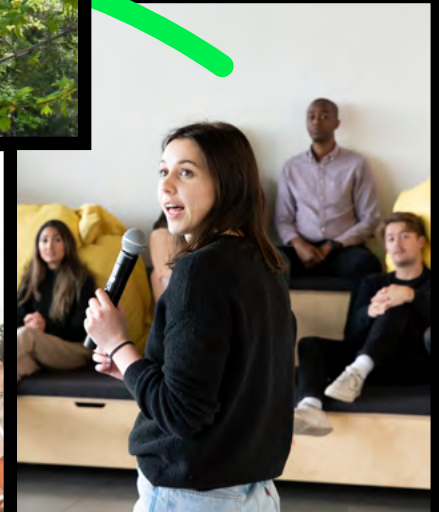
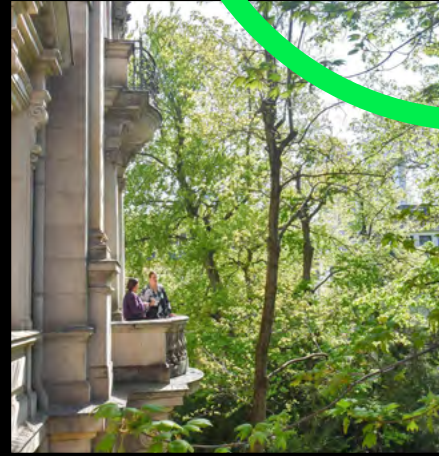


Digital ist emotional, nachhaltig, resilient



Nachhaltigkeitsbericht
Geschäftsjahr 2022



Inhalt



3 Kennzahlen

5 Vorwort

7 Wir sind die SYZYGY GROUP

9 Wir übernehmen Verantwortung

- 9 Blick aufs Wesentliche
- 12 Nachhaltigkeitsziele
- 13 Risikomanagement

14 Klima und Umwelt

- 14 Klima- und Umweltschutz
- 14 Klimastrategie
- 15 Aktivitäten zur Reduzierung von CO₂-Emissionen
- 16 CO₂-Fußabdruck
- 19 Interviews mit dem Vorstand

- 19 Kaufen statt Mieten – eine nachhaltige Strategie

- 21 Bündnis für Klimaschutz und Regenerative

- 23 EU-Taxonomie – Transparenz für nachhaltiges wirtschaften

25 Mitarbeitende

- 25 Wir sind ein vielfältiges Unternehmen
- 26 Vielfalt und Chancengleichheit
- 29 Mitarbeitenden-Engagement
- 30 Mitarbeitenden-Entwicklung
- 31 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- 32 Unser „Code of Conduct“

33 Soziale Belange

- 33 Vertrauensvolle Kundenbeziehungen
- 33 Soziales Engagement

35 Unternehmensführung

- 35 Achtung der Menschenrechte
- 36 Informationen und Daten
- 37 Bekämpfung von Korruption und Bestechung

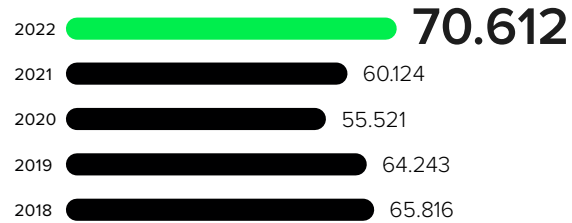
38 Appendix

- 38 Über diesen Bericht
- 39 Daten und Fakten

47 Kontakt/Impressum



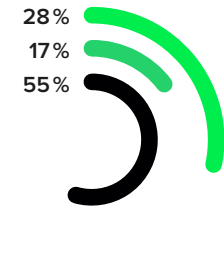
Finanz- kennzahlen



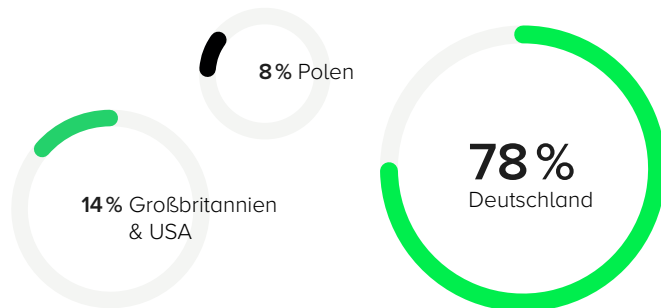
Entwicklung der Umsatzerlöse (in TEUR)



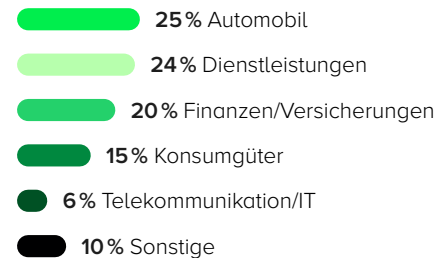
Umsatz pro Mitarbeitenden (in TEUR)



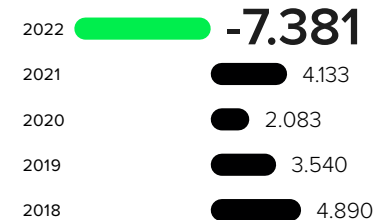
Umsatzverteilung nach Größe der Kunden



Umsatzerlöse nach Segmenten



Umsatzverteilung nach Branchen



Konzernergebnis (in TEUR)



Nachhaltigkeits- kennzahlen

-36%

Reduzierung der CO₂-Emissionen
für Scope 1+2 pro Mitarbeitenden



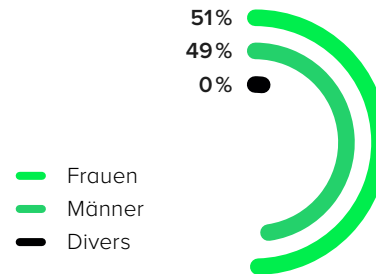
Scope 1+2 pro Mitarbeitenden (in tCO₂e)

100%

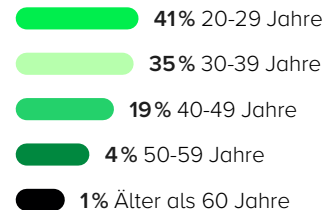
Strom aus erneuerbaren Energien
in allen Bürogebäuden

35%

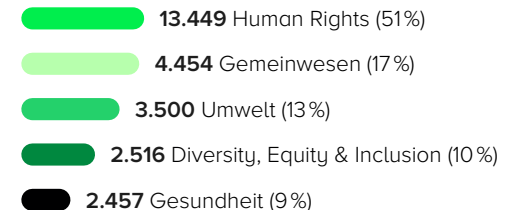
Frauen in Führungspositionen



Mitarbeitende nach Geschlecht



Mitarbeitende nach Alter



Spenden an Organisationen (in EUR)

Vorwort des Vorstands

*Liebe Leserinnen,
Liebe Leser,*

seit vielen Jahren setzen wir uns intensiv und kritisch mit den sich wandelnden **sozialen, ökonomischen und ökologischen Herausforderungen und Chancen** auseinander. Dies werden wir auch weiterhin tun und alledem ebenso offen wie vorausschauend begegnen und uns kontinuierlich entwickeln.

Für eine digitale nachhaltige Zukunft möchten wir Dinge positiv verändern – für Marken, Menschen, Unternehmen und für die Gesellschaft. Dazu braucht die Welt innovative Lösungen. Positive digitale Erlebnisse sind für uns der Schlüssel dazu. „Digital that makes a difference“ ist unser Grundsatz. Mit unserer Arbeit können und möchten wir Verantwortung auch für mehr Nachhaltigkeit übernehmen. Durch Digitalisierung ermöglichen wir unseren Kunden nachhaltige Beziehungen aufzubauen. Denn Digital ist mehr als Technologie. Digital wirkt auf vielfältigen Ebenen, setzt Emotionen frei und ist in der Lage bei den Herausforderungen unserer Zeit zu unterstützen.

Somit sind wir auch für die Auswirkungen unseres Tuns und unserer Entscheidungen verantwortlich. Dabei beziehen wir die verschiedenen Aspekte unseres Umfelds, unserer Mitarbeitenden, Kunden, Liefernden mit ein, engagieren uns für die Gesellschaft und die Umwelt.



Ars Thanea / Warschau

☞ **Nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln** sind die wichtigsten Grundprinzipien unserer Unternehmenskultur. ☞



Vorstand / Erwin Greiner (CFO), Franziska von Lewinski (CEO) und Frank Ladner (CTO)

Jede Entscheidung, die wir heute treffen, wirkt sich auf die Zukunft und unsere langfristigen unternehmerischen Ziele aus. Nachhaltiges Handeln ist ein wesentlicher Faktor für unseren langfristigen wirtschaftlichen Erfolg. Die drei Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (SDGs) – Maßnahmen zum Klimaschutz, Geschlechter-Gleichheit und hochwertige Bildung – stehen dabei für uns im Fokus.

Aber auch die anderen SDGs haben wir mit unserem Handeln im Blick.

Zu einer nachhaltigen Unternehmensführung mit einem funktionierenden Risiko- und Chancenmanagementsystem gehören für uns neben dem Befolgen von Gesetzen und Vorschriften auch ein verbindendes Werteverständnis und einheitliche ethische Standards – bei Kunden, Mitarbeitenden, Zulieferer:innen, Management und Investor:innen.

Wir gehen verantwortungsvoll mit Energie und natürlichen Ressourcen um, unterstützen gemeinnützige Zwecke. Nachhaltigkeit hat viele Facetten, die wir hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Unternehmen, für Umwelt und Gesellschaft, aber auch für unsere

Stakeholder:innen bewerten. Wir managen nachhaltigkeitsrelevante Risiken und informieren darüber in der nichtfinanziellen Berichterstattung unserer Geschäftsberichte. Wir kommunizieren transparent über Umwelt, Gesundheit, Sicherheit und Chancengleichheit, weil diese einen hohen Stellenwert für uns haben.

