

Nachhaltigkeits- bericht 2025

*Schau doch
mal rein!*



bridging IT

Gruppe

Ein Unternehmen von SPIE

Inhalt

Vorwort	3
Unser Werteverständnis	4
Partnerschaften	5
Unsere Zertifikate	5
Unsere Werteinitiativen	6
Unsere Reise zu mehr Nachhaltigkeit	8
Unser Engagement für Vielfalt und Nachhaltigkeit.....	10
Wesentlichkeit	12
Ökologie	14
Soziales	16
Ökonomie	18
Ökologie (tabellarisch)	20
Soziales (tabellarisch)	21
Ökonomie (tabellarisch)	22
Über uns	23



Zugunsten des Leseflusses verzichten wir in diesem Dokument auf Schreibweisen wie Genderstern, Binnen-I oder Unterstrich und verwenden stattdessen Personenbezeichnungen vorrangig im generischen Maskulinum. Wir möchten ausdrücklich darauf hinweisen, dass wir auch an diesen Stellen alle Geschlechter gleichermaßen adressieren.

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist und bleibt hochrelevant. Mit diesem Bericht möchten wir Ihnen einen transparenten Einblick in unseren Weg geben, einen verantwortungsvollen Beitrag für Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft zu leisten.

Das Geschäftsjahr 2025 war für viele Unternehmen in Deutschland von Unsicherheit geprägt. Geopolitische Spannungen, Handelsbarrieren und anhaltende Zurückhaltung bei Investitionen stellten die Wirtschaft vor große Herausforderungen. Nach zwei Rezessionsjahren wuchs das Bruttoinlandsprodukt zwar wieder leicht – von einem Aufschwung war im Alltag jedoch wenig zu spüren. Gleichzeitig verlangten der schnelle Durchbruch Künstlicher Intelligenz, der Fachkräftemangel und neue regulatorische Anforderungen ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit.

Insbesondere die Transformationen in Schlüsselbranchen wie der Automobilindustrie sowie verschobene und gekürzte Digitalisierungsbudgets sind auch an uns als Beratungsunternehmen nicht spurlos vorbeigegangen. Dennoch ist es uns gelungen, Stabilität zu bewahren und unsere Position im Markt zu behaupten.

Deutlich verändert hat sich, wonach unsere Kunden fragen: Künstliche Intelligenz ist aus der Erprobung in den Regelbetrieb gerückt, und mit ihr gewann die digitale Souveränität – die Kontrolle über Daten, Systeme und Abhängigkeiten – spürbar an Gewicht. Insgesamt bleibt der unternehmerische Alltag anspruchsvoll – doch 2025 hat gezeigt, dass sich mit klarem Fokus und agilem Denken und Arbeiten auch in einem schwierigen Umfeld Fortschritt gestalten lässt.

Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges Handeln unsere Verantwortung ist, da es die Grundlage für eine erfolgreiche Zukunft schafft. Daher engagieren wir uns kontinuierlich, unsere Prozesse, Angebote und Denk- und Arbeitsweise zu verbessern – im Einklang mit den globalen Nachhaltigkeitszielen.

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen, unseren Weg zu begleiten.

Herzliche Grüße

Simon Dillmann
Dr. Jochen Ruben
Dirk Braun



Simon Dillmann
CEO bridgingIT-Gruppe



Dr. Jochen Ruben
COO bridgingIT-Gruppe



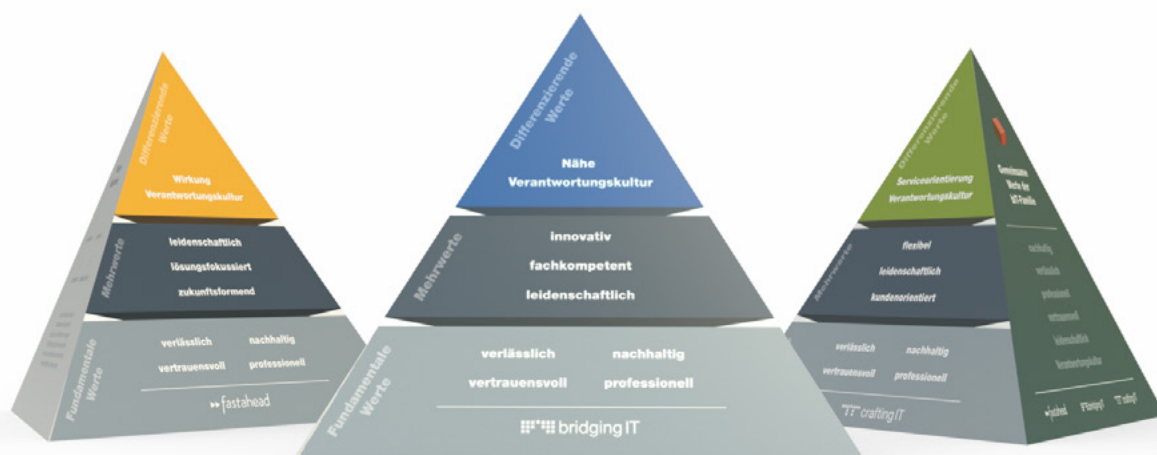
Dirk Braun
Nachhaltigkeitsmanager

Unser Werteverständnis

Unser Handeln in der bridgingIT-Gruppe hat immer ganzheitlich den Nutzen von Menschen, Umwelt und Gesellschaft im Blick. Wesentlich prägend für unser Handeln ist die Art und Weise, in der wir als Menschen miteinander umgehen. Den täglichen Umgang miteinander, mit unseren Kunden und unseren Partnern auf der Basis gemeinsamer Werte zu gestalten, ist wesentlicher Kern unserer Unternehmenskultur.

Als Digitalisierungsberatung betrachten wir es daher als unerlässlich, den sozialen, ökonomischen und ökologischen Herausforderungen aktiv zu begegnen, um eine nachhaltige Wertschöpfungskette aufzubauen und geschäftsrelevante Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen. Wir haben daher Chancen, Risiken und Zielsetzungen für nachhaltiges Wirtschaften identifiziert und festgehalten, basierend auf den drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales.

Nachhaltigkeit und Verantwortungskultur bilden das Fundament unserer Wertepyramiden, von denen sich unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten ableiten lassen. Diese werden dann von unseren Werteinitiativen wie beispielsweise green & social realisiert. Um unternehmerisch erfolgreich, aber auch nachhaltig handeln zu können, überprüfen wir stetig unsere Aktivitäten, die auch das Erreichen zukünftiger Ziele fördern, und handeln entsprechend langfristig. Auch der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt sowie den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen gehört für die bridgingIT-Gruppe zum unternehmerischen Selbstverständnis, welches sich in zahlreichen Aktivitäten widerspiegelt. Unser strukturiertes Nachhaltigkeitsmanagement stützt sich auf dieses Wertebewusstsein, dessen Ergebnisse im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert werden.



