



GEMEINWOHL- BILANZ

Karl Siegel GmbH&Co KGs

Berichtszeitraum: 2017- 2018



RYMHART

ORIGINAL TROYER



SIEGEL

MANUFAKTUR SEIT 1948

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname	Karl Siegel Produktion
Rechtsform	GmbH&Co KG
Website	www.karl-siegel.de / www.rymhart.de
Branche	Textil und Bekleidung
Firmensitz	Stade
Gesamtzahl der Mitarbeitenden	28
Vollzeitäquivalente	16
Teilzeit arbeitende	12
Saison- oder Zeitarbeitende	-
Umsatz	2.700.000.-€
Tochtergesellschaften/verbundene Unternehmen	Strickwarenfabrik Karl Siegel GmbH&CoKG Karl Siegel Vertriebs GmbH&Co KG Karl Siegel Verwaltungs GmbH
Berichtszeitraum	2017-2018



Kurzpräsentation des Unternehmens

Das Karl Siegel Unternehmen, gegründet 1948 vom Namensgeber, ist eine vollstufige Strickerei in Familienhand. Wir produzieren und, seit 1995, vermarkten unser Label Seepferdchen, eine Oberbekleidungskollektion für die Dame ab 60 eigenständig und unabhängig. Der Vertrieb erfolgt europaweit über Repräsentanten. Kunde ist der gepflegte Facheinzelhandel.

2011 haben wir die Marke RYMHART gegründet. Hier entwickeln und produzieren wir natürlich veredelte Strickwaren, die der Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit verpflichtet sind. Der Vertrieb erfolgt ausschließlich ab Werk und online, ohne Zwischenhandel, direkt an den Verbraucher. Bei RYMHART verwenden wir ausschließlich unbehandelte, nicht veredelte aber gefärbte Wolle.



Produkte / Dienstleistungen

Kollektion	Anteil am Umsatz	
	2017	2018
Seepferdchen	80%	70%
RYMHART	20%	30%

Mit der **Seepferdchen** Kollektion bedienen wir den gepflegten Facheinzelhandel. Wir erstellen zwei Kollektionen im Jahr, stellen diese auf Messen und bei den Kunden direkt vor. Die Kollektion umfasst ca. 80-100 Artikel in verschiedenen Farbstellungen. 14 Repräsentanten besuchen europaweit die Kunden und/oder präsentieren die Kollektion in eigenen Showrooms. Die Kunden ordern nach Ihren Wünschen. Nach abgeschlossener Orderrunde produzieren wir die gewünschten Artikel und liefern diese zum Wunschtermin an unsere Kunden aus.

Die **RYMHART** Kollektion orientiert sich nicht an modischen Aspekten, sondern ausschließlich an den grundsätzlichen Anforderungen, die Bekleidung erfüllen sollte. Sowohl in Hinblick auf Nutzen und Tragekomfort für den Kunden, als auch auf ressourcenschonende und sozial verträglicher Herstellung. Hieraus ergeben sich mode- und saisonunabhängige Produkte an denen ständig weiterentwickelt und optimiert wird. Wir bieten den Kunden sowohl Pflegeservice, als auch Inzahlungnahme für RYMHART Produkte an. So erhöhen wir Lebensdauer und Nutzen der Produkte

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Wir können der Wachstumsgläubigkeit des überwiegenden aktuellen Weltwirtschaftssystems nicht mehr folgen. Umwelt und Gesellschaft kommen bei der vorherrschenden Gewinnmaximierung zu kurz. Wir haben das Glück in unserem Wirkungskreis Alternativen für Beschäftigung und Wertschöpfung aufzeigen zu können.

So sehen wir insbesondere im Bekleidungssektor den Trend zur Globalisierung skeptisch. Billigprodukte aus sozial und ökologisch unverträglicher Produktion überschwemmen den Markt.

In der RYMHART Kollektion verarbeiten wir nur reine Wolle. Wolle ist per se ein ökologisch hochwertiger Rohstoff, bedingt durch die artspezifischen Anforderungen der Schafe. Zudem stellen wir alle Produkte selber her und haben somit direkten Einfluss auf unser Wohlergehen.

Anfang 2018 sind wir über Christian Felber gestolpert. Wir mussten feststellen, dass es eine große Deckungsgleichheit zwischen unserem Anspruch, dem Gemeinwohl zu dienen, und der Gemeinwohl Ökonomie gibt.

Kontaktperson:

Karl-Frank Siegel, siegel@karl-siegel.de





Zertifikat: **Peerevaluation** Gemeinwohl-Bilanz für **Karl Siegel Produktions GmbH & Co. KG**

M5.0 Kompaktbilanz 2017/2018 Peergroupe: **PG HAMBURG 2019-01**

Begleiter*in **Anke Butscher**
Gerd Laueremann Beteiligte Peerguppen Firmen

Bäckerei Bahde GmbH

Blattfrisch GmbH

Nack Büroeinrichtungen GmbH

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette:	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette:	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette:	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette:
	50 %	50 %	50 %	50 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln:	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung:	B4 Eigentum und Mitentscheidung:
	60 %	70 %	0 %	20 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz:	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge:	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden:	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz:
	70 %	90 %	30 %	60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen:	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen:	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen:	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz:
	50 %	20 %	40 %	40 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen:	E2 Beitrag zum Gemeinwesen:	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen:	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung:
	40 %	10 %	30 %	10 %

Testat gültig bis:
30. November 2021

BILANZSUMME:
444

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: 1im3v
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Für die Seepferdchen Kollektion kaufen wir fertig gesponnenes und gefärbtes Garn in verschiedenen Qualitäten zur Weiterverarbeitung. Zur Ergänzung unserer Kollektion kaufen wir T-Shirts zu. Ca. 75% unserer Wareneinkäufe erfolgt bei den fünf wichtigsten Garnlieferanten. Diese sind uns persönlich bekannt. Die Produktionsstätten haben wir persönlich in Augenschein genommen.

Die extern produzierten Shirts kaufen wir bei uns persönlich bekannten Produzenten. Einer dieser Produzenten allerdings fertigt in Asien. Hier haben wir keine Kontrolle über ökologische und faire Produktion.

Wir arbeiten mit deutschen und italienischen Spinnern. Hier werden europäische soziale und ökologische Mindeststandards eingehalten. Bei diesen Lieferanten zählt in erster Linie die verlässliche, jahrelange Zusammenarbeit. In zweiter Linie die angebotene Kollektion und Preisgestaltung.

Bei der Rymhart Kollektion wird nur unveredelte, gefärbte Wolle verarbeitet. Hier arbeiten wir mit österreichischen und italienischen Spinnereien, die ebenfalls europäische Mindeststandards einhalten und zudem Sustainable Reports erstellen.