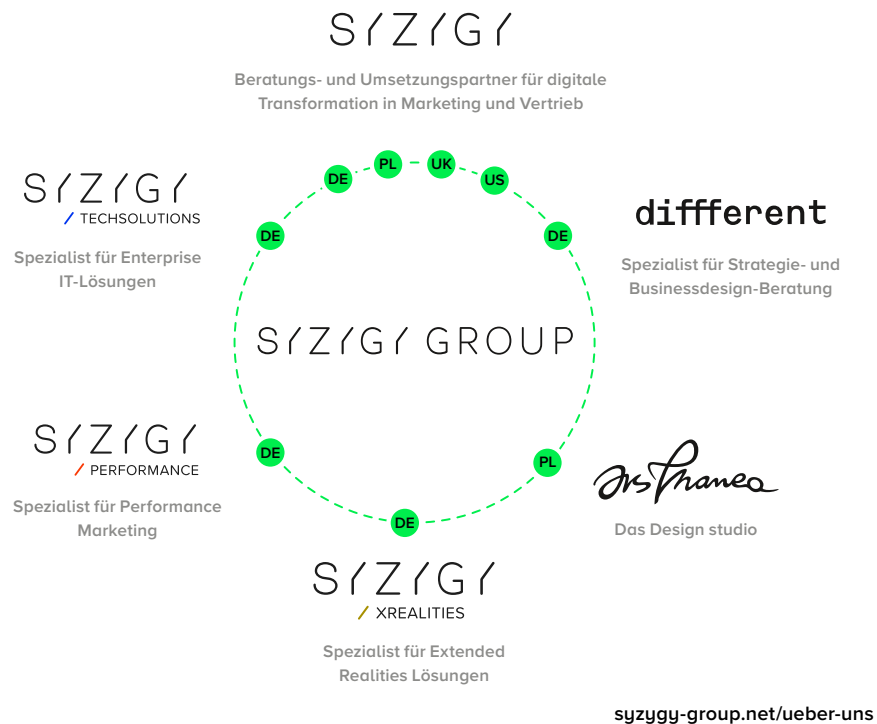
Im Namen des gesamten Vorstands
der SYZYGY GROUP

Franziska
von Lewinski (CEO)

Frank Ladner (CTO)

Erwin Greiner (CFO)

Wir sind die SYZYGY GROUP



Wir sind einer der führenden Beratungs- und Umsetzungspartner für Digitalisierung, Transformation und Strategie in Marketing und Vertrieb. Human-Centric Thinking, Kreativität und Technologie sind unsere Werkzeuge, mit denen wir täglich ganzheitliche, lösungsorientierte digitale Erlebnisse entwickeln. Wir digitalisieren Strukturen und orchestrieren Organisationen und entwickeln neue Produkte, die einen Unterschied machen – für Marken, Unternehmen und Menschen. Die gesamte Bandbreite unserer Arbeit ist der Grundstein für unseren Erfolg.

600 Spezialist:innen – ein Team

Unsere Mission ist die Digitalisierung. Dazu bringen unsere Spezialist:innen Know-how aus vielfältigen Einzeldisziplinen mit. Genau das ist unsere Stärke. Aus der Summe aller Mitarbeitenden wird ein eingespieltes Team, in dem sich für jede Aufgabe immer das richtige Kompetenz-Setup findet. Wir arbeiten interdisziplinär über Länder und Kontinente hinweg. Und wir alle wollen innovative Lösungen schaffen, die den Unterschied machen.



**Gemeinsam
betreuen
wir renommierte
Marken wie:**

- + Allergan
- + BMW Motorrad
- + Bosch
- + Commerzbank
- + Consorsbank
- + Die Bundesregierung
- + Eucerin
- + Kyocera
- + Lufthansa
- + Mazda
- + Mercedes-Benz
- + Miele
- + Miles & More
- + mobile.de
- + O₂ Telefónica
- + PayPal
- + Porsche
- + Wempe

1

1995 / Startschuss

Gründung von United Media in Frankfurt und SYZYGY London

2

2000 / Bullish

Fusion der Gesellschaften zur SYZYGY AG, Börsengang am neuen Markt mit Hauptsitz in Bad Homburg

3

2000 / Gekommen, um zu bleiben

Der dot.com-Crash stürzt die Branche in eine tiefe Krise, aber die Gruppe bleibt resilient

4

2006-2008 / Wachstumsschub

Drei Akquisitionen in drei Jahren: unquedigital Hamburg, unquedigital London und Hi-ReS!

5

2010 / Cześć, Warszawa!

Ars Thanea wird Teil der Gruppe

6

2012 / Weiter geht's

Eröffnung eines neuen SYZYGY Standortes in Frankfurt und Gründung von Hi-ReS! Berlin

7

2014 / New York, New York

Direkt am Broadway entsteht der siebte SYZYGY Standort der Gruppe

8

2015 / O'zapft is!

Nach dem Gewinn des Etats von BMW Motorrad eröffnet SYZYGY einen weiteren Standort in München

9

2016 / Zuwachs aus der Hauptstadt

Beteiligung an der Customer Experience Design-Agentur USEEDS® aus Berlin



SYZYGY GROUP

13

2021

14

2022

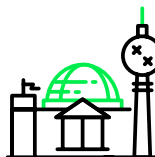
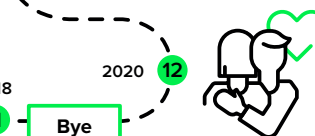


2017

2018

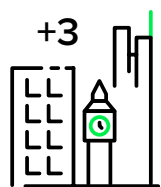
2020

12



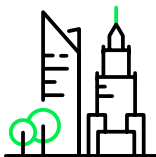
2016

9



2006-2008

+3



2010



2015

8



2000

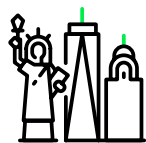
3

2



1995

1



Unsere Meilensteine

Umsatzwachstum **17%**
Mio. EUR **70,6**

12

2020 / Better together

USEEDS® und different verschmelzen zu different. Bündelung des digitalen Media- und Performance-Angebots unter „SYZYGY Performance“ (Fusion von unquedigital und Catbird Seat) an den Standorten Hamburg und München

13

2021 / Klare Linien

Neue Marken entstehen: SYZYGY GROUP als Corporate Brand und SYZYGY Techsolutions als IT Services Brand werden gelauncht.

14

2022 / Wir schreiben Agenturgeschichte

Die SYZYGY GROUP erzielt Rekordumsatzerlöse seit der Gründung

10

2017 / Doppelte Verstärkung

Zwei neue Gruppenmitglieder: Performance Marketing Agentur Catbird Seat aus München und Strategieberatung different aus Berlin

11

2018 / Ein Kapitel geht zu Ende

Hi-ReS! Berlin schließt, nachdem der BMW Digital Etat verloren ging

Wir übernehmen Verantwortung

Verantwortung, Togetherness und Innovation sind unsere Unternehmenswerte, die uns verbinden, unseren Alltag prägen und als Leitfaden für Entscheidungen dienen. Unser Ziel: großartige Ergebnisse für Teams, Kunden, Gesellschaft und Umwelt erzielen.



Drei Werte, die uns gruppenweit vereinen

Blick aufs Wesentliche

Nachhaltigkeitsaspekte haben eine hohe Relevanz für unsere Geschäftstätigkeit und die Sensibilität dafür nimmt stetig zu. Die Themen Umwelt, Gesundheit, Sicherheit, Diversität und Chancengleichheit nehmen daher einen hohen Stellenwert bei unserer Nachhaltigkeitsbewertung ein. Dies alles darf jedoch nicht losgelöst vom demografischen Wandel gesehen werden, der den Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte zunehmend verschärft.

„**Zusammenhalt** ist die Seele unserer Gruppe, **Verantwortung** unser Gewissen und **Innovation** unser Herzschlag.“

Franziska von Lewinski (CEO)





SYZGY GROUP / Bootcamp

Mission

Wir wollen mit unseren Dienstleistungen, Services, Lösungen einen tatsächlichen Unterschied machen – Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Teil davon.

Vision

Unser Handeln soll einen nachhaltigen Mehrwert bieten – im Großen wie im Kleinen, für unsere Teams, unsere Kunden, unsere Aktionär:innen, für unsere Gesellschaft und unsere Umwelt.

Werte

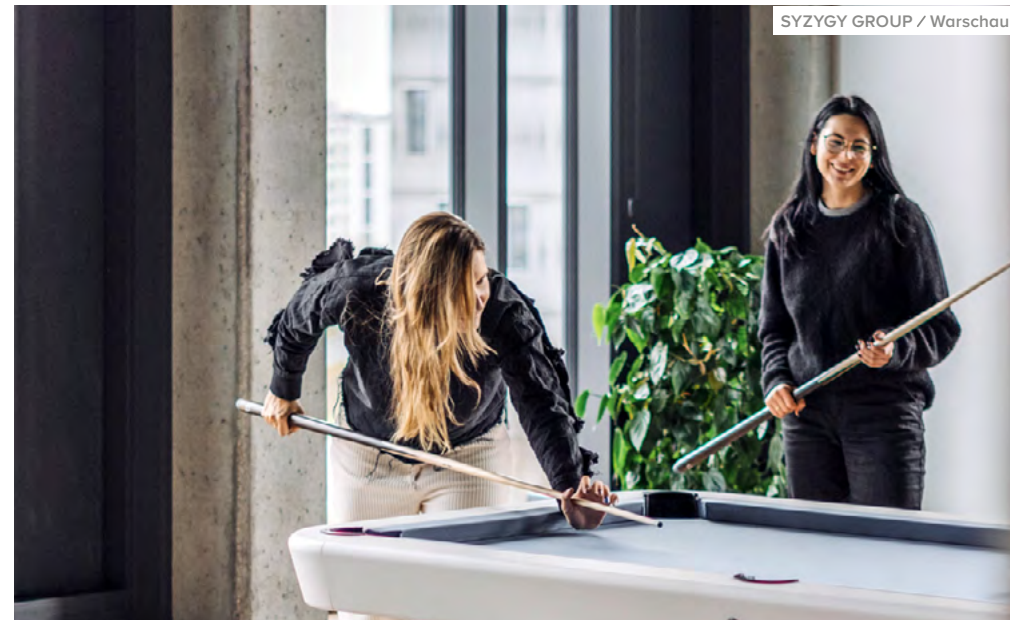
Responsibility, Togetherness und Innovation zeichnen uns als Gruppe aus: Zusammenhalt ist die Seele unserer Gruppe, Verantwortung unser Gewissen und Innovation unser Herzschlag.

Für unseren Geschäftsprozess, das Geschäftsergebnis und für die Geschäftstätigkeit sind im Berichtsjahr 2022 nachfolgende nichtfinanzielle Aspekte aus der Wesentlichkeitsdefinition des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) in Verbindung mit den §§ 289b bis 289e Handelsgesetzbuchs (HGB) relevant:

- + **Umweltbelange**
 - Klimaschutz
 - Abfallwirtschaft
- + **Belange der Mitarbeitenden**
 - Diversität und Inklusion
 - Arbeitsbedingungen
 - Entwicklung der Mitarbeitenden
 - Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz
- + **Sozialbelange**
 - Beziehungen zu Kunden
 - Gesellschaftliches Engagement
- + **Menschenrechte**
- + **Bekämpfung von Korruption und Bestechung**
 - Compliance
 - Informations- und Datensicherheit

Nachhaltigkeitsthemen haben nicht nur für uns, sondern auch für unsere Stakeholder:innen eine enorm hohe Relevanz. Daher sind wir im Austausch mit unseren Stakeholder:innen und kommunizieren transparent über alle wesentlichen und relevanten nichtfinanziellen Themen.

- + **Mitarbeitende** (aktuelle und potenzielle)
- + **Kunden** (aktuelle und potenzielle)
- + **Lieferant:innen**
- + **Investor:innen**
- + **Geschäftspartner:innen**
- + **Medien**
- + **Kooperationspartner:innen**



Unsere Nachhaltigkeitsziele

Responsibility, Togetherness und Innovation sind die Unternehmenswerte, die uns auszeichnen. Sie halten Mitarbeitende zusammen, prägen unsere tägliche Arbeit und dienen als Kompass für unsere Entscheidungen und Handlungen.

Verantwortung zu übernehmen, bedeutet für uns, langfristige Ziele und die Auswirkungen unserer Tätigkeiten und Entscheidungen auf die verschiedenen Aspekte unseres Umfelds zu berücksichtigen und transparent zu kommunizieren.

