

Nachhaltigkeits- bericht



2023



Inhalt



3 Kennzahlen

5 Vorwort

7 Wir sind die SYZGY GROUP

9 Wir tragen Verantwortung

11 Blick aufs Wesentliche

13 Chancen- und Risikomanagement

14 Klima und Umwelt

14 Nachhaltigkeitsstrategie und Ziele

18 CO₂-Fußabdruck

23 Interview: Nachhaltigkeit von Digital Experience Services

25 Mitarbeitende

26 Vielfalt und Chancengleichheit

30 Mitarbeitenden-Engagement

31 Mitarbeitenden-Entwicklung

32 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

33 Interview: Inspiration unserer Talente

35 Soziale Belange

35 Vertrauensvolle Kundenbeziehungen

35 Soziales Engagement

36 Unternehmensführung

37 Achtung der Menschenrechte

38 Schutz von Informationen und Daten

38 Bekämpfung von Korruption und Bestechung

39 Umgang mit Künstlicher Intelligenz

40 Interview: Wir sind Teil der Lieferkette

41 Appendix

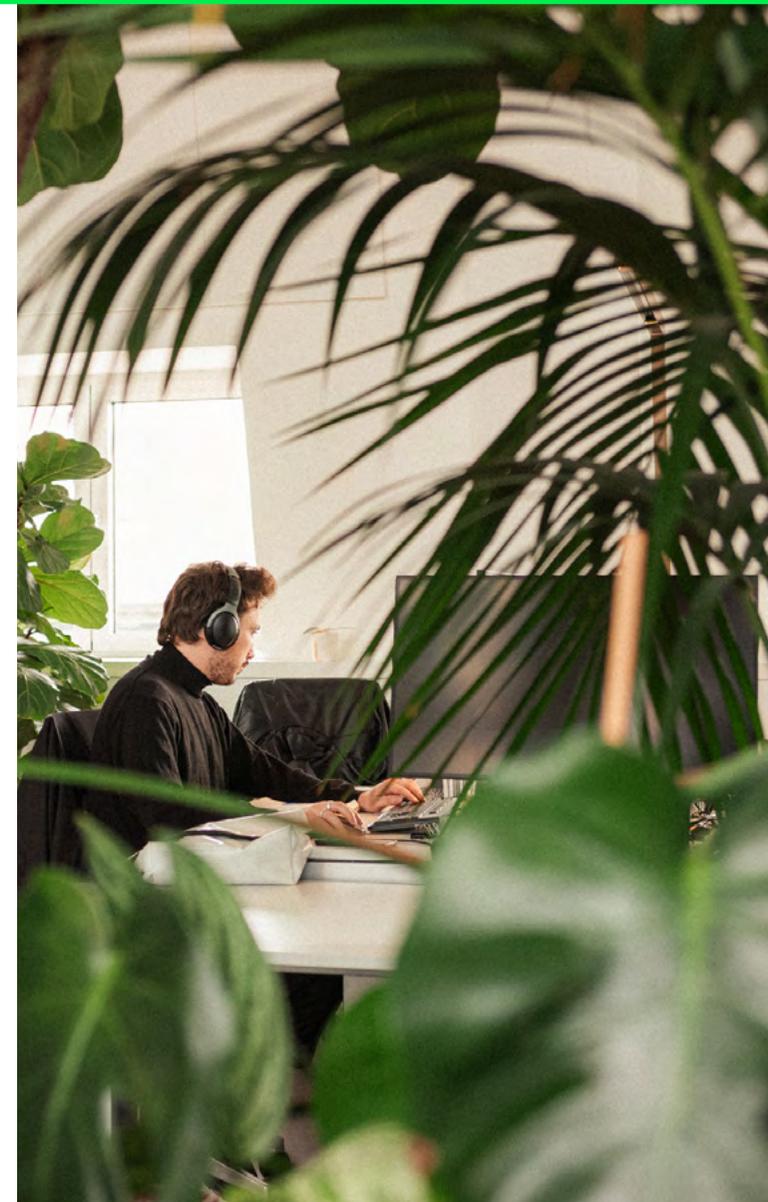
41 Über diesen Bericht

42 Daten und Fakten – Klima und Umwelt

51 Daten und Fakten – Mitarbeitende

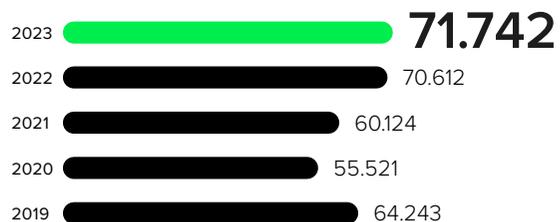
52 Daten und Fakten – Soziale Belange

53 Kontakt / Impressum

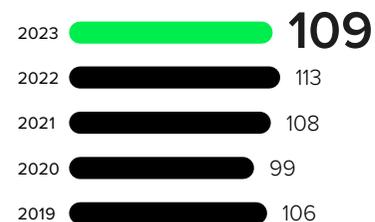


Finanzkennzahlen

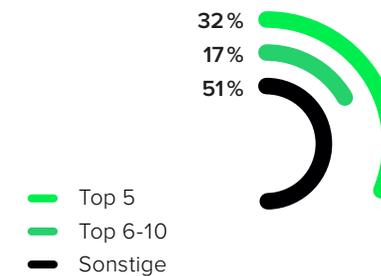
2023



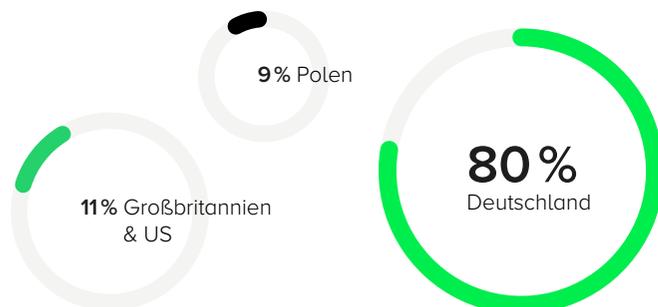
Entwicklung der Umsatzerlöse (in TEUR)



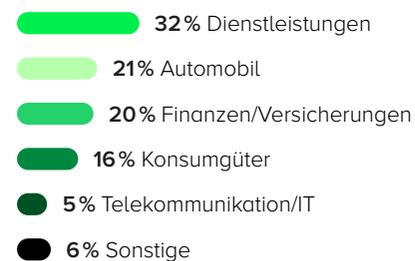
Umsatz pro Mitarbeitendem (in TEUR)



Umsatzverteilung nach Größe der Kunden



Umsatzerlöse nach Segmenten



Umsatzverteilung nach Branchen



Konzernergebnis (in TEUR)

Nachhaltigkeitskennzahlen

♻️ Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet nicht nur Kostenersparnis, sondern auch die **Schaffung von Werten** und die langfristige **Sicherung des Erfolgs**. ♻️

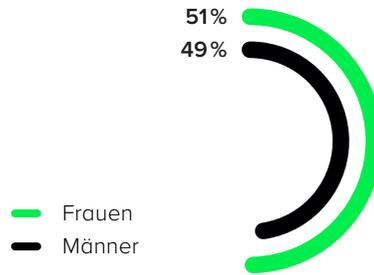
-29% Reduzierung der CO₂-Emissionen in Scope 3



Scope 1+2 pro Mitarbeitendem (in t CO₂e)

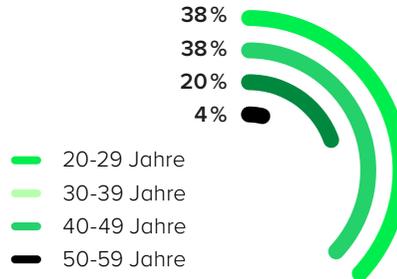
Strom aus erneuerbaren Energien in allen Bürogebäuden

100%



— Frauen
— Männer

Mitarbeitende nach Geschlecht

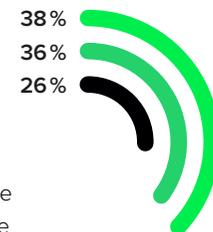


— 20-29 Jahre
— 30-39 Jahre
— 40-49 Jahre
— 50-59 Jahre

Mitarbeitende nach Alter

Frauen in Führungspositionen **35%**

100% Zugang aller Mitarbeitenden zum Employee Assistance Program (EAP)



— bis 5 Jahre
— 6-10 Jahre
— länger als 10 Jahre

Beziehungen zu Kunden

Vorwort des Vorstands

*Liebe Leserinnen,
Liebe Leser,*

nachhaltiges Denken ist für uns Teil eines transformativen Prozesses, ohne den heute keine erfolgreiche Unternehmensentwicklung möglich ist. Wir haben diesen Prozess für uns schon vor langer Zeit erfolgreich in die Wege geleitet.

Ökonomisches, ökologisches und soziales Handeln sind bei uns, der SYZYGY GROUP, engmaschig miteinander verwoben und bilden die Basis unseres Handelns. Für uns gehört dies zu einer verantwortungsvollen Zukunftsgestaltung mit dazu, bei der wir Umwelt, unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden und Lieferanten in den Mittelpunkt stellen. Dabei kommt es auf jede und jeden Einzelnen an. Nur wenn alle Mitarbeitenden im Unternehmen die vielfältigen Aspekte der Nachhaltigkeit verstehen und leben, ist dies authentisch und wird langfristig einen Mehrwert schaffen – für unsere Kunden, die Umwelt, die Gesellschaft und unsere Gruppe.

Dafür haben wir eine Kultur etabliert, die Sensibilität für Nachhaltigkeitsthemen fördert. Diese unterstützen wir vollumfänglich mit unserer Unternehmensführung und unseren Strategien. Wir als SYZYGY GROUP gehen verantwortungsvoll mit Energie, natürlichen Ressourcen, sozialen Belangen oder Compliance um. Das macht uns erfolgreich, schützt uns und auch unsere Kunden.



SYZYGY / Frankfurt

Wir wollen ein **nachhaltiges, vielfältiges und diverses Unternehmen sein.**



Vorstand / Frank Ladner (CTO) und Erwin Greiner (CFO)

Unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen stützen wir auf vier Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen: Klimaschutz, Chancengleichheit, Bildung sowie menschenwürdige Arbeit und nachhaltiges Wirtschaftswachstum. Diese geben uns die Richtung vor, um nachhaltigkeitsrelevante Chancen zu nutzen und Risiken zu managen.

Integrität ist für uns unerlässlich für nachhaltigen Erfolg. Ausgehend von unseren Werten, fassen wir in unserem Verhaltenskodex die ethischen Grundsätze und Verhaltensregeln zusammen, die für alle Mitarbeitenden in sämtlichen Gesellschaften und Ländern verbindlich sind.

Bei all unserem Tun stehen unsere Mitarbeitenden im Mittelpunkt, die ihr Know-how, ihre Kreativität und Energie ins Unternehmen einbringen.

Eine faire Entlohnung, Chancengleichheit und flexible Arbeitsmodelle, die eine gute Work-Life-Balance ermöglichen, sind für uns selbstverständlich. Wir möchten, dass sich alle Kolleg:innen bei uns wohlfühlen. Deshalb legen wir großen Wert auf ihre persönliche Weiterentwicklung und unterstützen sie kontinuierlich dabei, gemeinsam mit uns zu wachsen.

Im Namen des gesamten Vorstands
der SYZYGY GROUP

Frank Ladner (CTO)

Erwin Greiner (CFO)

Wir sind die **SYZYGY GROUP**



Wir schaffen positive **Digital Experience**
für einen nachhaltigen Geschäftserfolg.



Wie wir das tun? Indem wir Menschen, ihre Bedürfnisse und Erwartungen in den Mittelpunkt stellen – und zwar bei allen digitalen Kontaktpunkten. Denn die Digital Experience von Nutzern prägt ihre Erfahrungen mit Produkten, Kanälen und Services und damit die digitale Wahrnehmung von Unternehmen.

Positiv wird die Experience aber nur, wenn sie die Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern übertrifft. Experience muss einfach Spaß machen. Nur so können wir Momente und Emotionen erzeugen, die positiv in Erinnerung bleiben und die Beziehung zwischen Endkunden und Marke nachhaltig stärken. Das ist die Grundlage unseres Erfolgs.

Neben dem Kerngeschäftsfeld stehen die **Transformational Consulting Services** als strategische Ergänzung unseres Angebots.

