



Ökologisch
Regional
Sozial

ÖRS Audit für das Unternehmen SYM GMBH

Intention

Die Intention des Ökologie-Regional-Sozial-Audits (ÖRS Audit) ist es, auf eine neue, nachhaltige und faire Form des Wirtschaftens aufmerksam zu machen. Das Audit zielt darauf ab, für die Bereiche Ökologie, Soziales, Regionales und Zukunftsfähigkeit zu sensibilisieren und diese in kleinen und mittelgroßen Unternehmen zu etablieren. Vor dem Hintergrund einer auf eine konsum- und machtorientierten Wirtschaftswelt wollen wir zum Wohle von Mensch und Umwelt zum Umdenken motivieren. Das ÖRS-Audit macht Vorgänge innerhalb des Unternehmens transparent und zeigt die Qualitäten der Verbindungen zu Lieferanten, Kunden, Mitarbeitenden und Partnern auf. Es ist somit ein Ecosystem-Check, welcher die Wirkungstransparenz und die Verantwortung mittelständischer Unternehmen fördert und ein Entwicklungsweg hin zu einem zukunftsfähigen Unternehmen mit ökologischer, regionaler, sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung.

Die Kriterien des Audits

- ⇒ Ökologische Verantwortung
- ⇒ Regionale Verbundenheit
- ⇒ Soziale Verantwortung
- ⇒ Kultur und Gestaltung
- ⇒ Ethisches Finanzmanagement



Das Unternehmen

sym:

Name	Sym GmbH
Branche	Dienstleistungsbranche, IT-Branche
Adresse	Klugstraße 47A, 80638 München
Produkte/Dienstleistungen	Service Provider und Software Company für kleine und mittlere Unternehmen, Gestaltung von Ecosystemen auf Grundlage der Plattformökonomie
Mitarbeiterzahl	39
Standorte	3

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1	Intention	2
Kapitel 2	Das Unternehmen.....	3
2.1	Geschäftsmodell.....	6
2.2	Standorte.....	7
2.3	Kernprozesse	8
Kapitel 3	Modalitäten des Audits.....	9
3.1	Audit-Team	9
3.2	Ziel des ÖRS Audits	9
3.3	Version und Redaktionsschluss	9
3.4	Bereiche und Kriterien des Audits	10
Kapitel 4	Geschäftsmodell und Teilhaber.....	13
4.1	Geschäftsmodell.....	13
4.2	Teilhaber.....	19
Kapitel 5	Geschäftsführung	21
Kapitel 6	Operativer Geschäftsbetrieb	25
6.1	Operativer Geschäftsbetrieb.....	25
6.2	Mitarbeiterbefragung.....	31
Kapitel 7	Lieferanten- und Dienstleisteranalyse.....	36
7.1	Vorgehen	36
7.2	Räumliche Verteilung der Lieferanten.....	36
7.3	Ergebnis der Lieferanten- und Dienstleisterbefragung.....	37
7.4	Erweiterte Analyse der Lieferanten und Dienstleister.....	38
Kapitel 8	Kundenanalyse.....	42
8.1	Vorgehen	42
8.2	Räumliche Verteilung der Kunden	42
8.3	Ergebnis der Kundenbefragung.....	43
8.4	Erweiterte Analyse der ausgewählten Kunden	44
Kapitel 9	CO ₂ -Bilanz.....	45
9.1	Vorgehen.....	45

9.2 Berechnungsgrundlage	45
9.3 CO ₂ -Bilanz-Ergebnis	48
9.4 Einzelergebnisse und Auswertung.....	48
9.5 Fazit.....	50
Kapitel 10 Zusammenfassung	51
10.1 Übersicht der Ergebnisse	51
10.2 Fazit und Handlungsempfehlungen	53
10.3 Seed Points	57
Kapitel 11 Wertung und Siegel	58

2.1 Geschäftsmodell

Sym (Sym GmbH) beschreibt das Geschäftsmodell laut Handelsregister wie folgt: „Aufbau und der Betrieb einer Plattform für integrierte Managementdienstleistungen für kleine und mittlere Unternehmen sowie eine ganzheitliche Beratung nach wertorientierten Grundsätzen. Dazu gehören u.a. die Entwicklung und Bereitstellung von Software, IT-Anwendungen und Dienstleistungen aus den Bereichen Kommunikation und Marketing, kaufmännische Verwaltung, Personalwesen, Strategieentwicklung, Ethik & Nachhaltigkeit, Finanzierung, Digitale Transformation sowie Wissensmanagement und Künstliche Intelligenz.“

Im Geschäftsfeld bietet man All-in-one-Services zur Managementunterstützung in sieben Fachbereichen an. Die Symservices sollen kleine und mittlere Unternehmen in allen Bereichen der Unternehmensführung und -organisation entlasten und befähigen. Diese Services werden über die Servicelines *People, Invest, Digital, Ecosystems, Administration, Strategies* und *Media* abgebildet.

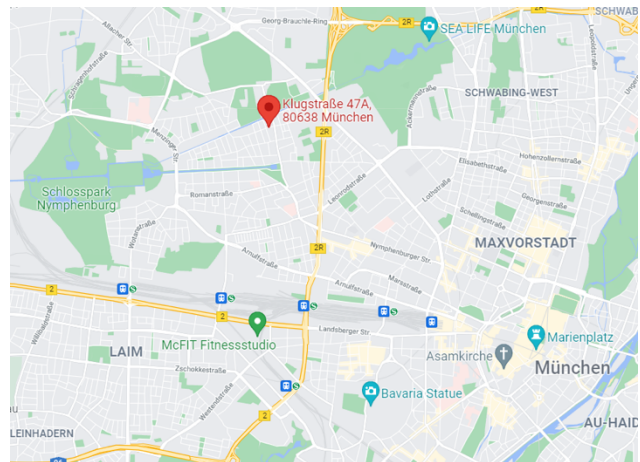
Der Webseite von Sym ist zu entnehmen, dass das Kernstück des Serviceangebots, die in Entwicklung befindliche Symsuite ist: ein digitales Betriebssystem zur ganzheitlichen Steuerung von kleinen und mittleren Unternehmen, bedarfsweise jederzeit zu ergänzen um individuelle und persönliche Serviceleistungen. Gleichzeitig bildet die Symsuite eine digitale Plattform, auf der Daten und Wissen gebündelt werden und alle Mitglieder der regionalen Wirtschaftskreisläufe aktiv miteinander vernetzt werden.

Um persönliche Begegnungen und symbiotische Zusammenarbeit zu ermöglichen, ist man bundesweit an infrastrukturell gut angebundenen Standorten vertreten. Diese Orte werden *Hypozentren* genannt. Sie sind Innovationszentrum, Inkubator und Accelerator zugleich und bilden den Ursprung regionaler Ecosysteme.

2.2 Standorte

Hypozentrum K47A

Klugstraße 47a, 80638 München



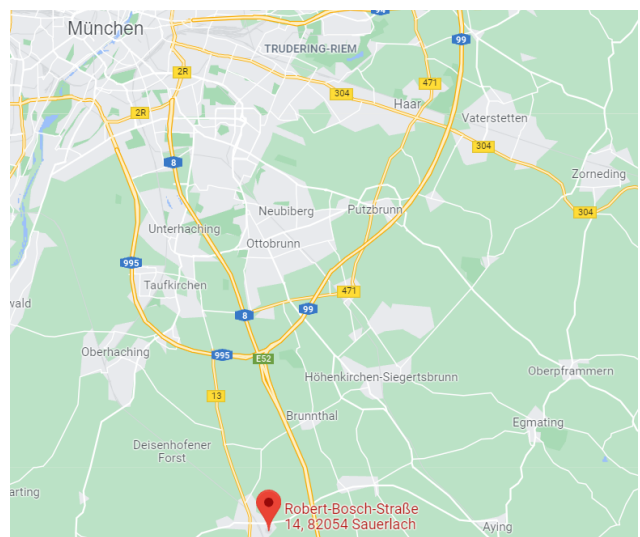
Hypozentrum R3

Joseph-Schumpeter-Allee 31, 53227 Bonn



Hypozentrum RB14

Robert-Bosch-Straße 14, 82054 Sauerlach



2.3 Kernprozesse

- ⇒ **Serviceline Administration:** Leistungen einer klassischen kaufmännischen Verwaltung, Zahlungsverkehr, Mahnwesen, Finanz- und Liquiditätsplanung, Reporting, Controlling, Asset- und Fuhrparkmanagement, Facility Management, Qualitäts- und Wissensmanagement.
- ⇒ **Serviceline Digital:** Konzeption, Aufbau, Betrieb und Wartung von IT-Infrastruktur, Implementierung und Betrieb von Anwendungen (ECM, ERP, CRM, usw.), Prozessmanagement, Vermarktung, Implementierung und Support von IT Hard- und Software, Standardisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen, Konzeption und laufende Dokumentation von Datensicherheit und Datensicherung.
- ⇒ **Serviceline Ecosystems:** Durchführung von ÖRS Audits (Nachhaltigkeitsaudit eines Unternehmens), Durchführung von Workshops zur Unternehmenskultur Gestaltung, Dienstleistungen für Werteentwicklung in einem Unternehmen.
- ⇒ **Serviceline Invest:** Finanzierungsbedarfsanalyse, Monitoring und Strukturierung der Finanzierungen, Strukturierung und Beschaffung der benötigten Finanzierungslinien, Überwachung potenzieller Mergers & Acquisitions (M&A) Ziele.
- ⇒ **Serviceline Media:** Design (Logo, Grafik, Print, Corporate, Webdesign), Marketing (Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Advertising (SEA/PPC), Socialmedia-/Performancemarketing, Online-Reputations-Management, Web-Shop, Email-Marketing) und Branding-Dienstleistungen (Konzeption, Beratung, Unternehmenskommunikation, Markenstrategie, Naming/Claiming, Socialmedia).
- ⇒ **Serviceline People:** Personalplanung (u.a. Personalbedarf, Rollen- und Stellenprofile), Recruiting, Arbeitsvertragsmanagement, Unterstützung in der Personalführung (u.a. bei Personalgesprächen, Personalentwicklung, Onboarding neuer Mitarbeitende), Employer-Branding.
- ⇒ **Serviceline Strategies:** Strategieberatung, Organisationsberatung, Geschäftsmodellentwicklung, Unternehmensentwicklung, Change-Management, Restrukturierung, Supply Chain Management, Vertrieb, Key Account Management.

Modalitäten des Audits

3.1 Audit-Team

- ⇒ Barbara Govers
- ⇒ Mehtap von Stietencron
- ⇒ Mario Langelotz
- ⇒ Sandra Wonsack

3.2 Ziel des ÖRS Audits

Ziel des ÖRS Audits ist eine umfassende Analyse von Sym hinsichtlich Ethik und Nachhaltigkeit. Analysiert werden Ökologie, Regionalität, soziale Verantwortung, Kultur und Gestaltung im Unternehmen und in der Gesellschaft sowie die Ethik des Finanzmanagements. Ermittelt wird also, wie sich der Auftraggeber¹ zum übergeordneten Wert „Faires und zukunftsfähiges Wirtschaften“ positioniert und welche Handlungsempfehlungen sich daraus ergeben. Ziel ist außerdem die Qualifizierung relevanter Dienstleister und Lieferanten nach den Kriterien Regionalität, Nachhaltigkeit und sozialer Relevanz, um in diesen Bereichen Verbesserungspotenziale zu ermitteln. In so genannten „Seed Points“ werden Projektschritte zur Verbesserung der einzelnen Wertungskategorien vereinbart. Die einbezogene CO₂-Bilanz soll die klimabezogenen Emissionen des Unternehmens quantifizieren und für künftige Audits Entwicklungsstände darstellbar machen.

3.3 Version und Redaktionsschluss

Dieses ÖRS Audit wird in der Version 3.51 durchgeführt. Alle erhobenen Daten lagen zum 25.10.2021 vor. Alle Berechnungen und textlichen Ausarbeitungen erfolgten bis 2.11.2021.

¹ Im Sinne der Lesbarkeit werden in diesem Bericht geschlechtsunspezifische Bezeichnungen nicht gegendert und in der männlichen Form wiedergegeben. Gemeint sind beide Geschlechter, außer es ist explizit angegeben.

3.4 Bereiche und Kriterien des Audits

Folgende **Bereiche** des Unternehmens wurden in diesem Audit analysiert:

Geschäftsmodell und Teilhaber	Kapitel 4
Geschäftsführung	Kapitel 5
Operativer Geschäftsbetrieb	Kapitel 6
Lieferanten und Dienstleister	Kapitel 7
Kunden	Kapitel 8

Im jeweiligen Bereich wurden folgende **Kriterien** analysiert:

Ökologische Verantwortung

Heutzutage ist der Mensch der einflussreichste gestaltende Faktor auf dem Planeten. Dabei bilden besonders die ökologischen Folgen seines Handelns ein Risiko für das Überleben des Menschen selbst. Jeder wirtschaftliche Akteur trägt daher als Multiplikator auch eine hohe ökologische Verantwortung für die Zukunft. Ökologische Verantwortung zu leben, bedeutet transparent zu handeln, sich und sein Verhalten zu positionieren, seinen ökologischen Fußabdruck zu verringern und Vorbild für andere zu sein.

- Ökologische Verantwortung und ökologischer Fußabdruck
- Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit
- Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen
- Ökologische Ausrichtung der Kunden und Lieferanten

Regionale Verbundenheit

Regionalität im wirtschaftlichen Handeln fördert durch kurze Wege nicht nur aktiv den Klimaschutz. Durch die Zugänglichkeit fördern regionale Strukturen Transparenz und Vertrauen. Dabei entstehen resilientere Wirtschaftsbeziehungen und eine schnelle Anpassungsfähigkeit bezüglich kurzfristig auftretender Veränderungen, insbesondere in Krisenzeiten. Nicht zuletzt fördern regional agierende Unternehmen regionale Wirtschaftskreisläufe und somit Belastbarkeit und Entwicklung der Region im Sinne des Gemeinwohls.

- Impact auf regionale Strukturen (Gemeinde - Kreis - Bundesland - DE - EU)
- Initiative, sich in regionalen Strukturen zu integrieren
- Regionale Verankerung und Wirksamkeit der Kunden und Lieferanten

Soziale Verantwortung

Soziale Verantwortung wirkt sich besonders in Krisenzeiten als positiv wirkender Resilienzfaktor aus, trägt aber auch im Alltag maßgeblich dazu bei, dass die Gesundheit und das Miteinander der Mitarbeitenden gewahrt bleibt. Etwas weiter oder gar global gefasst, trägt eine bewusst gestaltete soziale Verantwortung des unternehmerischen Handelns zu einer friedlicheren und gerechteren

Welt bei. Dies wirkt sich wiederum durch positive politische Beziehungen, (freie) Fachkräftemigration statt (unfreier) Flüchtlingsmigration und stabilere wirtschaftliche Beziehungen positiv auf den eigenen, regionalen Kreis aus.

- Impact auf soziale Strukturen
- Transparenz und Augenhöhe in der Führung
- Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und eigenen Umfeld
- Faires Handeln der Kunden und Lieferanten

Kultur und Gestaltung

Im Sinne eines Beitrags zum Gemeinwesen und zur kulturellen Gestaltung spielen auch so genannte „weiche“ Faktoren eine große Rolle. Herausragende Leistungen können in der Regel nur erbracht werden, wenn sie eingebettet sind in eine funktionierende Gemeinschaft, die die freie Entfaltung des Einzelnen fördert und Kreativität zulässt. Werte, Unternehmenskultur und wie diese intern und extern eine Rolle spielen, bildet daher das kulturelle Gestaltungsanliegen eines Unternehmens ab.

- Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung
- Führungs- und Beziehungskultur
- Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeitenden
- Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen bei Kunden und Lieferanten

Ethisches Finanzmanagement

Finanzmanagement ist ein wichtiger Bereich, um die eigene gesellschaftliche Verantwortung zu leben. Unternehmen können den Wandel der Finanzmärkte in Richtung Gemeinwohlorientierung mitgestalten. Mittels der gewählten Finanzdienstleister zum Beispiel wirken Unternehmen maßgeblich auf die Frage ein, welche Zweige der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung befördert werden. Das gilt auch für private Kapitalgeber, die sich mit Darlehen, stillen Gesellschaften oder Gesellschaftsanteilen beteiligen. Daher ist das eigene Umgehen mit erwirtschaftetem Geld ebenso Gestaltungsmittel und bildet den Bereich des ethischen Finanzmanagements. Es lohnt sich daher, das eigene Finanzmanagement entsprechend der Unternehmenswerte zu wählen oder anzupassen.

- Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell
- Steuerung der Finanzströme
- Abwicklung der Bankgeschäfte und Mehrwertstiftung
- Ethisches Finanzmanagement bei Kunden und Lieferanten

Für die Bewertung der Kriterien wird ein **Reifegradmodell** genutzt. Das Modell zeigt, inwiefern sich das Unternehmen mit den ÖRS Themen beschäftigt und in welchem Reifezustand die Aktivitäten einzuordnen sind. Der Reifegrad des jeweiligen Bereichs wird errechnet anhand der Befragungsergebnisse (Einschätzungen der Unternehmensführung und der Mitarbeitenden) sowie der Bewertungen des ÖRS Analysten.



- 0 - 0,9: Aktuell sind über das Thema keine Ansätze vorhanden, eventuell gibt es einen Diskurs.
- 1,0 - 1,9: Es gibt ein Bewusstsein bezüglich des Themas. Erste Ansätze sind in Planung.
- 2,0 - 2,9: Erste Maßnahmen sind vorhanden und werden sporadisch umgesetzt.
- 3,0 - 3,9: Mehrere Maßnahmen werden regelmäßig umgesetzt. Es gibt kein Konzept, keine Kennzahlen oder definierte Ziele.
- 4,0 - 4,9: Es gibt ein klares Konzept und Ziele. Die im Konzept definierten Maßnahmen werden regelmäßig durchgeführt.
- 5,0: Es gibt ein klares Nachhaltigkeitskonzept und Ziele wurden definiert. Mehrere definierte Maßnahmen werden regelmäßig umgesetzt, um diese Ziele zu erreichen. Der Fortschritt in der ökologischen, regionalen und sozialen Leistung wird regelmäßig kontrolliert.

Geschäftsmodell und Teilhaber

4.1 Geschäftsmodell

In der Analyse des Geschäftsmodells geht es vor allem darum, die Zukunftsorientierung und die Nützlichkeit des Geschäftsmodells für die Gesellschaft und dessen Auswirkungen auf die Natur zu ermitteln. Die Beurteilung der Nützlichkeit des Geschäftsmodells erfolgte über eine Befragung der Geschäftsführung und Untersuchung durch das ÖRS-Analyse-Team. Die Analyse-Kriterien folgen den Nachhaltigkeitszielen der Agenda 2030 der Vereinten Nationen², sowie dem Nachhaltigkeitskodex Deutschland³. Weiterhin dient die DIN 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen)⁴ als Grundlage für die Bewertung der sozialen Aspekte im Unternehmen.

