



Deutscher
NACHHALTIGKEITS
Kodex

DNK-Erklärung 2021

Ratior AG

Leistungsindikatoren-Set

EFFAS

Kontakt

Günther Luitz

St. Luci-Strasse 16
9492 Eschen
Liechtenstein

423 340 1660
info@ratior.AG





Leistungsindikatoren-Set

Die Erklärung wurde nach folgenden Berichtsstandards verfasst: EFFAS

Inhaltsübersicht

Allgemeines

Allgemeine Informationen

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Strategie

1. Strategische Analyse und Maßnahmen
2. Wesentlichkeit
3. Ziele
4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Prozessmanagement

5. Verantwortung
6. Regeln und Prozesse
7. Kontrolle
Leistungsindikatoren (5-7)
8. Anreizsysteme
Leistungsindikatoren (8)
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen
Leistungsindikatoren (9)
10. Innovations- und Produktmanagement
Leistungsindikatoren (10)

KRITERIEN 11–20: NACHHALTIGKEITSASPEKTE

Umwelt

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen
12. Ressourcenmanagement
Leistungsindikatoren (11-12)
13. Klimarelevante Emissionen
Leistungsindikatoren (13)

Gesellschaft

14. Arbeitnehmerrechte
15. Chancengerechtigkeit
16. Qualifizierung
Leistungsindikatoren (14-16)
17. Menschenrechte
Leistungsindikatoren (17)
18. Gemeinwesen
Leistungsindikatoren (18)
19. Politische Einflussnahme
Leistungsindikatoren (19)
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
Leistungsindikatoren (20)

Stand: 2021, Quelle:
Unternehmensangaben. Die Haftung
für die Angaben liegt beim
berichtenden Unternehmen.

Die Angaben dienen nur der
Information. Bitte beachten Sie auch
den Haftungsausschluss unter
[www.nachhaltigkeitsrat.de/
impressum-und-datenschutzzerklaerung](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzzerklaerung)

Heruntergeladen von
www.nachhaltigkeitsrat.de

Allgemeines

Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a.
Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

Die Rator AG ist durch Umbenennung aus der Werte AG hervorgegangen, die es seit 2003 gibt. Die Gründer des Unternehmens, die Familie Luitz aus Leimen bei Heidelberg, sind seit fast 60 Jahren aktiv im Finanzbereich mit einer hohen Spezialisierung auf das Thema Edelmetalle. Günther Luitz ist weit über Deutschland hinaus bekannt als der „Goldpapst“. Waren seine Empfehlungen zur Absicherung von Vermögen durch den Besitz von Edelmetallen in physischer Form vor 15 Jahren noch ein Insidertipp, so geht es heute nicht mehr darum, Menschen von dieser Möglichkeit zu überzeugen. Mittlerweile erkennt fast jeder, dass es sinnvoll ist, sich gegen Inflation zu schützen, indem man seine Ersparnisse besser nicht in Form von Fiat Money (=EURO) belässt. Daher ist es nicht verwunderlich, dass Familie Luitz mit ihren Unternehmen in den letzten Jahren immer größere Umsätze erreicht. Vor diesem Hintergrund ist die Neustrukturierung der Rator AG, die im Frühjahr 2022 stattgefunden hat, eine logische Konsequenz, um ein sehr gutes Produkt noch viel effizienter und kundenfreundlicher zu machen. Durch die zusätzliche Neugründung der Rator GmbH und der Rator Gold GmbH bietet die dadurch entstandene Rator Gruppe ihren Kunden sowohl den Erwerb von Edelmetallen, als auch deren Verwahrung im Hochsicherheits- und Zollfreilager in der Schweiz. Dies hat neben dem hohen Sicherheitsaspekt den Vorteil, sich außerhalb des Bankensystems zu bewegen und drüber hinaus Silber, Platin und Palladium frei von Mehrwertsteuer zu kaufen. Die Rator Gruppe ist schon von der Grundidee her zukunftsorientiert und ganz strikt auf den Kundennutzen ausgerichtet. Vermögenssicherung ist eine soziale Aufgabe, heute mehr denn je. Und auch mit den Ressourcen unserer Erde nachhaltig umzugehen, ist ein Ziel, das die Rator Gruppe verfolgt, indem sie beim Einkauf der Edelmetalle großen Wert auf ökologisch vorteilhaftes Verhalten der Produzenten legt. Fazit: Nicht nur im Hinblick auf die Wertanlage unserer Kunden lautet das Rator-Motto „von Generationen, für Generationen“. Auch im Bereich Nachhaltigkeit ist es uns wichtig, für alle nachfolgenden Generationen zum Erhalt unserer Ressourcen und des Ökosystems beizutragen.

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

Im Zentrum unserer Vorstellung von Nachhaltigkeit steht grundsätzlich der Mensch. Wir wollen mit der Rator AG dazu beitragen, dass für Menschen Gutes bewahrt wird. In erster Linie ist das für unsere Kunden die Bewahrung ihres Vermögens durch Edelmetalle. Somit ist unser Nachhaltigkeitskonzept von vorneherein automatisch in unsere übergreifende Unternehmensstrategie eingebunden. Für unsere Mitarbeiter liegt uns unter anderem die Bewahrung ihrer Gesundheit am Herzen. Und für uns alle zusammen lohnt sich jeder Einsatz für Natur und Umwelt. Konkret haben wir in der Nachhaltigkeitsstrategie der Rator Firmengruppe zwei große Handlungsfelder definiert:

1. Erstens sind dies die externen Faktoren, auf die wir Einfluss nehmen. Darunter ist die Auswahl unserer Lieferanten und Reaktion auf Informationen über Schürfprojekte zu verstehen.

2. Im zweiten großen Handlungsfeld sind die Maßnahmen zusammengefasst, die unser eigenes Verhalten seitens der Entscheidungsträger und seitens der Mitarbeiter, betreffen.

Das erste Handlungsfeld lässt sich nicht in konkreten Nachhaltigkeitsstandards fassen und bewerten. Es werden darin heterogene Faktoren berücksichtigt, die in kein Schema passen. Für das zweite Handlungsfeld ist es aufgrund der geringen Firmengröße nicht sinnvoll, umfangreiche internationale Standards für die Bewertung zugrunde zu legen. Wir verzichten daher auf den Einsatz solcher Standards.

