

SYZIGY



FINANZKENNZAHLEN DER SYZGY AG

ABB. 1, SEITE 32
NETTO-UMSATZERLÖSE
IN TEUR

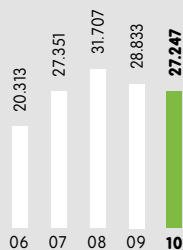


ABB. 2, SEITE 32
EBIT
IN TEUR

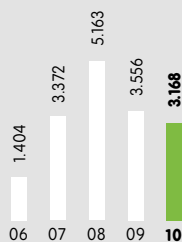


ABB. 3, SEITE 32
EBIT-MARGE
IN %

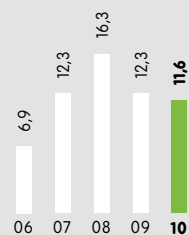


ABB. 4, SEITE 69
NETTO-UMSATZERLÖSE UND EBIT-MARGE NACH REGIONEN
IN TEUR

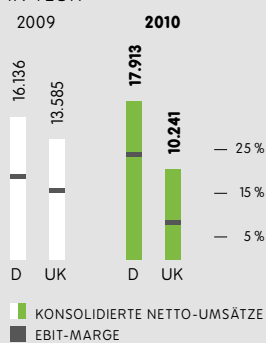


ABB. 5, SEITE 32
UMSATZVERTEILUNG NACH BRANCHEN

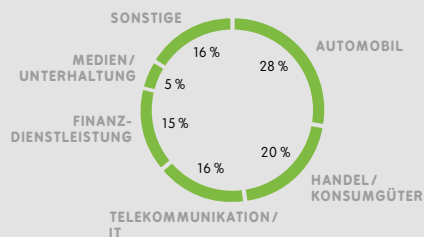


ABB. 6, SEITE 33
FINANZERGEBNIS
IN TEUR

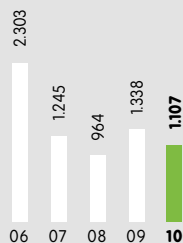


ABB. 7, SEITE 32/33
VERHÄLTNISS VON OPERATIVEM ERGEBNIS UND FINANZERGEBNIS
IN TEUR

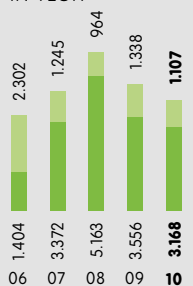
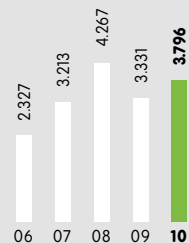


ABB. 8, SEITE 33
KONZERNERGEBNIS
IN TEUR



■ OPERATIVES ERGEBNIS
■ FINANZERGEBNIS

ABB. 9, SEITE 33
ERGEBNIS JE AKTIE
 IN EUR

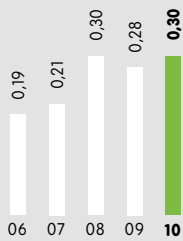


ABB. 10, SEITE 33
ENTWICKLUNG DES OPERATIVEN CASHFLOWS
 IN TEUR

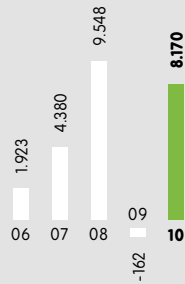


ABB. 11, SEITE 34
BILANZSTRUKTUR

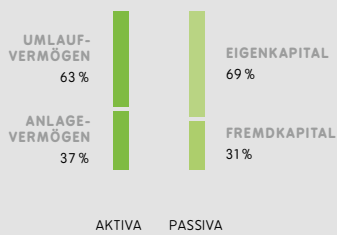


ABB. 12, SEITE 33
ANLAGESTRUKTUR DER LIQUIDEN MITTEL UND WERTPAPIERE

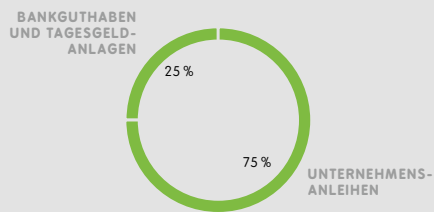


ABB. 13, SEITE 35
MITARBEITERSPLIT NACH FUNKTIONEN

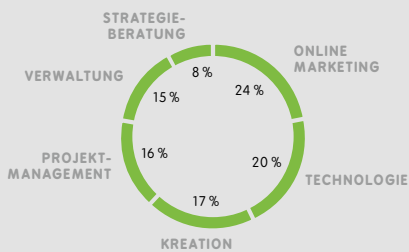
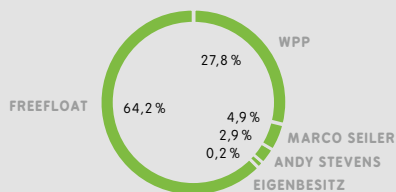


ABB. 14, SEITE 36
AKTIONÄRSSTRUKTUR





syzygy.net

01

-
- 2 / VORWORT DES VORSTANDES
 - 6 / SYZYGY AGENTURGRUPPE
 - 8 / AWARDS
 - 10 / THE ECONOMIST – THINKING SPACE
 - 12 / JÄGERMEISTER HAUSBESUCH
 - 14 / AVIS – PAID SEARCH
 - 16 / TAP – LIKE – BUY
 - 20 / DIE AKTIE
 - 23 / BERICHT DES AUFSICHTSRATES
 - 26 / CORPORATE GOVERNANCE

02

-
- 29 / FINANZINFORMATIONEN 2010
 - 30 / KONZERNLAGEBERICHT
 - 44 / KONZERNBILANZ
 - 45 / KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG
 - 46 / KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
 - 47 / KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
 - 48 / KONZERNANHANG
 - 80 / BESTÄTIGUNGSVERMERK
 - 81 / FINANZKALENDER UND KONTAKT

/
Andy
Stevens
VORSTAND

/
Frank
Wolfram
VORSTAND

/
Marco
Seiler
VORSTANDSVORSITZENDER



VORWORT DES VORSTANDES

Sehr geehrte Aktionäre, das zurückliegende Geschäftsjahr entsprach unseren Erwartungen. Zugleich konnten wir unsere formulierte Strategie der Internationalisierung konsequent umsetzen und damit wichtige Voraussetzungen für zukünftiges Wachstum schaffen.

UNSERE EINSCHÄTZUNG

Die Ergebnisse unserer operativen Einheiten in Deutschland und Großbritannien spiegeln die wirtschaftliche Entwicklung in diesen Wirtschaftsregionen im letzten Jahr wider. Die angespannte wirtschaftliche Lage in Großbritannien wirkte sich wachstumshemmend auf unsere Gesellschaft aus. Im Gegensatz dazu war der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland auch für unsere operativen Einheiten spürbar. Besonders das Segment Online Media profitierte davon, was sich in einer sehr erfreulichen Geschäftsentwicklung niederschlug.

FINANZKENNZAHLEN DES KONZERNS

Die Brutto-Umsatzerlöse liegen mit EUR 87,1 Mio. 8 Prozent über dem Vorjahresniveau. Der Konzernumsatz sank um 6 Prozent auf EUR 27,2 Mio. Wie angekündigt, hat unsere Gesellschaft Investitionen getätigt, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und für zukünftiges Wachstum gerüstet zu sein. Diese Investitionen haben das operative Ergebnis beeinflusst; es sank von EUR 3,6 Mio. auf EUR 3,2 Mio. (-11%).

Der operative Cashflow entwickelte sich herausragend. Er belief sich auf EUR 8,2 Mio. und stärkt die bereits hohe Eigenkapitalbasis weiter. Die liquiden Mittel sind im Jahresverlauf um EUR 3,3 Mio. angewachsen und betragen nunmehr EUR 23,8 Mio. Der Cash-Anteil beträgt daher EUR 1,86 pro Aktie.

Das Finanzergebnis liegt mit EUR 1,1 Mio. leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Aus dem Geschäfts- und Finanzergebnis resultiert das Konzernergebnis in Höhe von EUR 3,8 Mio.

GEWINN JE AKTIE

Durch einen positiven Steuereffekt, der auf eine bislang strittige steuerliche Teilwertabschreibung auf ausländische Beteiligungen aus dem Jahr 2002 zurückzuführen ist, liegt das Ergebnis pro Aktie über unseren Erwartungen. Es beträgt 30 Cent je Aktie und liegt damit 2 Cent über dem Ergebnis aus dem Jahr 2009.

Aufgrund der starken Cash-Position unserer Gesellschaft und des positiven Ausblicks in die Zukunft, schlugen wir der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 20 Cent pro Aktie vor. Damit übertrifft die Dividendenrendite der Syzygy Gruppe wiederholt die durchschnittliche Dividendenrendite der DAX-Unternehmen deutlich.

SEGMENTE UND GESCHÄFTSFELDER

In Deutschland konnte die Syzygy Gruppe ein Wachstum von 11 Prozent erzielen. Besonders das Geschäftsfeld Online Media zeigte eine außerordentlich positive Entwicklung. Großbritannien war im vergangenen Jahr ein schwieriger Markt für Digitalagenturen. Ein schwaches ökonomisches Umfeld führte zu hohem Preisdruck. In Folge sanken die Erlöse um 25 Prozent.

AUSZEICHNUNGEN

Auszeichnungen sind ein wichtiger Gradmesser für die Innovationskraft und Kreativität von Unternehmen der Kommunikationsbranche. Im abgelaufenen Jahr erhielt die Syzygy Gruppe insgesamt 47 Auszeichnungen für Projekte, die für Unternehmen wie Telefonica O₂, Jägermeister, The Economist, Avis und Chanel realisiert wurden. Damit konnte das gute Ergebnis des Jahres 2009 übertroffen werden.

ENTWICKLUNG DER KOMMUNIKATIONSINDUSTRIE

Der aktuelle Siegeszug der sozialen und mobilen Medien, symbolisiert durch Facebook und iPhone, markiert den vorläufigen Höhepunkt einer medialen Zeitenwende, die Marketing und Vertrieb nachhaltig beeinflusst. Diese Zeitenwende ist eine Chance für Wachstum in der Zukunft. Die Syzygy Gruppe investiert in den Ausbau ihres Leistungsspektrums, um für ihre Kunden die Potenziale dieser Entwicklungen zu erschließen.

Dr. Paul Marsden, Social Commerce Strategie der Syzygy Gruppe, beschreibt in seinem Essay ab Seite 16 diesen Wandel und die Chancen, die sich daraus für Unternehmen ergeben. Dr. Marsden betreibt unter anderem für die Syzygy Gruppe das Blog <http://socialcommerce-today.com>. Das Blog ist mittlerweile weltweit die erste Anlaufstelle vieler Großunternehmen und Marktführer des E-Commerce, um Wissen zu Social Commerce aufzubauen.

INTERNATIONALISIERUNG

Die Internationalisierung ist ein wichtiger Baustein in der Weiterentwicklung der Syzygy Gruppe. Mit der Eröffnung eines Hi-ReS! Büros in New York City erweitert die Gruppe ihre Aktivitäten auf den amerikanischen Kontinent.

Zudem wird die bereits hervorragende Zusammenarbeit mit dem polnischen Design-Studio Ars Thanea in eine Beteiligung münden. Damit baut die Syzygy Gruppe Kapazitäten im osteuropäischen Raum auf und erweitert das Leistungsspektrum unter anderem in der 3D-Produktion. Ars Thanea (www.arsthanea.com) ist eine Vorzeigeadresse in Osteuropa und sorgte vielfach für Furore durch spektakuläre kreative Arbeiten. Dazu gehörten zuletzt Projekte für Nike, Ubisoft und den Discovery Channel in den USA. Für den polnischen Staat hat das Studio die Online-Aktivitäten für die Shanghai-Expo realisiert. Für das iPhone hat Ars Thanea 2010 das Spiel Moonsters entwickelt, das bis heute fast 500.000 Mal heruntergeladen wurde.

Die Syzygy Gruppe ist durch Investitionen in bestehende operative Einheiten, wie auch durch die Internationalisierung der Aktivitäten, besser denn je gerüstet, für Kunden die mediale Zeitenwende erfolgreich zu gestalten.

NEUE CORPORATE IDENTITY

Im laufenden Jahr wird die Syzygy Gruppe weitere Investitionen tätigen und das Leistungsspektrum und die Präsenzen der Gruppe ausbauen. Unser Selbstverständnis als Gruppe von leistungsstarken Einzelunternehmen bringen wir durch eine neue Corporate Identity selbstbewusst zum Ausdruck.

Die neue Corporate Identity führt alle operativen Einheiten unter einem visuellen Dach zusammen und präsentiert die Agentur-Marken Syzygy, unquedigital und Hi-ReS! als Teil der Syzygy Gruppe. Sie kommuniziert visuell den Charakter und die Vitalität der ganzen Gruppe.

DER AUSBLICK

Der Ausblick für die Syzygy Gruppe ist positiv. Wir kehren auf einen Wachstumspfad zurück. Auch wenn sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Großbritannien nur langsam verbessern, erwarten wir ein zweistelliges Wachstum unserer Nettoumsätze.

Wir werden weitere Investitionen tätigen, um der Wachstumsdynamik auch für die kommenden Jahre Schwung zu verleihen. Trotz dieser Investitionen schätzen wir, dass auch die Erträge im laufenden Jahr über denen des Vorjahres liegen werden, so dass wir die kontinuierliche Dividendenpolitik der Syzygy Gruppe auch im kommenden Jahr beibehalten können. Somit

qualifiziert sich die Syzygy Aktie weiterhin als attraktiver Nebenwert, der für Wachstum und eine attraktive Dividendenrendite steht.

Der Vorstand der Syzygy Gruppe bedankt sich herzlich bei unseren Kunden und Ihnen, unseren geschätzten, treuen Aktionären der Syzygy AG. Unser aufrichtiger Dank gilt auch den Menschen und ihren Familien, die für die Syzygy Gruppe stehen und sie begleiten. Die Syzygy Gruppe beheimatet so viele Nationalitäten und damit Vertreter unterschiedlicher Kulturkreise wie nie zuvor. Wir sind stolz auf die Menschen der Syzygy Gruppe, die mit ihrer Neugier für sich verändernde Verhaltensweisen und ihrer Faszination für Technologie die Zukunft der Kommunikation im digitalen Zeitalter mitgestalten.

Den Mitgliedern des Aufsichtsrates gebührt ein besonderer Dank. Die internationale Zusammensetzung des Aufsichtsrates der Syzygy Gruppe hat sich besonders im letzten Jahr, das durch die weitere Internationalisierung unserer Aktivitäten geprägt war, positiv bei der Erschließung des amerikanischen wie auch polnischen Marktes ausgewirkt. Zudem sind der große Erfahrungsschatz und Sachverstand des Aufsichtsrates, wie schon in den letzten Jahren, wichtige Eckpfeiler für die Entwicklung der Syzygy Gruppe gewesen.

Der Vorstand

DIE SYZYGY GRUPPE

Syzygy ist eine internationale Agenturgruppe für interaktives Marketing mit Sitz in Frankfurt, Hamburg, London, Warschau und New York. Der Konzern beschäftigt rund 280 Mitarbeiter und hat im Berichtsjahr Honorarumsätze in Höhe von 27 Mio. Euro erzielt. Mit Brutto-Umsatzerlösen von 87 Mio. Euro gehört die Gruppe zu den führenden Online Media-Agenturen in Deutschland und Großbritannien.

SYZYGY

Design & Build

SYZYGY.CO.UK

SYZYGY.DE

Syzygy entwickelt Online-Kampagnen, Programme und Plattformen. Immer aus einem tiefen Verständnis für Kreation, strategische Markenführung, Nutzerbedürfnisse, technische Möglichkeiten und Usability-Anforderungen.



Online Media

UNIQUEDIGITAL.CO.UK
UNIQUEDIGITAL.DE

uniquedigital gehört zu den führenden Online Marketing Agenturen in Deutschland und Großbritannien. Mehrfach ausgezeichnet mit Effectiveness-Awards bietet das Unternehmen Analyse, Media-planung, Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, Affiliate-Marketing sowie Social Media-Strategien.



Designstudio

HI-RES.NET

Hi-ReS! gilt weltweit als eine der Top-Adressen für kreative Internetprojekte, wurde mit Auszeichnungen überhäuft und arbeitet für Marken wie Chanel, Doritos, Nokia, Sony, The Economist und Dolce&Gabbana.



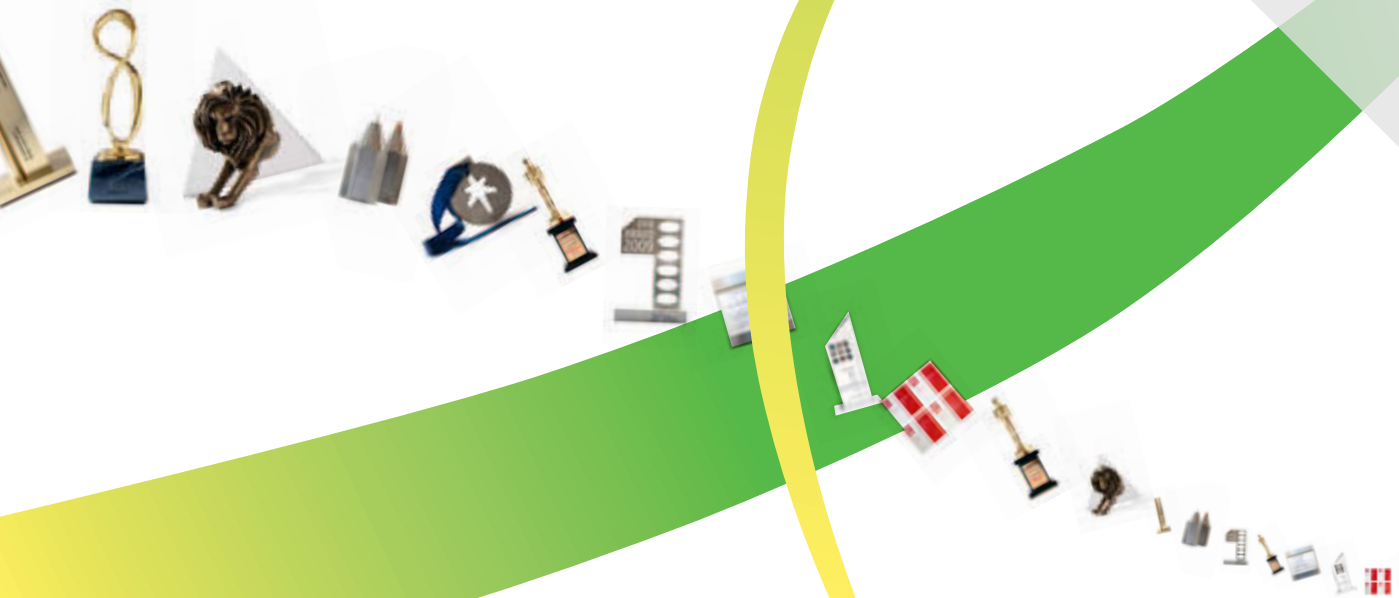
Art of Imagination

ARSTHANEA.COM

Das in Warschau beheimatete Designstudio Ars Thanea genießt internationales Ansehen für seine außergewöhnlichen Arbeiten in den Bereichen Interactive Design, Motion Design und digitale Illustrationen. Auf die Künste des 17-köpfigen Teams vertrauen unter anderem Diesel, Nike, Ubisoft, Visa, Nutricia und Wrigleys.

AWARDS

Awards sind wichtige Gradmesser für die strategische und kreative Leistungsfähigkeit und Innovationskraft einer Agentur. Im vergangenen Jahr sind der Syzygy Gruppe 47 nationale und internationale Auszeichnungen für 15 unterschiedliche Arbeiten verliehen worden – ausschließlich Kundenprojekte, die auch tatsächlich realisiert worden sind.



ADC AWARDS	/ JÄGERMEISTER	/ AUSZEICHNUNG
ANNUAL MULTIMEDIA	/ ZDF / ADC DEUTSCHLAND / HENKEL / JÄGERMEISTER	/ AUSZEICHNUNG / AUFNAHME / AUFNAHME / AUFNAHME
BOCCIA AWARD	/ TELEFÓNICA O ₂	/ 3. PLATZ
CANNES LIONS	/ THE ECONOMIST / THE ECONOMIST / GREENPEACE / ZDF	/ SILBER / 2x BRONZE / SHORTLIST / SHORTLIST
DATA STRATEGY AWARDS	/ AVIS	/ WINNER
DESIGNPREIS DEUTSCHLAND	/ JÄGERMEISTER / MERCEDES-BENZ VANS / UNIQUEDIGITAL	/ 2x NOMINIERUNG / 2x NOMINIERUNG / NOMINIERUNG
DDC	/ CHANEL / HENKEL / ZDF	/ GOLD / BRONZE / BRONZE
DMMA ONLINESTAR	/ HENKEL / TELEFÓNICA O ₂ / ZDF	/ SHORTLIST / SHORTLIST / SHORTLIST
IF COMMUNICATION AWARD	/ CHANEL / TELEFÓNICA O ₂ / ZDF	/ AUSZEICHNUNG / AUSZEICHNUNG / AUSZEICHNUNG
NMA EFFECTIVENESS AWARDS	/ AVIS	/ FINALIST
NEW MEDIA AWARD	/ CHANEL / JÄGERMEISTER / SOFTWARELOAD.DE	/ BRONZE / TOP 10 / YOUNG LIONS / TOP 10
NEW YORK FESTIVALS	/ JÄGERMEISTER / JÄGERMEISTER / CHANEL	/ BRONZE / 4x FINALIST CERTIFICATE / FINALIST CERTIFICATE
ONE SHOW INTERACTIVE	/ TELEFÓNICA O ₂ / THE ECONOMIST	/ MERIT AWARD / FINALIST
RED DOT	/ ZDF	/ BEST OF THE BEST
THE FWA	/ JÄGERMEISTER	/ SITE OF THE DAY
WEBBY AWARDS	/ GREENPEACE / THE ECONOMIST / JÄGERMEISTER / THE ECONOMIST	/ 2x WINNER / 2x WINNER / OFFICIAL HONOREE / 2x NOMINEE

SHOWCASE THINKING SPACE

Es gibt Orte, an denen Dinge geschehen, die nur durch Inspiration zu erklären sind. Orte der Ideen – Thinking Spaces. Hi-ReS! hat sie für „The Economist“ allen zugänglich gemacht.



<http://thinkingspace.economist.com>



THE ECONOMIST'S SPACE ODYSSEY 2010.