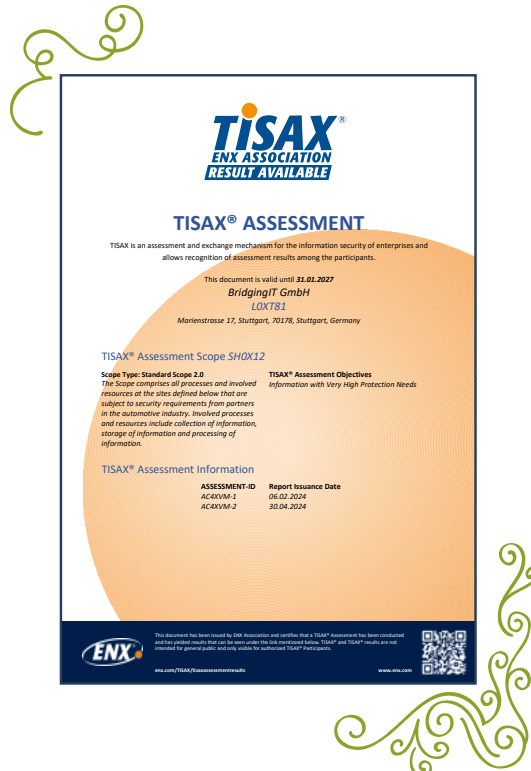
Partnerschaften

Unsere Partnerschaften sind ein wichtiger Bestandteil unseres nachhaltigen Handelns. Wir arbeiten eng mit Lieferanten, Dienstleistern und Organisationen zusammen, die unsere Werte in Bezug auf Umweltschutz, soziale Verantwortung und ethisches Wirtschaften teilen.



Unsere Zertifikate

Im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsberichts legen wir großen Wert auf Transparenz und verantwortungsvolles Handeln. Unsere Zertifikate belegen die Einhaltung strenger Umwelt- und Sozialstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Sie bestätigen unser Engagement für nachhaltiges Handeln, Ressourcenschonung, faire und sichere Arbeitsbedingungen. Damit schaffen wir eine Grundlage für eine zukunftsfähige und umweltbewusste Unternehmensführung.



Unsere Werteinitiativen

Ein zentrales Element unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die vier Werteinitiativen, die unser tägliches Handeln und unsere Unternehmenskultur maßgeblich prägen. Jede Initiative setzt dabei eigene Schwerpunkte und trägt auf ihre Weise dazu bei, Nachhaltigkeit bei bridgingIT ganzheitlich zu leben.

Die Initiative **smart & professional** steht für die kontinuierliche persönliche und fachliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden sowie für einen offenen, standortübergreifenden Wissensaustausch. Im Jahr 2025 wurden zahlreiche Aktivtrainings zu aktuellen Themen wie Konfliktmanagement, Verhandlungstechniken, Storytelling und Feedback-Kultur durchgeführt. Diese Maßnahmen stärken nicht nur die individuelle Entwicklung, sondern auch die Innovationskraft und Resilienz unseres Unternehmens – zentrale Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg.

Mit der Initiative **story & identity** schaffen wir Identifikation und Zusammenhalt, indem wir unsere Werte, unsere Geschichte und unsere Vision sichtbar und erlebbar machen. Durch gezielte Storytelling-Formate und interne Kampagnen werden nachhaltige Projekte und Erfolge ins Rampenlicht gerückt. So fördern wir das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln und stärken die gemeinsame Identität, die unsere Mitarbeitenden über Standorte und Projekte hinweg verbindet. Die offene Kommunikation unserer nachhaltigen Ziele und Erfolge trägt dazu bei, dass sich alle Mitarbeitenden mit der nachhaltigen Ausrichtung unseres Unternehmens identifizieren und diese aktiv mitgestalten.

Die Initiative **green & social** bündelt unser Engagement für Umwelt- und Klimaschutz sowie gesellschaftliche Verantwortung. Im Berichtsjahr wurden zahlreiche Projekte umgesetzt, die das Miteinander, die Gesundheit und das soziale Bewusstsein stärken und somit die ökologische und soziale Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag verankern.

Abgerundet wird unser Werteverständnis durch die Initiative **fun & sports**, die Gesundheit, Teamgeist und Wohlbefinden durch sportliche und gemeinschaftliche Aktivitäten fördert. Im Jahr 2025 wurden standortübergreifend Sportevents und Bewegungsangebote organisiert, die nicht nur die physische Gesundheit stärken, sondern auch den Zusammenhalt im Team fördern. Ergänzt wurden diese durch Stress-Präventionstrainings, die die Resilienz und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden nachhaltig unterstützen. Die aktive Pausengestaltung und Bewegungsinitiativen tragen dazu bei, eine gesunde Work-Life-Balance und ein positives Arbeitsumfeld zu schaffen.

Diese vier Werteinitiativen sind integraler Bestandteil unseres nachhaltigen Handelns. Sie schaffen die Basis für eine verantwortungsvolle, zukunftsfähige und resiliente Unternehmenskultur, die den Menschen und die Umwelt in den Mittelpunkt stellt und so den langfristigen Unternehmenserfolg sichert.



GREEN & SOCIAL

Nachhaltigkeit gehört zu unseren Grundwerten!