Im ständigen Gespräch mit unseren Lieferanten versuchen wir, unseren Interessen gegenläufige Entwicklungen wie Produktionsauslagerung, Inhaberwechsel oder innerbetriebliche soziale Spannungen zu erkennen, um entsprechende Gegenmaßnahmen ergreifen zu können, so sie uns erforderlich erscheinen. Gegenseitige Besuche verleihen uns einen Eindruck über die sozialen Risiken und geben Gelegenheit, uns ein Bild zur Einhaltung sozialer Standards zu machen. So entstand ein Klima gegenseitigen Vertrauens.

Ca. 80 % der Konfektion ist ausgelagert. Hier arbeiten wir in der Hauptsache mit Svetro SPOL. S R.O. in der Slowakei. Wir haben persönliche Beziehungen zu Svetro, besuchen die Firma regelmäßig und stehen im täglichen Kontakt mit der Inhaberin und den Mitarbeitern. Wir haben ein genaues Bild des sozialen Anspruchs, den die Inhaberin, Frau Blaschkova, an ihre Firma stellt. Das spiegelt sich in der wahrnehmbaren Zufriedenheit der Mitarbeiter und der geringen personellen Fluktuation wider.

Svetro ist nicht zertifiziert.

Zertifikate zugekaufter Produkte

Garne:

- Raumer: Produktion in Italien und Bulgarien. Oeko-Tex 100 und STeP
- Filivivi: Produktion in Italien. Oeko-Tex 100
- Schoeller: Produktion in Österreich. KBT, GOTS, Blue Sign, EU-Eco Label, Naturtextil vom IVN
- TVU: Produktion in Deutschland. Oeko-Tex STeP,
- Baruffa: Produktion in Italien. Eigener Sustainability Report, Oeko Tex STeP, GOTS

Handelsware:

Die Zulieferer der Shirts sind nicht zertifiziert. Allerdings kennen wir die Lieferanten persönlich.

Janice: produziert in Deutschland

JJ: produziert in Polen

Mit beiden verbindet uns eine langjährige Zusammenarbeit. Allerdings ist beiden Unternehmen Ökologie und Fairness nur im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen wichtig.

Gottschalk: produziert in Polen. Hier können wir Fairness und ökologische Aspekte nicht einschätzen, da wir uns noch keinen Einblick in die Produktion verschaffen konnten.

Anteil der zugekauften Produkte am gesamten Einkaufsvolumen

<u>Seepferdchen</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>
Raumer	169.483,00 €	329.994,00 €
Filivivi	149.653,00 €	21.327,00 €
TVU	61.551,00 €	43.815,00 €
Einkaufsvolumen Gesamt	380.687,00 €	395.136,00 €
<u>RYMHART</u>		
Schoeller	125.214,00 €	120.100,00 €
Baruffa	22.959,00 €	43.842,00 €
Einkaufsvolumen Gesamt	148.173,00 €	163.942,00 €

<u>Handelsware</u>		
Janice	58.493,00 €	46.725,00 €
Gottschalk*	48.573,00 €	39.116,00 €
JJ	29.209,00 €	51.664,00 €
Summe	136.275,00 €	137.505,00 €
Svetro, Lohnveredelung	378.725,00€	409.000,00 €
Einkaufsvolumen Gesamt	1.419.474.- €	1.690.750.-€

*nicht geprüft, ob unter ökologischen und fairen Bedingungen produziert

Wir haben durch Besuche bei unseren Garnlieferanten und Gesprächen mit den dort Beschäftigten festgestellt, dass alle unsere Lieferanten unter fairen Arbeitsbedingungen produzieren. Ebenso bei der Handelsware, bis auf Gottschalk, siehe o.g. Tabelle, zu dem wir noch keine Einschätzung geben können.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Im Zuge der Entwicklung der Marke RYMHART wird zunehmend weniger Fasergemisch in unserer gesamten Produktion verarbeitet, dafür mehr reine, natürlich belassene Wolle.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir versuchen mehr und mehr Produktion hier im Haus zu erledigen. Ziel ist nur noch KBT- oder/und GOTS-Zertifizierte und reine Wolle vollständig hier im Haus zu verarbeiten.

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Wir schließen Verletzungen der Menschenwürde bei unseren Lieferanten nahezu vollständig aus. Alle produzieren in Europa. Zum größten Teil verschaffen wir uns durch Besuche ein genaues Bild der sozialen Bedingungen, unter denen in den Betrieben gearbeitet wird

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Wir konnten den Anteil RYMHARTS mit seinem Gemeinwohlanpruch von 20% auf 30% des Gesamtvolumens erhöhen. Der Meinungs- und Informationsaustausch wurde weiter intensiviert.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Die Zusammenarbeit mit unseren Garnlieferanten basiert auf gegenseitigem Vertrauen. Rechnungen werden mit Skonto gezahlt, Kontrakte eingehalten, Reklamationen mit gesundem Menschenverstand gemeinsam analysiert, um Produktionsabläufe zu optimieren - nicht um Margen zu erhöhen. Einfluss auf die Personalpolitik der Lieferanten haben wir nicht.

Mit unserem Konfektionär, Svetro, stehen wir in regem Austausch. Mitarbeiter von uns besuchen Svetro ebenso wie Mitarbeiter Svetros uns besuchen. Aus diesen und den täglichen Kontakten erschließt sich uns ein transparentes Bild der Arbeitsumstände bei Svetro. Sanktionierungen waren noch nicht erforderlich.

Des Weiteren trachten wir nach Zusammenarbeit unserer Marktbegleiter mit Svetro. Wir glauben an die marktfördernde Wirkung eines Techniktransfers. So haben wir drei Marktbegleiter, nach anfänglichem Misstrauen, zur Zusammenarbeit mit Svetro bewegen können.

Überprüfung von Risiken und Missständen

Wir haben regen, persönlichen Kontakt zu und bei unseren Lieferanten und stehen im intensiven Austausch mit diesen. Hier machen wir uns ein persönliches Bild von Arbeitsbedingungen und Umweltschutz.

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

Die Handelsware ist nicht zertifiziert. Die externe Konfektion, Svetro, ist nicht zertifiziert. Bei den Garnlieferanten ist Raumer, Schoeller und die TVU nach Oeko-Tex STeP zertifiziert. Diese Lieferanten liefern ca. 90% des gesamten, von uns verwendeten Garnes. Mit Svetro wird ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert. Aus diesem Grund arbeiten wir mit Svetro zusammen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Besuche bei Lieferanten und Lohnveredelung wurde ausgeweitet. Wir erarbeiteten mit Raumer Garnverwertungskonzepte, die geringeren Einsatz chemischer Mittel erfordern. Das kommt auch unseren Marktbegleitern zugute.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir suchen weiter nach Spinnereien deren Nachhaltigkeits-Reporting über das gesetzliche Maß hinausgeht.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Wir nutzen unsere Marktmacht weder gegenüber Lieferanten, noch gegenüber Marktbegleitern aus. Im Gegenteil: Wir suchen nach Kooperationen in dem Glauben, dass Zusammenarbeit und Technologietransfer einer gemeinwohlorientierten Entwicklung dienlich sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Wir konnten einen Marktbegleiter zur Zusammenarbeit auf Produktionsebene bewegen. Die Zusammenarbeit mit dem Lieferanten Gottschalk wurde verringert.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

In erster Linie wählen wir unsere Rohware nach Qualität und Lieferservice aus.