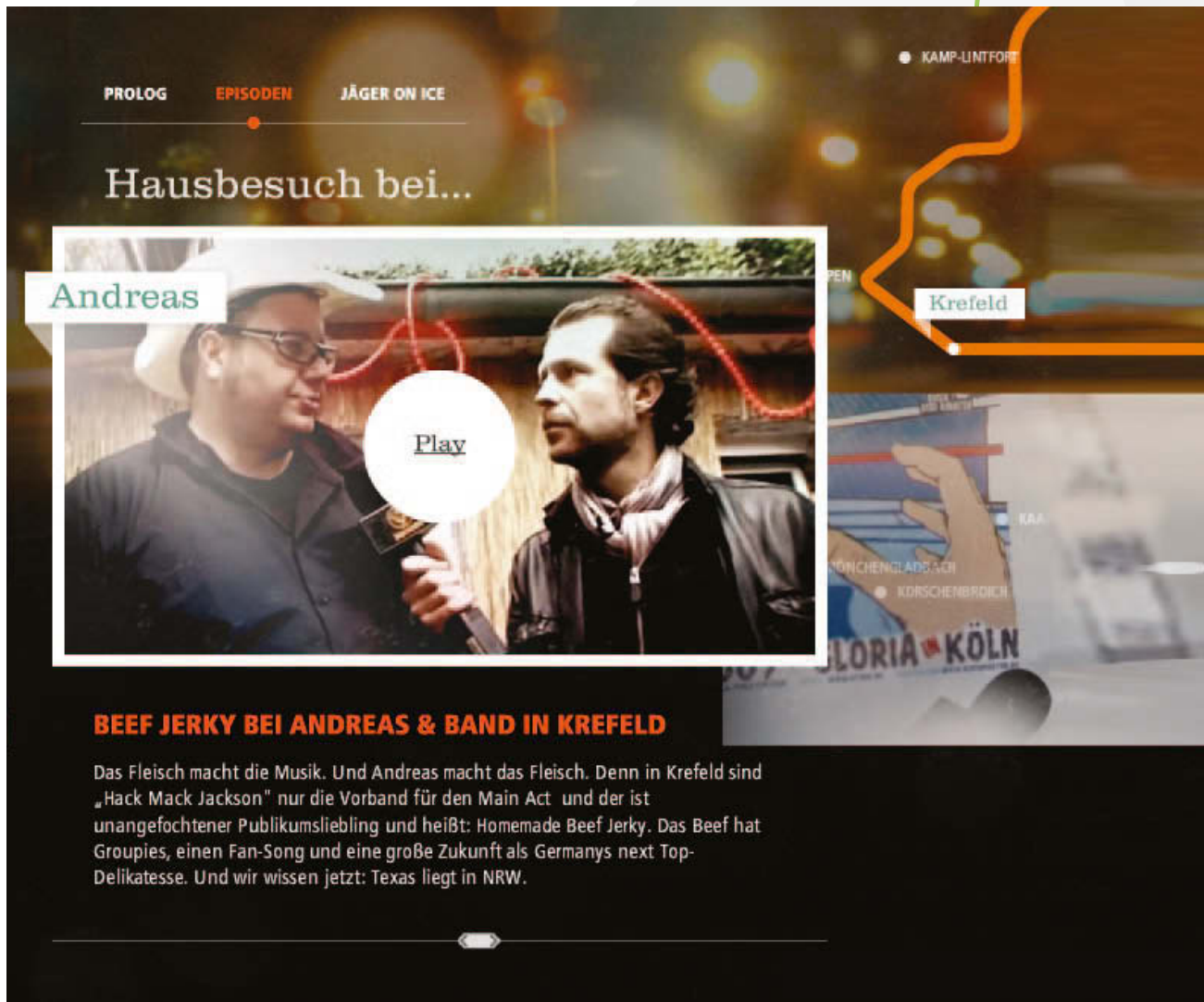
„The Economist“ ist mehr als nur ein Wirtschaftsmagazin. Sein Themenspektrum umfasst auch Kunst und Kultur. Das hatte sich bei seiner Zielgruppe, den „Intellectually Curious“, allerdings noch nicht herumgesprochen – bis zum Launch von „Thinking Spaces“. Mit der Website gelang es Hi-Res!, den Blick der Online-Öffentlichkeit auf die Marke nachhaltig zu verändern. Denn die „Thinking Spaces“ markieren nicht nur inhaltlich völlig neues Web-Terrain für das Magazin. Sie kennzeichnen auch eine neue, unaufgeregte Form der Online-Kommunikation, die den Menschen in den Mittelpunkt rückt – und seine Geschichten.

THINKING SPACES – EIN KOLLEKTIVER IMAGINATIONSRAUM.

„Thinking Spaces“ stellt die Frage: „Wo habt Ihr Eure besten Ideen?“. Die Website öffnet ihren Besuchern die Tür zu den Ideenorten von Persönlichkeiten der europäischen Kunst- und Kulturszene. Sie erzählen ihre Geschichten – und welche Rolle „The Economist“ darin spielt. So veranschaulicht die Website, wie Ort und Idee eine Einheit bilden können, die mehr ist als die Summe ihrer Teile. Weil sie unterschiedliche Dimensionen umspannt – genau, wie das Thinking-Spaces-Konzept, das Online- und Offlinewelt verbindet: Apps für iPad und iPhone ermöglichen es Usern, Fotos ihrer eigenen Ideenorte auf Stadtkarten hochzuladen. So entsteht ein internationaler Wegweiser der Inspiration, der Menschen an Orte führt, die sie sonst nie betreten hätten – die Ideenorte der anderen.

SHOWCASE JÄGERMEISTER HAUSBESUCH

Jägermeister erweitert sein Revier – bis ins Wohnzimmer einer neuen Zielgruppe. Zur Einführung des JÄGER On Ice machte Jägermeister Hausbesuche – auf der Suche nach Menschen und ihren echten Geschichten.



The screenshot shows a website interface for a Jägermeister house visit. At the top, there are navigation tabs: 'PROLOG', 'EPISODEN', and 'JÄGER ON ICE'. Below the navigation is the text 'Hausbesuch bei...'. A central video player shows two men, one wearing a cowboy hat, with a 'Play' button overlaid. To the right, a map highlights the location 'Krefeld'. Below the video, there is a section titled 'BEEF JERKY BEI ANDREAS & BAND IN KREFELD' followed by a paragraph of text.

PROLOG EPISODEN JÄGER ON ICE

KAMP-LINTFORF

Hausbesuch bei...

Andreas

Play

Krefeld

KAMP-LINTFORF

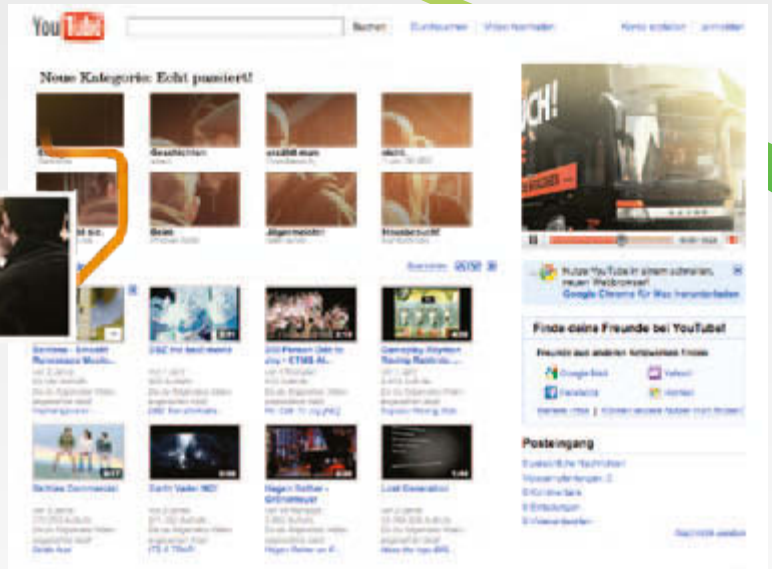
KREFELD

KORSCHENBROICH

KÖLN

BEEF JERKY BEI ANDREAS & BAND IN KREFELD

Das Fleisch macht die Musik. Und Andreas macht das Fleisch. Denn in Krefeld sind „Hack Mack Jackson“ nur die Vorband für den Main Act – und der ist unangefochtener Publikumsliebhaber und heißt: Homemade Beef Jerky. Das Beef hat Groupies, einen Fan-Song und eine große Zukunft als Germanys next Top-Delikatesse. Und wir wissen jetzt: Texas liegt in NRW.



JÄGER ON ICE AUF DEUTSCHLANDTOUR.

Als Party-Shot ist Jägermeister längst etabliert – bei den 18-25-Jährigen. Aber die wollen irgendwann mehr als nur feiern. Sie wollen genießen. Zuhause. Mit Freunden. Trotzdem soll ihre Beziehung zu Jägermeister keine Lebensabschnittspartnerschaft gewesen sein. Deshalb zeigt sich der Kräuterlikör seiner neuen Zielgruppe von einer bisher unbekannt Seite – als JÄGER On Ice. Er ist der Chillout-Remix des Klassikers für entspanntere Momente. Und die Kampagne zu seiner Einführung ist die Antwort auf die Rückzugstendenzen der Mittzwanziger: Mit dem Jägermeister Hausbesuch geht Jägermeister auf Deutschlandtour und besucht seine Fans backstage – in ihrem eigenen Zuhause. Das Ergebnis: Menschen und Geschichten, die genauso sind, wie Jägermeister: echt.

ECHT PASSIERT: JÄGERMEISTER HAUSBESUCH.

„JÄGER On Ice sucht echte Geschichten“ – das war die Botschaft der flankierenden Online-Marketing-Kampagne, die das Ziel hatte, Gastgeber für einen Hausbesuch zu rekrutieren. Ihr Herzstück war ein prominentes Werbemittel auf YouTube. Es nutzte den Authentizitätswert der Upload-Plattform und die Nutzungsgewohnheiten seiner User, um die echten Jägermeister Geschichten zu kommunizieren – durch eine gekonnte Mimikry: Wir imitierten die gewohnte YouTube Optik und führten eine fingierte Video-Übersicht mit der Kategorie „Echt passiert“ ein. Dort platzierten wir als User-Videos getarnte Hausbesuch-Episoden, die sich bei Klick zu einem einzigen, großformatigen Aktionstrailer zusammenfügten. Ein Überraschungseffekt, der sich auszahlte: Fast 100.000 Besucher klickten – und damit doppelt so viele, wie erwartet.



SHOWCASE AVIS

*Paid Search kann mehr als nur Umsatz steigern.
Das zeigt das Projekt von unikedigital und Avis
für effizienteres Flottenmanagement.*

FLOTTE

ANGEBOT

Fahrzeugverfügbarkeit
an individuellen
Vermietungsstationen
(Kundeninformation)

NACHFRAGE

Voraussichtlicher
Fahrzeugbedarf
an individuellen
Vermietungsstationen
(Vorhersage unique)

MARKETING INTELLIGENCE

PROMOTIONEN

PRICING

REISETRENDS

unique



DARWIN
INSIGHT

**ORTSBEZOGENE
ECHTZEIT-MARKETING-
STRATEGIE**



PROFIT

ASSET ROTATION
(Auslastung)

PREISSTRATEGIE

ZUSATZLEISTUNGEN

PAID SEARCH ALS ERFOLGSBASIS.

Avis ist mit 4.000 Standorten eine der führenden Autovermietungen weltweit. Im Sektor herrscht starker Wettbewerb, langsames Wachstum sowie eine Tendenz zu Massenmarkt-Pricings und Produktstrategien. Auf diese Entwicklung hat Avis frühzeitig reagiert – mit Paid Search für Kundengewinnung und Umsatzsteigerung. Doch eine der größten Herausforderungen bleibt

bestehen: das Flottenmanagement. Unvermietete Fahrzeuge generieren keinen Umsatz und verursachen Lagerkosten. Deshalb ist es für Avis entscheidend, Nachfrage abschätzen und managen zu können – um Paid-Search-Aktivitäten und Fahrzeugverfügbarkeit optimal aufeinander abzustimmen.

EFFIZIENTES FLOTTENMANAGEMENT UND PROFITABILITÄT.

uniquedigital stellte ein interdisziplinäres Team aus Search-, Daten- und Technologie-Experten, um gemeinsam mit Avis eine neue Lösung für ein effizienteres Flottenmanagement zu entwickeln. Die Basis: die durch Paid Search erhobenen Daten. Durch die Kombination mit länderspezifischen Informationen von Avis über z. B. Fahrzeugverfügbarkeit, war es möglich, Nachfrage und Paid-Search-Gebotspreis perfekt aufeinander abzustimmen – und immer wieder anzupassen. So wurden Destinationen nur dann aktiv via Paid Search beworben, wenn dort eine Mindestzahl an Fahrzeugen verfügbar war. Bei Engpässen ermöglichten die Echtzeitdaten eine zeitnahe Anpassung der Strategie. Durch ein spezifisches Targeting konnte Avis so die Effizienz seiner Paid-Search-Aktivitäten deutlich steigern – und damit auch die Profitabilität des Flottenmanagements.



Tap Like Buy

*Drei unscheinbare Worte.
Doch sie definieren die Zukunft des digitalen
Marketings, denn sie eröffnen eine
Bandbreite an Möglichkeiten, die noch vor wenigen
Jahren undenkbar war.*

VON DR. PAUL MARSDEN / DIGITAL ETHNOGRAPHER, SYZYG GROUP

TAP: Früher haben wir geklickt. Heute „tappen“ wir: Wir interagieren unmittelbar und intuitiv mit Bildschirmen und Objekten, ganz ohne Maus oder Tastatur. Ein Tap zum Aktivieren von Programmen und Applikationen. Ein Tap für mehr Informationen. Ein Zwei-Finger-Tap für Optionen. Die digitale Zukunft liegt in der Gestensteuerung – und sie beginnt mit einem simplen Tap.

Bislang haben wir vor allem auf den Bildschirmen von Smartphones, Tablet PCs, tragbaren Spielekonsolen und Navigationssystemen getappt: mobile Endgeräte, die immer häufiger mit dem Internet verbunden sind. Wer tappt, der hält die ganze Welt der Informationen in seinen Händen – auf Schritt und Tritt, rund um die Uhr. Genauso einfach können wir dieser Welt auch selbst Informationen zur Verfügung stellen. Tatsächlich steht der Tap als Sinnbild für die Erfolgsgeschichte von Smartphones: Das mobile Web wächst schneller, als das stationäre Web es je getan hat – und wird es in den kommenden 36 Monaten sogar überholt haben. Das birgt für unsere Branche Chancen. Aber auch Herausforderungen.

Herausforderungen, weil wir mobil denken müssen. Alles, was wir tun, muss auch mobil funktionieren. Tests an PC Bildschirmen werden bald genauso überholt sein wie WAP Screens.

Chancen, weil die mobile Internetnutzung die Anwender vom heimischen Schreibtisch löst. Sie erschließt uns eine aufregende neue Welt, in der wir Nutzern mithilfe digitaler Technologien einen echten Mehrwert bieten können. Verknüpfen wir das Ganze mit Gestensteuerung, location-based Services, sozialen Netzwerken, mobilen Breitbandverbindungen und

Videotelefonie, sind der Phantasie für digitale Innovationen keine Grenzen gesetzt. Microsite adé – willkommen Apps!

Und dabei stehen wir erst ganz am Anfang. Je preiswerter die Technologie wird, desto häufiger werden uns Touchscreens im Alltag begegnen. Angebracht an Einkaufswagen, Crosstrainern oder neben der neuesten Früh-jahreskollektion kommunizieren sie über die Kurzstreckenfunktechnologie RFID mit Fertigsuppen, Energieriegeln und Kleidungsstücken, um uns zusätzliche Informationen über die Waren unserer Wahl zur Verfügung zu stellen. Grenzen setzt uns dann nur noch die eigene Vorstellungskraft.

Es heißt, der Schlüssel zum Glück sei die Vorfreude auf die Zukunft. Wenn das stimmt, gibt uns ein behutsamer Tap allen Grund zur Freude.
Tap – Like – Buy.



LIKE: *Nicht alle Marketingverantwortlichen waren angetan, als Facebook den Fan-Button durch den Like-Button ersetzt hat. Nur die Cleversten freuten sich, denn sie erkannten: Facebook macht das Internet persönlicher und gibt dem ehemals anonymen Web eine soziale Dimension.*

Während nämlich der traditionelle Link lediglich einzelne Websites miteinander verknüpft, verbindet der Like-Button Inhalte mit Menschen – innerhalb wie außerhalb von Facebook.

Gestützt wird diese Entwicklung durch Social Plug-Ins, mit denen Marken Facebook-Funktionen zugunsten einer besseren User Experience auf der eigenen Webpräsenz integrieren können. Amazon, Microsoft, Levi's, Yelp und IMDB – sie gehören zu den prominentesten Vertretern einer rapide wachsenden Zahl an Unternehmen, die es Nutzern erlauben, Inhalte zu teilen und zu personalisieren.

Der Like-Button ist viel mehr als beiläufige Zustimmung oder schnelles Teilen. Er steht stellvertretend für den rasanten Aufstieg des Social Webs. Facebook IST das Social Web. Weltweit ist jeder Zehnte auf Facebook aktiv, und täglich werden es mehr. Einzelne Facebook-Spiele haben mehr Nutzer, als andere große Plattformen Mitglieder.

Allein diese Dimensionen verdeutlichen, dass man Webpräsenzen – ob Kampagnensite oder Online-Shop – heute sinnvollerweise direkt in (oder zumindest unter Einbezug von) Facebook baut.

Doch innovatives Facebook-Marketing hat seine Tücken: Die sich rasant entwickelnden Facebook-Seiten und -Applikationen erfordern permanent neue Ideen und Lösungen. Auch folgt das Empfehlungsmarketing im Netzwerk eigenen Regeln, die wir lernen und beherrschen müssen. In dieser neuen Welt des Marketings ist ein Kunde immer zugleich der direkte Draht zu einem potenziellen neuen Kunden.

Der Like-Button hat das Internet nicht nur sozial gemacht – sondern vor allem auch nützlich. Tap – Like – Buy.

Buy Now

BUY: Falls der Like-Button überhaupt einen ernst zu nehmen- den Rivalen hat, dann ist es der Buy-Button. E-Commerce gibt es zwar schon, seit 1994 eine Sting CD für \$ 12.48 online den Besitzer wechselte. Doch nun erobert Online-Shopping mobile Endgeräte und das Social Web.

Als Procter & Gamble 2010 damit begann, Produkte unter dem eigenen Markennamen im Netz zu vertreiben, entschied man sich für die Einrichtung eines Facebook-Stores – und nicht etwa für den klassischen, frei zugänglichen Online-Shop. Aus einfachem Grund: Facebook ist nicht nur der Ort, an dem Menschen heute die meiste Zeit im Netz verbringen; Facebook bietet auch das ideale Umfeld zur Verbreitung positiver Markenbotschaften – und die können sich erwiesenermaßen schnell in barer Münze auszahlen.

Der Buy-Button kann sogar eine kollektive Wirkung entfalten. Derzeit erleben wir die Wiedergeburt von Gruppenkäufen, bei denen sich Menschen zusammentun, um gemeinsam Discount-Preise zu erhalten. Groupon, das Musterbeispiel für Social Commerce, hat sich

innerhalb von zwei Jahren von einem schlichten Blog zu einer milliardenschweren Plattform mit 25 Millionen Abonnenten entwickelt. Und die nutzen das Angebot zunehmend auch mobil. In Kombination mit unzähligen Apps revolutioniert mobile Commerce den Einzelhandel – sowohl online als auch offline: Preisvergleiche per Code-Scan, Kundenbewertungen umliegender Geschäfte mittels Augmented Reality-Overlay, die sofortige Lieferung digitaler Produkte und Inhalte „over-the-air“, digitale Live-Shopping-Events, Login-gesteuerte Treueangebote, standortspezifische Werbung, elektronischer Geldbeutel... – ein simpler Webshop wirkt dagegen wie ein Relikt aus längst vergangener Zeit.

Tap – Like – Buy. Drei unscheinbare Worte, die in einer ohnehin schon dynamischen Branche alles verändern. In dieser darwinistischen Welt überlebt nicht etwa der Stärkste oder der Intelligenteste, sondern der Flexibelste und Anpassungsfähigste. Tap – Like – Buy – dieser Dreiklang ist unser Mantra. Es wird uns und unsere Kunden auf der gemeinsamen Reise in die Zukunft des digitalen Marketings begleiten.

DIE AKTIE

AKTIENDATEN

ISIN	DE0005104806
WKN	510480
SYMBOL	SYZ
REUTERS	SYZG.DE
BLOOMBERG	SYZ:GR
ZULASSUNGSSEGMENT	GEREGELTER MARKT, PRIME STANDARD
HANDELSPLÄTZE	XETRA, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, München, Stuttgart
AKTIENGESAMTZAHL	12.828.450 auf den Inhaber lautende Stückaktien
DAVON EIGENE AKTIEN	25.000
MARKTKAPITALISIERUNG	EUR 45,16 Mio. (Basis: Schlussnotierung EUR 3,52 am 30.12.2010)
FREEFLOAT	64,2%
FREEFLOAT- MARKTKAPITALISIERUNG	EUR 28,9 Mio.
INDUSTRIEGRUPPE	IT-Services

AKTIENSTATISTIK 2010

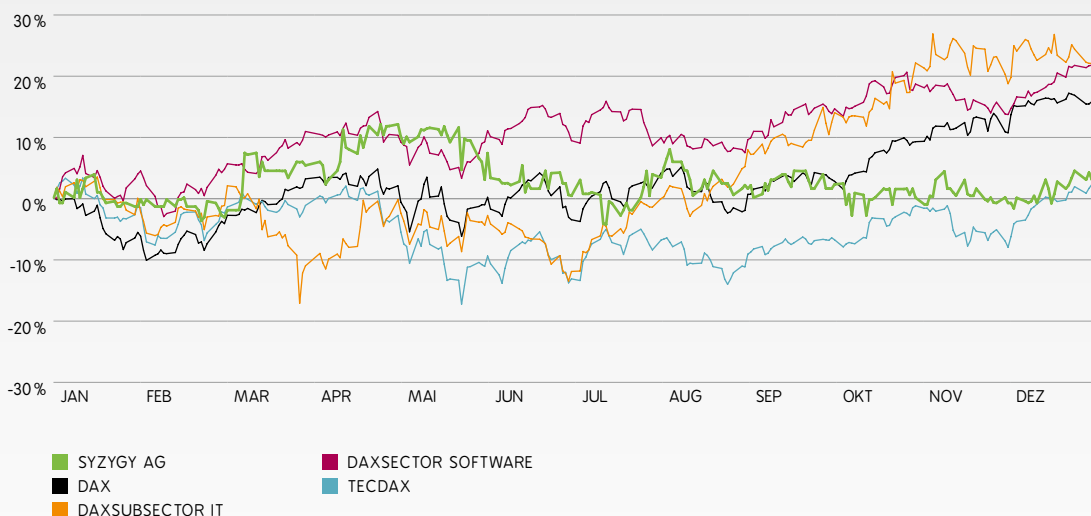
RANG IM TECDAX-INDEX PER 31.12.2010	Platz 78 (Marktkapitalisierung) Platz 86 (Börsenumsatz)
DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG	EUR 0,20 (31.05.2010)
DURCHSCHNITTLICHER TAGESUMSATZ	15.252 Stück/EUR 54.054 (davon Xetra: 10.894 Stück/EUR 37.697)
XETRA-SCHLUSSKURS AM 02.01.2010	EUR 3,40
XETRA-SCHLUSSKURS AM 30.12.2010	EUR 3,52
HÖCHSTER SCHLUSSKURS 2010	EUR 3,81 (03.05.2010)
NIEDRIGSTER SCHLUSSKURS 2010	EUR 3,25 (14.07.2010)
KURSPERFORMANCE PER 31.12.2010	EUR 0,12 (3,5%)
GESAMTPERFORMANCE PER 31.12.2010	EUR 0,32 (9,4%)

DESIGNATED SPONSOR

HSBC TRINKAUS & BURKHARDT AG

ANALYSTEN

Cosmin Filker
(GBC AG)
Thorsten Renner
(GSC Research)



BÖRSENJAHR 2010

Analog zur allgemeinen Wirtschaftslage erholte sich auch der Aktienmarkt schneller von der Krise, als noch zu Jahresbeginn 2010 angenommen. Zwar startete der DAX schwach ins neue Börsenjahr und rutschte Anfang Februar auf 5.434 Zähler ab, erholte sich dann jedoch zusehends und überschritt Mitte März erstmals wieder die 6.000 Punkte-Marke. Nach einem vorläufigen Höchststand Ende April folgte eine Phase hoher Volatilität, die bis zum Oktober andauerte. In einer beeindruckenden Jahres-Endralley kletterte der DAX kontinuierlich nach oben und schloss das Jahr knapp unter 7.000 Punkten mit einem Plus von 16 Prozent. Damit ließ der deutsche Leitindex viele internationale Indizes hinter sich und wurde in Europa lediglich vom österreichischen ATX übertroffen. Positive Impulse gingen vor allem von der Automobilindustrie aus, während sich das schlechte Abschneiden der Versorgeraktien E.on und RWE hemmend auf die DAX-Entwicklung auswirkten.

Auch andere deutsche Indizes überraschten mit einer beeindruckenden Performance: So legte der mDAX bis zum Jahresende um rund ein Drittel auf 10.128 Punkte zu, der sDAX verbesserte sich gar um 45 Prozent und schloss das Jahr bei 5.173 Zählern. Lediglich der TecDAX, der das Vorjahr noch mit einem deutlich überdurchschnittlichen Gewinn hatte abschließen können, enttäuschte und stieg lediglich einstellig um vier Prozent.