FUN & SPORT

*bit am Berg = Unser Skievent!
Von Mitarbeitenden organisiert*

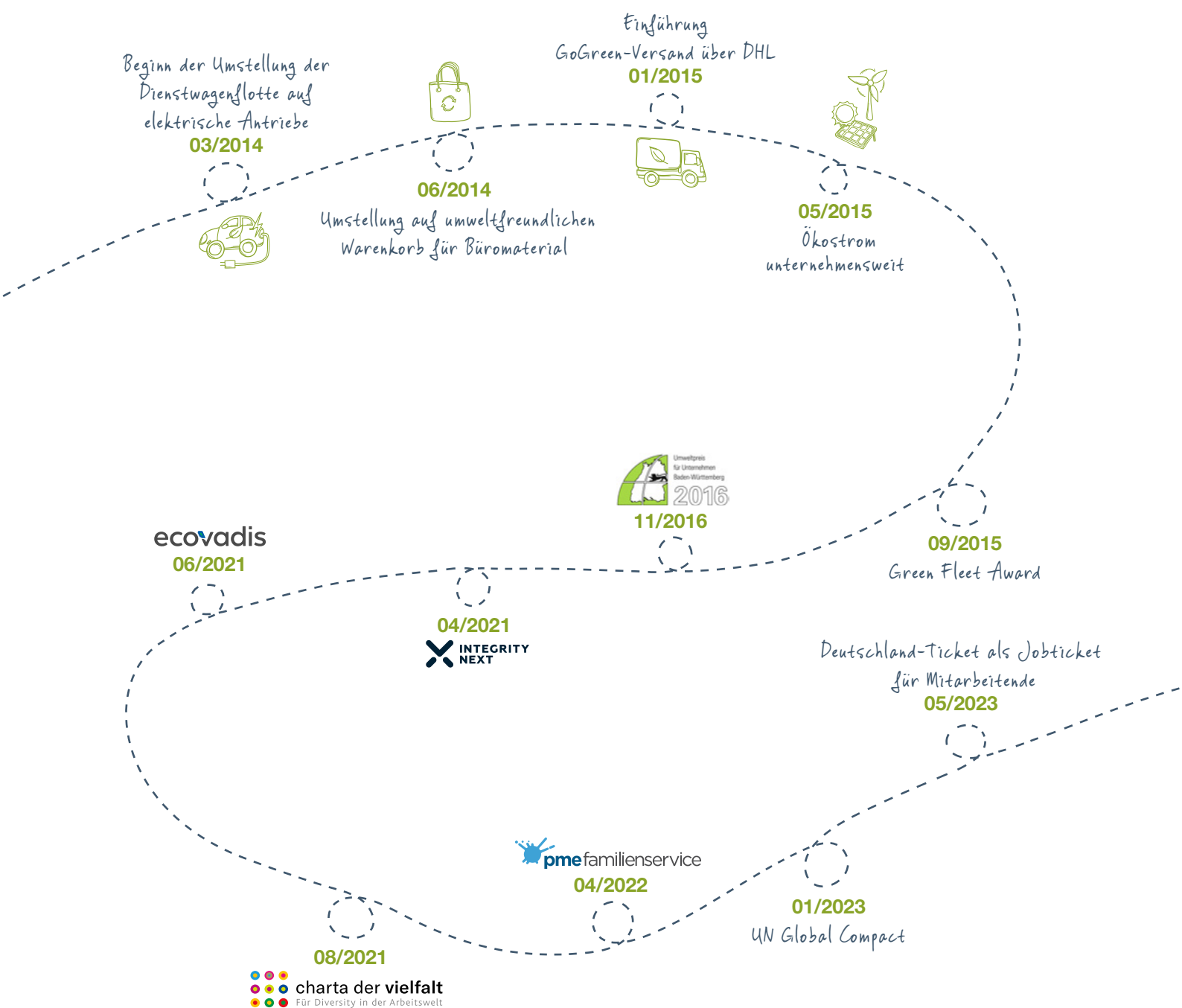


SMART & PROFESSIONAL



STORY & IDENTITY

Unsere Reise zu mehr Nach- haltigkeit



Nachhaltigkeit ist für uns ein zentrales Element unserer Unternehmensstrategie. Seit der Unternehmensgründung 2008 haben wir uns das Ziel gesetzt, unsere Prozesse umweltfreundlich und verantwortungsvoll zu gestalten. Auf dieser Reise haben wir zahlreiche Meilensteine erreicht: von der Einführung unserer E-Flotte 2014 über die vollständige Umstellung auf Ökostrom in all unseren Lokationen in 2015 bis hin zu erfolgreichen Zertifizierungen durch DEKRA zu den Themen Qualitäts-, Umwelt- und Informationssicherheitsmanagement.

Um unsere Nachhaltigkeitsziele zu erreichen oder – wo möglich – zu übertreffen, orientieren wir uns an den Leitlinien des UN Global Compact für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Wir unterziehen uns regelmäßigen Audits bezüglich der erfolgreichen Umsetzung relevanter ISO-Normen (9001, 14001 und 27001) und berichten gegenüber externen CSR-Rating-Anbietern wie EcoVadis und IntegrityNext.

Heute sind wir stolz darauf, ein Unternehmen zu sein, das Innovation und Nachhaltigkeit in Einklang bringt – und freuen uns darauf, diesen Weg auch in Zukunft mit unseren Kunden und Mitarbeitenden weiterzugehen.



über
280
Mitarbeitende
bei DKMS registriert



Gespendete Summe in 2025

27.209€

ecovadis
Silber-Medaille (66 Punkte)
05/2024

Mental-Health-First-Aid-
Zertifizierung
01/2025

12/2024
erster Nachhaltig-
keitsbericht



mehr als **50 %** CO₂-neutrale
Firmenwagen

12/2025

08/2025
ecovadis
Silber-Medaille (73 Punkte)



Unser Engagement für Vielfalt und Nach- haltigkeit



Seit 2008 arbeiten wir strukturiert an verschiedenen Themenbereichen und haben dort unterschiedliche Reifegrade erreicht. Mittlerweile lassen wir uns dazu extern bewerten und haben uns zu verschiedenen Initiativen wie der Charta der Vielfalt und dem UN Global Compact bekannt.

Die Charta der Vielfalt hat sich zum Ziel gesetzt, die Vielfalt in Unternehmen und Institutionen zu fördern. Dabei sollen Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt in Deutschland vorangetrieben werden.

Der UN Global Compact verfolgt die Vision einer inklusiven und nachhaltigen Wirtschaft zum Nutzen aller Menschen, Gemeinschaften und Märkte. Dabei folgt der UN Global Compact zehn Prinzipien für ein verantwortungsvolles Handeln.



Mit der Verabschiedung der Agenda 2030 im Jahr 2015 wurden 17 globale Nachhaltigkeitsziele, die Sustainable Development Goals (SDGs), für eine sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltige Entwicklung gesetzt. Als Unternehmen stehen wir hinter diesen Zielen und setzen uns intensiv mit deren Schwerpunktthemen auseinander, um unseren Beitrag zu leisten.



Wesentlichkeit

In unserer 2025 überarbeiteten Wesentlichkeitsanalyse haben wir 20 Handlungsfelder danach bewertet, welche Wirkung die bridgingIT-Gruppe konkret entfalten kann (Impact-Materialität) und wie stark die Themen die bridgingIT-Gruppe selbst finanziell und strategisch betreffen können (Financial-Materialität). Die Ergebnisse sind auf der folgenden Seite als Matrix dargestellt.