Wir arbeiten ausschließlich mit europäischen Lieferanten. So hoffen wir auf Einhaltung europäischer Emissionsvorschriften und europäischer Arbeitsrechtsstandards. Da die Spinnereien häufig eine breite Produktpalette anbieten, suchten wir nach Produzenten, die in ihrer Entwicklung Nachhaltigkeit und Ökologie als Chance begreifen und ihre Produkte danach ausrichten.

So wird die Zusammenarbeit mit dem Lieferanten Schoeller intensiviert. Schoeller bietet zunehmend GOTS- und KBT-Zertifiziertes Rohgarn. Wir testen diese Materialien und wollen sie zum Einsatz bringen.

Ebenso bietet Raumer im Wollsektor hochwertige Wolle an. Raumer ist im Zertifizierungsprozess.

Bei unseren Grundmaterialien sind die ökologischen Risiken genau definierbar. Die Anforderungen an das Material definieren wir nach unseren ökologischen Maßgaben. Die Ausführung liegt bei den Produzenten. Unser Stammlabel, Seepferdchen, hat bis auf die europäischen Emissionsverordnung kein besonderes Augenmerk , auf ökologisches nachhaltiges Material.

Unser B2C Label, RYMHART, hingegen achtet sehr auf reines Naturmaterial, d.h. reine Wolle, ohne Zusätze oder schwermetallhaltige Färbungen. Unser Anspruch ist hier die Verwendung zertifizierter Rohgarne.

Bei RYMHART werden die Produkte ausschließlich nach sinnhaften und ökologisch nachhaltigen Kriterien entwickelt. Daraus ergeben sich ökologische Anforderungen an unsere Lieferanten.

Unterschiede zu Mitbewerbern hinsichtlich ökologischem Einkauf:

Wir können keine verlässlichen Angaben zu unseren Mitbewerbern machen. Klar ist nur, dass es im Seepferdchensegment keinen in Deutschland produzierenden, Mitbewerber gibt. Hier weist keiner unserer Mitbewerber auf ökologischen Materialeinkauf hin.

Das Gros der Textilien auf dem Markt stammt aus Asien. Garne, produziert außerhalb Europas, sind weitaus günstiger zu beziehen als die unserer Produzenten. Diese Massenprodukte fluten die Märkte und landen später als Sondermüll auf der Deponie, oder, schlimmer noch, als Mikroplastik im Ozean.

RYMHART als individualisierte Produktion nachhaltiger Kleidung in Deutschland zeigt neue Wege der Wertschöpfung und Arbeitsplatzgenerierung auf und hat noch keine uns bekannten Mitbewerber.

Ca. 30% des verwendeten Garnes ist reine, unbehandelte, gefärbte Wolle.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Produktpalette nachhaltiger Produkte wurde erweitert, somit weniger Mischfasern und mehr Wolle eingekauft.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Ziel ist es, nur noch Produkte aus reiner Wolle anzubieten und das Label Seepferdchen einzustellen. Das allerdings wird noch ein paar Saisons dauern.

A3 Negativaspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wir bestätigen, dass es in den Spinnereien, mit denen wir arbeiten, keine unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen gibt. Hiervon haben wir uns vor Ort überzeugt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Evaluierung verschiedener Zertifikate im Garnbereich: Im Rahmen einer Bachelorarbeit analysieren und evaluieren wir die diversen Zertifikate in unserem Segment. Die Umsetzung erfolgt im 1. und 2. Quartal 2019.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Wir lassen unsere Lieferanten an unseren Erfahrungen mit Transparenz und Mitentscheidungen teilhaben. So regen wir in persönlichen Gesprächen, sowohl mit den Geschäftsleitungen, als auch mit den Abteilungen zum Nachdenken an und laden unsere Lieferanten zu Gesprächen und Führungen in unsere Firma ein. So können sie sich ein eigenes Bild vom Für und Wider von Transparenz und Mitentscheidung in unserem Unternehmen machen. Unternehmen, die nicht bereit sind, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen, kommen für uns nur im Ausnahmefall als Lieferant in Frage. Schoeller, TVU und Raumer sind Oeko-Tex STeP zertifiziert. Diese drei haben ca. 90% am gesamten Garneinkaufsvolumen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Intensivierte Gespräche und gegenseitiger Erfahrungsaustausch mit den Geschäfts- und Abteilungsleitungen der Lieferanten zum Thema Transparenz und Mitentscheidung haben stattgefunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Strukturierte, belastbare Ergebnisse unserer Transparenzbestrebungen sollen in Zukunft dokumentieren und kommunizieren werden.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Eigenmittel sind nur in Form von Haus, Grund, Maschinen und Label vorhanden. Auf Grund derer arbeiten wir zur Finanzierung unserer Produktion mit ca. 30 % Fremdmitteln, Stand 12/2017. Wir arbeiten ausschließlich mit der genossenschaftlich organisierten Volksbank Stade-Cuxhaven e.G. zusammen. Sie stellt 50 % der Fremdmittel und notwendige Betriebsmittelkredite in Kontokorrentform. Alle anderen Mittel sind von privaten Geldgebern.

Jährlich werden ca. 60Td€ an Darlehn bei der Bank getilgt. Ziel ist eine völlige Bankunabhängigkeit.

Die Volksbank als Genossenschaftsbank sieht Ihre Aufgabe in der Mittelstandsfinanzierung. Einen DNK-Bericht hat sie uns bislang leider nicht zur Verfügung gestellt. Die privaten Geldgeber sind Freunde der Firma und des Projektes, Familie und Mitarbeiter. Unser Anteil Eigenkapital beträgt 75%, bei einem durchschnittlichen Eigenkapitalanteil der Branche von 85%.

Fremdfinanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

2017: 300Td € Bankdarlehn (43%), 400Td € private Darlehn (57%)

2018: 240Td € Bankdarlehn (30%), 550Td € private Darlehn (70%): Erhöhter Kapitalbedarf durch notwendige Lagerhaltung für das Rymhart Online-Geschäft.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Darlehn der Bank werden stetig getilgt, ca. 70Td € in 2017, 75Td € in 2018, private Darlehn über marktüblichen Zinsen verzinst.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Unser Ziel ist die Unabhängigkeit von Kreditinstituten und der Förderung des Engagements privater Darlehnsgeber.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Zurzeit können keinen nennenswerten Zukunftsausgaben definiert werden. Zusätzliche Produktionsmittel müssen nicht angeschafft werden. Der Fokus liegt auf

dem Übergang von der klassischen Seepferdchen Kollektion zur ökologisch wie gesellschaftlich sinnvollen RYMHART Kollektion.

