

Entsprechenserklärung: SYZYG AG

Berichtsjahr 2016

Leistungsindikatoren-Set GRI 4

Kontakt SYZYG AG
Erwin Greiner
Horexstraße 28
61352 Bad Homburg v.d.H.
Deutschland
+49 6172 9488 100
e.greiner@syzygy.de

Allgemeine Informationen

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

Die SYZYGY Gruppe ist ein international tätiger Kreativ-, Technologie- und Medienanbieter rund um digitales Marketing. 2016 beschäftigte der Konzern ca. 600 Personen an Standorten in Deutschland, Großbritannien, Polen und den USA.

Zum Konzern gehören neben der SYZYGY AG als Holding zehn Tochtergesellschaften:

Ars Thanea S.A., Catbird Seat GmbH, Hi-ReS! Berlin GmbH, Hi-ReS! London Ltd, SYZYGY Deutschland GmbH, SYZYGY Digital Marketing Inc., SYZYGY Media GmbH, SYZYGY UK Ltd, Unique Digital Marketing Ltd sowie USEEDS* GmbH.

Die operativen Einheiten der SYZYGY Gruppe decken die komplette Wertschöpfungskette im digitalen Marketing ab: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung von Markenplattformen, Business Applikationen, Websites, Hosting, digitalen Kampagnen und Mobile Apps. Einen bedeutenden Geschäftsbereich stellen darüber hinaus Online Marketing-Services wie Mediaplanung, Suchmaschinenmarketing und -optimierung sowie Affiliate Programme dar. Überdies unterstützt SYZYGY Kunden im Bereich Customer Experience und Usability und begleitet sie durch alle Phasen des User Centered Design Prozesses. Digitale Illustrationen und Animationen sowie die Entwicklung von Spielen für Smartphones und Tablets komplettieren das Serviceangebot.

Die Schwerpunkte liegen in den Branchen Automobil, Telekommunikation/IT, Konsumgüter und Finanzdienstleistungen.

Geschäftsergebnisse

Die gemäß IFRS einbezogenen Konzerngesellschaften erzielten im vergangenen Geschäftsjahr Umsatzerlöse in Höhe von EUR 64,3 Mio. und ein operatives Ergebnis von rund EUR 5,6 Mio. Das Finanzergebnis betrug EUR 1,3 Mio. Nach Abzug von Steuern verbleibt ein Konzernergebnis von EUR 5,1 Mio.

Aktionärsstruktur

Größter Anteilseigner der SYZYGY AG ist der WPP Konzern. WPP hält insgesamt 51,78 Prozent der SYZYGY Aktien. Der Freefloat belief sich zum 31. Dezember 2016 auf 47,6 Prozent. Die SYZYGY AG hält zudem noch 0,62 Prozent eigene Aktien.

Lage des Unternehmens | Auswirkungen seiner Tätigkeit

Weiter Informationen zu Lage des Unternehmens und Auswirkungen zu Tätigkeiten der SYZYGY AG: SYZYGY Geschäftsbericht 2016: [Konzernlagebericht: Grundlagen des Konzerns](#)

Anmerkungen:

Die Entsprechenserklärung 2016 der SYZYGY Gruppe bezieht sich erstmalig auf das Kalenderjahr 2016. Zukünftig wird diese in einem jährlichen Zyklus publiziert.

Kriterien 1–10: Nachhaltigkeitskonzept

Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

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

Eine nachhaltige Entwicklung ist für die SYZYGY AG von höchster Bedeutung, und wir verstehen sie als kontinuierlichen Prozess. Nachhaltiges Handeln heißt für uns verantwortungsvolle Zukunftsgestaltung.

Unsere Leistungen sollen nicht nur von Nutzen für unsere Kunden, Mitarbeiter und weitere Stakeholder sein, sondern auch eine positive gesellschaftliche und ökologische Wirkung entfalten.

Strategische Grundentscheidungen

Strategische Grundentscheidungen der Unternehmensgruppe werden vierteljährlich im Rahmen von Management-Meetings getroffen und überprüft. Sie orientieren sich grundsätzlich am Ziel einer nachhaltig positiven Geschäftsentwicklung der Unternehmensgruppe. So sichern wir den dauerhaften Bestand des Unternehmens und damit eine Vielzahl von attraktiven Arbeitsplätzen. Ein besonders wichtiger Faktor für eine nachhaltige Entwicklung ist unsere Innovationsfähigkeit, denn digitales Marketing unterliegt einem permanenten Wandel.

Risiken und Chancen

Ein funktionsfähiges Chancen- und Risiko-Management-System ist ein wichtiges Element nachhaltiger Unternehmensführung. Der Vorstand der SYZYGY AG stellt sicher, dass Chancen

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>.
Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

nicht nur erkannt, sondern auch genutzt werden. Um negativen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage frühzeitig entgegenwirken zu können, überwacht er gleichzeitig die Risiken.

Corporate Governance

Der Vorstand und der Aufsichtsrat berichten jährlich gemäß § 161 AktG über die Unternehmensführung sowie über die Corporate Governance der SYZIGY AG. Diese richtet sich nach dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK), der international anerkannte Grundsätze zur verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung und –überwachung vorschreibt.

Stakeholder Dialog

Den Dialog mit unseren Stakeholdern, zu ihnen zählen u.a. Kunden, Mitarbeiter, Investoren, Analysten und Anteilseigner, verstehen wir als wichtiges Instrument, mit dem wir Anregungen für die strategische Ausrichtung des Unternehmens und Hinweise auf das Risiko-Management gewinnen. (siehe auch DNK-Kriterium 9)

Zudem orientiert sich die SYZIGY AG an den prioritären Nachhaltigkeitsthemen des Mehrheitseigners WPP und hat folgende strategische Handlungsfelder definiert:

- Kundenbeziehungen
- Mitarbeiter
- Wachstum und Entwicklung im Konzern
- Wirtschaftlichkeit
- Umweltschutz
- Unternehmensführung

Darüber hinaus fließen soziale, ökologische und ethische Risiken in den Prozess der Risikoidentifikation der WPP Gruppe in das Risikomanagement und die Prozessüberwachung der SYZIGY AG ein.

Weiterführende Informationen:

- [SYZIGY Geschäftsbericht 2016](#)
- [Lagebericht: Risiken und Chancen der zukünftigen Geschäftsentwicklung](#)
- [Corporate Governance bei der SYZIGY AG](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Governance & management / Assessing and managing our risk](#)

2. Wesentlichkeit

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

Die wesentlichen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Aspekte der Nachhaltigkeit der SYZIGY Gruppe ruhen auf drei Säulen und spielen eine zentrale Rolle bei der Verfolgung der Unternehmensziele:

Attraktivität als Arbeitgeber: Als Dienstleistungsunternehmen beruht die Leistungsfähigkeit des Konzerns maßgeblich auf der Kompetenz und dem Engagement seiner Mitarbeiter. Um sie zu halten und neue Talente zu gewinnen, ist SYZIGY bestrebt, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein interessantes, abwechslungsreiches und angenehmes Arbeitsumfeld zu bieten. Hierzu gehören unter anderem regelmäßige interne und externe Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, attraktive Standorte, eine inspirierende Arbeitsumgebung, eine offene, kommunikative Führungskultur und flexible Arbeitszeitmodelle.