Wir verpflichten uns, Umweltstandards einzuhalten und uns für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen. Daher richten wir unsere Handlungsfelder, Ziele und Tätigkeiten auf eine nachhaltige Entwicklung aus, die aus der Wesentlichkeitsanalyse abgeleitet wurden.

Unsere Richtungsgeber sind die drei Sustainable Development Goals (SDGs). Aus den aktuellen globalen Zielen der Vereinten Nationen (UN), haben wir unsere Maßnahmen die Schwerpunkte Klima (SDG 13), Chancengleichheit (SDG 5) und Bildung (SDG 4) abgeleitet:



Für ein gutes Klima

Digitalisierung und Green IT sind für uns wichtige Treiber für ein klimafreundlicheres Geschäfts- und Gesellschaftsleben. Auch unsere eigenen Emissionen wollen wir so weit wie möglich reduzieren, kompensieren und digitale, klimapositive Systeme entwickeln.



Für mehr Chancengleichheit

Wir setzen uns für ein inklusives und flexibles Arbeitsumfeld ein, in dem alle Mitarbeitende ihr volles Potenzial ausschöpfen können. Wir haben Gehaltsunterschiede zwischen den Geschlechtern beseitigt und wählen die am besten geeigneten Kandidat:innen aus, unabhängig von ihrem Geschlecht.



Für mehr Bildung

Die digitale Welt verändert sich rasant und erfordert die Weiterentwicklung unserer Kompetenzen. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden dabei, zu wachsen – fachlich, aber auch persönlich, damit sie ihr Potenzial voll entfalten, von Gleichberechtigung und Chancengleichheit profitieren können.

Risikomanagement für mehr Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit heißt auch Verbindlichkeit. Denn nur ein gemeinsames Werteverständnis und gelebte ethische Standards in unserem Unternehmen und dessen Umfeld sowie verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln schützen unsere Reputation. Finanzielle, rechtliche und operative Risiken werden dadurch reduziert.

Daher ist es für uns enorm wichtig, potenzielle nicht-finanzielle Risiken zu identifizieren und zu bewerten. Dies erfolgt auf Konzernebene im Rahmen des bestehenden Risikomanagements und wird quartalsweise durch das Controlling identifiziert und bei Bedarf ergänzt.

SYZGY und SYZGY Techsolutions / Sommerfest



SYZGY / London



Im Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit, in den Kundenbeziehungen und bezüglich der erbrachten Dienstleistungen haben wir keine wesentlichen Risiken ermittelt, die sich negativ auf unsere nichtfinanziellen Belange oder unsere Geschäftspraktiken auswirken haben oder werden.

Klima und Umwelt



Die Folgen des Klimawandels erstrecken sich weit über unsere Welt und beeinflussen sowohl die Wirtschaft als auch den Alltag jedes Individuums.

Wir schützen Klima und Umwelt

Der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen ist für uns ein wichtiges Ziel, auch wenn dies für einen Dienstleister wie uns eine sekundäre Bedeutung im Vergleich zu einem produzierenden Unternehmen hat.

Durch die verschiedenen Maßnahmen, die wir zur Reduzierung der von uns verursachten Emissionen initiierten, haben wir in nur einem Jahr einiges erreicht.

Unsere Klimastrategie

Wir leisten unseren Beitrag, indem wir

- + die CO₂-Emissionen unserer Gruppe ermitteln
- + Vermeidungs- und Reduktionspotenziale erkennen
- + Reduktionsziele festlegen
- + entsprechende Maßnahmen und Initiativen entwickeln und fördern.

Jede operative Einheit in unserem Unternehmen setzt eigenständig Umweltschutzmaßnahmen um, um die gruppenweiten Ziele zu unterstützen und die SYZYGY GROUP zu einem klimafreundlichen Konzern zu machen und einen effizienten Umgang mit Ressourcen zu gewährleisten.

☞ Mit Digitalisierung und Green IT möchten und **werden wir die Gesellschaft und Wirtschaft klimafreundlicher machen.** ☞

SYZYGY / Hamburg

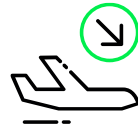
SYZYGY

Aktivitäten zur Reduzierung von CO₂-Emissionen

Der Corporate Carbon Footprint (CCF) für die Jahre 2021 und 2022 berechneten wir in Zusammenarbeit mit ClimatePartner. Wir haben die CO₂-Emissionen unserer einzelnen Standorte und Tochtergesellschaften in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt, Hamburg, London, München, New York und Warschau sowie der SYZYGY AG zusammengefasst. Daraus haben wir Vermeidungs- und Reduktionspotenziale identifiziert und Reduktionsziele abgeleitet, um daraus verschiedene Maßnahmen und Initiativen zu entwickeln.

Bei der Berechnung unseres CCF folgen wir den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol) und berücksichtigen dabei Scope 1-, Scope 2- und Scope 3-Emissionsquellen. Die Erfassung und Berichterstattung von Scope 3-Emissionen des GHG-Protokolls ist jedoch optional – für uns aber ein wichtiger Schritt hin zu mehr Transparenz und Verantwortung.

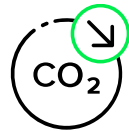
Unsere Aktivitäten für einen verminderten ökologischen Fußabdruck:



Reduzierung von Flügen
wo möglich und sinnvoll



Lange Nutzungsintervalle
von elektronischen Geräten



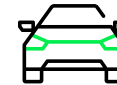
Verringerung der CO₂-Emissionen
durch Maßnahmen jeder Agentur



Wir beraten unsere Kunden wie der **CO₂-Ausstoß digitaler Ökosysteme** reduziert werden kann



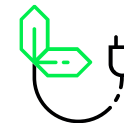
Öffentliche Verkehrsmittel
werden so weit wie möglich genutzt



Elektrifizierung
der Fahrzeugflotte bis 2025



Nutzung von Fahrrädern oder E-Bikes
wird sehr gefördert



Ökostrom
in allen Büros

Unser CO₂-Fußabdruck (Scope 1-3)

Wir verbessern uns kontinuierlich in der Reduktion der CO₂-Emissionen der SYZYGY GROUP. Trotz des Anstiegs der Mitarbeitendenzahl um 12 Prozent, konnten wir die Emissionen pro Mitarbeitenden um 1,7 Prozent reduzieren.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Ausstoß in Tonnen pro Kopf – gesamt*	1,74	1,77	-1,7%
Abs. CO ₂ -Ausstoß in Tonnen – gesamt*	1.003,27	913,67	9,8%

* GHG-Protokoll

-1,7%

Reduzierung der CO₂-Emissionen pro Mitarbeitenden

Scope 1-Emissionen

Unsere Fahrzeugflotte macht mit 48,47 t CO₂e den größten Teil der Scope-1-Emissionen aus. Doch die schrittweise Umstellung von Verbrenner-Pkw auf e-Autos zeigt Wirkung: So konnten wir die Emissionen bereits um 48 Prozent senken. Und es geht noch mehr: Unser Ziel ist es bis 2025 ausschließlich Elektrofahrzeuge einzusetzen.

Direkte klimarelevante Emissionen (Scope 1)*

In Scope 1 sind alle Emissionen enthalten, die direkt durch die Firmenfahrzeuge und eigenerzeugte Wärme verursacht werden.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 1) in t CO ₂ eq – market-based	49,35	94,74	-48%

* GHG-Protokoll

-48%

Reduzierung der CO₂-Emissionen im Fahrzeugpark

Firmenfahrzeuge und Energiebedarf Gebäude

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in Tonnen pro Kopf, gesamt*	0,28	0,44	-36%
Abs. CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in Tonnen, gesamt*	162,10	227,79	-29%

* GHG-Protokoll

Scope 2-Emissionen

Wir heizen unsere Räume, beleuchten unsere Büros und unsere Rechner brauchen Strom. Der Energieverbrauch ist entsprechend hoch. Dennoch konnten wir auch bei steigender Zahl an Mitarbeitenden den Strom- und Wärmeverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 17 Prozent senken, indem wir die Gesamtzahl der Büros innerhalb der SYZYGY GROUP verringerten.

Unser Hauptsitz in Bad Homburg v.d.H. trägt dabei maßgeblich zur Reduzierung klimarelevanter Emissionen bei. Er erfüllt hohe ökologische Standards, entspricht dem GreenBuilding-Standard und dem internationalen Standard LEED in Gold.

Zur Gebäude-Energieeffizienz in den einzelnen Tochtergesellschaften können wir allerdings keine direkten Maßnahmen ergreifen, da wir nicht Eigentümer der Gebäude sind, in denen wir arbeiten. Das soll aber nicht heißen, dass wir keine Maßnahmen aufstellen und keine Ziele setzen, um nachhaltige Verhaltensweisen in unserem Unternehmen zu integrieren.

2022 haben wir neue Ökostrom-Lieferverträge unterzeichnet. An allen nationalen Standorten beziehen wir Strom aus erneuerbaren Energien. Auch unsere internationalen Standorte arbeiten seit 2020 treibhausgasneutral bei den Strom-CO₂-Emissionen – aufgrund von Renewable Energy Certificate (RECs), die über die WPP-Gruppe bezogen werden.

Indirekte klimarelevante Emissionen (Scope 2)*

Scope 2 erfasst Emissionen, die durch zugekaufte Energie wie Strom und Fernwärme entstehen.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq, Grüner Strom, Strom aus erneuerbaren Quellen – market-based	0	0	0%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq – Heizung und Dampf	109,40	132,36	-17%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq – eingekaufter Strom für Eigenbedarf (Fuhrpark)	3,35	0,69	486%

* GHG-Protokoll

Energiverbrauch

(in kWh)	2022	2021	Veränd.
Heizung	565.111	689.102	-18%
Strom	669.141	795.030	-16%

-18%

Reduzierung des Energieverbrauchs
(Heizung)

Scope 3-Emissionen

Nach dem GHG-Protokoll müssen wir die Scope 3-Emissionen nicht erfassen. Dies dennoch zu tun, und den ökologischen Fußabdruck unserer Aktivitäten zu kennen und zu analysieren, stärkt unser Bewusstsein für Umwelt- und Klimafragen. Auch können wir so Maßnahmen und Initiativen auf den Weg bringen, diese Emissionen zu senken: etwa im Bereich des Pendelverkehrs, der Nutzung von elektronischen Geräten und bei Geschäftsreisen.

Wir können jedoch nicht auf alle Bereiche dieses Scopes Einfluss nehmen. In Teilen ist die Datenerfassung enorm schwierig, da sie sich unserer direkten Kontrolle entzieht. Doch auch daran arbeiten wir, um die Qualität der Daten zu verbessern.

In Scope 3 steht unsere Lieferkette für 84 Prozent der gesamten Emissionen. Insgesamt sind dies 841 t CO₂e-Emissionen oder 1,5 t CO₂e pro Mitarbeitenden.

Wir fördern nachhaltige Mitarbeitendenmobilität

Durch eine Umfrage unter den Mitarbeitenden ermittelten wir deren CO₂-Emissionen beim Pendelverkehr, die bei insgesamt 423 t liegen. Davon entfallen auf jeden Mitarbeitenden 0,7 t CO₂e.