Die Eigentümer stellen keine Ansprüche an Kapitalerträge, die über die notwendige Lebenserhaltung hinausgehen. Nicht im Unternehmen tätige Eigentümer beziehen keine Liquidität aus der Firma. So betrug die Privatentnahme in 2017 3,5% des Umsatzes bei einer Ertragsquote von 6,3%. Sämtliche anderen Mittel werden für Entwicklung, Modernisierung und Arbeitsplatzschaffung verwendet.

Berichtsjahre	2017	2018
Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit	170.000.-€	90.000.-€
Gesamtbedarf Zukunftsausgaben	50.000.-€	20.000.-€
Getätigte/r strategischer Aufwand/strategische Ausgaben	50.000.-€	25.000.-€
Anlagenzugänge	20.000.-€	20.000.-€
Zuführung zu Rücklagen (nicht entnommener Gewinn)	100.000.-€	20.000.-€
Auszuschüttende Kapitalerträge	100.000.-€	20.000.-€

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Kapitalbindung durch erhöhte Lagerhaltung durch Portfolioerweiterung und zur Gewährleistung der Liefertreue.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erlangung weiterer Kapitalmittel zur Erweiterung des Lieferpotentials

B2 Negativaspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

Die Verteilung der Geldmittel erfolgt fair. Die Bezahlung der Mitarbeiter ist übertariflich. Überschüsse werden zur Schuldentilgung verwendet oder reinvestiert. Die Entnahme von Geldmitteln seitens der Eigentümer dient ausschließlich der Lebensfinanzierung und liegt im oberen Drittel des internen Lohnspiegels.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erhöhung des Kapitalanteils der Mitarbeiter.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Der Erhalt und die Restaurierung vorhandener Anlagen, die Anschaffung moderner Technik, soweit sinnvoll, Energiesparmaßnahmen wie Heizmanagement und der Einsatz von LED Beleuchtung bieten ökologisches Verbesserungspotential.

In erster Linie benötigen wir Zeit zur Bewusstseinsbildung des Marktes. Das geschieht über Präzisierung und Transparenz in der Produktionskette für den Endverbraucher. Außerdem investieren wir in die Fort- und Ausbildung der Kollegen. Förderprogramme werden für unsere Branche nicht angeboten. In 2017 und 2018 wurde in die Onlinepräsenz der Marke RYMHART mit Webseite und Shop und in neue (gebrauchte) Produktions- und Ausrüstungsmaschinen investiert

Unser ökologischer Sanierungsbedarf ist kaum zu definieren, da die Gebäude auf Stand sind, ebenso wie der Energieverbrauch. Laufende Optimierungen finden im Rahmen der Erhaltungsmaßnahmen statt. Wir beteiligen uns noch nicht an Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir bieten dem NABU kostenlose Büro- und Ausstellungsräume.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Stromversorgungsumstellung auf Ökostrom, Umstellung der Heizung auf Ökosystem.

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Wir können bestätigen, dass wir, bis auf den Verbrauch von Gas zur Wärmeerzeugung, keine ökologisch bedenklichen Ressourcen verarbeiten oder verbrauchen.

.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Vermehrter Einsatz ökologischer Rohstoffe, Reduktion des Verbrauchs fossiler Brennstoffe.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Eigentümer der Besitzfirma (Grundstück und Gebäude) ist GF Karl-Frank Siegel mit 45%, Schwester Elke Siegel mit 45% und Schwester Barbara Siegel mit 10%. Eigentümer der operativen Firmen ist GF Karl-Frank Siegel und Elke Siegel-Jensen mit je 50%. Ab 2019 Karl-Frank Siegel mit 100%. Die Firmenkonstruktion besteht aus drei GmbH & Co KGs, deren Komplementär eine GmbH ist. GF in der Komplementär ist Karl-Frank Siegel. Durch regelmäßige Gespräche sowie regelmäßige Gesellschafterversammlungen werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer gesichert und die neue Gemeinschaft auf diese Aufgaben vorbereitet. Der Senior, Karl Siegel, schied durch Tod 2014 aus, seine Anteile gingen auf die Mitarbeitenden Gesellschafter über. Die geschäftsführungspflichtige Verwaltungs- GmbH aller drei KGs gehört den beiden Mitarbeitenden Gesellschaftern, die sich gegenseitig als Erben eingesetzt haben.

Verteilung des Eigenkapitals

Strickwarenfabrik Karl Siegel GmbH&Co KG, Eignerin von Grund, Boden und Gebäuden: 55% auf die Eigentümer*innen, 45% auf Eigentümer/GF
Karl Siegel Produktions- und Karl Siegel Vertriebs-GmbH&Co KG: 100% Eigentümer/GF.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Durch das Ausscheiden von Elke Siegel-Jensen aus dem operativen Geschäft sollen ihre Gesellschaftsanteile an den operativen Firmen an Karl-Frank Siegel verkauft werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Gesellschaftsanteile können an die Mitarbeiter übertragen werden.

B4 Negativaspekt: Feindliche Übernahme

Wir können bestätigen, dass keine feindlichen Übernahmen erfolgt sind.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Transparenz der Firmenstrukturen und Definition von Nachfolgeoptionen.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Wir verstehen uns als Gemeinschaft, jeder in der Eigenverantwortung seiner Aufgabe mit Blick auf das Ganze. Es findet ein steter Austausch sowohl über den Firmenstatus, als auch über die private Situation der Kollegen statt. Die wesentliche Marschrichtung des Unternehmens definiert sich über den Markenkern (Anm. d. Red.: der Marke Rymhart.) Die verschiedenen Abteilungen besprechen täglich die notwendigen Abläufe, falls notwendig unter Beteiligung der Geschäftsleitung. Untergeordnete Arbeitsbereiche finden hierbei ebenso Gehör wie die Leitungen. So verfügen wir über ein sehr hohes Maß an Engagement bis zur Basis, die Betriebsblindheiten nahezu ausschließt.

Wöchentlicher Sportunterricht mit professioneller Sportlehrerin - während der regulären Arbeitszeit – wird von vielen Kollegen wahrgenommen. Er dient nicht nur dem Wohlbefinden, sondern auch dem Gemeinschaftsgefühl. 50% der Mitarbeiter nehmen an dem Sportunterricht teil.

Die Arbeitsstätten sind hell, soweit möglich mit Tageslicht, und gut zu lüften.

Es wird kein besonderer Wert auf Diversität gelegt. Mitarbeiter werden nach Bedarf und Kompetenz von den entsprechenden Abteilungen selbst ausgewählt. Migranten und Geflüchtete würden bevorzugt eingestellt. Leider hatten wir bisher noch nicht die entsprechenden Arbeitssuchenden.