2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

Um in unserer Unternehmensgruppe ein gutes Nachhaltigkeitskonzept zu implementieren, haben wir die Einflussgrößen unserer Branche in einer Relevanzanalyse erfasst, in unterschiedliche Kategorien gegliedert und nach ihrer Wichtigkeit sortiert. Darüber hinaus wurde zwischen positiven und negativen Faktoren unterschieden. Die Ergebnisse der Analyse sind vorläufig und sollen regelmäßig im Zuge der Berichterstellung aktualisiert und ergänzt werden. Die Kategorien, die wir zur Einteilung der Nachhaltigkeitsfaktoren definiert haben, sind folgende:

1. Effekte, die unsere eigene Geschäftstätigkeit oder die unserer Geschäftspartner nach außen mit sich bringen.
2. externe Nachhaltigkeitsfaktoren, die sich auf unsere Firma und unsere Mitarbeiter auswirken, und
3. Gegebenheiten, die in erster Linie für unsere Stakeholder vor- bzw. nachteilige Auswirkungen haben.

Einer der wesentlichsten Faktoren, die wir für unser Geschäftsfeld identifiziert haben, ist die Gewinnung von Edelmetallen. Sie birgt ein überdurchschnittlich großes Potential an Verbesserungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Insbesondere betrifft dies die Themen Ressourcenmanagement und Klimawandel. Generell kann man sagen, dass in dieser Branche ein großes Maß an Energie und Ressourcen eingespart werden kann. Nur um ein Einzelbeispiel zu nennen: Will man Gold in 4.000 m Tiefe abbauen, sind unglaubliche Energiemengen notwendig, um die Minenschächte mit künstlich produziertem Eis zu kühlen und es den Arbeitern überhaupt möglich zu machen, sich in dieser Tiefe aufzuhalten. Um in diesem Beispiel zu bleiben, ist es unser Ziel, Produzenten zu bevorzugen, die oberflächennah schürfen. Solche Einzelaspekte gibt es zuhauf. Wir als Händler von Edelmetallen können durch unser Verhalten hier viel bewirken.

Ein zweiter großer Aspekt bei der Schürfung von Edelmetallen betrifft selbstverständlich die sozialen Faktoren, sprich Arbeitsbedingungen und Lohnniveau der Arbeiter. Gerade wenn die Edelmetalle neu gefördert werden, muss aus unserer Sicht die Gewinnerzielung mit den menschlichen, sozialen und kulturellen Gegebenheiten vereinbar sein. Dies gilt bereits lange vor dem Abbau bei der Exploration von neuen Edelmetallvorkommen. Aufgrund exzellenter Beziehungen der Familie Luitz im weltweiten Explorations- und Bergbaugeschäft kann die Rator GmbH auf diesem Sektor auf sehr wertvolle Informationsquellen zurückgreifen, die eine sozial und ökologisch verträgliche Ausrichtung unserer Geschäftsbeziehungen unterstützen. Konkrete Ziele sind hierbei, für die an der Gewinnung der Edelmetalle beteiligte Bevölkerung bessere Arbeitsbedingungen, bessere Bezahlung, soziale Projekte und umweltverträgliche Bergbaumethoden zu fördern. Als zweiten, sehr wichtigen Weg achten wir bei der Auswahl unserer Edelmetalllieferanten darauf, dass sie auch in ihrem Geschäftsfeld den Nachhaltigkeitsgedanken durch Recycling und Wiederverwendung der Edelmetalle verfolgen. Unsere Erfahrungen zeigen, dass unsere Klientel sehr wohl hinterfragt, inwieweit ihr Silber, Gold, Platin oder Palladium aus Produktionswegen stammt, die ihrem Nachhaltigkeitsverständnis entsprechen. Somit wird unser Engagement in dieser Richtung nicht nur uns selbst und unseren Stakeholdern ein gutes Gefühl geben, sondern es wird sich auch positiv auf unseren Geschäftserfolg auswirken.

Dies ist ein Aspekt, der zeigt, dass sich das Thema Nachhaltigkeit von außen positiv auf unseren Geschäftsbetrieb auswirken kann. Andere externe Faktoren können sich hingegen negativ für uns auswirken. So können mit dem Klimawandel einhergehende Störungen der Edelmetallproduktion Lieferengpässe und Teuerungen nach sich ziehen. Gleiches gilt, wenn in den Produktionsgebieten soziale Spannungen auftreten.

3. Ziele

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

Die Definition unserer Nachhaltigkeitsziele orientiert sich an den 17 Sustainable Development Goals der UN, wobei diese sehr unterschiedliche Relevanz für unsere Arbeit haben. Im Vordergrund stehen in unserem Einflussbereich Ziele der Themengebiete Gesundheit, Umweltschutz und soziale Ausgewogenheit. Die entsprechenden Einzelziele der Agenda 2030 dienen uns daher als konkrete Grundlage für unsere Strategie. Als ein Beispiel für einen Bereich, der für unsere Erwägungen keine Rolle spielt, wäre die Nachhaltigkeit von Städten und Gemeinde zu nennen.

Aus unseren beiden übergeordneten Handlungsfeldern ergeben sich konkrete Einzelziele. Dies sind zum einen die externen Faktoren, auf die wir Einfluss nehmen können:

1.1. Einschätzung unserer Edelmetalllieferanten bzgl. deren Nachhaltigkeitsverhalten. Die Wahrung aller ethischen, ökologischen und sozialer Grundsätze wird hier berücksichtigt. Immer wieder findet auch der Abgleich mit der Einhaltung und die Vereinbarkeit aller internationaler anerkannter Standards statt. Dies sind in erster Linie Beurteilungen qualitativer Art. Im Hinblick auf den Anteil an recyceltem Edelmetall werden wir konkrete quantitative Ziele definieren. Für das erste Geschäftsjahr 2022 peilen wir eine Quote von 20% an.