Aus den erhobenen Daten zogen wir Rückschlüsse, wie wir den CCF* verbessern können, und schafften eine Kultur der Nachhaltigkeit, indem wir

- + finanzielle Zuschüsse zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel geben.
- + Anreize schaffen, um auf alternative Transportmöglichkeiten wie Fahrräder oder E-Bikes umzusteigen.
- + Home-Office und andere flexible Arbeitsmodelle fördern, die den Bedarf an Pendelzeiten reduzieren.

* CCF = Corporate Carbon Footprint

SYZYG / Frankfurt



Indirekte klimarelevante Emissionen (Scope 3)*

Scope 3 umfasst alle Emissionen wie Pendelverkehr der Mitarbeitenden, Geschäftsreisen, Einkauf von IT-Equipment, externe Rechenzentren oder Büropapier. Zu den Emissionen aus Geschäftsreisen gehören Emissionen aus Flugreisen, Bahnreisen oder Hotelaufenthalten.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Pendelverkehr der Mitarbeitenden, inkl. Home-Office) in t CO ₂ eq	422,88	340,29	24%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen) in t CO ₂ eq	157,67	150,24	5%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), Brennstoff- und energiebezogenen Emissionen) in t CO ₂ eq	107,65	130,10	-17%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Geschäftsreisen) in t CO ₂ eq	145,62	65,25	123%

* GHG-Protokoll

Wir schonen erneuerbare und nicht erneuerbare Materialien

Für uns als dienstleistungsorientiertem Unternehmen ist die Menge an Abfall nicht wesentlich. Dennoch gehen wir mit den vorhandenen Ressourcen sorgsam um, reduzieren Abfall und recyceln Materialien – verantwortungsbewusst und nachhaltig.

Die wichtigsten, anfallenden Abfallarten in unserem Geschäftsfeld sind Elektronik-Schrott und Büroverbrauchs-materialien wie Papier, Karton, Drucker- und Tonerkartuschen sowie Computer-Equipment.

Wir produzieren weniger Müll und trennen

Auch wenn die Abfallentsorgung bereits sehr gut geregelt ist, hat das Thema für uns weiterhin eine hohe Umweltrelevanz. Denn wir wollen Abfälle so weit wie möglich vermeiden. Dort, wo dies nicht möglich ist, trennen oder verwerten wir die Dinge auf andere Weise. So entlasten wir die Umwelt und sammeln zusätzlich Geld für Projekte, die Menschen in Not unterstützen.

Wir minimieren Flüge bei Geschäftsreisen

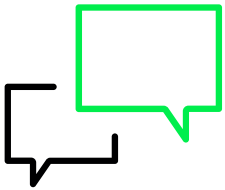
Geschäftsreisen belasten die Umwelt. Vor allem geschäftliche Flugreisen verursachen erhebliche CO₂-Emissionen. So hatten wir uns bereits 2020 zum Ziel gesetzt, unsere Flugmeilen bis 2022 um 50 Prozent zu senken. Teil unserer CO₂-Reduktionsstrategie war es, virtuelle Meetings per Videokonferenz zu fördern – ein Plan, der durch die pandemiebedingten Mobilitätseinschränkungen noch beschleunigt wurde.

Flugreisen	2022	2021	Veränd.
Dienstreisen mit dem Flugzeug (in Meilen)	363.524	212.706	71%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus geschäftlichen Flugreisen) in t CO ₂ eq	112,40	60,59	85%

Verglichen mit unserem Basisjahr 2019 mit 1.121.389 Meilen hatten wir unser Ziel 2022 erfolgreich erfüllt und die Flugmeilen halbiert. Doch mit dem Wegfall der Reiseeinschränkungen stieg 2022 unser ökologischer Fußabdruck durch geschäftliche Flüge wieder um 85 Prozent auf 112,4 t CO₂e an, was 0,2 t CO₂e pro Kopf entspricht.

Diese Emissionen wollen und werden wir in den nächsten Jahren weiter minimieren. Das Flugzeug nutzen Mitarbeitende nur noch, wenn dies unbedingt erforderlich ist oder die Dauer der Reise erheblich verkürzt. Alternativ setzen wir verstärkt auf Dienstreisen mit der Bahn und auf die mittlerweile gut etablierten zeit- und emissionsparenden Videokonferenzen.

Insgesamt liegt die Umweltbelastung durch Geschäftsreisen bei 146 t CO₂e. Davon entfallen 0,3 t CO₂e auf jeden Mitarbeitenden.



Kaufen statt Mieten und intelligent recyceln. Um innovative digitale Lösungen und Erlebnisse zu schaffen, braucht man mehr als nur Know-how und gute Ideen. Man braucht auch gutes Equipment, das auf dem neuesten Stand der Technik ist. Doch wie lässt sich dies mit dem Thema Nachhaltigkeit vereinbaren? Frank Ladner, verfolgt bei der Verwendung elektronischer Geräte eine nachhaltige Strategie.

Frank Ladner
CTO, Vorstand der SYZYGY GROUP

Herr Ladner, was machen Sie anders als andere Unternehmen?

Computer oder Laptops werden von Firmen oftmals gemietet oder geleast und nach Ablauf des Vertrages ausgetauscht. Wir kaufen unsere Geräte. Das hat gleich mehrere Vorteile für uns als Unternehmen, unsere Mitarbeitenden und die Umwelt.

Worin liegt der Vorteil des Gerätekaufs?

Es hilft uns, den Energie- und Ressourcenverbrauch und somit auch die Gesamtemissionen zu senken. Wir verlängern nämlich die Nutzungsintervalle unserer elektronischen Geräte. Diese werden im Jahr der Anschaffung in die CO₂-Bilanz aufgenommen. Das heißt: In jedem weiteren Jahr des Gebrauchs muss die Menge an Emissionen der Geräte nicht bilanziert werden. Nehmen wir die Rechner und Laptops zum Beispiel: Anstatt der üblichen zwei Jahre sind diese bei uns etwa vier Jahre lang im Einsatz.

Von welcher Höhe an Emissionen sprechen wir aufs Jahr gerechnet?

Insgesamt entfielen im Jahr 2022 auf eingekaufte elektronische Geräte, CO₂-Emissionen von insgesamt 156 Tonnen. Umgerechnet auf jeden Mitarbeitenden sind dies 0,3 t CO₂e pro Kopf.

Was passiert mit den Geräten, wenn sie nach den vier Jahren ausgetauscht werden?

Die Mobiltelefone oder Laptops sind noch einige Jahre verwendbar, auch wenn sie nicht mehr die allerneuesten Features haben, sind die technisch gesehen noch in Ordnung. Diese Geräte bieten wir dann über unseren Online-Shop an, der bei den Mitarbeitenden sehr beliebt ist. Was nicht mehr funktioniert, wird natürlich dem Recycling zugeführt.

Abfall (in kg)	2022	2021	Veränd.
Mobiltelefone	12	13	-8%
Drucker- und Tonerpatronen	39	138	-72%
Papier und Pappe	3.475	3.473	0%
Computer-Equipment	898	1.070	-16%
Gelbe Tonne/Grüner Punkt und Restmüll	6.356	7.265	-13%

Verwenden Sie Umweltpapier?

Aus ökologischer Perspektive achten wir auf die Verwendung von Recyclingpapier (FSC) und verzichten auf Ausdrücke, soweit möglich.

-56%

Reduzierung der CO₂-Emissionen für Papierverbrauch



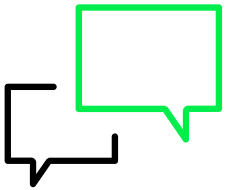
caritas



European
Recycling
Platform
A Landbell Group Company



Apropos Recycling: Bei Druckerpatronen und Tonerkartuschen konnten wir zuletzt eine Einsparung von 72 Prozent der Abfallmenge erzielen, indem wir die leeren Behälter in unseren deutschen Gesellschaften in einer Sammelbox der Caritas oder der „European Recycling Platform“ sammeln von wo aus sie in einem zertifizierten Fachbetrieb aufbereitet und wieder befüllt werden.



Wir möchten unseren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren CO₂-Fußabdruck größtmöglich zu reduzieren. Doch es gibt Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen. Franziska von Lewinski ist davon überzeugt, dass das Start-up Klim, das sich für die Regenerative Landwirtschaft einsetzt, der richtige Partner für die SYZYGY GROUP ist.

Franziska von Lewinski
CEO, Vorstandsvorsitzende der SYZYGY GROUP

Frau von Lewinski, warum fiel die Wahl auf Klim?

Viele Unternehmen investieren in klassische Klimazertifikate, um die durch sie entstandenen CO₂-Emissionen zu kompensieren. Auch wir möchten einen grünen Fußabdruck hinterlassen und haben uns einen Partner gesucht, der einen digitalen Bezug hat und außerdem noch regional agiert. Den haben wir mit Klim gefunden.

Warum ist Ihnen der digitale Hintergrund wichtig?

Als Dienstleistungsunternehmen in der digitalen Branche wissen wir, wie essenziell digitale Kontaktpunkte sind, um Emotionen auszulösen und Dinge positiv zu verändern. Genau dies nutzen wir für unsere Kunden, um wiederum für deren Kunden nachhaltige Beziehungen aufzubauen. Die digitalen Anwendungen, die die Agritech Plattform einsetzt, und von denen die Landwirt:innen bei der Transformation hin zur regenerativen Landwirtschaft profitieren können, haben uns auf Anhieb überzeugt.

Sprechen Sie damit auch den regionalen Bezug an?

Unsere Mitarbeitenden sollen sich mit unseren Nachhaltigkeitszielen identifizieren können. Dies wird meiner Meinung nach durch den regionalen Bezug gestärkt,

der außerdem das gemeinsame Engagement für den Klimaschutz in unserer Region fördert. Mittlerweile sind mehr als 3.000 Landwirt:innen in Deutschland mit Klim auf die regenerative Landwirtschaft umgestiegen, sodass es auch Agrarbetriebe in der Umgebung der Städte gibt, in denen wir arbeiten und leben.

Was ist für Sie das Besondere an der regenerativen Landwirtschaft mit Klim?

In dieser Art der Landwirtschaft sehen wir die Zukunft. Durch die Dekarbonisierung wird CO₂ aus der Atmosphäre im Boden gespeichert. Dies nützt unserem Planeten, den Landwirt:innen und letztendlich uns allen. Denn das Start-up hat nicht nur einen positiven Systemwandel im Blick, sondern kooperiert mit der gesamten Wertschöpfungskette, die Lebensmittelhersteller, Einzelhandel und Verbraucher:innen miteinschließt.

Was bedeutet der Ausgleich des CO₂-Abdrucks in Zahlen?

Wir setzen uns entschlossen für unsere Nachhaltigkeitsagenda ein und gleichen genau genommen 1.100 Tonnen CO₂ der Gruppe für das Jahr 2023 mit einem signifikanten fünfstelligen Betrag aus. Damit unterstützen wir aktuell die regenerative Landwirtschaft in Deutschland, können uns aber vorstellen, dies zukünftig auch in anderen Ländern, in denen wir agieren, zu tun.