**Digital
Experience
Services**

**Trans-
formational
Consulting
Services**

Kerngeschäftsfeld und strategische Ergänzung

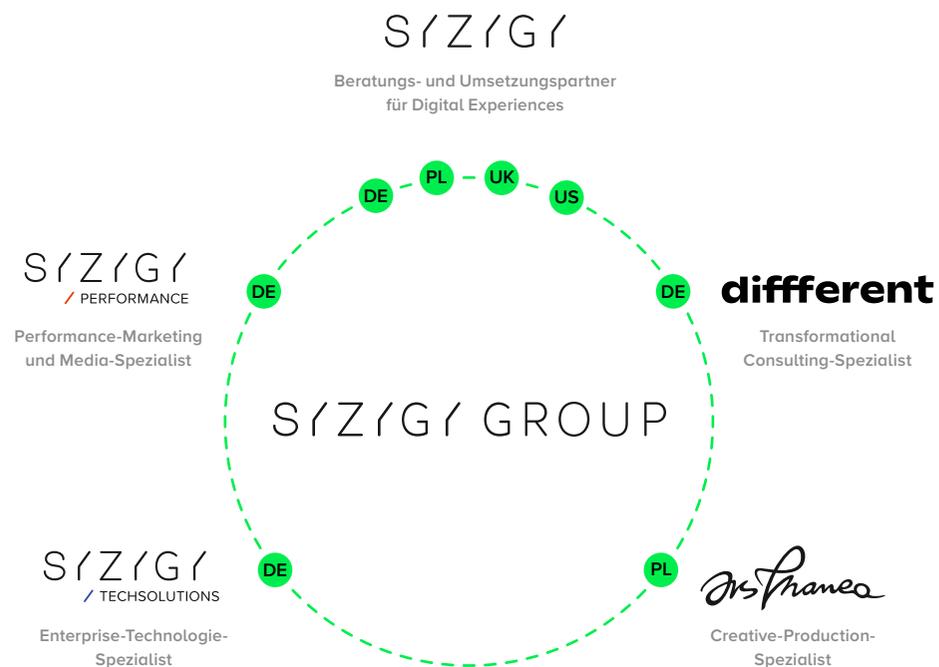
Unser Erfolg ist Teamplay

Positive Digital Experience zu erzielen, ist komplex und erfordert eine perfekte Zusammenarbeit zwischen Experten. Unsere Kunden profitieren dabei von unseren flexiblen Team-Setups, die wir nach ihrem Bedarf zusammenstellen.

Dabei können wir uns nahtlos in bestehende Organisationen bei Kunden integrieren und entweder den Lead oder spezifische Aufgaben innerhalb eines Gesamtprojekts übernehmen.

Egal, welches Setup gefragt ist – am Ende stehen hochintegrierte End-to-End-Services aus einer Hand.

Ars Thanea & SYZYGY / Polen



SYZYGY GROUP – Marken und Spezialist:innen

syzygy-group.net/ueber-uns

Gemeinsam betreuen wir renommierte Marken wie:

- + Allergan
- + Audi
- + BMW Motorrad
- + Bosch
- + Commerzbank
- + Condor
- + Consorsbank
- + Continental
- + Die Bundesregierung
- + Eucerin
- + Hilti
- + HYMER
- + Kyocera
- + Lufthansa
- + Mazda
- + Miele
- + Miles & More
- + mobile.de
- + O₂ Telefónica
- + PayPal
- + Porsche
- + Sennheiser
- + Volkswagen
- + Wempe

Wir leben unsere Werte und tragen Verantwortung



Drei Werte, die uns vereinen

Unsere Werte stehen für den respektvollen Umgang miteinander – gegenüber unseren Kunden, der Gesellschaft, dem Klima und der Umwelt.

Wir möchten Dinge verbessern, neue Wege gehen, positive Erlebnisse schaffen und gemeinsam innovative Ideen für morgen vorantreiben. Dafür übernehmen wir Verantwortung und leben unsere Werte Responsibility, Togetherness und Innovation nach innen und nach außen.

☞ **Für uns sind Werte ein Kompass.** Sie verbinden uns über Länder, Bereiche und Hierarchien hinweg. ☞

Frank Ladner (CTO, Vorstand SYZYGY GROUP)



SYZYGY Performance / Hamburg & München

Unsere Responsibility

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.

Handlungsfelder, Ziele und Tätigkeiten, die sich aus unserer Wesentlichkeitsanalyse ableiten, richten wir konsequent auf eine nachhaltige Entwicklung aus.

Vier Sustainable Development Goals (SDGs) d. h. die aktuellen globalen Ziele der Vereinten Nationen (UN), sind dabei für uns richtungsweisend:



Wir übernehmen Verantwortung fürs Klima

Digitalisierung und Green IT sind für uns wichtige Hebel für den Klimaschutz. Darum entwickeln wir nachhaltige Lösungen für unsere Kunden und arbeiten kontinuierlich an unserem eigenen klimapositiven Corporate Carbon Footprint (CCF), indem wir CO₂-Emissionen reduzieren und kompensieren.



Wir leben Chancengleichheit

Diversity, Equity und Inklusion (DE&I) sind integrale Bestandteile unserer Unternehmenskultur. Wir setzen uns für Chancengleichheit ein, lehnen jede Form von Diskriminierung ab und legen Wert auf ein Arbeitsumfeld, das von Partizipation, Fairness und Vielfalt geprägt ist. Wir fördern flexible und partizipative Arbeitsmodelle.



Bildung ist unsere Säule des Erfolgs

Wir sehen jeden Tag, wie rasant sich die digitale Welt weiterentwickelt. Bildung ist für uns die Basis, diese Veränderungen kreativ, agil und zielführend zu gestalten. Darum unterstützen wir unsere Mitarbeitenden dabei, fachlich und persönlich zu wachsen, um ihr volles Potenzial zu entfalten.



Wir denken ökonomisch, ökologisch und sozial

Wir tragen als börsennotiertes Unternehmen die Verantwortung für wirtschaftlich nachhaltiges Wachstum. Dies betrifft unsere ökonomischen, ökologischen und auch unsere sozialen Prinzipien – wie die Entwicklung unserer Mitarbeitenden, die Förderung von Diversität und Inklusion bis hin zu den Arbeitsbedingungen.

Unser Blick aufs Wesentliche

Nachhaltiges Wirtschaften macht uns als SYZYGY GROUP erfolgreich und zukunftsfähig. Dabei nimmt die Sensibilität der Menschen für nachhaltiges Handeln stetig zu und prägt das Image unserer Gruppe.

Die Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsaspekten wird jährlich überprüft. Themen wie Umwelt, Gesundheit, Sicherheit, Diversität und Chancengleichheit stehen dabei im Fokus. Compliance gehört für uns ebenfalls zu einem verantwortlichen Handeln mit dazu.

Dies alles bewerten wir hinsichtlich der Bedeutung für uns als Unternehmen, unsere Mitarbeitenden, unsere Stakeholder und die Gesellschaft.

Auch den demografischen Wandel haben wir im Blick. Denn unser nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln verschafft uns einen Vorteil im zunehmenden Wettbewerb um gut ausgebildete Fachkräfte. Denn nur mit hoch motivierten und qualifizierten Mitarbeitenden können wir einzigartige positive Digital Experience schaffen.



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.

Darauf stützt sich unsere Wesentlichkeitsanalyse

Im aktuellen Berichtsjahr 2023 sind für unseren Geschäftsprozess, das Geschäftsergebnis und für die Geschäftstätigkeit nachfolgende nichtfinanzielle Aspekte aus der Wesentlichkeitsdefinition des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) in Verbindung mit den §§ 289b bis 289e des Handelsgesetzbuchs (HGB) relevant:

+ Umweltbelange

- Elektrifizierung des Fuhrparks
- Nutzung regenerativer Energiequellen
- Anfahrt der Mitarbeitenden und Homeoffice-Nutzung
- Nutzungsdauer von elektronischen Geräten
- Geschäftsreisen

+ Belange der Mitarbeitenden

- Diversität und Inklusion
- Arbeitsbedingungen
- Entwicklung der Mitarbeitenden
- Arbeitssicherheit und Arbeitsschutz

+ Sozialbelange

- Beziehungen zu Kunden
- Gesellschaftliches Engagement

+ Unternehmensführung / Compliance

- Menschenrechte
- Informationssicherheit und Datenschutz
- Bekämpfung von Korruption und Bestechung
- Verantwortungsvoller Umgang mit Künstlicher Intelligenz (KI)

Wir kommunizieren über alles transparent mit unseren Kunden, Mitarbeitenden und Stakeholdern und schließen neue Regularien zeitnah mit ein, so wie die Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), die wir in unserem Bericht für das Jahr 2024 einbeziehen werden.

+ **Mitarbeitende** (aktuelle und potenzielle)

+ **Kunden** (aktuelle und potenzielle)

+ **Lieferant:innen**

+ **Investor:innen**

+ **Geschäftspartner:innen**

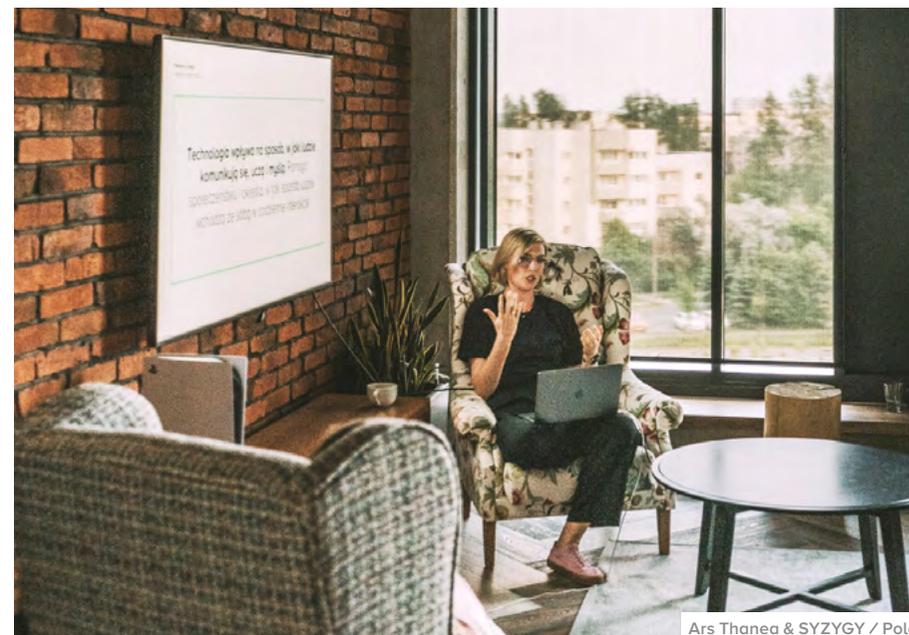


Unser Chancen- und Risikomanagement

Im Berichtszeitraum 2023 wurden keine wesentlichen nichtfinanziellen Risiken im Zusammenhang mit unserer Geschäftstätigkeit, den Beziehungen zu Kunden und den Dienstleistungen identifiziert, die negative Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Aspekte oder unsere Geschäftstätigkeit haben oder haben werden.

Durch unser verbindliches Werteverständnis, einheitliche ethische Standards sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen schützen wir vielmehr die Reputation der Gruppe.

SYZGY Performance / Hamburg



Ars Thanea & SYZGY / Polen

Die Kosten für finanzielle, rechtliche und operative Risiken werden reduziert, und unser Image wird positiv beeinflusst. Für uns ist ein funktionierendes Managementsystem für Risiken und Chancen daher ein wichtiger Bestandteil unserer nachhaltigen Unternehmensführung.

Über unsere Chancen und Risiken berichten wir ab Abschnitt 11 „Nichtfinanzielle Konzernklärung“ im Konzernlagebericht unseres Geschäftsberichts 2023.

Wir schützen Klima und Umwelt

Wir gehen verantwortungsvoll mit den natürlichen Ressourcen um. Dies gehört zu den Grundprinzipien unserer Unternehmenskultur.

Wir nutzen Strom aus erneuerbaren Energien für unsere Büros, haben die Nutzungsintervalle elektronischer Geräte verlängert, unterstützen regenerative Landwirtschaft und vieles mehr.

Jede unserer operativen Einheiten von New York über London, Bad Homburg bis nach Warschau setzt eigene Umweltschutzmaßnahmen um, die alle auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie einzahlen.

Zudem arbeiten wir daran, das digitale Ökosystem nachhaltiger zu machen, und nehmen die Verantwortung an, den CO₂-Fußabdruck zu reduzieren.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und Ziele

Wir berechnen unseren Corporate Carbon Footprint (CCF) seit Jahren, um entsprechende Vermeidungs- und Reduktionspotenziale abzuleiten. Dabei halten wir Umweltstandards ein und leiten für uns entsprechende Maßnahmen und Initiativen ab, die uns helfen, noch nachhaltiger zu werden.



Reduzierung von Flügen

wo möglich und sinnvoll



Lange Nutzungsintervalle

von elektronischen Geräten



Ökostrom

in allen Büros



Öffentliche Verkehrsmittel

werden so weit wie möglich genutzt



Elektrifizierung

der Fahrzeugflotte bis 2025



Nutzung von Fahrrädern oder E-Bikes

wird sehr gefördert



Verringerung der CO₂-Emissionen

durch Maßnahmen jeder Agentur



Wir beraten unsere Kunden, wie der

CO₂-Ausstoß digitaler Öko-

systeme reduziert werden kann

Unsere Aktivitäten für einen verminderten ökologischen Fußabdruck

Unser Beitrag zum Klimaschutz

Auch bei uns gibt es Emissionen, die sich nicht vermeiden lassen.

Durch regenerative Landwirtschaft wird CO₂ aus der Atmosphäre im Boden gespeichert und gleichzeitig die Biodiversität gefördert. In dieser Art der Landwirtschaft sehen wir die Zukunft. Wir verfolgen entschlossen unsere Nachhaltigkeitsagenda und kompensieren 850 Tonnen CO₂-Emissionen der SYZYGY GROUP für das Jahr 2024. Damit leisten wir einen weiteren konkreten Beitrag zum Klima- und Umweltschutz.