ENTWICKLUNG DER SYZGY AKTIE UND DIVIDENDE

Die Syzygy Aktie begann das Börsenjahr 2010 mit einer Seitwärtsbewegung und zeigte sich damit robust gegenüber dem anfänglichen Abwärtstrend der großen Indizes. Hohe Umsätze in der ersten Märzhälfte ließen den Kurs innerhalb eines Tages um 0,25 Cent auf 3,65 Euro in die Höhe schnellen. Unterstützt von einer allgemeinen Markterholung sowie der Ankündigung einer Dividendenzahlung von 20 Cent kletterte der Titel weiter, bis er am 27. April mit 3,81 Euro sein Jahreshoch erreichte. Analog zu TecDax und dem DAXsubsector IT verlor auch die Syzygy Aktie in der Folgezeit an Wert und rutschte am 14. Juli auf ihr Jahrestief von 3,25 Euro. Zwar erholte sich der Kurs schnell wieder, doch der nun einsetzenden Aufholjagd von DAX, sDAX und dem DAXsubsector IT konnte er nicht folgen. Ab Mitte August bewegte sich die Syzygy Aktie wieder seitwärts und schloss das Börsenjahr bei 3,52 Euro mit einem kleinen Plus von 3,5 Prozent.

Die Gesamtpformance der Syzygy Aktie belief sich zum 31. Dezember 2010 auf 32 Cent oder 9,4 Prozent. Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen an allen deutschen Handelsplätzen lag mit 15.252 Stücken doppelt so hoch wie im Vorjahr (7.952 Stück). Bezogen auf das Gesamtjahr wurden 3,92 Mio. Syzygy Aktien zu einem Gesamtpreis von EUR 13,9 Mio. gehandelt.

Die Hauptversammlung der Syzygy AG hat am 28. Mai 2010 die Auszahlung einer ordentlichen Dividende in Höhe von 0,20 Euro je Aktie für das Geschäftsjahr 2009 beschlossen. Die daraus resultierende Dividendenrendite von 5,7 Prozent (Stichtag: 31.12.2010) übertraf die anderer börsennotierter Digitalagenturen wie Sinner-schrader (3,6%) oder Ad Pepper und Pixelpark (jeweils 0%) deutlich. Die Ausschüttung erfolgte am 31. Mai 2010.

AKTIONÄRSSTRUKTUR

Im Mai 2010 hat die Syzygy AG im Zuge einer Kapitalerhöhung 750.000 neue, auf den Inhaber lautende Stückaktien ausgegeben. Durch die Erhöhung der Gesamtzahl der Aktien auf nunmehr 12.828.450 hat sich die Aktionärsstruktur im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert: Der Anteil der WPP sank auf 27,8 Prozent, Marco Seiler unterschritt die 5 Prozent-Marke und hielt zum Stichtag noch 4,9 Prozent der Aktien. 2,9 Prozent der Aktien befanden sich im Besitz von Andrew Stevens, so dass sich der Freefloat auf 64,2 Prozent belief.

INVESTOR RELATIONS

Die Syzygy AG verfolgt eine transparente, aktuelle Informationspolitik und legt großen Wert auf einen nachhaltigen und umfassenden Dialog mit Aktionären, Investoren, Finanzjournalisten und der interessierten Öffentlichkeit.

Um das Geschäftsmodell und die Entwicklung der Agenturgruppe vorzustellen, haben Vertreter des Managements auch im Berichtsjahr Kapitalmarktkonferenzen besucht und Einzelgespräche mit Analysten, Investoren und Vertretern der Wirtschafts- und Finanzpresse geführt. So präsentierte die Syzygy AG auf der 8. Small Cap Conference und dem Deutschen Eigenkapitalforum (beide Frankfurt), die Teilnahme an der Münchener Kapitalmarkt Konferenz musste krankheitsbedingt kurzfristig abgesagt werden.

Um dem Markt regelmäßig aktuelle Einschätzungen und Prognosen über die Performance und die weitere Entwicklung der Agenturgruppe zur Verfügung zu stellen, waren die GBC AG sowie die GSC Research GmbH mit der Analyse unseres Unternehmens betraut. Für das Designated Sponsoring war weiterhin die HSBC Trinkaus zuständig.

Die Investor Relations-Sektion unseres Internetauftrittes unter www.syzygy.net bietet allen Interessierten die Möglichkeit, sich über kapitalmarktrelevante Ereignisse rund um den Konzern in deutscher und englischer Sprache zu informieren. Hier finden sich neben den Quartals- und Geschäftsberichten auch alle Ad Hoc-Mitteilungen sowie das „Jährliche Dokument“, das eine Übersicht sämtlicher Informationen enthält, die die Syzygy AG im vorausgegangenen Geschäftsjahr veröffentlicht hat.

BERICHT DES AUFSICHTSRATES

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,

der Aufsichtsrat hat die Arbeit des Vorstands im vergangenen Geschäftsjahr kontinuierlich überwacht und beratend begleitet. Maßgeblich für die Kontrolle waren Rechtmäßigkeit, Ordnungsmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit des Vorstandshandelns. Der Vorstand berichtete dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend schriftlich oder mündlich über aktuelle Entwicklungen sowie über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Konzerns und der Tochtergesellschaften. Bei Entscheidungen, die für die Syzygy Gruppe von wesentlicher Bedeutung waren, wurde der Aufsichtsrat stets einbezogen.

Eine Erörterung der Geschäftsentwicklung wurde in jeder Sitzung des Aufsichtsrats vorgenommen. Der Vorstand ist seinen Informationspflichten vollständig nachgekommen. Die Berichte des Vorstands wurden hinsichtlich ihrer Gegenstände als auch ihres Umfangs den gesetzlichen Anforderungen und den Informationsbedürfnissen des Aufsichtsrats gerecht. Darüber hinaus ließ sich der Aufsichtsrat ergänzende Informationen und Auskünfte erteilen. Der Aufsichtsrat hat die ihm erteilten Auskünfte und Berichte kritisch gewürdigt und auf Plausibilität geprüft. Der Aufsichtsrat hat sich u. a. regelmäßig mit den Quartalsberichten befasst und diese mit dem Vorstand besprochen sowie zugestimmt.

SITZUNGEN UND TEILNAHME

Im Geschäftsjahr 2010 fanden im Beisein des Vorstands insgesamt sechs ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt: am 15. Januar, 26. März, 23. April, 28. Mai, 27. Juli sowie am 26. Oktober. Im Rahmen der Sitzungen, bei denen alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entweder persönlich anwesend oder telefonisch zugeschaltet waren, wurden alle wichtigen Vorkommnisse besprochen und die erforderlichen Entscheidungen getroffen.

Regelmäßig wurde die operative Geschäftsentwicklung der einzelnen Gesellschaften und des Gesamtkonzerns erörtert. In der Sitzung vom 15. Januar wurde insbesondere das Budget 2010 intensiv diskutiert und genehmigt. Am 26. März wurden der Jahresabschluss und der Konzernabschluss festgestellt und gebilligt sowie die Tagesordnung für die Hauptversammlung diskutiert.

Weitere Themen, die auf den Sitzungen erörtert wurden, waren:

- / Corporate Governance
- / Personelle Besetzung von Schlüsselpositionen
- / Mergers & Acquisitions/ Internationalisierung
- / Strategische Ausrichtung der Syzygy Gruppe
- / Risikosituation der Syzygy Gruppe
- / Akquisition von Neukunden
- / Entwicklung des Wettbewerbs
- / Budget- und Finanzplanung
- / Dividendenpolitik
- / Finanzberichterstattung
- / Aktienentwicklung
- / Wahl des Abschlussprüfers

Die Erklärung zur Unternehmensführung wurde per elektronischem Umlaufverfahren in der zweiten Dezemberwoche verabschiedet.

Darüber hinaus fand am 28. März 2011 eine Aufsichtsratssitzung zur Bilanzfeststellung 2010 statt.

Auch zwischen den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen standen Vorstand und Aufsichtsrat im kontinuierlichen Dialog. Insbesondere hat der Vorstand über die Geschäftsentwicklung sowie weitere wichtige Ereignisse regelmäßig schriftlich berichtet.

BESETZUNG UND AUSSCHÜSSE

Die Zusammensetzung des ausschließlich aus unabhängigen Mitgliedern bestehenden Aufsichtsrats blieb im Berichtsjahr unverändert. Die Amtsperiode umfasst den Zeitraum bis zum Ende der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2013.

Der Aufsichtsrat hat auch im vergangenen Jahr auf die Bildung von Ausschüssen verzichtet, da das Gremium nach wie vor aus nur drei Personen besteht. Wilfried Beeck, der als Finanzexperte über umfassende Kenntnisse in der Rechnungslegung und internen Kontrollverfahren verfügt, begleitete die Themen Jahresabschluss, Prüfung und die Wahl des Wirtschaftsprüfers besonders intensiv.

Die Hauptversammlung erteilte den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern am 28. Mai 2010 Entlastung für das Geschäftsjahr 2009.

CORPORATE GOVERNANCE

Am 14. Dezember 2010 veröffentlichte der Aufsichtsrat gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG. Diese basiert auf dem Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010. Die Syzygy AG entspricht weiterhin bis auf wenige Ausnahmen den hier formulierten Prinzipien.

Der Vergütungsbericht, der die Grundlagen der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Syzygy AG erläutert und sowohl Höhe als auch Struktur der Vergütungen offenlegt, wurde zeitgleich mit der Entsprechenserklärung abgegeben.

Einzelheiten hierzu finden Sie im Abschnitt „Corporate Governance“ dieses Geschäftsberichts auf Seite 27 bzw. im Anhang ab Seite 77.

JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSPRÜFUNG, VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

Die Hauptversammlung hat am 28. Mai 2010 auf Vorschlag des Aufsichtsrats die BDO Deutsche Warentreuhand AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, als Abschluss- und Konzernabschlussprüfer bestellt. Der Aufsichtsrat hat keine Umstände festgestellt, die eine Befangenheit des Wirtschaftsprüfers begründet hätten. Der Wirtschaftsprüfer selbst hat eine Unabhängigkeitserklärung abgegeben. Neben den Abschlussprüfungen erbrachte der Prüfer keine weiteren Leistungen.

Die BDO hat im Auftrag des Aufsichtsrats den Jahresabschluss und Lagebericht, den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2010 geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Jahresabschluss wurde nach den Vorschriften des HGB, der Konzernabschluss nach den Regeln der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Die vollständigen Abschlussunterlagen, die Prüfungsberichte und der Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vor der Beschlussfassung zugeleitet. Ferner informierte der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat über die Prüfung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagements, bei der keine Schwächen festgestellt werden konnten.

Nach kritischer Prüfung sämtlicher Vorlagen ließ sich der Aufsichtsrat im Rahmen seiner Sitzung vom 28. März 2011 die Abschlussunterlagen ausführlich von den Mitgliedern des Vorstands erörtern. Die ebenfalls anwesenden Abschlussprüfer legten die Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Prüfungen dar. Fragen wurden von Vorstand und Abschlussprüfer zur Zufriedenheit beantwortet. Der Aufsichtsrat konnte sich so von der Ordnungsmäßigkeit der Prüfungen und Prüfungsberichte überzeugen.

Auf Basis der eigenen Prüfungen und unter Berücksichtigung der Prüfungsberichte sah der Aufsichtsrat keinen Grund für Beanstandungen. Der Aufsichtsrat hat daher den Jahresabschluss und Lagebericht der Syzygy AG und den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht feststellt und gebilligt. Darüber hinaus stimmte der Aufsichtsrat dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu. Der Aufsichtsrat spricht den Vorstandsmitgliedern und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Syzygy Konzerns seinen Dank für ihr Engagement aus. Wir freuen uns auf die weitere vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen für das laufende Geschäftsjahr viel Erfolg.

Bad Homburg, den 28. März 2011
Der Aufsichtsrat



Michael Mädler
VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS

CORPORATE GOVERNANCE BEI DER SYZYG AG

Mit dem am 26.07.2002 in Kraft getretenen Transparenz- und Publizitätsgesetz (TransPuG) wurde das Aktiengesetz um den § 161 ergänzt. Demnach sind Vorstand und Aufsichtsrat von börsennotierten Gesellschaften zur jährlichen Abgabe einer Entsprechenserklärung bezüglich des Deutschen Corporate Governance Kodex („Kodex“) verpflichtet. Dieser beinhaltet Verhaltensempfehlungen („soll“) und Anregungen („kann“ bzw. „sollte“), die zur Steigerung der unternehmerischen Transparenz beitragen sollen.

Im Jahr 2010 ist der bestehende Verhaltenskatalog ein weiteres Mal ergänzt worden. Die aktuelle Fassung vom 26. Mai 2010 dient als Grundlage für die diesjährige Entsprechenserklärung der Syzygy AG.

Die Syzygy AG hatte sich bereits in der Vergangenheit öffentlich zur Einhaltung national und international anerkannter Standards für faire und verantwortungsvolle Unternehmensführung bekannt. Die erste offizielle Anerkennung der Prinzipien, die im Deutschen Corporate Governance-Kodex (DCGK) niedergelegt sind, erfolgte im Jahre 2002.

Die Syzygy AG entspricht bis auf wenige Ausnahmen dem Kodex in der aktualisierten Form. Diese Ausnahmen sind in der aktuellen Entsprechenserklärung aufgeführt.

Die vollständige Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289aHGB, die neben der Corporate Governance Erklärung auch den Vergütungsbericht, die Praktiken der Unternehmensführung sowie die Arbeitsweise und Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat der Syzygy AG beschreibt, ist dauerhaft auf unserer Website syzygy.net im Bereich Investor Relations abrufbar.

ERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER SYZYG AG ZUM „DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX“ IN DER FASSUNG VOM 26. MAI 2010 GEM. § 161 AKTG

Vorstand und Aufsichtsrat der Syzygy AG erklären gemäß § 161 AktG, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 26. Mai 2010 mit den folgenden Ausnahmen entsprochen wird:

- / Vielfalt bei der Besetzung von Führungspositionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 4.1.5):
In Einklang mit dem allgemeinen Gleichbehandlungsgrundsatz entscheidet das Management der Syzygy AG bei der Besetzung von Führungspositionen nicht nach dem Geschlecht, sondern auf Basis fachlicher Qualifikationen.
- / Vielfalt bei der Besetzung von Vorstandsp Positionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 5.1.2):
In Einklang mit dem allgemeinen Gleichbehandlungsgrundsatz der Aufsichtsrat bei der Besetzung von Vorstandsp Positionen nicht nach dem Geschlecht, sondern auf Basis fachlicher Qualifikationen.
- / Einrichtung von fachlich qualifizierten Ausschüssen des Aufsichtsrats gemäß Ziffer 5.3.1, eines Prüfungsausschusses gemäß Ziffer 5.3.2 sowie eines Nominierungsausschusses (Ziffer 5.3.3):
Da der Aufsichtsrat aus nur drei Personen besteht, wurde und wird auf die Bildung von Ausschüssen verzichtet.

- / Zusammensetzung des Aufsichtsrats (Ziffer 5.4.1):
 Der neu gefasste Abschnitt 5.4.1 des Corporate Governance Kodexes besagt, dass der Aufsichtsrat für seine Zusammensetzung konkrete Ziele benennen soll. Die letzte Wahl der Aufsichtsrats-Mitglieder erfolgte im Jahr 2009 und damit vor Inkrafttreten der Empfehlung. Eine entsprechende Stellungnahme existiert daher bislang nicht. Jedoch sind die Aufsichtsräte der Syzygy AG ausgewiesene Experten der IT- und Kommunikationsbranche. Im Vorfeld der nächsten Aufsichtsratswahl wird die Syzygy AG wie gefordert konkrete Ziele für die Zusammensetzung benennen.

- / Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder (Ziffer 5.4.6):
 Alle Aufsichtsratsmitglieder erhalten einvernehmlich die gleiche Vergütung, da alle Mitglieder vergleichbare Arbeitsaufwände haben.

Bad Homburg, 14. Dezember 2010
 Der Vorstand und der Aufsichtsrat
 Syzygy AG

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht ist ein wesentlicher Bestandteil des Corporate Governance Berichts. Er erläutert die Grundlagen der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Syzygy AG. Darüber hinaus werden sowohl Höhe als auch Struktur der Vergütungen offen gelegt.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

Das Vergütungssystem des Vorstands wird vom Aufsichtsrat der Syzygy AG festgelegt. Die Gesamtvergütung setzt sich aus folgenden Komponenten zusammen:

- erfolgsunabhängige Vergütung
- erfolgsbezogene Vergütung
- sonstige Leistungen

Die erfolgsunabhängige Vergütung wird monatlich als Grundgehalt ausgezahlt. Die erfolgsbezogene Vergütung enthält zwei Komponenten: Zum einen wird ein erfolgsabhängiger Bonus gewährt, wenn in den Quartalen Finanzziele erreicht werden, die in der Jahresplanung festgelegt und vom Aufsichtsrat beschlossen worden sind. Darüber hinaus werden den Vorständen bei Erreichung langfristiger Ziele Aktien mit einer Haltedauer von mindestens zwei Jahren gewährt.

Sonstige Leistungen erhalten die Vorstandsmitglieder in Form von Beitragszahlungen zur Renten- und Unfallversicherung sowie der privaten Nutzung eines Dienstwagens bzw. einer Car Allowance von bis zu 15.000 Euro im Jahr.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

Die Vergütung des Aufsichtsrats der Syzygy AG ist in § 6 (8) der Satzung der Syzygy AG geregelt und geht auf einen Beschluss der Hauptversammlung vom 04. Juni 2003 zurück. Jedes Mitglied des Aufsichtsrates erhält neben dem Ersatz seiner Auslagen eine Vergütung, die aus einem festen und einem variablen Vergütungsbestandteil besteht. Die Höhe der variablen Vergütung ist abhängig von der Entwicklung der Syzygy Aktie.

Zusätzliche Angaben zur Vergütung der Organe finden Sie auf Seite 77 sowie dauerhaft auf unserer Website syzygy.net im Bereich Investor Relations.



FINANZ- INFORMATIONEN 2010

30 /	KONZERNLAGEBERICHT
44 /	KONZERNBILANZ
45 /	KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG
46 /	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
47 /	KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
48 /	KONZERNANHANG
80 /	BESTÄTIGUNGSVERMERK
81 /	FINANZKALENDER UND KONTAKT

Überblick der Finanzinformationen 2010
im Umschlag-Einklapper.

KONZERNLAGEBERICHT

1. ALLGEMEIN

Im folgenden Lagebericht wird die Lage des Syzygy Konzerns (im Folgenden „Syzygy“, „Konzern“ oder „Gruppe“) dargestellt. Der dem Lagebericht zugrunde liegende Konzernabschluss wurde nach den Regeln der International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

2. GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND STRUKTUR DES KONZERNS

Syzygy ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit rund 250 Mitarbeitern. Der Konzern besteht aus der Syzygy Aktiengesellschaft sowie ihren sechs Tochtergesellschaften: der Syzygy Deutschland GmbH, der Syzygy UK Ltd., der unquedigital GmbH, der Unique Digital Marketing Ltd., dem Designstudio Hi-ReSI London Ltd. sowie der Mediopoly Ltd.

Mit Niederlassungen in Bad Homburg bei Frankfurt am Main, Hamburg und London bieten die operativen Einheiten des Konzerns Großunternehmen ein ganzheitliches Dienstleistungsspektrum rund um unternehmensrelevante Internet-Lösungen: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung („Design & Build“). Suchmaschinenmarketing und Online Media Planung komplettieren das Serviceangebot. So ermöglicht es Syzygy ihren Kunden, das Internet als leistungsstarkes Kommunikations- und Vertriebsmedium zu nutzen und die Interaktion mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern zu verbessern und zu vertiefen. Die Geschäftsschwerpunkte liegen in den Branchen Automobile, Telekommunikation/IT, Handel und Konsumgüter, Finanzdienstleistungen sowie Medien und Unterhaltung.

3. WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

3.1 ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE

Das Jahr eins nach dem Wirtschaftseinbruch 2009 überraschte mit einer beispiellosen Aufholjagd. Viel schneller und dynamischer als noch zu Beginn 2010 von den meisten Ökonomen erwartet, erholten sich die Konjunkturkennzahlen und Stimmungsbarometer in weiten Teilen der Welt und beschrieben in ihrem Jahresverlauf vielerorts ein perfektes „V“.

In der Eurozone entwickelten sich die Volkswirtschaften heterogen und drifteten weiter auseinander: Die Schuldenkrise mehrerer Mitgliedsstaaten sorgte am Finanzmarkt weiterhin für Unsicherheit und führte in Politik und Wirtschaft zu Diskussionen über die Zukunft der Gemeinschaftswährung.

Die deutsche Wirtschaft, die in 2009 die stärkste Rezession der Nachkriegszeit erlebt hatte, erwies sich als europäisches Zugpferd und machte vor allem im Frühjahr und Sommer deutlich an Boden gut. Das seit der Wiedervereinigung höchste Jahresplus von 3,6 Prozent lag deutlich über den ursprünglichen Prognosen, die sich zwischen 1,4 Prozent (Bundesregierung) und 1,7 Prozent (DIW Berlin) bewegt hatten. Neben der starken Auslandsnachfrage machten sich ab dem zweiten Halbjahr auch Impulse aus dem Inland positiv bemerkbar, die von einer optimistischen Stimmung der deutschen Verbraucher und Unternehmen zeugten.

Das von der Krise besonders hart getroffene Großbritannien erlebte in den ersten drei Quartalen zunächst einen moderaten Konjunkturaufschwung, musste in den Wintermonaten jedoch erneut einen Rückgang hinnehmen: Das BIP sank im vierten Quartal um 0,5 Prozent und beeinträchtigte damit auch die Entwicklung des Gesamtjahres, das mit einem Zuwachs von 1,4 Prozent abgeschlossen wurde. Zu dieser

negativen Entwicklung trugen nicht nur witterungsabhängige Wirtschaftszweige wie die Bau- oder Logistikbranche bei, die unter dem frühen Wintereinbruch zu leiden hatten; auch der Finanz- und Dienstleistungssektor musste Einbußen hinnehmen. Insofern ist der Konjunkturaufschwung bei Weitem nicht so dynamisch wie in Deutschland.

3.2 ONLINE-WERBEMARKT

Parallel zur allgemeinen Konjunktur erholte sich 2010 auch die Werbewirtschaft. Zwar divergieren die Werte je nach Erhebungsmethode, doch zeugen die unterschiedlichen Statistiken von einem übergreifenden Trend: Der Paradigmenwechsel in der Werbewelt hält an. Die digitalen Kanäle vereinen immer größere Budgetanteile auf sich und bringen insbesondere Zeitungen und Zeitschriften langsam aber sicher in Bedrängnis.

Die Mediaagentur ZenithOptimedia schätzt die weltweiten Werbeausgaben für das vergangene Jahr auf rund USD 450 Mrd., das sind knapp 5 Prozent mehr als in 2009. Wie bereits in der Vergangenheit entwickelte sich das Internet weit überdurchschnittlich und verzeichnete zum Jahresende ein Umsatz-Wachstum von 14 Prozent auf USD 62 Mrd. Damit verbesserte sich sein Anteil am gesamten Werbebudget um 1,2 Prozentpunkte auf nunmehr 14 Prozent.

In Deutschland beliefen sich die Investitionen in klassische Medien (inkl. Internet) laut der Nielsen-Werbestatistik auf EUR 25 Mrd., das sind rund 11 Prozent mehr als in 2009. Das Internet (hier: Banner-Werbung) ließ alle anderen Medien weit hinter sich und verbuchte zum Jahresende ein Plus von überragenden 34,7 Prozent auf insgesamt EUR 2,4 Mrd.