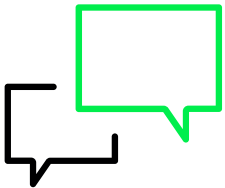
☞ **Je mehr Unternehmen unseren Ansatz in ihre Klimastrategie integrieren, desto mehr regenerative Maßnahmen können unsere Landwirt:innen anwenden** und umso mehr CO₂ kann im Boden gespeichert werden. ☞

Nina Mannheimer (Co-Gründerin, Klim)



Bei der regenerativen Landwirtschaft, auch Carbon Farming genannt, wird CO₂ aus der Atmosphäre im Boden gespeichert, was nachhaltig Bodengesundheit und Biodiversität verbessert.





**Wir halten uns an
Transparenzvorgaben
der EU-Taxonomie.** Bis zum Jahr
2050 soll die Europäische Union
klimaneutral sein. Für den Weg zur
Klimaneutralität wurde auf europäi-
scher Ebene dazu ein Regelwerk
definiert: die EU Sustainable Finance
Taxonomie oder kurz EU-Taxonomie.

Erwin Greiner
CFO, Vorstand der SYZGY GROUP

*Herr Greiner, Sie sind Finanzvorstand und
für das Thema Nachhaltigkeit verantwortlich.
Was bedeutet die EU-Taxonomie für
die SYZGY GROUP?*

Nach der Taxonomie-Verordnung müssen wir wie alle
anderen Unternehmen, die zu einer nichtfinanziellen Kon-
zernerklärung nach dem Handelsgesetzbuch verpflichtet
sind, seit 2022 sowohl die Taxonomiefähigkeit als auch
ihre Taxonomiekonformität offenlegen.

Welchen Hintergrund hat das?

Die EU-Taxonomie ist die Grundlage für verschiedene
zukünftige und bereits laufende Initiativen zur nachhal-
tigen Finanzberichterstattung. Im Sinne der Transparenz
hat die Verordnung die Standards bzw. Klassifizierungen
dazu festgelegt. Diese definieren, inwieweit ein Unter-
nehmen wie die SYZGY AG nachhaltig wirtschaftet
und welchen Beitrag es zu mindestens einem der sechs
Umweltziele der EU leistet. Aus den Daten lassen
sich dann die Aktivitäten im Kontext der Nachhaltig-
keit bewerten, d. h. ob soziale Mindeststandards erfüllt
werden.

Wie sieht die Auswertung bei SYZYGY GROUP aus?

In unserem Geschäftsjahr 2022 sind keine Umsätze oder wesentlichen Aufwände bei den Taxonomie-Umweltzielen „Klimaschutz“ und „Anpassung an den Klimawandel“, die Mitte 2021 im EU-Recht hinterlegt wurden, entstanden.

Das heißt, Ihr Unternehmen ist taxonomiekonform?

Für uns war es die erste Erhebung zur Taxonomiefähigkeit und -konformität. Bisher liegt uns bei den in der Verordnung genannten Wirtschaftsaktivitäten „6.5 Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“ und „7.7 Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“ noch keine ausreichende Dokumentation einer Klimarisikoanalyse vor, sodass diese nicht als taxonomiekonform eingestuft werden können.

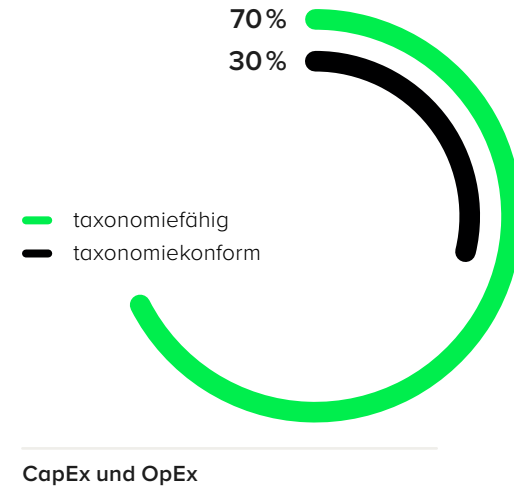


Taxonomiefähige Umsatzerlöse 2022 (in TEUR)

Was sind für Sie die nächsten Schritte?

Nachhaltigkeit ist ein Bestandteil unseres gut etablierten Risikomanagementsystems, das mit dem Kontrollsystem und dem Standardreporting verzahnt ist und kontinuierlich weiterentwickelt wird. Unsere bisherigen Erkenntnisse der durchgeführten Analysen zur EU-Taxonomie werden wir nun zur Vorbereitung und Verbesserung einzelner Berichtsprozesse unserer Aktivitäten für das kommende Berichtsjahr nutzen.

Auf Konzernebene ergeben sich für das Berichtsjahr 2022 folgende taxonomiekonforme und taxonomiefähige Umsatzerlöse, CapEx und OpEx:



Mitarbeitende



Wir glauben, wenn viele ihre einzigartigen Talente zu einem WIR bündeln, können wir Dinge verbessern und unsere Zukunft positiv gestalten.



Wir sind ein vielfältiges und inklusives Unternehmen

Für uns sind die Leistungen und Fähigkeiten jedes einzelnen im Team die Summe für den Unternehmenserfolg. Unser Arbeitsumfeld soll sich durch Partizipation, Fairness und Vielfalt auszeichnen. Wir fördern flexible und partizipative Arbeitsmodelle. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind für uns ein wesentlicher Teil des verantwortungsvollen Arbeitgebertums.

Responsibility

Klima, Chancengleichheit, Bildung – diese drei globalen Ziele der Vereinten Nationen (UN) bestimmen auch unsere Ziele und Tätigkeiten für eine nachhaltige Entwicklung.

Togetherness

Teamgeist und persönliche Entfaltung bringen uns weiter. Gemeinsamen Events oder persönliche Weiterbildung inspirieren Talente, um gemeinsam etwas zu bewirken.

Innovation

Wer positive digitale Erlebnisse schaffen möchte, muss mutig sein und neue Wege gehen. „One size fits all“ kann für unsere Arbeitsorganisation keine Lösung sein.



Drei Werte, die uns gruppenweit vereinen

Vielfalt und Chancengleichheit

Diversity, Equity und Inklusion (DE&I) stehen im Mittelpunkt unserer unternehmerischen Aktivitäten. Wir unterstützen die Chancengleichheit aller Menschen und positionieren uns ganz klar gegen Diskriminierung jeglicher Art.

Diversity, d. h. die Wertschätzung von Vielfalt und Individualität zu fördern, ist uns wichtig. Denn die Einzigartigkeit und Unterschiedlichkeit aller Mitarbeitenden ist besonders wertvoll. Nur so können alle ihre Talente entfalten und es entstehen vielfältige neue Ideen und damit nachhaltiger Erfolg. Für uns ist Arbeitsumfeld, das frei von Vorurteilen ist und alle Mitarbeitenden gleichbehandelt, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Alter und sexueller Identität, die Voraussetzung dazu. Jede unserer operativen Einheiten und die SYZYGY Holding legen Wert auf Chancengleichheit und Vielfalt bei der Auswahl und Entwicklung der Mitarbeiter:innen. Zudem fördern wir flexible Arbeitsmodelle, um ein konstruktives und inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen.

„Wir arbeiten täglich daran, ein vielfältiges und diverses Unternehmen zu sein, in dem sich jede und jeder willkommen und gleichberechtigt fühlt. **Immer mit dem Ziel, Chancengleichheit für alle zu schaffen.**“

Zu Equity und Inklusion führten wir 2022 eine Umfrage unter allen Mitarbeitenden durch, wie sie die Geschlechtergleichstellung und -gerechtigkeit sowie die Inklusion am Arbeitsplatz wahrnehmen.

Auf einer Skala von eins bis sechs lag die Zustimmungquote bei gut 5, das heißt: Für unsere Mitarbeitenden ist die SYZYGY GROUP ein Ort, an dem alle Positionen für alle Menschen realistisch erreichbar sind. Es ist ein „Safe Space“, in dem sich alle gesehen, anerkannt, und durch die interne wie externe Kommunikation angesprochen und verstanden fühlen – dazu gehören auch Menschen mit einer Einschränkung oder Behinderung, die 0,7 Prozent (Vorjahr: 1,1 Prozent) unseres Teams ausmachen.



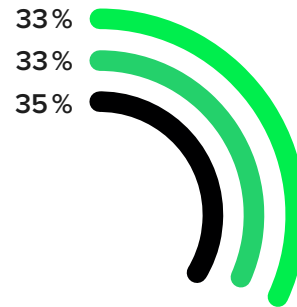
Geschlechterparität greift auf allen Ebenen

Wir fördern die Geschlechterparität in allen Bereichen und schaffen ein inklusives und flexibles Arbeitsumfeld. Und auch bei der zukünftigen Entwicklung unserer Mitarbeitenden und Nominierung von Führungskräften berücksichtigen wir die Diversity (Vielfalt) hinsichtlich des Geschlechts.

Jedoch auch bei der Besetzung und der Berufung von Positionen sind wir zudem auch den Interessen des Unternehmens verpflichtet, d. h. für offene Stellen in erster Linie die Qualifikation und persönliche Eignung für die jeweilige Aufgabe stehen. Dennoch greift bei uns die Diversity (Vielfalt), die sich nicht allein über Geschlecht oder Nationalität definiert, sondern auch und gerade über eine fachliche Vielfalt und eine wohlausgewogene Mischung von Expertise aus unterschiedlichen Fachgebieten.

Frauenanteil in Führungspositionen

Unser Aufsichtsrat, der aktuell aus drei Mitgliedern besteht, die umfangreiche Erfahrungen aus der Marketing-, Kommunikations- und Softwarebranche, geschult im Nachhaltigkeitsmanagement, aber auch internationalen Beziehungen zu Kunden und Agenturen mitbringen, ist mit einem weiblichen und zwei männlichen Mitgliedern besetzt.



- █ Aufsichtsrat
- █ Vorstand
- █ Frauen in weiteren Führungspositionen

Frauenanteil in Führungspositionen

Auch der Vorstand der SYZYG GROUP setzt sich aus einer weiblichen Vorstandsvorsitzenden und zwei männlichen Vorstandsmitgliedern, dem Finanz- und dem Technikvorstand, zusammen.

Beide Gremien erfüllen damit die Zielquote von 30 Prozent weiblichen Mitgliedern. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen liegt bei 35 Prozent.

Demografische Struktur der Mitarbeitenden

Die Altersverteilung der Mitarbeitenden hat gerade für Unternehmen der Kreativ-, Technologie- und Medienbranche eine besondere Bedeutung. Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmen nur von einer gemischten Altersstruktur profitieren. Wirklich kreative Ideen, die den Unterschied ausmachen, brauchen nämlich einen guten Mix aus Erfahrung, Kreativität und Dynamik. Das macht unsere Stärke aus. Bei uns sind zum Beispiel 76 Prozent (Vorjahr: 80 Prozent) unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jünger als 40 Jahre und die Betriebszugehörigkeit lag bei uns 2022 durchschnittlich bei vier Jahren.