Dort zeigen sich klare Prioritäten: Themen wie Kundenzufriedenheit, nachhaltiges Wachstum sowie Informationssicherheit & Datenschutz liegen sowohl in der Wirkung als auch in der Bedeutung ganz oben – sie beeinflussen unmittelbar unser Geschäft und sind zugleich Bereiche, in denen wir durch Beratung, Services und interne Maßnahmen direkten Einfluss ausüben können.

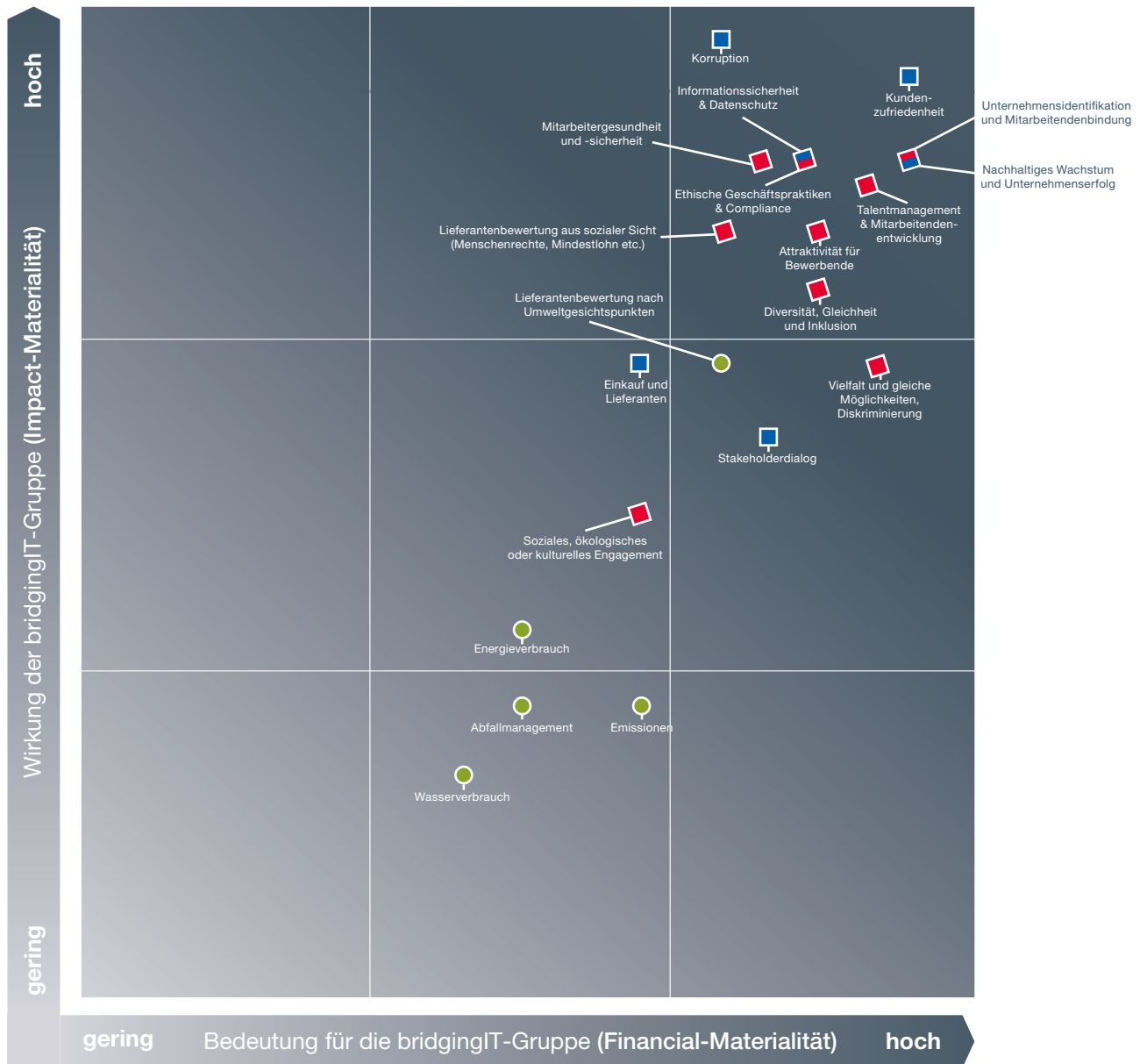
Ebenfalls hoch eingestuft wurden ethische Geschäftspraktiken und Compliance sowie Aspekte der Mitarbeitendenbindung und -gesundheit; diese Themen verbinden starke Wirkung nach innen mit hohem Einfluss auf Reputation, Risiko und langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

Lieferkettensteuerung und nachhaltige Beschaffung nehmen eine mittlere bis hohe Stellung ein: hier sind wir relevant wirksam, zugleich steigt die Bedeutung für Kosten, Risiko und Kundenerwartungen.

Operative Umweltaspekte wie Energie- und Wasserverbrauch oder Abfallmanagement sind für unser Geschäftsmodell tendenziell weniger unmittelbar finanziell relevant, bieten aber wichtige Hebel für Effizienz, Vertrauen und regulatorische Absicherung.

Die Matrix dient als Grundlage für unsere Priorisierung: Themen mit hoher Financial- und hoher Impact-Materialität werden vorrangig mit Maßnahmen, Kennzahlen und Verantwortlichkeiten unterlegt; andere Felder werden gezielt verfolgt, wo unsere Wirkung besonders groß ist. Wesentlichkeit bleibt dynamisch – Änderungen in Markt, Regulierung oder Kundenerwartungen lösen regelmäßige Neubewertungen aus.

Wesentlichkeitsanalyse der bridgingIT-Gruppe



sozial

ökologisch

ökonomisch

ÖKOLOGIE

Wir machen Fortschritte – aber nicht an allen Fronten mit derselben Geschwindigkeit. Positiv ist die klare Entwicklung bei unserer Mobilität: Der Anteil der Firmenfahrzeuge mit CO₂-neutralen Antrieben hat sich seit 2022 deutlich erhöht und liegt Ende 2025 bei rund 57 %. Das ist eine spürbare Entlastung für unsere Scope-1-Bilanz und zeigt, dass die Investitionen in eine grüne Fahrzeugflotte greifen. Konstant ist die Versorgung unserer beeinflussbaren Standorte mit Ökostrom – hier sind wir durchgängig auf „100 %“ und damit in guter Verfassung.