4.1.1 Befragungs- und Analyseergebnisse

Ökologischer Impact	Impact auf regionale Strukturen	Impact auf soziale Strukturen	Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung	Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell
3,6	4,7	4,3	4,6	4,8
Selbsteinschätzung: 4,0	Selbsteinschätzung: 4,7	Selbsteinschätzung: 4,6	Selbsteinschätzung: 5,0	Selbsteinschätzung: 5,0
Bewertung ÖRS-Analyst: 3,6	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,7	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,3	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,6	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,8
			Befragung Mitarbeiter: 4,2	

Geschäftsmodell – Gesamtwertung

4.1.2 Gesamtwertung Geschäftsmodell

Ökologisch und ethisch nachhaltiges Wirtschaften wird als ein zentrales Ziel in der Unternehmensvision angegeben. Man bezieht diese Faktoren soweit wie möglich in die Entscheidungen ein. Durch das Erstellen eines Nachhaltigkeitsaudits für kleine und mittlere Unternehmen, eigene interne Auditierung, Schaffung eines Fachbereiches für Ethik- und Nachhaltigkeitsthemen (Serviceline *Ecosystems*), Besetzung der Steuer- und Lenkungskreise auch mit einem Ethikrat-Mitglied, die Implementierung von wöchentlichen Grundlagenarbeiten sowie der Werkstatt für Kultur und Werte hat das Unternehmen Strukturen geschaffen, um diese Vision zu verwirklichen. Die Serviceline *Ecosystems* kommuniziert über die Standorte hinweg

² SDGs <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/die-deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-318846>

³ Nachhaltigkeitskodex DE <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/de-DE/Home/DNK/DNK-Overview>

⁴ Broschüre ISO 26000: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100258.pdf>

Nachhaltigkeitsthemen, entwickelt Werte im Diskurs und sorgt für die Manifestierung dieser Werte. Mit den Leistungen werden sowohl die Mitarbeitenden als auch die Kunden, Lieferanten und Partner befähigt, Verbesserungsmaßnahmen zu identifizieren und umzusetzen.

Zudem achten die Unternehmen bei der Auswahl ihrer Kunden, Lieferanten, Partner und Mitarbeitenden darauf, dass diese die Bedeutung der ökologischen Herausforderungen und der notwendigen Verbesserungen ebenso beherzigen. Auch wenn die beteiligten Unternehmen vordergründig Dienstleistungen anbieten, wird bei Sym auf Langlebigkeit geachtet. Diese betrifft auch die Ausstattung an den Standorten, den so genannten Hypozentren. Das Unternehmen ist um die Optimierung des Ressourcen- und Energieeinsatzes bemüht, um Kosten zu senken und Ressourcen zu schonen. Folgende Initiativen und Leistungen werden als Beispiele von der Geschäftsführung angeführt:

„Vermeidung von Papier und im Zweifel Recycling-Papier, Nutzung von großen Gebinden für z.B. Seife, Kaffee etc., Obstkorb vom regionalen Erzeuger, 'Bring your own device'-Möglichkeit zur Vermeidung von redundanten Geräten und Nutzung bereits abgeschriebener, aber noch funktionstüchtiger Geräte, Clean Desk Policy zur Optimierung der Raumauslastung.“

Die Gesellschafter und Geschäftsführung des Unternehmens haben eine gewisse Übereinkunft zur effizienten Nutzung von Ressourcen als Basis aller Prozesse und schaffen somit eine gemeinsame Gestaltungsbasis. Eine schriftliche Fixierung hierzu fehlt noch.

An den Standorten achtet man auf ein ressourcenbewusstes Handeln. Viele Mitarbeitende haben aufgrund der diversen Grundlagenarbeiten ihre persönliche Achtsamkeit für ihr berufliches und privates Umfeld weiterentwickelt. Ökologische Nachhaltigkeitsziele werden seit zwei Jahren über interne ÖRS Audits definiert und einem Controlling unterzogen. Einige der Ziele des Unternehmens sind: Einkauf optimieren, Kreislaufwirtschaft etablieren, Wege/Reisen durch digitale Zusammenarbeit reduzieren, sharing economy fördern durch gemeinschaftliche Raumnutzung und gemeinschaftliche Nutzung von IT-Systemen.

Die Geschäftsführung ist der Meinung, dass die Produkte/Dienstleistungen das Nachhaltigkeitsziel „Förderung nachhaltiger Städte und Gemeinden“ direkt fördern und auf den Einsatz in Städten und Gemeinden ausgelegt sind.

„Im Rahmen unserer Standortexpansion beraten wir ausgesuchte Städte und Kommunen (z.B. Landkreis Starnberg, Heidelberg, Korschenbroich, Karst) wie sie über Technoparks und Hypozentren inkl. Naturcampusse in Kombination mit unserem Symworking und ÖRS-Konzept das Thema ganzheitliche Nachhaltigkeit in ihre Wirtschaftsförderung integrieren können.“

Hier gibt es eine enge Partnerschaft zu der Hypozentrum GmbH und zu Technoparks. In Kooperation werden hier obenstehende strategische Ansätze entwickelt und umgesetzt.

Sym hat im Rahmen interner ÖRS Audits bereits viele Nachhaltigkeitsziele definiert und diese schriftlich fixiert. Für die Umsetzung sind Zeitrahmen und Ressourcen in Seed Points festgelegt.

Das Unternehmen leitet die „Integration von Naturcampus und Hypozentrum/Technopark an jedem Standort“ an.

„Innovations-Cluster 'Carbon Sequestration' und 'Agroforestry' sind gelistet auf unserem Innovationsradarschirm in der Zeitscheibe 2-3 Jahre.“

Das Unternehmen gibt an, dass Produkte und Dienstleistungen einen Mehrwert in der Region erzeugen. Die Symservices - Leistungen aus den Servicelines - sollen regionale KMU in ihrer Resilienz und Zukunftsfähigkeit unterstützen. Ebenso sichere man bestehende- und schaffe faire Arbeitsplätze und ein vielfältiges reichhaltiges Angebot an Leistungen.

Die angebotenen Produkte/Dienstleistungen sind hauptsächlich für den Markt in der Region gestaltet. Eingekaufte, selbst eingesetzte und auch an Kunden vertriebene Software- und Hardwareprodukte kommen nicht aus Deutschland. Man hat sich als Service- und Software-Company zum Ziel gesetzt die Software- und IT-Infrastruktur aus weitgehend regionalen Ressourcen aufzubauen.

Das Geschäftsmodell basiert grundsätzlich auf der Bewältigung gesellschaftlicher Herausforderungen in der Region bzw. im globalen Maßstab. Es fördert Resilienz und die Zukunftsfähigkeit von kleinen und mittleren Unternehmen. Das sichert wiederum faire Arbeitsplätze und ein vielfältiges Angebot in der Region.

Der erfolgreich bestandene Markttest des Geschäftsmodells Sym/Symworking wird nun in den nächsten Jahren skaliert, um die positive Wirkung zu verstärken und generationsübergreifend verständlich und erlebbar zu machen.

An den Standorten von Sym kommen keine Verletzungen der Menschenrechte vor. Es existieren gute Arbeitsbedingungen ohne Gesundheitsgefährdungen oder Freiheitseinschränkungen. Die Reflektion in Grundlagenarbeiten und das Leben der Unternehmenswerte auf Augenhöhe, Verlässlichkeit und Offenheit werden als Mittel der Auseinandersetzung mit dem Thema angeführt. Es kann nicht mit absoluter Sicherheit ausgeschlossen werden, dass in der gesamten Wertschöpfungskette die menschliche Würde und Unversehrtheit verletzt wird. Die Intransparenz und mögliche Probleme sind dem Unternehmen bewusst. Es wird daran gearbeitet, Transparenz zu schaffen, um Menschenrechtsverletzungen ausschließen zu können. Das trifft, wie auf fast alle Unternehmen, insbesondere auf die Beschaffung von Hardware und die Nutzung von Services in der Cloud zu. Das Unternehmen bemüht sich, möglichst viel Transparenz in der Zulieferkette herzustellen. Man sucht Mitarbeitende, Kunden, Lieferanten und Partner sehr sorgfältig aus. Dazu hat man den Werteabgleich, den ÖRS Check und das ÖRS Audit entwickelt. Die zyklische Befragung bestehender Lieferanten und Kunden im Rahmen des ÖRS Audits soll die notwendige Transparenz sicherstellen.

Es gibt im Unternehmen Richtlinien, um die Chancengleichheit und Gleichstellung bei der Mitarbeiter-Akquise und Neueinstellung zu gewährleisten. Es wird angegeben, dass Menschen mit Benachteiligung eine Anstellung ermöglicht wird (Inklusion). Sym achtet auf Diversität und die Vermeidung von Benachteiligung von Frauen in der Belegschaft. Man befasst sich mit allen Bewerbern neutral in einem definierten Auswahlverfahren und stellt neue Mitarbeitende aus allen Geschlechtern, kulturellen Hintergründen, Altersgruppen und Bildungsrichtungen ein,

macht bei gleicher Leistung keine Unterschiede in der Bezahlung. Pluralität und Diversität sieht man als Bereicherung.

Befähigung ist ein zentraler Bestandteil des Geschäftsmodells. Services wie ÖRS Audit, Grundlagenarbeit, Werkstatt für Kultur und Werte und der damit verbundenen Kommunikation sind Werkzeuge für Reflektion und Befähigung. Naturcampusse mit den Konzepten *Permakultur* und *Wirtschaften lernen am Vorbild der Natur* ergänzen als Praxisorte und -projekte zusätzlich. Gastvorträge an Hochschulen, z.B. Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg und IHK Bonn, dem CSR Tag der Stadt Nürnberg geben befähigende Impulse. Die Servicelines *Ecosystems* und *People* sind als ein gemeinsam agierender „CSR⁵-Fachbereich“ angelegt. Sie sollen dafür sorgen, dass der ethische Umgang mit Menschen die Aufgabe eines jeden einzelnen Mitarbeitenden wird. Das ist der definierte grundlegende Anspruch, jeden Mitarbeitenden bestmöglich zu fördern und in allen Lebenslagen zu unterstützen. Durch die Ergebnisse interner Reflektionen und Audits besteht ein Verständnis zu einigen Zielen für die Gewährleistung der unternehmerischen Verantwortung im sozialen und gesellschaftlichen Sinne (CSR), die in der Praxis gefördert und umgesetzt werden. Angeführt von der Geschäftsleitung wurden folgende Systeme und Maßnahmen:

*„Führen in der Gemeinschaft - dynamische Delegation @ Sym;
Grundlagenarbeiten - von der Wissensgesellschaft zur Bewusstseinsgesellschaft;
Bereitstellung von Stellen für Praktikanten und Werkstudenten inkl. Bachelor und
Master-Thesis;
Konzeption eines Berufsausbildungsprogramms“*

Ein grundlegendes übergreifendes Controlling entsprechender Umsetzungen ist noch nicht erkennbar.

Das Geschäftsmodell basiert grundsätzlich auf dem Erhalt und der Förderung von immateriellem Wohlstand. Die Geschäftsführung gibt an, dass die Führung durch die Leitwerte Augenhöhe, Offenheit und Verlässlichkeit sowie den Prinzipien ökologischen, regionalen und sozialen Wirtschaftens erfolgt. Das Unternehmen strukturiert Teilhabe (bspw. Wissen oder Leistungs- und Lieferbeziehungen), gestaltet Naturcampusse, fördert Initiativen wie „WIR gestalten gern, Gemeinschaft für Umwelt, Kultur und Soziales“. Das Befähigen, Beraten und Gestalten als verlässlicher und offener Partner auf Augenhöhe wird als integraler Bestandteil der Vision und der Umsetzungsstrategien im Geschäftsmodell angegeben. Sym will die kleinteiligen, vielfältigen, regionalen KMU resilient und zukunftsfähig zum Wohle der Gesellschaft von heute sowie der heranwachsenden Generationen machen. Die Geschäftstätigkeiten des Unternehmens schließen kontroverse Geschäftsfelder aus (z.B.: Herstellung von Atomenergie und Produkten zum Betrieb von Atomkraftwerken, Herstellung von konventionellen und kontroversen Waffen und Rüstungsgütern, Massentierhaltung, Tierversuche, Glückspiel und Pornografie). Das Geschäftsmodell ist auf Deutschland fokussiert. Mit Blick auf die Lieferanten und Kunden ist man sich 100 % sicher, dass in der gesamten Wertschöpfungskette militärische Konflikte nicht

⁵ CSR (Corporate Social Responsibility): gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens

gefördert werden. Selbst trägt Sym zum friedlichen Zusammenleben und zum Erhalt von Wohlstand in den beteiligten Ecosystemen bei.

Sym kann durch Mitarbeiterbefragungen bestätigen, dass sich die Mitarbeitenden zu mehr als 90% mit dem Unternehmen identifizieren und sich mit der Unternehmenskultur wohlfühlen. Das Leitbild der Unternehmen ist auf der Webseite (sym.eco) dargestellt. Die Werte werden vor allem intern kommuniziert und die Mitarbeitenden orientieren sich an diesen Werten. Es ist das Ziel des Unternehmens, jeden Leistungsprozess mit seinem Beitrag bezogen auf das Werteverständnis (Augenhöhe, Offenheit, Verlässlichkeit) bewerten zu können. Dazu gibt es ein eigenes Wissensnetzwerk (*Knowledge Graph*). Hierüber möchte man sicherstellen, dass die Leistung langfristig eine positive Wirkung bei den Geschäftspartnern erzeugt und somit mittelbar auf eine Verstetigung und Zukunftsfähigkeit einzahlt. Die Orientierung an den Werten, so gibt man an, wird in der Umsetzung des Tages- und Projektgeschäfts nicht unbedingt den Idealzustand erreichen. Werden allerdings Abweichungen erkannt, werden diese in aller Offenheit und Transparenz auf allen Ebenen adressiert, um Verbesserungen zu erreichen. Es besteht der Wunsch, dass alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette fair entlohnt werden. Eine faire Preispolitik gegenüber den Geschäftspartnern ist klares Verständnis für das Unternehmen. Risiken in der Wertschöpfungskette werden analysiert. Es gibt konkrete Präventionsmaßnahmen für die Sicherstellung der Fairness auf der Wertschöpfungskette. Kunden, Lieferanten und Dienstleister werden hinsichtlich fairer Entlohnung und menschenwürdiger Arbeitsbedingungen ausgewählt. Folgende Mittel und Methoden werden dazu angeführt:

„ÖRS Audit Transformation und Grundlagenarbeit entlang der gesamten Sym-internen Wertschöpfungskette“

In allen Bereichen des Finanzmanagements achtet Sym auf Ethik und Nachhaltigkeit. Entscheidungen für die Auswahl von Finanzquellen und -dienstleistungen werden durch Richtlinien gesteuert. Auf Nachfrage zu „Finanzquellen und -dienstleistungen“ gab Sym an: Finanzierung des Unternehmens, Gewinnverwendung und Abwicklung der Finanz-/Bankgeschäfte, durch verantwortungsvoll, sozial-ökologisch agierende Banken, Finanz- und Versicherungsdienstleister. Die Finanzierungsstrategie basiert auf Grundlage nachhaltiger und ethischer Kapitalgeber, die auch am Ecosystem teilnehmen und mitwirken. Potenzielle Teilhaber/Kapitalgeber werden nach ÖRS Kriterien ausgewählt. Die Geschäftsführung gab an, dass Exit-Strategien mit Renditemaximierung als Selbstzweck nicht existieren. Es werde gerade ein Green Circle etabliert, in dem man mit verantwortungsvollen Kapitalgebern zusammenarbeitet. Sym hat für diesen verantwortungsvollen Umgang mit Kapital die Begriffe Verantwortungskapital und Verantwortungskapitalismus eingeführt. Es erfolgt eine bewusste Auswahl der Banken. Die GLS Bank ist die Hausbank.

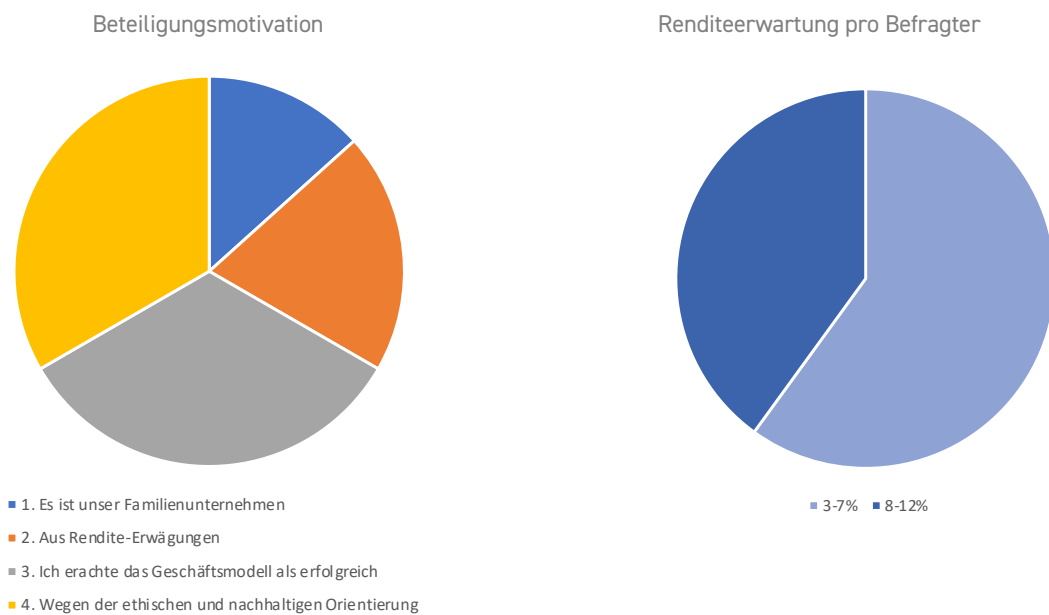
Sym sieht sich nicht als kapitalgetriebene Unternehmung. Es wird angegeben, dass regelmäßig soziale, ökologische und/oder kulturelle Projekte gefördert werden, um das Gemeinwohl zu fördern. Es werden die Naturcampusse und das Engagement für lokale Bildungsstätten genannt. Bei Beteiligungen werden nicht nur wirtschaftliche Aspekte, sondern auch die ökologische und ethische Ausrichtung eines Unternehmens durch interne Auditprogramme/Revision überprüft. Alle Beteiligungen müssen die festgelegten ÖRS-Kriterien und -Prinzipien berücksichtigen und umsetzen.

Insgesamt ist bezogen auf das Geschäftsmodell ein hoher Reifegrad zu erkennen. Viele Anliegen aus der Vision wurden institutionalisiert, Verantwortlichkeiten wurden benannt und Servicelines strukturiert. Insbesondere die ständige Auseinandersetzung mit ÖRS im Rahmen des Designs oder die Durchführung der internen Audits haben zu Klarheit und Struktur in der Zielerreichung geführt. Mit einem Wert von über 4 haben alle Kriterien im Geschäftsmodell von Sym alles in allem einen sehr hohen Reifegrad.

4.2 Teilhaber

Zum Zeitpunkt des ÖRS Audits zeichnet das Unternehmen ein Stammkapital von 25.934 EUR und Einzahlungen in die Kapitalrücklage durch Kapitalerhöhungen in Höhe von 1.000.000 EUR, welche zwischen 12/2020 und 06/2021 gezeichnet wurden. Gewinne wurden seit Unternehmensgründung vollständig thesauriert. Es gibt fünf Gesellschafter. Zwei davon arbeiten direkt im Unternehmen als Geschäftsführer und die weiteren drei sind strategische Kooperationspartner. Fünf von fünf Gesellschaftern sind am operativen Geschäft beteiligt. Alle Teilhaber sind privat involviert. Die Beteiligungsmotivation bezieht sich zu ca. 2/3 auf ethische und nachhaltige Orientierung sowie Erfolgsaussichten.

Ein auffälliger Aspekt ist die Renditeerwartung. Diese liegt überwiegend bei 3-7 % und damit außerordentlich konservativ.



Die Zusammenarbeit im Gesellschafterkreis wird auf Augenhöhe und freundschaftlich beschrieben. Aspekte dabei sind:

- ⇒ Es gibt einen offenen Austausch
- ⇒ Es besteht Augenhöhe
- ⇒ Vorschläge werden gern angenommen
- ⇒ Transparenz ist Basis der Kommunikation
- ⇒ Verlässlichkeit prägt das Verhältnis

Alle Befragten würden auf Rendite und Dividende verzichten, um das ökologische, regionale und soziale Wirtschaften im Unternehmen zu stärken. Das kann z.B. für eine nachhaltigere Gestaltung der Produkte, Dienstleistungen und Prozesse sein.