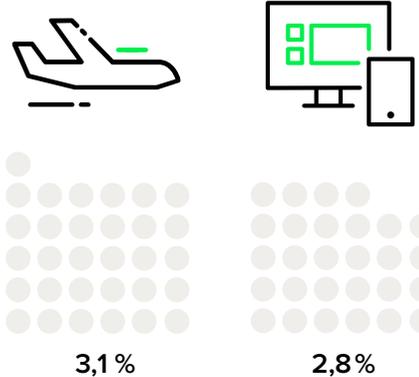
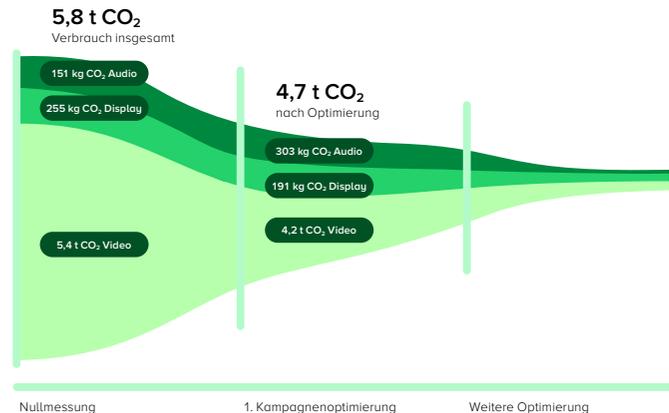
850

Tonnen CO₂-Emissionen der
SYZYGY GROUP für das Jahr 2024

Weniger CO₂-Emissionen im digitalen Ökosystem

Trotz der ständig wachsenden digitalen Innovationen wie Generative Künstliche Intelligenz (GenKI) und der steigenden Nutzerzahlen erkennen wir in unserer Branche weiterhin Möglichkeiten, nachhaltiger zu agieren. Denn der Product Carbon Footprint (PCF) kann bei jeder Maßnahme, jeder Kampagne und jedem Hosting exakt gemessen und mit geeigneten Initiativen reduziert werden, wenn dies von Anfang entsprechend eingeplant ist. Auf diese Weise können wir gemeinsam mehr für Klima und Umwelt erreichen.

In unserem Standpunkt (#POV) gibt unser Team von Expert:innen Einblicke in verschiedene Bereiche – und wie Strategie, Geschäftsdesign, Bild- oder Videoproduktion, Design, IT, Hosting oder Marketing und Mediaplanung nachhaltig ressourcenschonender werden können.



Anteil der weltweiten Treibhausgas-Emissionen für Flugreisen und Internetnutzung (in Prozent)

Die Berechnungsbasis für unseren Footprint

Wir beschäftigen uns intensiv mit dem Product Carbon Footprint (PCF), einer Methode zur ganzheitlichen Berechnung der Treibhausgasemissionen über den gesamten Lebenszyklus eines Produktes, d. h. von der Herstellung über den Transport und die Nutzung bis zur Entsorgung.

Die Anwendung dieses PCF erstreckt sich über verschiedene Bereiche von der Digitalisierung bis zur Customer Journey. Damit können Umweltauswirkungen des gesamten digitalen Ökosystems analysiert und minimiert werden.

Media-Optimierung für weniger CO₂-Emissionen (Beispiel)



SYZYGY / Warschau

Unsere Klimastrategie

Die direkten und indirekten Folgen des Klimawandels erstrecken sich rund um den Globus. Sie beeinflussen den Alltag jedes Individuums, aber auch die Wirtschaft.

Dabei können Digitalisierung und Green IT auf dem Weg hin zu einer klimafreundlicheren Gesellschaft und Wirtschaft von enormer Bedeutung sein. Daher verpflichten wir uns dazu, effizient mit Ressourcen umzugehen, zudem Umweltstandards einzuhalten und uns für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen. Unsere Handlungsfelder, Ziele und Tätigkeiten richten wir entsprechend auf eine nachhaltige Entwicklung aus.

Transparenz zu Treibhaus-Emissionen

Der Corporate Carbon Footprint (CCF) berechneten wir seit 2021 in Zusammenarbeit mit ClimatePartner.

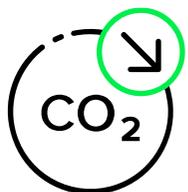
Wir haben die CO₂-Emissionen unserer einzelnen Standorte und Tochtergesellschaften sowie der Syzygy AG in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt, Hamburg, London, München, New York und Warschau zusammengefasst.

Die Berechnung des CCF erfolgte nach den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard (GHG Protocol) und berücksichtigt dabei Scope 1-, Scope 2- und Scope 3-Emissionsquellen.



SYZYGY Polen / Ars Thanea

-25%



Reduzierung des
CO₂-Fußabdrucks

Unser CO₂-Fußabdruck

Die Maßnahmen zur Senkung der von uns verursachten CO₂-Emissionen und somit unseres ökologischen Fußabdrucks (CCF) zeigen Wirkung:

Im Vergleich zum Jahr 2022 konnten wir die CO₂-Emissionen in 2023 (Scope 1-3) um insgesamt 25 Prozent auf 753,43 Tonnen CO₂ reduzieren. Bezogen auf die Mitarbeitenden ist dies ein Rückgang um 29 Prozent auf 1,23 Tonnen CO₂.

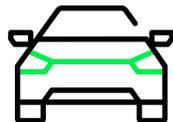
Reduzierung der Emissionen des Firmenfuhrparks und des Energieverbrauchs

Nachhaltiges Handeln bringt uns beim Klima weiter: So haben wir durch die Umstellung unserer Firmenfahrzeuge auf umweltfreundliche Antriebe und die nachhaltige Energieversorgung vier Prozent an Treibhausgasemissionen eingespart. Insgesamt lagen die direkten und indirekten klimarelevanten Emissionen (Scope 1 und Scope 2) 2023 pro Kopf bei 0,25 Tonnen CO₂, was eine Reduktion um 11 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ausmacht.

Reduktion der direkten Emissionen des Firmenfuhrparks

Wie wir unseren ökologischen Fußabdruck so deutlich reduzieren konnten? Wir fahren mit Elektro- und Hybridmodellen in eine umweltfreundliche Zukunft.

-15%



Reduzierung der Scope 1-Emissionen durch Umstellung der Fahrzeugflotte



SYZYGY / Polen

Unser Ziel ist es, bis 2025 ausschließlich Elektro- und Hybridfahrzeuge als Firmenwagen einzusetzen. Derzeit sind es bereits 52 Prozent, wobei 24 Prozent davon reine Stromer sind. Diese Maßnahme trägt nicht nur zu mehr Nachhaltigkeit bei, sondern zeigt auch unser Engagement in Sachen umweltbewusster Mobilität.

Die Umstellung der Fahrzeugflotte auf Elektro und Hybrid half uns, die die Scope-1-Emissionen um weitere 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu senken.

Wärme und Strom

Unsere Ideen für Digitalisierung, Transformation und Strategie in Marketing und Vertrieb entstehen am Schreibtisch. Die Büros brauchen eine angenehme Arbeitstemperatur, Licht und die Rechner natürlich Strom.

Trotz steigender Zahl der Mitarbeitenden von 577 auf 616 im Jahr 2023 zeigten sich pro Kopf keine Veränderungen bei den CO₂-Emissionen für eingekaufte Wärme, die für unser gesamtes Unternehmen bei 113,78 Tonnen lag.



Insbesondere unser Hauptsitz in Bad Homburg v.d.H. trägt dabei maßgeblich zur Reduzierung klimarelevanter Emissionen bei. Denn dieser entspricht dem GreenBuilding-Standard und dem internationalen LEED-Standard in Gold.

Diese hohen ökologischen Standards und direkte Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz können wir leider nicht bei den Gebäuden unserer Tochtergesellschaften ergreifen, da uns die Liegenschaften nicht gehören. Dennoch arbeiten wir daran, auch dort nachhaltige Praktiken zu fördern und zu integrieren.

Unseren Strom beziehen wir an allen Standorten in Deutschland natürlich komplett aus 100 Prozent erneuerbaren Energiequellen – und dies bereits seit 2021.

Auch an allen internationalen Standorten arbeiten wir dank der über die WPP-Gruppe bezogenen Renewable Energy Certificates (RECs) treibhausgasneutral bei den Strom-CO₂-Emissionen (in Scope 2).

Verringerung unserer indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette

Unsere indirekten Emissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3) zu erfassen, ist enorm anspruchsvoll. Schließlich können wir darauf nur bedingt Einfluss nehmen.

-29%

Reduzierung der Scope 3-Emissionen in der gesamten Lieferkette

Da aber genau diese indirekten Emissionen in den kommenden Jahren entscheidend für die Reduktion unserer Gesamtemissionen sein werden, haben wir Maßnahmen und Initiativen ergriffen, um auch hier CO₂-Einsparungen zu erzielen – vom Pendlerverkehr und Homeoffice der Mitarbeitenden oder Geschäftsreisen über eingekauftes IT-Equipment bis hin zu externen Rechenzentren oder Büropapier.

Mit Erfolg: Unsere Lieferkette, die 79 Prozent aller Emissionen in Scope 3 ausmacht, haben wir auf 598 Tonnen CO₂-Emissionen reduzieren können. Waren es pro Mitarbeitendem 2022 noch 1,5 Tonnen CO₂, sind es für 2023 lediglich 0,97 Tonnen CO₂.

Unser Ziel ist es, diese in den nächsten Jahren noch weiter zu minimieren. Gleichzeitig verbessern wir kontinuierlich und aktiv unsere Datenerfassung und -qualität.

Geschäftsreisen

In unserer Branche sind Reisen zu unseren Kunden und Hotelübernachtungen manchmal alternativlos. Flugreisen werden jedoch nur dann genutzt, wenn sie geschäftlich wirklich notwendig sind oder die Reisezeit dadurch erheblich verkürzt wird. So haben wir es in unserer für alle Mitarbeitenden verbindlichen Reiserichtlinien verankert.

Zur Minimierung von Umweltbelastungen nutzen wir, wann immer es möglich ist, die Bahn und Videokonferenzen. Damit entlasten wir erheblich die Umwelt: Sowohl die Flugreisen als auch die Geschäftsreisen allgemein gingen auf 65,7 Tonnen bzw. 106 Tonnen CO₂ zurück.



SYZYGY / Frankfurt

Wir befragen regelmäßig unsere Mitarbeitenden, um die CO₂-Emissionen ihres Arbeitsweges zu ermitteln. Das Ergebnis der diesjährigen Befragung: Der Pendelverkehr verursacht 22 Prozent weniger CO₂-Emissionen – umgerechnet auf die Mitarbeitenden sind dies 0,5 Tonnen.

-22%

Reduzierung der Scope 3-Emissionen aus Pendelverkehr der Mitarbeitenden

-42%



Reduzierung der Scope 3-Emissionen aus geschäftlichen Flugreisen

Pendelverkehr Mitarbeitende

Wir fördern eine nachhaltige Mobilität unserer Mitarbeitenden und schaffen dadurch eine Kultur der Nachhaltigkeit.

Wir leisten finanzielle Zuschüsse für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und schaffen Anreize für den Umstieg auf alternative Verkehrsmittel wie Fahrräder oder Pedelecs. Auch durch flexible Arbeitsmodelle wie Homeoffice wird das Pendeln reduziert.

Unser Umgang mit erneuerbaren und nicht erneuerbaren Materialien

Viele Dinge, die wir täglich für unsere Arbeit benutzen, sind wichtige Ressourcen.

Es gehört zu unserer Geschäftspraxis, verantwortungsvoll und nachhaltig mit diesen Materialien umzugehen. Wir verlängern die Nutzungsintervalle unseres IT-Equipments, drucken deutlich weniger und recyceln, um wichtige Materialien in den Kreislauf zurückzuführen. Unnötigen Müll vermeiden wir durch diese Praxis natürlich auch.

Unsere Abfall-Vermeidungsstrategie

Bei uns fallen nur sehr wenige Abfälle an, da wir ein dienstleistungsorientiertes Unternehmen sind. Dennoch gehen wir mit den vorhandenen Ressourcen sorgsam um, reduzieren und recyceln.

Bei Abfällen sprechen wir im Wesentlichen von Elektronikschrott und Büroverbrauchsmaterialien, wie Papier, Karton, Drucker- bzw. Tonerkartuschen oder Computerausrüstung.

Alle unbrauchbar gewordenen Elektronik-Komponenten werden nachhaltig recycelt. Altgeräte wie Mobiltelefone oder EDV-Equipment, die nicht mehr den hohen Dauer-Anforderungen für unsere tägliche Arbeit entsprechen, bieten wir Mitarbeitenden über unseren Online-Shop zum privaten Weitergebrauch an.



Apropos Recycling: Bei Druckerpatronen und Tonerkartuschen konnten wir zuletzt eine Einsparung von 23 Prozent der Abfallmenge erzielen, indem wir die leeren Behälter in unseren deutschen Gesellschaften in einer Sammelbox der Caritas oder der „European Recycling Platform“ sammelten, von wo aus sie in einem zertifizierten Fachbetrieb aufbereitet und wieder befüllt werden.