1.2. Sammeln von Informationen zu Schürf- und Explorationsprojekten im Hinblick auf ökologische und soziale Verträglichkeit. Durch das kontinuierliche Fortführen dieser Aktivität werden immer wieder wertvolle Entscheidungshilfen entstehen.

1.3. Unterstützung von Umweltschutzprojekten im Bergbaubereich.

Als zweites Handlungsfeld sind die Maßnahmen zu nennen, die unser eigenes Verhalten betreffen:

2.1. Auswahl und Einkauf sämtlicher Arbeitsmittel unter Nachhaltigkeitskriterien.

2.2. Auswahl des Stromanbieters. Unsere Stromversorgung ist bereits zu 100% auf Ökostrom umgestellt.

2.3. Betriebliche Gesundheitsförderungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter. Im Budget sind für das erste Geschäftsjahr € 5.000,00 vorgesehen. Da aktuell Ergonomieberatung und Motivationsschulung eingesetzt wird, verteilt sich dieser Betrag gleichmäßig auf alle Mitarbeiter, unabhängig von der Wochenarbeitszeit.

2.4. Ergonomische Ausstattung sowohl der Büro- als auch der Homeoffice-Arbeitsplätze. Die gesamte Ausstattung wurde und wird neu angeschafft, insofern sind alle Arbeitsplätze zu 100% unter aktuellen Ergonomiekriterien ausgestattet. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass neben seinen objektiven ergonomischen Eigenschaften ein Arbeitsmittel auch immer für den einzelnen Mitarbeiter individuell geeignet sein muss.

2.5. Förderung von Homeoffice-Möglichkeiten im Hinblick auf Treibstoffersparnis. Mitarbeiter können weitgehend frei den Anteil an Homeofficezeit wählen. In Einzelfällen kann sie auch 60% eingeschränkt sein.

Von den einzelnen Bereichen unseres Nachhaltigkeitsengagements räumen wir die weitaus größte Priorität dem Punkt 1.1. ein. Die Beurteilung der gesamten Lieferkette unserer Ware unter dem Blickpunkt der Nachhaltigkeit und die entsprechenden Konsequenzen daraus sind wie erwähnt im Edelmetallsektor enorm wichtig. Da die Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter in unserem Unternehmen hohen Stellenwert besitzen, rangieren auch in puncto Nachhaltigkeit der rückenfreundliche Arbeitsplatz und unser Angebot von hybridem Arbeiten dahinter an Platz zwei. Die übrigen Punkte unterscheiden sich voneinander in der Priorität kaum.

Die Einhaltung der genannten Ziele wird von der Geschäftsleitung anhand des jährlichen Nachhaltigkeitsberichts überprüft (jeweils im Januar des Folgejahres). Das Erreichte wird mit den gesetzten Zielen in Beziehung gesetzt, und in der Konsequenz erfolgen Kurskorrekturen für das Folgejahr.

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

Der Gegenstand der Wertschöpfung in unserem Unternehmen sind Silber, Gold, Platin und Palladium. Aus den genannten Gründen sind für Edelmetalle alle Phasen der Produktion enorm nachhaltigkeitsrelevant. Wir bewerten daher Daten aus dem gesamten Ablauf der Gewinnung dieser Rohstoffe:

1. Die erste Instanz der Wertschöpfungskette unserer Produkte kommt bereits weit vor dem Schürfen von Erzen zum Tragen. Hierbei können bereits Nachhaltigkeitsprobleme im sozialen, ethischen und ökologischen Bereich vorliegen, da sich Schürfgebiete in der Regel am ehesten in Regionen der Erde

finden, in denen die entsprechenden Standards noch auf niedrigem Niveau bewegen. Aus diesem Grund bewerten wir bereits die an der Auffindung von Rohstoffvorkommen (Exploration) beteiligten Firmen und reagieren darauf. Sehr gute Kontakte zu Explorationsgesellschaften verdanken wir hier den Einblick in die jeweilige Situation vor Ort. Wir erhalten von einer Reihe von Explorationsprojekten regelmäßige schriftliche Updates.

2. Im nächsten Schritt, der Vorbereitung der Erzgewinnung und bei den einzelnen Methoden der Erzgewinnung beobachten wir genau das soziale und ökologische Engagement des jeweiligen Bergbauunternehmens. Ähnlich wie in der Explorationsphase werden die Themen wie Einhaltung von Menschenrechten, Gleichbehandlung, Energie- und Rohstoffmanagement von den handelnden Parteien sehr unterschiedlich berücksichtigt. Unsere Maßnahme ist im Hinblick darauf das Sammeln und Vergleichen von Daten aus der Ferne. Gesellschaften aus diesem Wirtschaftssegment stellen sehr detaillierte Informationen zu ihren Nachhaltigkeitsbestrebungen zur Verfügung, die in unseren eigenen Nachhaltigkeitsbericht einfließen.

3. In der Phase der Aufbereitung und Raffination der Edelmetalle nehmen ebenfalls die Nachhaltigkeitsangaben der Scheideanstalten, die uns beliefern, Einfluss auf unsere Entscheidungen. Wir holen diese aktiv über unsere Kontaktpersonen bei den Scheideanstalten ein. Es ist uns auch wichtig, diese an unsere Kunden zu kommunizieren, da ganz offensichtlich die Nachfrage danach besteht. Wir möchten unseren Kunden die besten Informationen geben, damit diese die richtigen Entscheidungen für sich treffen können. Jeder Kunde soll sich wohl mit der Entscheidung seiner Investition fühlen und diese sollte auch dem eigenen Profil entsprechen.

4. Unsere Dienstleistung an sich, die den Handel mit Edelmetall und dessen anschließende sichere Verwahrung betrifft, ist bereits in der Phase der Konzeption und der Gründung des Unternehmens durchsetzt mit Nachhaltigkeitsideen. Meist geschieht dies eher unbewusst. Ein weitgehend papierfreies Büro beispielsweise ergibt sich aus unserem Anspruch, sämtliche Prozesse komplett digital zu gestalten. Vom Onboarding bis zur Bereitstellung aller Dokumente für Kunden und Vertriebspartner ist bei der Rator GmbH alles volldigital konzipiert. Und dort, wo Papier, Stifte, Strom, Wasser etc. dennoch benötigt werden, macht es in einer jungen Firma ohnehin allen Beteiligten Freude, dabei Nachhaltigkeit zu leben. Da diese Ausrichtung der Geschäftsleitung wichtig ist, setzt sie sich auch in alle Ebenen des Unternehmens fort.