Eine Stellvertretung wird als vorhanden angegeben. Eine Nachfolge der Geschäftsführung

scheint im Teilhaberkreis noch nicht abgestimmt. Alle Teilhaber empfinden das Geschäftsmodell und Wirken als sehr sinnstiftend und zukunftsfähig. Die Sinnstiftung wurde von den Teilnehmern unter anderem mit der Vision und Mission beantwortet:

„Vision:

Wir werden die regionale, kleinteilige und vielfältige Unternehmenslandschaft in ihrer freiheitlich bestimmten Existenz für die heutige und für heranwachsende Generationen erhalten.

Mission:

Unsere Mission ist die Existenzsicherung und Weiterentwicklung unserer regionalen Unternehmenslandschaft nach ökologisch, regional und sozial nachhaltigen Grundsätzen und im Sinne der Wertschätzung unserer Gesellschaft und Umwelt.“

Die Teilhaber wurden auch zu den aus ihrer Sicht existierenden Risiken befragt. Es wurden unter anderem folgende Aspekte genannt:

„Angestrebte Skalierung auf 200 Standorte erfordert signifikante Potentialerweiterung von jedem einzelnen Symworker.

Priorisierung und Fokussierung auf die Umsetzung von Strategien und Projekten - zum Beispiel auf für unsere Organisation neue Herausforderungen wie Design Thinking, UI/UX und kundenzentrischer Vertrieb.

Adäquate Mischung aus People Business und Service Provider & Software Business ist erfolgskritisch in der Skalierung.“

Der Erweiterung des Gesellschafterkreises stehen die Befragten überwiegend und weiterhin sehr offen gegenüber.

Geschäftsführung

Die Auseinandersetzung mit der Unternehmenssteuerung dient dazu, die transparente und wirkungsbewusste Führung des Unternehmens zu ermitteln. Diese Analyse erfolgte durch eine Selbstauskunft der Geschäftsführung in Form einer Befragung sowie der Einschätzung des ÖRS Audit Teams. Als endgültige Bewertung wird die Bewertung des Audit Teams verwendet, die sich aus dieser Breitenanalyse ergibt.

5.1.1 Befragungs- und Analyseergebnisse

Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit	Initiative, sich in regionale Strukturen zu integrieren	Transparenz und Augenhöhe in der Führung	Führungs- und Beziehungskultur	Steuerung des ethischen Finanzmanagements
3,3	3,0	4,2	4,4	4,2
Selbsteinschätzung: 3,6	Selbsteinschätzung: 3,2	Selbsteinschätzung: 4,6	Selbsteinschätzung: 4,4	Selbsteinschätzung: 4,0
Bewertung ÖRS-Analyst: 3,3	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,0	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,2	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,4	Bewertung ÖRS-Analyst: 4,2
			Befragung Mitarbeiter: 4,0	

Geschäftsführung – Gesamtwertung

5.1.2 Gesamtwertung Geschäftsführung

Die Geschäftsführung von Sym ist sich ökologischer Herausforderungen und seiner Vorbildrolle im Unternehmen bewusst. Gegenüber Kunden, Partnern sowie öffentlichen Vertretern von Städten und Kommunen, Universitäten und Hochschulen vertritt die Geschäftsführung ein ökologisches Bewusstsein. Transparenz in den Lieferketten ist für die Geschäftsführung eine grundlegende Forderung, für die sie sich persönlich einsetzt, beispielsweise bei der Bestellung von Büro- und Reinigungsmaterialien oder Lebensmitteln. Die Geschäftsführung hat selbst noch keinen persönlichen ökologischen Fußabdruck ermittelt, aber sich mit den einzelnen Einflussfaktoren, wie Wohnraum und -qualität, Mobilität, Ernährung, Strom- und Energieversorgung beschäftigt. Darüber hinaus ist dem Unternehmen die Wichtigkeit der Reduktion von Treibhausgasen bewusst. Es wurden bereits Maßnahmen ergriffen, um die CO₂-Bilanz zu verringern. Als Maßnahmen, die zur CO₂-Reduktion beitragen, können Remote Work, Fahrgemeinschaften sowie die Förderung der ÖPNV-Nutzung, das Verzicht auf Flüge für Arbeitswege und Geschäftsreisen genannt werden. Der Geschäftsführung ist der Bezug von Energie aus ökologischen Strom- und Wärmequellen sehr wichtig. Der Anteil an ökologischen Quellen soll zeitnah ausgebaut werden. Eine Beauftragung der Tarifumstellung sei bereits erfolgt. In Bezug auf umweltfreundliche Anreisevarianten für Mitarbeitende unterstützt das Unternehmen beispielsweise einige Job-Tickets für den ÖPNV und seit Unternehmensgründung Remote Work. Zudem wird für Geschäftsreisen ICE statt Flugzeug genutzt. Darüber hinaus bilden

einige Mitarbeitende eigenständig Fahrgemeinschaften. Sym unterstützt derzeit noch keine Klimaschutzprojekte, wohl aber eigene ökologische Projekte, die Naturcampusse an bereits zwei Standorten. Außerdem ist der Geschäftsführung das Controlling der ökologischen Nachhaltigkeitsziele persönlich sehr wichtig. Derzeit erfolgt das Controlling über interne ÖRS Audits. Ein Ausbau des Controllings, im Rahmen des Symcontrol Projektes, ist bereits in Planung. Der Reifegrad von 3,3 der Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit ist eine gute Ausgangslage für die weitere Entwicklung.

Initiativen, sich in regionale Strukturen zu integrieren, sind bei Sym bereits vorhanden und mit einem Reifegrad von 3,0 bewertet. Das Unternehmen ist Mitglied in regionalen Verbänden wie dem Digital Hub Bonn, der IHK Bonn und IHK München. Das Potenzial innerhalb der Region ist dem Unternehmen teilweise bewusst. Werden MitarbeiterEinstellungen im Unternehmen vorgenommen, ist bei zwei gleichwertigen Bewerbern der Wohnort ein wichtiges Entscheidungskriterium. Derzeit ist man nicht auf Arbeits- beziehungsweise Jobmessen in der Region vertreten, da es laut Aussage der Geschäftsführung mehr Nachfrage von Bewerbern als zu besetzende Stellen gibt. Die Mitarbeitenden werden derzeit nicht dazu motiviert, sich bei Projekten, in Vereinen, oder Initiativen in der Region zu engagieren. Sym pflegt einen regen Austausch mit regionalen Entscheidungsträgern und Institutionen, wie z.B. Universitäten und Hochschulen, der städtischen und kommunalen Wirtschaftsförderung und Stadtplanung, dem Coworking-Round-Table in Heidelberg sowie dem Handwerker-Ecosystem in Korschenbroich.

Im Bereich Transparenz und Augenhöhe in der Führung konnte der höchste Reifegrad im Rahmen der Geschäftsführungsbefragung mit 4,2 erzielt werden. Die Gleichbehandlung und Wertschätzung, unabhängig von Hierarchie und Geschlecht, ist ein Grundsatz, den die Geschäftsführung generell und immer vertritt. Ein Zitat aus der Geschäftsleitung:

„Unsere Werte sind Offenheit, Transparenz und Partnerschaftlichkeit, auf Augenhöhe...“

Die Geschäftsführung ist ständig offen, beziehungsweise erreichbar für die Mitarbeitenden und deren Anliegen. Auch die Mitarbeitenden schätzen die Geschäftsführung für die offene und tolerante Art und kommunizieren ihr gegenüber offen. Wenn Mitarbeitende von privaten beziehungsweise familiären Problemen berichten und Hilfe benötigen, bietet die Geschäftsführung meist ihre Hilfe an. Es wurden schon mehrfach Kompensierungsmöglichkeiten bzw. -leistungen angeboten. Beispielsweise wurden bei der Flutkatastrophe im Ahrtal und im Rhein-Erft-Kreis Mitarbeitende für die Hilfe eines betroffenen Symworkers für drei Tage unter Fortzahlung des Gehaltes von der Arbeit freigestellt. Daneben stand auch die Geschäftsführung bei der Flutkatastrophe im engen Austausch mit der betroffenen Person, um seelisch-moralisch und im Bedarfsfall tatkräftig zu unterstützen. Eine weitere Leistung des Arbeitgebers ist, dass Mitarbeitende bei einem Krankheitsfall oder sonstigem Notstand in der Familie nach kurzer Absprache ihre Arbeitszeit allokalieren und mobil arbeiten können. Laut der Geschäftsführung gibt es festgelegte Gehaltsbereiche für die Vergütung von Mitarbeitenden. Die Vergütung orientiert sich am Arbeitsmarkt, den komplementären Stärken für die zu erbringende Leistung, der Fachkompetenz, dem persönlichen Potenzial, sowie dem Gehaltsgefüge im Team bzw. dem gesamten Unternehmen. Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden

werden vom Unternehmen aktiv angeboten. Als Beispiele hierfür wurden externe Seminare, Mitarbeiterentwicklungsgespräche, Einzelcoachings als auch interne Wissensvermittlung (im Team, in der Werkstatt für Kultur und Werte und in der Symacademy) genannt. Um die Transparenz in der Lieferkette herzustellen - insbesondere bezogen auf die sozialen Herausforderungen - müssen alle Kunden bzw. Partner einen ÖRS Check und bei intensiver Zusammenarbeit ein ÖRS Audit durchlaufen. Die Geschäftsführung gibt an:

"Alle neuen Kunden und Partner müssen den ÖRS Check absolvieren. Bei intensiver Zusammenarbeit mit uns und im Ecosystem wird die ÖRS Audit Transformation obligatorisch."

Nicht zuletzt ist noch zu nennen, dass nur Geschäftsbeziehungen mit Partnern in freiheitlich-demokratisch geführten Ländern eingegangen werden.

Die Geschäftsführung erzielt bei der Führungs- und Beziehungskultur einen hohen Reifegrad von 4,4 von 5. Unternehmerische Entscheidungen sollen möglichst von allen involvierten Mitarbeitenden und Geschäftspartnern nachvollzogen werden können. Deshalb pflegt die Geschäftsführung eine offene Kommunikation. Man steht gern für Diskussionen und Fragen zur Verfügung. Für die Geschäftsführung ist emotionale Kompetenz eine selbstverständliche Basis der eigenen Kommunikation. Sie ist von einer starken Reflexionsfähigkeit überzeugt. Auch Transparenz wird von der Geschäftsführung vorgelebt. Aus den eigenen Fehlern dürfen auch andere lernen. Bei der Frage nach dem Engagement zur Profilbildung und dem persönlichen Wachstum der Mitarbeitenden gab die Geschäftsführung an, dass ihr Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten ein Anliegen seien. Regelmäßig spräche man mit den Mitarbeitenden darüber. In Bezug auf Wissens- und Ressourcenaustausch mit Geschäftspartnern gibt es großes Interesse seitens der Geschäftsführung. Es wird ein reger Austausch betrieben. Die Verantwortung im Unternehmen ist teilweise auf unterschiedliche Führungs-/Leitungsebenen verteilt, mehrheitlich jedoch von der Geschäftsführung getragen. Zu diesem Thema äußert sich die Geschäftsleitung wie folgt:

"Wir haben sehr flache Hierarchien. Die Geschäftsleitungsebene übernimmt extern Verantwortung und hat gleichzeitig auch Serviceline-Verantwortung und hat weitere operative Hüte auf. Generell begegnen wir uns auf Augenhöhe. Profitcenterleiter tragen Verantwortung für ihr Team."

Augenhöhe ist ein klar vertretener Grundsatz der Geschäftstätigkeit und bedeutet Fairness. Sym orientiert sich am Markt und kalkuliert die Preise mit einem vor dem Kunden erklärbaren Gewinnanteil. Im Unternehmen wird sich auf Lieferanten mit einer langfristigen Bindung orientiert und man steht in einem kooperativen Austausch. Von einer langfristig angelegten Kundenbindung verspricht sich das Unternehmen Vorteile im Sinne einer kooperativen und emotionalen Verbindung. Man sucht sich strategische Partner, mit denen man langfristig zusammenarbeiten kann. Die Geschäftsführung gibt an, dass sie nicht immer die Erwartungen hinsichtlich Zuverlässigkeit und Zahlungsmoral gegenüber Lieferanten erfüllen kann. Das konkrete Verbesserungspotenzial ist adressiert und wird bereits durch stringendere Managementprozesse abgestellt. Sym orientiert sich an Branchenstandards und möchte diese

durch ÖRS Audits für KMU im Nachhaltigkeitsbereich maßgeblich erhöhen. Da die Kundenzufriedenheit des Unternehmens noch verbesserungswürdig ist, sind die Key-Account-Manager damit beauftragt, die Kundenzufriedenheit regelmäßig abzufragen und zu verbessern.

Die Geschäftsführungsbefragung hat herausgestellt, dass es im Unternehmen einen Reflexionsbedarf gibt. Die Unternehmensführung hat sich bereits intensiv mit dem Thema ethisches Finanzmanagement auseinandergesetzt und gibt an, nach dieser Grundlage zu handeln und zu entscheiden. Das Unternehmen strebt Finanz- und Versicherungsdienstleister an, die ethisch und nachhaltig wirtschaften, jedoch scheint die Umsetzung schwierig. Deshalb gibt es hier noch keine konsequente Umsetzung. Im Unternehmen achtet man bei der Aufnahme von Fremdkapital nicht nur auf Konditionen, sondern auch auf ethische Standards des Kapitalgebers. Mit den ÖRS Audits, der Unternehmensfinanzierung über ÖRS Invest und dem Green Circle (eine Gruppe nachhaltig agierender Investoren) sollen ethische Kriterien weiterhin die Strategie bestimmen.

Operativer Geschäftsbetrieb

Die Analyse des operativen Geschäftsbetriebs zeigt, wie Sym seine Vision in operativen Tätigkeiten umsetzt und wie dieses Handeln sich gegenüber den Mitarbeitenden, seinen Kunden und Lieferanten auswirkt. Zusätzlich zur Selbsteinschätzung der Geschäftsführung und überprüfender Bewertung der ÖRS Analysten wurden in diesem Bereich auch die Mitarbeitenden des Unternehmens befragt.

6.1 Operativer Geschäftsbetrieb

6.1.1 Befragungs- und Analyseergebnisse

Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen	Regionale Verankerung des Unternehmens	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter	Abwicklung der Bankgeschäfte und Mehrwertstiftung
2,7	3,5	3,4	3,8	3,8
Selbsteinschätzung: 3,6	Selbsteinschätzung: 3,6	Selbsteinschätzung: 4,0	Selbsteinschätzung: 3,8	Selbsteinschätzung: 5,0
Bewertung ÖRS-Analyst: 2,7	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,5	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,4	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,8	Bewertung ÖRS-Analyst: 3,8
Befragung Mitarbeiter: 2,9	Befragung Mitarbeiter: 3,2	Befragung Mitarbeiter: 3,6	Befragung Mitarbeiter: 3,8	

Operativer Geschäftsbetrieb – Gesamtwertung

6.1.2 Gesamtwertung Operativer Geschäftsbetrieb

Sym übt die Geschäftstätigkeiten in Symworking Spaces der Hypozentrum GmbH aus. Die Nutzung basiert auf Services des Hypozentrums. Dieses wiederum übernimmt den standortbezogenen Einkauf von z.B. Reinigungsmaterialien oder Lebensmittel. Bei der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen gibt es eine gemeinsame Planung und Organisation zwischen von Sym und Hypozentrum GmbH. Als zentraler und strategischer Treiber von Symcompanies spielt Sym auch bei standortrelevanten Entscheidungen eine große Rolle. Der Bereich operativer Geschäftsbetrieb wurde für die drei Standorte, die Hypozentren in München (K47A), Bonn (R3) und Sauerlach (RB14), gemeinsam analysiert. Dabei wurden die Bewertungen für lediglich standortrelevante Themen separat abgegeben und das Endergebnis als Durchschnitt berechnet.

Im Bereich operativer Geschäftsbetrieb haben alle Kriterien - bis auf Ökologie - einen Reifegrad von über 3,0, was positiv zu bewerten ist. Jedoch spielen bei Entscheidungen in operativen Prozessen ÖRS Kriterien noch keine zentrale Rolle. Die Kategorien „Kultur und Gestaltung“ und „Ethisches Finanzmanagement“ stellen hier mit den höchsten Reifegraden eine Stärke dar.

Das Kriterium „Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen“ weist mit einem Gesamtreifegrad von 2,7 das höchste Verbesserungspotenzial auf. Sym ist Mitglied im

Umweltpakt Bayern und plant eine weitere Zertifizierung (DIN EN ISO 14001). Das Unternehmen hat aktuell kein Umweltmanagementsystem. Nichtsdestotrotz gibt es einige Ansätze, um die ökologischen Ziele umzusetzen. Für die Nutzung von Strom und Wärme an den Standorten ist Sym vom Angebot der Hypozentrum GmbH abhängig. Am Standort R3 ist der Strom- und Wärmetarif nicht bekannt. K47A hat aktuell keine Öko-Tarife, RB14 bezieht Wärme aus ökologischen Quellen. In K47A und RB14 ist ein Wechsel des Stromtarifs in Planung. Für das sich im Aufbau befindende neue Hypozentrum in München (K23) wurden Ökostrom- und Ökowärmetarife bereits abgeschlossen. Flexible Nutzung von Arbeitsplätzen und Gemeinschaftsräumen ist einer der zentralen Elemente des Geschäftsmodells von Sym, um zur Ressourcenschonung beizutragen. Die Geschäftsleitung gibt an:

"Bei Sym GmbH gibt es eigentlich nur IT-Hardware und immaterielle Werte im Eigentum, der Rest wird über sharing economy abgebildet."

Die Strukturen für das Teilen von Maschinen und Geräten mit anderen Unternehmen vor Ort ist besonders in R3 und RB14 etabliert. Küchenequipment und elektronische Geräte wie Beamer, Präsentationsbildschirme, usw. werden mit anderen Hypozentrum Nutzern geteilt. Einkauf von Konsumgütern und Reinigungsmitteln wird in K47A und R3 vom Campus-Management der Hypozentrum GmbH übernommen. Dies folgt in K47A und R3 - in den meisten Fällen - nach ökologischen Kriterien. Nach dem ersten ÖRS Audit der Hypozentrum GmbH haben die Hypozentren K47A und R3 den Einkauf auf memo.de (regionaler Online-Anbieter von ökologischen/fairen Konsumgütern) umgestellt. Lebensmittel wie Kaffee, Milch und Reinigungsmittel wie Spülmittel/-Tabs und einige Sanitärprodukte werden mit Bio-, Fairtrade-, bzw. Ökosiegel gekauft. Eine Ausweitung auf die gesamten Konsumgüter und auf Büromaterialien ist noch offen. Lediglich K47A kauft Büromaterialien - außer Papier - nach ökologischen Kriterien. Im RB14 erfolgt der Einkauf über einen Nutzer des Hypozentrums. Hier ist die Umstellung auf ökologische Alternativen noch nicht zu 100 % erfolgt. R3 und RB14 haben im letzten Jahr Recyclingbehälter angeschafft. Im RB14 werden alle Abfälle getrennt entsorgt, im R3 bis auf Biomüll auch. Im K47A sind lediglich Restmüll- und Papiertonnen vorhanden. Die Raumbelichtungen sind im K47A noch nicht optimiert. Leuchtmittel und Betriebszeiten ließen sich verbessern.