Geschäftschancen: Mit der kontinuierlichen Verbesserung unserer Nachhaltigkeits-Performance entsprechen wir nicht nur den Erwartungen unserer Kunden. Sie eröffnet uns darüber hinaus neue Geschäftschancen. So ist der Nachweis eines aktiven Engagements in verschiedenen Bereichen der Nachhaltigkeit (vor allem Datensicherheit und Datenschutz) bei einer zunehmenden Anzahl von Ausschreibungsverfahren gefragt.

Risiko-Management: Ein verbindendes Werteverständnis und einheitliche ethische Standards bei Kunden, Mitarbeitern, Zulieferern, dem Management und Stakeholder sowie der verantwortungsvolle Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen schützen die Reputation der SYZIGY Gruppe. So werden Kosten sowie finanzielle, rechtliche und operative Risiken gesenkt. Das Image der SYZIGY Gruppe wird zudem durch die Unterstützung gemeinnütziger Zwecke positiv beeinflusst.

Ein funktionierendes Risiko- und Chancen-Management-System ist ein wichtiges Element unserer nachhaltigen Unternehmensführung.

3. Ziele

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

Die SYZIGY AG verfolgt in den unter DNK-Kriterium 1 (siehe oben) genannten sechs strategischen Handlungsfeldern folgende Ziele:

Kundenbeziehungen

Zu unseren wichtigsten Zielen zählt die Zufriedenheit unserer Kunden, die die Basis für den langfristigen Erfolg der SYZIGY Gruppe darstellt. Wir pflegen einen sehr offenen Austausch mit unseren Kunden, um die Qualität der Zusammenarbeit permanent im Blick zu haben. Ein Umfragesystem zur datengestützten Ermittlung der Kundenzufriedenheit ist in Arbeit.

Kundenzufriedenheit spiegelt sich in der Dauer der Kundenbeziehungen wider. Dauer und Umsatzanteil bei unseren 80 größten Kunden verteilten sich 2016 wie folgt:

- bis zu 5 Jahre: 48 Prozent des Umsatzes
- 6 bis 10 Jahre: 26 Prozent des Umsatzes
- länger als 10 Jahre: 26 Prozent des Umsatzes

52 Prozent des Umsatzes, den wir 2016 mit den 80 größten Kunden erzielt haben, kommen also von Unternehmen, die seit mehr als fünf Jahren Kunde sind.

Für unsere Kunden hat Datenschutz hohe Priorität, insbesondere wenn im Rechenzentrumsbetrieb Kundendaten oder personenbezogene Daten von Kunden unserer Kunden vorgehalten werden. Die SYZIGY AG erfüllt hohe Anforderungen an Datenschutz; ein Datenschutzbeauftragter und Informationssicherheitsbeauftragter stellen die Vertraulichkeit von Daten sicher. Im Rahmen von Konzernprüfungen durch die WPP-Revision wird die Datensicherheit für Kunden zusätzlich kontrolliert.

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>. Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Mitarbeiter

Wir sind leistungsfähig, weil unsere Mitarbeiter Kompetenz und Engagement zeigen. Die Aus- und Fortbildung hat aufgrund des stetigen Wandels der Anforderungen einen besonders hohen Stellenwert. Daher bietet SYZYGY in Form interner und externer Aus- und Weiterbildungen, dem Angebot von Trainee-Stellen und einem fortlaufenden „Training on the job“ umfassende Möglichkeiten, die Qualifikation zu erhöhen oder auf hohem Niveau zu halten.

Wir bieten unseren Mitarbeitern umfangreiche Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, veranstalten regelmäßige Team-Events und bieten weitere Zuwendungen wie kostenfreies Obst, Wasser und Kaffee. Die Gesundheit unserer Mitarbeiter wird durch das Angebot sportlicher Aktivitäten wie zum Beispiel Lauftreffs und gemeinsamen Gruppen-Events gefördert.

Die gruppenweite Mitarbeiterzufriedenheit werden wir zukünftig in jährlichen Befragungen erfassen.

Ein Indikator für unsere Mitarbeiterzufriedenheit ist die Betriebszugehörigkeit, die sich 2016, 21 Jahre nach Gründung des Unternehmens, wie folgt aufgliedert:

- bis 5 Jahre: 81,5 Prozent
- 6 bis 10 Jahre: 12,5 Prozent
- länger als 10 Jahre: 6 Prozent

Wachstum und Entwicklung im Konzern

Wir stärken unser Kerngeschäft, indem wir das breite Portfolio an Dienstleistungen nutzen, um auch bei großen Ausschreibungen wettbewerbsfähig zu bleiben. Um unseren Kunden ganzheitliche Lösungen anbieten zu können, bilden wir die gesamte digitale Wertschöpfungskette ab. Durch gezielte Zukäufe verstärken wir uns im Bereich der Beratungs- und Strategie-Kompetenz und entwickeln so die Gesellschaften organisch weiter. Unser Fokus liegt dabei auf dem deutschen Kernmarkt.

Wirtschaftlichkeit

Wir wollen die Finanzkraft der SYZYGY Gruppe auf hohem Niveau halten und den Unternehmenswert langfristig steigern, die Umsatzerlöse organisch und/oder anorganisch erhöhen und unsere Dienstleistungen optimieren. Wir gehen davon aus, die Umsatzerlöse im laufenden Geschäftsjahr 2017 zu erhöhen. Das operative Ergebnis (EBIT) wird leicht überproportional zu den Umsatzerlösen steigen. Alle Segmente werden dabei in ähnlichem Umfang zum Wachstum beitragen.

Umweltschutz

Der verantwortungsvolle Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen ist ein wichtiges Ziel, wenn es auch für einen Dienstleister im Vergleich zu Produktionsunternehmen von untergeordneter Relevanz ist. In den kommenden Berichtsperioden wollen wir durch eine entsprechende Datenerfassung die relevanten Kennzahlen und Emissionen gruppenweit darstellen.

Im Mittelpunkt der Klimastrategie stehen folgende Bereiche:

- Verbesserung der Energieeffizienz in unseren Gebäuden und der genutzten Informationstechnologie;
- Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen;
- Reduzierung von Reisen, insbesondere Flügen, bzw. Verlagerung auf die Bahn;
- Schonung von natürlichen Ressourcen, z.B. Papier.

Das erklärte Ziel von WPP im Zusammenhang mit dem Klimawandel besteht darin, den CO₂-Ausstoß pro Kopf bis 2020 auf 1,8 Tonnen zu senken. Bezogen auf das Basisjahr 2006 entspricht dies einer Reduzierung von 47 Prozent. Ende 2016 lag der Wert bereits bei 1,86 Tonnen beziehungsweise 45 Prozent (Stand: 31.12.2016).

Die SYZYGY AG trägt durch zahlreiche Maßnahmen zur Erreichung der Ziele der WPP Gruppe bei (siehe DNK-Kriterien 11 bis 13). Zentrale Nachhaltigkeitskennzahlen werden quartalsweise an den Mutterkonzern berichtet und sind Bestandteil des Nachhaltigkeitsberichts der WPP Gruppe. Der CO₂-Ausstoß pro Kopf der SYZYGY Gruppe belief sich im Jahr 2016 auf 1,3 Tonnen CO₂ und liegt damit schon unter dem von WPP erklärten Ziel für 2020.