Unsere leeren Druckerpatronen und Tonerkartuschen gehen in den deutschen Gesellschaften per Sammelbox der Caritas oder der European Recycling Plattform zu einem zertifizierten Fachbetrieb, der diese aufbereitet und wieder befüllt. So wird neben der kontinuierlichen Reduktion der Abfallmenge zusätzlich Geld für Projekte gesammelt, die Menschen in Not unterstützen.



different / Berlin

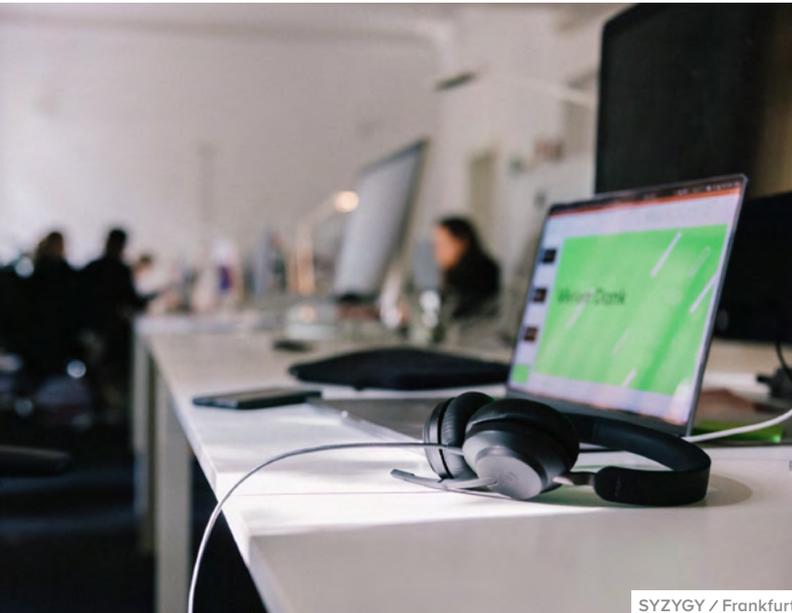
Sensibler Drucken

Muss man eine E-Mail oder einen Nachhaltigkeitsbericht drucken? Wir sagen nein!

Im Sinne der Ressourcenschonung verzichten wir auf unnötige Ausdrücke und halten unseren Fußabdruck niedrig. Wenn doch etwas ausgedruckt werden muss, verwenden wir in den Geschäftsprozessen umweltfreundliches (Recycling-)Papier mit FSC-Siegel.

-83%

Reduzierung des Müllverbrauchs
von Mobiltelefonen



SYZYG / Frankfurt

Elektronische Geräte intelligent nutzen

Wir mieten unser elektronisches Equipment nicht, wir kaufen es. Dies ist Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Computer, Laptops, Mobiltelefone können wir dadurch länger nutzen – und zwar insgesamt bis zu vier Jahre. Dies minimiert unseren Energie- und Ressourcenverbrauch und damit die Gesamtemissionen. Denn die CO₂-Bilanz der Geräte muss nur im Jahr der Anschaffung berücksichtigt werden. In jedem weiteren Einsatzjahr wird die Menge an Emissionen, die diese Geräte erzeugen, nicht in die Bilanz aufgenommen. Für 2023 ergeben sich dadurch 56 Prozent weniger CO₂-Ausstoß. In Summe liegt der Ausstoß bei 68 Tonnen, d. h. 0,1 Tonnen CO₂ pro Mitarbeitendem.

-56%



Reduzierung der Scope 3-Emissionen bei elektronischen Geräten

Wir entsprechen den Transparenzvorgaben der EU-Taxonomie

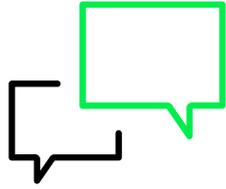
Die EU-Sustainable-Finance-Taxonomie oder kurz EU-Taxonomie ist für uns ein verpflichtendes Regelwerk.

Wir halten uns an ökologische Standards und wirtschaften nachhaltig. 2023 sind in den genannten Wirtschaftsaktivitäten keine Umsätze oder wesentlichen Aufwände entstanden, die den Klimaschutz oder die Anpassung an den Klimawandel erheblich beeinträchtigen (Umweltziele 1 und 2) oder den Wasser- und Meeresressourcen, der Kreislaufwirtschaft, Umweltverschmutzung und Biodiversität schaden (Umweltziele 3-6).

Zu den Punkten „6.5 Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen“ und „7.7 Erwerb von und Eigentum an Gebäuden“ liegt uns bisher keine ausreichende Dokumentation einer Klimarisikoprüfung vor. Aus diesem Grund stufen wir diese nicht als taxonomiekonform ein.

Zudem sind Teile, wie die detaillierte Offenlegungsanforderung gemäß Anhang XII der Delegierten Verordnung, nicht auf unser Unternehmen anwendbar.

Unsere Analysen zur Vorbereitung und Verbesserung einzelner Berichtsprozesse der Taxonomiekonformität von taxonomiefähigen Aktivitäten werden wir weiterhin vertiefen.



Wie nachhaltig können Digital Experiences sein?

Die Menschen suchen im Web, streamen Musik oder Filme – und bekommen ganz nebenbei Online-Werbung ausgespielt. Dabei machen sich die Nutzer:innen wenig bis gar keine Gedanken, wie viel CO₂ sie dabei produzieren. Etwa 5,4 Tonnen Kohlendioxid sollen es pro durchschnittlicher Online-Werbekampagne sein. Dies entspricht etwa 5.400.000 Millionen Aufrufen bzw. Ad-Impressions.



Frank Ladner
CTO
Vorstand SYZYGY GROUP

Herr Ladner, wie passen diese Themen zusammen?

Als führender Beratungs- und Umsetzungspartner für Digital Experience wissen wir natürlich, dass unsere Arbeit für Kunden CO₂ emittiert. Darum beschäftigen wir uns intensiv damit, wie wir durch unsere Dienstleistungen von Anfang an Emissionen reduzieren könnten.

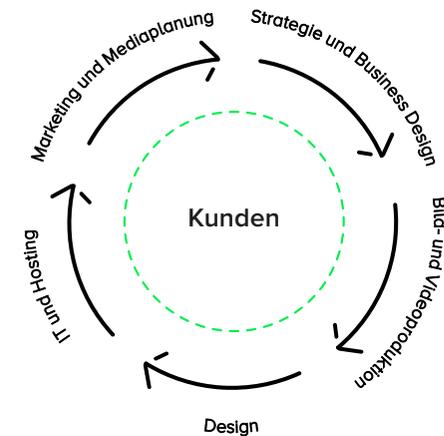
Was machen Sie konkret?

Neben unseren Bemühungen, Emissionen in unserem eigenen Unternehmen zu reduzieren, entwickeln wir auch nachhaltige Lösungen für unsere Kunden. Dazu haben wir unser Portfolio genau analysiert, um festzustellen, wie wir intern und für unsere Kunden klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen anbieten können.

Wie können Digitalisierung oder Digital Customer Journey nachhaltiger werden?

Das Reduktionspotenzial durch Digitalisierung bis hin zur Digital Customer Journey ist sowohl für Unternehmen als auch für Werbekampagnen groß. Marketing-Experten betonen, dass nachhaltigere Kampagnen durch klügeres Schalten erreicht werden können. Nachhaltigkeit beginnt jedoch schon bei der Unternehmensstrategie und erfordert frühzeitiges, nachhaltiges Denken.

Es gibt viele wichtige Bereiche, die berücksichtigt werden müssen. Dazu gehören beispielsweise das CO₂-Einsparpotenzial bei der Videoproduktion oder das nachhaltige Design einer Website. Auch die IT-Infrastruktur und das Hosting spielen eine wesentliche Rolle und sollten in unsere Überlegungen einbezogen werden.



Der Weg zu einem besseren Product Carbon Footprint ist ein Kreislauf mit vielen optionalen Handlungsfeldern und führt als „Navigator“ durch den Point of View.

Wie sieht es mit dem Einsatz von Generativer Künstlicher Intelligenz (GenKI) aus?

Für uns ist die Künstliche Intelligenz eine Basistechnologie, die für unsere Branche eine neue Ära eingeläutet hat. Natürlich nutzen wir diese, um die Produktivität und Qualität unserer Digital Experiences zu verbessern, d. h. Routinen zu automatisieren oder komplexe Aufgaben maschinell zu be- und verarbeiten.

Ist das nachhaltig?

Auf jeden Fall, da Abläufe dadurch verkürzt werden und wir hochwertigen, ansprechenden Content viel effizienter erstellen können, als es bisher der Fall war. KI-gesteuerte Tools ermöglichen es uns, immer ressourcensparender, effizienter und kreativer zu arbeiten. Das ist erst der Anfang und wird zukünftig noch nachhaltiger möglich sein, wenn wir die GenKI verantwortungsvoll nutzen.

☞ **Wir verstehen Generative KI als Basistechnologie**, die in allen Bereichen unserer Arbeit eine Rolle spielt – jetzt und auch zukünftig! ☞

Frank Ladner CTO, Vorstand SYZYGY GROUP



Wir sind ein **vielfältiges** **und inklusives** **Unternehmen**



Jeder unserer Mitarbeitenden hat einzigartige Talente. **Wir fördern ihre Leistungen und Fähigkeiten** – das macht unsere Teams so erfolgreich.

Wir sehen unsere drei Unternehmenswerte Responsibility, Togetherness und Innovation auch als Kompass für Mensch und Gesellschaft. Durch gemeinsame Events und Erlebnisse, Weiterbildungs-Workshops und flexibles Arbeiten werden diese Werte mit Leben gefüllt, die Mitarbeitenden inspiriert, um herausragende positive Digital Experience zu schaffen.

Responsibility ...

... bedeutet für uns auch, Verantwortung für unsere Mitarbeitenden zu tragen, uns für die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz zu engagieren.

Togetherness ...

... steht für ein flexibles, konstruktives Arbeitsumfeld, geprägt durch Partizipation, Fairness und Vielfalt. Alle sollen sich willkommen, gleichberechtigt und wohl fühlen.

Innovation ...

... heißt für uns auch, neue Wege zu gehen und eine bestmögliche Kultur und Arbeitsmodelle für alle Mitarbeitenden zu schaffen.



Drei Werte, die uns vereinen

Wir leben und unterstützen Vielfalt und Chancengleichheit

Unsere Branche, von der Digitalisierung bis zur Digital Customer Journey, wird durch Innovationen und Dynamik angetrieben – und durch Menschen, die diese vorantreiben wollen.

Für diese Motivation ist es uns enorm wichtig, dass alle Mitarbeitenden ihre Talente entfalten können. Nur so entstehen vielfältige neue Ideen und damit nachhaltige Erfolge. Diversity, Equity und Inclusion (DE&I) sind daher grundlegende Bausteine unserer Unternehmenskultur.

Wir sind davon überzeugt, dass die Anerkennung und Wertschätzung von Vielfalt und Individualität ein Teil unseres Erfolgs ist. Daher positionieren wir uns klar gegen Diskriminierung jeglicher Art und fördern ein Arbeitsumfeld, das frei von Vorurteilen ist und alle Mitarbeitenden gleichbehandelt, unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, Alter und sexueller Identität.

Jede unserer operativen Einheiten legt größten Wert auf Chancengleichheit und Vielfalt bei der Auswahl und Entwicklung der Mitarbeitenden. Außerdem fördern wir flexible Arbeitsmodelle, um ein konstruktives und inklusives Arbeitsumfeld sowie maximale Flexibilität für eine gesunde Work-Life-Balance zu schaffen.



charta der vielfalt

Unsere #StimmeFürVielfalt

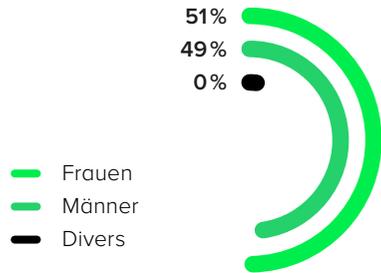
Flagge zeigen und die Initiative „Charta der Vielfalt“ zu fördern, bedeutet für uns z. B., sich für Frauen in der Digitalbranche stark zu machen. Wir wollen ein Arbeitsumfeld ohne Vorurteile haben, in dem alle Mitarbeitenden uneingeschränkte Wertschätzung erfahren – unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft, Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung und sozialer Herkunft.



Geschlechtervielfalt auf allen Ebenen

Wir setzen uns aktiv für die Geschlechterparität in allen Bereichen ein, fördern diese und schaffen ein integratives und flexibles Arbeitsumfeld.

Das Verhältnis der Geschlechter ist bei uns sehr ausgewogen: 51 Prozent der Mitarbeitenden waren im Berichtsjahr weiblich. Der Anteil der Frauen in Führungspositionen lag bei 35 Prozent – auf Vorstands- und Aufsichtsrats-ebene bei 33 Prozent.