Gesundheit und Wohlergehen unserer Mitarbeiter steht ebenso im Mittelpunkt unseres Bestrebens. Gesunde Menschen sind nachhaltig leistungsfähig und tragen zu einer gesunden Wirtschaft und Gesellschaft bei. Während in vielen Unternehmen mehr über Gesundheitsmanagement gesprochen wird, als konkret getan wird, gehen wir das Thema von vorneherein eher praktisch, also mit konkreten BGF-Maßnahmen an. Wir setzen einen externen Ergonomieberater ein, der sowohl bei der Konzeption der Arbeitsmittel, als auch im Hinblick auf die Motivation der Mitarbeiter zu rückenfreundlichem Verhalten wertvolle Dienste leistet. Indem er Verhaltens- und Verhältnisprävention geschickt kombiniert, verwirklicht er für uns die Idee des rückenfreundlichen Arbeitsplatzes und bringt „Bewegung ins Büro“.

Nicht nur mit Blick auf das Wohlergehen der Mitarbeiter und ihre Work-Life-Balance, sondern durchaus auch mit dem Ziel der Treibstoffersparnis verfolgen wir konsequent den Ansatz des hybriden Arbeitens. Es ist für uns selbstverständlich, gleich gute Arbeitsmittel für zu Hause, unterwegs und fürs Büro zur Verfügung zu stellen. Wir sind auf gesunde, motivierte Mitarbeiter angewiesen, insofern entsteht Nachhaltigkeit manchmal aus ganz unterschiedlichen Beweggründen.

Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Das aktuelle Nachhaltigkeitsleitbild wurde von der Geschäftsführung definiert. Zur Umsetzung des Leitbildes und zur Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie hat die Geschäftsführung einen Nachhaltigkeitsbeauftragten benannt. Dieser ist für die Kontrolle und Analyse aller Maßnahmen verantwortlich und seine Ergebnisse regelmäßig mit der Geschäftsführung kommunizieren. Entscheidungen werden ausschließlich von der Geschäftsführung getroffen.

6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

Die Entwicklungsschritte unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden von unserem Beauftragten in einem fortlaufenden Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert. In regelmäßigen Besprechungen des Beauftragten mit der Geschäftsleitung wird die Entwicklung verfolgt und Maßnahmen angepasst. Bei Entscheidungen im operativen Geschäft, die den Bereich Nachhaltigkeit berühren (wie z.B. bei der Lieferantenauswahl im Einzelfall), ist Rücksprache mit dem Nachhaltigkeitsbeauftragten und/oder der Geschäftsleitung zu halten.

7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

Aktuell bestehen die folgenden Kontrollmechanismen: Wir sammeln Informationen über die wichtigsten aktuellen Explorationsgebiete und über die für unser Geschäft relevanten Bergbauunternehmen. Wir erstellen ein Ranking über die Edelmetallproduzenten, die für uns als Lieferanten in Frage kommen. Hierzu führen wir Buch über die Recyclingraten und über die Einstufung der Produzenten bei den großen Ratingagenturen. Konkrete Zahlen und angepeilte Quoten werden sich hierzu erst im laufenden Geschäftsbetrieb einstellen. Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen im Bereich Gesundheit und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter wird mittels Umfragen und Fehlzeitenanalysen evaluiert. Hierbei wird auch die tatsächliche Homeoffice-Quote erfasst. In Form eines regelmäßigen Nachhaltigkeitsberichtes werden unsere Ziele den tatsächlichen Gegebenheiten gegenübergestellt, um eine Kommunikation mit den

Entscheidungssträgern des Unternehmens und auch mit den Kunden zu ermöglichen. Für das Geschäftsjahr 2021 wurde von der Rator AG erstmals dieser Bericht erstellt. Es ist angedacht, diesen Nachhaltigkeitsbericht unseren Kunden und Vertriebspartnern auch ungefragt regelmäßig zur Verfügung zu stellen.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator EFFAS S06-01

Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von ESG-Kriterien bewertet wurden. [Link](#)

Im Zuge der Neustrukturierung der Rator AG stehen wir in Verhandlungen mit unterschiedlichen Edelmetalllieferanten. Als Transportunternehmen, das wir für die Edelmetalltransporte einsetzen, steht aktuell die Loomis Deutschland GmbH & Co. KG fest. Im Geschäftsjahr 2021 wurden 20 % der Partnerunternehmen auf die Einhaltung der ESG-Kriterien bewertet.

Leistungsindikator EFFAS S06-02

Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von ESG-Kriterien auditiert wurden. [Link](#)

Auf Auditierung unserer Geschäftspartner verzichten wir aktuell, da uns bei der noch geringen Personaldecke unserer jungen Unternehmensgruppe die Kapazitäten dazu noch fehlen. Eine entsprechende Ausweitung unserer Aktivitäten steht für die kommenden Jahre auf unserer Agenda.

8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/ Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

Es zwei Aspekte, die für unser Unternehmen eine große Motivation zu nachhaltigem Verhalten darstellen: Erstens ist sowohl für unser Team als auch für die Geschäftsleitung die Gesundheit und das Wohlergehen aller beteiligten Personen ein riesiger Anreiz. Auch das Ziel, die Wünsche des einzelnen nach einem nachhaltig geprägtem Arbeitsumfeld zu erfüllen, empfinden wir als eine sehr befriedigende Aufgabe. Der zweite wichtige Effekt einer nachhaltigen Unternehmensausrichtung rührt selbstverständlich von den hohen Erwartungen unserer Kunden. Nachhaltigkeit wirkt schlicht und einfach umsatzsteigernd. Ein explizit formuliertes Anreizsystem halten wir bis auf Weiteres nicht für notwendig.