Green IT ist bei Sym im letzten Jahr etwas mehr in den Vordergrund gerückt, auch mit Hinblick auf die Kundenanforderungen. Hierzu fehlen jedoch noch genaue Kriterien und die schriftliche Fixierung für die Beschaffung von IT-Geräten oder die Nutzung von Cloud-Services. Auch Richtlinien für deren Nutzung inkl. dem Umgang mit Daten sowie eine Sensibilisierung der Mitarbeitenden zu diesen Themen haben einiges Potenzial. Bis auf RB14 nutzen die Standorte keine geleasteten Geräte, wie z.B. Drucker, oder Kaffeemaschine. Das Unternehmen befürwortet „Bring your own device“, um unnötige Equipment-Beschaffungen zu reduzieren. Über einen IT-Distributor werden Apple- oder DELL-Geräte beschafft. Die beiden Hersteller bieten auch umweltfreundlichere Produkte an. Die IT-Infrastruktur in den Büros weisen jedoch aktuell keine besonderen Energieklassen, oder ökologische Labels aus. Die Desktopcomputer und Bildschirme werden nach der Arbeitszeit ausgeschaltet, um Strom zu sparen. Darüber hinaus gibt es derzeit keine Regelungen über Datennutzung, Videocalls, Cloud-, bzw. IKT-Anbieter-Auswahl, usw. Das Thema ist jedoch im Diskurs und wurde bereits in einer Grundlagenarbeit thematisiert. Mobilität

und Transporte sind weitere Bereiche mit Verbesserungspotenzial. Derzeit werden keine Logistikdienstleister nach Umweltkriterien ausgewählt. Lediglich werden die Druckerzeugnisse mit einem CO₂-neutralen Versand in das Hypozentrum R3 verschickt. Viele Mitarbeitende wohnen in ca. 30 km oder mehr Entfernung zu einem Standort. Die Arbeitsweise ist überwiegend remote, jedoch mit regelmäßigen Präsenztagen. Für die Anfahrten werden in den meisten Fällen PKWs genutzt (siehe Kapitel 9 CO₂-Bilanz), ökologische Reisevarianten werden derzeit nicht proaktiv gefördert.

Es gibt aktuell keine definierten Regeln für das ökologische Handeln im Unternehmen, jedoch ein implizites Verständnis, was in der Mitarbeiterbefragung auch bestätigt wird (siehe Kapitel 6.2 Mitarbeiterbefragung). In der konkreten Zielsetzung und partizipativen Umsetzung der ökologischen Ansätze gibt es an allen Standorten Handlungsbedarf.

Ein Reifegrad von 3,5 zeigt die Wichtigkeit der Regionalität für Sym. Hier gibt es dennoch Verbesserungspotenzial. Bis auf IT-Dienstleister (13 %) befinden sich alle Lieferanten und Dienstleister in Deutschland. Eine Verdichtung um die Standorte des Unternehmens ist erkennbar, jedoch nicht ausgeprägt (siehe 7.2 Räumliche Verteilung der Lieferanten). In den Standorten K47A und R3 findet der Einkauf regional statt, in RB14 nicht ausschließlich. Die Vergabe von Serviceaufträgen erfolgt auch überwiegend an regionale/lokale Dienstleister und Serviceunternehmen. Der Kundenstamm ist regional gestaltet, jedoch kann hier nicht von einer 100 % lokalen Kundschaft gesprochen werden, da die Services auf alle Standorte verteilt sind. Eine Dichte in Bayern ist erkennbar (siehe 8.2 Räumliche Verteilung der Kunden), wo die Hypozentren K47A und RB14 angesiedelt sind. Um das Hypozentrum R3 wächst der Kundenstamm langsam an. Wo möglich, stellen die Unternehmen Mitarbeitende aus der unmittelbaren Region ein, bei bestimmten Expertisen steht dies allerdings nicht im Vordergrund. Ein Gradmesser für die Förderung regionaler Kultur ist das Pflegen von Beziehungen mit regionalen Akteuren und Institutionen über Veranstaltungen. Sym organisiert zum Teil solche Veranstaltungen und tauscht sich mit regionalen Akteuren aus. Dies war vor der COVID-19-Pandemie besonders am Standort K47A ein fester Bestandteil (Straßenfest). An Veranstaltungen von Akteuren, wie z.B. Digital Hub Bonn, wird am Standort R3 regelmäßig teilgenommen. Seit der Etablierung eines Kommunikationsfachbereichs nahmen solche Aktivitäten in den letzten Monaten zu, ist jedoch immer noch nicht besonders ausgeprägt. Unternehmen können regionale Einrichtungen unterstützen, die sich in den Bereichen Bildung, Kultur, oder Soziales engagieren, um die Region zu stärken. Als Beispiel wurden hier die Initiativen „WIR gestalten gern“ (Initiative für Gemeinschaft, Umwelt, Kultur und Soziales) und „Frieding Permakultur“ genannt (Bildung nachhaltiger Entwicklung, ökologische Landwirtschaft). Beide Initiativen befinden sich im Ecosystem des Unternehmens und sind mit den jeweiligen Standorten eng verbunden. Es werden derzeit keine weiteren regionalen Einrichtungen gefördert.

Das Kriterium „Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld“ hat mit einem Reifegrad von 3,4 eine gute Basis für die Systematisierung vorhandener Ansätze. Die Arbeitsräume im Unternehmen entsprechen grundsätzlich den Bedürfnissen der menschlichen Gesundheit. Im Hypozentrum R3 sind höhenverstellbare Tische, ergonomische Bürostühle, Tageslampen und meist zwei Monitore je Arbeitsplatz vorhanden. Das Hypozentrum RB14 ist in der Aufbauphase und es ist geplant, dabei auf die Ergonomie am Arbeitsplatz zu achten. Die

Innenausstattung vom K47A ist hochwertig. Im K47A und im R3 gibt es jeweils eine Teeküche. Zusätzlich können die Mitarbeitenden die Meetingräume für die Pausen und zum Mittagessen nutzen. Laut der Mitarbeiterbefragung gibt es hier Handlungsbedarf, sowohl bei der Verfügbarkeit als auch der Gestaltung dieser Räumlichkeiten. Im RB14 ist eine große Küche mit einem Pausenraum kombiniert und im Außenbereich ein Naturcampus für die Freizeitgestaltung vorhanden. Es existieren aktuell keine definierten Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit von Mitarbeitenden. Sym bietet den Mitarbeitenden Zusatzleistungen wie flexible Arbeitszeiten, betriebliche Altersvorsorge und zum Teil Boni an. Es gab in der Mitarbeiterbefragung differenzierte Meinungen zu den sozialen Zusatzleistungen, die über eine transparente Darstellung dieser Punkte, z.B. in einem Entlohnungskonzept, geklärt werden könnten. Im Unternehmen herrscht eine gewisse Fluktuation, die laut der Geschäftsleitung kein größeres Problem darstellt. Als Ursachen werden die aktuelle Wachstumsphase und die Etablierung der Unternehmenswerte gesehen. Zusätzlich zu Werteabgleichen mit potenziellen Mitarbeitenden gibt es Maßnahmen zur langfristigen Mitarbeiterbindung. Als Beispiele wurden von der Geschäftsleitung aufgeführt:

"Wir bezahlen Fortbildungen, machen langfristige Pläne mit den Mitarbeitenden, Teamevents, Werkstatt, Grundlagenarbeit und jetzt starten wir mit der Möglichkeit, dass sich Mitarbeiter bei Sym mit Kapital beteiligen können. In einem zweiten Schritt sind Mitarbeiterbeteiligungen geplant."

Bei der "Werkstatt für Kultur und Werte" wird in kreativen Halbtagsveranstaltungen die Unternehmenskultur gemeinsam mit den Mitarbeitenden gestaltet. Ein weiteres Format sind die wöchentlichen Grundlagenarbeiten, in denen über die unterschiedlichsten Themen gesprochen wird, u.a. um das Sinnempfinden im Unternehmen zu steigern und das Gemeinschaftswesen zu fördern. Zudem haben zwei Standorte wöchentlich gemeinsame Mittagessen etabliert. Diese Maßnahme befindet sich beim dritten Standort (RB14) in der Pilotphase. Es wird angegeben, dass Diversität und Chancengleichheit im Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Es wurde von der Geschäftsleitung angegeben:

„In unserer Unternehmenskultur ist Vielfalt, Gleichstellung, soziale Gerechtigkeit, Toleranz und Pluralismus sehr stark ausgeprägt."

Zum Zeitpunkt der Befragungen (Oktober 2021) war die Diversität in der Belegschaft wie folgt: Kein Frauenanteil in Geschäftsleitungspositionen, keine weibliche Serviceline Managerinnen, jedoch 18 % weibliche Führungskräfte und 15 % Mitarbeitende mit einem Migrationshintergrund. Hier ist ein noch nicht systematisierter Prozess erkennbar, der durch Festlegung von Richtlinien angegangen werden kann. Als erste Anlaufstelle für sozialen Belange der Mitarbeitenden wird die Serviceline „People“ benannt. Diese Stelle wird, laut der Mitarbeiterbefragung, aktuell nicht von allen als direkte Anlaufstelle wahrgenommen. Es wird zusätzlich versucht, über Daily Team Calls und regelmäßige digitale Meetings am Anfang und am Ende einer Woche das Wohlbefinden der Mitarbeitenden im Blick zu behalten.

Ein Verhaltenskodex für die Geschäftspartner (Code of Conduct) hat Sym nicht. Mit der Bevorzugung von Dienstleistern und Lieferanten im europäischen Raum sollen

menschenwürdige Arbeitsbedingungen grundlegend sichergestellt werden. Zudem existiert für die Anbahnung neuer Geschäftspartnerschaften ein Verfahren, welches ökologische, regionale und soziale Themen beinhaltet – der ÖRS Check. Dieses Verfahren wird aktuell jedoch nicht konsequent umgesetzt. Insbesondere das Follow-up zu den einzelnen Befragungsergebnissen.

Das Kriterium „Unternehmenskultur und Entwicklung der Mitarbeitenden“ hat mit 3,8 den höchsten Reifegrad im Bereich des operativen Geschäftsbetriebs. Bei Sym existieren Strukturen, durch die Mitarbeitende Unternehmenskultur mitgestalten und Vorschläge zur Verbesserung in die betrieblichen Prozesse einbringen können. Über zweimonatliche Umfragen werden die Mitarbeitenden zu spezifischen Themen befragt und über wöchentliche Grundlagenarbeiten und die monatlich stattfindende Werkstatt für Kultur und Werte haben sie die Möglichkeit, ihre Ideen u.a. über die Zusammenarbeit und Werte einzubringen. Dieser Punkt findet auch in der Mitarbeiterbefragung eine hohe Zustimmung. Die partizipative Gestaltung von Orten weist Verbesserungspotenzial auf, welches in den letzten Wochen angegangen wurde. Eine Einführung in die Unternehmenswerte ist ein festgelegter Teil des Onboardingprozesses neuer Mitarbeitenden. Bei Sym besteht ein impliziter Verhaltenskodex, welcher nicht verbindlich festgelegt ist. Aktuell werden die Compliance Richtlinien erarbeitet. Es existieren nicht nur interne, sondern auch externe Kommunikationskanäle (u.a. LinkedIn und Telegram-Gruppen), in denen über Veranstaltungen informiert wird und Mitarbeitende sich zu Themen oder Veranstaltungen öffentlich austauschen können. Bei der Etablierung gibt es jedoch noch Potenzial. Jeden Montagmorgen werden die Mitarbeitenden in einem Videocall über die Aktivitäten der vergangenen und kommenden Woche informiert. Wissensmanagement ist für Sym von großer Bedeutung. Es bestehen bereits Ansätze hierzu in Form von: Knowledge Graph als zentrales Tool, unternehmensinterne Tools wie „Wiki“ und das „Grüne Buch“ sowie weitere Wissens- und Datenmanagementsysteme. In der Mitarbeiterbefragung gab es unterschiedliche Meinungen zur Verfügbarkeit der Informationen, welches an der Vielzahl der Systeme liegen könnte. Laut der Mitarbeiterbefragung finden Mitarbeitergespräche sporadisch statt. Eine proaktive und systematische Herangehensweise, um die Ziele und Entwicklungspotenziale der Mitarbeitenden zu besprechen, ist ratsam. Mitarbeitergespräche sollten idealerweise zusätzlich zu leistungsorientierten Themen auch persönliche Aspekte beinhalten. Die Qualität der Prozesse ist für Sym essenziell, was sich auch darin zeigt, dass das Unternehmen DIN EN ISO 9001 zertifiziert ist. Prozesse und Verantwortlichkeiten werden laufend verbessert. Es finden aktuell – bis auf vereinzelte Veranstaltungen auf den Naturcampussen – wenig kulturelle Aktivitäten für die gemeinsame Freizeitgestaltung der Mitarbeitenden außerhalb des Arbeitskontextes statt. Hier ist das Hypozentrum R3 etwas aktiver als die anderen Standortgemeinschaften. An allen Standorten gibt es jedoch Verbesserungspotenzial und den Wunsch nach mehr gemeinsamen kulturellen Aktivitäten in der Freizeitgestaltung, was von den Mitarbeitenden auch in der Mitarbeiterbefragung geäußert wird.

Zusammenfassend stellt das Kriterium „Unternehmens-/Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeitenden“ eine Stärke für Sym dar und weist gleichzeitig ein hohes Potenzial auf. Mit Maßnahmen wie der Einführung von kulturellen Aktivitäten außerhalb des Unternehmenskontextes, Institutionalisierung von Mitarbeitergesprächen, Etablierung von

Compliance Richtlinien und dem Ausbau der Schulungs-Service „Symacademy“ wäre es möglich, den Reifegrad weiter zu heben.

Das Kriterium ethisches Finanzmanagement hat mit 3,8 einen der höchsten Reifegrade im Bereich operativer Geschäftsbetrieb. Die Bankgeschäfte von Sym werden derzeit größtenteils über ethisch/nachhaltig ausgerichtete Banken abgewickelt. Die Hausbank ist zurzeit eine der Banken in Deutschland mit ethisch-orientierten Investment-Richtlinien und umfangreichen Ausschlusskriterien. Ethische Kriterien sind bei einer weiteren Bank (Nebenbankverbindung) nicht so weit ausgeprägt. Mehrwertstiftung im Unternehmen und im Ecosystem ist eine der zentralen Themen für Sym. Die Geschäftsleitung gibt an:

„Wir schaffen Symbiose unter den Kunden, was große Mehrwerte schafft. Wir stellen jede individuelle Entwicklung einer Dienstleistung nach Entwicklung und Testphase allen Kunden zu einem geringen Preis zur Verfügung. Degressives Preismodell im Gegensatz zu einem Venture Case mit exponentiellen finanziellen Gewinnwachstum.“

Die Erlöse werden derzeit dafür verwendet, um Produkte bzw. Services weiterzuentwickeln und für das Ecosystem einen übergeordneten Mehrwert zu generieren. Jeder Mitarbeitende investiert im Monat insgesamt acht Arbeitsstunden für die Grundlagenarbeiten und die Werkstatt für Kultur und Werte. Diese dienen nicht nur der Werteentwicklung im Unternehmen, sondern auch dem Aufbau von werteorientierten Geschäftspartnerschaften, der Auseinandersetzung mit den Themen soziale und ökologische Verantwortung eines Unternehmens und langfristig zum Aufbau eines werteorientierten Wirtschaftssystems und sind ein Treiber für Innovation. Da die ganzheitliche Mehrwertstiftung noch nicht messbar ist, gestaltet sich hier eine Bewertung schwer. Zudem werden für Maßnahmen wie die Umstellung des Einkaufs auf nachhaltigere Alternativen oder dem Aufbau von Naturcampussen an den Standorten finanzielle Ressourcen aufgewendet. Je nach Bedarf werden finanzielle Mittel dafür verwendet, Arbeitsabläufe und Arbeitsbedingungen sozialer zu gestalten. So werden z.B. im Hypozentrum RB14 die Freizeiträume (Naturcampus und Pausenraum) neugestaltet und für die Büroräume wurden neue Stühle angeschafft. Das Hypozentrum K47A weist zu diesem Thema noch Potenzial auf. Ein Beitrag zum Gemeinwohl ist es, dass Unternehmen ihren Kunden und/oder der Öffentlichkeit unentgeltlich Leistungen zur Verfügung stellen, die dem Einzelnen oder der Gemeinschaft dienen. Das können z.B. kostenloser Kundenservice, oder kostenfreie Beratungsleistungen sein. Sym bietet solche Leistungen regelmäßig als Teil des Geschäftsmodells an. Als Treiber von Symworking (symbiotische Wirtschaftsweise) teilt Sym Wissen und Ressourcen und vermittelt aktiv Geschäftsbeziehungen zwischen den Unternehmen in ihrem Netzwerk bzw. Ecosystem. Schließlich fördert das Unternehmen gelegentlich soziale/kulturelle oder ökologische Projekte finanziell, oder durch freiwilliges Engagement. Soziales Engagement des Unternehmens wird laut Rückmeldungen in den Mitarbeiterbefragungen aktuell intern und extern nicht klar kommuniziert. Nur ein systematisches und strategisches Vorgehen kann langfristig CSR-Projekte erfolgreich machen und wird daher empfohlen.

6.2 Mitarbeiterbefragung

Im Rahmen des ÖRS Audits wurde im Oktober 2021 eine Onlinebefragung der Mitarbeitenden durchgeführt. Dieses Kapitel fasst die Antworten zusammen und bewertet sie. In allen Bewertungskategorien sind maximal 5 Punkte zu erreichen. Eine Übersicht der Ergebnisse stellt die untenstehende Grafik dar. Im Kapitel „Fazit und Handlungsempfehlungen“ sind die Aktionspunkte, die aus der Mitarbeiterbefragung abgeleitet werden konnten, zusammengefasst.