Unternehmensführung

Die Organe der SYZYGY AG fördern eine vertrauensvolle, am Nutzen von Anteilseignern, Mitarbeitern und Kunden orientierte Unternehmensführung. Ebenso werden Richtlinien und Vorgaben der WPP Gruppe zur Umsetzung guter Unternehmensführung beachtet.

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

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

Als Dienstleistungsunternehmen im Bereich des digitalen Marketings und Kommunikation erbringen wir den größten Teil der Wertschöpfung selbst. Wir versuchen, alle Stufen der Wertschöpfungskette gemäß unseren Nachhaltigkeitsrichtlinien zu gestalten. Aufgrund der geringen Fertigungstiefe im Gegensatz zu produzierenden Unternehmen und der geringen internationalen Verflechtung möglicher Leistungsbeziehungen ist das Lieferkettenmanagement für SYZYGY ein untergeordnetes Kriterium.

Die Wertschöpfungskette kann – je nach Projekt - von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung von Markenplattformen, Business Applikationen, Websites, Hosting, digitalen Kampagnen und Mobile Apps reichen. Nach Bedarf kooperieren wir mit externen Dienstleistern wie Druckereien oder spezialisierten Anbietern in den Bereichen Kreation und Technologie. Dabei wählen wir primär räumlich benachbarte Dienstleister aus, die zudem selbst die entsprechenden Nachhaltigkeitsprinzipien befolgen.

Unsere Führungskräfte sowie unsere Geschäftspartner und Zulieferer sind angehalten, den WPP-Verhaltenskodex zu unterzeichnen und damit zu bestätigen, dass sie sich an dessen Prinzipien und Grundsätze halten.

Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Innerhalb des Vorstandes der SYZYGY AG zeichnet der Chief Financial Officer (CFO) Erwin Greiner für das Thema Nachhaltigkeit verantwortlich. Gemeinsam mit seinem Nachhaltigkeitssteam legt er die Strategie fest. Der Bereich Finance überwacht die Leistungsdaten und steht den Tochtergesellschaften in allen Nachhaltigkeitsfragen zur Verfügung. Innerhalb der WPP Gruppe ist deren Vorstand, Group Finance Director Paul Richardson, für das Thema Nachhaltigkeit verantwortlich.

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>. Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Governance & management/Roles and responsibilities](#)

6. Regeln und Prozesse

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

Unser Finance-Team überwacht die Ergebnisse und Fortschritte in den Bereichen Umwelt und Soziales über Kennzahlen. Diese Daten werden vierteljährlich innerhalb der SYZIGY Gruppe und der WPP Gruppe erhoben. Erwin Greiner, CFO der SYZIGY AG, nimmt das Reporting der zentralen Nachhaltigkeitskennzahlen an WPP vor. Bei WPP legt ein zentrales Nachhaltigkeitsteam die übergreifende Strategie und entsprechende Richtlinien fest. Außerdem kontrolliert es die konzernweiten Nachhaltigkeitskennzahlen und unterstützt die WPP-Gesellschaften bei der Umsetzung von Maßnahmen und Projekten. Zudem kommuniziert das Nachhaltigkeitsteam Fortschritte intern wie extern und arbeitet eng mit relevanten Konzernfunktionen zusammen (beispielsweise Human Resources, Rechtsabteilung, Immobilien, IT und Einkauf). Die einzelnen WPP-Gesellschaften, somit auch SYZIGY, können auch detailliertere Richtlinien umsetzen.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Governance & management/Roles and responsibilities](#)

7. Kontrolle

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

Der WPP Sustainability Report 2016/2017 orientiert sich an dem international anerkannten Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI) und wurde in [Übereinstimmung mit dem „Core“-Umfang nach GRI G4](#) erstellt. Die relevanten Daten werden vierteljährlich im Rahmen des Rechnungslegungsprozesses der WPP Gruppe erhoben. [In diesem Zuge erhebt die SYZIGY AG gruppenweit eigens definierte Daten](#) und liefert entsprechende Daten der WPP Gruppe zu.

Die Daten zum Carbon Footprint sowie eine Auswahl an Mitarbeiter- und Umweltkennzahlen im WPP Sustainability Report 2016/2017 wurden durch Bureau Veritas, einem der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Konformitätsprüfung und Zertifizierungsleistungen, geprüft.

Die CO₂-Bilanz pro Mitarbeiter wird auf Basis von Vollzeitäquivalenten berechnet. Der Datenteil des WPP Sustainability Report 2016/2017 enthält wichtige übergreifende Kennzahlen sowie Mitarbeiter- und Umweltkennzahlen, die den Zeitraum von 2011 bis 2016 abdecken.

Im Jahr 2015 ist WPP darüber hinaus dem UN Global Compact beigetreten. Die Fortschrittsmitteilung zu den zehn Prinzipien des Global Compact ist Teil des WPP Sustainability Report 2016/2017.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [About this report](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data Summary](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Independent Verification Statement](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [United Nations Global Compact Index](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table](#)

Die Datenerhebung erfolgt bei SYZIGY erstmalig im Jahr 2016, so dass noch keine Vergleichszahlen mehrerer Perioden und Entwicklungswerte vorliegen.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator G4-56

Beschreiben Sie die Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation. [Link](#)

Der WPP-Verhaltenskodex, die CR-Politik von WPP sowie das WPP Human Rights Policy Statement geben unseren Mitarbeitern Orientierung beim Umgang mit ethischen, sozialen und ökologischen Themen. Diese Richtlinien, die regelmäßig aktualisiert werden, gelten für alle Mitarbeiter an allen Standorten und sind im Intranet und auf der Website abrufbar. Die einzelnen Unternehmen der WPP Gruppe setzen die Grundsätze jeweils auf lokaler Ebene um. Dazu zählen verpflichtende Tests zum Verhaltenskodex und zu den Themenbereichen Anti-Bestechung und Anti-Korruption.

WPP beschäftigt sich auch zunehmend mit der Frage, wie Daten gesammelt, verarbeitet und gespeichert werden. Diese Daten können sich auf die Geschäftstätigkeiten der einzelnen WPP-Gesellschaften, ihre Mitarbeiter, Kunden und manchmal auch Verbraucher beziehen. Alle Gesellschaften sind verpflichtet, sich an die Daten- und Sicherheitsrichtlinien des Konzerns sowie an den entsprechenden Verhaltenskodex zu halten. Dies wird vom Audit-Team für IT-Sicherheit überwacht. Um die Mitarbeiter noch stärker zu sensibilisieren, wurde im Jahr 2015 SAFER DATA gestartet, eine Aufklärungskampagne und Online-Plattform mit Informationen und Handlungsempfehlungen rund um die Themen Datensicherheit und Schutz der Privatsphäre.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Code of Business Conduct](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Sustainability Policy](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Human Rights Policy Statement](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Our client work/Privacy and data security](#)
- WPP.com: [Corporate governance](#)

8. Anreizsysteme

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>. Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

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

Führungskräfte und Mitarbeiter auf Schlüsselpositionen erhalten zusätzlich zu ihrem fixen einen variablen Gehaltsbestandteil. Die Zielvereinbarungen für diesen Personenkreis werden gemeinsam mit dem Vorgesetzten grundsätzlich jährlich festgelegt und richten sich nach dem jeweiligen Verantwortungsbereich. Neben Umsatz- und EBIT-Zielen können die Vereinbarungen auch qualitative Ziele umfassen, etwa die Attraktivität als Arbeitgeber oder die Zufriedenheit der Kunden. Die jeweiligen Geschäftsführer prüfen die Zielerreichung der jeweiligen Mitarbeiter. Für die Geschäftsführung selbst übernimmt dies der Vorstand.