Der Online-Vermarkterkreis im Bundesverband Digitale Wirtschaft (OVK), der die Nielsen-Statistik auf 100 Prozent hochrechnet und um Affiliate- und Suchmaschinenmarketing ergänzt, musste seine Statistik für 2010 deutlich nach oben korrigieren: War der OVK zur Jahresmitte 2010 noch von einer Steigerung der Bruttowerbeinvestitionen um 19 Prozent ausgegangen, meldete er im OVK Online-Report 2011/01 ein Wachstum von 26 Prozent auf rund EUR 5,4 Mrd. Damit hat das Internet seinen Anteil am gesamten deutschen Werbebudget weiter von 16,5 Prozent auf 19,2 Prozent erhöht.

Basierend auf Werten der ersten drei Quartale 2010 errechnete die Advertising Association für Großbritannien eine Erhöhung der gesamten Werbeausgaben um 6,6 Prozent, was dem stärksten Anstieg seit 2004 entspricht. Neben TV und Außenwerbung gehörte Online mit einem Umsatzwachstum von 11 Prozent im dritten Quartal zu den Top Performern. Etwas konservativer fallen die Schätzungen von ZenithOptimedia aus, die dem Internet in UK ein Werbeplus von 6,9 Prozent voraussagen.

Absolute Zahlen liefern das Internet Advertising Bureau (IAB) und eMarketer: Das IAB ermittelte für das erste Halbjahr 2010 Online-Werbeumsätze in Höhe von GBP 2,0 Mrd., eMarketer kommt für das Gesamtjahr auf GBP 3,3 Mrd. Dabei entsprechen beide Werte einer Steigerungsrate von 10 Prozent. Deutlich überproportional profitierten dabei die sozialen Netzwerke, die Werbeeinnahmen in Höhe von GBP 130 Mio. auf sich vereinen konnten, das sind 44 Prozent mehr als noch im Vorjahr.

4. GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS

4.1 UMSATZERLÖSE

Die Syzygy Gruppe weist in der Finanzberichterstattung Brutto- und Netto-Umsatzerlöse aus. Die Netto-Umsatzerlöse ergeben sich aus den Brutto-Umsatzerlösen abzüglich der Mediakosten, die in den Online Marketing Gesellschaften als durchlaufende Posten bei der Verwaltung von Kundenbudgets anfallen.

Ein besonders positiver Geschäftsverlauf bei unquedigital Hamburg, der sowohl Neukundengewinne als auch die Entwicklung von Bestandskunden umfasste, führte zu einem Wachstum der Konzern-Brutto-Umsatzerlöse um 8 Prozent auf EUR 87,1 Mio. Nach Abzug der Mediakosten in Höhe von EUR 59,8 Mio. verblieben Netto-Umsatzerlöse von EUR 27,2 Mio., was einem Rückgang von 5,5 Prozent entspricht. Ursache für diese Diskrepanz ist vornehmlich das nach wie vor schwierige wirtschaftliche Umfeld in Großbritannien, das nicht nur von einer allgemein unsicheren Konjunkturlage, sondern zusätzlich von einem hohen Wettbewerbs- und Margendruck in der Agenturlandschaft geprägt ist.

Die ungünstigeren Rahmenbedingungen in Großbritannien werden in der Betrachtung nach Regionen besonders deutlich: Während sich die deutschen Gesellschaften sehr dynamisch entwickeln und ihre Netto-Umsatzerlöse um 11 Prozent auf EUR 17,9 Mio. steigern konnten, verringerten sich die Umsätze in Großbritannien um ein Viertel auf EUR 10,2 Mio. Besonders belastend wirkten sich die andauernde Investitionszurückhaltung von Automotive-Kunden im Design & Build-Geschäft sowie der Verlust eines Online Marketing-Kunden aus, der die zuvor eingekauften Dienstleistungen nun inhouse erbringt. In der Folge ging die EBIT-Marge der britischen Gesellschaften von 15,7 Prozent auf

7,6 Prozent zurück, die deutschen Agenturen erzielten eine Umsatzrendite von 24 Prozent (Vorjahr: 18,6 %) und konnten damit ihre Profitabilität im Berichtsjahr deutlich steigern.

Während die Umsätze mit Kunden aus der Automobilindustrie im Berichtsjahr rückläufig waren, konnte die Syzygy Gruppe vor allem in den beiden Sektoren „Finanzdienstleistungen“ und „Sonstige“ neue Umsatzströme erschließen. Die Umsatzverteilung nach Branchen hat sich daher im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert. Auf Automotive-Kunden entfielen 28 Prozent der Netto-Umsatzerlöse (Vorjahr: 30 Prozent), gefolgt von Unternehmen aus dem Bereich Handel & Konsumgüter, mit denen genau ein Fünftel der Umsätze erwirtschaftet wurde (Vorjahr: 25 Prozent). Mit einem Anteil von 16 Prozent blieb das Umsatzvolumen im Bereich Telekommunikation/IT nahezu konstant. Ein Zuwachs von jeweils drei Prozent verzeichneten die Bereiche Finanzdienstleistungen und Sonstige, die 15 bzw. 16 Prozent zum Gesamtumsatz beitrugen.

Der mit den zehn größten Kunden erwirtschaftete Umsatzanteil von 59 Prozent lag exakt auf Vorjahresniveau.

4.2 OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT) UND EBIT-MARGE

Das operative Ergebnis wurde durch die schwache Entwicklung des britischen Segments sowie damit verbundenen Umstrukturierungsmaßnahmen beeinträchtigt. Das EBIT sank um rund EUR 400.000 oder elf Prozent auf EUR 3,2 Mio., was einer EBIT-Marge von zwölf Prozent entspricht. Vor dem Hintergrund der schwierigen Situation in Großbritannien ist die Profitabilität der Syzygy Gruppe damit nach wie vor gut.

4.3 BETRIEBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN

Die Rohmarge stieg leicht um 1 Prozentpunkt auf 33 Prozent, da die Herstellungskosten relativ etwas stärker zurückgingen als die Nettoumsatzerlöse.

Die Vertriebs- und Marketingkosten beliefen sich auf EUR 2,4 Mio., das sind 7 Prozent bzw. EUR 0,2 Mio. mehr als im Vergleichszeitraum. Dies ist in erster Linie auf die Stärkung der Vertriebsaktivitäten, den Aufbau von Strategie-Teams in Deutschland und UK sowie der Weiterentwicklung der Corporate Identity der Syzygy Gruppe zurückzuführen.

Die allgemeinen Verwaltungskosten sowie die sonstigen Erträge liegen auf gleichem Niveau wie im Vorjahr, während die Abschreibungen leicht zugenommen haben.

4.4 FINANZERGEBNIS

Die Syzygy Gruppe konnte in 2010 wiederum ein sehr gutes Finanzergebnis in Höhe von EUR 1,1 Mio. (Vorjahr: EUR 1,3 Mio.) erzielen. Dies entspricht einer Rendite auf die durchschnittlich vorhandenen Liquiditätsreserven von 5,2 Prozent (Vorjahr: 6,1 Prozent), bzw. einem Rückgang um 17 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Die kurzfristigen Zinsen haben sich weiterhin auf einem sehr niedrigen Niveau bewegt und damit das Finanzergebnis belastet. Ebenso waren bei Anleihen längerer Laufzeiten die Zinsen leicht rückläufig. Die Realisierung von Kursgewinnen erfolgte in Höhe von EUR 0,3 Mio. gegenüber EUR 0,4 Mio. im Vorjahr.

Die Anlagestrategie ist auch weiterhin auf eine langfristige Ertragsentwicklung ausgerichtet, wobei die durchschnittliche Restlaufzeit aller Wertpapiere auf fünf Jahre (Vorjahr: vier Jahre) erhöht wurde. Die liquiden Mittel sind risikodiversifiziert mit einer starken Gewichtung auf Unternehmensanleihen guter Bonität investiert.

Die Anlagestruktur der liquiden Mittel und Wertpapiere setzt sich zum Jahresende aus 25 Prozent Tagesgelder und Bankguthaben und 75 Prozent Unternehmensanleihen zusammen.

4.5 GESCHÄFTSERGEBNIS

Insgesamt war das Ergebnis vor Steuern mit EUR 4,3 Mio. gegenüber EUR 4,9 Mio. im Vorjahr rückläufig. Hierzu haben sowohl ein niedrigeres Finanzergebnis als auch ein Rückgang des operativen Ergebnisses beigetragen.

4.6 KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE

Der Steueraufwand belief sich im Geschäftsjahr 2010 auf EUR 0,5 Mio. gegenüber EUR 1,6 Mio. im Vorjahr. Der Rückgang ist auf eine bislang strittige steuerliche Teilwertabschreibung auf ausländische Beteiligungen aus dem Jahr 2002 zurückzuführen, die nunmehr durch den Europäischen Gerichtshof und Bundesfinanzhof entschieden wurde. Die entsprechende Rechtsanwendung wurde im Jahresabschluss der Syzygy AG umgesetzt und führt in Summe zu einem Steuerertrag von EUR 0,9 Mio. Das Konzernergebnis erreicht damit EUR 3,8 Mio. und der Gewinn pro Aktie EUR 0,30.

4.7 OPERATIVER CASHFLOW

Der operative Cashflow entwickelte sich in allen Quartalen sehr erfreulich und belief sich in 2010 auf EUR 8,2 Mio. gegenüber EUR -0,2 Mio. im Vorjahr.

Die wesentlichen positiven Effekte waren ein Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um EUR 6,1 Mio. sowie das Konzernergebnis von EUR 3,8 Mio. Darüber hinaus haben höhere Kundenanzahlungen mit EUR 0,7 Mio. zu diesem starken Mittelzufluss beigetragen. Dieser wurde lediglich durch den Abbau von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mit EUR 3,2 Mio. belastet. Der Rückgang der Forderungen und Verbindlichkeiten ist auf ein rückläufiges Online Marketing Geschäft in UK zurückzuführen, wobei der Forderungsbestand im Vorjahr auf Grund von Stichtagseffekten erhöht war.

4.8 VERMÖGENS- UND BILANZLAGE

Die Bilanzsumme der Syzygy AG betrug zum Stichtag EUR 58,5 Mio. und lag damit leicht unter dem Vorjahresniveau von EUR 61,7 Mio.

Relevante Veränderungen in den Aktiva gab es bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen mit einem Rückgang um EUR 6,1 Mio. und bei den Wertpapieren mit einem Anstieg um EUR 3,3 Mio.

Die langfristigen Verbindlichkeiten sowie sonstigen Verbindlichkeiten resultieren im Wesentlichen aus Kaufpreisverpflichtungen im Rahmen von Unternehmenskäufen. Ein Teil dieser Verpflichtungen wurde im Geschäftsjahr aus den langfristigen Verbindlichkeiten in die kurzfristigen Verbindlichkeiten umgegliedert, da er in 2011 fällig wird. Ferner sind in 2010

Kaufpreiszahlungen geleistet worden. Weitere Veränderungen ergeben sich aufgrund der Neuberechnung der ausstehenden Kaufpreiszahlungen in Form von Earn-Outs und Optionen.

In Summe haben sich dadurch die langfristigen Verbindlichkeiten um EUR 1,0 Mio. und die sonstigen Verbindlichkeiten um EUR 4,2 Mio. reduziert.

Analog zu den Forderungen auf der Aktivseite verminderten sich auch die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 3,2 Mio. auf EUR 9,2 Mio. Das Eigenkapital der Syzygy AG ist im Berichtsjahr um EUR 4,6 Mio. angestiegen. Im Wesentlichen haben zu dieser Entwicklung eine Kapitalerhöhung mit einem Mittelzufluss von EUR 2,6 Mio., ein Rückgang der ergebnisneutralen Eigenkapitalveränderungen um EUR 0,8 Mio. und der Bilanzgewinn von EUR 1,2 Mio. beigetragen. Die ergebnisneutralen Eigenkapitalveränderungen enthalten erfolgsneutrale Wertänderungen aufgrund der Wertänderungen bei Wertpapieren sowie bei Fremdwährungspositionen.

Durch den Anstieg des Eigenkapitals im Vergleich zur Bilanzsumme erhöhte sich die Eigenkapitalquote von 58 Prozent in 2009 auf nunmehr 69 Prozent.

Zusammenfassend werden gem. DRS 15 die wesentlichen Finanzkennzahlen in einem mehrjährigen Vergleich aufgeführt:

	2006	2007	2008	2009	2010
Umsatzerlöse, netto, in TEUR	20.313	27.351	31.707	28.833	27.247
EBIT in TEUR	1.404	3.372	5.163	3.556	3.168
EBIT-Marge	7 %	12 %	16 %	12 %	12 %
Ergebnis je Aktie in EUR	0,19	0,21	0,30	0,28	0,30

4.9 MITARBEITER

Am 31. Dezember 2010 beschäftigte die Syzygy Gruppe insgesamt 242 feste Mitarbeiter, das sind rund 4 Prozent weniger als zum Bilanzstichtag des Vorjahres.

162 Personen waren bei den drei deutschen Gesellschaften Syzygy AG (16), Syzygy Deutschland GmbH (100) und unquedigital GmbH (46) angestellt, die drei britischen Agenturen Syzygy UK Ltd. (39), Unique Digital Marketing Ltd. (26) und Hi-ReSI London Ltd. (15) beschäftigten insgesamt 80 Personen.

Um Auftragsspitzen abzufedern und die Auslastung zu optimieren, waren darüber hinaus durchschnittlich 15 Freelancer für die Gruppe tätig. Basierend auf Jahresmittelwerten betrug der Pro-Kopf-Umsatz EUR 106.000.

Der Mitarbeiterverteilung nach Funktionen blieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert: Mit einem Anteil von 24 Prozent bildeten die im Bereich Online Marketing beschäftigten Personen die größte Mitarbeitergruppe, 20 Prozent der Angestellten waren in technologieorientierten Funktionen tätig. 17 Prozent der Belegschaft kümmerten sich um die Kreation, 16 Prozent arbeiteten im Projektmanagement. 8 Prozent waren mit der strategischen Beratung unserer Kunden betraut, während 15 Prozent der Mitarbeiter der Verwaltung zuzuordnen waren.

5. VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht ist ein wesentlicher Bestandteil des Corporate Governance Berichts. Er erläutert die Grundlagen der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Syzygy AG.

5.1 VERGÜTUNGSSYSTEM FÜR DEN VORSTAND

Das Vergütungssystem des Vorstands wird vom Aufsichtsrat der Syzygy AG festgelegt. Die Gesamtvergütung setzt sich aus folgenden Komponenten zusammen:

- erfolgsunabhängige Vergütung
- erfolgsbezogene Vergütung
- sonstige Leistungen

Die erfolgsunabhängige Vergütung wird monatlich als Grundgehalt ausgezahlt. Die erfolgsbezogene Vergütung enthält zwei Komponenten: Zum einen wird ein erfolgsabhängiger Bonus gewährt, wenn in den Quartalen Finanzziele erreicht werden, die in der Jahresplanung festgelegt und vom Aufsichtsrat beschlossen worden sind. Darüber hinaus werden den Vorständen bei Erreichung langfristiger Ziele Aktien mit einer Haltedauer von mindestens zwei Jahren gewährt.

Sonstige Leistungen erhalten die Vorstandsmitglieder in Form von Beitragszahlungen zur Renten- und Unfallversicherung sowie der privaten Nutzung eines Dienstwagens bzw. einer Car Allowance von bis zu 15.000 Euro im Jahr. Die auf die einzelnen Vorstandsmitglieder entfallenden Beträge sind aus dem Anhang ersichtlich.

ZUSAGEN BEI TÄTIGKEITSBEENDIGUNG

Dem Vorstand der Syzygy AG ist bisher keine Altersversorgung zugesagt worden. Bei vorzeitiger Beendigung des Arbeitsvertrages wird eine Abfindung im Rahmen der rechtlichen Verpflichtungen gezahlt, und zwar in Höhe des noch ausstehenden, angemessenen Zielgehalts für die Restlaufzeit des Vertrags.

Falls nötig, kann mit dem frühzeitigen Ausscheiden ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot von 12 Monaten festgelegt werden. In diesem Fall erhält das Vorstandsmitglied eine Entschädigung in Höhe von 50 Prozent seiner zuletzt bezogenen durchschnittlichen vertragsgemäßen Leistungen.

Eine individualisierte Darstellung der Vorstandsbezüge für das Geschäftsjahr 2010 findet sich im Konzernanhang.

5.2 VERGÜTUNGSSYSTEM FÜR DEN AUFSICHTSRAT

Die Vergütung des Aufsichtsrats der Syzygy AG ist in § 6 (8) der Satzung der Syzygy AG geregelt und geht auf einen Beschluss der Hauptversammlung vom 04. Juni 2003 zurück. Jedes Mitglied des Aufsichtsrates erhält neben dem Ersatz seiner Auslagen eine Vergütung, die aus einem festen und einem variablen Vergütungsbestandteil besteht. Die feste Vergütung beträgt EUR 15.000. Die feste Vergütung erhöht sich um EUR 5.000, wenn der Börsenpreis der Gesellschaft in dem betreffenden Geschäftsjahr um mindestens 20 Prozent gestiegen ist. Die für den Vergleich maßgeblichen Börsenpreise werden ermittelt aus dem Mittelwert der Schlusskurse für die Aktie im Xetra-Handelssystem an der Frankfurter Wertpapierbörse während der ersten fünf Börsentage eines Geschäftsjahres sowie während der ersten fünf Börsentage des Folgegeschäftsjahres. Aufsichtsratsmitglieder, die nicht während des gesamten Geschäftsjahres im Amt waren, erhalten eine anteilige Vergütung.

Eine individualisierte Darstellung der Aufsichtsratsbezüge für das Geschäftsjahr 2010 findet sich im Anhang der Syzygy AG.

6. ÜBERNAHMERELEVANTE ANGABEN GEM. § 315

ABS. 4 HGB MIT ERLÄUTERUNGEN

- Das Grundkapital der Syzygy AG beträgt Euro 12.828.450 und ist eingeteilt in 12.828.450 nennwertlose Stammaktien, die auf den Inhaber lauten. Unterschiedliche Aktiengattungen wurden nicht gebildet.
- Die Syzygy Aktien sind nicht vinkuliert. Der Syzygy AG sind keine Beschränkungen in Bezug auf die Ausübung der Stimmrechte oder in Bezug auf die Übertragung von Syzygy Aktien bekannt.
- Die Syzygy AG hält zum Bilanzstichtag 25.000 eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Stimmrechte oder andere Rechte zustehen.
- Die WPP-Gruppe hatte der Gesellschaft mitgeteilt, dass sie insgesamt 27,88 Prozent der Anteile hält. Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass der Vorstandsvorsitzende 4,86 Prozent und der Chief Operating Officer (COO) der Syzygy AG 2,93 Prozent der Anteile hält.
- Keine der ausgegebenen Aktien der Syzygy AG sind mit Sonderrechten ausgestattet.
- Eine Stimmrechtskontrolle für am Kapital beteiligte Arbeitnehmer wird von der Syzygy AG nicht vorgenommen.
- Die Voraussetzungen für die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern richten sich nach § 84 AktG. Die Satzung der Syzygy AG sieht darüber hinaus vor, dass der Vorstand aus mindestens zwei Personen besteht. Änderungen der Satzung obliegen nach § 119 AktG der Hauptversammlung. Darüber hinaus ist der Aufsichtsrat gemäß der Satzung i. V. m. § 179 AktG befugt, Änderungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.

- Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 30. Juni 2006 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Syzygy AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 30. Juni 2011 durch Ausgabe neuer nennwertloser Stückaktien gegen Bar- oder Sacheinlage um insgesamt bis zu EUR 6.000.000 zu erhöhen. Davon haben Vorstand und Aufsichtsrat zum Teil Gebrauch gemacht, so dass zum 31.12.2010 ein genehmigtes Kapital von EUR 5.250.000 besteht.

Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 29. Mai 2009 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der Syzygy AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 28. Mai 2014 durch Ausgabe von insgesamt 1.200.000 Optionsrechten auf jeweils eine nennwertlose Stückaktie der Syzygy AG bedingt um EUR 1.200.000 zu erhöhen.

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 28. Mai 2010 ist der Vorstand berechtigt, innerhalb von 5 Jahren eigene Aktien bis zu einem Gesamtbestand von insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals über die Börse oder über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot zurückzukaufen.

- Wesentliche Vereinbarungen der Syzygy AG, die unter der Bedingung des Kontrollwechsels entstehen, sind nicht vorhanden.
- Für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern keine Entschädigungsvereinbarungen getroffen worden.

7. RISIKEN UND CHANCEN DER KÜNFTIGEN GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Die Syzygy AG unterliegt einer Vielzahl von Risiken, deren Eintreten die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage negativ beeinflussen kann. Sowohl in den operativen Bereichen als auch auf zentraler Ebene analysiert das Management der Syzygy AG regelmäßig die Chancen und Risiken.

Die Identifizierung von Einzelrisiken wird in verschiedene Risikobereiche untergliedert. Risiken werden über ein einheitliches, konzernweit angewandtes Management-, Planungs- und Berichtswesen identifiziert, quantifiziert und qualitativ bewertet.

Nachfolgend wird über die Risiken berichtet, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns haben können.

Die Ertragslage der Syzygy AG ist neben den auch zukünftig zu erwartenden Zinserträgen von der Entwicklung der Tochtergesellschaften und deren Fähigkeit, die bei der Muttergesellschaft entstehenden Kosten zu decken, bestimmt. Die Risiken und Chancen der zukünftigen Entwicklung der Syzygy AG stehen daher in engem wirtschaftlichem Zusammenhang mit den Risiken der operativen Konzerngesellschaften. Die Ertragslage der Syzygy AG wird maßgeblich von der Ertragslage der Tochtergesellschaften abhängen.

Auf Grundlage der gegenwärtig verfügbaren Informationen sind keine Risiken feststellbar, die den Fortbestand der Syzygy AG und deren Tochtergesellschaften gefährden würden. Risikofaktoren beziehen sich auf die konjunkturelle Entwicklung im Allgemeinen, die Art des Dienstleistungsgeschäftes und die Dynamik des Marktes für Internet-Dienstleistungen.

Die weitere wirtschaftliche Entwicklung der Syzygy AG ist verschiedenen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken können die Finanzlage sowie die Ertragslage negativ beeinflussen und somit auch dazu führen, dass die Syzygy AG ihre geplanten Geschäftsziele nicht erreicht. Durch den Vorstand der Syzygy AG werden diese Risiken auch in Zukunft kontinuierlich ermittelt und mögliche Maßnahmen zu deren Verringerung definiert. Die Risikoabschätzung bezieht sich hierbei sowohl auf den Umfang einer möglichen Auswirkung auf die Ertrags- und Finanzlage, als auch auf die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Risikofaktor Auswirkungen haben kann.

7.1 RISIKEN

KONJUNKTURELLE RISIKEN

Die Bereitschaft von Unternehmen, in Werbe- und Marketingmaßnahmen zu investieren, wird maßgeblich von der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung beeinflusst. Ein Nachlassen der Konjunktur kann daher zu einem verminderten Auftragsvolumen und damit zu entsprechenden Umsatzeinbußen führen. Gegebenenfalls notwendige Kapazitätsanpassungen entfalten ihre Wirkung nicht unmittelbar und verursachen Kosten für Restrukturierungsmaßnahmen.

OPERATIVE RISIKEN

Rund 59 Prozent des Umsatzes der Syzygy Gruppe werden durch das Geschäft mit den zehn größten Kunden generiert. Der Ausfall eines dieser Kunden kann, wenn überhaupt, nur mit zeitlichen Verzögerungen kompensiert werden. In einer solchen Phase ist eine entsprechende kurzfristige Verringerung der Kosten meist nicht möglich.

Die Umsätze von Syzygy sind nicht durch lange Vertragslaufzeiten abgesichert. Umsätze werden meist auf Grundlage von Einzelverträgen mit einem begrenzten zeitlichen Umfang erwirtschaftet. Alle Planungen, die sich auf die Entwicklung des Umsatzes beziehen, beinhalten deshalb zwangsläufig eine große Unsicherheit.

Dem überwiegenden Teil der Umsätze liegen feste Preisvereinbarungen zugrunde. Nicht vorhersehbare Verluste sind daher möglich, wenn die kalkulierten Projektkosten unerwartet überschritten werden. Syzygy übernimmt darüber hinaus projektbezogen die gängigen Gewährleistungs- und Haftungsverpflichtungen. Dies kann zu Folgekosten pro Projekt führen.