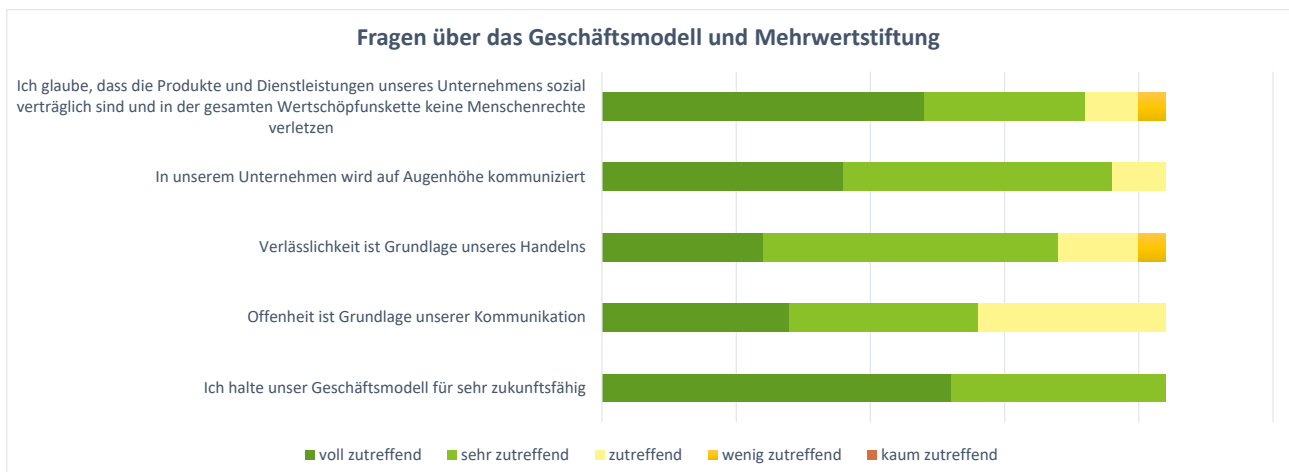
6.2.1 Ergebnis der Mitarbeiterbefragung

39 Mitarbeitende **21** Teilnehmer **5** unvollständige Angaben

Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung	Führungs- und Beziehungskultur	Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen	Regionale Verankerung des Unternehmens	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter
4,2	4,0	2,9	3,2	3,6	3,8

Mitarbeiterbefragung – Gesamtwertung

6.2.2 Kategorie Geschäftsmodell – Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung

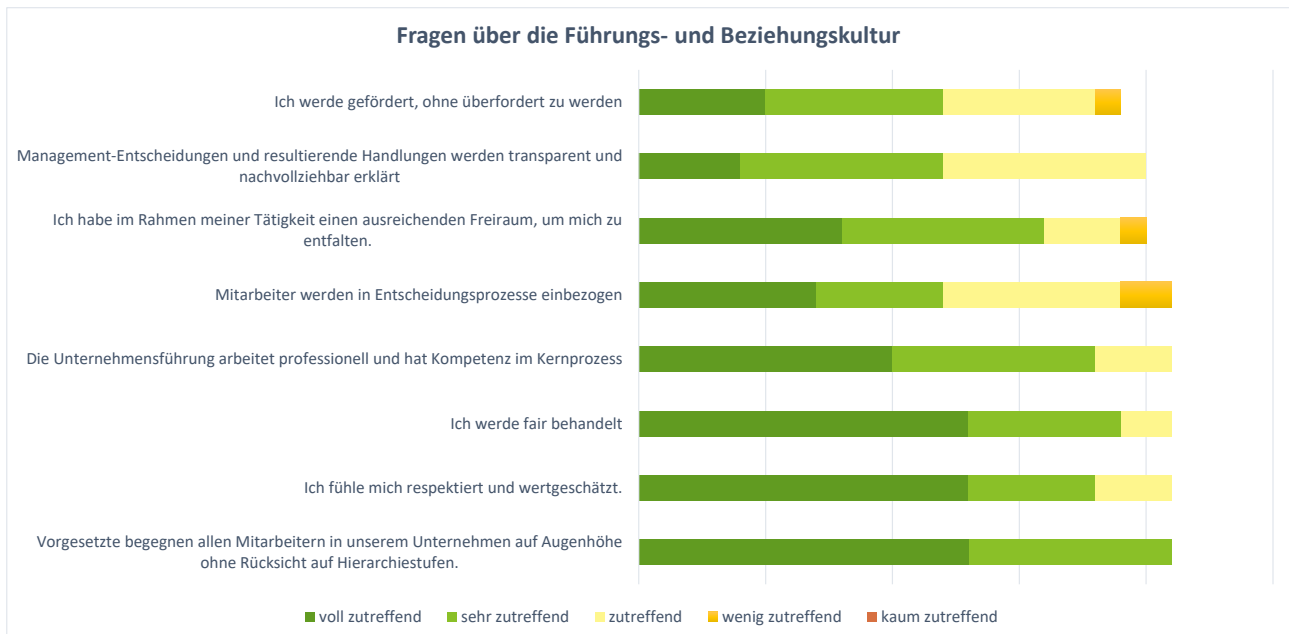


Mitarbeiterbefragung – Kategorie Geschäftsmodell

Die Mitarbeitenden von Sym schätzen die Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells und dessen Beitrag zum Gemeinwesen mit einem Reifegrad von 4,2 sehr hoch ein. Augenhöhe in der Kommunikation und Verlässlichkeit im Handeln finden eine große Zustimmung. Lediglich eine Person hat die Frage zur Verlässlichkeit und zur sozialen Verträglichkeit der Dienstleistungen

mit "wenig zutreffend" bewertet, was bei einer Teilnehmerzahl von 21 einen geringen Stimmenanteil ausmacht.

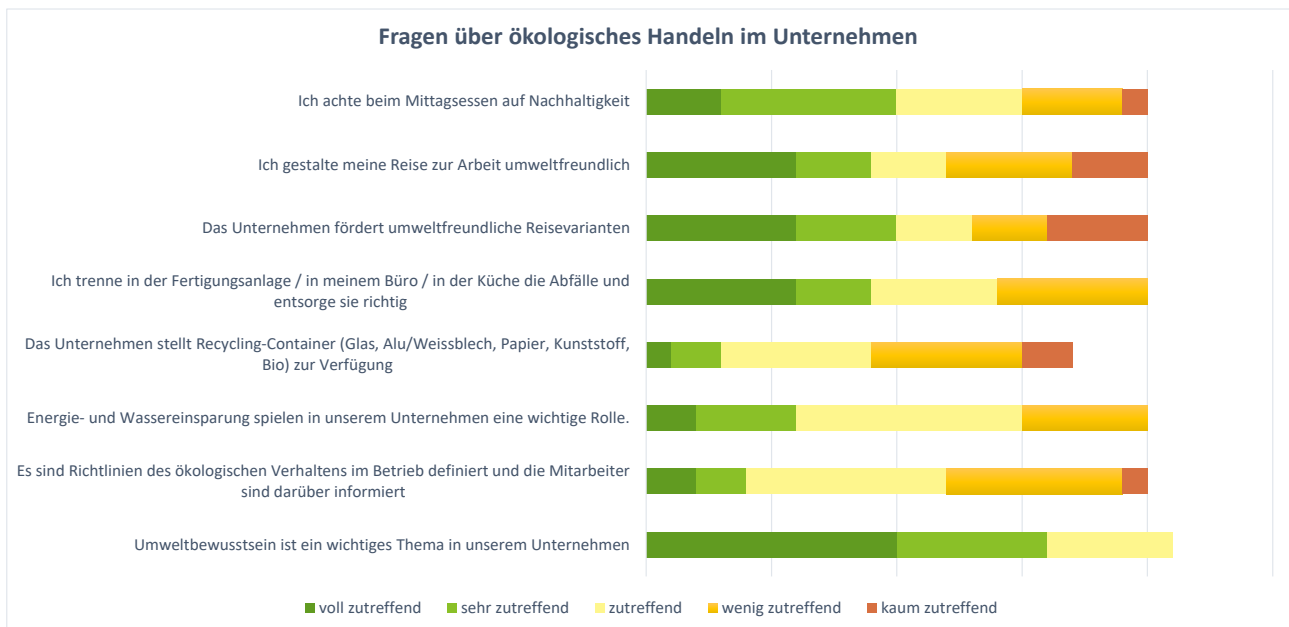
6.2.3 Kategorie Geschäftsführung - Führungs- und Beziehungskultur



Mitarbeiterbefragung – Kategorie Geschäftsführung

Die Führungs- und Beziehungskultur erreicht in der Mitarbeiterbefragung den zweithöchsten Reifegrad von 4,0. Besonders Augenhöhe zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden, faire Behandlung der Mitarbeitenden, Professionalität der Unternehmensführung und Wertschätzung der eigenen Arbeit wird sehr gut bewertet. Der Großteil der Mitarbeitenden findet auch, dass sie bei der Ausübung der Arbeit genügend Freiraum zur Entfaltung bekommen. Bei der Einbeziehung von Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse sowie der Nachvollziehbarkeit von Management-Entscheidungen könnten noch Potenziale liegen. Nicht zuletzt sollte darauf geachtet werden, dass die Mitarbeitenden nicht überfordert werden.

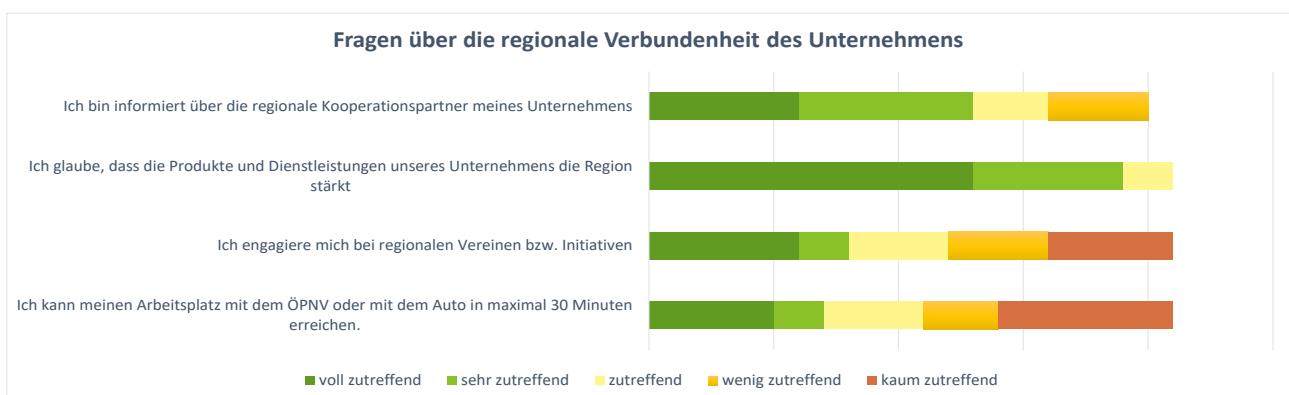
6.2.4 Kategorie Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen



Mitarbeiterbefragung – Kategorie Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen

Die Kategorie „ökologisches Handeln im Unternehmen“ wird von den Mitarbeitenden mit einem Reifegrad von 2,9 bewertet und weist somit noch am meisten Verbesserungspotenzial bei Sym auf. Hier ist anzumerken, dass sich das Ergebnis aus sehr unterschiedlichen Meinungen ergibt. Die Frage nach „Umweltbewusstsein im Unternehmen“ erhält die größte Zustimmung. Auf der anderen Seite gibt es laut den Beantwortungen großes Verbesserungspotenzial bei der Bereitstellung von Recycling-Containern im Unternehmen. Auch bei den Themen: Förderung von umweltfreundlichen Anreisevarianten, Nachhaltigkeit beim Mittagessen und Mülltrennung liegen Potenziale, die noch ausgeschöpft werden können.

6.2.5 Kategorie Regionalität

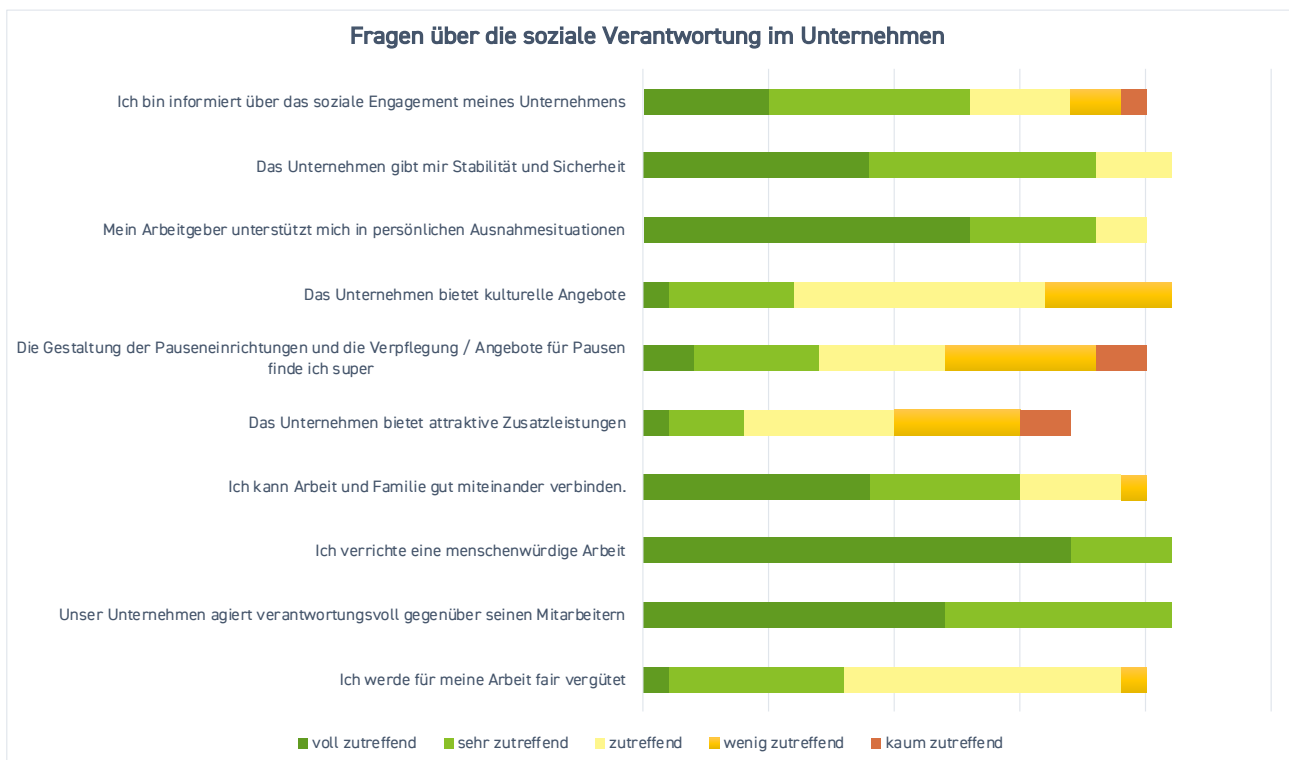


Mitarbeiterbefragung – Kategorie Regionalität

Die regionale Verankerung von Sym wird von den Mitarbeitenden mit einem Reifegrad von 3,2 bewertet. Hervorzuheben ist die Einschätzung der Mitarbeitenden, dass die Produkte und

Dienstleistungen der Firma ihrer Meinung nach die Region stärken. Einige Mitarbeitende sind derzeit nicht über regionale Kooperationspartner informiert. Das größte Potenzial in der Kategorie regionale Verankerung liegt jedoch bei einem arbeitsnahen Wohnort. Fast die Hälfte der Mitarbeitenden benötigt mehr als 30 Minuten, um zur Arbeit zu gelangen. Eine Optimierung der Anfahrtswege und das bereits etablierte Remote Work tragen zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes bei. In der Mitarbeiterbefragung zeigte sich auch, dass sich einige Symworker privat nicht in Vereinen engagieren.

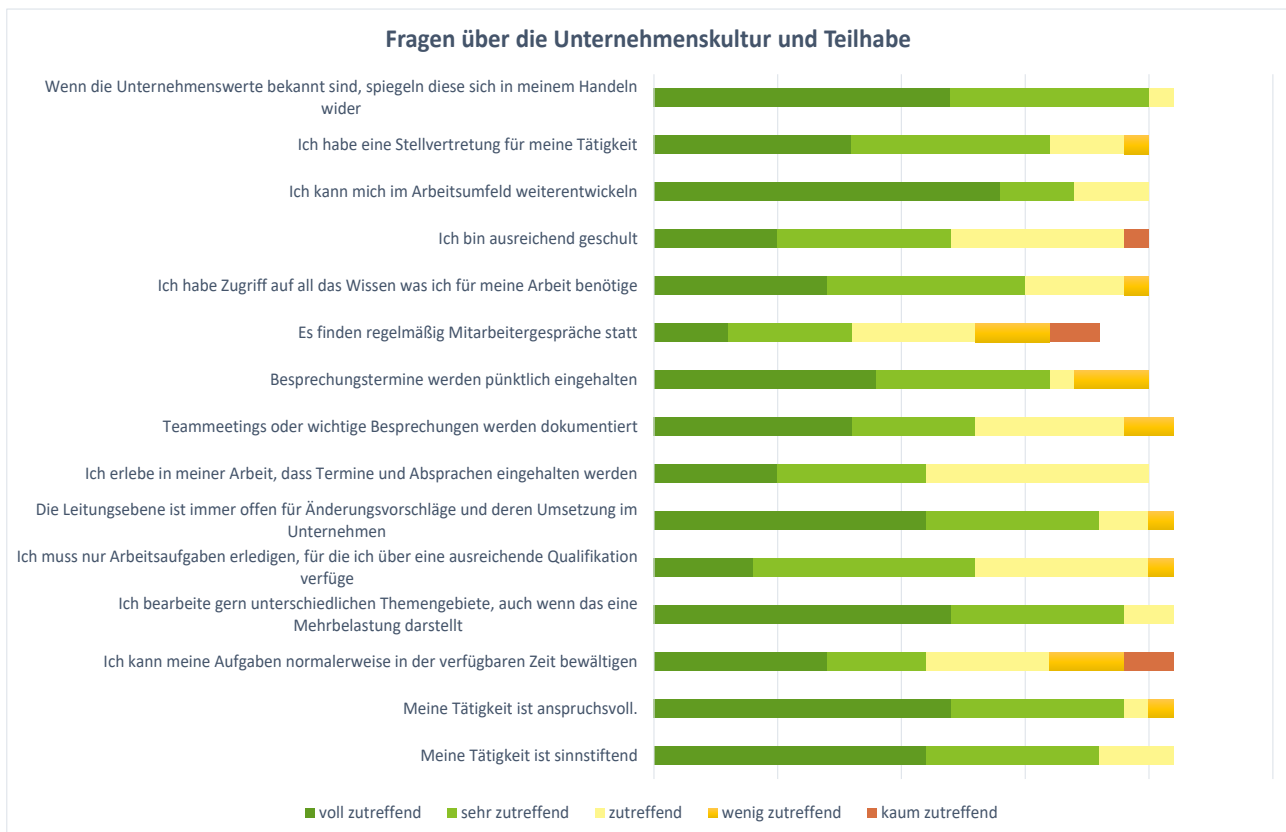
6.2.6 Kategorie Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld



Mitarbeiterbefragung – Kategorie Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld

„Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen“ wurde von den Mitarbeitenden mit einem hohen Reifegrad von 3,6 bewertet. Die Mitarbeitenden schätzen ihre Arbeit durchweg als menschenwürdig ein. Auch das verantwortungsvolle Verhalten von Sym gegenüber der Belegschaft wird sehr hoch eingeschätzt. Positives Feedback ist ebenfalls bei der Unterstützung in persönlichen Ausnahmesituationen durch den Arbeitgeber zu verzeichnen. Zudem gibt das Unternehmen den Mitarbeitenden Stabilität. Um den Reifegrad in der Kategorie „Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen“ zu verbessern könnte geprüft werden, wie sich der soziale Rahmen, die Pauseneinrichtungen und das kulturelle Angebot von Sym verbessern lassen könnten.

6.2.7 Kategorie Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter



Mitarbeiterbefragung – Kategorie Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeitenden

Die Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeitenden erhält im Rahmen der Mitarbeiterbefragung einen Reifegrad von 3,8. Die Mitarbeitenden bewerten ihre Tätigkeiten als sinnstiftend und anspruchsvoll. Es werden auch gerne unterschiedliche Themengebiete bearbeitet, auch wenn dies einen Mehraufwand darstellt. Die Unternehmenswerte sind den Mitarbeitenden bekannt und in ihren Handlungen wiederzufinden. Zudem können sich die Mitarbeitenden, laut ihrer Einschätzung, in ihrem Arbeitsumfeld weiterentwickeln. Da es bei den Fragen "Ich kann meine Aufgaben normalerweise in der verfügbaren Zeit bewältigen", "Es finden regelmäßig Mitarbeitergespräche statt" und "Ich bin ausreichend geschult", ein oder mehrere Antworten mit „kaum zutreffend“ gab, liegt dort noch das größte Verbesserungspotenzial.

Lieferanten- und Dienstleisteranalyse

7.1 Vorgehen

Bei den Lieferanten wird nach zwei Kategorien unterschieden: den „Lieferanten für die Kernprozesse“ und den „Lieferanten und Dienstleistern für unterstützende Prozesse“. Lieferanten für die Kernprozesse sind im Dienstleistungsbereich diejenigen, ohne deren Zutun die eigene Leistung nicht weiterverkauft werden kann. Im produzierenden Gewerbe meint man die Lieferanten die Teile, Baugruppen, Materialien, Waren etc., für den Produktionsprozess liefern (also eine Teilmenge des Produktionsvorganges darstellen). Als Lieferanten für unterstützende Prozesse werden alle anderen Lieferanten und Dienstleister bezeichnet, von denen Waren oder Dienstleistungen bezogen werden, wie z.B. IT-Systeme/-Hardware, Logistik, Verbrauchs- und Konsumgüter, Lebensmittel, Finanzdienstleistungen, oder Energie.