Für den Vorstand gibt es variable Komponenten, die an der Geschäftsentwicklung von zwei beziehungsweise drei Jahren gemessen werden. Die Bewertung erfolgt durch den Aufsichtsrat. Weitere Nachhaltigkeitsziele, die Einfluss auf das Vergütungssystem haben, werden aktuell nicht verfolgt.

Mit unseren Mitarbeitern führen wir jährliche Gespräche, in denen die Zusammenarbeit im zurückliegenden Jahr besprochen und gemeinsame Ziele für das kommende Jahr festgelegt werden. Die Erreichung von Nachhaltigkeitszielen hat keine Auswirkungen auf die Vergütung.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 8

Leistungsindikator G4-51a

Vergütungspolitik – Berichten Sie über die Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte. [Link](#)

Das Vergütungssystem des Vorstands wird vom Aufsichtsrat der SYZIGY AG festgelegt. Die Gesamtvergütung setzt sich aus erfolgsunabhängiger sowie erfolgsbezogener Vergütung und sonstigen Leistungen zusammen.

Die erfolgsunabhängige Vergütung wird monatlich als Grundgehalt und über sonstige Leistungen ausgezahlt. Die sonstigen Leistungen erhalten die Vorstandsmitglieder in Form von Beitragszahlungen zur Renten-, Kranken- und Unfallversicherung sowie der privaten Nutzung eines Dienstwagens beziehungsweise einer Car Allowance.

Die erfolgsbezogene Vergütung enthält eine kurzfristige Erfolgsbeteiligung, die sich an Jahreszielen eines Geschäftsjahres orientiert und nach Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses zur Auszahlung kommt.

Ferner werden dem Vorstand langfristige variable Vergütungsbestandteile gewährt, die sich an der Entwicklung des Aktienkurses orientieren. Diese aktienkursorientierten Tantiemenvereinbarungen sehen vor, dass nach zwei Jahren bis zu 40 Prozent und nach drei Jahren weitere 60 Prozent der zugeleiteten Phantom Stocks ausgeübt werden können. Dabei wird die Differenz zwischen dem Aktienkurs bei Ausgabe und dem Aktienkurs bei Ausübung der Phantom Stocks ausgezahlt.

Weitere Informationen zur Vergütungsstruktur von Vorstand und Aufsichtsrat:
· [SYZIGY Geschäftsbericht 2016](#) (S. 51, ff.)

Leistungsindikator G4-54

Nennen Sie das Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten zum mittleren Niveau (Median) der Jahresgesamtvergütung aller Beschäftigten (ohne den höchstbezahlten Mitarbeiter) im selben Land. [Link](#)

Die SYZIGY Gruppe ist in vier Ländern tätig, das jeweilige Verhältnis zwischen dem höchstbezahlten Mitarbeiter und dem Median beträgt in den Ländern folgende Werte:

- Deutschland: Faktor 7 mal Durchschnittsgehalt aller Mitarbeiter
- England: Faktor 5 mal Durchschnittsgehalt aller Mitarbeiter
- USA: Faktor 3 mal Durchschnittsgehalt aller Mitarbeiter
- Polen: Faktor 3 mal Durchschnittsgehalt aller Mitarbeiter

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

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

Unsere relevanten Stakeholder sind alle internen und externen Personengruppen, die mit uns im regelmäßigen Dialog stehen. Diesen regelmäßigen Austausch mit unseren Stakeholdern verstehen wir als wichtiges Instrument, mit dem wir Anregungen für die strategische Ausrichtung des Unternehmens und Hinweise für die nachhaltige Entwicklung der SYZIGY Gruppe gewinnen. Gleichzeitig dient der Dialog mit ihnen dazu, Verständnis für unsere Ziele und unser Handeln zu schaffen.

Die wesentlichen Anspruchsgruppen des Unternehmens sind unter anderem die folgenden:

Mitarbeiter

Die Mitarbeiter stellen den entscheidenden Erfolgsfaktor für unser Unternehmen dar. Eine attraktive Arbeitsumgebung mit Raum für Kreativität, Austausch und Begegnung, eine offene, kommunikative Führungskultur und regelmäßige Mitarbeiterveranstaltungen fördern den Dialog mit unseren Mitarbeitern. Mitarbeitergespräche finden nach Bedarf täglich statt. Grundsätzlich besteht eine Kultur der „offenen Tür“ auf allen Hierarchieebenen.

Kunden / Geschäftspartner

Die Anliegen und Bedürfnisse unserer Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit. Daher pflegen wir mit unseren Kunden intensive Kontakte im Rahmen von Projekten, gemeinsamen Messe- und Konferenzbesuchen sowie Newslettern über aktuelle Trends und Entwicklungen in der Branche.

Kapitalmarkt: Analysten, Anteilseigner, Investoren, Bankenvertreter

Für eine langfristige Wertsteigerung der SYZIGY AG ist eine kontinuierliche und offene Kommunikation mit dem Kapitalmarkt besonders wichtig. Wir stellen regelmäßig die Entwicklung

unseres Unternehmens, die Finanzkennzahlen und Geschäftsstrategie den entsprechenden Anspruchsgruppen vor. Wir pflegen die Kontakte über den Funktionsbereich Investor Relations durch Einzelgespräche, Roadshows, Research, Kapitalmarkt-Konferenzen und Hauptversammlungen.

Ausbildungseinrichtungen / Hochschulen

Den Dialog mit dem Nachwuchs fördern wir mit Hochschulkoooperationen und Beteiligung an Ausbildungsmessen.

Zudem pflegen wir als weitere Instrumente des Stakeholder-Dialogs unsere Unternehmenswebsite www.szygy.net und eigene Social Media Kanäle wie Facebook, Twitter, LinkedIn, XING, Slideshare, Youtube oder Vimeo. Der SYZYGY Agentur-Blog „Digital Intelligence Today“ (<http://digitalintelligencetoday.com/>) berichtet über Einblicke und praktische Erfahrungen aus unserer Arbeit. Zum kontinuierlichen Austausch gehört auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 9

Leistungsindikator G4-27

Nennen Sie die wichtigsten Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind, und wie die Organisation auf jene wichtigen Themen und Anliegen reagiert hat, einschließlich durch ihre Berichterstattung. Nennen Sie die Stakeholdergruppen, die die wichtigen Themen und Anliegen jeweils angesprochen haben. [Link](#)

Themen und Anliegen:

Datensicherheit

Es wurde ein Datenschutzbeauftragter im eigenen Unternehmen nominiert, der Schulungen aller Mitarbeiter durchführt und durch forlaufende Kommunikation auf relevante Verhaltensweisen im Arbeitsalltag hinweist.

Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten der Mitarbeiter

Im Rahmen der Jahresgespräche werden die Bedürfnisse und Entwicklungsmöglichkeiten der Mitarbeiter in einem formalen Prozess dargelegt. Daneben hat jeder Mitarbeiter durch die Kultur der „offenen Tür“ immer die Möglichkeit, Entwicklungschancen mit den jeweiligen Führungskräften zu besprechen.

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter

SYZYGY bietet regelmäßig interne und externe Schulungen und Weiterbildungen für Mitarbeiter an.

Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartner

In regelmäßigen Abständen werden Gespräche mit Kunden und Geschäftspartnern initiiert, um deren Bedürfnisse abzufragen und das Verhältnis der Zusammenarbeit zu bewerten.

Werte und Ziele des Unternehmens

SYZYGY hat in 2016 die Corporate Identity überarbeitet und ein Leitbild erarbeitet. Die Führungskräfte haben die Aufgabe, Werte und Ziele des Unternehmens den Mitarbeitern zu vermitteln. Betriebsversammlungen finden regelmäßig statt, um Strategien und Ziele zu kommunizieren.

Innovationskultur

Die Fokussierung auf Neuentwicklungen, aber auch die Integration verschiedener Kulturen und eine bessere Vernetzung der Kommunikationsmittel im Unternehmen unterstützen die Innovationskultur bei SYZYGY.

Dialog mit Stakeholdergruppen

Mitarbeiter

Mitarbeitergespräche finden nach Bedarf täglich statt, Feedback über Meetings und Events tragen zu einer offenen Kommunikation bei. Grundsätzlich besteht eine Kultur der „offenen Tür“ auf allen Hierarchieebenen.

Potentielle Mitarbeiter

SYZYGY ist bei Universitäten und Hochschulen präsent, tritt mit potentiellen Mitarbeitern durch Stellenanzeigen oder durch soziale Netzwerke in Kontakt, die zu Bewerbungsgesprächen führen.

Kunden

Die Erbringung von Dienstleistungen und der Austausch mit Kunden führt zum täglichem Dialog.

Potentielle Kunden

Der Kontakt mit potentiellen Kunden findet unregelmäßig und anlassbezogen statt. Dies kann über Ausschreibungen oder Projektanfragen, wie auch Direktansprachen geschehen.

Investoren

Die Investoren werden regelmäßig über Konferenzen, Roadshows, Einzelgespräche, und die Jahreshauptversammlung sowie über die Quartals- und Geschäftsberichte über die Lage des Unternehmens informiert.

Weiterführende Informationen

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [our sustainability priorities](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Stakeholder engagement](#)

10. Innovations- und Produktmanagement

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

SYZYGY bietet regelmäßig Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen an, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Bereichen Software-Entwicklung, IT-Management, Design, Informationsarchitektur, Beratung und Projektmanagement stets mit den neuesten Technologien, Gestaltungsprinzipien und Methoden vertraut zu machen. Wir unterstützen unsere Kunden bei Zukunftsprojekten, die neue Geschäftsmodelle und Dienstleistungsinnovationen umfassen. Dies erfolgt zum Beispiel bei der Entwicklung und

Verbreitung sicherer und datenschutzfreundlicher Big-Data- und Cloud-Anwendungen oder der Entwicklung digitaler Transformationsprozesse, zum Beispiel Tablet-basierte Vertriebsprozesse oder Smart-Home-Anwendungen.

Die sozialen und ökologischen Ergebnisse und Fortschritte werden vierteljährig über Kennzahlen ermittelt und überwacht.

Darüber hinaus fördert WPP die Entwicklung von Nachhaltigkeitsexpertise innerhalb des Netzwerkes. Hintergrundinformationen zu einer großen Bandbreite an Nachhaltigkeitsthemen sind über das WPP-Intranet abrufbar. Mit dem Sustainability-Navigator steht zudem ein Verzeichnis zur Kompetenz im Bereich Nachhaltigkeit innerhalb des WPP-Netzwerkes zur Verfügung.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator G4-FS11

Prozentsatz der Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen. [Link](#)

Hierzu werden keine Daten erhoben.

KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

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

Der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen ist ein wichtiges Ziel, wenn es auch für einen Dienstleister im Vergleich zu Produktionsunternehmen von untergeordneter Relevanz ist. Unabhängig davon setzt sich die SYZIGY Gruppe für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen wie folgt ein:

- Verbesserung der Energieeffizienz in Gebäuden und die der IT
- Reduzierung von Flügen und zunehmende Nutzung von Videokonferenztechnologien
- Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen
- Reduzierung des Müllverbrauchs und Mülltrennung
- Nutzung von Papier aus verantwortungsvollen Quellen (recyceltes und/oder zertifiziertes Papier)

Um weitere Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren steht die Nutzung von Büroflächen, die anerkannten Green-Building-Standards entsprechen, der Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen und ein effizienter Umgang mit Wasser im Fokus.

Jede operative Einheit der SYZIGY Gruppe setzt eigenständig Umweltschutzmaßnahmen um, die die gruppenweiten Ziele unterstützen. Im Konsens mit den übergreifenden Zielen der WPP-Gruppe leistet SYZIGY einen Beitrag, WPP zu einem klimaschonenden Konzern zu machen, Abfallmengen zu verringern sowie einen effizienten Umgang mit Ressourcen zu gewährleisten.

Geschäftsreisen sind ein Bereich, der die Umwelt belastet. In der Reisekostenrichtlinie der SYZIGY Gruppe ist festgehalten, dass nur dann Flugzeuge zu nutzen sind, wenn dienstliche Gründe dies erforderlich machen oder die Dauer der Geschäftsreise wesentlich verkürzt wird. Zudem sollten Flüge grundsätzlich vermieden werden, wenn sie nicht unbedingt erforderlich sind und die Anliegen per Video-Konferenz getätigt werden können.

Grundsätzlich versuchen wir auf Ausdrücke zu verzichten, wo es sinnvoll ist. In unseren Geschäftsprozessen achten wir außerdem auf die Verwendung von Umweltpapier (Recycling, FSC).

12. Ressourcenmanagement

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

Der Fokus liegt vor allem auf der Verringerung von Energieverbrauch und Emissionen. Unser Ziel ist eine jährliche Energieeinsparung und Emissionsreduzierung von 5 Prozent. Besonders im Bereich der Energieeffizienz von Gebäuden, beim Verbrauch von Kraftstoffen und der Müllvermeidung und Mülltrennung sehen wir die größten Einsparpotentiale.

Im Mittelpunkt unserer Klimastrategie steht folgendes:

- Verbesserung der Energieeffizienz in Gebäuden und die der IT
- Reduzierung von Flügen und zunehmende Nutzung von Videokonferenztechnologien
- Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen
- Reduzierung des Müllverbrauchs und Mülltrennung
- Nutzung von Papier aus verantwortungsvollen Quellen (recyceltes und/oder zertifiziertes Papier)

Auch die WPP-Gruppe ist bestrebt, möglichst kohlenstoffarm und ressourceneffizient zu wirtschaften. Das erklärte Ziel von WPP im Zusammenhang mit dem Klimawandel besteht darin, den CO₂-Ausstoß pro Kopf bis 2020 auf 1,8 Tonnen zu senken. Bezogen auf das Basisjahr 2006 entspricht dies einer Reduzierung des CO₂-Ausstoßes pro Kopf von 47 Prozent bis zum Jahr 2020.