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt ca. 15 Jahre - die längste Mitarbeit beträgt 40 Jahre, die kürzeste ein Jahr. Wir haben durchschnittlich ca. zwei Fortbildungen/Jahr pro Mitarbeiter, je nach Bedarf werden diese wahrgenommen. Bildungsurlaub wurde noch nicht in Anspruch genommen. Die Krankheitsquote im Vertrieb liegt bei 1%, die der Produktion bei 4%, davon zwei Langzeitkranke, die inzwischen wieder mitarbeiten können. Zwei Mitarbeiter haben einen Schwerbehindertenausweis. Es gab keine Betriebsunfälle in den letzten Jahren.

Der jüngste Mitarbeiter ist 25, der älteste 62 Jahre. Sexuelle Neigungen sind unbekannt, alle Mitarbeiter sind Europäer, religiöse und sexuelle Identifikation zum Teil bekannt, werden aber nicht kommuniziert, es sei denn es wird von den Mitarbeitern gewünscht. Wir haben einen jungen Vater, ohne Karenzzeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Versuch der Integration von Geflüchteten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir würden gerne Migranten oder Geflüchtete einstellen, erhalten aber keine entsprechenden Bewerbungen. Die Arbeitsinhalte könnten noch weiter auf gesunde Bewegungsabläufe abgestimmt werden.

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Wir bestätigen, dass keine Strukturen, Verhaltensweisen oder Teilaspekte vorliegen, die menschenunwürdige Arbeitsbedingungen unterstützen. Wir pflegen eine mitarbeitendenorientierte Haltung im Unternehmen fördern und sensibilisieren für ein menschliches Arbeitsumfeld.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Wir orientieren uns an den ortsüblichen Handwerkslöhnen. Es gibt keine Möglichkeit den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen. Die Kollegen schreiben ihre Stunden abteilungsbezogen selbst auf und geben sie der Buchhaltung zur Kenntnis. Überstunden fallen kaum an, falls doch werden sie mit Freizeit abgegolten. Die Lieferfristen der Produktion sind der Regelarbeitszeit angepasst.

Durch die Gewährung von fest verzinster Darlehen an die Firma können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden und erhöhen dadurch die Liquiditätsreserven der Firma und verringern die Abhängigkeit der Firma von den Banken.

Zudem stimmen die Mitarbeiter ihre Urlaubstage selbstständig miteinander ab, um so ihre gesellschaftliche Teilhabe gestalten zu können. Alle Kollegen bestimmen ihre Arbeitszeit in Abhängigkeit der Abteilung und der von ihnen selbst bestimmten Notwendigkeit und des eigenen Biorhythmus selber.

Die Mitarbeiter und die Geschäftsführung sind, soweit gewollt, in Kenntnis der privaten Situation und streben nach Ausgewogenheit zwischen Privatem und Beruflichem. So geht es allen am besten.

Der Mindestverdienst beträgt 11,00 €/h, der Höchstverdienst, GF eingeschlossen, beträgt 25,00 €/h.

Der Medianverdienst liegt bei 14,50 €/h plus Zulagen. Der innerbetriebliche Spreizungsfaktor beträgt ca. 2,3%. Die wöchentliche Regelarbeitszeit beträgt 38,5 Stunden. Die geleisteten Überstunden betragen weniger als 1% der Regelarbeitszeit.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurden im Berichtszeitraum keine Neuerungen umgesetzt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Höhere Löhne und/oder Firmenbeteiligung für alle.

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Das Unternehmen bestätigt, dass die Mitarbeitenden nicht durch ungerechte Arbeitsverträge einseitig belastet oder ausgebeutet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Die Aufgabenbereiche werden zunehmend von den Mitarbeitern neigungs- und kompetenzorientiert selber definiert.

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Das Unternehmen legt größten Wert auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz. Lebensmittel, die von der Firma im Alltag und auf Festen gestellt werden, sind immer aus Fairtrade und lokaler, handwerklicher Fertigung. Die Mitarbeiter werden über Möglichkeiten des Einkaufs ökologisch-regionaler Lebensmittel durch Broschüren und Kontakte hingewiesen. 80% des von der Firma gestellten Wassers stammt aus regionalen Quellen, der Kaffee aus Fairtrade.

Die Mitarbeiter kommen zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit dem ÖPNV, oder mit dem PKW zur Arbeit. Eine hochfrequente Bushaltestelle befindet sich direkt vor der Firma. Ca. 30 % der Kollegen kommen mit dem PKW, 20 % mit dem Bus, 30 % mit dem Fahrrad und 20 % zu Fuß.

Leider gibt es keine konkreten Weiterbildungsangebote zum ökologischen Verhalten. Eine Bewusstseinschärfung für ökologisches Verhalten findet durch kommunizierte Unterstützung von Umweltorganisationen, wie z.B. Spenden an Greenpeace, zur Verfügungstellung von Räumlichkeiten für den NABU und dem persönlichen Gespräch statt. Ca. 50 % der Mitarbeiter nutzen den Zugang der Firma zu ökologischen Pflege- und Reinigungsmitteln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Es wurde der Zugang zu ökologischen Pflege- und Reinigungsmitteln innerhalb der Firma zum Eigenerwerb ermöglicht.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Schaffung weiterer Zugänge zu lokalen Produzenten, Förderung der Einkaufsgemeinschaft für Lebensmittel.

C3 Negativaspekt: Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens

Bei der Verschwendung von Ressourcen gibt es wenig gebäudebedingtes Optimierungspotential. Unökologisches Verhalten, so es vorkommt, wird benannt, aber geduldet. Firmenintern wird auf ökologischem Verhalten bestanden.

Firmenfahrzeuge werden gebraucht gekauft und ihrem Nutzungsende zugeführt. Es gibt keine geleaste Oberklassefahrzeuge für Firmenleitung, auch privat fährt die Geschäftsführung die Fahrzeuge bis zum Nutzungsende. Transportmittel stehen der Belegschaft zur privaten Nutzung unentgeltlich zur Verfügung.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Bewusstseinschärfung der Mitarbeiter verbessern.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Alle betrieblichen Daten sind allen Mitarbeitern zugänglich. Nur die Lohnbuchhaltungssoftware ist, nach Wunsch der Mitarbeiter, nicht öffentlich.

Führungskräfte werden, in enger Absprache mit den Abteilungen, von der Geschäftsleitung evaluiert. Die Auswahl treffen die Abteilungen. Absetzung von Führungskräften beschließt die Geschäftsleitung.

Die Mitarbeitenden können über das Portfolio, die Arbeitsinhalte, Arbeitszeiten und die Arbeitsplatzgestaltung mehrheits-demokratisch oder konsensual mitbestimmen.