Altersstruktur	2022	2021	Veränd.
19 Jahre und jünger	–	–	–
20-29 Jahre	35%	40%	-5pp
30-39 Jahre	41%	40%	1pp
40-49 Jahre	19%	16%	3pp
50-59 Jahre	4%	4%	0pp
Älter als 60 Jahre	1%	–	1pp

0%

Lohnkostenunterschied zwischen Frauen und Männern

Gender Pay Gap

Nach dem Grundsatz der Gleichbehandlung erhalten Frauen und Männer in vergleichbaren Positionen die gleiche Entlohnung. Dennoch ist das geschlechtsspezifische Lohngefälle (Gender Pay Gap) in vielen Berufen enorm groß.

Nicht bei uns: Wir gewährleisten eine faire und einheitliche Entlohnung der Mitarbeitenden entsprechend der Art ihrer Tätigkeit, ihrer Position und Karrierestufe sowie ihres regionalen Standorts.

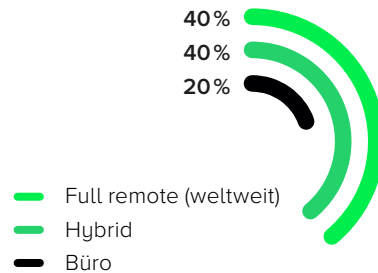
Unser Lohnkostenunterschied zwischen Frauen und Männern in der SYZYGY Holding und allen operativen Einheiten lag 2022 bei null Prozent.

Flexibler arbeiten

Eine Arbeitsorganisation muss zur jeweiligen Kultur und zum Geschäftsmodell passen: Homeoffice, Büro, Hybrid oder auch Teilzeit – bei uns ist alles möglich. Wir haben verschiedenen Modelle der Arbeitsorganisation, die jeweils gemeinsam mit den Teams an allen Standorten des Unternehmens entwickelt und etabliert wurden. Jeder kann das Arbeitsmodell wählen, das seinen individuellen Bedürfnissen am besten entspricht.

Für uns ist dies auch ein Ausdruck von Vertrauenskultur, die den Mitarbeitenden unabhängig vom Arbeitsort ein Zugehörigkeitsgefühl gibt, Flexibilität bietet und gleichzeitig effizientes Arbeiten fördert.

So haben beispielsweise die Mitarbeiter:innen bei SYZYGY Techsolutions die Möglichkeit, zwischen drei Arbeitsmodellen zu wählen: full remote, hybrid oder im Büro.



Arbeitsmodelle bei SYZYGY Techsolutions

Bei SYZYGY und SYZYGY Performance werden bevorzugt hybride Modelle gelebt. Dort ist das Büro ein kreativer Treffpunkt und Ort, um gemeinsam Lösungen zu finden.

SYZYGY Warschau setzt auf ein transparentes und eigenverantwortliches Führungskonzept, bei dem die Rollen auf die Fähigkeiten und Stärken der einzelnen Teammitglieder zugeschnitten sind. Dies stärkt die Effizienz der Entscheidungsfindung und das Gefühl der Sicherheit und des Mutes bei der Arbeit.

Für ein mit Maximum an Flexibilität werden Arbeitszeitmodelle, wie Teilzeitverträge, flexible tägliche Start- und Endzeiten oder Sabbatical-Vereinbarungen individuell zwischen Mitarbeitenden und Vorgesetzten vereinbart. 15 Prozent unserer Mitarbeitenden haben sich für Teilzeitverträge entschieden, da dies besser zu ihrem Lebensmodell passt. Natürlich profitieren sie dabei auch anteilig von ihren betrieblichen Leistungen.

	2022	2021	Veränd.
Teilzeitverträge	15%	13%	2pp

Mitarbeitenden-Engagement und Feedback

Im Auftrag unserer Kunden schaffen wir großartige digitale Markenerlebnisse. Unsere Lösungen sollen innovativ sein und positive Emotionen auslösen, einzigartige digitale Experiences. Eine Wohlfühlatmosphäre am Arbeitsplatz schafft dazu erst die Voraussetzungen und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Es ist die Basis der Kreativität unserer Teams.

Ein eNPS-Wert zwischen 10 und 30 ist gut; **über 30 ist es exzellent**

Aus diesem Grund nehmen wir das interne Stimmungsbild sehr ernst. Jedes Jahr führen wir eine Umfrage zum Employee Net Promoter Score (eNPS) durch, um die Atmosphäre am Arbeitsplatz zu reflektieren, sie zu bewerten und unsere Unternehmenskultur kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Das Ergebnis 2022 lag mit einem Wert von +32 drei Punkte über dem Vorjahr.

SYZYGY GROUP
eNPS 2022

+32



SYZYGY Performance / München

SYZYGY GROUP +32 eNPS

+15 eNPS amazon

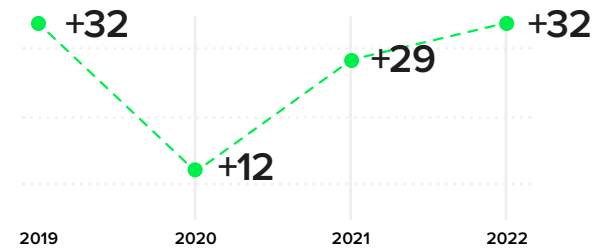
+38 eNPS Microsoft

+37 eNPS Google

eNPS Employee Experience Benchmarks
(current at Oct., 2022)

Viel wichtiger als die Zahlen ist uns aber die konstruktive Rückmeldung unserer Mitarbeitenden, dass die Flexibilität, die eigene Arbeit zu organisieren, unser großer Pluspunkt ist. Diese Flexibilität wollen und werden wir weiter beibehalten und weiterentwickeln – immer passend zur Kultur und zum Geschäftsmodell jeder Einheit.

Strategische und operative Unternehmensthemen kommunizieren wir offen und transparent. Um die Mitarbeitenden auf dem Laufenden zu halten, ist uns der regelmäßige Austausch in konzernweiten Versammlungen für Mitarbeitende, den sogenannten All Hands Meetings, ebenso wichtig wie gesellschafts- und abteilungsübergreifende Informationsvideokonferenzen.



SYZYGY GROUP eNPS



Mitarbeitenden-Entwicklung

Vielfältige Perspektiven sind eine Quelle der Inspiration. Bei uns kann sich jeder durch Fort- und Weiterbildungen persönlich wie auch innerhalb des Aufgabengebietes entfalten. Wir stärken gezielt die Zusammenarbeit zwischen den Standorten und fördern Talente.

Einige Beispiele:

Bootcamps – Einmal jährlich treffen sich Kolleg:innen zu einer Woche der Reflexion, Neuerfindung und der persönlichen Weiterentwicklung. Workshops zu den Themen Strategie, digitales Wohlbefinden und persönliche Stärken und Entwicklung schaffen Raum, in dem sich die Teilnehmenden persönlich und innerhalb der SYZYGY GROUP entwickeln können.

Directors Lodge – Wir bringen die Führungskräfte aus allen Standorten an einem Ort zusammen, um sich gegenseitig zu inspirieren und untereinander bzw. voneinander zu lernen. Durch diese Veranstaltungen werden das Bewusstsein und Verständnis für das Gemeinsame gestärkt und die Teilnehmenden erhalten die Möglichkeit, sich selbst kennenzulernen und zu wachsen.

Fort- und Weiterbildung – Unsere Mitarbeitenden kennen stets die neuesten Technologien, Gestaltungsprinzipien und Methoden durch regelmäßige Trainings in den Bereichen Softwareentwicklung, IT-Management, Design, Informationsarchitektur, Beratung und Projektmanagement. Wir setzen dabei nicht nur auf Trainings durch externe Anbieter, sondern auch stark auf die Informationsweitergabe durch Wissensträger:innen in den eigenen Reihen.

☞ Mitarbeitende sollen ihre Ideen frei einbringen – unabhängig von Titel und Hierarchiestufe. ☞

Selbststudium und Online-Trainings – Allen Mitarbeitenden steht die Online-Trainingsplattform LinkedIn Learning zur Verfügung, um Management-, Kreativ- oder Softskill-Kompetenzen zu erwerben und persönliche und berufliche Ziele zu erreichen.

Persönliche Entwicklung – Je nach Bedarf unterstützen wir unsere Mitarbeitenden durch Softskill-Trainings und Coachings.



Apropos Entwicklung: Da wir uns unserer Verantwortung gegenüber dem Klima bewusst sind und mit gutem Beispiel vorangehen wollen ökologisch bewusste Entscheidungen zu treffen, werden wir das Bootcamp ab 2023 nicht mehr auf Mallorca, sondern in Deutschland stattfinden lassen.

Wir fördern Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die körperliche und geistige Gesundheit gibt unseren Mitarbeitenden Raum für Kreativität. Auch sollen sie sich an ihrem Arbeitsplatz sicher fühlen, was durch die Einhaltung aller geltenden Arbeitsschutz- und Sicherheitsstandards gewährleistet ist.

Ansprechpartner für Fragen der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes ist unsere Abteilung People & Culture. Alle Belange in diesem Bereich werden per E-Mail oder im Rahmen von Videokonferenzen, die nach Bedarf stattfinden, an die Mitarbeitenden kommuniziert. Zu unserem betrieblichen Gesundheitsmanagement gehören:

- + Die Unterstützung der Teilnahme an Body-Fit- und Yoga-Kursen oder Firmenläufen.
- + Die schnelle Erstversorgung bei Unfällen am Arbeitsplatz durch eine große Anzahl an Ersthelfenden unter den Mitarbeitenden.
- + Die gesunde Ernährung, zu der täglich auf eine reichhaltige Obstauswahl gehört.
- + Das Angebot einer Gripeschutzimpfung sowie eine arbeitsmedizinische Augenvorsorgeuntersuchung für Bildschirmarbeitsplätze (G37).

Uns liegt sehr viel am Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden und ihrer Angehörigen. Aus dem Grund bieten wir eine Beratungsstelle für persönliche, berufliche, gesundheitliche oder familiäre Fragen: das Employee Assistance Program, kurz EAP. Hier haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit zu einer kostenlosen und vertraulichen psychologischen Beratung in Form eines persönlichen oder virtuellen Gesprächs.

Als international tätiges Unternehmen mit Standorten in Deutschland, Großbritannien, Polen und den USA unterliegen wir den arbeitsrechtlichen Bestimmungen des jeweiligen Landes. Negative Auswirkungen auf die Rechte der Mitarbeitenden konnten nicht identifiziert werden.



Unser „Code of Conduct“ gegen Diskriminierung

Wir fördern eine Kultur der Integrität und Transparenz. Mitarbeitende, Partner:innen und Stakeholder:innen sollen darauf vertrauen können, ihre Bedenken ohne Vorbehalte anonym äußern zu können. Wir dulden keine Diskriminierung aufgrund von nationaler oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Geschlechtsidentität, sexueller Orientierung, Familienstand, Religion, Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sozialer Herkunft. Der SYZGY GROUP Code of Conduct definiert diese Werte und ist für alle Mitarbeitenden verbindlich.

Hinweise auf Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex und sonstiges Fehlverhalten können über die kostenlose und vertrauliche Hotline „Right to Speak“, die von einem unabhängigen Drittanbieter betrieben wird, gemeldet werden. Im Jahr 2022 wurden keine derartigen Vorfälle registriert.