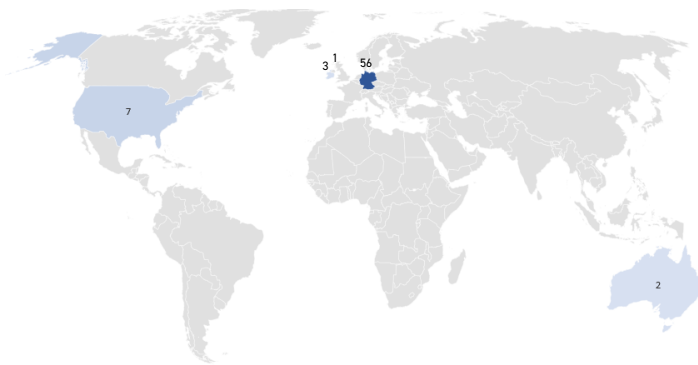
HINWEIS: wenn nachfolgend allgemein „Lieferanten und/oder Dienstleister“ gemeint sind, wird zur Vereinfachung nur „Lieferanten“ geschrieben.

Der Bereich Lieferanten- und Dienstleisteranalyse beinhaltet drei Analyse-Schritte:

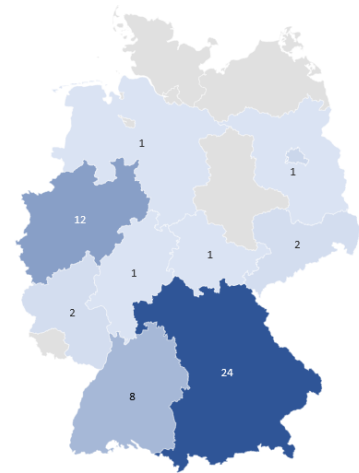
- Analyse der räumlichen Verteilung der Lieferanten
- Befragung der Lieferanten anhand eines Onlinefragebogens
- Erweiterte Analyse der Lieferanten für die unterstützenden Prozesse sowie der Lieferanten der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) in Form von Internetrecherche

7.2 Räumliche Verteilung der Lieferanten

Sym GmbH hat ihren Hauptsitz in München, weitere Standorte sind Bonn und Sauerlach. Die beiden nachfolgenden Grafiken bilden die räumliche Verteilung der Lieferanten ab.



Verteilung der Lieferanten nach Anzahl der Unternehmen pro Land



Verteilung der Lieferanten in Deutschland nach Bundesland

Von den insgesamt 69 Lieferanten von Sym befindet sich der überwiegende Teil in Deutschland (56). Innerhalb Deutschlands sind die Lieferanten größtenteils in Bayern (24) und Nordrhein-Westfalen (12) angesiedelt, wo sich ebenfalls die Standorte von Sym befinden. Die übrigen Lieferanten haben ihren Sitz in den USA (7), Irland (3), Australien (2) und Großbritannien (1).

7.3 Ergebnis der Lieferanten- und Dienstleisterbefragung

Die direkte Befragung erfolgte im Oktober 2021 durch einen Onlinefragebogen. Der Fragebogen beinhaltet Fragen über die eigene Einschätzung bezüglich der Themen Transparenz und Offenheit in der Unternehmensführung und Ausrichtung des Geschäftsmodells auf Ökologie, soziale Verantwortung, soziales Engagement und Regionalität. Im Rahmen der Lieferantenbefragung wurden 28 Lieferanten befragt, ein vollständiger Rücklauf – und somit auswertbare Ergebnisse – ging von zehn Unternehmen ein.

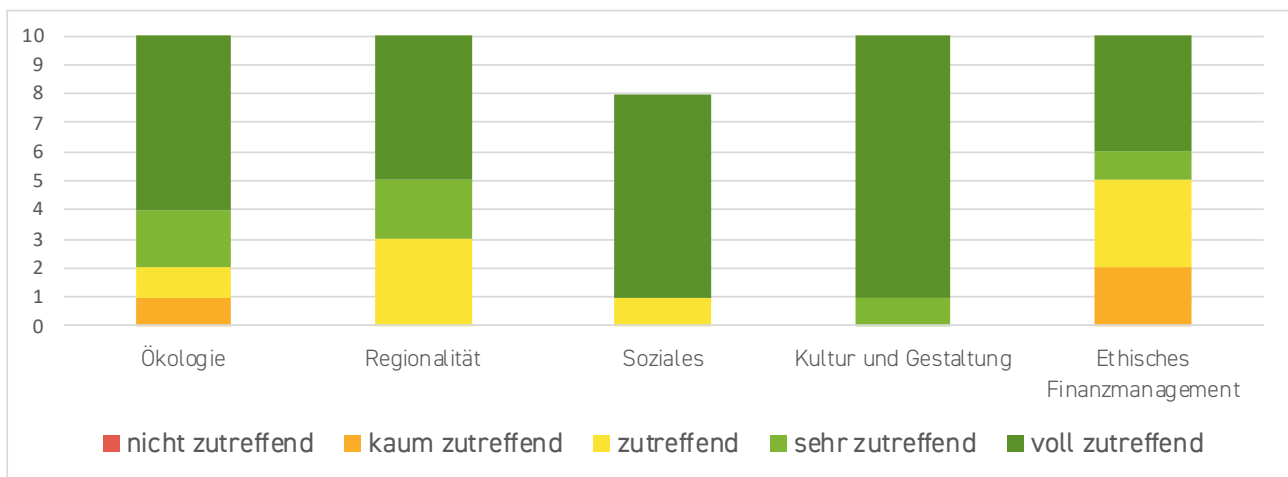
Nachfolgend ist das Gesamtergebnis der Lieferantenbefragung dargestellt, welches sich aus dem Durchschnitt aller auswertbaren Antworten ergibt. Es wird direkt deutlich, dass sich über alle Kategorien hinweg ein relativ hoher Reifegrad zeigt. Drei Kategorien liegen sogar über dem Wert von 4, „Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements“ weist mit 3,3 den geringsten Reifegrad auf.

Ökologische Ausrichtung	Regionale Verankerung und Wirksamkeit	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements
3,8	4,1	4,4	4,6	3,3

Lieferantenbefragung – Gesamtwertung

In Anlage 1 zu diesem Bericht sind alle Einzelergebnisse der Lieferantenbefragung nach Kriterien des ÖRS Audits je Lieferanten abgebildet. Die nachfolgende Grafik stellt einen

zusammengefassten Überblick über die jeweiligen Kategorien dar. „Soziales“ zeigt keine 100 % Beantwortungsrate, da es in dieser Kategorie auch um Angestellte geht und nicht jeder Lieferant von Sym Angestellte hat.



Lieferantenbefragung – Reifegradübersicht je Kategorie

Bei der Einzelauswertung der beantworteten Fragebögen ist auffallend, dass sich vier Lieferanten aus den unterschiedlichsten Branchen (Anbieter einer Cloud-Plattform, Onlineshop für nachhaltige Geschenke, Beratung für Unternehmen und Inkubator/Accelerator) in so gut wie allen Bereichen mit einer 5,0 bewerten, was eine vollständige Umsetzung ÖRS Themen inklusive Controlling und ständigem Verbesserungsprozess bedeutet. Es sollte geprüft und hinterfragt werden, inwiefern die höchste Bewertung in (fast) allen Kategorien der Realität entspricht und ob alle Maßnahmen im unternehmerischen Alltag umgesetzt werden. Bei einem Telekommunikationsdienstleister ist ein hoher Reifegrad vor allem in den Kategorien "Kultur und Gestaltung" sowie "Soziale Verantwortung" zu erkennen, wohingegen das "Ethische Finanzmanagement" einen geringen Reifegrad aufweist. Gründe dafür sind, dass ethisches Finanzmanagement im Unternehmensleitbild dieses Unternehmens nicht verankert ist und bei der Wahl des Finanzdienstleisters ein ethischer Anbieter nicht von Relevanz ist.

Die Beantwortung der Onlinebefragung ist eine Selbsteinschätzung und wird vom Audit Team im Rahmen dieses Audits nicht überprüft. Das Ergebnis der Befragungen fließt mit einer Gewichtung von 75 % in das Gesamtergebnis des Audits ein.

7.4 Erweiterte Analyse der Lieferanten und Dienstleister

Im Rahmen der Lieferanten- und Dienstleisteranalyse wurden durch das Audit Team die Lieferanten für unterstützende Prozesse sowie ausgewählte Lieferanten der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) tiefer in Form von (Internet-) Recherche nach ÖRS Kriterien bewertet. Die detaillierte Analyse ist Anlage 1 zu entnehmen. Nachfolgend wird lediglich eine Zusammenfassung der Analyseergebnisse gegeben und eine Empfehlung skizziert, wie die jeweilige Lieferantenbeziehung einzuschätzen ist.

Lieferant Nr.	Branche	Bewertung	Anmerkungen
Lieferant 1	Telekommunikation	✓	100 % Ökostrom, regional.
Lieferant 2	Telekommunikation	✓	Ziel 2025 klimaneutral zu sein. Produkte mit Blauer Engel oder TÜV Green Label Siegel. Kooperation mit Fairphone.
Lieferant 3	Software & Apps	✓	Server werden mit 100 % Ökostrom betrieben. Hosting in Irland ist möglich.
Lieferant 4	Software & Apps	👁	Führt aktuell selbst ein ÖRS Audit durch (Stand: 27.10.2021). Keine Informationen über Lieferanten, Kunden, Nachhaltigkeit sowie Mitarbeitende oder Unternehmenswerte auf der Webseite verfügbar.
Lieferant 5	Software & Apps	👁	Ziel bis 2030 CO ₂ negativ zu werden. Nicht regional. Monopolstellung sollte hinterfragt werden.
Lieferant 6	Software & Apps	👁	Keine Angaben über Nachhaltigkeitsziele oder ökologisches und soziales Engagement. Wird ein Server in den USA oder Deutschland genutzt?
Lieferant 7	Software & Apps	👁	Die Daten werden auf Risiko des Nutzers zu Servern transferiert. Keine Information über Nachhaltigkeit. Wo befinden sich die Server?
Lieferant 8	Wärme- & Stromversorger	👁	Bietet Fernwärme, Ökogas ist wegen Emissionsminderungszertifikaten klimaneutral, sollte auf die Herkunft der Zertifikate geachtet werden. Derzeit 42 % des Stroms aus Braunkohle und Atomkraft. Ziel 2025 100 % Ökostrom.
Lieferant 9	Stromversorger	👁	In der separaten Geschäftseinheit, PreussenElektra GmbH, wird Atomkraft erzeugt.
Lieferant 10	Wärmeversorger	✓	Fernwärme aus Geothermie
Lieferant 11	Strom- und Wärmeversorger	✓	Angebot von ausschließlich Ökostrom und Ökowärme. „Grüner Strom“ und „TÜV Nord“ Siegel.

Name	Branche	Bewertung	Anmerkungen
Lieferant 12	Lebens-, Reinigungsmittel, Büromaterialien	✓	Hat hohe Ausschlusskriterien für das Produktsortiment (strenge Einkaufskriterien)
Lieferant 13	Lebensmittel	👁	Keine Auswahlkriterien für Produkte im Sortiment. Im Sortiment gibt es die Siegel wie Bio, Fair-Trade, Naturland und Blauer Engel.
Lieferant 14	Reinigung und Sanitär	👁	CSR Bericht vorhanden. Bio-Eigenmarken vorhanden. Plastik und Mikroplastik ist ein Problem im Sortiment.
Lieferant 15	Kunst, Unterhaltung und Erholung	✓	Klimaneutraler und umweltfreundlicher Druck möglich. Auswahl von PEFC und FSC zertifiziertes Papier.
Lieferant 16	Logistik, Lagerung & Verkehrswirtschaft	✓	Elektroauto Flotte. Klimaneutraler Versand möglich.
Lieferant 17	Bank/Finanzen	✓	„Fair Finance Guide“ Preis 2020, jährlicher Nachhaltigkeitsbericht nach GRI-Richtlinien, umfangreiche Ausschlusskriterien
Lieferant 18	Bank/Finanzen	👁	Es gibt keine Investitionsrichtlinien oder Ausschlusskriterien. Die Deka Investment GmbH, die Fondsgesellschaft der Sparkassenfinanzgruppe, investiert in Rüstungsunternehmen.
Lieferant 19	Versicherung	👁	Mehrheitlich im Besitz der DZ Bank, schneidet im FairFinanceGuide schlecht ab: Ausschluss Kriterien nur geächtete Waffen und Agrarrohstoffe. Keine sozialen und ökologischen Kriterien für Investments.
Lieferant 20	Versicherung	👁	Keine Angaben zu Investmentrichtlinien. Ausgezeichnet als Great Place to Work®
Lieferant 21	Versicherung	👁	Keine Investmentrichtlinien und kein Nachhaltigkeitsbericht.
Lieferant 22	Versicherung	✓	Atomare Waffen werden ausgeschlossen. Hauptverwaltung in Köln ist klimaneutral.

✓	gut aufgestellt
🔍	Anmerkungen beachten und hinterfragen

Die für die erweiterte Analyse ausgewählten Lieferanten stammen aus den unterschiedlichsten Branchen: Webhosting-Dienstleister, Softwareentwicklung, Online-Händler für Lebensmittel, Reinigungsmittel und Büromaterialien, Strom-/Wärmeanbieter, Versanddienstleister, Finanz- und Versicherungsdienstleister sowie Hardware-Distributor/Telekommunikationsbranche. In der durch das ÖRS Audit Team gegebenen Einschätzung über diese Lieferanten ist erkennbar, dass Sym sich nicht nur für sich selbst und somit in kleinem Kreis mit ÖRS beschäftigt und lebt, sondern auch bei der Auswahl seiner Geschäftspartner darauf achtet, dass diese nach Möglichkeit ökologische und soziale Verantwortung tragen sowie regional verbunden sind. Demnach wurden zehn von 22 detaillierter analysierte Lieferanten mit „gut aufgestellt“ bewertet, was bedeutet, dass der Lieferant und seine Produkte und Dienstleistungen von den ÖRS Analysten als empfehlenswert eingestuft wird. In jeder Branche, wovon Sym Dienstleistungen und Produkte in Anspruch nimmt, gibt es mindestens einen Lieferanten/Dienstleister, der diese positive Bewertung erhält und ggf. bei Bestellungen bevorzugt werden sollte. Es ist zudem anzumerken, dass sich unter „Softwareanbieter“ und „Versicherungsdienstleister“ die meisten Lieferanten befinden, bei denen Handlungsbedarf besteht.

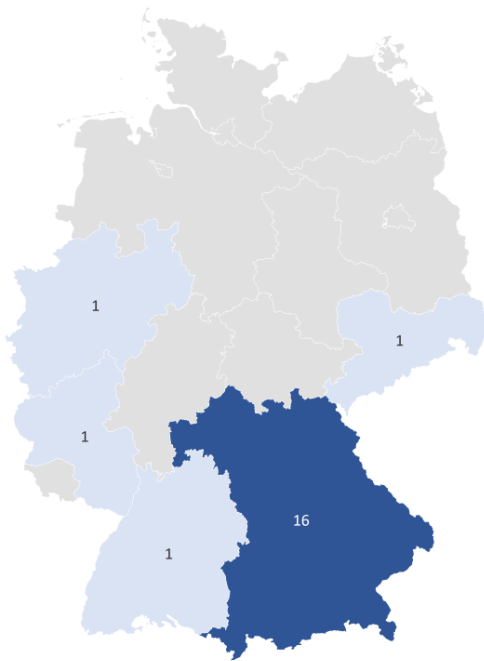
Kundenanalyse

8.1 Vorgehen

Die Struktur der Kategorien in der Kundenbefragung und der einzelnen Fragen ist analog zu der Lieferantenbefragung. Die befragten Kunden haben in einer eigenen Einschätzung ihre Orientierung und ihr Handeln bezüglich der Themen Transparenz und Offenheit in den Geschäftsbeziehungen, Unternehmensführung und -kultur, ökologische und soziale Verantwortung, soziales Engagement und Regionalität eingeschätzt. Zusätzlich wurden von Sym fünf Kunden ausgewählt, die per Webrecherche weiter analysiert wurden (siehe Anlage 1).

8.2 Räumliche Verteilung der Kunden

Die Grafik bildet die räumliche Verteilung der Kunden ab.



Verteilung der Kunden in Deutschland nach Bundesland

Alle Kunden von Sym haben ihren Sitz in Deutschland. Wie in der obenstehenden Grafik zu sehen ist, befindet sich der überwiegende Teil der 20 Kunden im Bundesland Bayern (16). Jeweils ein weiterer Kunde befindet sich in Rheinland-Pfalz, Sachsen, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg.

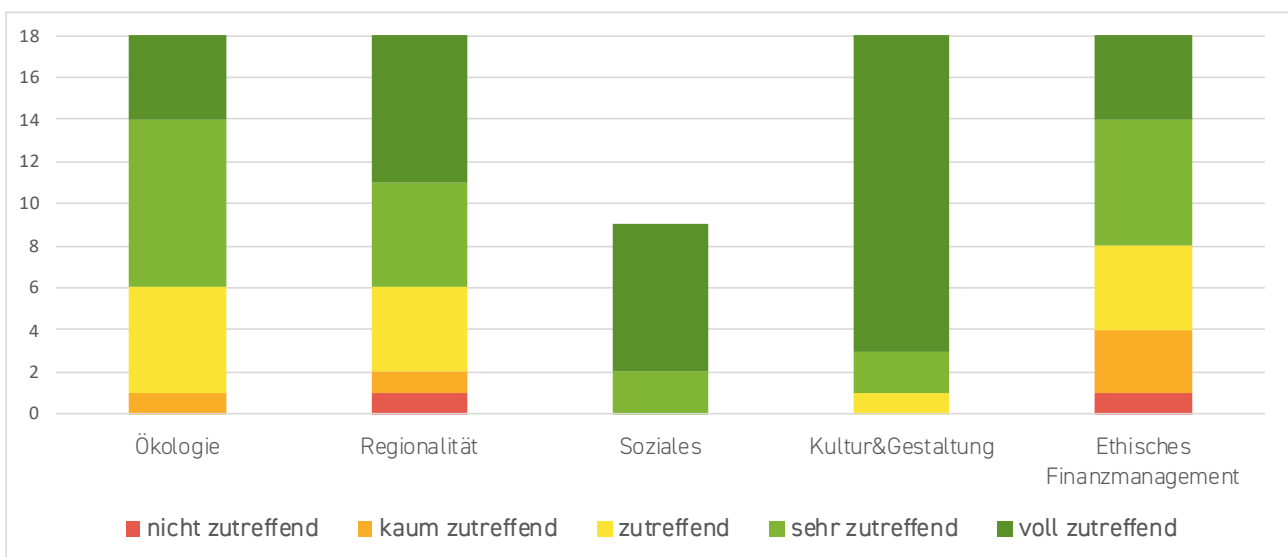
8.3 Ergebnis der Kundenbefragung

Die Kundenbefragung wurde im Oktober 2021 durchgeführt. Einen Rücklauf der Befragung erhielten wir von 18 aus 20 Unternehmen. Das Ergebnis der Onlinebefragung fließt mit einer Gewichtung von 75 % in das Gesamtergebnis des Audits ein, da sie auf einer Selbsteinschätzung der Kunden beruhen und nicht vom Audit-Team überprüft werden können.

Ökologische Ausrichtung	Regionale Verankerung und Wirksamkeit	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements
3,5	3,5	4,3	4,5	3,2

Kundenbefragung – Gesamtwertung

Die Kategorie "Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen" erhielt von den Kunden die höchste Zustimmung. In der Kategorie "Soziales" enthielten sich neun von 18 Teilnehmenden, was einerseits daran liegen kann, dass die Kunden keine Mitarbeitenden beschäftigen, oder andererseits einen niedrigen Reifegrad in dieser Kategorie haben. Bei dem Thema „Ethisches Finanzmanagement“ war insgesamt der niedrigste Reifegrad von 3,2 zu erkennen, der jedoch ebenfalls noch ein gutes Ergebnis darstellt. In der Kundenbefragung war auffällig, dass zwei Kunden eine sehr hohe Selbsteinschätzung vorgenommen haben (ein Kunde aus der Branche Immobilienvermietung und ein Kunde aus der Investment-Branche). Dies kann entweder sehr positiv sein oder an einer falschen Selbsteinschätzung liegen. Es sollte in jedem Fall hinterfragt werden. Zudem ist bei einem anderen Kunden im Immobilienbereich ein sehr niedriges Ergebnis abzulesen, was von Sym analysiert werden sollte. Insgesamt stellt die hohe Beteiligung der Online-Kundenbefragung sowie eine Sensibilisierung für die ÖRS Themen eine gute Ausgangslage für die weitere Kundenbeziehungen dar.