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

Um zu identifizieren, welche Personengruppen für unsere Überlegungen und unsere Ausrichtung hinsichtlich Nachhaltigkeit relevant sind, setzen wir keine konkrete Methode ein. Aufgrund der einfachen Strukturierung der RatiOR AG ergeben sich drei eindeutig zu definierende Anspruchsgruppen:

1. Unsere Mitarbeiter im Innendienst,
2. der Außendienst und
3. unsere Kunden.

Die Kommunikation innerhalb des Ratiorteams betrifft in erster Linie die Einhaltung und Ausrichtung von Richtlinien sowie das Abfragen von Nachhaltigkeitseffekten mittels interner Umfragen. Externe Kommunikation findet zunächst nur in Einzelgesprächen mit Kunden bzw. mit Vertriebspartnern statt und hat rein informativen Charakter. Wie oben erwähnt ist es angedacht, mittelfristig unseren Kunden und Vertriebspartnern regelmäßig einen Nachhaltigkeitsbericht zur Verfügung zu stellen.

10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

Die Dienstleistungen der RatiOR AG werden von Anfang an vollständig digitalisiert angeboten, an diesem Punkt ist Ressourcenersparnis bereits ideal umgesetzt. Im Bereich Treibstoffersparnis durch Hybrides Arbeiten hilft uns eine regelmäßige Evaluation der Homeoffice-Quote sowie Mitarbeiterbefragungen bei der Optimierung. Sowohl Mitarbeiter als auch Kunden werden ständig motiviert, Ideen oder Verbesserungen zum Nachhaltigkeitsprozess beizutragen. Im Nachhaltigkeitsbericht wird solchen Innovationen eine bedeutende Rolle zuteil, immer mit Hinblick darauf, dass unsere Nachhaltigkeitsstrategie erst am Heranwachsen ist. Im Bereich der Herstellung unseres Handelsgutes, den Edelmetallen, sind Innovationen essenziell, um Nachhaltigkeit zu fördern. In den unterschiedlichen Phasen der Edelmetallproduktion gibt es viele effektive Hebel, an denen unsere Partner ansetzen können. Um die Quellen unserer Edelmetalllieferungen zu bewerten und auszuwählen, ist es für uns in erster Linie notwendig, stetig neue Informationsquellen zu finden und zu nutzen. Ein Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie wird daher sein, diese Informationssuche und -dokumentation kontinuierlich zu verbessern. Dabei greifen wir auf bestehende Kontakte und Quellen zurück, gleichzeitig erweitern wir dieses Informationsnetzwerk ständig. Unsere Kontakte rekrutieren sich dabei in erster Linie aus der Rohstoff- und aus der Finanzdienstleistungsbranche. Die so gewonnenen Erkenntnisse gewinnen wir also nicht anhand einer konkreten

Methode, sie können daher nicht qualitativ oder quantitativ nach messbaren Kriterien bewertet werden. Sie erscheinen uns dennoch wertvoll und fließen in unser eigenes Produkt- und Innovationsmanagement ein.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator EFFAS E13-01

Verbesserung der Energieeffizienz der eigenen Produkte im Vergleich zum Vorjahr. [Link](#)

Vergleichszahlen wird es frühestens nach Abschluss des Geschäftsjahres 2022 geben können, da das Geschäftsjahr 2021 das erste war, für das ein Nachhaltigkeitsbericht erstellt wurde.

Leistungsindikator EFFAS V04-12

Gesamtinvestitionen (CapEx) in Forschung für ESG-relevante Bereiche des Geschäftsmodells, z. B. ökologisches Design, ökoeffiziente Produktionsprozesse, Verringerung des Einflusses auf Biodiversität, Verbesserung der Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen für Mitarbeiter und Partner der Lieferkette, Entwicklung von ESG-Chancen der Produkte, u. a. in Geldeinheiten bewertet, z. B. als Prozent des Umsatzes. [Link](#)

Im Rahmen dieses Indikators ist für die Rator AG nur die betriebliche Gesundheitsförderung relevant. Hier sind für unser erstes Geschäftsjahr bereits deutliche Investitionen geplant. Neben dem Einsatz eines externen Ergonomieberaters sind Maßnahmen des Gesundheits- und Motivationscoachings vorgesehen. Konkrete Pläne dazu bestehen bereits. Entsprechende Zahlen werden nach Abschluss der ersten Geschäftsjahres vorliegen. Zu allen anderen Punkten dieses Indikators werden seitens der Rator Gruppe keine Daten erhoben, da sie in Bezug auf unser Geschäftsmodell keine Rolle spielen.

KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Aufgrund der Tatsache, dass die Dienstleistungen der Rator Gruppe nahezu komplett online, also digital, erfolgen, ist das Prinzip des papierlosen Büros quasi automatisch zugrunde gelegt worden. Auch eine hohe Homeoffice-Quote und Ökostromversorgung sind selbstverständlich. Verstärkt werden diese Eigenschaften unseres Unternehmens durch unsere eigene Freude an der Umsetzung und durch positives Feedback, das wir seitens unserer Kundschaft und unserer Vertriebspartner erhalten. Als Dienstleistungsunternehmen, das fast ausschließlich mit digitalen Arbeitsmitteln operiert, ist unser eigener Verbrauch an natürlichen Ressourcen nur im Bereich Energie nennenswert. Und hier ist in erster Linie die Stromversorgung zu nennen, da sämtliche Arbeitsabläufe darauf angewiesen sind. Kommunikation mit Kunden und mit Vertriebspartnern geschieht fast ausschließlich per Telefon, Videokonferenz, E-Mail oder jeweils den geschlossenen, personalisierten Bereich auf unserer Website. Treibstoffverbrauch spielt bei der Erbringung unserer Dienstleistung daher kaum eine Rolle. Zu nennen ist in dieser Hinsicht einzig der gesicherte Transport von Edelmetall vom Produzenten in die Schweiz ins Hochsicherheitslager. Es werden jedoch immer recht große Mengen gesammelt eingekauft und transportiert, um unseren Kunden möglichst gute Einkaufskonditionen bieten zu können. Daher fällt auch hier im Verhältnis zum erzielten Umsatz der einzelne Transport relativ gering ins Gewicht. Zusammenfassend kann man unseren Eigenverbrauch an natürlichen Ressourcen folgendermaßen nach Umfang und Relevanz ordnen:

1. Strom
2. Öl/Gas für Heizung
3. Wasser
4. Treibstoffe
5. Rohstoffe für elektronische Geräte

Konkrete Verbrauchszahlen für unseren eigenen Bedarf liegen uns für das Berichtsjahr aufgrund räumlicher Umstrukturierungen nicht vor. Die Verbrauchszahlen der für uns aktiven Dienstleister (in erster Linie der beauftragten Transportunternehmen) sind uns nicht bekannt.