Gleichzeitig zeigen die Emissionszahlen, dass noch viel zu tun bleibt. Die Gesamtemissionen (Scope 1+3 des Berichtsjahres und Scope 2 des Vorjahres) stiegen 2024 spürbar auf 546,4 t CO₂-Eqv und sanken 2025 auf 492,5 t – ein Schritt in die richtige Richtung, aber kein Grund zur Entwarnung. Scope-1-Emissionen (Direktemissionen) lagen 2025 bei 400,1 t (2024: 438,8 t). Scope-2 (eingekaufter Strom/Heizung) wurde 2023 erstmals mit 83,3 t ausgewiesen und 2024 mit 75,6 t. Scope-3-Emissionen aus Geschäftsreisen (nur Bahn & Flug) gingen 2025 auf 16,8 t zurück – vor allem durch deutlich reduzierte Flugreisen (2025: 15,2 t). Das ist ein Beitrag, der zeigt: Reiseverhalten steuern wirkt. Trotzdem ist die CO₂-Intensität pro Mitarbeitendem mit 0,75 t CO₂-Eqv (2025) höher als in den Vorjahren (2022: 0,54 t; 2023: 0,53 t; 2024: 0,73 t) – das macht deutlich, dass wir neben Einzelmaßnahmen systematisch an der Gesamtwirkung arbeiten müssen, liegt aber vorrangig am Rückgang der Anzahl der Mitarbeitenden.

Bei Energieeffizienz und Ressourcennutzung sehen wir ein wechselhaftes Bild

Der durchschnittliche Energieverbrauch pro 100 Personen-km sank auf 24,4 kWh/100 km. Die für Heizenergie berichteten Werte sind besser geworden, aber leider noch immer nur für das Kalenderjahr vor dem Berichtszeitraum vorhanden (75,55 tCO₂-Eqv für 2024). Der Wasserverbrauch lag für 2024 bei 1.001 m³. Eine standardisierte, standortübergreifende Erfassung ist noch nicht flächendeckend etabliert.



Hinweis zur Datenverfügbarkeit:

Da alle unsere Büroflächen angemietet sind, erhalten wir die Verbrauchsdaten für Heizenergie und Wasser jeweils erst mit der jährlichen Nebenkostenabrechnung der Vermieter – und damit immer mit einem Verzug von etwa einem Jahr. Für das Geschäftsjahr 2025 liegen daher noch keine vollständigen Verbrauchsdaten vor; die aktuell im Bericht ausgewiesenen Werte beziehen sich auf das Jahr 2024.



Positiv ist die kontinuierliche Abfallreduktion

Die Gesamtmenge sank von 9.698,6 kg (2023) über 9.606,7 kg (2024) auf 9.319,7 kg (2025). Sonderabfälle konnten 2025 sogar auf 0 kg reduziert werden (2023: 52 kg; 2024: 16 kg) – ein konkret messbarer Erfolg bei der Abfallvermeidung und -entsorgung.

In der Lieferkette bestehen klare Handlungsfelder

Der Anteil gelisteter Lieferanten mit externen Nachhaltigkeitsnachweisen (EcoVadis/IntegrityNext) lag 2024 bei 33,6 % und verringerte sich 2025 auf 28,6 %. Das Ziel, 100 % der A/B-Lieferanten bis 2026 mit umweltbezogenen Vertragsbestandteilen abzudecken, erfordert hier deutlich mehr Tempo – sowohl bei der Datenerhebung als auch bei vertraglichen Nachsteuerungen.

Unser Fazit und die Prioritäten für 2026

Die Flotten-Elektrifizierung und die Reduktion von Flugreisen sind wirksame Hebel, die wir konsequent weiterfahren. Parallel dazu müssen wir die Datengrundlage verbessern (vollständige Scope-2-Erfassung, Heizdaten, standardisiertes Standort-Reporting), um die richtigen Maßnahmen zielgerichtet zu steuern. Priorität haben außerdem Maßnahmen zur Reduktion von Scope-1 (z. B. effiziente Fahrzeugnutzung), eine stärkere Fokussierung auf Energieeffizienz an den Standorten sowie das systematische Nachhaltigkeits-Onboarding unserer kritischen Lieferanten. Wir berichten offen über die Erfolge und die Lücken – denn nur wer misst, kann steuern.



SOZIALES

Im Berichtsjahr sehen wir bei der bridgingIT-Gruppe viele gute Signale – gleichzeitig aber auch konkrete Hinweise darauf, wo wir nachsteuern müssen. Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden ist ein klarer Lichtblick: Der Zufriedenheitswert lag mit 82 % auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr (2024 83%) und damit weiterhin deutlich über unserer Zielgröße (> 60 %). Auch in Sachen Diversität haben wir Fortschritte erzielt: Der Frauenanteil im Unternehmen stieg kontinuierlich und liegt 2025 bei 30,0 % (2022: 27,42 %). Besonders erfreulich ist die Entwicklung in Führungspositionen, wo der Anteil von Frauen von 13 % (2022) auf 23 % (2025) gewachsen ist. Das zeigt, dass unsere Maßnahmen zur gezielten Personalgewinnung und zur Förderung weiblicher Führungskräfte greifen.

Gleichzeitig treten Herausforderungen zutage, die wir ernst nehmen. Die Fluktuation stieg 2025 auf 15,6 % nach 12,12 % im Vorjahr – ein Rückschritt gegenüber der positiven Entwicklung der Jahre zuvor und ein Signal, die Mitarbeiterbindung weiter zu stärken. Die dokumentierte Weiterbildungsintensität nahm ab und liegt 2025 bei 35,83 Stunden pro Mitarbeiter (2024: 48,36 h; 2023: 52,24 h). Auch die Zahl der Stress-Präventionstrainings ging zurück und betrug 8 im Berichtsjahr (2024: 10). Diese Rückgänge sind nicht nur Zahlen – sie treffen Kernbereiche unserer Arbeitgeberattraktivität und Gesundheitspflege. Wir haben diese Entwicklungen erkannt und bereits entsprechende Maßnahmen eingeleitet, um Weiterbildungs-, Karriereentwicklung und Gesundheitsangebote wieder zu verstärken.

In Governance- und Compliance-Belangen präsentieren wir uns stabil

Gemeldete Compliance- und Diskriminierungsfälle blieben 2025 bei null, bestätigte Arbeitsunfälle wurden nicht registriert, und die Compliance-Schulungsquote ist hoch. Unser gesellschaftliches Engagement bleibt lebendig: Team-Patenschaften sind etabliert und die Spenden betrugen 2025 27.209 € (0,28 % in Relation zum EBIT; 2024: 30.209 € / 0,46 %).