Die von Syzygy erbrachte Dienstleistung besitzt eine Öffentlichkeitswirkung. Daher kann ein breitenwirksamer Imageschaden entstehen, wenn es bei einer Projektabwicklung zu Qualitätsmängeln in der Ausführung kommt. Ein solcher Imageschaden kann die weitere Geschäftsentwicklung spürbar negativ beeinflussen.

PERSONELLE RISIKEN

Die Leistungsfähigkeit des Konzerns beruht maßgeblich auf der Leistungsfähigkeit seiner Mitarbeiter. Einzelnen Personen kommt hierbei aufgrund ihrer hohen Qualifikation eine besonders große Bedeutung zu. Sollte es nicht gelingen, diese Mitarbeiter im Unternehmen zu halten bzw. fortlaufend neue hoch qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, kann der Erfolg von Syzygy darunter leiden.

WÄHRUNGSRISIKEN

Syzygy erzielt rund ein Drittel der Netto-Umsatzerlöse in Großbritannien. Aufgrund von Währungsschwankungen des Britischen Pfunds zum Euro können die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss, je nach Kursentwicklung gegenüber der Planung, sowohl positiv als auch negativ beeinflusst werden. Syzygy schließt keine Kurssicherungsgeschäfte ab, weil sowohl die Erlöse als auch die Kosten in der Regel in Britischen Pfund berechnet werden. Daher besteht für Syzygy ein Währungsrisiko lediglich in der Höhe des Jahresüberschusses.

ANLAGERISIKEN

Die Anlagestrategie der liquiden Mittel ist grundsätzlich auf eine langfristige Ertragsentwicklung ausgerichtet. Dabei werden die liquiden Mittel risikodiversifiziert in Unternehmensanleihen und anderen festverzinslichen Wertpapieren angelegt. Bei allen festverzinslichen Wertpapieren bestehen Zinsänderungs- und Ausfallrisiken. Ein Anstieg der langfristigen Zinsen wirkt sich grundsätzlich negativ, ein Rückgang der Zinsen positiv auf die Kursentwicklung der Wertpapiere aus. Syzygy reduziert die Ausfallrisiken durch die diversifizierte Anlage in Titel mit guter Bonität, d.h. grundsätzlich Investment Grade. Dem Zinsänderungsrisiko soll durch die Wahl unterschiedlicher Laufzeiten Rechnung getragen werden.

RISIKEN AUS AKQUISITIONEN

Unternehmensakquisitionen waren und sind ein Teil der Wachstumspolitik von Syzygy. Der wirtschaftliche Erfolg von Übernahmen ist davon abhängig, wie gut die erworbene Unternehmung in die bestehende Struktur eingegliedert werden kann und wie gut es gelingt, die angestrebten Synergie-Effekte zu erzielen. Sollten die Bemühungen einer erfolgreichen Integration misslingen, so kann sich der Wert des übernommenen Unternehmens deutlich verringern. Dies würde einen außerordentlichen Abschreibungsbedarf auf Firmenwerte nach sich ziehen.

7.2 CHANCEN

Das Internet ist in den vergangenen Jahren für große Teile der Bevölkerung zum wichtigsten Medium avanciert, auf das sie privat und beruflich nicht mehr verzichten wollen. Gefördert wird diese Entwicklung unter anderem durch den sich immer stärker ins Web verlagernden Konsum von TV- und Videoinhalten sowie den immensen Erfolg sozialer Netzwerke, welche die Bindung der Nutzer an das Internet weiter erhöhen. Die zunehmende Verbreitung von Tablet PCs und immer leistungsfähigeren Smartphones hat der Integration digitaler Inhalte in den Alltag zusätzlich Vorschub geleistet und eröffnet Werbungtreibenden ganz neue Möglichkeiten der mobilen Zielgruppenansprache und des Abverkaufs.

Das Internet hat die Spielregeln des Marketings fundamental verändert, der Werbemarkt ist fragmentierter und komplexer denn je. Agenturen müssen Wege finden, diese vielschichtige Welt strategisch, kreativ und technologisch zu beherrschen, um einerseits der immer anspruchsvolleren Always-On-Gesellschaft gerecht zu werden, andererseits Unternehmen dabei zu unterstützen, ihre Vertriebs- und Reputationsziele zu erreichen. Dabei ist das Potenzial des Internet als Marketingkanal noch lange nicht ausgereizt, sondern wächst mit jeder technologischen Innovation.

Syzygy ist eine Internet-Agentur der ersten Stunde und verfügt über langjährige und umfassende Online-Kompetenz. Durch den Aufbau von unternehmensübergreifenden Einheiten zur digitalen Strategie- und Markenführung trägt der Konzern der fortschreitenden Verschmelzung von on- und offline-Kommunikation Rechnung. So aufgestellt ist es Syzygy möglich, sich als erster Ansprechpartner für die immer neuen Herausforderungen des Marketings zu positionieren und sich zunehmend auch als Lead-Agentur bei führenden Marken zu empfehlen.

8. INTERNES KONTROLLSYSTEM

Die verwendeten Risikofrüherkennungssysteme basieren auf dem monatlich wiederkehrenden Berichtswesen, das neben einem Finanzreporting (Budget, aktualisierter Forecast und Ist-Zahlen) die Neugeschäftsaktivitäten und die qualitative Entwicklung der Gesellschaften umfasst. In das Finanzreporting ist ein Risikomanagement-System integriert, das monatlich wiederkehrend die Risikoidentifikation, Risikokommunikation und -überwachung operativer Risiken sicherstellt. Die Aggregation und Steuerung der Risiken erfolgt dann auf der Ebene der Holding, bzw. wird von der Holding initiiert. Darüber hinaus werden alle Tochtergesellschaften einem monatlichen Review unterzogen.

Gem. § 289 Abs. 5 HGB werden die Rechnungslegungsanforderungen durch die Syzygy AG in den Tochtergesellschaften u.a. dadurch umgesetzt, dass in der Syzygy Gruppe grundsätzlich ein einheitliches Buchhaltungssystem mit einem einheitlichen Kontenrahmen verwendet wird. Alle Gesellschaften unterliegen mindestens einmal im Quartal einer internen Revision durch die Zentralabteilung Finanzen der Syzygy AG. In einem Review werden die Einhaltung der Bilanzierungsvorschriften sowie die Prozesse zur Datenaufbereitung analysiert, überprüft und sichergestellt. Das interne Kontrollsystem wird dabei u.a. bei Finanztransaktionen durch Genehmigungsprozesse ergänzt (Vier-Augen-Prinzip).

Ergänzt werden die internen Kontrollsysteme durch externe Prüfungsorgane wie den Jahresabschlussprüfer sowie steuerliche Außenprüfungen.

Der Quartalsbericht der Syzygy Gruppe unterliegt jeweils nach Aufstellung der Durchsicht und Genehmigung durch den Aufsichtsrat der Syzygy AG.

Ferner werden die Mitarbeiter in den Finanzbereichen in regelmäßigen internen wie auch externen Schulungen immer auf den aktuellen Stand der gesetzlichen Anforderungen gebracht.

9. AUSBLICK UND PROGNOSE

Wie jedes Wirtschaftsunternehmen unterliegt die Syzygy Gruppe Faktoren, auf die sie selbst keinen Einfluss hat. Veränderungen in der allgemeinen Wirtschaftslage und -stimmung können sich sowohl positiv als auch negativ auf das Wachstum des Konzerns auswirken.

Prognosen über die künftige Wirtschaftsentwicklung beruhen auf einer sich kontinuierlich verändernden Datenbasis und sind daher mit Unsicherheiten verbunden. Alle Aussagen über die weitere Entwicklung der Agenturgruppe beruhen auf Informationen und Erkenntnissen, die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts bekannt waren. Die tatsächlichen Ergebnisse können hiervon jedoch abweichen.

Die Syzygy Gruppe erstellt ihre Prognosen auf Basis ihrer organischen Entwicklung. Daher können Akquisitionen das künftige Wachstum des Konzerns positiv beeinflussen.

Ferner kann die Geschäftsentwicklung positive Impulse aus der Akquisition bedeutender Neukunden erhalten, ebenso wie aus der Weiterentwicklung bestehender Kundenbeziehungen, wenn über die geplanten Projekte hinaus weitere Budgets gewonnen werden können.

9.1 ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG

Die unerwartet rasante Erholung der weltweiten Konjunktur lässt die internationale Management-Elite positiv in die Zukunft blicken. Laut der von PricewaterhouseCoopers durchgeführten „Global Annual CEO Survey“, beurteilen die befragten Vorstände die Wachstumsperspektiven für die kommenden Jahre so optimistisch wie zuletzt in 2007. Besonders euphorisch zeigten sich die deutschen CEOs, von denen drei Viertel mit Umsatzsteigerungen in den kommenden drei Jahren rechnen. Weltweit teilt jeder zweite Wirtschaftsführer diese Einschätzung.

In der Euro-Zone dürfte sich die heterogene Konjunktorentwicklung in 2011 weiter fortsetzen. Das vom statistischen Dienst der Europäischen Union (Eurostat) vorausgesagte durchschnittliche BIP-Wachstum von 1,4 Prozent umfasst so unterschiedliche Werte wie -3,0 Prozent für Griechenland und +4,4 Prozent für Estland. In 2012 werden nach Einschätzung von Eurostat die Peripherieländer jedoch wieder Anschluss finden, so dass sich die Unterschiede zwischen den einzelnen Mitgliedern der Währungsunion verringern und gemeinsam ein Wachstum von 1,8 Prozent erzielt werden kann.

Konjunkturprognosen für 2011 liegen für Deutschland zwischen 2,0 Prozent (Bundesbank) und 2,5 Prozent (u. a. OECD), wobei die optimistischeren Schätzungen deutlich überwiegen. Erste Voraussagen für 2012 bewegen sich zwischen 1,3 Prozent (DIW) und 2,2 Prozent (OECD), so dass von einer nachlassenden Dynamik des Aufschwungs ausgegangen werden kann.

Die Vorhersagen für 2011 belaufen sich für Großbritannien im Mittel auf ein Konjunkturplus von 2,0 Prozent, schwanken jedoch stark zwischen 1,1 und 3,1 Prozent. Unsicherheiten ergeben sich aus den drastischen Haushaltskürzungen, der Mehrwertsteuererhöhung um 2,5 Prozent als auch aus der Finanzmisere Irlands, das Großbritanniens fünftgrößten Exportmarkt darstellt. Für das Jahr 2012 traut Eurostat dem britischen Inselstaat ein Wachstum von 2,5 Prozent zu, die Britische Handelskammer urteilt mit 1,8 bis 2,1 Prozent etwas vorsichtiger.

9.2 ONLINE-WERBEMARKT

Das Internet hat sich längst als einer der wichtigsten Werbekanäle etabliert und wird auch weiterhin überproportionales Wachstum verzeichnen können. Das World Advertising Research Center (WARC) etwa sagt dem globalen Werbemarkt für 2011 eine Umsatzsteigerung von 4,5 Prozent, dem Internet dagegen von 13 Prozent voraus. ZenithOptimedia ermittelte mit 4,5 Prozent bzw. 14 Prozent vergleichbare Werte.

Auf Länderebene zeichnet sich ein ähnliches Bild ab, wobei Prognosen für den sehr reifen Online-Werbemarkt in UK mit einem Plus von 6,2 Prozent (WARC) bzw. 5,9 Prozent (ZenithOptimedia) verhaltener ausfallen. Mit diesen Werten übertrifft das Web aber noch immer deutlich jene 2,7 bzw. 2,5 Prozent Wachstum, die WARC und ZenithOptimedia dem britischen Werbemarkt als Ganzes voraussagen.

Für Deutschland erwartet PricewaterhouseCoopers bis 2014 ein durchschnittliches jährliches Wachstum der Online-Werbung um 12,5 Prozent, verglichen mit einer Steigerung der gesamten Werbeausgaben um 4,8 Prozent.

Der Online-Vermarkterkreis traut dem Online-Werbemarkt in 2011 ein Wachstum von 16 Prozent auf insgesamt EUR 6,2 Mrd. zu.

Besonders dynamisch wird sich in beiden Ländern die mobile Onlinewerbung entwickeln, die bislang noch in ihren Kinderschuhen steckt, ihr Potenzial und ihre Attraktivität in den kommenden Jahren jedoch immer mehr entfalten wird. In Deutschland rechnet PwC bis 2014 mit durchschnittlichen jährlichen Steigerungsraten von rund 33 Prozent, Enders Analysis hält in Großbritannien sogar ein jährliches Wachstum der Mobile-Werbung von 45 Prozent bis 2015 für realistisch.

9.3 ENTWICKLUNG DER SYZYGY GRUPPE

Die allgemeine Konjunkturbelebung vor allem in Deutschland und die zunehmende Verlagerung von Marketingaktivitäten ins Internet bieten der Syzygy Gruppe gute Rahmenbedingungen, um sich in den kommenden Jahren weiterhin positiv zu entwickeln.

Der Syzygy Konzern sieht sich hervorragend aufgestellt, um führende Marken dabei zu unterstützen, die Herausforderungen einer sich immer stärker digitalisierenden Welt zu meistern. Mit der Gründung von Hi-ReS! New York zu Beginn des Geschäftsjahres 2011 hat Syzygy einen wichtigen Schritt unternommen, um die Internationalisierung der Gruppe voranzutreiben, neue Kundenpotenziale in den USA zu erschließen und die Attraktivität unseres Unternehmens für hoch qualifizierte Mitarbeiter weiter zu erhöhen.

Exakte Prognosen über die Entwicklung der Gruppe sind schwer zu treffen. Große Bestandskunden haben für das laufende Geschäftsjahr jedoch eine Erhöhung ihrer Budgets im Vergleich zu 2010 angekündigt, und die verstärkte Teilnahme an Agenturwettbewerben im vergangenen Jahr wirkt sich positiv auf die Neugeschäftsentwicklung aus.

Für 2011 und 2012 erwartet Syzygy daher zweistellige Wachstumsraten bei den Netto-Umsatzerlösen und im operativen Ergebnis. In den beiden Geschäftssegmenten werden jeweils zweistellige Wachstumsraten im Umsatz prognostiziert. Das operative Ergebnis im Segment Großbritannien wird in 2011 und 2012 ein höheres Wachstum aufweisen können als in Deutschland.

10. WESENTLICHE EREIGNISSE NACH

DEM BILANZSTICHTAG

Die Syzygy AG hat im Januar 2011 eine neue Gesellschaft in New York gegründet. Hi-ReS! New York Inc. wird im ersten Quartal 2011 ihren Geschäftsbetrieb aufnehmen und Kunden aus dem US-amerikanischen Raum bedienen.

Ferner haben im Februar 2011 die Syzygy AG und Ars Thanea s.c., Warschau, Polen, eine Absichtserklärung abgegeben, ihre bisherige Kooperation zu intensivieren. Im Zuge dessen plant die Syzygy AG 26 Prozent der Anteile an Ars Thanea zu erwerben.

Weitere wesentliche Ereignisse mit nennenswertem Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der Gesellschaft sind nicht eingetreten.

11. ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG**GEM. § 289A HGB**

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 14.12.2010 eine aktualisierte Erklärung zum Corporate Governance Kodex abgegeben und veröffentlicht.

Ferner wird im Rahmen der Erklärung zur Unternehmensführung die Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat beschrieben.

Beide Erklärungen können auf der Website im Bereich „Investor Relations“ eingesehen werden, erreichbar über <http://www.szygy.net>.

Bad Homburg v.d.H., den 28. März 2011

Szygy AG

Der Vorstand

KONZERNBILANZ

AKTIVA		31.12.2010	31.12.2009
	ANHANG	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäfts- oder Firmenwerte	(3.1)	19.401	19.249
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(3.2)	1.750	2.182
Sonstige Vermögenswerte	(3.3)	487	462
Wertpapiere	(3.3)	0	2.578
Aktive latente Steuern	(3.4)	57	68
Summe langfristige Aktiva		21.695	24.539
Kurzfristige Aktiva			
Liquide Mittel	(3.5)	5.839	5.747
Wertpapiere	(3.5)	18.042	12.211
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3.6)	10.675	16.788
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	(3.7)	2.215	2.430
Summe kurzfristige Aktiva		36.771	37.176
Summe Aktiva		58.466	61.715
PASSIVA		31.12.2010	31.12.2009
		TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Grundkapital*	(3.8.1)	12.828	12.078
Kapitalrücklage	(3.8.3)	20.207	18.385
Eigene Aktien	(3.8.4)	-116	-116
Übriges Konzernergebnis	(3.8.5)	-2.107	-2.936
Bilanzgewinn	(3.8.6)	9.601	8.444
Summe Eigenkapital		40.413	35.855
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Verbindlichkeiten	(3.12)	249	1.226
Passive latente Steuern	(5.7)	55	67
Summe langfristige Verbindlichkeiten		304	1.293
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	(3.11)	2.874	2.545
Sonstige Rückstellungen	(3.10)	1.439	1.838
Erhaltene Anzahlungen		2.399	1.721
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(3.10)	9.205	12.450
Sonstige Verbindlichkeiten	(3.12)	1.832	6.013
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		17.749	24.567
Summe Passiva		58.466	61.715

* Bedingtes Kapital TEUR 1.200 (Vorjahr: TEUR 1.200). Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNGESAMTERGEBNIS- RECHNUNG

		2010	2009	VORJAHR
	ANHANG	TEUR	TEUR	
Umsatzerlöse, brutto	(5.1)	87.096	80.487	8%
Mediakosten		-59.849	-51.654	16%
Umsatzerlöse, netto	(5.1)	27.247	28.833	-6%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen		-18.170	-19.718	-8%
Vertriebs- und Marketingkosten		-2.415	-2.251	7%
Allgemeine Verwaltungskosten		-3.810	-3.776	1%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen, netto	(5.2)	316	468	-32%
Operatives Ergebnis		3.168	3.556	-11%
Finanzergebnis	(5.6)	1.107	1.338	-17%
Ergebnis vor Steuern		4.275	4.894	-13%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(5.7)	-479	-1.563	-69%
Konzernergebnis		3.796	3.331	14%
davon Ergebnisanteil der Aktionäre der Syzygy AG		3.796	3.331	14%
Konzernergebnis der Periode		3.796	3.331	14%
Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung		524	334	57%
Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus Wertpapieren		347	2.112	-84%
Steuereffekt		-42	0	
Übriges Gesamtergebnis der Periode		829	2.446	-66%
Gesamtergebnis		4.625	5.777	-20%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (verwässert und unverwässert in EUR)	(6.1)	0,30	0,28	7%

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNKAPITALFLUSS- RECHNUNG

	2010	2009
	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	3.796	3.331
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:		
– Abschreibung auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	237	0
– Abschreibungen auf Anlagevermögen	773	710
– Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Wertpapieren	-301	-322
– sonstige nicht zahlungswirksame Erträge	-1.178	0
Veränderungen der:		
– Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	7.416	-5.414
– erhaltenen Anzahlungen	678	-432
– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.579	2.498
– Steuerschulden und latente Steuern	328	-533
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	8.170	-162
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögensgegenständen	158	5
Veränderung der langfristigen Aktiva	-26	-26
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-314	-6.127
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-19.117	-5.515
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	16.275	8.383
Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-2.488	0
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-5.512	-3.280
Dividende	-2.561	-1.808
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-2.561	-1.808
Cashflow gesamt	97	-5.250
Liquide Mittel zum Jahresanfang	5.747	10.991
Währungsveränderungen	-5	6
Liquide Mittel zum Periodenende	5.839	5.747

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

TEUR	ANZAHL AKTIEN (IN STÜCK)	GRUNDKAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE	EIGENE AKTIEN	BILANZGEWINN	ÜBRIGES KONZERN- ERGEBNIS		SUMME EIGENKAPITAL
						WÄHRUNGSUMRECHNUNG	UNREALISIERTE GEWINNE UND VERLUSTE	
01. Januar 2009	12.078	12.078	18.385	-116	6.921	-2.925	-2.457	31.886
Gesamtergebnis					3.331	334	2.112	5.777
Dividende					-1.808			-1.808
31. Dezember 2009	12.078	12.078	18.385	-116	8.444	-2.591	-345	35.855
01. Januar 2010	12.078	12.078	18.385	-116	8.444	-2.591	-345	35.855
Gesamtergebnis					3.796	524	305	4.625
Dividende					-2.561			-2.561
Kapitalerhöhung	750	750	1.822					2.572
Transfer in Bilanzgewinn					-78			-78
31. Dezember 2010	12.828	12.828	20.207	-116	9.601	-2.067	-40	40.413

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNANHANG

1. GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

1.1 ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss der Syzygy AG (im Folgenden „Syzygy“, „Syzygy Gruppe“ oder „Gesellschaft“ genannt) für das Geschäftsjahr 2010 wurde nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) in der gültigen Fassung zum 31. Dezember 2010 – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind und den ergänzenden Vorschriften des § 315a HGB entsprechen – erstellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft wurde am 01. Mai 2000 unter der Firma Syzygy AG in das Handelsregister beim Amtsgericht Bad Homburg (HRB 6877) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Bad Homburg, Deutschland. Die Anschrift lautet: Syzygy AG, Im Atzelnest 3, 61352 Bad Homburg v. d. H.

1.2 GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DER GESELLSCHAFT

Syzygy ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing. Die Syzygy AG nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr, während die Tochtergesellschaften als operative Einheiten das Beratungs- und Dienstleistungsgeschäft ausüben. Mit Niederlassungen in Frankfurt am Main, Hamburg und London bieten die Töchter europäischen Großunternehmen ein ganzheitliches Dienstleistungsspektrum rund um unternehmensrelevante Internet-Lösungen: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung. Suchmaschinenmarketing und Online Media Planung komplettieren das Serviceangebot. So ermöglicht es Syzygy ihren Kunden, das Internet als leistungsstarkes Kommunikations- und Vertriebsmedium zu nutzen und die Interaktion mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern zu verbessern und zu vertiefen. Die Geschäftsschwerpunkte liegen

in den Branchen Automobile, Finanzdienstleistungen, Telekommunikation / IT, Handel und Konsumgüter sowie Media und Unterhaltung.

1.3 KONSOLIDIERUNGSKREIS

Grundlage für den Konzernabschluss sind die nach den IFRS entsprechenden Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen aufgestellten Jahresabschlüsse der in den Konzern einbezogenen Gesellschaften. Die Bilanzstichtage dieser Unternehmen entsprechen dem Konzernabschlussstichtag.

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 wurden neben der Syzygy AG als oberstes Mutterunternehmen folgende Tochterunternehmen vollkonsolidiert, da der Syzygy AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zusteht und sie über die Finanz- und Geschäftspolitik dieser Gesellschaften bestimmen kann:

- Hi-ReSI London Ltd., London, Großbritannien (kurz: Hi-ReSI)
- Mediopoly Limited, Jersey, Großbritannien (kurz: Mediopoly)
- Syzygy Deutschland GmbH, Bad Homburg v.d.H., Deutschland (kurz: Syzygy Deutschland)
- Syzygy UK Limited, London, Großbritannien (kurz: Syzygy UK)
- unquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland (kurz: unquedigital)
- Unique Digital Marketing Ltd., London, Großbritannien (kurz: Unique Digital UK)

1.4 KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Die in den Konzernabschluss übernommenen Vermögenswerte und Schulden sind nach der für Syzygy einheitlich geltenden Konzernbilanzierungs- und Bewertungsrichtlinie nach IFRS angesetzt und bewertet worden.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach IFRS 3 unter Anwendung der Erwerbsmethode. Die Beteiligungsbuchwerte werden mit dem Eigenkapital des Tochterunternehmens zum Zeitpunkt des Erwerbs verrechnet. Hierbei werden Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten mit den jeweiligen Zeitwerten angesetzt. Der verbleibende Unterschiedsbetrag wird als Firmenwert unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Vorhandene und erworbene Firmenwerte werden gemäß IFRS 3 nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich bzw. bei dem Vorliegen von Anhaltspunkten für Wertminderungen entsprechend den Regelungen des IAS 36 auf ihre Werthaltigkeit mittels eines einstufigen Testverfahrens überprüft.