Mitarbeitende nach Geschlecht

Für Beschäftigte, die im Laufe ihrer Tätigkeit eine Einschränkung entwickeln, nehmen wir zeitnah und gemeinsam mit ihnen Anpassungen der Arbeitsumgebung oder andere Beschäftigungsvereinbarungen vor, soweit dies möglich ist. Wir beschäftigen derzeit mit 0,7 Prozent ebenso viele Menschen mit Einschränkungen wie im Vorjahr und werden ihnen auch in Zukunft eine gleichberechtigte berufliche Perspektive bieten.

Mehr Chancen für „Women in Digital“

Als internationales Unternehmen wollen wir den **Wandel für Frauen in der Technologiebranche vorantreiben** und aktiv mitgestalten. Darum unterstützen wir „Women in Digital“.

Denn wir wissen sehr genau, dass neben technologischem Fachwissen und Erfahrung auch Soft Skills wie Kreativität eine hohe Bedeutung haben. Bei unserer Kampagne zum Internationalen Frauentag am 8. März 2023 stellten wir uns die Frage, wie wir Frauen dazu ermutigen können, in die Digitalbranche einzusteigen bzw. zu wechseln.

Unsere Kolleginnen und Kollegen diskutierten auf LinkedIn und in unserem Blog darüber. Sie stellten verschiedene Wege in die Digitalbranche vor und führten bei internen virtuellen „Lunchtime Inspiration“-Meetings intensive Diskussionen darüber. Doch was braucht es, damit mehr Frauen den Schritt wagen?

IT braucht mehr

35%

Frauen in Führungspositionen

Lasst uns Stereotypen durchbrechen

In Polen studieren 47 Prozent der Frauen MINT-Fächer, d. h. Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. In Deutschland sind es nur 27 Prozent. Dabei ist Technologie integraler Bestandteil des Lebens – ganz unabhängig vom Geschlecht.

Stereotyp versus

SYZYGY / Frankfurt



Zeit für den neuen Zeitgeist

Der Weg in die Digitalbranche kann vielfältig sein und ist oft unorthodox. Wir finden, um Innovation und Fortschritt voranzutreiben, braucht es Menschen, die den Mut und den Willen haben, dies zu tun. Darum fördern wir genau dieses Umfeld und ermutigen Frauen, diesen Schritt zu gehen.

Viele Wege

Vielfalt ist der Schlüssel

Wir erleben tagtäglich, dass es unterschiedliche Energie braucht, um eine ausgewogene, inklusive Kultur zu schaffen. Erfahrungen und Kompetenz, nicht Geschlecht oder sexuelle Orientierung sind es, was uns gemeinsam weiterbringt und verbindet.

Kämpfe für Vielfalt

Chancengleichheit für alle

In der Digitalbranche können viele Aufgaben remote ausgeführt werden – ideal für Kolleg:innen, die Care-Arbeit für Kinder oder pflegebedürftige Angehörige leisten, um so ihr Arbeits- und Familienleben auszubalancieren. Flexible Arbeitsarrangements können die verschiedensten Lebensambitionen erfüllen.

Für mehr Chancen

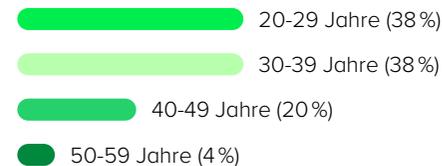


different / Berlin

Altersverteilung der Mitarbeitenden

Uns ist eine gesunde Altersstruktur im Unternehmen enorm wichtig und damit auch der Blick auf den demografischen Wandel sowie die Altersverteilung unserer Mitarbeitenden.

Erfahrung muss nämlich in einem guten Verhältnis zu Kreativität und Dynamik liegen, um zielgruppenrelevante Digital Experience erfolgreich zu machen. Unser Durchschnittsalter lag 2023 bei 34,5 Jahren.



Mitarbeitende nach Alter

Faire Vergütung

In allen Ländern, in denen die SYZYGY GROUP vertreten ist, bezahlen wir alle Mitarbeitenden fair – angepasst an Leistungen, die Mitbewerber und die Standards des jeweiligen nationalen Arbeitsmarktes.

Im Einklang mit dem Prinzip der Gleichbehandlung wird Männern und Frauen in ähnlichen Positionen das gleiche Gehalt gezahlt.

Zur gerechten und einheitlichen Bezahlung aller Mitarbeitenden berücksichtigen wir dabei die Art der Arbeit, berufliche Erfahrung, Position und Karrierestufe sowie ihren regionalen Standort.

Bei uns gibt es zusätzliche Leistungen, wie Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge, zu vermögenswirksamen Leistungen, zu ÖPNV sowie Company Bikes. Inflationseffekte haben wir durch zusätzliche Einmalzahlungen für die Beschäftigten abgemildert.

Flexibilität ist unser Erfolgskonzept

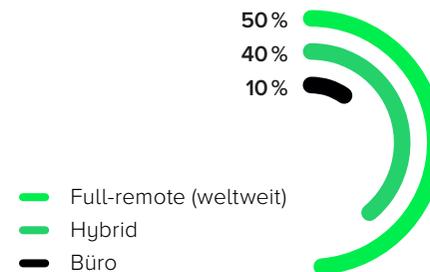
In den vergangenen Jahren hat sich die Arbeitswelt grundlegend verändert: Homeoffice, Büro, Hybrid oder auch Teilzeit – für erfolgreiche Arbeit braucht es keine starren Regeln.

Bei uns ist alles möglich: Unsere verschiedenen Modelle der Arbeitsorganisation werden jeweils gemeinsam mit den Teams an allen Standorten des Unternehmens entwickelt und etabliert.

Jede und jeder Mitarbeitende kann das Arbeitsmodell wählen, das ihren oder seinen individuellen Bedürfnissen am besten entspricht. Natürlich entwickeln wir bereits attraktive Arbeitsmodelle auch im Hinblick auf Flexibilität und Nachhaltigkeit weiter.

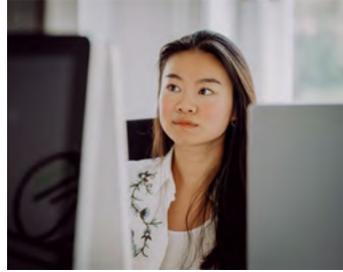
Was die Arbeitsorganisation angeht, leben wir eine Vertrauenskultur, die zum jeweiligen Land und zum Geschäftsmodell passt. Dies macht Entscheidungsfindungen effizienter. Es stärkt das Wir-Gefühl, bietet Flexibilität, gibt Sicherheit und Mut bei der Arbeit.

So haben zum Beispiel die Kolleg:innen bei SYZYGY Techsolutions die Möglichkeit, zwischen drei Arbeitsmodellen zu wählen: 2023 arbeiteten 50 Prozent der Beschäftigten full-remote, 40 Prozent hybrid und 10 Prozent im Büro. Homeoffice, Büro, Hybrid – alles geht.



Arbeitsmodelle bei SYZYGY Techsolutions

SYZYGY Frankfurt und München sowie SYZYGY Performance nutzen hybride Modelle und das Büro als kreativen Treffpunkt bzw. Ort der gemeinsamen Lösungsfindung. SYZYGY Warschau setzt auf ein transparentes und eigenverantwortliches Führungskonzept, bei dem die Rollen auf die Fähigkeiten und Stärken der einzelnen Teammitglieder zugeschnitten sind.



SYZYGY GROUP
eNPS 2023

+23

Vollzeit, Teilzeit, Auszeit

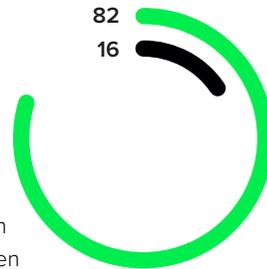
Jeder von uns durchlebt Phasen, in denen er sich wünscht, seine Arbeitsbedingungen flexibel anzupassen. Bei uns haben sich 19 Prozent der Mitarbeitenden für Teilzeitverträge entschieden, weil es besser zu ihrer Lebenssituation passt.

Damit unterstützen wir insbesondere junge Eltern, die eine Rückkehr in den Beruf mit den Herausforderungen des Familienlebens in Einklang bringen möchten. Mit Ausgleich, Auszeiten und individuellen Arbeitszeitmodellen setzen wir auf ein Höchstmaß an Flexibilität und eine gesunde Work-Life-Balance:

19%

Teilzeitverträge

- Teilzeitverträge
- Flexible tägliche Start-/Endzeiten und Sabbatical-Vereinbarungen



- Praktikumsstellen
- Ausbildungsstellen

Praktikanten und Auszubildende (Anzahl)

Unsere Praktikanten und Auszubildenden

Unsere Branche zieht viele junge Menschen an. Sie möchten Erfahrungen sammeln oder eine Ausbildung starten. Alle Praktika und Ausbildungen sind natürlich bezahlte Stellen und für Menschen mit unterschiedlichem Know-how zugänglich.

Unser Mitarbeitenden-Engagement und -Feedback

Wir fragen regelmäßig nach, wie sich unsere Mitarbeitenden im Unternehmen fühlen – weil wir zukunftsorientiert denken und wissen möchten, ob unsere Initiativen und Maßnahmen für die Mitarbeitenden erfolgreich sind.

Seit 2019 führen wir daher Befragungen zur Zufriedenheit aller Mitarbeitenden der Gruppe auf Basis des eNPS (Employee-Net-Promoter-Score) durch. Dabei geht es darum, die eigenen Leistungen zu reflektieren, zu bewerten und zu verbessern. Natürlich wissen wir, dass der eNPS nur eine Momentaufnahme der Zufriedenheit ist. Daher ist eine kontinuierliche Erfassung von entscheidender Bedeutung. So können wir proaktiv auf Schwankungen und mögliche Probleme reagieren.

2023 war der Zufriedenheitswert um -9 Punkte auf +23* gesunken. Damit liegen wir bei den Bewertungsergebnissen zwar nach wie vor in der Spitzengruppe von Unternehmen wie Amazon, Accenture und Google.

* Ein guter eNPS-Wert liegt zwischen 10 und 30; über 30 ist ausgezeichnet.

Trotzdem fragten wir uns nach dem Warum. Restrukturierungsmaßnahmen, die die Bewertungen beeinflussten, kamen von Mitarbeitenden unserer Tochtergesellschaften differenziert und SYZYGY London. Mit gezielten Maßnahmen werden wir die Zufriedenheit der Mitarbeitenden wieder versuchen zu verbessern.

Unsere Kultur der Offenheit und Transparenz

Unsere Kolleg:innen sollen über Unternehmensentscheidungen auf dem Laufenden sein.

Dazu führen wir regelmäßig konzernweite, d. h. internationale Mitarbeitenden-Versammlungen, sogenannte „All Hands Meetings“ oder gesellschafts- und abteilungsübergreifende Informationsvideokonferenzen durch.

Hierbei informieren wir regelmäßig über strategische und operative Themen und besprechen aktuelle Fragen.

SYZYGY Techsolutions / Bad Homburg



Togetherness – Entwicklung unserer Mitarbeitenden

Persönliche Weiterbildung ist bei uns gelebte Praxis und soll unsere Talente inspirieren. Jeder einzelne Mitarbeitende kann nur großartige Ideen entwickeln, wenn sich alle frei entfalten können.

Darum reflektieren alle in gemeinsamen Events, tauschen sich fachlich aus, finden sich neu und wachsen – unabhängig von Titel und Hierarchiestufe. Nur das bringt uns über Standorte hinweg zusammen und ist ein elementarer Baustein für unseren gemeinsamen unternehmerischen Erfolg.

Wir fördern Arbeitssicherheit, Gesundheit, Wohlbefinden

Körperliche und geistige Fitness sind für unsere Mitarbeitenden essenziell. Wenn unsere Teams sich sicher und wohl fühlen, profitieren auch wir als Unternehmen. Schließlich möchten wir gemeinsam innovative Ideen für morgen vorantreiben. Dazu gehören auch ein funktionierendes Gesundheitsmanagement sowie die Einhaltung aller geltenden Arbeitsschutz- und Sicherheitsstandards. Die gesetzlichen Vorschriften zum Arbeitsschutz sehen wir als Mindestanforderungen. Weitaus wichtiger sind uns die Sensibilisierung, die Prävention und die Eigenverantwortung aller.

Mit zahlreichen Initiativen unterstützen wir das betriebliche Gesundheitsmanagement:

- Teilnahme an Body-Fit- und Yoga-Kursen, Massageangeboten oder Firmenläufen
- schnelle Erstversorgung bei Unfällen am Arbeitsplatz durch eine große Anzahl an Ersthelfer:innen unter den Mitarbeitenden
- gesunde Ernährung mit täglicher, reichhaltiger Obstauswahl
- Angebot einer Gripeschutzimpfung sowie eine arbeitsmedizinische Augenvorsorgeuntersuchung für Bildschirmarbeitsplätze (G37)
- ergonomische Beratung zur Einrichtung des (Heim-)Arbeitsplatzes



SYZYG / Frankfurt und SYZYG Techsolutions / Bad Homburg

Unsere Pflicht zur Arbeitssicherheit

Jährlich führen unsere zuständige Abteilung People & Culture und die Arbeitssicherheitsbeauftragten in den jeweiligen Einheiten die Unterweisungen zur Arbeitssicherheit (ASU) und zum Gesundheitsschutz durch.