Bei der nachhaltigen Beschaffung ist das Bild gemischt

Lieferanten-Audits bei kritischen A/B-Lieferanten sind etabliert (Auditquote laut Zieldefinition hoch), jedoch sank laut vorliegenden Werten der Anteil der Lieferanten, die unsere Checkliste unterzeichnet haben, von rund 92 % auf etwa 68 %. Die Datenlage für 2025 ist nicht in allen Tabellen konsistent dokumentiert; klar ist aber: Die formale Einbindung der Lieferanten in soziale Standards braucht mehr Tempo und systematische Nachverfolgung, damit wir das Ziel „100 % bei A/B-Lieferanten bis 2026“ erreichen.



Positiv bleibt unsere Anziehungskraft als Arbeitgeber

Die Zahl eingehender Bewerbungen liegt weiterhin auf hohem Niveau (2025: 22.657; 2024: 26.293) – auch wenn sie gegenüber 2024 leicht zurückging. Insgesamt liefern wir im sozialen Bereich viele starke Signale (hohe Zufriedenheit, steigende Diversität, keine gemeldeten Vorfälle), müssen aber Weiterbildung, Prävention und die systematische Einbindung der Lieferkette jetzt priorisieren, um Nachhaltigkeit und Personalstabilität langfristig zu sichern.

hohe Anziehungskraft als Arbeitgeber!



ÖKONOMIE

Das Kalenderjahr 2025 war geprägt von anhaltender Marktvolatilität und strukturellen Verschiebungen in wichtigen Kundensegmenten. Vor diesem Hintergrund blieb unser Leitbild eines werthaltigen, verantwortungsvollen Wachstums unverändert. Die folgenden Kennzahlen und Entwicklungen dokumentieren unseren Stand Ende 2025 und zeigen sowohl erreichte Verbesserungen als auch Handlungsfelder auf.

Nachhaltiges Wachstum und Unternehmenserfolg

Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die bridgingIT-Gruppe einen Konzernumsatz von 134,1 Mio. € (Vorjahr 2024: 136,9 Mio. €). Der Umsatz liegt damit geringfügig unter dem Vorjahresniveau und reflektiert die anhaltende Zurückhaltung in Teilen der Nachfrage. Gleichzeitig verbesserte sich die Rendite (EBIT zu Umsatz) auf 7,20 % (2024: 5,98 %). Diese Zunahme der Profitabilität ist Ergebnis gezielter Effizienzmaßnahmen und selektiver Auftragssteuerung, mit dem Ziel, langfristig werthaltiges Wachstum zu sichern.



Höhere Rendite
als in unserem Markt üblich

Informationssicherheit und Datenschutz

Die Verfügbarkeit und Integrität von Informationen haben weiterhin höchste Priorität. Für 2025 wurden keine Datenschutz- oder Informationssicherheitsvorfälle gemeldet (2024: ein Datenschutzvorfall, drei Informationssicherheitsvorfälle). Der Anteil der Mitarbeitenden, die an verpflichtenden Datenschutz- und Informationssicherheitsschulungen teilgenommen haben, liegt unverändert bei 100 %. Diese Kombination aus technischen Maßnahmen und kontinuierlicher Sensibilisierung trägt zur Risikominimierung bei.



100%
geschulte MA
in Datenschutz- und Informationssicherheitsschulungen



Ethisches Wirtschaften und Compliance

Integrität und Compliance sind Basisbestandteile unserer Geschäftsführung. Im Berichtsjahr 2025 wurden keine bestätigten Korruptionsvorfälle registriert. Der Anteil der Mitarbeitenden, die Schulungen zu Antikorruptionsrichtlinien und -verfahren absolviert haben, erreicht 100 % (2024: 21 %), was die konsequente Ausweitung unserer Präventions- und Awarenessmaßnahmen dokumentiert.

Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit hat sich weiter verbessert: Der Net Promoter Score (NPS) stieg 2025 auf 85,03 (2024: 80,77). Dieser Wert spiegelt das anhaltende Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden in unsere Beratungs- und Serviceleistungen wider und ist ein zentraler Indikator für die Marktfähigkeit unseres Leistungsportfolios.



Nachhaltige Beschaffung und Lieferantensteuerung

Im Bereich Beschaffung wird die Integration von Nachhaltigkeitskriterien kontinuierlich vorangetrieben. Für 2025 liegen für die 20 umsatzstärksten und kritischsten Lieferanten interne Audit-Quoten (intern) von 100 % sowie eine externe Audit-Abdeckung (Extern) im Berichtszeitraum vor. Der Anteil der Lieferanten, die auf Plattformen wie EcoVadis oder IntegrityNext gelistet sind, liegt 2025 bei 28,6 % (2024: 33,6 %); die weitere systematische Einbindung umwelt- und sozialbezogener Vertragsbestandteile bleibt ein prioritäres Ziel mit dem Zeitplan bis 2026.

Ausblick

Die Ökonomie-Kennzahlen 2025 zeigen ein differenziertes Bild: Ein leichter Umsatzrückgang gegenüber 2024 steht einer deutlich verbesserten Rendite, hoher Kundenzufriedenheit und stabilen Compliance-Indikatoren gegenüber. Vor dem Hintergrund der Marktunsicherheiten werden wir unsere Effizienz- und Wachstumsmaßnahmen kombinieren, die Informationssicherheit weiter stärken und die nachhaltige Transformation unserer Lieferkette zügig vorantreiben. Ziel bleibt, langfristig resilient, werthaltig und verantwortungsvoll zu wirtschaften.