Die negativen Erfahrungen mit mehr Transparenz und Mitbestimmung sind teilweise Überforderung und überhöhtes Verantwortungsbewusstsein sowie Führungsverlustängste. Die positiven Erfahrungen sind bessere Sachentscheidungen auf Grund kompetenzorientierter Entscheidungsabläufe, höhere Identifikation mit der Firma und erhöhter Gestaltungswille. Die Mitarbeiter erfahren eigene Kompetenzen intensiver.

- Wir erzielen ca. 90% Transparenz bei kritischen und wesentlichen Daten.
- Alle Führungskräfte, bis auf die GF, werden über Anhörung, Mitwirkung, Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert.
- 95% der Entscheidungen werden über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung der Mitarbeitenden getroffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zunehmende Diversifikation der Entscheidungen im Unternehmen. Die Abteilungen arbeiten zunehmend eigenständig im Team mit den begleitenden Abteilungen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Reduzierung der Geschäftsleitung auf Finanzierung des Unternehmens und Wahrung des Markenkerns.

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Das Unternehmen bestätigt, dass keinerlei Maßnahmen ergriffen werden, um einen Betriebsrat zu verhindern. Die Mitarbeiter wählen keinen Betriebsrat. Somit ist kein Betriebsrat vorhanden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Mitentscheidung bei Produktentwicklung und Arbeitsabläufen der Mitarbeiter werden stetig gestärkt.

D1 Ethische Kundenbeziehung

Seepferdchen: Die Repräsentanten akquirieren Neukunden in ihrem Gebiet. Stammkunden werden in erster Linie vollständig vom Haus aus betreut (eigenes Inkasso), in zweiter Linie vom zuständigen Repräsentanten. Wir erstellen zwei Kataloge pro Jahr, die die Teile der Kollektion zeigen und ausschließlich den Kunden zukommen.

RYMHART: 2017/2018 kamen ca. 30 % der Neukunden auf Empfehlung, ca. 30 % durch eigene Recherche, ca. 20 % wurden auf Messen geworben und ca. 20 % aufgrund von Printanzeigen. RYMHART Kunden werden ausschließlich intensiv hier im Haus von persönlichen Ansprechpartnern betreut.

Der Kundennutzen und unser eigenes Umsatzstreben bedingen einander. Daher machen wir keinen Unterschied, sondern sehen schon in der Definition des Markenkerns, insbesondere bei RYMHART, den gesellschaftlichen Mehrwert definiert.

Um online zu kaufen, bedarf es einer gewissen Netzaffinität, die nicht jeder Altersgruppe leicht fällt. Daher haben wir hier am Produktionsstandort einen Werksverkauf und sind zusätzlich täglich telefonisch erreichbar.

- Messekosten: 1,3% von der Gesamtleistung
- Werbekosten: 4,5% von der Gesamtleistung

Festes Personal im Direktverkauf und am Onlineshop wird auf Stundenbasis entlohnt. Freie Vertreter und Messepersonal auf Provisionsbasis mit ca. 7,5% der Gesamtleistung. Es gibt keine Umsatzvorgaben seitens des Unternehmens.

Wir können keine genauen Angaben zum Produktportfolio machen, das von benachteiligten Kundengruppen gekauft wird. Durch unseren Reparatur- und Secondhand-Service jedoch können auch Einkommensschwache in den Genuss unserer Produkte kommen

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Personelle Investitionen in Service und Dienstleistung. Spendenproduktion für das Hamburger Obdachlosenmagazin „Hintz und Kunzt“.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Unterstützung und Hilfe zur Selbsthilfe benachteiligter Kunden: Tutorials auf der RYMHART Webseite zum Thema Pflege: „Hilfe zur Selbsthilfe“.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Wir bestätigen, dass keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden. Unser Werbekonzept beschränkt sich auf produktbezogenen, informativen Content. Unsere Testimonials sind selbst Nutzer unserer Produkte.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Zunehmender Rückzug aus der Printwerbung bei rein kommerziellen Medien. Vorbereitung auf Werbeinvestition bei Medien mit gesellschaftlichem Mehrwert, wie Hintz und Kunzt oder NABU Magazin.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Wir kooperieren mit Marktbegleitern und helfen bei Produktionsengpässen und betreiben Technologietransfer. So konnten wir in 2017 unseren Marktbegleitern mit ca. 500 Produktionsstunden in der Strickerei helfen, in 2018 mit ca. 400 Stunden. Zudem tauschen wir uns bei technischen Problemen aus, teilen Kontakte von Zulieferern und ermöglichen Zugang zu unserer Lohnveredelung. So helfen wir Produktionsspitzen unserer Marktbegleiter abzufangen und leisten Hilfestellungen bei technischen Problemen. Wir profitieren im Gegenzug von der Erfahrung dieser Firmen, wenn wir Probleme haben.

- 2%: auf Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)
- 8%: Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen

- 0%: Unternehmen der gleichen Branche in gleicher Region, mit anderer Zielgruppe

Als Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards nennen wir den NABU, dem wir Räumlichkeiten für deren Aktivitäten zur Verfügung stellen, Werbung in deren Magazin schalten und deren Shop wir beliefern, sowie die GWÖ.

Als aktiven Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche sehen wir

- die aktive, nachhaltige Sinnggebung in der Marke RYMHRT und deren Message
- die Kooperation mit Spinnereien im Aufzeigen eines Marktes für ökologische Produkte
- den technischen Support und die Unterstützung der Maschinenhändler, die gleicher Gesinnung sind.

Die Mitarbeit bei der GWÖ dient zudem der Erhöhung der ökologischen / sozialen / qualitativen Branchenstandards.

Wir geben keine Mitarbeiter an andere Branchen weiter, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen. Allerdings gaben wir ca. 400 Arbeitsstunden an Unternehmen der gleichen Branche weiter, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen. Es wurden keine Aufträge an Unternehmen anderer oder der gleichen Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen.

25.000,00 € / 1 % vom Umsatz / 7 % vom Gewinn gaben wir in 2018 Unternehmen der gleichen Branche als Liquiditätshilfe weiter, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen. Unternehmen anderer Branchen unterstützten wir nicht

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Seepferdchen: Festigung und Ausbau des Vertrauensverhältnisses zu Marktbegleitern.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Mehr Unternehmen an der eigenen Strategie teilhaben lassen.

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Wir verfolgen eine Grundhaltung, die kein schädigendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen zeigt. Im Vordergrund steht ein kooperatives und unterstützendes Verhalten mit anderen Unternehmen. Wir bestätigen, dass auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Seepferdchen: Vertiefung der Beziehungen zu Marktbegleitern.

RYMHART: Suche nach unser Portfolio ergänzenden Produkten gleicher ökologischer und gesellschaftlicher Ausrichtung, z.B. Speick (Waschmittel), Herbiers du Dois (Lavendel).

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Abgesehen vom Energieverbrauch sind unsere Produkte auf Langlebigkeit, Trendunabhängigkeit, hohen Nutzen und Kompostierbarkeit (RYMHART) ausgelegt. Der anfallende Verschnitt wird einer Wiederverwertung zugeführt, die anfallenden Müllmengen sind extrem gering und nach Wiederverwertbarkeit getrennt.