Im Rahmen der Schuldenkonsolidierung werden Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen verrechnet. Die im Rahmen der Schuldenkonsolidierung aufgetretenen Differenzen werden erfolgswirksam berücksichtigt und in der Gewinn- und Verlustrechnung unter den sonstigen betrieblichen Erträgen bzw. den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.

Bei der Aufwands- und Ertragskonsolidierung werden Innenumsätze der einbezogenen Tochterunternehmen mit den darauf entfallenden Aufwendungen verrechnet. Soweit in Einzelabschlüssen Wertberichtigungen auf Anteile einbezogener Gesellschaften oder konzerninterner Forderungen gebildet wurden, werden diese im Rahmen der Konsolidierung zurückgenommen.

Aufgrund der Art des Geschäfts und der Struktur im Konzern entfällt die Ermittlung und Eliminierung von Zwischenergebnissen.

Bei ergebniswirksamen Konsolidierungsvorgängen werden die ertragsteuerlichen Auswirkungen berücksichtigt und latente Steuern in Ansatz gebracht.

1.5 SCHÄTZUNGEN UND ANNAHMEN

Die Erstellung des Konzernabschlusses nach IFRS erfordert Schätzungen und Annahmen, welche die Beträge von Vermögenswerten, Verbindlichkeiten und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen des Berichtsjahres beeinflussen können. Insbesondere bei der Bewertung der Rückstellungen, der Forderungen aus unfertigen Projekten und bei bedingten Kaufpreiszahlungen sowie korrespondierend beim Goodwill waren diese erforderlich. Die tatsächlichen Beträge können von diesen Schätzungen und Annahmen abweichen. Annahmen und Schätzungen beruhen immer auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand. Sollte die tatsächliche Entwicklung dennoch von der erwarteten abweichen, werden, falls erforderlich, die entsprechenden Positionen angepasst.

1.6 WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Bei der Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Abschlüsse der einbezogenen Gesellschaften wird das Konzept der funktionalen Währung angewendet. Da die ausländischen Gesellschaften wirtschaftlich selbstständig arbeiten, ist die Landeswährung identisch mit der funktionalen Währung dieser Unternehmen. Aus diesem Grund werden gemäß IAS 21 die Vermögenswerte und Schulden zum Bilanzstichtagskurs und die Aufwendungen und Erträge zu Jahresdurchschnittskursen umgerechnet. Translationsdifferenzen werden ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis der Gesamtergebnisrechnung gezeigt. In der Entwicklung des Anlagevermögens werden der Stand zu Beginn und am Ende des Geschäftsjahres zum jeweiligen Stichtagskurs und die übrigen Positionen zu Durchschnittskursen umgerechnet. Ein sich ergebender Unterschiedsbetrag wird sowohl bei den Anschaffungs- und Herstellkosten als auch bei den kumulierten Abschreibungen in einer separaten Zeile als Kursdifferenz gezeigt.

In den in lokaler Währung aufgestellten Einzelabschlüssen der konsolidierten Gesellschaften werden monetäre Posten in fremder Währung gemäß IAS 21 zum Stichtagskurs am Jahresende bewertet; daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar ergebniswirksam.

1.7 VERÖFFENTLICHTE, ABER NOCH NICHT ANGEWENDETE STANDARDS (IFRS) UND INTER-PRÄTATIONEN (IFRIC)

Nachfolgende Standards, Interpretationen und Änderungen wurden bis zum Bilanzstichtag vom IASB herausgegeben und in EU-Recht übernommen, sind für die Syzygy AG jedoch erst in der Folgeperiode anzuwenden. Die Syzygy AG hat auch keinen Gebrauch von einer vorzeitigen Anwendung gemacht.

- Amendments to IFRS 1 „Limited Exemption from Comparative IFRS 7 Disclosures for First-Time Adopters“
- Revised IAS 24 „Related Party Disclosures“
- Amendment to IAS 32 „Classification of Rights Issues“
- Amendment to IFRIC 14 „Prepayments of a Minimum Funding Requirement“
- IFRIC 19 „Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments“

Die erstmalige Anwendung der genannten Vorschriften wird voraussichtlich keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Syzygy Gruppe haben.

Die „Improvements to IFRS (issued May 2010)“ waren bis zum Stichtag nicht endorsed und wurden auch nicht vorzeitig angewendet. Die erstmalige Anwendung dieser Improvements wird voraussichtlich keinen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Syzygy Gruppe haben.

Die Syzygy AG hat folgende Verlautbarungen bzw. Änderungen von Verlautbarungen des IASB im Geschäftsjahr erstmalig angewendet:

- IFRS 3 „Business Combinations“
- IFRIC 12 „Service Concession Arrangements“
- Amendments to IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement – Eligible Hedged Items“
- IFRIC 17 „Distributions of Non-Cash Assets to Owners“
- IFRIC 18 „Transfers of Assets from Customers“
- Amendment to IAS 32 „Classification of Rights Issues“

Die erstmalige Anwendung der oben genannten Verlautbarungen bzw. Änderungen von Verlautbarungen des IASB haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

1.8 SONSTIGE ANGABEN

Der Konzernabschluss der Gesellschaft wird, soweit nicht anders angegeben, in TEUR dargestellt. Die Bilanzierung erfolgt unter der Grundannahme einer bestehenden, positiven Fortführungsprognose.

Die Bilanz ist in Anwendung von IAS 1 nach lang- und kurzfristigen Vermögenswerten und Schulden gegliedert. Als kurzfristig werden solche Vermögenswerte und Schulden angesehen, die innerhalb eines Jahres fällig sind. Unabhängig von ihrer Fälligkeit werden Vorräte sowie Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen auch dann als kurzfristig angesehen, wenn sie nicht innerhalb eines Jahres, jedoch innerhalb des normalen Verlaufs des Geschäftszyklus verkauft, verbraucht oder fällig werden.

Die Gesamtergebnisrechnung ist im Bereich der erfolgswirksam im Periodenergebnis auszuweisenden Aufwendungen und Erträge gemäß IAS 1.103 nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt. Dabei werden den Umsatzerlösen die zu ihrer Erzielung angefallenen Aufwendungen gegenübergestellt, die grundsätzlich den Funktionsbereichen Herstellung, Vertrieb und allgemeine Verwaltung zugeordnet werden können.

2. WESENTLICHE RECHNUNGSLEGUNGSGRUNDSÄTZE

2.1 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE UND FIRMENWERTE SOWIE SACHANLAGEN

Immaterielle Vermögenswerte umfassen Geschäfts- und Firmenwerte, Markenrechte und Software.

Die Bilanzierung und Erstbewertung immaterieller Vermögenswerte erfolgt gemäß IAS 38. Demnach werden einzeln erworbene immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear über drei Jahre abgeschrieben, sofern sie eine bestimmte Nutzungsdauer haben. Anderenfalls entfällt diese Abschreibung. Der planmäßige Aufwand aus Abschreibungen wird je nach Zuordnung der Vermögenswerte zu den Funktionsbereichen des Unternehmens unter den Funktionskosten in der Gesamtergebnisrechnung ausgewiesen.

Immaterielle Vermögenswerte, die im Zuge eines Unternehmenskaufs übernommen wurden, werden gemäß IFRS 3 mit ihrem beizulegenden Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Spätere Wertminderungen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt. Bei steigenden Zeitwerten von zuvor außerplanmäßig abgeschrieben Vermögenswerten wird die Erhöhung als Wertaufholung erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer, wie Geschäfts- und Firmenwerte aus Unternehmenserwerben, werden gemäß IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 sowie 38 nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich entsprechend den Regelungen des IAS 36 auf ihre Werthaltigkeit überprüft (impairment test). Im Rahmen des impairment tests werden jeweils zum 31. Dezember die Buchwerte des Eigenkapitals der den Geschäfts- und Firmenwerten zugrunde liegenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (cash generating units, CGU) einschließlich des Buchwertes des der jeweiligen CGU zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwertes mit den erzielbaren Werten (recoverable amount) dieser

CGU verglichen. Der erzielbare Wert ergibt sich aus dem höheren der beiden Werte (Nutzungswert und Netto-Veräußerungswert). Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten werden bei Syzygy die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt. In diese Planung fließen die Erfahrungen aus der Vergangenheit, Erkenntnisse über aktuelle operative Ergebnisse sowie Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen ein. Dabei finden regelmäßig auch Markt- und Branchenprognosen von führenden Branchenanalysten wie Nielsen ihre Berücksichtigung. Auf die Ausführungen im Lagebericht sei diesbezüglich verwiesen. Insbesondere die Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen wie z. B. die Umsatzentwicklung sind mit Unsicherheiten behaftet. Übersteigt der zu testende Buchwert den nach dem DCF-Verfahren ermittelten erzielbaren Betrag, liegt eine Wertminderung vor und es ist auf den erzielbaren Betrag abzuschreiben.

Das Sachanlagevermögen enthält Mietereinbauten und Betriebs- und Geschäftsausstattungen und wird zu Anschaffungskosten, vermindert um planmäßige, nutzungsbedingte Abschreibungen, angesetzt. Mietereinbauten werden linear über ihre betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer oder gegebenenfalls über die kürzere Laufzeit des jeweiligen Mietvertrages abgeschrieben. Die Betriebs- und Geschäftsausstattungen werden linear, in der Regel über drei bis zu dreizehn Jahre, abgeschrieben.

Stellen sich bei immateriellen oder materiellen Vermögenswerten des Anlagevermögens Anzeichen für außerplanmäßige Wertminderungen ein, so wird gemäß IAS 36 beurteilt, ob die betroffenen Vermögenswerte auf ihre beizulegenden Zeitwerte abzuschreiben sind. Dies ist dann der Fall, wenn der erzielbare Betrag niedriger ist als der Buchwert. Sollten die Gründe für außerplanmäßige Abschreibungen im Bereich des Anlagevermögens – bis auf Geschäfts- oder Firmenwerte – nicht mehr bestehen, werden Wertaufholungen vorgenommen.

2.2 FINANZINSTRUMENTE

Zu den relevanten Finanzinstrumenten gehören bei Syzygy Wertpapiere und derivative Finanzinstrumente.

Wertpapiere, die gemäß IAS 39 als zum Verkauf verfügbar („available-for-sale“) klassifiziert werden, werden bei der erstmaligen Erfassung zu ihren Anschaffungskosten, die in der Regel dem Fair Value entsprechen, bewertet, anschließend mit ihren beizulegenden Zeitwerten, die in der Regel den Markt- oder Börsenwerten an den Finanzmärkten entsprechen. Unrealisierte Gewinne und Verluste werden im Eigenkapital unter der Position „Übriges Konzernergebnis“ und in der Gesamtergebnisrechnung im Posten „Ergebnisneutrale Änderung der unrealisierten Gewinne und Verluste aus Wertpapieren“ ausgewiesen. Ausgenommen hiervon sind Verluste aus nicht nur vorübergehenden Wertminderungen, sowie Gewinne und Verluste aus der Fremdwährungsumrechnung von monetären Posten, welche in der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgswirksam erfasst werden. Wird ein Wertpapier der Kategorie „available-for-sale“ veräußert oder wird eine außerplanmäßige Wertminderung festgestellt, werden die bis dahin in der Neubewertungsrücklage angesammelten Gewinne und Verluste im Periodenergebnis erfasst. In der Vergangenheit erfolgswirksam erfasste Wertminderungen von Wertpapieren werden bei Eigenkapitalinstrumenten nicht

erfolgswirksam rückgängig gemacht. Wertaufholungen bei Fremdkapitalinstrumenten werden hingegen erfolgswirksam erfasst.

Bei bestimmten Finanzinvestitionen ist sowohl beabsichtigt als auch wirtschaftlich mit hinreichender Sicherheit zu erwarten, dass diese bis zur Endfälligkeit gehalten werden. Die Bewertung dieser finanziellen Vermögenswerte erfolgt im Zugangszeitpunkt zu Anschaffungskosten, die Folgebewertung unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten.

Zinsänderungen führen bei festverzinslichen Wertpapieren in Abhängigkeit von der Duration zu Kursschwankungen. Hierfür werden keine Kurssicherungsgeschäfte abgeschlossen.

Derivative Finanzinstrumente werden zum Marktwert bilanziert. Änderungen der Marktwerte werden erfolgswirksam erfasst.

2.3 FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung bzw. der übergebenen Leistung erfasst. Dabei werden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen berücksichtigt. Soweit keine Abwertungen aufgrund von Ausfallrisiken erforderlich sind, erfolgt die Bilanzierung zum Nennwert. Forderungen mit einer Fälligkeit, die über ein Jahr hinausgeht, werden marktüblich abgezinst. Erbrachte Leistungen aus Festpreisprojekten, die entsprechend ihrem Fertigstellungsgrad nach der POC-Methode (percentage of completion) realisiert werden, sind ebenfalls in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen (siehe auch Abschnitt 2.9 Umsatzrealisierung).

2.4 EIGENE AKTIEN

Eigene Aktien werden als Abzug vom Eigenkapital ausgewiesen. Insofern vermindert der Umfang des Aktienrückkaufs das Eigenkapital. Die gesamten Anschaffungskosten aus dem Erwerb eigener Aktien werden in einer Position als Abzugsposten vom Eigenkapital ausgewiesen.

Gewinne aus der Veräußerung eigener Aktien werden erfolgsneutral den Kapitalrücklagen zugerechnet.

2.5 AKTIENBASIERTE MITARBEITER-BETEILIGUNGSPROGRAMME

Syzygy hat ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm aufgelegt. Ziel dieses Programms ist die Rekrutierung und die Bindung der Mitarbeiter sowie die Steigerung des Unternehmenserfolgs durch die Möglichkeit des Aktienerwerbs durch die Mitarbeiter. Gemäß IFRS 2 sind die Aufwendungen aus Aktienoptionsplänen mit dem Marktwert (fair value) zum Gewährungszeitpunkt zu erfassen. Hierzu wird der Marktwert der im Rahmen der aktienorientierten Vergütungsprogramme ausgegebenen Optionen zum Gewährungszeitpunkt auf Basis des Black-Scholes-Optionspreismodells bestimmt.

2.6 LATENTE STEUERN

Aktive und passive latente Steuern werden für temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen in der Konzernbilanz nach IFRS und der Steuerbilanz angesetzt.

Aktive und passive latente Steuern sind in der Bilanz gesondert ausgewiesen, sofern sie nicht aufrechenbar gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen. Die Bewertung der latenten Steuern erfolgt zu den Steuersätzen, die nach geltender Rechtslage in den jeweiligen Ländern zum Zeitpunkt der Realisierung (Umkehrung der Steuerlatenzen) voraussichtlich gelten werden.

Der Buchwert der latenten Steueransprüche wird jedes Jahr am Stichtag geprüft und herabgesetzt, falls es nicht mehr wahrscheinlich ist, dass ein ausreichendes zu versteuerndes Ergebnis zur Verfügung stehen wird, gegen das die abzugsfähige temporäre Differenz oder der ertragsteuerliche Verlustvortrag verwendet werden kann.

2.7 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Gemäß IAS 39 werden kurzfristige Verbindlichkeiten im Zugangszeitpunkt mit ihrem Rückzahlungsbetrag angesetzt, der im Wesentlichen ihrem Marktwert entspricht. Bei langfristigen Verbindlichkeiten erfolgt die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten. Diese werden nach Maßgabe der Effektivzinsmethode durch eine Abzinsung des Erfüllungsbetrages ermittelt und bis zur Fälligkeit fortgeführt.

Nach IAS 37 werden sonstige Rückstellungen nur gebildet, sofern eine entsprechende rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Inanspruchnahme wahrscheinlich ist und die voraussichtliche Höhe des notwendigen Rückstellungsbetrags zuverlässig schätzbar ist. In die Berechnung der sonstigen Rückstellungen fließen alle zu berücksichtigenden Kostenbestandteile ein.

2.8 SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden zum Nennwert bzw. Erfüllungsbetrag bilanziert. Etwaige Wertminderungen bei den sonstigen Vermögenswerten werden durch Einzelwertberichtigungen berücksichtigt.

2.9 UMSATZ- UND ERTRAGSREALISIERUNG

Syzygy erzielt Umsatzerlöse aus Beratungs- und Entwicklungsleistungen sowie aus der Durchführung von Werbekampagnen.

Umsätze aus Beratungsleistungen und durch Produktion von Inhalten für digitale Medien werden realisiert, wenn die Leistung in Übereinstimmung mit den zugrunde liegenden vertraglichen Vereinbarungen erbracht wurde, eine Zahlung seitens des Kunden wahrscheinlich ist und der Rechnungsbetrag feststeht bzw. bestimmbar ist.

Beratungsleistungen auf Festpreisbasis werden nach der POC-Methode (percentage of completion) realisiert. Der Fertigstellungsgrad der Projekte wird anhand des Vergleichs der bereits erbrachten Zeiteinheiten zu den gesamten zur Fertigstellung des Projektes geplanten Zeiteinheiten ermittelt. Anpassungen aufgrund einer veränderten Planung werden regelmäßig durchgeführt. Für drohende Verluste aus derartigen Projekten werden Wertberichtigungen oder Rückstellungen in der Periode gebildet, in der sie erkennbar werden.

In manchen Projektverträgen sind Teilleistungen („milestones“) vereinbart. In diesen Fällen wird eine Teilrealisierung der Umsatzerlöse nach Erbringung der jeweiligen Teilleistung sowie der Abnahme der Teilleistung durch den Kunden vorgenommen.

Die Durchführung von Werbemaßnahmen umfasst Dienstleistungen im Bereich Online-Media oder Suchmaschinenmarketing. Hierbei fallen in erheblichem Umfang Kosten für die Platzierung der Werbekampagnen auf Online-Portalen an. Als „Umsatzerlöse, brutto“, werden in der Gewinn- und Verlustrechnung die Rechnungsbeträge inklusive der Media-Einkäufe ausgewiesen. Die Position „Umsatzerlöse, netto“ zeigt entsprechend die Umsatzerlöse, brutto, abzüglich der direkten Kosten für den Einkauf von Werbeplätzen. Die Realisierung dieser Umsatzerlöse erfolgt mit dem Erscheinen der jeweiligen Kampagne.

Erträge in Form von Zinsen u. Ä. werden periodengerecht abgezogen.

2.10 WERBEAUFWENDUNGEN

Ausgaben für Werbemaßnahmen werden zum Zeitpunkt ihres Anfalls ergebniswirksam in der Konzerngesamtergebnisrechnung erfasst.

2.11 STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

Die tatsächlichen Ertragsteuern werden gemäß den steuerrechtlichen Bestimmungen der Länder ermittelt, in denen die betroffenen Gesellschaften tätig sind. Die Berechnung der latenten Ertragsteuern nach IAS 12 beinhaltet die Berechnung von Steuerabgrenzungen auf unterschiedliche Wertansätze von Aktiva und Passiva in Handelsbilanz (IFRS) und Steuerbilanz. Laufende und latente Steuern werden erfolgswirksam als Aufwand oder Ertrag erfasst, es sei denn, dass sie im Zusammenhang mit Posten stehen, deren Wertänderungen direkt im Eigenkapital berücksichtigt wurden. In diesem Fall wird die latente Steuer ebenfalls direkt im Eigenkapital erfasst.

2.12 ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt. Dabei entspricht der unverwässerte Wert dem Konzernergebnis, geteilt durch die gewichtete, durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres ausgegebenen Aktien. Der Erwerb eigener Aktien vermindert entsprechend die Anzahl ausgegebener Aktien.

Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses werden neben den ausstehenden Aktien auch alle ausstehenden, noch nicht ausgeübten Optionen berücksichtigt, deren innerer Wert während der Berichtsperiode positiv war. Der innere Wert ergibt sich aus der Differenz zwischen dem beizulegenden Zeitwert und dem Ausübungspreis einer Option. Die Anzahl der hieraus zusätzlich zu berücksichtigenden Aktien berechnet sich aus dem Vergleich der aus der Ausübung erzielbaren Erlöse mit dem Marktwert dieser Aktien. Die verbleibende Differenz, ausgedrückt in Anzahl der Aktien zum Marktwert, entspricht dem Verwässerungseffekt, der durch die fiktive Ausübung dieser Optionen entstanden wäre.

3. ERLÄUTERUNGEN ZUR KONZERNBILANZ

3.1 GESCHÄFTS- ODER FIRMIENWERT

Der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 19.401 (Vorjahr: TEUR 19.249) ist im Rahmen der Akquisitionen der unquedigital in Hamburg, der Unique Digital in London und der Hi-ReSI entstanden. Im Ausweis des Geschäfts- oder Firmenwertes sind die Ausübung einer Option auf die ausstehenden 20 Prozent der Anteile an der Hi-ReSI sowie die zum 31. Dezember 2010 ermittelten Earn-Out-Verpflichtungen an die Gesellschafter der Hi-ReSI berücksichtigt.

Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten werden bei Syzygy die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt. Im Zuge der Feststellung der Höhe der EBIT-Zahlen wurden die zugrunde liegenden Planungen

entsprechend angepasst. Die Anpassungen der Earn-Out-Zahlungen und des Optionsrechts führten zu einem Abgang beim Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 284 im Geschäftsjahr 2010. In 2009 führten die Anpassungen zu einem Zugang von TEUR 1.122.

Die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Geschäfts- und Firmenwerte und immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer wurden zur Überprüfung der Werthaltigkeit den folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (cash generating units, CGU) zugeordnet:

- unquedigital GmbH
- Unique Digital Marketing Ltd.
- Hi-ReSI London Ltd.

In der folgenden Tabelle sind die den CGUs zugeordneten Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte und immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer dargestellt.

In TEUR	UNIQUE DIGITAL GMBH			UNIQUE DIGITAL MARKETING LTD.			HI-RES! LONDON LTD.		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
GoF	8.841	8.841	8.842	8.308	7.963	6.278	2.252	2.445	3.007
Imm. Vw. (unbest. ND)	0	0	0	127	121	114	174	164	156

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte wurde durch einen Werthaltigkeitstest zum 31. Dezember 2010 nachgewiesen, so dass keine Abschreibungen erforderlich waren. Die Berechnung des erzielbaren Betrags der CGU wurde auf Basis des Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Prognosen zum 31. Dezember ermittelt. Die Prognosen basieren auf vom Management für einen Zeitraum von fünf Jahren genehmigten Finanzplänen, die jährlich aktualisiert werden. Zu den wesentlichen Annahmen, auf denen die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts beruht, gehören Annahmen zu Wachstumsraten, Margenentwicklung und Diskontierungssatz.

Für die CGUs Unique Digital Marketing und Hi-ReSI wurde in England ein Zinssatz für risikofreie 30-jährige Staatsanleihen von 3,99 Prozent (Vorjahr: 4,4 Prozent), ein unveränderter Risikozuschlag von 5,0 Prozent und ein Branchen-Beta von 0,539 (Vorjahr: 0,8) zugrunde gelegt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 6,7 Prozent (Vorjahr: 8,4 Prozent) nach Steuern bzw. 9,3 Prozent (Vorjahr: 11,7 Prozent) vor Steuern ergab. Hierbei fand ein unveränderter durchschnittlicher Steuersatz von 28 Prozent Berücksichtigung. Den entsprechenden Geschäftsplanungen ist ein erwartetes Umsatzwachstum bei Hi-ReSI von jeweils 8 Prozent p. a. (Vorjahr 10 Prozent) für 2011 bzw. 5 Prozent p. a. (Vorjahr: 10 Prozent) für die Jahre 2012 bis 2015 sowie 0 Prozent als Terminal Value unterlegt. Bei der Unique Digital UK ist im Rahmen der Geschäftsplanung für 2011 ein erwarteter Umsatzrückgang von 38,5 Prozent p. a. (Vorjahr: 10 Prozent Umsatzwachstum) und ab 2012 bis 2015 ein Umsatzwachstum von 15 Prozent p. a. (Vorjahr: 10 Prozent) sowie 0 Prozent als Terminal Value zugrunde gelegt.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2011 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von 6 Prozent in Großbritannien aus. Auf Basis der zugrunde liegenden

Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse Wertminderungsbedarf weder für Unique Digital UK noch für Hi-ReSI. Ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 8.308 (Vorjahr: TEUR 7.963) für Unique Digital UK und TEUR 2.252 (Vorjahr: TEUR 2.445) für Hi-ReSI ist den jeweiligen CGUs zugeordnet.