ÖKOLOGIE tabellarisch

Betroffene SDGs	GRI-Indikator	Strategisches Handlungsfeld	Thema (Wesentlich)	Beschreibung/ Messgrößen/ KPIs	Ziel	2024	2025
7; 8; 12; 13	302-4	Umwelt	Energie	Anteil Fahrzeuge mit CO ₂ -neutralen Antrieben	100 % ab 2030	45 %	57 %
7; 8; 12; 13	302-1 / 302-3	Umwelt	Energie	Anteil Standorte mit Ökostrom-Bezug (wo für uns beeinflussbar)	100 %	100 %	100 %
7; 8; 12; 13	302-1 / 302-3	Umwelt	Energie	Benötigte Heizenergie in Standorten in tCO ₂ -Eqv	jährliche Reduktion um 4,5 % (bisher)	83,32* tCO ₂ -Eqv (2023)	75,55* tCO ₂ -Eqv (2024)
7; 8; 12; 13	302-1 / 302-3	Umwelt	Energie	Durchschnittlicher Energieverbrauch in kWh pro 100 Personen-KM	jährliche Reduktion um 4,5 % (bisher)	28,7 kWh / 100km	24,4 kWh / 100km
7; 8; 12; 13	305-3	Umwelt	Emissionen	Emissionen durch Flugreisen	jährliche Reduktion um 4 %, und keine innerdeutschen Flüge < 500 km	21,85 tCO ₂ -Eqv	15,18 tCO ₂ -Eqv
6	303-5	Umwelt	Wasserverbrauch	Frischwasser-verbrauch in Lokationen in m³	Jährliche Reduktion von IST-Wert	1.289 m³* (2023)	1.001 m³** (2024)
3; 12; 13; 14; 15	305-1	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Emissionen Scope 1 in t	4 % Reduktion von IST-Wert	438,75 tCO ₂ -Eqv	400,11 tCO ₂ -Eqv
3; 12; 13; 14; 15	305-2	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Emissionen Scope 2 in t	4 % Reduktion von IST-Wert	83,32* tCO ₂ -Eqv (2023)	75,55* tCO ₂ -Eqv (2024)
3; 12; 13; 14; 15	305-3	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Emissionen Scope 3 in t	4 % Reduktion von IST-Wert	24,30 tCO ₂ -Eqv	16,83 tCO ₂ -Eqv
3; 12; 13; 14; 15	305-1, 305-2, 305-3	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Ausstoß gesamt in t	4 % Reduktion von IST-Wert (SPIE= 50 % bis 2025)	546,37 tCO ₂ -Eqv	492,49 tCO ₂ -Eqv
3; 12; 13; 14; 15	305-1, 305-2, 305-3	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Kompensation in t	0 t (da keine Emissionen mehr zu kompensieren sind) ab 2025		
3; 12; 13; 14; 15	305-1, 305-2, 305-3	Umwelt	Emissionen	CO ₂ -Ausstoß pro MA	4 % Reduktion von IST-Wert	0,73 tCO ₂ -Eqv	0,75 tCO ₂ -Eqv
3; 6; 12; 14; 15	306-3	Umwelt	Abfallmanagement	Angefallene Menge Abfall in kg pro Jahr	Absolute Reduktion pro Jahr	9.606,7 kg	9.319,7 kg
3; 6; 12; 14; 15	306-3	Umwelt	Abfallmanagement	Angefallene Menge Sonderabfälle/gefährliche Abfälle (z. B. Batterien) in kg pro Jahr	Absolute Reduktion pro Jahr	16 kg	0 kg
8; 12; 13	308-1, 308-2	Nachhaltige Beschaffung	Lieferantenbewertung nach Umweltgesichtspunkten	Anteil Lieferanten, die unseren CoC unterzeichnet haben	100 % bei A/B Lieferanten (inkl. TPM ohne Freiberufler) ab 2026	33,6 %**	28,6 %**

* Zahlen sind immer ein Jahr nachläufig
 ** bei EcoVadis oder IntegrityNext gelistet

SOZIALES tabellarisch

21
—
24

Betroffene SDGs	GRI-Indikator	Strategisches Handlungsfeld	Thema (Wesentlich)	Beschreibung/ Messgrößen/ KPIs	Ziel	2024	2025
16	(Angabe 2-23 bis 2-27)	Ethik & Compliance	Ethische Geschäftspraktiken & Compliance	Anzahl Compliance-Vorfälle pro Jahr	0	0	0
16	(Angabe 2-23 bis 2-27)	Ethik & Compliance	Ethische Geschäftspraktiken & Compliance	% geschulte/ informierte MA bzgl. Compliance	100 %	100 %	100 %
3; 5	401-2	Arbeits- und Menschenrechte	Unternehmensidentifikation und Mitarbeitendenbindung	Mitarbeitendenzufriedenheit auf Basis ORG-Cockpit Projektportfolio (zukünftig „Great Place to Work“)	> 60 %	83 %	82 %
5; 8; 10	401-1	Arbeits- und Menschenrechte	Unternehmensidentifikation und Mitarbeitendenbindung	MA-Fluktuation	geringer als im Markt üblich	12,12 %	15,60 %
4; 5	404-1	Arbeits- und Menschenrechte	Talentmanagement & Mitarbeitendenentwicklung	Anzahl Trainingsstunden pro Mitarbeitendem	40 h/a	48,36 h/a	35,83 h/a
5; 8	406-1	Arbeits- und Menschenrechte	Vielfalt und gleiche Möglichkeiten, Diskriminierung	Anzahl gemeldeter Vorfälle	0	0	0
	413-1	Arbeits- und Menschenrechte	Soziales, ökologisches oder kulturelles Engagement	Summe gespendet in €	0,25 % des Gewinns	30.209 € 0,46 %	27.209 € 0,28 %
	413-1	Arbeits- und Menschenrechte	Soziales, ökologisches oder kulturelles Engagement	Team-Patenschaften	1 pro Team	1	1
5; 8		Arbeits- und Menschenrechte	Attraktivität für Bewerbende	Anzahl eingegangener Bewerbungen		26.293	22.657
5; 8	Angabe 2-7	Arbeits- und Menschenrechte	Diversität, Gleichheit und Inklusion	Anteil Frauen insgesamt	höher als der Branchendurchschnitt	29,07 %	30 %
5; 8	Angabe 2-7	Arbeits- und Menschenrechte	Diversität, Gleichheit und Inklusion	Anteil Frauen in Führungspositionen	höher als der Branchendurchschnitt	19 %	23 %
5; 8; 16	414-1, 414-2	Nachhaltige Beschaffung	Lieferantenbewertung aus sozialer Sicht (Menschenrechte, Mindestlohn etc.)	Anteil Lieferanten, die unsere Checkliste unterzeichnet haben	100 % bis 2026	92 %	68 %
5; 8; 16	414-1, 414-2	Nachhaltige Beschaffung	Lieferantenbewertung aus sozialer Sicht (Menschenrechte, Mindestlohn etc.)	% durchgeführte Lieferanten-Audits	100 % bei A/B Lieferanten (inkl. TPM ohne Freiberufler) ab 2026	100 %	100 %
3; 8; 16	403-9	Arbeits- und Menschenrechte	Mitarbeitendengesundheit und Sicherheit	Anzahl Arbeitsunfälle	0	0	0
3; 8; 16	403-4, 403-5, 403-6	Arbeits- und Menschenrechte	Mitarbeitendengesundheit und Sicherheit	Durchgeführte Stress-Präventionstrainings	5	10	8