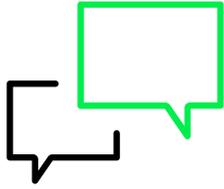
Dies ist verpflichtend und wird per E-Mail oder im Rahmen von Videokonferenzen an die Mitarbeitenden kommuniziert. Das begleitende Informationsmaterial mit wissenswerten Sicherheitshinweisen und Anforderungen können alle in unserem Intranet abrufen.

Wir gehen sogar noch weiter: Uns ist nämlich nicht nur das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden, sondern auch das ihrer Angehörigen wichtig. Aus diesem Grund bieten wir unseren Mitarbeitenden eine Beratungsstelle für persönliche, berufliche, gesundheitliche oder familiäre Fragen: Das Employee Assistance Program (EAP) bietet allen Mitarbeitenden eine kostenlose und vertrauliche psychologische, finanzielle oder rechtliche Beratung in einem persönlichen oder virtuellen Gespräch.

Als international tätiges Unternehmen mit Standorten in Deutschland, Großbritannien, Polen und den USA unterliegen wir den arbeitsrechtlichen Bestimmungen des jeweiligen Landes. Und überall halten wir natürlich die Rechte der Beschäftigten uneingeschränkt ein.



SYZYG GROUP



Wie wir unsere Talente inspirieren

Positive Digital Experience lebt von kreativen Ideen und fachlichem Know-how. Die Mitarbeitenden brauchen neben einem entspannten Arbeitsumfeld den gegenseitigen Austausch und auch persönliche Weiterbildung, um Großartiges leisten und wachsen zu können. Dies sind für uns elementare Bausteine des unternehmerischen Erfolgs.



Corinna Carstens
Director People & Culture

Frau Carstens, welche Möglichkeiten der Mitarbeitenden-Entwicklung bietet die SYZYGY GROUP an?

Von Beratung bis zu Technologien haben wir zahlreiche regelmäßige Fort- und Weiterbildungen und ermutigen alle Kolleg:innen, daran teilzunehmen. Wir setzen neben Veranstaltungen in Präsenz gerade in unserem digitalen Tätigkeitsfeld auf ein breites Angebot an Hybrid- und Online-Trainings und bieten ebenfalls Coachings an.

Jede und jeder soll Management-, Kreativ- oder Softskill-Kompetenzen erweitern können, um berufliche, aber auch persönliche Ziele zu erreichen. Ergänzend finden zweimal jährlich unsere Self-Growth-Retreats statt, bei denen etwa 30 Kolleg:innen aus allen Gesellschaften der Gruppe zusammenkommen.

Was wird dort genau gemacht?

Beim Retreat finden gemeinsame Workshops nach dem Konzept der „Total Fitness“ statt. Es geht darum, die persönlichen und beruflichen Erfahrungen zu reflektieren. Individuelles Coaching hilft den Kolleg:innen dabei, sich konkrete Ziele zu setzen und Wege zu ihrer Erreichung zu entwickeln. Sie lernen, wie sie sich Herausforderungen des täglichen Lebens stellen und diese souverän meistern können. Letztendlich steht dabei auch das lebenslange Lernen im Vordergrund.

Wo finden diese Veranstaltungen statt?

Die ausgewählten Locations für die Retreats liegen in Deutschland. Diese Entscheidung wurde hinsichtlich der weitestgehend klimafreundlichen An- und Abreise getroffen. Die Locations bewirten die Teilnehmenden darüber hinaus mit einem nachhaltigen, lokalen kulinarischen Konzept. Nachhaltigkeit ist uns einfach wichtig, und wir möchten mit gutem Beispiel vorangehen.



SYZYGY GROUP / Self-Growth-Retreat



Gibt es noch weitere Maßnahmen?

Unabhängig von unserer Basis an Fort- und Weiterbildungen führt jeder Standort außerdem noch eigene, Förder- und Entwicklungsprogramme durch. Dazu gehört etwa das Tech Camp 2023. Dies ist ein Generative-KI-Hackathon, bei dem 22 Kolleginnen und Kollegen innerhalb von zwei Tagen ein HR-Tool mit GenKI für die Personalbeschaffung entwickelten.

Interessant fand ich auch das Mentoring-Programm für gelebte Empathie und Emotionen am Arbeitsplatz bei SYZYGY Warschau und Ars Thanea, das sich auf die Prinzipien der gewaltfreien Kommunikation konzentrierte.

Tech Camp 2023



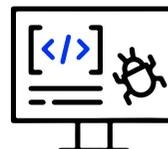
SYZYGY GROUP / Tech Camp



SYZYGY
warp

Wer unsere Trainings gibt?

Teilweise greifen wir auf externe Anbieter zurück, setzen aber auch stark auf die Informationsweitergabe durch Wissens-träger:innen in den eigenen Reihen. Ein Beispiel dafür ist auch der SYZYGY Warp Drive mit einem Warp Day für neue Mitarbeitende und Warp 5 für ein fachliches Deep Dive, bei denen Wissenswertes vorgestellt wird.



// SYZYGY Techsolutions Camp 2023

Soziale Belange

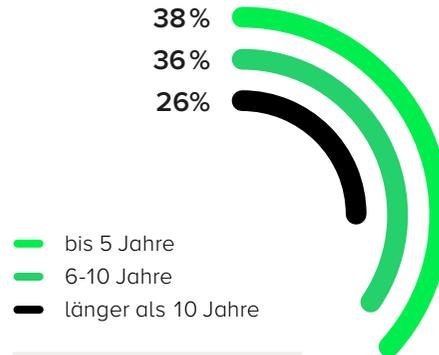


Wir setzen auf **langfristige Kundenbeziehungen und entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden innovative digitale Lösungen. Zudem übernehmen wir unternehmerische Verantwortung durch finanzielle Unterstützung sozialer und gemeinnütziger Organisationen.** Unsere Mitarbeiter engagieren sich ebenfalls in sozialen Projekten und tragen zur gesellschaftlichen Verantwortung bei.

Wir pflegen ein vertrautes Miteinander

Bei uns stehen die Kunden im Mittelpunkt. Gegenseitiges Verständnis und ein respektvolles Miteinander sind ein zentraler Erfolgsfaktor.

Wichtig ist uns auch der offene Austausch mit den Kunden. Wir haben ständig die Qualität der Zusammenarbeit im Blick, und die Kunden vertrauen auf unser Know-how. Dies alles spiegelt sich unter anderem in der Dauer der Kundenbeziehungen wider. Mit 80 unserer größten Kunden arbeiten wir seit vielen Jahren zusammen und erwirtschaften mit ihnen 96 Prozent unseres Gesamtumsatzes.



Dauer und Umsatzanteil der 80 größten Kunden

Wir setzen uns für die Gesellschaft ein

Unter Engagement für die Gesellschaft verstehen wir, ihr etwas zurückzugeben, um einen positiven Beitrag zu leisten.

NGOs und Wohltätigkeitsorganisationen, die sich für die Verbesserung der Gesundheit, der Bildung und den Schutz der Menschenrechte einsetzen, werden von uns aus eigener Initiative mit Geldspenden unterstützt. Dafür spendeten wir 2023 rund 12.800 Euro weltweit an Hilfsorganisationen (Human Rights), Umweltorganisationen sowie lokale Einrichtungen. Hilfsorganisationen, die wiederum lokale und überregionale Hilfsprojekte für Kinder und Jugendliche fördern, erhielten über 70 Prozent der Spenden.

Über diese monetären Mittel hinaus ermutigen wir unsere Mitarbeitenden, sich sozial zu engagieren, und stellen sie pro Jahr für bis zu zwei Social Days in Projekten ihrer Wahl frei.

Unternehmens- führung



Neben unserem aktiven Engagement für die Gesellschaft legen wir als SYZYGY GROUP **größten Wert auf die Einhaltung ethischer Standards, Gesetze und Vorschriften.**

Wir sind selbstverständlich compliant

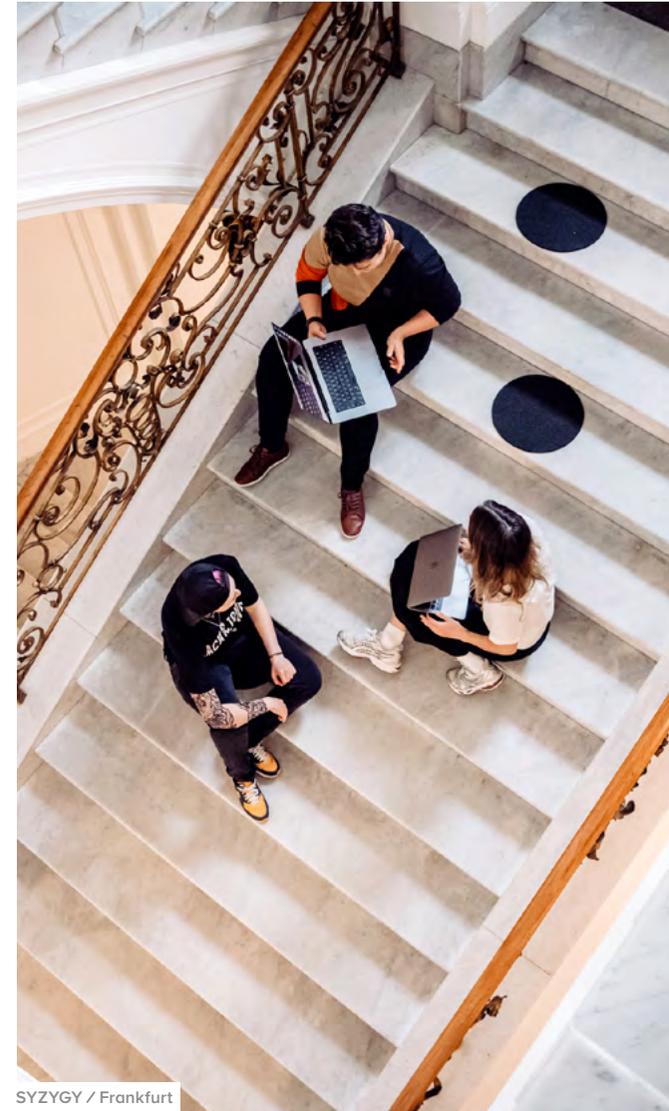
Verantwortungsvolles und rechtmäßiges Handeln sind Grundvoraussetzung für unseren unternehmerischen Erfolg – und daher von zentraler Bedeutung. Dazu gehören die Einhaltung aller relevanten Rechts- und Gesetzesgrundlagen durch ein effizientes Compliance-Management, die Gewährleistung von Datenschutz und

Informationssicherheit sowie die Schaffung einer Unternehmenskultur, die die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele sicherstellt.

Unsere langfristigen Ziele und die Auswirkungen unserer Entscheidungen auf die Zukunft des Unternehmens wägen wir sorgfältig ab und kommunizieren transparent unsere Werte und Pläne.

Ziele unserer Compliance-Arbeit:

- Früherkennung, Analyse und Bewertung von Compliance-Risiken
- Integration präventiver Maßnahmen in die Geschäftsprozesse zur Vermeidung von Compliance-Verstößen
- Minimierung von Haftungsrisiken für das Unternehmen
- Wahrnehmung als verlässlicher Partner bei Kunden und Geschäftspartnern
- konsequentes Vorbeugen, Erkennen und Reagieren auf Compliance-Herausforderungen
- Förderung einer starken Compliance-Kultur und ethischer Verhaltensstandards in der Organisation



Wir achten die Menschenrechte

Unternehmerischer Erfolg heißt für uns auch unternehmerische Sorgfaltspflicht, Fairness, Integrität und Schutz der Menschenrechte.

Dafür setzen wir uns als verantwortungsbewusstes internationales Unternehmen im Rahmen unseres Einflussbereichs aktiv ein. Wir respektieren die Menschenrechte, insbesondere das Recht auf faire Arbeitsbedingungen, Meinungsfreiheit und Schutz vor Zwangs- und Kinderarbeit.

Unser Handeln orientiert sich an unserem WPP-Human-Rights-Policy-Statement als Teil des WPP-Policy-Book, dessen Bestimmungen alle WPP-Unternehmen und auch wir übernommen haben. Diese beinhaltet internationale Standards und Prinzipien, wie die allgemeine Erklärung der Menschenrechte, die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte und die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO).

Unser Verhaltenskodex gegen Diskriminierung

Die Einhaltung der Menschenrechte sehen wir als unsere Verpflichtung an. Dies ist im SYZYGY GROUP Verhaltenskodex verankert, der für alle Mitarbeitenden in unseren Gesellschaften und alle Lieferanten gilt.

Wir dulden keine Beeinträchtigung von Menschenrechten, keine Diskriminierung und Arbeitspraktiken, die unseren Mitarbeitenden oder Kunden im Rahmen der Arbeit schaden könnten. Bisher wurde noch keiner unserer Standorte auf die Einhaltung der Menschenrechte überprüft, konkrete Ziele zur Einhaltung der Menschenrechte noch nicht formuliert – jedoch zielen unsere aufgestellten

Grundsätze bereits jetzt darauf ab, potenzielle Verstöße zu vermeiden, sensibel zu sein und Risiken frühzeitig zu erkennen.