Für unquedigital in Deutschland wurde ein Zinssatz für risikofreie 30-jährige Staatsanleihen von 3,52 Prozent (Vorjahr: 4,1 Prozent), ein unveränderter Risikozuschlag von 5,0 Prozent und ein Branchen-Beta von 0,539 (Vorjahr: 0,8) unterstellt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 6,2 Prozent (Vorjahr: 8,1 Prozent) nach Steuern bzw. von 8,9 Prozent (Vorjahr: 11,6 Prozent) vor Steuern ergab. Hierbei fand ein unveränderter durchschnittlicher Steuersatz von 30 Prozent Berücksichtigung. Der Geschäftsplan sieht einen Umsatzrückgang von 8 Prozent p. a. (Vorjahr: Umsatzwachstum von 20 Prozent) für das Jahr 2011 und ein Umsatzwachstum von 15 Prozent p. a. (Vorjahr: 10 Prozent) für die Jahre 2012 bis 2015, sowie 0 Prozent als Terminal Value vor. Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2011 von einer Wachstumsrate von 13 Prozent in Deutschland aus. Auf Basis der zugrunde liegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für unquedigital, der ein unveränderter Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 8.841 zugeordnet ist.

Sollten sich die wesentlichen Annahmen zu Zinssatz, Wachstumsraten und Margenentwicklung verändern, so ergeben sich andere Nutzungswerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Ein Anstieg des Zinssatzes für 30-jährige Staatsanleihen um 1 Prozent würde in Deutschland zu einem Anstieg des WACC um 0,9 Prozentpunkte und in der Folge zu einem Rückgang der Nutzungswerte um 15 Prozent aufgrund des höheren Diskontierungsfaktors führen. Vergleichbar wären die Auswirkungen bei den Nutzungswerten in England.

3.2 ANLAGENSPIEGEL ZUM GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT, IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE UND SACHANLAGEN

Das Anlagevermögen hat sich im Vorjahr wie folgt entwickelt:

in TEUR	GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT	IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE	MIETER- EINBAUTEN	BETRIEBS- UND GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG	SUMME
Anschaffungskosten 1. Januar 2009	18.127	838	643	4.370	23.978
Zugänge	914	99	90	539	1.642
Abgänge	0	-119	0	-362	-481
Währungskursänderungen	208	26	5	74	-313
Anschaffungskosten 31. Dezember 2009	19.249	844	738	4.621	25.452
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2009	0	483	419	2.844	3.747
Zugänge	0	64	65	581	710
Abgänge	0	-119	0	-357	-476
Währungskursänderungen	0	8	1	32	41
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2009	0	436	485	3.100	4.021
Buchwert 31. Dezember 2008	18.127	355	224	1.524	20.230
Buchwert 31. Dezember 2009	19.249	408	253	1.521	21.431

Die Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr ist wie folgt:

in TEUR	GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT	IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE	MIETER- EINBAUTEN	BETRIEBS- UND GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG	SUMME
Anschaffungskosten 1. Januar 2010	19.249	844	738	4.621	25.452
Zugänge	0	36	2	278	316
Abgänge	-284	0	-12	-313	-609
Währungskursänderungen	436	21	5	64	526
Anschaffungskosten 31. Dezember 2010	19.401	901	733	4.650	25.685
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2010	0	436	485	3.100	4.021
Zugänge	0	66	72	635	773
Abgänge	0	0	-4	-288	-292
Währungskursänderungen	0	3	1	28	32
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2010	0	505	554	3.475	4.534
Buchwert 31. Dezember 2009	19.249	408	253	1.521	21.431
Buchwert 31. Dezember 2010	19.401	396	179	1.175	21.151

Die immateriellen Vermögenswerte enthalten, unter Berücksichtigung von Fremdwährungseffekten, Markenwerte in Höhe von TEUR 301 (Vorjahr: TEUR 286), die im Rahmen der Erstkonsolidierung der Hi-ReSI und der Unique Digital UK entstanden und in voller Höhe dem Segment Großbritannien zuzuordnen sind. Die Markenwerte unterliegen jeweils einer unbegrenzten Nutzungsdauer. Die Betriebs- und Geschäftsausstattungen beinhalten im Wesentlichen Hardware und Büroeinrichtung. Im Geschäftsjahr lagen keine Anhaltspunkte für außerplanmäßige Abschreibungen vor.

3.3 SONSTIGE LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte betreffen Mietkautionen in Höhe von TEUR 487 (Vorjahr: TEUR 462), die fast vollständig auf Syzygy UK entfallen. Wertpapiere der Kategorie „held-to-maturity“ sind nun als „available-for-sale“ umklassifiziert worden. Im Vorjahr waren die Wertpapiere in Höhe von TEUR 2.578 als sonstiger langfristiger Vermögenswert bilanziert.

In 2010 hat die Syzygy AG Wertpapiere mit einem Nennwert von TEUR 3.000 von „held-to-maturity“ in „available-for-sale“ umklassifiziert, da sie nicht mehr beabsichtigt, diese Wertpapiere bis zum Ende ihrer jeweiligen Laufzeit zu halten. Im Zeitpunkt des Übergangs von der Bewertung nach fortgeführten Anschaffungskosten (held-to-maturity) zur Bewertung „available-for-sale“ ist der beizulegende Zeitwert maßgeblich für die Bewertung der Wertpapiere. Verluste zwischen Marktwert und den fortgeführten Anschaffungskosten wurden in Höhe von TEUR 237 erfolgswirksam erfasst. Für die Kategorie „held-to-maturity“ besteht nun eine 2-jährige Sperrfrist, in der keine Wertpapiere dieser Kategorie zugeordnet werden.

3.4 AKTIVE LATENTE STEUERN

Aufgrund von Bewertungsunterschieden im Anlagevermögen bei der Syzygy Deutschland GmbH sowie durch Rückstellungen für Investor Relations bei der Syzygy AG werden aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 57 (Vorjahr: TEUR 68) ausgewiesen. Die Zusammensetzung der aktiven latenten Steuern ist unter Abschnitt 5.7 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag dargestellt.

3.5 FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE UND FINANZINSTRUMENTE

Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und Festgeldanlagen mit einer Laufzeit von weniger als drei Monaten sind in folgender Tabelle dargestellt:

In TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Liquide Mittel	5.839	5.747

Die liquiden Mittel werden zu jedem Stichtag erfolgswirksam mit ihren beizulegenden Zeitwerten bewertet. Der in der Kapitalflussrechnung angegebene Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich die in dieser Bilanzposition genannten Beträge. Verfügungsbeschränkungen über die hier angegebenen Vermögenswerte bestehen nicht.

In der Position Wertpapiere werden von Unternehmen öffentlich begebene Schuldtitel ausgewiesen.

Zum Bilanzstichtag gehören alle Wertpapiere der Kategorie „available-for-sale“ an und werden somit mit ihrem Marktwert bilanziert. Wie in der folgenden Tabelle dargestellt, lag der Marktwert der gesamten Wertpapiere zum 31. Dezember 2010 insgesamt um TEUR 235 unter den Anschaffungskosten (Vorjahr: TEUR 345), wobei TEUR 237 aus der Umklassifizierung von „held-to-maturity“ in „available-for-sale“ als nicht nur vorübergehende Wertminderung angesehen werden. Im Vorjahr entfielen TEUR 55 auf unrealisierte Kursgewinne und TEUR 400 auf unrealisierte Kursverluste.

Die Ermittlung der Marktwerte erfolgt anhand von notierten Marktpreisen gemäß Stufe 1 der Fair-Value-Hierarchie. Die unrealisierten Kursverluste sind unter dem Posten „Erfolgsneutrale Änderung der unrealisierten Gewinne und Verluste aus Wertpapieren“ in der Gesamtergebnisrechnung erfasst, die dauernde Wertminderungen sind erfolgswirksam erfasst.

31.12.2009					
in TEUR	ANSCHAFFUNGS-KOSTEN	UNREALISIERTE GEWINNE	UNREALISIERTE VERLUSTE	DAUERNDE WERTMINDERUNG	BUCHWERT/ MARKTWERT
Available-for-sale	10.226	55	-43	0	10.238
Held-to-maturity	4.908	0	-357	0	4.551
Wertpapiere	15.134	55	-400	0	14.789

31.12.2010					
in TEUR	ANSCHAFFUNGS-KOSTEN	UNREALISIERTE GEWINNE	UNREALISIERTE VERLUSTE	DAUERNDE WERTMINDERUNG	BUCHWERT/ MARKTWERT
Available-for-sale	18.277	347	-345	-237	18.042
Held-to-maturity	0	0	0	0	0
Wertpapiere	18.277	347	-345	-237	18.042

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2009:

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBEFRISTET	GESAMT
Available-for-sale	2.512	2.121	5.606	0	10.239
Held-to-maturity	1.972	971	1.607	0	4.550
Wertpapiere	4.484	3.092	7.213	0	14.789

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2010:

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBEFRISTET	GESAMT
Available-for-sale	976	9.197	7.869	0	18.042
Held-to-maturity	0	0	0	0	0
Wertpapiere	976	9.197	7.869	0	18.042

Die Wertentwicklung des Wertpapierportfolios hängt grundsätzlich von der Entwicklung der Zinsen und der Entwicklung der credit spreads ab. Im Durchschnitt weist das Portfolio eine Duration von rund 5,3 auf, so dass eine Veränderung der Bewertungsparameter um 1 Prozent eine entsprechende Veränderung des Wertpapierportfolios um 5,3 Prozent verursacht. Erhöhen sich also die Credit Spreads um 100 Basispunkte bei gleichbleibendem Zinsniveau, reduziert sich der Wert des Wertpapierportfolios um rund 5,3 Prozent.

Bei den Wertpapieren reduziert Syzygy Ausfallrisiken, indem bei Neuanlagen grundsätzlich ein Kreditrating von mindestens BBB- (sog. Investment Grade) vorliegen sollte. Alle Anlagen werden bezüglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet und die Investment-Entscheidung überprüft. Grundsätzlich wird von einem Emittenten maximal eine Position von EUR 2,0 Mio. eingegangen. Bei Neuanlagen mit Rating BBB- betragen die Positionen maximal EUR 1,0 Mio. Alle Wertpapiere unterliegen darüber hinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads kombiniert mit der Restlaufzeit.

Davon: zum Abschlussstichtag nicht wertgemindert und in den folgenden Zeitbändern überfällig

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (nach Wertberichtigungen) in TEUR	0-90 TAGE	91-180 TAGE	181-360 TAGE	MEHR ALS 360 TAGE
zum 31.12.2010	10.608	38	6	23
zum 31.12.2009	16.511	232	35	10

3.6 FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Forderungen	10.476	16.300
Forderungen aus PoC	199	488
	10.675	16.788

Für noch nicht berechnete Leistungen werden TEUR 199 (Vorjahr: TEUR 488) Forderungen und Umsatzerlöse unter analoger Anwendung der PoC-Methode ausgewiesen. Für die im Rahmen der PoC-Methode realisierten Projekte sind Kosten in Höhe von TEUR 177 angefallen. Hieraus ergibt sich eine Marge von TEUR 22.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fallen in die Bewertungskategorie Loans und Receivables nach IAS 39.

Für erkennbare Ausfallrisiken werden angemessene Einzelwertberichtigungen gebildet, uneinbringliche Forderungen werden abgeschrieben. Ebenso wie im Vorjahr wurden in 2010 keine Einzelwertberichtigungen gebildet.

Die Altersstruktur der Forderungen stellt sich wie folgt dar:

3.7 SONSTIGE VERMÖGENSWERTE

Die sonstigen Vermögenswerte setzen sich zum 31. Dezember 2010 und 2009 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Steuererstattungsansprüche	1.141	1.220
Zinsforderungen	542	452
Rechnungsabgrenzung	473	514
Übrige	59	244
	2.215	2.430

Alle sonstigen Vermögenswerte werden innerhalb von 12 Monaten fällig. Die Zinsforderungen, die in die Bewertungskategorie Loans und Receivables nach IAS 39 fallen, stellen verwertbare Finanzinstrumente dar und werden in folgender Fälligkeitsstruktur abgebildet:

Zinsforderungen (in TEUR)	0-90 TAGE	91-180 TAGE	181-360 TAGE
zum 31.12.2010	329	110	103
zum 31.12.2009	345	59	48

Die Rechnungsabgrenzungen beinhalten Vorauszahlungen für Mieten, Internetverbindungen und Versicherungen.

3.8 EIGENKAPITAL

3.8.1 GRUNDKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft zum 31. Dezember 2010 wurde mit Wirkung zum 20. Mai 2010 um EUR 750.000 auf EUR 12.828.450 erhöht und ist eingeteilt in 12.828.450 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00. Davon befanden sich 25.000 Stückaktien im eigenen Bestand.

Zum Stichtag wurden die Anteile wie folgt gehalten:

in Tsd.	AKTIEN	IN %
WPP Group (UK) Ltd. (direkt und indirekt)	3.570	27,83
Marco Seiler	622	4,85
Andrew Stevens	375	2,92
Streubesitz	8.236	64,20
Eigene Aktien	25	0,20
	12.828	100

3.8.2 GENEHMIGTES UND BEDINGTES KAPITAL

Im Rahmen der Hauptversammlung am 30. Juni 2006 wurde der Beschluss zur möglichen Erhöhung des Grundkapitals erneuert. Demnach ist der Vorstand unter Vorbehalt der Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, zusätzliche auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien bis zum 30. Juni 2011 auszugeben.

Von dieser Ermächtigung haben Vorstand und Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2010 Gebrauch gemacht und eine Kapitalerhöhung von TEUR 750 beschlossen.

Das genehmigte Kapital beträgt EUR 5.250.000. Außerdem wurde der Vorstand im Rahmen der Hauptversammlung am 29. Mai 2009 im Zusammenhang mit dem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm zu einer bedingten Kapitalerhöhung ermächtigt, in deren Rahmen bis zu 1.200.000 zusätzliche Aktien ausgegeben werden können. Im Geschäftsjahr 2010 wurden ebenso wie im Vorjahr keine Optionen ausgeübt.

3.8.3 KAPITALRÜCKLAGE

Aufgrund der durchgeführten Kapitalerhöhung hat sich die Kapitalrücklage um TEUR 1.822 erhöht, da die neuen Aktien zu Marktpreisen emittiert wurden. Der den rechnerischen Nennwert von EUR 1,00 übersteigende Betrag wird gem. § 272 Abs. 2 HGB als Agio in der Kapitalrücklage erfasst.

3.8.4 EIGENE AKTIEN

Am 28. Mai 2010 hat die Hauptversammlung den Vorstand ermächtigt, bis zum 27. Mai 2015 insgesamt bis zu 10 Prozent der ausstehenden Aktien der Gesellschaft zu erwerben. Der Gesellschaft stehen aus eigenen Aktien keine Dividenden- oder Stimmrechte zu. Syzygy ist berechtigt, die eigenen Aktien wieder zu veräußern, einzuziehen, Mitarbeitern des Unternehmens als Kompensation oder Dritten eigene Aktien im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen anzubieten. Zum 31. Dezember 2010 befanden sich 25.000 eigene Aktien im Bestand des Unternehmens.

3.8.5 ÜBRIGES KONZERNERGEBNIS

Die im übrigen Konzernergebnis zusammengefassten erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen belaufen sich im Geschäftsjahr 2010 auf TEUR 829 (Stand zum 31. Dezember 2009: TEUR 2.446) und sind im Wesentlichen auf Kursgewinne aus Währungsumrechnungen (TEUR 482) und nicht realisierte Gewinne bzw. Verluste aus Wertpapieren (TEUR 347) zurückzuführen.

3.8.6 BILANZGEWINN

Grundlage für Dividendenausschüttungen ist das im deutschen handelsrechtlichen Einzelabschluss ausgewiesene ausschüttungsfähige Eigenkapital. Die Hauptversammlung beschloss am 28. Mai 2010 eine Dividende in Höhe von EUR 0,20 je Aktie, die ab dem 31. Mai 2010 ausgeschüttet wurde. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 6.320 wurde auf neue Rechnung vorgetragen und führt zu einem entsprechenden Ausweis im Einzelabschluss der Syzygy AG.

Zum 31. Dezember 2010 wies der Einzelabschluss der Gesellschaft einen Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 10.781 aus.

Im Konzernabschluss wird zum 31. Dezember 2010 ein Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 9.601 ausgewiesen.

3.9 AKTIENBASIERTE

MITARBEITERBETEILIGUNGSPROGRAMME

Am 29. Mai 2009 haben die Aktionäre der Gesellschaft einen Aktienoptionsplan für die Mitarbeiter beschlossen. Gemäß diesem Plan kann jede Aktienoption über einen noch festzulegenden Zeitraum und unter Einhaltung einer Sperrfrist von zwei Jahren in eine Aktie der Syzygy AG umgewandelt werden.

Im Berichtszeitraum wurden keine Optionsrechte gewährt.

3.10 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Rückstellungen setzen sich zum 31. Dezember 2010 und 2009 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.205	12.450
Sonstige Rückstellungen:		
– Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	715	1.056
– Personalbezogene Rückstellungen	487	582
– Investor Relations und Jahresabschluss	237	200
	10.644	14.288

Die Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten betreffen im Wesentlichen ausstehende Rechnungen und Kundenboni, die personalbezogenen Rückstellungen für Mitarbeiterboni und Urlaub. Alle Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen Rückstellungen sind innerhalb eines Jahres fällig und der Bewertungskategorie Financial Liabilities at Amortized Costs zuzuordnen.

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2009

in TEUR

	BUCHWERT 1.1.2009	INANSPRUCH- NAHME	AUFLÖSUNG	ZUFÜHRUNG	BUCHWERT 31.12.2009
Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.961	-1.690	-272	1.057	1.056
Personalbezogene Rückstellungen	538	-404	0	448	582
Investor Relations und Jahresabschluss	331	-320	0	189	200
	2.830	-2.414	-272	1.694	1.838

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2010

in TEUR

	BUCHWERT 1.1.2010	INANSPRUCH- NAHME	AUFLÖSUNG	ZUFÜHRUNG	BUCHWERT 31.12.2010
Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.056	-976	-40	673	715
Personalbezogene Rückstellungen	582	-554	-9	466	487
Investor Relations und Jahresabschluss	200	-200	0	237	237
	1.838	-1.730	-49	1.376	1.439

3.11 STEUERVERBINDLICHKEITEN

Die Aufgliederung der Steuerverbindlichkeiten ist in folgender Tabelle dargestellt:

in TEUR	2010	2009
Deutsche Umsatzsteuer	1.568	294
Deutsche Ertragsteuer	672	640
Englische Umsatzsteuer	466	1.275
Englische Ertragsteuer	168	336
	2.874	2.545

Die zum Vorjahresstichtag gebildeten Verbindlichkeiten aus den o. g. Steuersachverhalten wurden im Geschäftsjahr mit TEUR 2.545 vollständig getilgt.

3.12 SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Im Folgenden sind die Bestandteile der sonstigen Verbindlichkeiten aufgeführt:

in TEUR	2010	2009
Verpflichtungen aus Earn-out Zahlungen	776	5.236
Sozialversicherung, Lohn- und Kirchensteuer	334	341
Verpflichtungen aus Optionsausübung	249	1.226
Verbindlichkeiten aus noch nicht erbrachten Leistungen	0	0
Sonstige	722	436
	2.081	7.239

Die Verpflichtung aus Earn-out Zahlungen hinsichtlich des Erwerbs der Hi-ReSI London Ltd. wird in 2011 fällig. Diese Verpflichtung ist abhängig von der weiteren Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2011. Hinsichtlich Hi-ReSI London Ltd. besteht auch eine gegenseitige Option hinsichtlich des Erwerbs der ausstehenden 20 Prozent der Anteile, die spätestens in

2015 fällig wird. Aufgrund der langen Fristigkeit wird die gegenseitige Option als langfristige Verbindlichkeit ausgewiesen.

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen Verbindlichkeiten und der langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2010:

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBEFRISTET	GESAMT
Sonstige Verbindlichkeiten	1.832	0	0	0	1.832
Langfristige Verbindlichkeiten	0	249	0	0	249

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen Verbindlichkeiten und der langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2009:

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBEFRISTET	GESAMT
Sonstige Verbindlichkeiten	6.013	0	0	0	6.013
Langfristige Verbindlichkeiten	0	954	272	0	1.226

Die sonstigen Verbindlichkeiten sind nach der Bewertungskategorie Financial Liabilities at Amortized Costs bewertet worden.

4. SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Die Anwendung des IFRS 8 fordert eine Segmentberichterstattung entsprechend der internen Steuerung (Management-Approach) des Konzerns. Vor diesem Hintergrund berichtet Syzygy die Segmente nach geographischen Kriterien.

Die Syzygy AG als Holdinggesellschaft erbringt Serviceleistungen an die operativen Einheiten und ist deshalb von diesen getrennt zu betrachten. Das Segment Großbritannien umfasst Syzygy UK, Unique Digital UK, Hi-ReSI und Mediopoly. Das Segment Deutschland enthält Syzygy Deutschland und unikedigital. Die einzelnen Segmente wenden dieselben Rechnungslegungsgrundsätze wie der Gesamtkonzern an.

Die Syzygy AG beurteilt die Leistungen der Segmente unter anderem anhand des Umsatzes und des EBITs. Die Zuordnung der Umsatzerlöse gegenüber Dritten erfolgt nach dem Sitz der verkaufenden Unternehmenseinheit. Die Transaktionen, die grundsätzlich zu Marktpreisen verrechnet werden, wurden innerhalb der Segmente eliminiert.

Das Segmentvermögen entspricht der Summe aller Aktiva zuzüglich des auf das jeweilige Segment entfallenden Goodwills, gemindert um die Forderungen, die auf Unternehmen des gleichen Segments entfallen.

Die Segmentinvestitionen umfassen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die Segmentschulden entsprechen der Summe aller Passiva ohne Eigenkapital zuzüglich der auf das jeweilige Segment entfallenden Anteile der Minderheiten und gemindert um die Verbindlichkeiten, die auf Unternehmen des gleichen Segments entfallen.

31.12.2010	DEUTSCHLAND	GROSSBRITANNIEN	ZENTRAL- FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME KONZERN
TEUR				
Umsatzerlöse, brutto	53.311	34.692	-907	87.096
Mediakosten	-35.398	-24.451	0	-59.849
Umsatzerlöse, netto	17.913	10.241	-907	27.247
Innenumsätze	101	49	-150	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	4.330	777	-1.939	3.168
Finanzergebnis	74	-5	1.038	1.107
Vermögenswerte	18.987	21.844	17.635	58.466
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.560	0	19.401
Investitionen	271	33	12	316
Abschreibungen	540	226	7	773
Segmentschulden	9.810	8.588	-345	18.053

31.12.2009	DEUTSCHLAND	GROSSBRITANNIEN	ZENTRAL- FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
TEUR				
Umsatzerlöse, brutto	36.655	44.747	-915	80.487
Mediakosten	20.492	31.162	0	51.654
Umsatzerlöse, netto	16.163	13.585	-915	28.833
Innenumsätze	303	461	-764	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.005	2.133	-1.582	3.556
Finanzergebnis	48	51	1.239	1.338
Vermögenswerte	17.655	27.591	16.469	61.715
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.408	0	19.249
Investitionen	573	1.065	5	1.643
Abschreibungen	464	239	7	710
Segmentschulden	8.391	19.494	-2.025	25.860

Syzygy hat im Segment Deutschland und im Segment Großbritannien mit jeweils einem Kunden mehr als 10 Prozent der konsolidierten Brutto-Umsatzerlöse des Konzerns erzielt.