SYZGY Performance / Hamburg



Ars Thanea / Warschau

Die Umsetzung der Initiativen und die Fortschritte der Belange der Mitarbeitenden werden vom Vorstand, der Geschäftsführung und den Verantwortlichen für People & Culture in den operativen Einheiten aktiv begleitet.

Unser Business ist eine Dienstleistung. Wir arbeiten kreativ und lösungsorientiert. Die Leistungsfähigkeit des Teams hängt dabei wesentlich von der Leistung unserer Mitarbeitenden ab. Jede einzelne Person hat aufgrund ihrer hohen Qualifikation eine besondere Bedeutung.

Soziale Belange



Wir pflegen vertrauensvolle Kundenbeziehungen

Bei uns dreht sich alles um unsere Kunden. Sie vertrauen auf unser Verständnis für die Wünsche ihrer Zielgruppen und unser Know-how für innovative digitale Lösungen, die Menschen in den Mittelpunkt stellen. In ihrem Sinne können wir das Heute und Morgen positiv verändern. Dieses Vertrauen und unsere Erfolge zahlen auch in die Langfristigkeit der Beziehung zu unseren Kunden ein. Für sie haben wir die Qualität unserer Arbeit immer im Blick – und auch die Qualität unserer Zusammenarbeit. Wir pflegen einen offenen Austausch mit unseren Kunden. Ihre Zufriedenheit ist uns wichtig und spiegelt auch unseren Erfolg wider.

Mit drei der Top 10-Kunden arbeiten wir schon mehr als 15 Jahre zusammen, mit sechs weiteren schon mehr als 5 Jahre. Die 80 größten Kunden, die 93 Prozent der gesamten Umsatzerlöse entsprechen, sind für uns die Bestätigung unserer vertrauensvollen und kundenorientierten Unternehmensführung.

Wir engagieren uns für die Gesellschaft

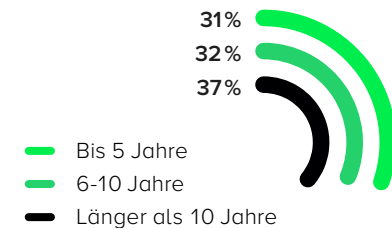
Unternehmerische Verantwortung bedeutet für uns auch, einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Wir unterstützen soziale und gemeinnützige Organisationen aus eigener Initiative mit Geldspenden und Pro-Bono-Arbeit.

Dieses soziale Engagement hilft NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen, die wichtige Arbeit und Unterstützung in so unterschiedlichen Bereichen leisten, wie der Verbesserung der Gesundheit, der Bildung und dem Schutz der Menschenrechte.

Wir fördern das soziale Engagement unserer Mitarbeiter:innen, die soziale Verantwortung übernehmen und sich aus eigenem Antrieb in verschiedenen Projekten engagieren.



SYZGYG / Frankfurt

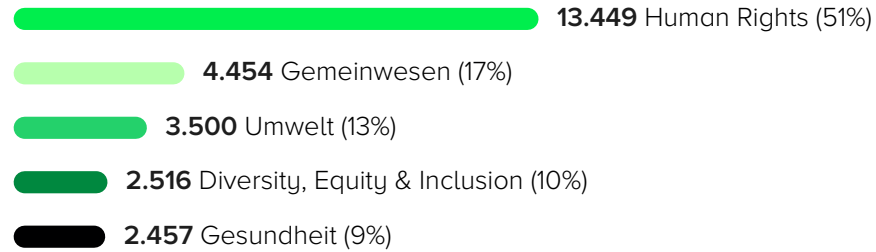


Dauer und Umsatzanteil der 80 größten Kunden

Dafür haben wir im Jahr 2022 EUR 26.375 gespendet und uns über die Bereiche „Gemeinwesen“ und „Umwelt hinaus“ für „Gesundheit“, „Human Rights“ und „Diversity, Equity & Inclusion“ eingesetzt.

Mit unseren Spenden an Hilfsorganisationen („Human Rights“) unterstützen wir notleidenden Menschen weltweit. Über 50 Prozent der Spenden, etwa EUR 13.500, gingen sowohl an Hilfsorganisationen für die Ukraine und Flüchtlinge aus dem Land als auch an ein Projekt in Afrika (Africa REDUCE adversity) und an Ärzte ohne Grenzen. Zudem wurden Organisationen im lokalen Bereich wie die Tafel e.V. unterstützt oder Projekte, durch die Kinder – ob mit oder ohne Behinderung – kreativ gefördert werden und Integration in Kindertagesstätten erfahren.

Außerdem engagieren sich unsere Mitarbeitenden in Pro-Bono-Projekten wie etwa das britische Projekt Clean-Up Sea Life Brighton im Jahr 2022.



Spenden an Organisationen und Projekte (in EUR)



Clean-Up Sea Life Brighton



Gemeinsam unterstützen wir u.a. diese sozialen Organisationen:

- + Hilfsorganisationen und Flüchtlinge der Ukraine
- + Human Rights
- + Africa REDUCE adversity
- + Ärzte ohne Grenzen
- + Tafel e.V.

Unternehmens- führung



Wir können Risiken für unser Unternehmen und unsere Kunden reduzieren, indem wir klare Richtlinien und Verfahren in Bereichen wie Menschenrechte, ethischem Verhalten und Informations- und Datensicherheit, etablieren.

Wir achten die Menschenrechte

Als verantwortungsbewusstes internationales Unternehmen respektieren wir alle internationalen Standards zum Schutz der Menschenrechte, insbesondere das Recht auf faire Arbeitsbedingungen, Meinungsfreiheit und Schutz vor Zwangs- und Kinderarbeit, und setzen uns im Rahmen unseres Einflussbereiches für deren Einhaltung ein.

Dabei orientieren wir uns an der veröffentlichten Grundsatzerklärung zu den Menschenrechten. Das WPP-Human-Rights-Policy-Statement bezieht sich auf internationale Standards und Prinzipien wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation.

Das Human-Rights-Policy-Statement ist Teil des WPP-Policy-Book, dessen Bestimmungen alle WPP-Unternehmen und auch wir übernommen haben.



Die Einhaltung der Menschenrechte sehen wir als unsere Verpflichtung an und haben dies im SYZYGY GROUP Code of Conduct verankert, der für alle Mitarbeitenden, SYZYGY GROUP Gesellschaften und Lieferanten gilt. Wir dulden keine Beeinträchtigung von Menschenrechten, keine Diskriminierung und Arbeitspraktiken, die unseren Mitarbeitenden oder Kunden im Rahmen der Arbeit schaden könnten.

Zwar wurde bisher noch keiner unserer Standorte auf die Einhaltung der Menschenrechte überprüft und wir haben noch keine konkreten Ziele zur Einhaltung der Menschenrechte in diesem Bereich formuliert, unsere aufgestellten Grundsätze (Code of Conduct) zielen jedoch darauf ab, potenzielle Verstöße zu vermeiden und entsprechende Risiken frühzeitig zu erkennen.

Wir schützen Informationen und Daten

Unsere Kunden vertrauen nicht nur auf unsere nachhaltigen Lösungen für Transformation, Marketing oder Business-Design, sondern auch unserem Umgang mit der Informationssicherheit und dem Datenschutz.

Informationen und Daten sind für uns ein wertvolles Gut und ein wichtiger Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit.

Sie ermöglichen es uns, partnerschaftliche Beziehungen aufzubauen, Kommunikationsmaßnahmen zielgruppenspezifisch zu gestalten, Inhalte zu personalisieren, Erkenntnisse zu gewinnen und die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Zur Sicherheit dieser Daten verfügen wir über eine übergreifende Informationssicherheitsorganisation. Diese befasst mit der Frage, wie Informationen und Daten gesammelt, gespeichert, verarbeitet und zugänglich gemacht werden. Die Informationen und Daten können sich auf unsere Geschäftstätigkeiten der einzelnen SYZYGY GROUP Gesellschaften beziehen, die

Mitarbeitenden, Kunden und Liefernden und manchmal auch auf Verbraucher:innen. Wir haben uns verpflichtet, die geltenden Informations-, Daten- und Sicherheitsrichtlinien unserer Gruppe sowie den entsprechenden Verhaltenskodex einzuhalten.

An unseren Standorten agiert die Informationssicherheitsorganisation mit einem oder einer zertifizierten Informationssicherheitsbeauftragten (ISB), einem Lead Implementer Informationssicherheit und entsprechenden Informationssicherheitskoordinator:innen. Diese stellen die Einhaltung der Schutzziele „Vertraulichkeit“, „Integrität“ und „Verfügbarkeit“ sicher. Ergänzt wird die Organisation durch eine:n zertifizierte:n Datenschutzbeauftragte:n (DSB).

Um nachzuweisen, wie diese Maßnahmen wirken, führen wir regelmäßige Audits (z.B. TISAX-Label) durch, und weisen auf relevante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag hin.

Konzernweit überprüfen wir die Einhaltung der Standards durch die WPP Revision. Darüber hinaus können wir Anfragen von Kunden, Lieferant:innen oder anderen externen Stellen jederzeit positiv beantworten.



Unsere agile Informationssicherheits- und aktive Datenschutzorganisation schult alle Mitarbeitenden regelmäßig in den einzelnen Bereichen. Um die Mitarbeitenden noch stärker zu sensibilisieren, bietet WPP zum Thema Safer Data eine Aufklärungskampagne und eine Online-Plattform mit Informationen und Handlungsempfehlungen rund um die Themen Verhalten, Privatsphäre, Sicherheit und Datenschutz an.

Wir bekämpfen Korruption und Bestechung

Im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit verpflichten wir uns außerdem zur Einhaltung der geltenden Gesetze und Richtlinien. Für uns sind alle Gesetzgebungsverfahren im Bereich des Kapitalmarktes, des Arbeitsrechtes sowie der Kommunikationsbranche relevant.

Der WPP-Verhaltenskodex gibt uns die ethischen Standards vor. Jedes Jahr unterzeichnen unsere Führungskräfte, unsere Geschäftspartner:innen und Zuliefernde diesen Kodex und bestätigen damit, dass sie sich an dessen Prinzipien halten.

Alle Mitarbeitenden werden jährlich geschult und müssen die aktuellen Online-Trainings zu Datensicherheit, Anti-Bestechungs- und Anti-Korruptionsmaßnahmen sowie zum Verhaltenskodex absolvieren. Darüber hinaus haben die Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, über die kostenlose und vertrauliche Helpline „Right to Speak“, ein Whistleblower-System, anonym und vertraulich ihre Meinung, Beobachtungen, Verstöße und Bedenken zu äußern.

Wir unterstützen keine Parteien, Politiker:innen oder Lobbyist:innen – weder durch Dienstleistungen noch durch Spenden.

Welche Richtlinien für uns bindend sind?

Der WPP-Verhaltenskodex beschreibt die Werte und ethischen Standards, die für alle Unternehmen des Netzwerks gelten und auch von uns umgesetzt werden müssen.