Bezogen auf das Jahr 2006 konnte der CO₂-Ausstoß pro Kopf bereits um 47 Prozent auf 1,86 Tonnen pro Mitarbeiter gesenkt werden (Stand: 31.12.2016). Weitere übergreifende quantitative Ziele betreffen die Nutzung von Büroflächen, die anerkannten Green-Building-Standards entsprechen (25 Prozent bis 2020), den Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen (25 Prozent bis 2020) sowie den Einsatz von recyceltem Papier und/oder Papier aus zertifizierten Quellen (80 Prozent bis 2020).

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator G4-EN1

Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen. [Link](#)

- Papierverbrauch in 2016:
- Papierverbrauch: 3.510 kg
 - Anteil Recyclingpapier: 57 Prozent

Weitere Kennzahlen werden nicht erhoben.

Leistungsindikator G4-EN3

Energieverbrauch innerhalb der Organisation. [Link](#)

- Energieverbrauch in 2016:
- Direkter Energieverbrauch: 800.805 kWh
 - Indirekter Energieverbrauch in kWh: 1.069.409 kWh

- Weiterführende Informationen:
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy/Building energy use](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/WPP's carbon emissions statement](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Energy](#)

Leistungsindikator G4-EN6

Verringerung des Energieverbrauchs. [Link](#)

Zu unseren Zielen gehört der intelligente und sorgsame Umgang mit Energie und natürlichen Ressourcen. SYZIGY strebt an, den CO₂-Ausstoß weiter zu verringern und die CO₂-Richtwerte fortlaufend zu reduzieren. Jeder Mitarbeiter der SYZIGY Gruppe wird verstärkt auf die Bedeutung dieses Themas aufmerksam gemacht und sensibilisiert. Im Mittelpunkt der Klimastrategie stehen folgende Bereiche:

- Verbesserung der Energieeffizienz in unseren Gebäuden und der genutzten Informationstechnologie;
- Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energiequellen;
- Reduzierung von Reisen, insbesondere Flügen, bzw. Verlagerung auf die Bahn;
- Schonung von natürlichen Ressourcen, z.B. Papier.

- Weiterführende Informationen:
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/WPP's carbon emissions statement](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table](#)

Leistungsindikator G4-EN8

Gesamtwasserentnahme nach Quellen. [Link](#)

Der Fokus liegt auf dem eigenen Wasserverbrauch und der Verringerung von Wassermengen in unserer Geschäftstätigkeit. Grundsätzlich wird Wasser nur im Küchen- und Sanitärbereich benötigt. Dieser Indikator wird nicht an WPP berichtet.

- Weiterführende Informationen:
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Resource use and waste/Water](#)
 - WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Water](#)

Leistungsindikator G4-EN23

Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode. [Link](#)

- Abfall in 2016 :
- Drucker- und Tonerpatronen: 442 kg
 - Papier und Pappe: 11.627 kg
 - Computer Equipment: 1.190 kg

· Gelbe Tonne/Grüner Punkt und Restmüll: 4.369 kg (Schätzwert)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Resource use and waste/Waste](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Effluents and Waste](#)

13. Klimarelevante Emissionen

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

Das erklärte Ziel von WPP im Zusammenhang mit dem Klimawandel besteht darin, den CO₂-Ausstoß pro Kopf bis 2020 auf 1,8 Tonnen zu senken (siehe DNK-Kriterium 12). Der CO₂-Ausstoß pro Kopf der SYZIGY AG belief sich bereits im Jahr 2016 auf 1,3 Tonnen CO₂. Das ist auf die Nutzung von Ökostrom, der bei rund 60 Prozent liegt, zurückzuführen. Insgesamt wurden 675 Tonnen CO₂ emittiert.

Umweltkennzahlen in 2016:

- CO₂-Ausstoß pro Kopf: 1,3t CO₂
- Absoluter CO₂-Ausstoß gesamt: 675t CO₂
- Dienstreisen mit dem Flugzeug in Meilen: 1.228.497

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator G4-EN15

Direkte THG-Emissionen (Scope 1). [Link](#)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy/Performance in 2016](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/WPP's carbon emissions statement](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Emissions](#)

Leistungsindikator G4-EN16

Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2). [Link](#)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy/Performance in 2016](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/WPP's carbon emissions statement](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Emissions](#)

Leistungsindikator G4-EN17

Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3). [Link](#)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy/Performance in 2016](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/WPP's carbon emissions statement](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Data summary](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Emissions](#)

Leistungsindikator G4-EN19

Reduzierung der THG-Emissionen. [Link](#)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Environment/Our carbon strategy/Performance in 2016](#)

Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>.
Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

14. Arbeitnehmerrechte

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

Die Unternehmen von WPP und somit auch SYZIGY verpflichten sich, sich an die Grundsätze der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie an die elementaren Übereinkommen zu Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation zu halten. Die im Berichtszeitraum von WPP veröffentlichte Grundsatzklärung zum Thema Menschenrechte untermauert dies (siehe auch DNK-Kriterium 17).

Bei SYZIGY ist es zudem gelebte Praxis, dass sich jeder Mitarbeiter mit seinen Ideen frei einbringen kann – unabhängig von Titel und Hierarchieebene. Die Zusammenarbeit zwischen den Standorten wird gestärkt und Talente werden gefördert.

Die Unternehmenskultur bei SYZIGY zeichnet sich aus durch:

- Fairer und partnerschaftlicher Umgang mit Mitarbeitern
- Offener Meinungs- und Erfahrungsaustausch und offener Zugang zu allen Führungskräften
- Optimale Arbeitsbedingungen
- Individuelle Gestaltung des Arbeitsplatzes
- Attraktive, internationale Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten

Hiermit fordern und fördern wir die Beteiligung eines jeden Mitarbeiters an unserem Nachhaltigkeitsmanagement.

15. Chancengerechtigkeit

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

SYZIGY ist ein international ausgerichteter Konzern, deren Mitarbeiter sich durch unterschiedliche Identitäten, Kulturen und Werte auszeichnen. Daher bringen unsere Mitarbeiter unterschiedliche Erfahrungen, Qualifikationen und Sichtweisen mit und unterstützen uns dabei, den wirtschaftlichen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Wir bieten unseren Mitarbeitern bei der Einstellung, der weiteren Entwicklung und deren Vergütung gleiche Chancen.

Wir schützen die Menschenrechte, unterstützen die Beseitigung benachteiligender Arbeits- und Sozialstandards, fördern den Umweltschutz und treten jeglicher Form der Korruption entgegen.

Unser Anliegen ist die Wahrnehmung von Chancengleichheit und Vielfalt. Kein Mitarbeiter wird aufgrund seiner Herkunft, Geschlecht, sexueller Orientierung, Religion oder Weltanschauung, Behinderung oder Alters benachteiligt.