ÖKONOMIE tabellarisch

Betroffene SDGs	GRI-Indikator	Strategisches Handlungsfeld	Thema (Wesentlich)	Beschreibung/ Messgrößen/ KPIs	Ziel	2024	2025
8; 9	201-1 / Angabe 2-22	Wirtschaftliches Handeln	Nachhaltiges Wachstum und Unternehmenserfolg	Umsatzwachstum	Stärkeres Wachstum als in unserem Markt üblich	136,9 Mio. €	134,1 Mio. €
8; 9	201-1	Wirtschaftliches Handeln	Nachhaltiges Wachstum und Unternehmenserfolg	Rendite	Höhere Rendite als in unserem Markt üblich	5,98 %	7,20 %
16	418-1	Wirtschaftliches Handeln	Informationssicher- heit & Datenschutz	Anzahl Datenschutz- vorfälle pro Jahr	0	1	0
16	418-1	Wirtschaftliches Handeln	Informationssicher- heit & Datenschutz	Anzahl Informations- sicherheitsvorfälle pro Jahr	0	3	0
4; 5; 8	404-1	Wirtschaftliches Handeln	Informationssicher- heit & Datenschutz	% geschulter MA in Datenschutz- Schulungen	100 %	100 %	100 %
4; 5; 8	404-1	Wirtschaftliches Handeln	Informationssicher- heit & Datenschutz	% geschulter MA in Informationssicher- heitsschulungen	100 %	100 %	100 %
16	205-3	Wirtschaftliches Handeln	Korruption	Bestätigte Korrup- tionsvorfälle und er- griffene Maßnahmen (pro Jahr)	0	0	0
16	205-2	Wirtschaftliches Handeln	Korruption	% geschulter MA (Kommunikation und Schulungen) zu Richt- linien und Verfahren zur Korruptionsbe- kämpfung	100 %	21 %	100 %
8; 17		Wirtschaftliches Handeln	Kundenzufriedenheit	Gemessene Kunden- zufriedenheit über Fragebogen (NPS)	tbd	80,77	85,03
8; 17	Angabe 2-29	Wirtschaftliches Handeln	Stakeholderdialog	Anzahl durchgeführter Stakeholder-Dialoge/ Veranstaltungen	1 pro Standort pro Jahr	0	0
8	204	Nachhaltige Beschaffung	Einkauf und Lieferanten	% Lieferantenaudits bei den 20 umsatz- stärksten und kriti- schen Lieferanten	1 pro Lieferant	Extern: 0 Intern: 100 %	Extern: 1 Intern: 100 %
8	204-1 / 308-1	Nachhaltige Beschaffung	Einkauf und Lieferanten	Anteil % Lieferan- tenverträge mit umweltbezogenen, lokalen und sozialen Vertragsbestandteilen	100 % bei A/B Lie- feranten (inkl. TPM ohne Freiberufler) ab 2026	33,6 %*	28,6 %*

* bei EcoVadis oder IntegrityNext gelistet.



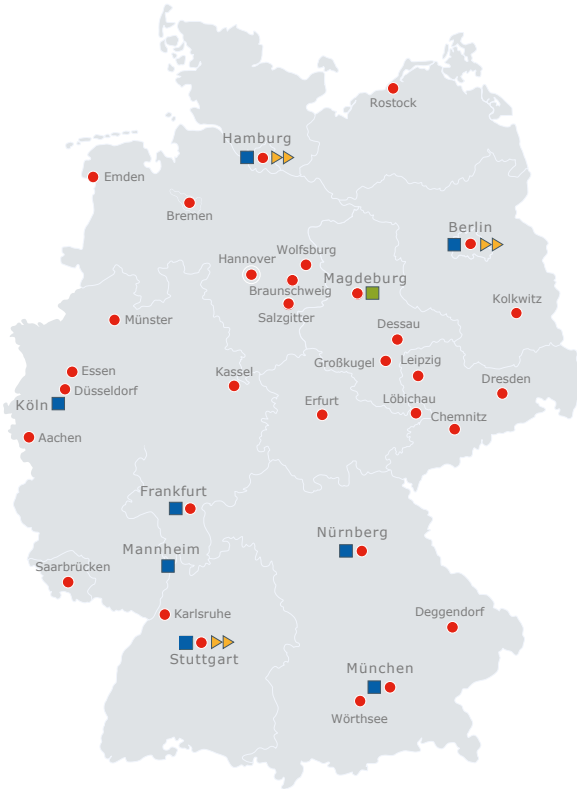
Über uns

Die bridgingIT-Gruppe im Überblick

Die BridgingIT GmbH besteht seit 2008 und bildet gemeinsam mit den Tochterunternehmen fastahead GmbH & Co. KG und CraftingIT GmbH die bridgingIT-Gruppe. Als hersteller-unabhängige, produktneutrale Technologie- und Unternehmensberatung unterstützen wir Kunden aus verschiedenen Branchen bei ihren wegweisenden Veränderungs- und Digitalisierungsprojekten.

Mit mehr als 700 Mitarbeitenden an 9 Standorten in relevanten Wirtschaftsräumen in Deutschland bieten wir wertschöpfende, agile End-to-End-Leistungen. Diese umfassen strategische Business- und Branchenberatung sowie lösungsorientierte Technologie- und Methodenexpertise, die es unseren Kunden ermöglicht, den digitalen Wettbewerb mit nachhaltigem Erfolg zu meistern. In der Lündendonk-Studie 2025 haben wir unseren Platz unter den TOP 25 der deutschen IT-Dienstleister behauptet.

Im Geschäftsjahr 2025 erzielte die bridgingIT-Gruppe einen Umsatz von 134,1 Millionen Euro. Seit Ende 2023 ist die SPIE Germany Switzerland Austria GmbH mit 75,1 % der Stimmrechtsanteile Mehrheitsgesellschafterin der BridgingIT GmbH. Organisatorisch ist die Gruppe im Geschäftsbereich SPIE Information & Communication Services verankert. Unsere Lieferungen und Leistungen bleiben davon unberührt, was die anhaltende Stabilität und das Engagement für unsere Kunden bekräftigt. Bei Bedarf können wir auch Leistungen von SPIE ICS in unsere Lösungen einbeziehen.



*Information & Communication Services

Schau vorbei und folge uns!



Impressum

Herausgeber

BridgingIT GmbH
N7, 5-6
68161 Mannheim
Deutschland

Geschäftsleitung

Simon Dillmann
Dr. Jochen Ruben (COO)

Kontakt

info@bridging-it.de

Registergericht

Amtsgericht Mannheim,
HRB 703853

USt-IdNr.

DE814938761

© 2026 BridgingIT GmbH