Daneben ist der Einsatz natürlicher Ressourcen bei der Gewinnung und Produktion der Edelmetalle an sich beträchtlich. Dieser Aspekt soll an dieser Stelle dennoch nur am Rande erwähnt werden. Er spielt zwar eine sehr wichtige Rolle in unserem Nachhaltigkeitsgesamtkonzept, weil wir unser Einkaufsverhalten danach ausrichten. Andererseits können wir dadurch nur indirekt Einfluss nehmen, weshalb wir diesen Ressourcenverbrauch nicht unserem eigenen Geschäftsbereich zurechnen.

12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

Unser Ziel als neu strukturierte Unternehmensgruppe ist Wachstum. Wir haben den Anspruch, diesen Zuwachs an Mitarbeitern, Arbeitsmitteln und Raumbedarf immer auch unter dem Nachhaltigkeitsaspekt zu sehen. Wir werden daher permanent die dafür eingesetzten Mittel und Wege nachschärfen müssen. Konkret heißt das, unsere Stromversorgung jährlich auf den Prüfstand zu stellen, das hybride Arbeitskonzept nach jedem Wachstumsschritt auf korrekte Ausrichtung zu prüfen, und unsere betriebliche Gesundheitsförderung permanent an die sich ändernde Personalsituation anzupassen. Wir sehen in unserem internen Einflussbereich einige Chancen für weitere, wenn auch kleine Verbesserungen. Sie werden sich Schritt für Schritt in der Zukunft ergeben, wenn die Firmengruppe wächst. Bis dahin definieren wir keine qualitativen oder quantitativen Ziele in Bezug auf unseren eigenen Ressourcenverbrauch, und es sind dementsprechend vorläufig auch keine konkreten Maßnahmen geplant. Somit gibt es in diesem Bereich bei der Rator Gruppe noch keine Ergebnisse zur Erreichung von Zielen im Nachhaltigkeitsbericht. Wir sehen unsere Aufgabe zunächst darin, dieses hohe Niveau auch bei deutlichem Firmenwachstum beizubehalten. Risiken in Bezug auf unseren eigenen Ressourcenverbrauch können wir aktuell nicht erkennen. Wie bereits mehrfach erwähnt, gibt es hingegen außerhalb unseres direkten Einflussbereichs durch die Gewinnung und Produktion der Edelmetalle erhebliche Risiken für Ressourcen und Ökosysteme. In dieser Hinsicht ist die gezielte Auswahl von Edelmetalllieferanten nach ihrer Recyclingrate unsere konkrete Methode im Bereich Ressourcenverbrauch. Da aktuell fast ausschließlich Silber an unsere Kunden verkauft wird, haben wir die Zielsetzung, bei unserer Silberlieferanten eine möglichst hohe durchschnittliche Recyclingrate zu erreichen. Im Geschäftsjahr 2021 lag diese bei ca. 18 %, für das Geschäftsjahr 2022 ist das Ziel, die Marke von 20 % zu erreichen bzw. zu übertreffen. Weitere Ziele sind momentan noch nicht definiert.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator EFFAS E04-01

Gesamtgewicht des Abfalls. [Link](#)

Zahlen hierzu liegen uns nicht vor, da sie im ersten Geschäftsjahr nach der Umstrukturierung noch nicht erhoben wurden. Es ist jedoch generell davon auszugehen, dass sich Gesamtgewicht des Abfalls sehr in Grenzen halten wird und daher auch schwer zu ermitteln sein wird, da wir nahezu papierlos arbeiten.

Leistungsindikator EFFAS E05-01

Anteil des gesamten Abfalls, der recycelt wird. [Link](#)

Generell findet eine Abfalltrennung in wiederverwertbare, kompostierbare und Restmüllanteile statt. Im Geschäftsjahr unseres ersten Berichts wurde unser Büroabfall zu nahezu 100 % recycelt, da kein Restmüll anfällt. Es wurde kein IT-Equipment ausrangiert, daher fand in diesem Bereich kein Recycling statt.

Leistungsindikator EFFAS E01-01
Gesamter Energieverbrauch. [Link](#)

Zahlen hierzu liegen uns nicht vor, da sie im ersten Geschäftsjahr nach der Umstrukturierung noch nicht erhoben wurden.

13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

In unserem Bürobetrieb mit derzeit fünf Mitarbeitern hält sich durch minimale Reiseaktivität, hohe Homeoffice-Quote und konsequent auf den Anteil erneuerbarer Energie ausgerichtete Auswahl unseres Stromanbieters sich die Emission klimarelevanter Substanzen sehr in Grenzen. Auch bei der Beschaffung von Arbeitsmitteln fallen so geringe Emissionen an, dass eine Erfassung diese Einflussgröße zu diesem Zeitpunkt unserer Geschäftsentwicklung als nicht notwendig eingestuft wird. Mit steigender Unternehmensgröße und Mitarbeiteranzahl wird dieser Aspekt dennoch Teil unseres Nachhaltigkeitsberichtes werden. Dann wird auch darüber entschieden, wann und wie wir unsere Treibhausgasemission ermitteln werden. Die Größenordnung der Emissionen, die bei der Edelmetallproduktion entstehen, fließen in unsere Einkaufspolitik ein. Insbesondere bei der Raffination in den Scheideanstalten werden enorme Mengen an Energie benötigt, die zu einem hohen CO₂-Ausstoß führen. Die entsprechenden Emissionsmengen werden nicht von uns selbst erfasst, unsere Maßnahmen bestehen in der Auswertung der Ratingergebnisse und Klassifikationen unserer Lieferanten. Dies stellt die Datenbasis für die Umsetzung unseres Nachhaltigkeitsleitbild bzw. der noch zu definierenden Nachhaltigkeitsstrategie dar.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator EFFAS E02-01
Gesamte THG-Emissionen (Scope 1, 2, 3). [Link](#)

