind ist, sage ich alle Termine ab und gehe aufs Wasser. Das ist doch wahrer Reichtum.



Roberto Ricci mit einem in Portugal produzierten Waveboard: Europas Löhne sind konkurrenzfähig.