Im Rahmen der Weiterbildungen werden Mitarbeiter fremder Nationalität durch Sprachkurse unterstützt.

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte SYZIGY konzernweit 238 Frauen. Das entspricht einem Anteil von 41 Prozent. Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Führungspositionen lag bei 25 Prozent. Unser Ziel ist es, den Frauenanteil in Führungspositionen bis 2025 auf 40 Prozent zu steigern.

Wir beschäftigen derzeit 1 Prozent Menschen mit Einschränkungen oder Behinderung, denen die SYZIGY Gruppe auch zukünftig gleichberechtigte berufliche Perspektiven ermöglichen wird.

In der Branche der Kreativ-, Technologie- und Mediadienstleister werden erfahrungsgemäß junge Menschen beschäftigt, 81 Prozent unserer Mitarbeiter sind unter 40 Jahre. Wir profitieren von einem gesunden Mix der Altersstruktur, die sich durch Erfahrung, Kreativität und Dynamik auszeichnet.

- 19 Jahre und jünger: 1 Prozent
- 20 – 29 Jahre: 34 Prozent
- 30 – 39 Jahre: 46 Prozent
- 40 – 49 Jahre: 17 Prozent
- älter als 50 Jahre: 2 Prozent

Ein wichtiges Ziel für unsere Mitarbeiter ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Wir bieten flexible Arbeitszeit-Modelle, die jungen Eltern entgegenkommen und unterstützen diese dabei sowohl ihrer privaten Verantwortung gerecht zu werden, als auch ihrer beruflichen Weiterentwicklung nachzugehen.

Die Details der flexiblen Arbeitszeit-Modelle werden zwischen Mitarbeiter und Vorgesetzten individuell abgestimmt. Betriebliche Leistungen stehen den Mitarbeitern in Teilzeit anteilig zu.

Zu den Möglichkeiten im Rahmen der flexiblen Arbeitszeiten zählen bei SYZIGY:

- Teilzeitarbeitsverträge (6,7 Prozent der Mitarbeiter nehmen diese Möglichkeit wahr)
- Flexible tägliche Start- und Endzeiten
- Homeoffice Regelungen
- Sabbatical Vereinbarungen

Das Vergütungssystem orientiert sich an den Anforderungen der Stelle, den individuellen Leistungen sowie den Bedingungen des lokalen Marktes. Diskriminierungen jedweder Art werden nicht geduldet. Hinsichtlich der Vergütung bedeutet dies gleiche Bezahlung für gleiche Arbeit und gleichen Aufstiegschancen für jeden Mitarbeiter unabhängig von Geschlecht

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>.
Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

oder Nationalität.

16. Qualifizierung

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

Regelmäßige Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen sorgen dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Bereichen Softwareentwicklung, IT-Management, Design, Informationsarchitektur, Beratung und Projektmanagement stets die neuesten Technologien, Gestaltungsprinzipien und Methoden kennen. SYZIGY setzt dabei nicht nur auf Trainings durch externe Anbieter, sondern auch stark auf die Informationsweitergabe durch Wissensträger in den eigenen Reihen. Auch Selbststudium und Onlinetrainings haben einen hohen Stellenwert. Die personelle Weiterentwicklung wird darüber hinaus je nach Bedarf mit Trainings von Softskills und durch Coachings unterstützt.

Im Berichtsjahr 2016 beschäftigten wir zudem 13 Auszubildende und 12 Trainees in den deutschen Gesellschaften. Diese sind in den Funktionsbereichen Marketing, Informatik, Design und Konzept tätig.

Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements unterstützen wir Initiativen wie zum Beispiel die Teilnahme an Firmenläufen. Eine schnelle Erstversorgung bei Unfällen am Arbeitsplatz wird durch eine große Anzahl an Ersthelfern unter den Mitarbeitern gewährleistet. Zudem können die Mitarbeiter täglich auf eine reichhaltige Obstauswahl zurückgreifen. Allen Mitarbeitern steht kostenfreies Wasser, Tee und Kaffee zur Verfügung.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator G4-LA6

Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht. [Link](#)

Die Anzahl der Krankheitstage belief sich 2016 auf insgesamt 4.611 Tage, das entspricht durchschnittlich 8 Tagen pro Mitarbeiter. Die am häufigsten auftretenden Verletzungen sind Wegeunfälle auf dem Weg zur oder von der Arbeitsstätte. Im Jahr 2016 gab es vier Arbeitsverletzungen, die mehr als drei Ausfalltage zur Folge hatten.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Employment/Health, safety and well-being](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Occupational Health and Safety](#)

Leistungsindikator G4-LA8

Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden. [Link](#)

Dieser Indikator wird von SYZIGY und WPP nicht berichtet, da keine förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften bestehen.

Leistungsindikator G4-LA9

Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie. [Link](#)

Die Mitarbeiter werden angehalten, ihre Aufwendungen an Weiterbildungsstunden im Rahmen der Zeiterfassung anzugeben. 2016 fielen insgesamt 9.000 Stunden für Fort- und Weiterbildungen an.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Employment/Training and development](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Training and Education](#)

Leistungsindikator G4-LA12

Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren. [Link](#)

Zum 31. Dezember 2016 beschäftigte SYZIGY konzernweit 238 Frauen. Das entspricht einem Anteil von 41 Prozent. Der Anteil der weiblichen Beschäftigten in Führungspositionen lag bei 25 Prozent. Unser Ziel ist es, den Frauenanteil in Führungspositionen bis 2025 auf 40 Prozent zu steigern.

Der Vorstand der SYZIGY besteht aus drei männlichen Mitgliedern. Grundsätzlich strebt SYZIGY an, Frauen zu fördern und der Hauptversammlung bei den nächsten Aufsichtsratswahlen eine weibliche Kandidatin vorzuschlagen, womit eine Zielquote von mindestens 30 Prozent erreicht wird. Die nächsten Aufsichtsratswahlen werden voraussichtlich im Jahr 2019 stattfinden.

Weiterführende Informationen:

- [SYZIGY Corporate Governance Erklärung 2016](#)

Stand: 2016, Quelle: Unternehmensangaben. Für die Angaben der Unternehmen kann keine Haftung übernommen werden.

Die Angaben dienen nur zur Information. Bitte beachten Sie den Haftungsausschluss unter <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutz>. Heruntergeladen von <http://www.nachhaltigkeitsrat.de>

Die Betriebszugehörigkeit beträgt gruppenweit:

- Bis 5 Jahre: 81,5 Prozent
- 6 bis 10 Jahre: 12,5 Prozent
- länger als 10 Jahre: 6 Prozent

Die Altersstruktur teilt sich folgendermaßen auf:

- 19 Jahre und jünger: 1 Prozent
- 20 – 29 Jahre: 34 Prozent
- 30 – 39 Jahre: 46 Prozent
- 40 – 49 Jahre: 17 Prozent
- älter als 50 Jahre: 2 Prozent

Leistungsindikator G4-HR3

Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen. [Link](#)

Im Berichtsjahr 2016 haben wir keine erfassten Vorfälle bei SYZIGY.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Employment/Monitoring progress/Employment infringements](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Non-discrimination](#)

Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

17. Menschenrechte

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

Die WPP Gruppe und SYZIGY achten alle grundlegenden Menschenrechte, darunter das Recht auf faire Arbeitsbedingungen, Meinungsfreiheit und Schutz vor Zwangs- und Kinderarbeit.