In Bezug auf unseren eigenen Geschäftsbetrieb mit derzeit fünf Mitarbeitern hält sich durch minimale Reiseaktivität, hohe Homeoffice-Quote und konsequent auf den Anteil erneuerbarer Energie ausgerichtete Auswahl unseres Stromanbieters sich die Emission klimarelevanter Substanzen sehr in Grenzen. Auch bei der Beschaffung von Arbeitsmitteln fallen so geringe Emissionen an, dass eine Erfassung diese Einflussgröße zu diesem Zeitpunkt unserer Geschäftsentwicklung als nicht notwendig eingestuft wird. Mit steigender Unternehmensgröße und Mitarbeiteranzahl wird dieser Aspekt dennoch Teil unseres Nachhaltigkeitsberichtes werden. Nach Abschluss des Geschäftsjahres 2022 wird darüber entschieden werden, wann und wie wir unsere

Treibhausgasemission ermitteln werden.

Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

Die Rator AG gewährt ihren Mitarbeitern in vielen Bereichen Konditionen, die deutlich über gesetzliche Vorschriften hinausgehen. Unsere Mitarbeiter erhalten mehr Urlaub als gesetzlich vorgeschrieben, es ist bei Firmenwachstum ein hoher Anteil an Teilzeitverträgen mit fairer Bezahlung vorgesehen, auch die Arbeitszeitmodelle werden sehr flexibel gehalten. Wie bereits mehrfach erwähnt, wird den Mitarbeitern eine individuell anpassbare Homeoffice-Quote ermöglicht, bei ergonomisch voll ausgestattetem Homeoffice-Arbeitsplatz. Die Quote lag im Geschäftsjahr 2022 bei 75 %. Ziel für den kommenden Bericht ist eine Beibehaltung oder Erhöhung der Homeoffice-Quote. In unserem wachsenden Unternehmen werden alle Mitarbeiter von Beginn an in unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten mit einbezogen und erhalten Mitverantwortung, was natürlich auch ein gewisses Maß an Verpflichtung mit sich bringt. Zu diesem Zweck findet vierteljährlich ein Nachhaltigkeits-Meeting aller Mitarbeiter statt. Es wird zusätzlich ab diesem Geschäftsjahr Zufriedenheitsumfragen bei den Mitarbeitern geben, konkrete finanzielle Anreize für Verbesserungsvorschläge. Die Erbringung unserer Dienstleistung durch unsere Mitarbeiter erfolgt trotz des Firmensitzes Liechtenstein komplett in Deutschland. Die Umsetzung deutscher Regeln und Standards des Arbeitnehmerrechts im Ausland hat daher für die Rator AG keinerlei Bedeutung. Risiken, die sich aus unserer Geschäftstätigkeit ergeben und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitnehmerrechte haben, sind aus unserer Sicht nicht erkennbar.

15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

Sowohl bei der Auswahl der Mitglieder des bereits bestehenden Teams als auch bei der künftigen Einstellung von Mitarbeitern gelten bei der Rator GmbH

strenge Grundsätze der Chancengleichheit. Diese bezieht sich neben der eigentlichen Einstellung auf die finanzielle Vergütung, die Work-Life-Balance und berufliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Diskriminierung ist bei uns nicht vorstellbar, da wir als bislang noch kleiner Betrieb sehr stark auf den Teamgedanken angewiesen sind, um unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen. Diese uns wichtigen Aspekte der Vielfalt und Gleichbehandlung wurden im Rahmen des ersten Nachhaltigkeitsberichts überprüft. Bei der geringen Mitarbeiterzahl ergibt dies jedoch noch keine statistisch sinnvollen Daten. Bis zu einem deutlichen Wachstum der Unternehmensgruppe besteht unsere Strategie daher in der aus subjektiver Sicht erfolgreichen Umsetzung des Chancengleichheitsgedankens.

16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

In dieser frühen Phase unseres Unternehmens sind bei den Teammitgliedern weitgestreute Qualifikationen, große Flexibilität und ein enormes Maß an persönlichem Engagement notwendig, um alle Anforderungen, die die Entwicklung eines erfolgreichen Dienstleistungspakets stellt, zu meistern. Mit jedem Mitarbeiter, der hinzukommt, wird die Spezialisierung wachsen, und damit auch die Notwendigkeit der gezielten Qualifikation in Einzelbereichen. Die aktuell aktiven Personen ergänzen sich hervorragend zu einer Einheit. Die Notwendigkeit von Weiterbildungsmöglichkeiten wird sich im Laufe des Unternehmenswachstums einstellen. Im Zuge dieser Entwicklung werden künftig die passenden Maßnahmen zur Qualifizierung definiert, umgesetzt und dokumentiert werden. Bislang steht dieses Thema für uns noch nicht auf der Prioritätenliste.

Sowohl Günther Luitz als auch Mark Luitz besitzen als Initiatoren der Unternehmensgruppe mehr als 40 Jahre und 25 Jahre im Bereich Geldanlage in Edelmetallen. Sie werden selbst als Fachleute von Außenstehenden herangezogen, um ihre Expertise zu vermitteln und andere in deren Qualifikation zu verbessern. Risiken im Zusammenhang mit der Qualifizierung der handelnden Personen bei der Rator sind somit keine zu identifizieren.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator EFFAS S03-01

Altersstruktur und -verteilung (Anzahl VZÄ nach Altersgruppen).

[Link](#)

Aktuell bei sind die drei Firmenangehörigen 34, 38 und 39 Jahre alt.

Leistungsindikator EFFAS S10-01

Anteil weiblicher Mitarbeitenden an der Gesamtzahl der Mitarbeitenden. [Link](#)

Aktuell 33 %

Leistungsindikator EFFAS S10-02

Anteil weiblicher VZÄ in Führungspositionen im Verhältnis zu
gesamten VZÄ in Führungspositionen. [Link](#)

Aktuell 33 %

Leistungsindikator EFFAS S02-02

Durchschnittliche Ausgaben für Weiterbildung pro VZÄ pro Jahr.
[Link](#)

Es findet aktuell in der Umstrukturierungsphase keine Weiterbildung der
Mitarbeiter statt.

Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

Menschenrechtsthemen sind für unsern Geschäftsbereich in erster Linie in Bezug auf die Bedingungen in den Bergbaugebieten der Edelmetallproduzenten relevant. Meist befinden sich diese am ehesten in Regionen der Erde, in denen der Schutz der Menschenrechte nicht die Relevanz besitzt, die wir uns wünschen würden. Wie bereits erwähnt ziehen wir für unsere Beurteilung der jeweiligen Situation vor Ort wertvolle eigene Informationsquellen sowie Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsberichte der Gesellschaften heran. Diese Ergebnisse wirken sich auf unsere Einkaufspolitik aus. Konkrete Zahlen dazu werden in unsere nächsten Nachhaltigkeitsberichte einfließen, auch konkrete Zielsetzungen werden sich in diesem Bereich erst im Laufe der nächsten Jahre definieren lassen. In der Folge werden wir an dieser Stelle Näheres dazu berichten.

Die genannten Risiken im Bereich Menschenrechte fließen in unsere Entscheidung ein, aus welchen Quellen wir letztlich Edelmetalle einkaufen. Unserer eigenen Geschäftstätigkeit lassen sie sich jedoch nicht zurechnen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator EFFAS S07-02 II
Prozentsätze alle Einrichtungen, die nach SA 8000 zertifiziert
sind. [Link](#)

0 %

Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den
Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten
ausübt.

Die Rator Unternehmensgruppe nimmt durch die Auswahl ihrer
Edelmetalllieferanten indirekt Einfluss auf die soziale, ökologische, kulturelle
und wirtschaftliche Entwicklung in den Bergbaugebieten. Direkte Effekte wollen
wir durch die gezielte Förderung von Projekten bewirken, wobei unsere
weltweiten Informationskanäle sehr förderlich sein werden. Aktuell findet noch
keine Förderung statt.

Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle
Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von
Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle
Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern
differenziert offengelegt werden.

Für die Geschäftsaktivitäten der Rator AG sind keine aktuellen
Gesetzgebungsverfahren relevant. Sie nimmt diesbezüglich keinerlei Einfluss.

Eigene politische Aktivitäten nimmt die Rator AG nicht wahr. Sie ist kein
Mitglied in einem politisch aktiven Branchenverband. Die Rator AG nimmt
keinerlei Parteispenden vor.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator EFFAS G01-01

Zahlungen an politische Parteien in Prozent vom Gesamtumsatz.

[Link](#)

0 %

20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Die Rator AG unterliegt keiner Regulierungsbehörde. Dennoch sind beim Handel mit Edelmetallen und bei ihrer Lagerung besondere gesetzliche Regelungen zu beachten. So informieren wir unsere Kunden und Vertriebspartner eingehend darüber, inwieweit Gewinne aus Edelmetallverkäufen zu versteuern sind. Dies erfolgt bei Vertragsabschluss anhand schriftlicher Information, deren Erhalt der Kunde mit Unterschrift bestätigt. Auch sind für unser Geschäftsfeld die gesetzlichen Vorschriften zur Vermeidung von Geldwäsche unbedingt zu erfüllen. Hierzu werden von jedem Kunden vor Vertragsabschluss alle entsprechenden Angaben eingeholt, die er ebenfalls durch Unterschrift bestätigt. Eine wesentliche Rolle spielt wiederum die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien vor Ort in den Explorations- und Schürfgebieten durch die Bergbaugesellschaften. Eigene Strategien und Maßnahmen unsererseits, die in diesem Bereich einer Vermeidung von gesetzeswidrigem Verhalten und Korruption dienen könnten, kommen hier selbstverständlich nicht zum Einsatz. Genauso verhält es sich auch in Bezug auf die weiterverarbeitende Industrie. Für die gesamte Produktionskette der von uns verkauften Edelmetalle gilt, dass wir für unsere Einschätzung die öffentlich zugänglichen Berichte unserer Lieferanten zugrunde legen. Das Einholen von zusätzlichen Informationen, die wir aus persönlichen Kontakten in der Explorations- und Bergbaubranche erhalten, sind einerseits wertvoll für unsere Einschätzung der Gegebenheiten, stellen für sich genommen andererseits jedoch keine konkrete Maßnahme im Sinne der Compliance dar. Compliance ist bei unserer aktuell noch geringen Firmengröße Aufgabe des Geschäftsführers. Aufgrund jahrzehntelanger Erfahrung in der Edelmetall- und Finanzdienstleistungsbranche ist bei ihm eine hohe Sensibilität für Rechtskonformität und Regeltreue vorhanden. Sollte das Thema Compliance nach deutlichem Wachstum der Firma an Mitarbeiter delegiert werden, werden wir entsprechende interne Compliancerichtlinien erstellen, die dann auch Teil unseres Nachhaltigkeitsberichts werden. Risiken, die sich direkt aus unserer eigenen Tätigkeit im Edelmetallhandel ergeben, sehen wir nicht.

Selbstverständlich existieren im Laufe der Produktion von Edelmetallen Risiken, die jedoch alle außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Risiken, die sich direkt aus unserer eigenen Tätigkeit im Edelmetallhandel ergeben, sehen wir nicht, da mittels Bestechung und Korruption keinerlei Einfluss auf das Kaufverhalten unserer Kunden genommen werden kann, und genauso wenig

auf die Erfüllung von Kundenwünschen durch uns. Auch bzgl. der Lagerung der Metalle in der Schweiz ist nicht von irgendeiner Relevanz hinsichtlich Bestechung oder Korruption auszugehen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator EFFAS V01-01

Ausgaben und Strafen nach Klagen und Prozessen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- und Monopolverstößen.

[Link](#)

0,00 €

Leistungsindikator EFFAS V02-01

Prozent vom Umsatz in Regionen mit einem Transparency International Corruption Index unter 60. [Link](#)

0 %