In unserer Kultur der Integrität und Transparenz sollen Mitarbeitende, Partner:innen und Stakeholder mögliche Bedenken ohne Vorbehalte anonym äußern können. Verstöße gegen unseren Verhaltenskodex und sonstiges Fehlverhalten nimmt eine kostenlose und vertrauliche Hotline „Right to Speak“ auf, die von einem unabhängigen Dritten betrieben wird. Im Jahr 2023 wurde ein Vorfall registriert. Diesen haben wir nachverfolgt und gelöst.



Wir schützen Informationen und Daten

Unsere Kunden vertrauen auf unsere nachhaltigen Lösungen für Transformation, Marketing oder Business-Design – und natürlich auf unseren Umgang mit der Informationssicherheit und dem Datenschutz. Informationen und Daten sind schließlich 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, die sich mit der Frage befasst, 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, auf die Mitarbeitenden, Kunden und Liefernden oder auch auf Verbraucher:innen.

Wir haben uns verpflichtet, die geltenden Informations-, Daten- und Sicherheitsrichtlinien unserer Gruppe sowie den entsprechenden Verhaltenskodex einzuhalten.



Ars Thanea & SYZYGY / Polen

Unsere Aufklärungskampagne Safer Data

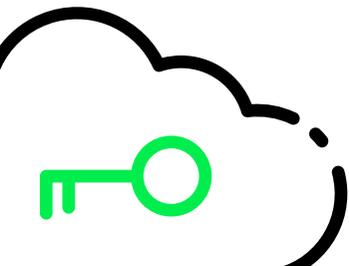
Alle Mitarbeitenden sollen sensibilisiert sein. Dies werden sie über eine WPP-Kampagne und eine Online-Plattform mit Informationen und Handlungsempfehlungen rund um die Themen Verhalten, Privatsphäre, Sicherheit und Datenschutz.

Außerdem gibt eine agile Informationssicherheits- und Datenschutzorganisation regelmäßig Schulungen, informiert und weist durch interne Audits auf relevante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag hin.

Wir bekämpfen Korruption und Bestechung

Für unsere Geschäftstätigkeit sind alle Gesetze des Kapitalmarktes, des Arbeitsrechtes sowie der Kommunikationsbranche relevant. Dazu gehören auch Initiativen und die Überwachung zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung.

Diese werden aktiv durch den Vorstand, die Geschäftsführung und die Verantwortlichen für People & Culture in den operativen Einheiten begleitet.



Der WPP-Verhaltenskodex mit ethischen Standards wird durch die Corporate-Responsibility-Richtlinien, und das WPP-Human-Rights-Policy-Statement ergänzt. Auch detaillierte Grundsätze zu Anti-Bestechungs- und Anti-Korruptionsmaßnahmen, Geschenken und Bewirtung sowie zum Einsatz von Berater:innen sind darin enthalten. Wir unterstützen keine Parteien, Politiker:innen oder Lobbyist:innen – weder durch Dienstleistungen noch durch Spenden.

Jedes Jahr unterzeichnen unsere Führungskräfte, unsere Geschäftspartner:innen und Zulieferer diesen Kodex und bestätigen damit, dass sie sich an dessen Prinzipien halten.

Alle Mitarbeitenden werden jährlich dazu geschult. Sie müssen die aktuellen Online-Trainings zu Datensicherheit, Anti-Bestechungs- und Anti-Korruptionsmaßnahmen sowie zum Verhaltenskodex absolvieren. Ihre Meinung, Beobachtungen, Verstöße und Bedenken können sie vertraulich und anonym über die Helpline „Right to Speak“ äußern.

Unsere Verantwortung im Umgang mit Generativer Künstlicher Intelligenz

Mit der GenKI begann für uns eine neue Ära in der Digitalisierungs- und Marketingbranche – deren positive Möglichkeiten wir nutzen, ohne die negativen Auswirkungen zu unterschätzen.

Mithilfe Künstlicher Intelligenz treiben wir Innovationen beim technologischen Fortschritt weiter voran. GenKI unterstützt unsere Nachhaltigkeitsbemühungen und hilft uns dabei, Aufgaben effizienter zu erledigen.

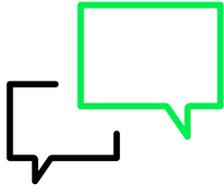
GenKI braucht aber auch Kontrolle und klare Regeln. Daher haben wir – unabhängig von der Europäischen KI-Regulierung („AI Act“) der Europäischen Union – eine Haltung und selbstverpflichtende Richtlinien für die Nutzung und die Entwicklung von Produkten mit GenKI aufgestellt. Grundsätzlich soll GenKI neue Leistungen ermöglichen und bestehende optimieren. Sie muss allerdings von Menschen kontrolliert, transparent und zielgerichtet eingesetzt und die generierten Ergebnisse müssen immer wieder aufs Neue objektiv bewertet werden. Dabei lernen auch wir kontinuierlich dazu.



Was ist Generative KI?

Generative KI ist ein Teilbereich der KI, der sich auf die Erstellung neuer Inhalte konzentriert. Sie wird als „generativ“ bezeichnet, weil sie Inhalte wie Text, Bilder, Musik oder sogar Videos generiert, die völlig neu sind und den Stil und das Aussehen der von Menschen erstellten Inhalte nachahmen können.

- 1 Generative KI **macht unsere Arbeit besser.**
- 2 Generative KI braucht **menschliche Supervision.**
- 3 Wir nutzen Generative KI **professionell.**
- 4 Wir nutzen Generative KI **transparent.**
- 5 Wir beurteilen Generative KI **objektiv.**
- 6 Wir **lernen fortlaufend** dazu.



Wir sind Teil der Lieferkette

Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) oder kurz Lieferkettengesetz nimmt Unternehmen in die Pflicht, faire Lieferketten nachzuweisen: **zum Schutz der Menschenrechte und der Umwelt**. Dieses Gesetz gilt seit Januar 2023 – und ab 2024 auch für in Deutschland ansässige oder niedergelassene Unternehmen, die mindestens 1.000 Beschäftigte haben. Durch die verabschiedete EU-Richtlinie* werden die bisherigen deutschen Vorgaben weiter verschärft.



Erwin Greiner
CFO
Vorstand SYZYGY GROUP

Herr Greiner, die SYZYGY GROUP hat etwas mehr als 600 Mitarbeitende. Warum betrifft Sie das LkSG trotzdem?

Das deutsche Gesetz trifft für uns weniger direkt als vielmehr indirekt zu. Als einer der führenden Beratungs- und Umsetzungspartner für Digital Experience betreuen und beraten wir renommierte Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitenden. Wir sind also ein Teil ihrer Lieferkette, was uns verpflichtet, unseren Kunden transparent Auskunft über die Einhaltung von Menschenrechten, Arbeitsschutz, Nachhaltigkeit und Umweltstandards zu geben.

Das neue EU-Lieferkettengesetz enthält noch strengere Vorgaben. Welche Auswirkungen hat das für Sie?

Bis die beschlossene EU-Richtlinie im nationalen Recht umgesetzt ist, wird es noch zwei Jahre dauern. Auf uns, d. h. die SYZYGY GROUP, hat dies jedoch keine grundlegenden Auswirkungen.

Warum nicht?

Für uns ist Compliance enorm wichtig, allein schon wegen unserer Reputation gegenüber unseren Kunden. Daher agieren wir strikt nach Gesetzen, Richtlinien und unserem freiwilligen Verhaltenskodex, dem WPP-Human-Rights-Policy-Statement, um Klima, Umwelt und Menschenrechte zu schützen. Außerdem arbeiten wir nicht mit Zulieferern etwa für IT-Equipment und auch keinen Freelancern zusammen, die dagegen verstoßen könnten.

Könnte sich trotzdem etwas ändern?

Ich gehe davon aus, dass das Thema Wesentlichkeit dann über die jetzige Compliance hinaus noch mehr an Bedeutung für uns als Unternehmen gewinnen wird.

* Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)

Über diesen Bericht

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

Dieser Nachhaltigkeitsbericht basiert auf der nichtfinanziellen Erklärung (NFE), die den gesetzlichen Vorgaben nach § 289 c-e HGB und § 315c HGB sowie Artikel 8 der Taxonomieverordnung über die Entwicklung und Fortschritte der Nachhaltigkeitshandlungsfelder der SYZYGY GROUP im Geschäftsjahr 2023 entspricht. Die NFE wurde vom Aufsichtsrat der Syzygy AG gemäß § 171 Abs. 1 AktG geprüft und gebilligt.

Der Geschäftsbericht 2023 inklusive des Lageberichts in der nichtfinanziellen Konzernklärung nach § 315c HGB2 wurde am 26. März 2024 veröffentlicht. 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 des 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 sind.

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

Klima und Umwelt

Die SYZYGY GROUP leistet ihren Beitrag, indem sie ihre Emissionen ermittelt, Vermeidungs- und Reduktionspotenziale identifiziert, Reduktionsziele festlegt sowie entsprechende Maßnahmen und Initiativen entwickelt und fördert.

Dies sind unsere Aktivitäten und Maßnahmen für einen verminderten ökologischen Fußabdruck:

Größte Einsparpotenziale von Emissionen	Reduktionsziele (Maßnahmen & Initiativen)	Zielerreichung gegenüber Vorjahr
Scope 1		
Unternehmenseigener Fuhrpark (Firmenfahrzeuge)	Reduzierung der Emissionen durch Elektrifizierung der Fahrzeugflotte bis 2025 (Klimaneutralität in Scope 1)	Reduktion der direkten Emissionen des Firmenfuhrparks: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -15 Prozent pro Mitarbeitendem: -13 Prozent 52 Prozent der Firmenfahrzeuge sind Elektro- oder Hybridfahrzeuge 24 Prozent davon sind reine Elektrofahrzeuge
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	Reduktion CO ₂ -Emissionen der eingekauften Wärme und Strom für den Eigenbedarf: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: +4 Prozent pro Mitarbeitendem: 0 Prozent 100 Prozent Treibhausgasneutralität bei den Strom-CO₂-Emissionen an allen Standorten
Scope 1 + 2		
		Reduktion der unternehmensweiten Scope-1- und Scope-2-Emissionen: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -4 Prozent pro Mitarbeitendem: -11 Prozent

Größte Einsparpotenziale von Emissionen	Reduktionsziele (Maßnahmen & Initiativen)	Zielerreichung gegenüber Vorjahr
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	Reduktion der CO ₂ -Emissionen bei der Anfahrt der Mitarbeitenden und Homeoffice: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -22 Prozent pro Mitarbeitendem: -26 Prozent
Eingekaufte elektronische Geräte	Reduktion von CO ₂ -Emissionen durch längere Nutzungsintervalle von elektronischen Geräten	Reduktion der CO ₂ -Emissionen von eingekauften elektronischen Geräten durch längere Nutzungsdauer: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -56 Prozent pro Mitarbeitendem: -67 Prozent
Geschäftsreisen	Reduktion von CO ₂ -Emissionen <ul style="list-style-type: none"> bei Geschäftsreisen durch verstärkte Nutzung der Bahn und Videokonferenzen der Flugmeilen im Vergleich zum Basisjahr 2019 um 50 Prozent 	Reduktion der CO ₂ -Emissionen von Geschäftsreisen gesamt: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -27 Prozent pro Mitarbeitendem: -33 Prozent Flugmeilen: <ul style="list-style-type: none"> gesamt: -24 Prozent pro Mitarbeitendem: -29 Prozent
Produkte und Dienstleistungen	Beratung der Kunden zur Reduzierung des CO ₂ -Ausstoßes im digitalen Ökosystem bei Projekten und Kampagnen	Durchführung einer umfassenden Portfolioanalyse, zur Reduktion von CO ₂ -Emissionen im digitalen Ökosystem. Veröffentlichung eines Whitepapers mit konkreten nachhaltigen Maßnahmen, um klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen für Kunden anzubieten.

Gesamtergebnis der Emissionsberechnung für die Geschäftsaktivitäten

CO ₂ (in Tonnen)	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emissionen in Tonnen pro Mitarbeitendem – gesamt*	1,23	1,74	-29%
Abs. CO ₂ -Emissionen in Tonnen – gesamt*	735,42	1.003,27	-25%

Die CO₂-Emissionen pro Mitarbeitendem basieren auf der durchschnittlichen Anzahl der Beschäftigten von 616 im Berichtsjahr bzw. 577 im Vorjahr.

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)	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 1) in t CO ₂ e – marketbased	42,02	49,35	-15%

Indirekte klimarelevante Emissionen (Scope 2)*

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

CO ₂ (in Tonnen)	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ e, Grüner Strom, Strom aus erneuerbaren Quellen – marketbased	0	0	0%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ e – Wärme	113,78	109,40	+4%
CO ₂ -Emission (Scope 2) in t CO ₂ e – eingekaufter Strom für Eigenbedarf (Fuhrpark)	0	3,35	-100%

Energieverbrauch (in kWh)	2023	2022	Veränd.
Heizung	596.264	565.111	6%
Strom	666.765	669.141	0%

Reduzierung von direkten und indirekten klimarelevanten Emissionen (Scope 1 und Scope 2)*

CO ₂ (in Tonnen)	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in t CO ₂ e pro Kopf, gesamt*	0,25	0,28	-11%
Abs. CO ₂ -Emissionen (Scope 1+2) in t CO ₂ e, gesamt*	155,80	162,10	-4%

* GHG-Protokoll

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 gehörten Emissionen aus Flugreisen, Bahnreisen oder Hotelaufenthalten.