Im Berichtszeitraum hat WPP eine Grundsatzerklärung zum Thema Menschenrechte veröffentlicht. 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 elementaren Übereinkommen zu Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation. Das Human Rights Policy Statement ist Teil des WPP Policy Book, dessen Vorschriften alle WPP Unternehmen und somit auch SYZIGY einhalten müssen.

Das Bekenntnis zur Wahrung der Menschenrechte ist zudem auch im Verhaltenskodex verankert, der für alle WPP-Mitarbeiter, -Gesellschaften und -Zulieferer gilt. Darin sind sowohl Bestimmungen hinsichtlich unserer eigenen potentiellen Beeinträchtigung der Menschenrechte in Bereichen wie Nicht-Diskriminierung und Arbeitspraktiken definiert als auch mögliche Beeinträchtigungen im Rahmen der Arbeit für unsere Kunden.

Unsere Führungskräfte sowie unsere Geschäftspartner und Zulieferer sind angehalten, den WPP-Verhaltenskodex zu unterzeichnen und damit zu bestätigen, dass sie sich an dessen Prinzipien halten. Wir verfolgen die Einhaltung mit Hilfe aller relevanten Sanktionsregelungen.

Siehe auch DNK-Kriterium 4.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Code of Business Conduct](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Human Rights Policy Statement](#)

Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator G4-HR1

Gesamtzahl und Prozentsatz der signifikanten Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden. [Link](#)

SYZIGY trifft diesbezüglich keine Investitionsvereinbarungen, daher kann über diesen Indikator nicht berichtet werden.

Leistungsindikator G4-HR9

Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden. [Link](#)

Es wurde kein Standort der SYZIGY Gruppe im Hinblick auf die Wahrung der Menschenrechte überprüft. Es bestand bislang noch kein Verdacht auf Nichteinhaltung. Zudem ist das Bekenntnis zur Wahrung der Menschenrechte im Verhaltenskodex verankert, der für alle Gesellschaften der SYZIGY-Gruppe gilt.

Leistungsindikator G4-HR10

Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden. [Link](#)

Die Zahl der Lieferanten ist bei Kreativ-, Technologie- und Mediadienstleistern sehr gering. Es handelt sich hauptsächlich um Bürobedarf, Energieversorgung, Technik, Büromöbel und Lebensmittel. SYZIGY achtet auf einen regionalen Bezug sowie Sozial- und Umweltstandards.

Leistungsindikator G4-HR11

Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen. [Link](#)

Während der bisherigen Geschäftstätigkeit der SYZIGY wurden keine Menschenrechtsverletzungen in der Lieferkette festgestellt.

Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

18. Gemeinwesen

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

Unternehmerische Verantwortung bedeutet SYZIGY und der WPP-Gruppe einen positiven gesellschaftlichen Beitrag zu leisten. Wir unterstützen soziale und gemeinnützige Zwecke durch Geldspenden und Pro-Bono-Arbeit.

SYZIGY unterstützte 2016 zum Beispiel die deutsche Initiative „Wir zusammen“ - ein Netzwerk, das das Engagement von Unternehmen für Flüchtlinge bündelt und auf einer gemeinsamen Plattform darstellt - pro bono durch Kommunikationsdienstleistungen.

Finanzieller Gegenwert der Pro-Bono-Arbeit in 2016: EUR 140.000

Zudem unterstützen wir u.a. das Mentorenprojekt der Bürgerstiftung Berlin-Neukölln, die mit Hilfe von Ehrenamtlichen Jugendliche mit Migrationshintergrund von der Schule ins Berufsleben begleiten.

Geldspenden für soziale und gemeinnützige Zwecke in 2016: EUR 22.000

Leistungsindikatoren zu Kriterium 18

Leistungsindikator G4-EC1

Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert. [Link](#)

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Valuing our impacts](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Economic Performance](#)

Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

19. Politische Einflussnahme

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

Die SYZIGY Gruppe unterstützt keine Parteien, Politiker oder Lobbyisten, weder durch Dienstleistungen noch durch Spenden.

Für die SYZIGY Gruppe sind alle Gesetzgebungsverfahren im Bereich des Kapitalmarktes, des Arbeitsrechts sowie der Kommunikationsbranche relevant.

Einzelne Tochterunternehmen der SYZIGY Gruppe sind Mitglied im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und im Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVDMW).

Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator G4-SO6

Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem. [Link](#)

SYZIGY tätigte im Jahr 2016 keine politischen Spenden.

Mehr Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: Our client work/Public policy and lobbying
- WPP Sustainability Report 2016/2017: GRI table - Public Policy

20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

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

Der WPP-Verhaltenskodex beschreibt die Werte und ethischen Standards, die für alle WPP-Unternehmen gelten und von ihnen implementiert werden müssen. Der Kodex wird ergänzt durch die Corporate Responsibility-Richtlinien, das WPP Human Rights Policy Statement sowie detaillierte Grundsätze hinsichtlich Anti-Bestechung und Anti-Korruption, Geschenke und Bewirtung sowie das Heranziehen von Beratern von dritter Seite. Unsere Führungskräfte sowie unsere Geschäftspartner und Zulieferer sind dazu angehalten, den WPP-Verhaltenskodex jährlich zu unterzeichnen und damit zu bestätigen, dass sie sich an dessen Prinzipien halten. Die Unternehmen der WPP-Gruppe müssen alle Standards erfüllen, die im Verhaltenskodex festgelegt sind, haben aber darüber hinaus die Möglichkeit, eigene Richtlinien und Prozesse zu entwickeln, die auf ihr spezifisches Geschäfts- und Tätigkeitsumfeld angepasst sind.

Unsere Mitarbeiter wurden 2016 angehalten, ein Training zum Thema Datensicherheit und dem sensiblen Umgang mit Daten zu absolvieren. Die Schulungen werden jährlich aktualisiert und sind verpflichtend für alle Mitarbeiter.

Im Jahr 2016 haben alle neuen Mitarbeiter die genannten Trainings durchlaufen. Für die Einhaltung der Antikorruptionsrichtlinien ist der CFO zuständig.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Code of Business Conduct](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Sustainability Policy](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [WPP Human Rights Policy Statement](#)

Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator G4-SO3

Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken hin geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken. [Link](#)

Die SYZIGY Gruppe unterliegt den WPP-Richtlinien und -Prozessen, deren Einhaltung von WPP überprüft wird.

Weiterführende Informationen:

- WPP Sustainability Report 2016/2017: [Our client work/Our ethical standards](#)
- WPP Sustainability Report 2016/2017: [GRI table - Anti-corruption](#)

Leistungsindikator G4-SO5

Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen. [Link](#)

Bei SYZIGY gab es im Jahr 2016 keine Korruptionsfälle.

Leistungsindikator G4-SO8

Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften. [Link](#)

Bei SYZIGY gab es im Jahr 2016 keine Vorfälle, bei denen signifikante Bußgelder gezahlt werden mussten.