Dieses gilt insbesondere für RYMHART, wo von Produktentwicklung bis zum After-Sales-Service alles auf Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit ausgelegt ist.

Unsere Strategien und Maßnahmen um die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, zu reduzieren, finden sich im Ausbau des Produktportfolios, das in Gänze auf Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Kunststoffvermeidung setzt. Hier ist insbesondere auf die Verschnittsortierung zu verweisen, um sortenreinere Wiederverwertung zu ermöglichen.

Seepferdchen: Bei Konsistenz, Effizienz und Suffizienz besteht bei der Seepferdchen-Kollektion Nachholbedarf.

Bei **RYMHART** ist die Ausrichtung auf natürliche Konsistenz, Effizienz und Suffizienz der Markenkern.

Maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen fördern wir durch die Begleitung unserer Produkte am Kunden durch Maßanfertigung, Reparatur, Umtausch und Secondhand-Option.

Die maßvolle Nutzung wird in der Kommunikation durch das persönliche Gespräch und an der Hotline, auf Facebook und in Newslettern gefördert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Wir haben die Option der Inzahlungnahme und Secondhand-Angebote im Direktverkauf eingeführt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Vereinfachung der Größenbestimmung im Onlineshop, leichter Zugang zu Maßanfertigungen.

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Bis auf den Energieverbrauch und Energiebezug können wir bestätigen, dass es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen gibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Sortierung des Zuschnitt-Abfalls in organische und anorganische Abfälle zur verbesserten Wiederverwertung.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Durch die Produktion in eigener Hand können wir den Kunden der Seepferdchen Kollektion einen gewissen Gestaltungsspielraum bei den geordneten Artikeln in Farb- und Formgebung einräumen. Das ist eines unserer Alleinstellungsmerkmale und wird von den Kunden auch sehr honoriert.

Bei RYMHART hingegen sind individuelle Sonderanfertigungen in Wunsch- Farben und passgenauem Schnitt Teil des Markenkerns. So kann sich der Kunde sein „Lieblingsstück“ mit unserer Hilfe quasi selbst gestalten

In der Kommunikation und dem Austausch mit dem Kunden kommen immer wieder Anregungen und konkrete Informationen zur Sprache, die wir unmittelbar in die Modelpflege und in die Neuentwicklung einfließen lassen.

Die Produktinformationen in der Seepferdchen Kollektion werden nach Maßgaben des deutschen Textilkennzeichnungsgesetzes gestaltet. Weitere Informationen können im Unternehmen abgerufen werden.

Bei RYMHART finden sich maximale Transparenz, auch negative Informationen und Warnungen, soweit bekannt, vollständige Inhaltsangaben, so wie Dokumentation des Produktionsprozesses auf der Internetseite und werden in Telefongesprächen mit dem Kunden kommuniziert.

Führungen in der Produktion bieten weitere Transparenz und Auskunft zu Fragen zu den Produkten für beide Marken.

Es gibt zahlreiche Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kunden entstanden sind. So wurde das Thema Mulesing, die Beschneidung der Lämmer nach der Geburt, intensiv von Kunden begleitet. Ebenso verwiesen Kunden bei Führungen auf Energiesparpotential in der Produktion, die wir umgesetzt haben.

100 % der Produkte haben vollständig ausgewiesene Inhaltsstoffe.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Preisfindungstransparenz soll umgesetzt werden. Hierzu finden erste Gespräche mit den Abteilungen statt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Preisfindungstransparenz

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Wir bestätigen, dass die RYMHART-Produkte keine Schadstoffe enthalten, die Kunden und Umwelt belasten und dass keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte entstehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Vermehrte Verwendung rein organischen Materials.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Wir befriedigen mit RYMHART das Grundbedürfnis, langlebige, modeunabhängige Produkte, die vom Hersteller auch nach dem Kauf begleitet werden, zu erwerben.

Die Seepferdchen Produkte dienen im Wesentlichen dem Wohlgefühl und der modischen Aktualität, sind also im weitesten Sinne Luxusprodukte.

RYMHART Produkte sind vollständig sinnvolle, gesundheitsfördernde, langlebige und modisch unabhängige Produkte, die nicht durch preiswertere, weniger ressourcenschädliche Produkte des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können. Mit dieser Kollektion fördern wir die gesunde Klimatisierung des Körpers. Die verwendeten Materialien sind ressourcenschonend und die Arbeitsbedingungen sind fair. Die Produkte sind modeunabhängig und dienen so in Summe dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit.

Durch die ausschließliche Verwendung von Wolle bei RYMHART werden im Vergleich zu herkömmlicher Kleidung aus Baumwolle oder Mischfasern sowohl gesellschaftliche, als auch ökologische Probleme sowohl lokal als global gemindert. Schafe haben sehr geringen Wasserverbrauch, auf den Weideflächen kommen keine Pestizide zur Anwendung und das gewachsene Haar verbraucht keine fossilen Ressourcen. Da wir nicht in Billiglohnländern produzieren, stützen wir keine Ausbeutung von Arbeitskräften. Außerdem ist Wolle vollständig kompostierbar.

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

1.	Erfüllte Bedürfnisse	Seepferdchen	RYMHART
	· decken Grundbedürfnisse	30 %	80%
	· Statussymbol/Luxus	80%	30%
2.	Dienen der Entwicklung		
	· der Menschen	30 %	80%
	· der Erde/Biosphäre	30 %	80%
	· löst gesellschaftlich/ ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen	30%	80%
3.	Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:		

· Mehrfachnutzen/einfacher Nutzen	50%	80%
· Hemmender/Pseudo-Nutzen	20%	0%
· Negativnutzen	20%	0%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Erweiterung des RYMHART Produktportfolios

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erweiterung des RYMHART Produktportfolios

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Wir bestätigen, dass keine der aufgelisteten menschenunwürdigen Produkte oder Dienstleistungen produziert oder verkauft werden. Unsere Produkte decken Grundbedürfnisse des Menschen und dienen der Entwicklung des Menschen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Erweiterung des RYMHART Portfolios.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Als direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens in

- 2017: ca. 46.000,00 € Ertragssteuern, ca. 133.000,00 € Sozialabgaben
- 2018: ca. 30.000,00 € Ertragssteuern, ca. 150.000,00 € Sozialabgaben

Das Unternehmen nimmt keine Förderungen oder Subventionen in Anspruch.

Wir wenden weder Geld, noch Ressourcen noch konkreter Arbeitsleistung für das freiwillige gesellschaftliche Engagement in nennenswerter Form auf. Unser Engagement beschränkt sich auf punktuelle Hilfestellung in nachbarschaftlichem und gemeindebezogenem Kontakt.