CO ₂ (in Tonnen)	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Pendelverkehr der Mitarbeitenden in t CO ₂ e	330,99	422,88	-22%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus eingekauften Gütern und Dienstleistungen in t CO ₂ e	69,06	157,67	-56%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Brennstoff- und energiebezogenen Emissionen in t CO ₂ e	82,86	107,65	-23%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus Geschäftsreisen in t CO ₂ e	106,92	145,62	-27%

* GHG-Protokoll

Flugreisen	2023	2022	Veränd.
Dienstreisen mit dem Flugzeug (in Meilen)	274.973	363.524	-24%
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), aus geschäftl. Flugreisen in t CO ₂ e	65,70	112,40	-42%

Einsatz von erneuerbaren und nicht erneuerbaren Materialien

Druckprodukte	2023	2022	Veränd.
CO ₂ -Emissionen (Scope 3), Druckprodukte in t CO ₂ e	1,15	0,67	72%

Reduzierung des Müllverbrauchs und Mülltrennung

Abfall (in kg)	2023	2022	Veränd.
Mobiltelefone	2	12	-83%
Drucker- und Tonerpatronen	30	39	-23%
Papier und Pappe	4.082	3.475	17%
Computer-Equipment	389	898	-57%
Gelbe Tonne/Grüner Punkt und Restmüll	4.690	6.356	-26%

Umsätze aus taxonomiefähigen und -konformen Wirtschaftstätigkeiten

1	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)										18	19	20
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17						
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	Umsatz Gesamt	Anteil Umsatz	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Soziale Mindeststandards	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) Umsatz 2022	„Kategorie (ermöglichende Tätigkeiten)“	„Kategorie (Übergangstätigkeiten)“			
	TEUR	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																						
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																						
Umsatz ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)	0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	0%					
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																						
Umsatz taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)	0	0%																				
Umsatz taxonomiefähiger Tätigkeiten (Gesamt A.1 + A.2)	0	0%															0%					
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																						
Umsatz nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)	71.742	100%																				
Gesamt A + B	71.742	100%																				

Bedeutungen der Abkürzungen:

J – Ja, taxonomiefähige und mit dem relevanten Umweltziel taxonomiekonforme Tätigkeit

N – Nein, taxonomiefähige, aber mit dem relevanten Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

N/EL – „not eligible“, für das jeweilige Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

E – ermöglichende Tätigkeiten

T – Übergangstätigkeiten

Kennzahlen Investitionsausgaben (CapEx)

1	2	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag						DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)										18	19	20
		3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17						
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	CapEx Gesamt	Anteil CapEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Soziale Mindeststandards	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) CapEx 2022	„Kategorie (ermöglichte Tätigkeiten)“	„Kategorie (Übergangstätigkeiten)“			
		TEUR	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																						
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																						
CapEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	0%					
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																						
Beförderung mit Motorrädern, Personenkraftwagen und leichten Nutzfahrzeugen	6.5	96	5%																			
Erwerb von Eigentum an Gebäuden	7.7	851	45%																			
CapEx taxonomiefähiger, aber nicht ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten) (A.2)		946	50%																			
CapEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (Gesamt A.1 + A.2)		946	50%														0%					
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																						
CapEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		941	50%																			
Gesamt A + B		1.887	100%																			

Bedeutungen der Abkürzungen:

J – Ja, taxonomiefähige und mit dem relevanten Umweltziel taxonomiekonforme Tätigkeit

N – Nein, taxonomiefähige, aber mit dem relevanten Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

N/EL – „not eligible“, für das jeweilige Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

E – ermöglichende Tätigkeiten

T – Übergangstätigkeiten

Kennzahlen Betriebsausgaben (OpEx)

1	2023		Kriterien für einen wesentlichen Beitrag							DNSH-Kriterien („Keine erhebliche Beeinträchtigung“)										18	19	20
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17						
Wirtschaftstätigkeiten	Nummer	OpEx Gesamt	Anteil OpEx	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Klimaschutz	Anpassung an den Klimawandel	Wasser- und Meeresressourcen	Kreislaufwirtschaft	Umweltverschmutzung	Biodiversität	Soziale Mindeststandards	Anteil taxonomiekonformer (A.1) oder taxonomiefähiger (A.2) OpEx 2022	„Kategorie (ermöglichende Tätigkeiten)“	„Kategorie (Übergangstätigkeiten)“			
		TEUR	%	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	J/N	%	E	T			
A. Taxonomiefähige Tätigkeiten																						
A.1 Ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (taxonomiekonform)																						
OpEx ökologisch nachhaltiger Tätigkeiten (taxonomiekonform) (A.1)		0	0%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	0%					
A.2 Taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiekonforme Tätigkeiten)																						
OpEx taxonomiefähige, aber nicht ökologisch nachhaltige Tätigkeiten (nicht taxonomiefähige Tätigkeiten) (A.2)		0	0%																			
OpEx taxonomiefähiger Tätigkeiten (Gesamt A.1 + A.2)		0	0%														0%					
B. Nicht taxonomiefähige Tätigkeiten																						
OpEx nicht taxonomiefähiger Tätigkeiten (B)		-428	100%																			
Gesamt A + B		-428	100%																			

Bedeutungen der Abkürzungen:

J – Ja, taxonomiefähige und mit dem relevanten Umweltziel taxonomiekonforme Tätigkeit

N – Nein, taxonomiefähige, aber mit dem relevanten Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

N/EL – „not eligible“, für das jeweilige Umweltziel nicht taxonomiekonforme Tätigkeit

E – ermöglichende Tätigkeiten

T – Übergangstätigkeiten

Umsatzanteil aus taxonomiefähigen und -konformen Wirtschaftstätigkeiten

	Umsatzanteil / Gesamtumsatz	
	Taxonomie-konform je Ziel	Taxonomie-fähig je Ziel
Klimaschutz (CCM)	0%	0%
Anpassung an den Klimawandel (CCA)	0%	0%
Wasser (WTR)	0%	0%
Kreislaufwirtschaft (CE)	0%	0%
Umweltverschmutzung (PPC)	0%	0%
Biologische Vielfalt (BIO)	0%	0%

CapEx-Anteil aus taxonomiefähigen und -konformen Wirtschaftstätigkeiten

	Investitionsausgaben (CapEx) Anteil / Gesamt-Investitionsausgaben (CapEx)	
	Taxonomie-konform je Ziel	Taxonomie-fähig je Ziel
Klimaschutz (CCM)	0%	50%
Anpassung an den Klimawandel (CCA)	0%	0%
Wasser (WTR)	0%	0%
Kreislaufwirtschaft (CE)	0%	0%
Umweltverschmutzung (PPC)	0%	0%
Biologische Vielfalt (BIO)	0%	0%

OpEx-Anteil aus taxonomiefähigen und -konformen Wirtschaftstätigkeiten

	OpEx-Anteil / Gesamt-OpEx	
	Taxonomie-konform je Ziel	Taxonomie-fähig je Ziel
Klimaschutz (CCM)	0%	0%
Anpassung an den Klimawandel (CCA)	0%	0%
Wasser (WTR)	0%	0%
Kreislaufwirtschaft (CE)	0%	0%
Umweltverschmutzung (PPC)	0%	0%
Biologische Vielfalt (BIO)	0%	0%

Tätigkeiten im Bereich Kernenergie und fossiles Gas

Tätigkeiten im Bereich Kernenergie

Das Unternehmen ist im Bereich Erforschung, Entwicklung, Demonstration und Einsatz innovativer Stromerzeugungsanlagen, die bei minimalem Abfall aus dem Brennstoffkreislauf Energie aus Nuklearprozessen erzeugen, tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau und sicheren Betrieb neuer kerntechnischer Anlagen zur Erzeugung von Strom oder Prozesswärme – auch für die Fernwärmeversorgung oder industrielle Prozesse wie die Wasserstofferzeugung – sowie bei deren sicherheitstechnischer Verbesserung mithilfe der besten verfügbaren Technologien tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im sicheren Betrieb bestehender kerntechnischer Anlagen zur Erzeugung von Strom oder Prozesswärme – auch für die Fernwärmeversorgung oder industrielle Prozesse wie die Wasserstofferzeugung – sowie bei deren sicherheitstechnischer Verbesserung tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein

Tätigkeiten im Bereich fossiles Gas

Das Unternehmen ist im Bau oder Betrieb von Anlagen zur Erzeugung von Strom aus fossilen gasförmigen Brennstoffen tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau, in der Modernisierung und im Betrieb von Anlagen für die Kraft-Wärme/Kälte-Kopplung mit fossilen gasförmigen Brennstoffen tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein
Das Unternehmen ist im Bau, in der Modernisierung und im Betrieb von Anlagen für die Wärmegewinnung, die Wärme/Kälte aus fossilen gasförmigen Brennstoffen erzeugen, tätig, finanziert solche Tätigkeiten oder hält Risikopositionen im Zusammenhang mit diesen Tätigkeiten.	nein

Gemäß der Delegierten Verordnung (EU) 2022/1214 ist die SYZYG GROUP darüber hinaus verpflichtet, spezifische Angaben zu wirtschaftlichen Aktivitäten in den Bereichen Kernenergie und fossile Brennstoffe zu machen. Die detaillierten Offenlegungsanforderungen gemäß Anhang XII der Delegierten Verordnung sind auf die SYZYG GROUP nicht anwendbar.

Daten und Fakten

Mitarbeitende

Es ist uns besonders wichtig, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das sich durch Partizipation, Fairness und Vielfalt auszeichnet und flexible und partizipative Arbeitsmodelle fördert.

Geschlechterparität

Geschlecht	2023	2022	Veränd.
Frauen	51%	49%	+2pp
Männer	49%	51%	-2pp

Alter Kontrollorgane	2023		2022	
	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%

Frauenanteil in Führungspositionen

Frauenanteil	2023	2022	Veränd.
Aufsichtsrat	33%	33%	0pp
Vorstand	33%	33%	0pp
Mitarbeitende Frauen in Führungspositionen	35%	35%	0pp

Altersverteilung

Altersstruktur	2023	2022	Veränd.
19 Jahre und jünger	–	–	–
20-29 Jahre	38%	35%	+3pp
30-39 Jahre	38%	41%	-2pp
40-49 Jahre	20%	19%	+1pp
50-59 Jahre	4%	4%	0pp
älter als 60 Jahre	0%	0%	0pp

Entwicklung der Zahlen der Mitarbeitenden

Anzahl	2023	2022	Veränd.
Deutschland	478	462	+4%
Großbritannien & USA	43	63	-32%
Polen	68	79	-14%
Gesamt	589	604	-3%

Vollzeit, Teilzeit, Auszeit

	2023	2022	Veränd.
Teilzeitverträge	19%	15%	+4pp

Ausbildungs- und Praktikumsstellen

	2023	2022	Veränd.
Ausbildungsstellen	16	15	+7%
Praktikumsstellen	82	91	-10%

Daten und Fakten

Soziale Belange

Im Mittelpunkt der sozialen Belange stehen die Beziehungen zu den Kunden und das soziale Engagement. Unternehmerische Verantwortung bedeutet für die SYZYGY GROUP, einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Beziehungen zu Kunden

Dauer und Umsatzanteil	2023	2022	Veränd.
bis 5 Jahre	38%	31%	+7pp
6-10 Jahre	36%	32%	+4pp
länger als 10 Jahre	26%	37%	-11pp

Gesellschaftliches Engagement

In EUR	2023	Anteil	2022	Veränd.
Bildung	–	0%	–	–
Kunst	–	0%	–	–
Gemeinwesen	9.168	71%	4.453	+106%
Gesundheit	–	0%	2.457	-100%
Umwelt	3.040	24%	3.500	-13%
Human Rights	632	5%	13.445	-95%
Diversity, Equity & Inclusion	–	0%	2.516	-100%
Gesamt	12.840	100%	26.375	-51%



sü - se - dschi



Eine Syzygy (ausgesprochen sü-se-dschi) ist übrigens ein Fachbegriff aus der Astronomie und meint beispielsweise eine Sonnenfinsternis. Er bezeichnet eine Konstellation, bei der drei Himmelskörper auf einer Linie ausgerichtet sind, also z. B. wenn der Mond zwischen Erde und Sonne steht. Ein einzigartiges Erlebnis, so wie mit der SYZYGY GROUP, wenn wir unsere Expertise in Technologie, Design und Strategie zusammenbringen.

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-group.net
syzygy-group.net

Vorsitzende des Aufsichtsrats
Antje Neubauer

Vorstand
Frank Wolfram (CEO)
Erwin Greiner (CFO)
Frank Ladner (CTO)

Text / Redaktion
SYZYGY GROUP

Fotografie / Credits
SYZYGY GROUP, Adobe Stock, KLIM, Martina van Kann, Philipp Czampiel, Ruben Rheintländer, Kolleg:innen der SYZYGY GROUP wie Nina Pfaff, Aneta Węstawska, Benjamin Heindorf uvm.



SYZYGY GROUP



syzygy-group.net