Kundenbefragung – Ergebnisse

8.4 Erweiterte Analyse der ausgewählten Kunden

Kunden Nr.	Branche	Bewertung	Anmerkungen
Kunde 1	Software & Apps		Die Themen Nachhaltigkeit, ethische Orientierung der Kunden und Unternehmenswerte sind nicht auf der Webseite verfügbar.
Kunde 2	Software & Apps		Es werden keine Angaben über Mitarbeit, Referenzkunden oder Nachhaltigkeit (z.B. Serveranbieter) gemacht.
Kunde 3	IT-Hardware		ÖRS-geprüft, Unternehmenswerte beinhalten umweltbewusste und soziale Orientierung, Ausbildungsbetrieb, DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert.
Kunde 4	Baugewerbe & Bauwirtschaft		Nachhaltigkeitsrelevante Themen werden auf der Webseite nicht thematisiert.
Kunde 5	Immobilien-, Grundstücks- und Wohnungswesen		Steigerung der Attraktivität des Standorts Sauerlach, Förderung von regionaler Vernetzung.

	gut aufgestellt
	Anmerkungen beachten und hinterfragen

CO₂-Bilanz

9.1 Vorgehen

Die CO₂-Bilanz wurde mit einem Modell von **ECO-COCKPIT** berechnet, einem Tool der Effizienzagentur NRW, das mit der Förderung des Bundesministeriums für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen entwickelt wurde. Das Modell ermittelt die Daten nach den Vorgaben des international anerkannten GHG Protocols (Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard des WRIWBCSD) und berücksichtigt neben CO₂ alle weiteren Treibhausgase des Kyoto-Protokolls. Die Emissionsfaktoren werden von anerkannten Datenbanken (GEMIS und ProBas) bezogen, die die Emissionen entsprechend ihres globalen Erwärmungspotenzials (GWP) als CO₂-Äquivalente (CO₂e) darstellen.

Bei dieser Bilanz handelt es sich um eine Standortbilanz, die alle CO₂-Emissionen umfasst, die am Standort durch die wertschöpfenden und nichtwertschöpfenden Prozessschritte unter Berücksichtigung der vorgelagerten Emissionen verursacht werden.

Diese CO₂-Bilanz wird auf Grundlage der vom Auftraggeber übermittelten Informationen erstellt und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zudem beeinflussen die Ergebnisse der CO₂-Bilanz die Ergebnisse des ÖRS Audits nicht.

9.2 Berechnungsgrundlage

Die Daten für die Berechnung der CO₂-Bilanz wurden von Sym bereitgestellt und zum Teil auf Grundlage der gegebenen Informationen und Annahmen eingeschätzt. Sym ist in der Dienstleistung- und Softwarebranche tätig und ist an drei Standorten ansässig. In die CO₂-Bilanzierung von Sym fließen ein: Wärme- und Stromverbrauch der drei Hypozentren (Büroräume), Geschäftsreisen, Anfahrtswege der Mitarbeitenden, Papierverbrauch und Abfallentsorgung. Aufgrund der Informationslage konnten nicht alle Sektoren der Bilanzierung berücksichtigt werden.



Abbildung des Bilanzierungsrahmens des Unternehmens

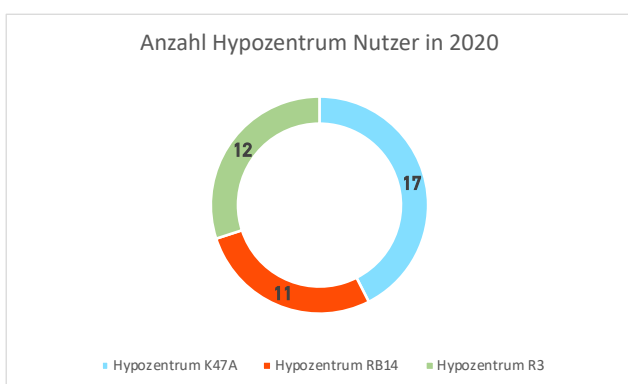
Für jedes Hypozentrum wurde die CO₂-Bilanz separat erstellt. Sym nutzt die Räumlichkeiten an drei Hypozentren (K47A in München, RB14 in Sauerlach und R3 in Bonn) gemeinsam mit den Mitarbeitenden der Hypozentrum GmbH und der Kanzlei (Sym Tax und Legal). Die Verbrauchsdaten (Wärme, Strom, Anfahrt der Mitarbeitenden und Geschäftsreisen) wurden für Sym anteilig berechnet. Diese Bilanz bezieht sich auf die Daten aus dem Jahr 2020. Die Eingabewerte sind in Anlage 3 detailliert aufgeführt.

Die Messwerte für Strom und Wärme sind für das Hypozentrum K47A und RB14 vorhanden und wurden für den Verbrauch der Mitarbeitenden von Sym anteilig berechnet. Diese Berechnung erfolgte nach Mitarbeiterzahl und Häufigkeit der Raumnutzung. Auf einer Grundfläche von 105 qm (EG im Hypozentrum K47A) und 450 qm Gemeinschaftsflächen und Meetingräumen im Hypozentrum RB14 wurden insgesamt 9.026 kWh/Jahr Wärme verbraucht, erzeugt durch Erdgas und Geothermie. Im Bilanzierungszeitraum wurde ein Teil der Räumlichkeiten (1. OG und 2. OG) des Hypozentrums RB14 nicht genutzt, daher wurden diese Flächen von der Bilanzierung ausgeschlossen. Der anteilige Stromverbrauch liegt insgesamt bei 2.238 kWh/Jahr, die zu ca. 50 % aus erneuerbaren Quellen stammt. In der untenstehenden Grafik sind die Einzelverbräuche an den Standorten aufgeführt. Dem Hypozentrum R3 sind die Verbrauchsdaten vom Vermieter nicht zur Verfügung gestellt worden.

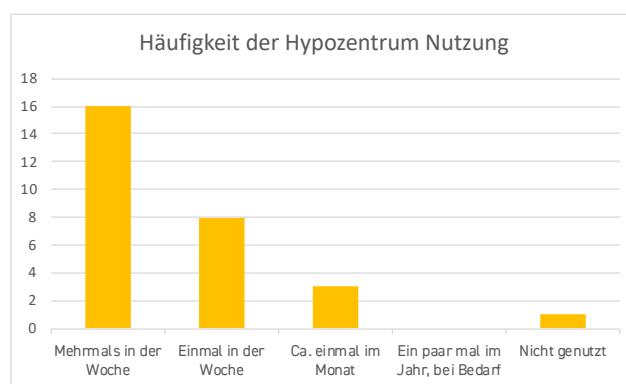
	Strom		Wärme	
	Verbrauch(kWh/Jahr)	Tarif	Verbrauch(kWh/Jahr)	Tarif
Hypozentrum K47A	1.046	Strommix	7.850	Erdgas
Hypozentrum RB14	1.192	Strommix	1.176	Fernwärme (Geothermie)
Hypozentrum R3	nicht bekannt	nicht bekannt	nicht bekannt	nicht bekannt

Strom- und Wärmeverbrauch der einzelnen Hypozentren in 2020 (kWh/ Jahr)

Die Häufigkeit der Büronutzung wurde bei den Mitarbeitenden nachgefragt. 27 von den 28 Befragten gaben an, die Hypozentren in 2020 genutzt zu haben, meist mehrmals in der Woche (außer während des Lockdowns aufgrund der COVID-19-Pandemie).



Verteilung der Nutzer an den Hypozentren



Häufigkeit der Präsenztage über alle Hypozentren

Ebenso wurden die Anfahrtswege bei jedem einzelnen Mitarbeitenden nachgefragt und wie folgt angegeben: zum **Hypozentrum K47A** in München fahren fünf Mitarbeitende mit einem PKW (Benzin oder Diesel), ein Mitarbeitender mit einem Elektroauto, zwei mit Carsharing, zwei mit

einem Motorrad, sechs mit dem ÖPNV, zwei mit einem Fahrrad und drei gehen zu Fuß zur Arbeit. Zum **Hypozentrum RB14** in Sauerlach fahren sechs Mitarbeitende mit einem PKW (Benzin oder Diesel), einer mit einem Elektroauto, einer mit Carsharing, zwei mit einem Motorrad, vier mit dem ÖPNV. Zum **Hypozentrum R3** in Bonn fahren acht Mitarbeitende mit einem PKW (Benzin oder Diesel), einer mit einem Motorrad, zwei mit dem ÖPNV und zwei mit einem Fahrrad.

Die nachfolgende Tabelle stellt die unterschiedlichen Anfahrtswege der Mitarbeitenden in ein Hypozentrum dar.

	PKW (Benzin+Diesel) (km/ Jahr)	PKW (elektro) (km/ Jahr)	Carsharing (km/Jahr)	Motorrad (km/Jahr)	ÖPNV (km/Jahr)
Hypozentrum K47A	20.780	9.600	4.500	330	3.058
Hypozentrum RB14	32.810	3.600	60	650	3.094
Hypozentrum R3	18.505	-	-	720	136

Mitarbeitende - Anfahrtswege in 2020 (km/ Jahr)

Geschäftsreisen fielen während der COVID-19-Pandemie nicht oft an, es gab jedoch vereinzelt Fahrten, vor allem zwischen den Hypozentren. Diese wurden nach Abreiseort dem jeweiligen Standorten zusortiert (siehe nachfolgende Tabelle):

	PKW (Benzin+Diesel) (km/Jahr)	PKW (elektro) (km/ Jahr)	Carsharing (km/Jahr)	Personenzug (e) (km/Jahr)	Flüge (km/Jahr)
Hypozentrum K47A	-	40	-	5.000	-
Hypozentrum RB14	2.000	-	-	1.000	-
Hypozentrum R3	5.540	-	105	3.275	-

Geschäftsreisen in 2020 (km/ Jahr)

Spezifischer Kraftstoffverbrauch wurde einzeln je Fahrzeug erfasst. Für die Fahrzeuge, bei denen der Verbrauch nicht bekannt war, wurden 7,5 L/100 km angenommen. Der jährliche Kraftstoffverbrauch [L] wird durch die Formel: Jahresfahrleistung [km] x spezifischer Verbrauch [L/km] berechnet. Die CO₂-Emissionen wird einzeln je Fahrzeug und Kraftstoffart (Benzin/Diesel/Elektro) ermittelt.

Das Abfallaufkommen wird für die Hypozentren K47A und R3 eingeschätzt. Im Hypozentrum RB14 werden die Müllcontainer mit anderen Mietern des Technoparks geteilt, daher konnte man hier keine Einschätzung machen. Im Hypozentrum K47A geht man von einem Restmüllaufkommen von 15 L/Woche aus, bei R3 von 100 L/Woche. Außerdem wurde für das Hypozentrum R3 die jährliche Toilettenpapier-Verbrauchsmenge mit 23 kg ermittelt. Papier wird im Hypozentrum K47A zum größten Teil durch die Kanzlei verbraucht und wurde daher in der Bilanzierung von Sym nicht berücksichtigt. Im Hypozentrum RB14 wird aktuell durch die Mitarbeitenden von Sym kein Papier verbraucht. Die vorgelagerte und nachgelagerte Logistik, der Transport von eingekaufter Ware oder den Produkten zum Kunden in Fahrzeugen, die dem eigenen Unternehmen nicht gehören, sowie die Entsorgung von Kunststoffabfall wurden im Rahmen dieser Bilanzierung aufgrund unvollständiger Daten nicht berücksichtigt.

9.3 CO₂-Bilanz-Ergebnis

Auf Grundlage der oben beschriebenen Daten und Informationen, ergibt sich für Sym für das Jahr 2020 ein CO₂-Fußabdruck von rund 19 Tonnen.



Die Verteilung des CO₂-Ausstoßes nach den einzelnen Hypozentren ist wie folgt:

K47A 7,1 Tonnen	RB14 6,7 Tonnen	R3 4,9 Tonnen
---------------------------	---------------------------	-------------------------

CO₂-Emissionen je Hypozentrum, CO₂-Äquivalente auf Basis des ECO-COCKPIT-Rechners (Tonnen/Jahr)⁶

9.4 Einzelergebnisse und Auswertung

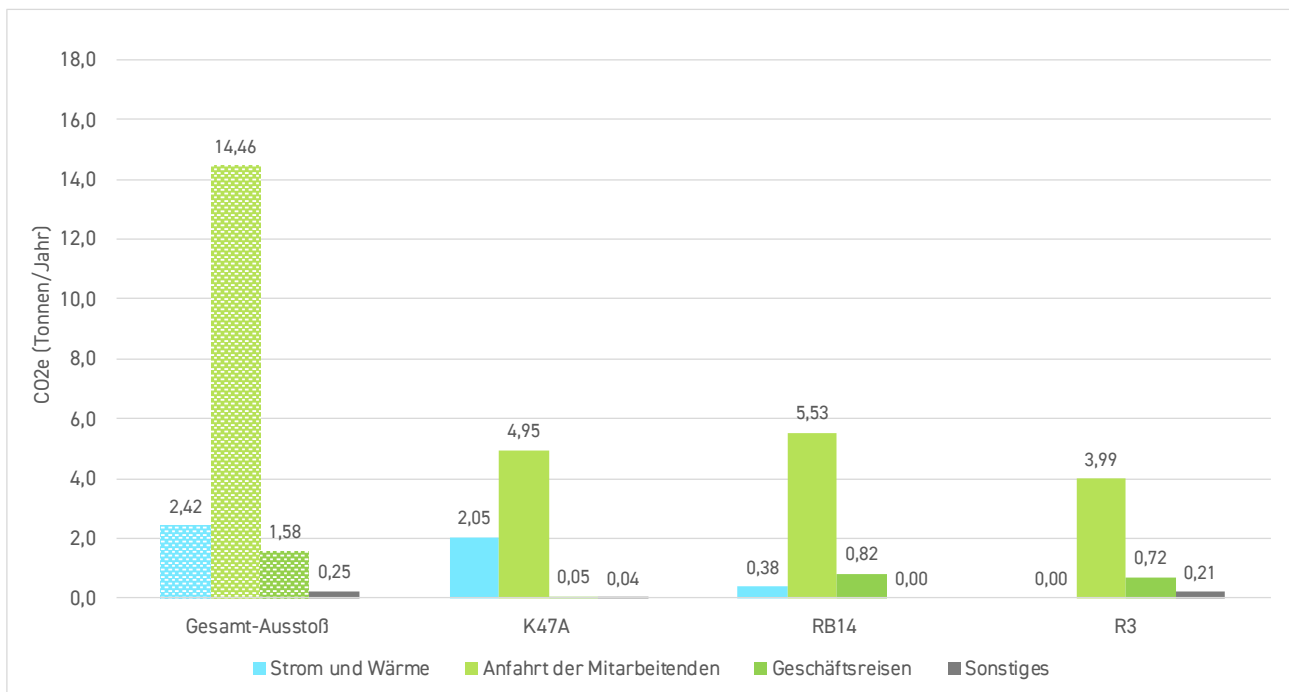
Der Großteil des CO₂-Ausstoßes wird durch die Anfahrten der Mitarbeitenden verursacht (ca. 75 % des Gesamtausstoßes). Der größte Ausstoß entsteht hier durch die Fahrten ins Hypozentrum RB14, obwohl dieser Standort am wenigsten genutzt wird. Dies liegt an der vergleichsweise höheren PKW-Nutzung aufgrund der weiteren Entfernung zum Standort. Auf die Liegenschaften, bzw. den damit verbundenen Strom- und Wärmeverbrauch, fallen 13 % des CO₂-Ausstoßes, die Geschäftsreisen verursachen ca. 8 %. Positiv zu bemerken ist, dass bei Sym Flugreisen vermieden werden und etwa die Hälfte der Geschäftsreisen per Schienenverkehr geschieht.

Beim CO₂-Ausstoß durch die Liegenschaften wird am Hypozentrum RB14 ein Großteil durch den Stromverbrauch verursacht, im Hypozentrum K47A spielt hingegen der Wärmeverbrauch eine größere Rolle. Zum einen hat der Strom Mix Tarif der Stadtwerke München (K47A) einen deutlich niedrigeren Emissionsfaktor als der von E.ON (RB14), zum anderen wird im RB14 die Wärme aus Geothermie bezogen und ist damit relativ umweltfreundlich. Der deutlich niedrigere Stromverbrauch im RB14 erklärt sich durch das Teilen der Flächen mit anderen Hypozentrum-Nutzern und die vergleichsweise niedrigere Besetzung dieses Standortes durch Mitarbeitende

⁶ Bei der Interpretation der Gegenüberstellung ist zu beachten, dass im Hypozentrum R3 der Wärme- und Stromverbrauch nicht erfasst wurde.

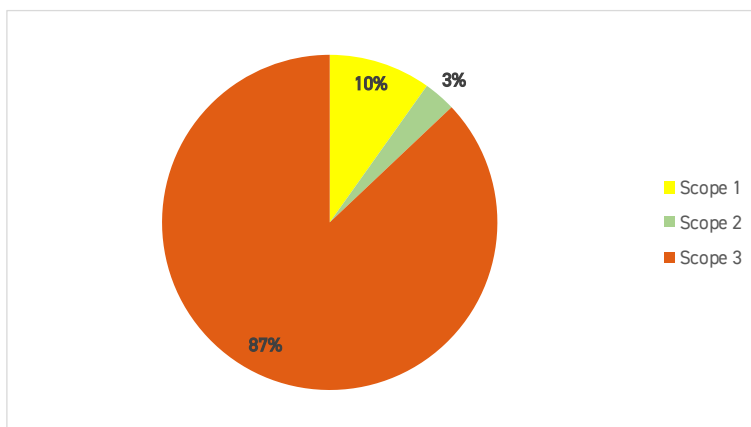
von Sym. Unter „Sonstiges“ fallen die durch Müllentsorgung und Papierverbrauch verursachten CO₂-Ausstöße. Diese machen lediglich ca. 1 % des Gesamtausstoßes bei Sym aus.

Die untenstehende Grafik stellt die Ergebnisse der einzelnen Sektoren dar.



Verteilung der Treibhausgas-Emissionen nach Sektoren: CO₂e [Tonnen]

In der untenstehenden Grafik ist die Verteilung der Emissionen in verschiedene Geltungsbereiche abgebildet. Scope 2 (zugekaufte Wärme und Strom) macht den geringsten Teil des Gesamt-CO₂-Ausstoßes aus. Da Sym keine Produktion und damit auch vor Ort keine direkten Emissionen hat, macht Scope 1 auch einen kleinen Anteil aus. Hierunter zählt lediglich der Wärmeverbrauch durch Erdgas. Scope 3 (Anfahrt der Mitarbeitenden und Geschäftsreisen) bildet den größten Anteil und birgt in sich somit auch den größten Hebel, um CO₂-Emissionen einzusparen.