Die Unterstützung des NABUs mit Fahrzeugen, Arbeitskräften, Werkstattdienstleistungen und Räumlichkeiten gehören für uns ebenso zur Förderung des Zugangs der Gesellschaft zu den Themen des NABU.

Wir zahlen im gesetzlichen Rahmen Steuern und Sozialleistungen aus dem Glauben an die Solidargemeinschaft einer sozialen Marktwirtschaft. So stellen wir sicher, dass illegitime Steuervermeidung oder Korruption und negativer Lobbyismus nicht begünstigt bzw. verhindert wird.

Umsatz 2017: 2,8 Mio. €, 2018: 2,6 Mio. €

Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten

2017:

- Lohnsteuer: 58,565,00 €,
- Sozialversicherung, Arbeitnehmer und Arbeitgeberanteil: 178.895,00 €

2018:

- Lohnsteuer: ca. 62.000,00 €,
- Sozialversicherung, Arbeitnehmer und Arbeitgeberanteil: ca. 220.000,00 €

Unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen erhalten wir nicht.

Nettoabgabenquote:

	2017	2018
Effektiv gezahlte Ertragssteuern	72.865.-€	58.919.-€
Arbeitgeberanteil Sozialversicherung	134.916.-€	171.779.-€
Arbeitnehmeranteil Sozialversicherung	85.234.-€	104.801.-€
- Subventionen und Förderungen	0.-€	0.-€
Summe	293.015.-€	335.499.-€

Nettoabgabenquote	10,46%	12,90%
-------------------	--------	--------

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Schaffung neuer Arbeitsplätze.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Schaffung weiterer Arbeitsplätze.

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Wir bestätigen, dass wir keinerlei Praktiken betreiben, die der illegitimen Steuervermeidung dienen oder die den erwirtschafteten Unternehmensgewinn bewusst einer korrekten Besteuerung und damit dem Gemeinwohl entziehen.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine dies bezügliche Verbesserungen.

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Wir bestätigen, dass wir selbst keine korruptionsfördernden Praktiken und keine Lobbying-Aktivitäten betreiben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Keine dies bezügliche Verbesserungen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

- Ausstoß klimawirksamer Gase. 70.557 kg
- Transporte: 20.000 km in Eigenregie, Versandkosten unbekannt
- Benzinverbrauch: ca. 2.000 Liter
- Stromverbrauch: Ca. 190.000 kw/h, ca. 70.557 kg Co2
- Gasverbrauch: 339683kw/h
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser: Ca. 550qbm
- Chemikalienverbrauch: Ca. 100 kg (Salz zur Wasserenthärtung)
- Papierverbrauch: Ca. 400 kg Schreibpapier, Büromaterialien und Prospekte, ca. 1000 kg Verpackungsmaterial
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien: ca. 50kg Reinigungsmittel (Handwaschpaste, Wischmittel)
- Kunstlichteinsatz: Ca. 100 LED-Röhren á 3.600 Lumen, 22 Watt

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Verpackungen weitergehend auf Papier//Pappe umgestellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Vollständige Vermeidung von Kunststoffen in der Verpackung und im Versand.

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Wir bestätigen, dass wir nicht gegen Umweltauflagen verstoßen bzw. die Umwelt nicht unangemessen belasten.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Partielle Umstellung der Heizung auf Co2 neutrales Heizmaterial.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Wichtige oder kritische Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen auf unserer RYMHART Website in Schrift und Film geboten. Hier zeigen wir Transparenz im Produktionsvorgang.

Durch die Teilnahme an Führungen, persönlicher Kontaktaufnahme, per Mail und im Werksverkauf können Bürger in Dialog treten und gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten. Eine Dokumentation hierzu gibt es nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Zunehmende Korrespondenz in Wort und Schrift mit unseren Kunden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weiterreichende Transparenz zu Unternehmenszielen und Markenkern

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Wir bestätigen, dass wir keine falschen Informationen über das Unternehmen oder gesellschaftliche Phänomene verbreiten.

Ausblick

Kurzfristige Ziele

Als kurzfristiges Ziel verfolgen wir bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre) eine Bewusstseinschärfung der Mitarbeiter. Wir hoffen, dass ein abteilungsübergreifendes Verständnis basierend auf den Unternehmenszielen verstärkt wird.

Außerdem wollen wir die Marke RYMHART ausbauen, die in Gänze der Nachhaltigkeit und dem gesellschaftlichen Gemeinwohl verpflichtet ist. Darüber hinaus möchten wir die Anregungen, die sich aus dem Anspruch der Gemeinwohl-Ökonomie ergeben, weiter umsetzen.

Langfristige Ziele

Als langfristige Ziele verfolgen wir bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie eine evaluierbare Transparenz unseres Unternehmens und einen Beitrag zu einer Weiterentwicklung der sozialen Marktwirtschaft in eine post-Wachstums-Ökonomie.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Fazit

Unser Unternehmen besteht seit 70 Jahren. Wir produzieren Strickwaren in unabhängiger Eigenregie. In den vergangenen Jahren entwickelte sich die Modebranche und die ihr nachfolgenden Produktionen zu einem Gewerbe, das Kinderarbeit, Ausbeutung und Billiglohnproduktionen hervorgebracht hat, die den Markt fluten und die Wertschöpfung durch Arbeit ad absurdum geführt hat. Es scheint kaum möglich, Bekleidung zu fairen Bedingungen und vom Markt akzeptierten Preisen zu produzieren.

Wir erleben aber, dass unter den Bedingungen einer Gemeinwohl-Ökonomie, selbst als Insellösung, dieses sehr wohl möglich ist und vom Markt gesucht wird. Die Konzentration auf das Gemeinwohl in allen Aspekten zeigt aus sich heraus Lösungen vieler Probleme auf, da die Maßgaben andere sind, als die der klassischen Gewinnmaximierung. Darin liegen der Zauber und die Einfachheit einer wirtschaftlichen Existenzsicherung, auch für nachfolgende Generationen.

Mit der Etablierung der Marke RYMHART folgen wir einem Post-Wachstums-Szenario der industriellen Fertigung von mehrwertschöpfender Kleidung. Wir wollen den Weg von der Massenproduktion hin zu individueller, handwerklich hochwertiger Naturkleidung mit anschließendem Pflegeservice zur Erhöhung der Lebensdauer unserer Produkte aufzeigen und umsetzen.

Auf diesem Weg stoßen wir immer wieder auf Details, die wir weiterhin optimieren können. Das sowohl in der Lieferkette, als auch bei uns hier im Haus.

Der Erfolg dieses Konzeptes ermöglicht es, sich überwiegend auf das Produkt und dessen Herstellung und nicht so sehr auf das Marketing zu konzentrieren.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht involvierte Personen:

GF Karl-Frank Siegel

Involvierte Stakeholder:

Sven Promer, Leitung RYMHART

40 Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet.

Die Bilanz/ der Bericht wurden intern über Gespräche kommuniziert.

Datum: 17.05.2019