Ergänzend halten wir uns an:

- + die Corporate Responsibility-Richtlinien
- + das WPP Human-Rights-Policy-Statement
- + sowie detaillierte Grundsätze zu Anti-Bestechungs- und Anti-Korruptionsmaßnahmen, Geschenken und Bewirtung sowie zum Einsatz von Berater:innen Dritter.

Darüber hinaus haben wir als Unternehmen der WPP-Gruppe die Möglichkeit, eigene Richtlinien und Prozesse zu entwickeln, die auf ihr spezifisches Geschäfts- und Tätigkeitsumfeld zugeschnitten sind.



Über diesen Bericht

Nachhaltigkeit ist für uns ein wichtiger Teil unserer Mission. **Wir übernehmen Verantwortung und sorgen dafür, dass unser Handeln auch langfristig positive Auswirkungen hat.**

Die relevanten Daten des Nachhaltigkeitsmanagements erheben und liefern wir quartalsweise im Rahmen des Rechnungslegungsprozesses der WPP Gruppe. Die Kennzahlen über nicht finanzielle Themen für das Geschäftsjahr 2022 wurden vom Aufsichtsrat der SYZYGY GROUP gemäß § 171 Abs. 1 AktG geprüft und gebilligt.

Unser Nachhaltigkeitsbericht basiert auf den Ergebnissen, die am 31. März 2023 im Lagebericht des Geschäftsberichtes 2022 in der nicht-finanziellen Konzernklärung nach § 315c HGB2, veröffentlicht wurden. Zudem verweisen wir, gemäß § 315b Abs. 1 Satz 3 HGB, zu einzelnen Aspekten auf die an anderer Stelle des Konzernlageberichts enthaltenen nichtfinanziellen Informationen.

Unsere Strategie für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln

- + Wir berichten gemäß der CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes über Nachhaltigkeits-themen, die für ein besseres Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Umfelds und der zukünftigen Entwicklung unseres Unternehmens förderlich sind.
- + Wir orientieren uns an dem international anerkannten Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI).
- + Wir halten uns an die Prinzipien des Global Compact und an die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen, die zugleich Maßstab für die Beurteilung der Relevanz unserer Maßnahmen sind
- + Wir erheben quartalsweise und gruppenweit Nachhaltigkeitskennzahlen
- + Wir erfüllen die Anforderungen des Kapitalmarkts



Erwin Greiner (CFO), verantwortlich für das Thema Nachhaltigkeit bei der SYZYGY GROUP

Erwin Greiner, Chief Financial Officer (CFO) im Vorstand der SYZYGY AG ist verantwortlich für das Nachhaltigkeitsmanagement und unterstützt unsere Tochtergesellschaften in Nachhaltigkeitsfragen. Gemeinsam mit dem Vorstand und dem Nachhaltigkeitsteam legt er die Strategie fest.

Alle Ergebnisse und Fortschritte der Themen Umwelt, Mitarbeitende und Soziales überwacht der Bereich Finanzen/Controlling, in dem u. a. auch die Bereiche Compliance, Informations- und Datensicherheit angesiedelt ist.

Die Umsetzung der Initiativen und die Überwachung der Belange zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung werden durch den Vorstand, die Geschäftsführung und die Verantwortlichen für People & Culture in den operativen Einheiten aktiv begleitet.

Daten und Fakten

Umwelt und Klima

Corporate Carbon Footprint (CCF)

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Ausstoß in Tonnen pro Kopf – gesamt*	1,74	1,77	-1,7%
Abs. CO ₂ -Ausstoß in Tonnen – gesamt*	1.003,27	913,67	9,8%

Direkte klimarelevante Emissionen (Scope 1)*

In Scope 1 sind alle Emissionen enthalten, die direkt durch die Firmenfahrzeuge und eigenerzeugte Wärme verursacht werden.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 1) in t CO ₂ eq – market-based	49,35	94,74	-48%

Indirekte klimarelevante Emissionen (Scope 2)*

Scope 2 erfasst Emissionen, die durch zugekaufte Energie wie Strom und Fernwärme entstehen.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq, Grüner Strom, Strom aus erneuerbaren Quellen – market-based	0	0	0%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq – Heizung und Dampf	109,40	132,36	-17%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ eq – eingekaufter Strom für Eigenbedarf (Fuhrpark)	3,35	0,69	486%

Energieverbrauch

(in kWh)	2022	2021	Veränd.
Heizung	565.111	689.102	-18%
Strom	669.141	795.030	-16%

Einsparungen in Scope 1 und 2

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in Tonnen pro Kopf, gesamt*	0,28	0,44	-36%
Abs. CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in Tonnen, gesamt*	162,10	227,79	-29%

Indirekte klimarelevante Emissionen (Scope 3)*

Scope 3 umfasst alle Emissionen wie Pendelverkehr der Mitarbeitenden, Geschäftsreisen, Einkauf von IT-Equipment, externe Rechenzentren oder Büropapier. Zu den Emissionen aus Geschäftsreisen gehören Emissionen aus Flugreisen, Bahnreisen oder Hotelaufenthalten.

CO ₂ (in Tonnen)	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Pendelverkehr der Mitarbeitenden) in t CO ₂ eq	422,88	340,29	24%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen) in t CO ₂ eq	157,67	150,24	5%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), Brennstoff- und energiebezogenen Emissionen) in t CO ₂ eq	107,65	130,10	-17%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Geschäftsreisen) in t CO ₂ eq	145,62	65,25	123%

* GHG-Protokoll

	Größte Einsparpotenziale von Emissionen	Reduktionsziele (Maßnahmen & Initiativen)
Scope 1	Unternehmenseigener Fuhrpark (Firmenfahrzeuge)	Reduzierung der Fahrzeugflottenemissionen durch Elektrifizierung der Fahrzeugflotte bis 2025 (Klimaneutralität in Scope 1)
Scope 2	Zugekaufte Energie wie Strom und Heizung (Energiebedarf von Gebäuden)	Nutzung erneuerbarer Energien (seit 2021 Klimaneutralität in Scope 2) Reduktion der Gebäudeemissionen durch Förderung von nachhaltigen Verhaltensweisen in den täglichen Aktivitäten der Mitarbeitenden
Scope 3	Anfahrt Mitarbeitende	Reduktion der CO ₂ -Emissionen beim Arbeitsweg durch Förderung der Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, Fahrrad oder E-Bike sowie der Homeoffice-Tätigkeit
	Eingekaufte elektronische Geräte	Reduktion von CO ₂ -Emissionen durch lange Nutzungsintervalle für elektronische Geräte
	Geschäftsreisen	Reduktion von CO ₂ -Emissionen bei Geschäftsreisen, insbesondere bei Flugreisen eine Reduktion der Flugmeilen um 50% zum Basisjahr 2019, durch verstärkte Nutzung der Bahn und Videokonferenzen

Flugreisen	2022	2021	Veränd.
Dienstreisen mit dem Flugzeug (in Meilen)	363.524	212.706	71%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus geschäftl. Flugreisen in t CO ₂ eq	112,40	60,59	85%

Papierverbrauch	2022	2021	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), Büropapier in t CO ₂ eq	0,12	0,27	-56%

Abfall (in kg)	2022	2021	Veränd.
Mobiltelefone	12	13	-8%
Drucker- und Tonerpatronen	39	138	-72%
Papier und Pappe	3.475	3.473	0%
Computer-Equipment	898	1.070	-16%
Gelbe Tonne/Grüner Punkt und Restmüll	6.356	7.265	-13%

Daten und Fakten

Mitarbeitende

Geschlechterparität

Geschlecht	2022	2021	Veränd.
Männer	51%	49%	0pp
Frauen	49%	51%	0pp
Divers	0%	0%	0pp

Frauenanteil in Führungspositionen

Frauenanteil	2022	2021	Veränd.
Aufsichtsrat	33%	33%	0pp
Vorstand	33%	33%	0pp
Mitarbeitende Frauen in Führungspositionen	35%	34%	1pp

Altersstruktur	2022	Veränd.	
19 Jahre und jünger	–	–	–
20-29 Jahre	35%	40%	-5pp
30-39 Jahre	41%	40%	1pp
40-49 Jahre	19%	16%	3pp
50-59 Jahre	4%	4%	0pp
Älter als 60 Jahre	1%	–	1pp

Kontrollorgane	2022		2021	
	Vorstand	Aufsichtsrat	Vorstand	Aufsichtsrat
Unter 30 Jahre	0%	0%	0%	0%
30-50 Jahre	0%	0%	33,3%	0%
Über 50 Jahre	100%	100%	66,7%	100%

Arbeitszeitmodelle

	2022	2021	Veränd.
Teilzeitverträge	15%	13%	2pp

Daten und Fakten

Soziale Belange

Beziehungen zu Kunden

Dauer und Umsatzanteil der 80 größten Kunden, die 93 Prozent der gesamten Umsatzerlöse entsprechen.

Dauer und Umsatzanteil	2022	2021	Veränd.
Bis 5 Jahre	31%	41%	-10pp
6-10 Jahre	32%	22%	10pp
Länger als 10 Jahre	37%	37%	0pp

Gesellschaftliches Engagement (Spenden an Organisationen und Projekte)

In EUR	2022	Anteil in %	2021	Veränd. in %
Human Rights	13.449	51%	–	100%
Gemeinwesen	4.454	17%	3.649	22%
Umwelt	3.500	13%	6.000	-42%
Diversity, Equity & Inclusion	2.516	10%	–	100%
Gesundheit	2.457	9%	–	100%
Kunst	–	0%	789	-100%
Bildung	–	0%	20.400	-100%
Gesamt	26.375	100%	30.838	-14%



Ars Thanea / Warschau

sü - se - dschi



Eine Syzygy (ausgesprochen sü-se-dschi) ist übrigens ein Fachbegriff aus der Astronomie und meint beispielsweise eine Sonnenfinsternis. Also wenn sich drei Himmelskörper in einer Linie ausrichten, z.B. wenn der Mond sich zwischen Erde und Sonne bewegt. Ein einzigartiges Erlebnis so wie mit der SYZYGY GROUP, wenn wir unsere Expertise in Technologie, Design und Strategie zusammenbringen.

◆ Fun-Fact ◆

Kontakt
Impressum
/

SYZYGY GROUP

SYZYGY AG
Horexstraße 28
61352 Bad Homburg v.d.H.

T +49 6172 9488 - 252
F +49 6172 9488 - 270
ir@syzygy.de
syzygy-group.net

Vorsitzende des Aufsichtsrats
Antje Neubauer

Vorstand
Franziska von Lewinski (CEO)
Erwin Greiner (CFO)
Frank Ladner (CTO)

Text / Redaktion
SYZYGY GROUP

Fotografie / Credits
SYZYGY GROUP, Franziska Taffelt, Aneta Węstawska,
Alexander Bunge, Stefan Hönig, Per Schorn, Daniel Meyer,
Amazon, Microsoft, Google, KLIM GmbH

The background is black with several thick, bright green curved lines. One large arc starts from the top left and curves towards the bottom left. Another large arc starts from the top right and curves towards the bottom right. A smaller arc is positioned in the middle right area, and another is at the bottom right. The text 'SYZYGY GROUP' is centered in the middle of the image.

SYZYGY GROUP

syzygy-group.net