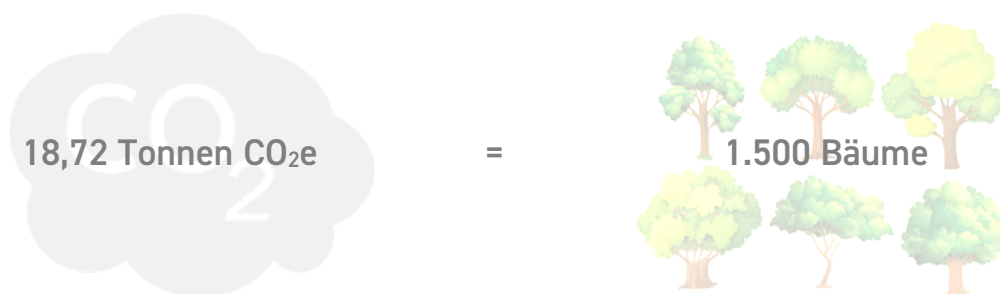
Verteilung der THG-Emissionen in Geltungsbereiche (Scopes): CO₂e [%]

9.5 Fazit

Ein CO₂-Fußabdruck von ca. 19 Tonnen im Jahr scheint eventuell auf den ersten Blick nicht vielbedeutend. 2019 verursachte in Deutschland eine Person durchschnittlich 7,9 Tonnen CO₂-Ausstoß⁷. Die Klimaschutz-Organisation atmosfair hat errechnet, dass weltweit jedem einzelnen Menschen jährlich etwa 2,3 Tonnen CO₂ zur Verfügung stehen, um das 1,5 Grad Erderwärmungsziel des Klimaabkommens von Paris einzuhalten⁸. Die unternehmerischen Tätigkeiten von Sym verursachen **pro Mitarbeiter ca. 0,7 Tonnen CO₂**. Ca. 1 Tonne Emissionen verursacht der deutsche Staat pro Bürger, z.B. für Infrastruktur. Laut dieser Rechnung hätte ein Mitarbeiter von Sym für sein privates Leben ein CO₂-Budget von 0,6 Tonnen im Jahr, was die Notwendigkeit einer starken Reduktion aller Beteiligten deutlich macht.

Zusätzlich zum Bezug von erneuerbaren Energiequellen und dem achtsamen Umgang mit Energie, sind Förderung der ÖPNV-Nutzung oder Carsharing weitere Maßnahmen, um die CO₂-Bilanz von Sym zu reduzieren. In der aktuellen Debatte werden die Auswirkungen der digitalen Welt auf den Klimawandel durch den CO₂-Ausstoß noch nicht angemessen berücksichtigt. Doch die immense Kommunikation über interkontinentale Verkabelungen und Servernutzung verbraucht hohe Mengen an Energie und verursacht somit hohe Mengen an CO₂-Ausstoß. Es sollte daher darauf geachtet werden, unnötige Datentransfers, Kopien oder ewige Backups zu vermeiden, auf regionale Cloud- und Dienstanbieter zu setzen und bei eigenen Servern die Klimatisierung energieeffizient zu gestalten.

Der unvermeidbare CO₂-Ausstoß kann durch z.B. Aufforstung von Wäldern oder Moor-Renaturierung kompensiert werden. Um es besser zu veranschaulichen kann die Ausstoßmenge in Bäume umgerechnet werden. Um eine Tonne CO₂ aufnehmen zu können, muss eine Buche ca. 80 Jahre wachsen. Auf das Jahr kalkuliert bindet eine Buche pro Jahr rund 12,5 kg CO₂⁹. Um jährlich 18,72 Tonnen CO₂ durch Bäume **zu kompensieren**, müsste Sym **1.500 Buchen/Jahr** pflanzen. Mit der Annahme, dass auf einen Hektar Land bis zu 400 Rotbuchen¹⁰ stehen können, bräuchte man ca. 3,7 Hektar, bzw. die Fläche von ca. **5 Fußballfeldern**¹¹.



⁷ Entwicklung der Pro-Kopf-CO₂-Emissionen in Deutschland in den Jahren 1990 bis 2019, Statista GmbH: <https://t1p.de/w2yl>

⁸ Klimabudget Schätzung: www.careelite.de/klimabudget-co2

⁹ www.co2online.de/service/klima-orakel/beitrag/wie-viele-baeume-braucht-es-um-eine-tonne-co2-zu-binden-10658/

¹⁰ im Sinne eines Baumgartens, nach <https://de.wikipedia.org/wiki/Aufforstung>

¹¹ bei der Annahme von 7.140 Quadratmetern für ein Fußballfeld nach FIFA-Standard

Zusammenfassung

10.1 Übersicht der Ergebnisse

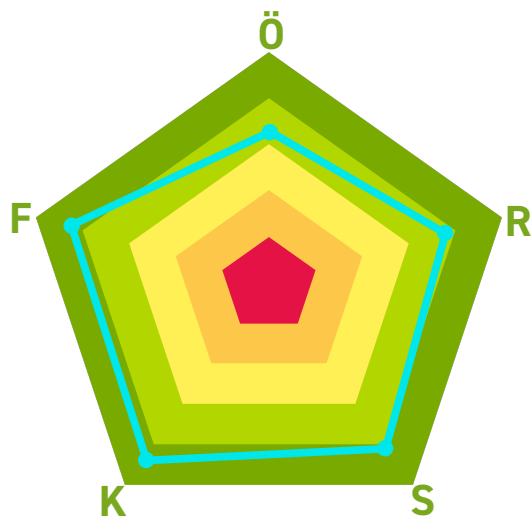
10.1.1 Wertungen aus Reflektionen und Analysen

Kriterien Bereiche	Ökologische Verantwortung	Regionale Verbundenheit	Soziale Verantwortung	Kultur und Gestaltung	Ethisches Finanzmanagement
Geschäftsmodell	Ökologischer Impact 3,6	Impact auf regionale Strukturen 4,7	Impact auf soziale Strukturen 4,3	Beitrag zum Gemeinwesen und zur globalen Gestaltung 4,6	Verankerung des ethischen Finanzmanagements im Geschäftsmodell 4,8
Unternehmensführung	Unternehmenssteuerung in Bezug auf ökologische Nachhaltigkeit 3,3	Initiative, sich in regionale Strukturen zu integrieren 3,0	Transparenz und Augenhöhe in der Führung 4,2	Führungs- und Beziehungskultur 4,4	Steuerung des ethischen Finanzmanagements 4,2
Operativer Geschäftsbetrieb	Umsetzung ökologischer Ziele im Unternehmen 2,7	Regionale Verankerung des Unternehmens 3,5	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld 3,4	Arbeitskultur und Entwicklung der Mitarbeiter 3,8	Abwicklung der Bankgeschäfte und Mehrwertstiftung 3,8
Lieferanten und Dienstleister	Ökologische Ausrichtung 3,8	Regionale Verankerung und Wirksamkeit 4,1	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld 4,4	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen 4,6	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements 3,3
Kunden	Ökologische Ausrichtung 3,5	Regionale Verankerung und Wirksamkeit 3,5	Verantwortungsvolles Handeln im Unternehmen und im Umfeld 4,3	Ethik des Geschäftsmodells und Gestaltungsanliegen 4,5	Verankerung und Umsetzung des ethischen Finanzmanagements 3,2
Gesamtergebnis	3,9	nach gewichteten Einzelergebnissen			

Siehe Gewichtungshinweis¹²

¹² Einzelergebnisse gehen grundsätzlich mit der Wichtung 10 in die Ergebnisberechnung ein. Die Einzelergebnisse von anonymisierten Befragungen (Mitarbeiter, Lieferanten und Kunden) gehen mit einer Wichtung von 7,5 in die Ergebnisberechnung ein. Anonymisierte Befragungsergebnisse sind in den Ergebnistabellen der vorstehenden Kapitel mit einem Stern gekennzeichnet.

10.1.2 Gegenüberstellung der Kriterien des Audits



Ö Ökologischer Impact
R Regionale Verbundenheit
S Soziale Verantwortung
K Kultur & Gestaltung
F Ethisches Finanzmanagement

10.2 Fazit und Handlungsempfehlungen

Mit einem Reifegrad von 3,9 resultiert das gute Ergebnis dieses Audits aus dem hohen Bewusstsein der Teilhaber und Geschäftsführung, sowie jedes einzelnen Mitarbeitenden. Mit den Themen ökologische und soziale Verantwortung, Regionalität und dem ethischen Finanzmanagement setzt sich das Unternehmen ständig auseinander. Über Instrumente wie Grundlagenarbeit, Werkstatt für Kultur und Werte, ÖRS Check, ÖRS Audit und Werte Abgleich werden die Werte und ethischen Prinzipien sowohl in der Vision des Unternehmens manifestiert als auch im operativen Geschäft umgesetzt. Deshalb stellt das Kriterium Kultur und Gestaltung mit dem höchsten Reifegrad eine Stärke dar. Größere Potenziale sind im Bereich Ökologie und ethischem Finanzmanagement zu erkennen. Wobei es sich im Bereich Ökologie stark auf die Umsetzung bezieht, während es im Finanzmanagement eher an konzeptionellen Festlegungen liegt.

Die Services von Sym und die Standorte unterliegen größtenteils den ÖRS Kriterien. Die Steuerung der Verantwortlichkeiten und das Controlling muss in einigen Bereichen ausgebaut werden, damit es zu weiteren Verbesserungsschritten führt. Mit einer noch stärkeren Umsetzung der Werte und Ethik in die Praxis kann Sym ein Vorreiter und Vorbild für kleine und mittlere Unternehmen sein.

Handlungsempfehlungen

Gemeinsames Verständnis (Grundlagenarbeit-Themen)



1. Kann Sym Menschenrechtsverletzungen in der eigenen Lieferketten ausschließen?
2. Was bedeutet soziale Nachhaltigkeit für Sym und was sind die Ziele?
3. Was bedeutet ethisches Finanzmanagement für Sym?
4. Welche ÖRS Aspekte spielen in den Leistungen jeder Serviceline eine Rolle? Wie kann man diese Aspekte sichtbar und messbar machen?
5. Was ist nachhaltige Ernährung? Wie kann an den Standorten beim Mittagessen auf Nachhaltigkeit geachtet werden?
6. Wie kann die Auswahl von Neukunden und -partnern unter ÖRS Aspekten in einen systematischen Pre-Screening Prozess überführt werden?

Ökologische Verantwortung an den Standorten



1. Richtlinien für ökologisches Verhalten im Betrieb definieren und die Mitarbeitenden darüber informieren (z.B. Stromverbrauch, Mülltrennung, Mittagessen).
 2. Einkaufsrichtlinien (ökologisch und sozial) schriftlich festlegen und standortweit konsequent implementieren.
 3. Am Standort München (K47A) Recycling-Container bereitstellen.
 4. Wechsel zu Ökostrom- und Ökowärmetarifen an allen Standorten von Sym initiieren, sofern noch nicht umgesetzt.
-

Nachhaltige Digitalisierung



1. Bei der Softwareauswahl regionale Anbieter bevorzugen und Ökostrombezug der Server beachten.
2. Bei den geplanten eigenen Servern natürliche Kühlung bevorzugen, Ökostrom beziehen und womöglich alte Server-Teile wiederverwerten.
3. Datensuffizienz und -souveränität in den Diskurs bringen. Das heißt, geringe Datenmenge, effiziente Speicherung bzw. regelmäßiges Löschen der veralteten Daten, Transparenz über die Nutzung der Daten und Kompatibilität mit, bzw. Wiederverwertbarkeit durch andere Plattformen.

Green IT



1. Ein ganzheitliches IT-Konzept ausarbeiten (ÖRS Kriterien bei Beschaffung, Wiederverwendung von Handys und Laptops im Unternehmen, universelle Anschlüsse in den Büros, ÖRS konforme Entsorgung).
2. Bei der Beschaffung von IT-Geräten über „TCO-Certified“ (tcocertified.com) oder „EPEAT“ (www.epeat.net/search-computers-and-displays) nach umweltfreundlicheren Alternativen suchen und auf die Energieklasse achten.
3. Mit dem aktuellen IT-Lieferanten oder mit dem gemeinnützigen Refurbish- und Entsorgungs-Dienstleister „AfB Social & Green IT“ eine Kooperation für die Annahme der Altgeräte initiieren.

Mobilität

Den Mitarbeitenden proaktiv umweltfreundliche Reisealternativen ermöglichen. z.B.:



1. Möglichkeit des Aufbaus eines Carsharing-Systems untersuchen und ggf. über vorhandenen Tools umsetzen.
2. Jobrad-Beschaffung anbieten (www.jobrad.org)
3. Partnerschaften eingehen, um ein Elektroauto als Poolwagen zu beschaffen.
4. ÖPNV Ticket fördern.

Regionale Verbundenheit



1. Einzelkontakte zu Kooperationspartnerschaften mit Verbänden, Institutionen und Bildungseinrichtungen in der Region München ausbauen und die Mitarbeitenden über die Kooperationen informieren. (BNW Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft, Metropolregion München, New Mittelstand, usw.)
 2. Marktanalyse an den Standorten (insbesondere in Bonn), um potenzielle Kunden zu identifizieren. Ausbau der Teilnahmen an Events sowie deren Initiierungen. (z.B. CSR Tag Nürnberg)
-

Arbeits- und Wissenskultur und persönliche Entwicklung der Mitarbeitenden im Unternehmen

1. Schulungsbedarf der Mitarbeitenden gemeinschaftlich ermitteln, adressaten- und bedarfsgerechte Vermittlung von Fach- und Methodenwissen entwickeln und anbieten (insbesondere durch die im Aufbau befindliche Symacademy).
2. Ein Mitarbeiterbeteiligungs- und Entlohnungskonzept ausarbeiten und den grundlegenden Rahmen inklusive sozialer Zusatzleistungen intern sowie bei Bewerbungen extern transparent kommunizieren.
3. Konzept für eine 360°-Feedbackkultur erarbeiten und pilotieren. Die Teamleitung und Mitarbeitende durch Trainings dazu befähigen, eine offene Feedbackkultur zu etablieren, Ziele gemeinsam zu setzen und Potenziale zu erkennen.
4. Überlastungen von Mitarbeitenden vorbeugen, indem klar verständliche Prioritäten und Fokussierungen im Rahmen der agilen Zusammenarbeit vereinbart, Arbeitszeiten erfasst und Arbeitspakete entsprechend der Regelarbeitszeit eingeplant werden.



Giving Back - Gesellschaftliche Verantwortung

Ein Konzept zur ökologischen und sozialen Verantwortung erstellen, das die bereits aufgebaute Wirkungstransparenz aus dem unternehmerischen Handeln von Sym sowie potenziell weiteres Engagement berücksichtigt:

1. Was bedeutet ökologische/soziale Verantwortung genau? Welche Ziele werden verfolgt?
2. Welche Ansätze existieren bereits? Wie hoch sind Aufwendungen und ggf. zusätzliche Budgets?



Zusätzlich könnten folgende Projekte die gesellschaftliche Verantwortung abrunden:

1. Ein Projekt zur Renaturierung oder Erhaltung der ökologischen Vielfalt initiieren (z.B. Clean-up Aktion, Partnerschaft mit Naturschutzorganisationen, Baumpflanzaktion, Moor-Renaturierung.).
2. Eine Partnerschaft mit einer sozialen Einrichtung aufbauen.
3. Pro Bono Projekte oder vergünstigte Leistungen an lokale NGOs anbieten.

Gesundheit



Gesundheit der Mitarbeitenden proaktiv fördern z.B. Obst bereitstellen, Mittagsspaziergang initiieren, Mitgliedschaften in Fitnessstudios/ Sportverein fördern, Wissen über Ernährung und geistige Gesundheit stärken.

Diversität und Chancengleichheit



Gleichstellungsbeauftragten benennen und die Themen Gleichstellung, Diversität und Inklusion bei der Mitarbeiter-Akquise und Gleichstellung im Arbeitsalltag mit der Personalabteilung abstimmen.



Unternehmenskultur

-
1. An jedem Standort regelmäßige kulturelle Aktivitäten außerhalb des Arbeitsraums und -kontextes etablieren.
 2. Mitarbeitende aktiv ansprechen und stärker in die Gestaltungsprozesse bei Interesse einbeziehen z.B. durch die Bildung von Arbeitsgruppen für anstehende Projekte.
-

Kundenzufriedenheit



Durch ein systematisches Einbeziehen von Nutzern und Kunden Kundenbeziehung stärken, z.B. über Feedback Gespräche, Customer Labs und Design Thinking Methodik Handlungsfelder erkennen und Verbesserungsmaßnahmen durchführen.

Ethisches Finanzmanagement



Die Kriterien des ethischen Finanzmanagements innerhalb der Geschäftsleitung schriftlich definieren, gegen vorhandene Geschäftsbeziehungen zu Finanz- und Versicherungsdienstleistern abgleichen und Abweichungen konsequent minimieren.

Sichtbarkeit des Mehrwerts



Das Symcontrol Projekt bezüglich ÖRS KPIs weiter ausbauen und umsetzen. Den ÖRS Mehrwert, den die Symservices generieren, messbar und sichtbar machen.

10.3 Seed Points

Seed Points sind im Auditierungsprozess entstandene Initiativen oder Projektideen, die in den Ö-R-S Kontext passen. Seed Points können unmittelbare Maßnahmen oder strategische Ziele sein, demnach kurzfristig wirken oder das Unternehmen langfristig begleiten. Seed Points werden für die nächsten 12 Monate konkret vereinbart. Kurzfristig umsetzbare Punkte sollen in dieser Zeit realisiert, langfristige konzeptionell erarbeitet und in die Umsetzungsphase gebracht sein. Bei wiederkehrenden Audits wird der Fortschritt der Seed Points begutachtet.

Folgende Seed Points wurden für die Periode November 2021 bis Oktober 2022 vereinbart.



1

Verantwortlichkeiten für die Umsetzung der Seed Points

Die Aufgabenpakete für die Planung, das Controlling und die Umsetzung der Seed Points definieren und an Mitarbeitende übergeben.



2

Wechsel zu regionalen IT-Dienstleistern und Produkt Lieferanten

Strategische Partnerschaften eingehen, um den Fokus auf Anbieter aus den regionalen Ecosystemen bzw. aus Deutschland oder der EU zu setzen (IT-Hardware, Cloudanbieter). Siehe auch Handlungsempfehlungen.



3

Definition von langfristigen Nachhaltigkeitszielen (ökologisch, sozial)

Nachhaltigkeitsziele (bis zu 10) für Sym definieren und schriftlich fixieren. Die Ziele sollten einen Zeithorizont von fünf bis zehn Jahren haben. Siehe auch Handlungsempfehlungen.



4

Gestalterische Optimierung der Arbeits-, Pausen- und Aufenthaltsräume

Die Räumlichkeiten an allen Sym Standorten um- bzw. neugestalten, die Bedürfnisse der Mitarbeitenden (Ergonomie, Arbeitskultur) miteinbeziehen und in der Blaupause für weitere Standorte berücksichtigen.



5

Konzeptionelle Weiterentwicklung der Wissens- und Arbeitskultur

Konzepte für 360°-Feedback, Mitarbeiterentwicklungsgespräche und ein Vergütungsprogramm (inkl. Unternehmensbeteiligung) entwickeln und intern vorstellen. Siehe auch Handlungsempfehlungen.



6

Monatliche Transparenzberichte für Kunden (Wirkungstransparenz)

Die erbrachten Leistungen, Mehrwerte und Symbiosen für die Kunden darstellen und regelmäßig den Kunden bereitstellen.

Datum/ Unterschrift Auditor

Datum/ Unterschrift Auftraggeber

Wertung und Siegel

ÖRS-Audit Wertung

3,9



Reifegrad 3,9 von 5 Punkten

Wir freuen uns, Sym das bestandene ÖRS-Audit zu übergeben und erhoffen uns, dass dieses nachhaltige Gedankengut verfolgt und geteilt wird.



Das ÖRS-Audit Siegel gibt es in einer „GEPRÜFT“ und „ZERTIFIZIERT“ Variante. Mit der ersten vollständigen Prüfung erhält der Auftraggeber das „GEPRÜFT“ Siegel. Das „ZERTIFIZIERT“ Siegel gibt es, wenn alle der folgenden Kriterien über 3,5 gewertet werden.

Ökologische Verantwortung
Regionale Verbundenheit
Soziale Verantwortung
Kultur & Gestaltung
Ethisches Finanzmanagement