5. ANGABEN ZUR GESAMTERGEBNISRECHNUNG

5.1 UMSATZERLÖSE

In den Umsatzerlösen sind Umsätze aus den Produktbereichen Online Marketing und Design & Build enthalten. Syzygy weist in der Finanzberichterstattung Brutto- und Netto-Umsatzerlöse aus. Netto-Umsatzerlöse ergeben sich aus Bruttoumsätzen abzüglich Mediakosten, die bei den Online Marketing +Gesellschaften als durchlaufende Posten anfallen. In 2010 erzielte die Syzygy Gruppe Brutto-Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 19.576 im Bereich Design & Build (Vorjahr: TEUR 21.473) und TEUR 67.744 (Vorjahr: TEUR 59.095) im Bereich Online Marketing. Der Bereich Online Marketing enthält Mediakosten in Höhe von TEUR 59.849 (Vorjahr: TEUR 51.654), so dass sich dort Netto-Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 7.895 (Vorjahr: TEUR 7.441) ergeben. Zwischen den Produktbereichen gab es Innenumsätze in Höhe von TEUR 224 (Vorjahr: TEUR 81).

5.2 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

Die sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2010	2009
Währungskurseffekte	78	-64
Erträge aus der KFZ-Nutzung von Arbeitnehmern	63	45
Auflösung von Rückstellungen	49	272
Sonstige	126	215
	316	468

5.3 MATERIALAUFWAND

Der Materialaufwand enthält überwiegend Aufwendungen für freie Mitarbeiter und extern vergebene Dienstleistungen:

in TEUR	2010	2009
Aufwendungen für bezogene Leistungen	4.842	4.294

5.4 PERSONALAUFWAND

Der Personalaufwand, welcher in den verschiedenen Posten innerhalb der Konzern-Gesamtergebnisrechnung enthalten ist, setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2010	2009
Löhne und Gehälter	12.421	13.614
Sozialabgaben	1.806	1.866
	14.227	15.480

Im Jahr 2010 betrug die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten der Syzygy Gruppe 241 Mitarbeiter (Vorjahr: 262 Mitarbeiter).

Zum Geschäftsjahresende 2010 hat sich die Gesamtzahl der Syzygy Mitarbeiter auf insgesamt 242 reduziert. Die Mitarbeiter verteilen sich auf folgende Funktionsbereiche im Unternehmen:

Anzahl in Personen	2010	2009
Strategie/Beratung/Projektmanagement	58	60
Online Marketing/Online Media	58	54
Technologie	49	52
Kreation	40	47
Administration	37	37
	242	250

5.5 ABSCHREIBUNGEN

Die Abschreibungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2010	2009
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	66	64
Abschreibungen auf Sachanlagen	707	646
	773	710

5.6 FINANZERGEBNIS

in TEUR	2010	2009
Zinsen und ähnliche Erträge	1.049	1.196
Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren, saldiert	303	322
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	-245	-180
	1.107	1.338

Die Zinsen und ähnlichen Erträge enthalten Nachforderungszinsen aus Steuererstattungen in Höhe von TEUR 222. Die Zinserträge enthalten eingegangene Zinszahlungen in Höhe von TEUR 827 (Vorjahr: TEUR 1.196).

Das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren setzt sich aus Gewinnen in Höhe von TEUR 327 und Verlusten von TEUR 24 zusammen. Die Zinsen und ähnlichen Erträge enthielten im Vorjahr Erträge aus einem Zinsswap in Höhe von TEUR 90. Die Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen enthalten Abschreibungen auf Wertpapiere in Höhe von TEUR 237.

Nach IFRS 7.20 sind die Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien darzustellen:

Die Zinsen und ähnliche Erträge, Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen sowie das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren resultieren in voller Höhe aus der Bewertungskategorie available-for-sale. Der Vorjahres-Ertrag aus dem Zinsswap war der Bewertungskategorie financial liabilities at fair value through profit or loss zuzuordnen. In den Zinsaufwendungen enthalten sind Zinszahlungen in Höhe von TEUR 14 (Vorjahr: TEUR 23).

5.7 STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

in TEUR	2010	2009
Inländische Steuern	300	972
Ausländische Steuern	226	624
Latente Steuern	-47	-33
	479	1.563

In Deutschland gilt seit dem 1. Januar 2008 ein einheitlicher Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent. Unter Berücksichtigung des Solidaritätszuschlags von 5,5 Prozent zur Körperschaftsteuer ergibt sich ein Steuersatz von 15,8 Prozent. Der Steuersatz für die Gewerbesteuer beträgt unverändert 14,9 Prozent bei einem Gewerbesteuerhebesatz von 350 Prozent am Sitz der Gesellschaft. Daraus ergibt sich eine Ertragsteuerbelastung von 30,7 Prozent in Deutschland. In Großbritannien gilt ein allgemeiner Steuersatz von 28 Prozent. Im Geschäftsjahr 2010 wurden TEUR 446 (Vorjahr: TEUR 953) Ertragsteuern gezahlt.

Die aktiven und passiven latenten Steuern setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2010	2009
Aktive latente Steuern		
Rückstellungen	31	0
Anlagevermögen	84	68
Wertpapiere Umlaufvermögen	-58	0
	57	68
Passive latente Steuern		
Effekte aus Erstkonsolidierung Hi-ReSI	55	50
Wertpapiere Umlaufvermögen	0	17
	55	67

Bei der Syzygy AG als Organträger sind die aktiven latenten Steuern auf unterschiedliche Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen IFRS und Steuerbilanz zurückzuführen sowie auf die unterschiedliche Bewertung bei der Rückstellung für Investor Relations.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich aus der Erstkonsolidierung der Hi-ReSI sowie aus unrealisierten Kursgewinnen und -verlusten bei Wertpapieren, die steuerlich nicht berücksichtigt werden. Die passiven latenten Steuern, die der Syzygy AG zuzurechnen sind, wurden mit den aktiven latenten Steuern der deutschen Gesellschaften saldiert.

Steuerüberleitung:

in TEUR	2010	2009
Ergebnis vor Ertragsteuern	4.275	4.894
Nicht abzugsfähige Aufwendungen	171	244
Steuerpflichtiges Ergebnis	4.446	5.138
Erwarteter Steueraufwand	1.366	1.579
Unterschiede aus Steuersätzen	5	-63
Steuererstattungen	-929	-42
Steuereffekt aus der Nutzung von Verlustvorträgen, für die bislang keine latenten Steuern erfasst wurden	0	-564
Steuereffekt auf Wertschwankungen bei Wertpapieren des Umlaufvermögens	107	649
Sonstige	-70	4
Steuerbelastung	479	1.563

Die Unterschiede aus Steuersätzen ergeben sich insbesondere aus höheren Gewerbesteuerersätzen in Hamburg, während der allgemeine Steuersatz in England 28 Prozent beträgt.

5.8 ANGABEN ZUR WÄHRUNGSUMRECHNUNG

Gemäß IAS 21.52 in Verbindung mit IAS 39.9 wurden Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 524 erfolgsneutral in der Gesamtergebnisrechnung erfasst.

6. SONSTIGE ANGABEN

6.1 ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie – verwässert und unverwässert – berechnet sich gemäß IAS 33 wie folgt:

	2010	2009
Durchschnittliche Aktienanzahl (in Tsd.)	12.530	12.053
Konzernergebnis in TEUR	3.796	3.331
Anzahl ausgegebener Optionen	0	0
Ergebnis je Aktie – unverwässert und verwässert (in EUR)	0,30	0,28

6.2 KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung wird gemäß IAS 7 nach der indirekten Methode erstellt. Der operative Cashflow des Geschäftsjahres 2010 beträgt EUR 8,2 Mio. gegenüber EUR -0,2 Mio. im Vorjahr. Der Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich die liquiden Mittel. Weitere Erläuterungen zum Cashflow sind im Konzernlagebericht aufgeführt. Zahlungsunwirksame Transaktionen, die sich nicht in der Kapitalflussrechnung niedergeschlagen haben, bestehen im Wesentlichen aus der Veränderung von bedingten Kaufpreiszahlungen in Höhe von TEUR -197 (im Vorjahr: TEUR 914).

6.3 RISIKO- UND KAPITALMANAGEMENT

Syzygy unterliegt hinsichtlich der Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und geplanten Transaktionen Risiken aus der Veränderung von Währungskursen und Zinssätzen sowie der Bonität von Wertpapieremittenten.

6.3.1 WÄHRUNGSRISENEN

Syzygy erzielt rund 40 Prozent der Umsatzerlöse in Großbritannien. Aufgrund von Währungsschwankungen des Britischen Pfunds zum Euro können die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss je nach Kursentwicklung gegenüber der Planung sowohl positiv als auch negativ beeinflusst werden. Die Vermögenswerte und Schulden der operativen englischen Gesellschaften werden zum Stichtag jeweils in die Berichtswährung umgerechnet und unterliegen daher einem Translationsrisiko. Solche Risiken werden im Syzygy Konzern nicht abgesichert. Im operativen Bereich wickeln die Konzerngesellschaften ihre Aktivitäten überwiegend in ihrer jeweiligen funktionalen Währung ab. Daher schließt Syzygy keine Kurssicherungsgeschäfte ab, weil ein Währungsrisiko grundsätzlich in der Höhe des Jahresüberschusses, bzw. der Cashflows zur Syzygy AG besteht. Auch für diese Cashflows hat sich Syzygy gegen eine Kursabsicherung entschieden, da Kosten und Nutzen solcher Cashflow Hedges als nicht angemessen erscheinen und das Risiko für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage als unwesentlich zu betrachten ist.

Zur Darstellung von Marktrisiken verlangt IFRS 7 Sensitivitätsanalysen, welche Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag als repräsentativ für das Gesamtjahr ist. Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

Die wesentlichen originären Finanzinstrumente (liquide Mittel, Forderungen, verzinsliche Wertpapiere, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstige Verbindlichkeiten) sind unmittelbar in funktionaler Währung denominiert. Wechselkursänderungen haben daher keine Auswirkungen auf Ergebnis und Eigenkapital.

Zinserträge und -aufwendungen aus Finanzinstrumenten werden ebenfalls direkt in funktionaler Währung erfasst. Insofern bestehen keine Währungsrisiken.

Syzygy ist insofern lediglich hinsichtlich des in ausländischer denominierter Währung erzielten Jahresüberschusses und damit verbundenen Ausschüttungen einem Währungsrisiko ausgesetzt.

6.3.2 ZINSRISIKEN

Syzygy unterliegt Zinsrisiken ausschließlich hinsichtlich der Wertpapiere, dagegen bestehen keine Finanzverbindlichkeiten, die ein Zinsrisiko verursachen können, und die liquiden Mittel waren zu Tagesgeldkonditionen variabel angelegt.

Sensitivitätsanalysen hinsichtlich der Zinsänderungen sind gemäß IFRS 7 darzustellen. Da Syzygy Wertpapiere gemäß IAS 39 als zum Verkauf verfügbar („available-for-sale“) klassifiziert, haben Zinsänderungen keine unmittelbare Auswirkung auf die Ertragslage der Gesellschaft. Unrealisierte Gewinne und Verluste werden im Eigenkapital unter dem Posten „Ergebnisneutrale Eigenkapitalveränderungen“ erfasst, welcher als separate Eigenkapitalposition ausgewiesen wird.

Zum Bilanzstichtag waren rund EUR 18,0 Mio. in einem Wertpapierportfolio angelegt, das eine Duration von rund 5,3 aufweist. Eine Zinsänderung um 100 Basispunkte hinsichtlich der Anlagen hätte dann eine Änderung des Zeitwertes des Portfolios um rund 5,3 Prozent zur Folge. Dies würde zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 954 führen. Zinserhöhungen wirken sich hierbei negativ und Zinsrückgänge positiv auf die Wertentwicklung des Portfolios aus.

6.3.3 BONITÄTS- UND AUSFALLRISIKEN, RISIKO DER VERÄNDERUNG VON CREDIT SPREADS

Syzygy ist aus dem operativen Geschäft und hinsichtlich der Wertpapieranlagen Bonitäts- und Ausfallrisiken ausgesetzt. Bei den Wertpapieren reduziert Syzygy Ausfallrisiken, indem bei Neuanlagen grundsätzlich ein Kreditrating von mindestens BBB- (sog. Investment Grade) vorliegen sollte. Alle Anlagen werden bezüglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet und die Investment-Entscheidung wird überprüft. Grundsätzlich wird von einem Emittenten maximal eine Position von EUR 2,0 Mio. eingegangen. Bei Neuanlagen mit Rating BBB- betragen die Positionen maximal EUR 1,0 Mio. Alle Wertpapiere unterliegen darüber hinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads kombiniert mit der Restlaufzeit. Eine Ausweitung der Credit Spreads in einer Risikoklasse führt dann in Abhängigkeit zur Duration eines Wertpapiers zu einem entsprechenden Kursrückgang. Bei einer Duration des Wertpapierportfolios von 5,3 und einer Ausweitung der durchschnittlichen Credit Spreads um 100 Basispunkte würde der Wert des Portfolios um 5,3 Prozent sinken. Dies würde dann bei Syzygy zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 954 führen.

Im operativen Geschäft werden die Ausfallrisiken auf der Ebene der Gesellschaften fortlaufend dezentral überwacht. Syzygy arbeitet überwiegend für Großkunden hervorragender Bonität und hatte daher keine Forderungsausfälle zu verbuchen. Auch ist das Forderungsvolumen mit einzelnen Kunden nicht so groß, als dass sie außerordentliche Risikokonzentrationen begründen würden.

Das maximale Ausfallrisiko wird durch die Buchwerte der in der Bilanz angesetzten finanziellen Vermögenswerte wiedergegeben.

6.3.4 DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE

Im Geschäftsjahr 2010 setzte Syzygy keine derivativen Finanzinstrumente zur Risikodiversifizierung und Portfoliostrukturierung ein, um entsprechend der Marktentwicklung neben festverzinslichen Wertpapieren variable Verzinsungen einzubinden. Im Vorjahr ergab sich aus einem Zinsswap ein Ertrag in Höhe von TEUR 90.

6.3.5 KAPITALMANAGEMENT

Das Kapitalmanagement von Syzygy verfolgt primär das Ziel, organisches als auch anorganisches Wachstum zu finanzieren sowie die Unternehmensfortführung in den operativen Gesellschaften sicherzustellen. Dabei strebt Syzygy eine hohe Eigenkapitalquote im Zielkorridor zwischen 60-80 Prozent an, da dies die Wettbewerbsfähigkeit eines Dienstleistungsunternehmens wie Syzygy stärkt. Darüber hinaus ist es das Ziel des Kapitalmanagements, die Eigenkapitalrendite nachhaltig auf über 10 Prozent zu heben.

Die Kennzahlen zum Kapitalmanagement setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2010	2009
Eigenkapital laut Bilanz	40.413	35.855
Fremdkapital	18.053	25.860
Gesamtkapital	58.466	61.715
Eigenkapitalquote	69 %	58 %
Konzernergebnis der Periode	3.796	3.331
Eigenkapitalrendite	9 %	9 %

Syzygy hat keine Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, so dass das Fremdkapital primär von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, zukünftigen Verpflichtungen aus Unternehmenserwerben und Steuerverbindlichkeiten geprägt ist.

6.4 HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

In 2008 hat Syzygy im Rahmen der Neuaumietung von Büroflächen in Hamburg und Bad Homburg Bürgschaften in Höhe von TEUR 250 gewährt. Diese Bürgschaft besteht unverändert. Darüber hinaus hat Syzygy in 2010 eine Kundenbürgschaft in Höhe von TEUR 500 gewährt.

6.5 SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Die Konzerngesellschaften haben Miet- und Leasingverträge für verschiedene Büroräume und Fahrzeuge abgeschlossen. Die zukünftigen jährlichen finanziellen Verpflichtungen hieraus betragen mindestens:

in TEUR	31.12.2010	31.12.2009
Innerhalb eines Jahres	1.104	1.149
1-5 Jahre	2.912	2.981
Mehr als 5 Jahre	138	654
Gesamt	4.154	4.784

Der gesamte Mietaufwand des Jahres 2010 belief sich auf TEUR 1.661 (Vorjahr: TEUR 1.542). Im Jahr 2010 wurden Erträge in Höhe von TEUR 15 aus Untervermietung erzielt (Vorjahr: TEUR 0). Für Leasingverpflichtungen wurden in 2010 TEUR 89 (Vorjahr: TEUR 111) aufgewendet.

6.6 AUFSTELLUNG DER BETEILIGUNGEN DER SYZYGY AG

Die Syzygy AG hält direkte oder indirekte Anteile an den folgenden Unternehmen:

	ANTEIL	EIGENKAPITAL	JAHRES- ERGEBNIS
	%	TEUR	TEUR
Hi-ReSI London Ltd., London, UK	80	340	189
mediopoly Ltd., Jersey, UK ¹	100	787	8
Syzygy Deutschland GmbH, Bad Homburg, Deutschland ²	100	383	0
Syzygy UK Ltd., London, UK	100	851	-72
Unique Digital Marketing Ltd., London, UK	100	1.253	432
uniquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland ³	100	40	0

1 – Mediopoly hält 100 Prozent der Anteile an Syzygy UK Ltd., welche in England operativ tätig ist.

Daher besteht zur Syzygy UK eine indirekte Beteiligung.

2 – Zwischen der Syzygy Deutschland GmbH und der Syzygy AG besteht ein Ergebnisabführungsvertrag zu Gunsten der Syzygy AG.

3 – Zwischen der uniquedigital GmbH und der Syzygy AG besteht ein Ergebnisabführungsvertrag zu Gunsten der Syzygy AG.

6.7 HONORAR DER WIRTSCHAFTS-PRÜFUNGSGESELLSCHAFT

Für die Prüfung des Konzernabschlusses sowie des Einzelabschlusses des Mutterunternehmens erhält die BDO AG insgesamt ein Honorar von TEUR 78. Darüber hinaus sind keine weiteren Aufträge an die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vergeben worden.

6.8 ANGABEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Zu den nahe stehenden Personen zählen die Organe der Syzygy AG. Ein Vorstandsmitglied hat im Rahmen der im Jahre 2007 erfolgten Anteilsveräußerung die Hälfte des ausstehenden Kaufpreises in Höhe von TEUR 5.159 im abgelaufenen Geschäftsjahr erhalten. Der Kaufpreis wurde in Höhe von TEUR 2.572 durch eigene Aktien und TEUR 2.587 in bar abgegolten. In den Jahren 2010 und 2009 haben ansonsten mit Ausnahme der Bezüge an Vorstände und der Vergütung an den Aufsichtsrat keine Transaktionen mit nahe stehenden Personen stattgefunden, die nicht in den Konzernabschluss einbezogen wurden.

6.9 BEFREIUNG GEM. § 264 ABS. 3 HGB

Die Syzygy Deutschland GmbH sowie die unique-digital GmbH machen von der Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB Gebrauch.

6.10 EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Die Syzygy AG hat im Januar 2011 eine neue Gesellschaft in New York gegründet. Hi-ReSI New York Inc. wird im ersten Quartal 2011 ihren Geschäftsbetrieb aufnehmen und Kunden aus dem US-amerikanischen Raum bedienen.

Ferner haben im Februar 2011 die Syzygy AG und Ars Thanea s.c., Warschau, Polen, eine Absichtserklärung abgegeben, ihre bisherige Kooperation zu intensivieren. Im Zuge dessen will die Syzygy AG 26 Prozent der Anteile an Ars Thanea erwerben.

Des Weiteren sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der Gesellschaft haben könnten.

6.11 ORGANE DES MUTTERUNTERNEHMENS**6.11.1 VORSTAND****MARCO SEILER**

Vorsitzender
Geschäftsführung Syzygy Deutschland GmbH

FRANK WOLFRAM

Vorstand
Geschäftsführung Syzygy Deutschland GmbH

ANDREW STEVENS

Vorstand
Geschäftsführung Unique Digital Marketing Ltd.
und Syzygy UK Ltd.

Die Vorstandsmitglieder sind in keinem Aufsichtsrat oder vergleichbarem Gremium Mitglied.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Jahr 2010 auf TEUR 726. Marco Seiler bezog ein Grundgehalt von TEUR 250 sowie ein variables Gehalt von TEUR 12. Frank Wolfram hatte ein Grundgehalt von TEUR 225 und einen variablen Anteil von TEUR 11. Andrew Stevens bezog ein Grundgehalt von TEUR 218 und einen variablen Anteil von TEUR 10.

Die Vorstände haben in 2010 keine Optionen erhalten und halten keine Optionen aus Vorjahren.

Eine detaillierte Erläuterung zu den Vergütungen des Vorstands erfolgt im Vergütungsbericht. Dieser wird auf der Firmenwebsite der Syzygy AG im Bereich Investor Relations dauerhaft veröffentlicht.

6.11.2 AUFSICHRAT**MICHAEL MÄDEL**

Vorsitzender
President J. Walter Thompson
Europa, Asien und Afrika

ADRIAAN RIETVELD

stellv. Vorsitzender
General Managing Partner EsNet, Ltd.
Aufsichtsrat UbiQ b.v. Rotterdam

WILFRIED BEECK

CEO ePages Software GmbH

Der Aufsichtsrat erhält eine Vergütung von insgesamt TEUR 45 für das Geschäftsjahr 2010. Dies entspricht einer Vergütung von TEUR 15 je Aufsichtsratsmitglied. Die Vergütung ist in 2010 ausschließlich fix. Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben keine Optionen auf Syzygy Aktien. Weitere Informationen zu den Vergütungen des Aufsichtsrats befinden sich ebenfalls im Vergütungsbericht.

6.12 WERTPAPIERGESCHÄFTE DER ORGANE (DIRECTORS' DEALINGS)

Vorstände: Aktien [Stückzahl]	MARCO SEILER	FRANK WOLFRAM	ANDREW STEVENS	SUMME
Stand 31.12.2009	622.279	5.500	0	627.779
Käufe	0	0	375.000	375.000
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 31.12.2010	622.279	5.500	375.000	1.002.779

Aufsichtsräte: Aktien [Stückzahl]	MICHAEL MÄDEL	ADRIAAN RIETVELT	WILFRIED BEECK	SUMME
Stand 31.12.2009	0	10.000	120.000	130.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 31.12.2010	0	10.000	120.000	130.000

6.13 ANGABEN GEMÄSS § 160 ABS. 1 NR. 8 AKTG

Stimmrechtsmitteilung vom 28. Mai 2010 gemäß § 26 Abs. 1 Satz 1 WpHG

Herr Marco Seiler, Bundesrepublik Deutschland, hat uns am 28. Mai 2010 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der Syzygy AG am 20. Mai die Schwelle von 5 Prozent unterschritten hat und zu diesem Tag 4,85 Prozent beträgt (entspricht 622.279 Stimmrechten).

6.14 ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX NACH § 161 AKTG

Die Entsprechungserklärung zum Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG wurde am 14. Dezember 2010 abgegeben und den Aktionären über die Website der Gesellschaft zugänglich gemacht.

6.15 ZEITPUNKT UND FREIGABE

DER VERÖFFENTLICHUNG

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat den Konzernabschluss am 28. März 2011 zur Genehmigung vorlegen.

**VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
GEMÄSS § 37Y WPHG I.V.M. § 37W ABS. 2 NR. 3
WPHG**

„Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.“

Bad Homburg v. d. H., den 28. März 2011
Syzygy AG

Der Vorstand



Marco Seiler



Frank Wolfram



Andrew Stevens

BESTÄTIGUNGSVERMERK

Wir haben den von der Syzygy AG, Bad Homburg v. d. Höhe, aufgestellten Konzernabschluss bestehend aus Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2010 bis zum 31. Dezember 2010 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und

Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Frankfurt am Main, den 28. März 2011

BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dr. Rosien
Wirtschaftsprüfer

gez. ppa. Werner
Wirtschaftsprüfer

FINANZKALENDER 2011

ZWISCHENBERICHT ZUM 31.03.2011	/	28. APRIL
JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG, FRANKFURT	/	27. MAI
ZWISCHENBERICHT ZUM 30.06.2011	/	28. JULI
SMALL CAP CONFERENCE, FRANKFURT	/	29. AUGUST
ZÜRICHER KAPITALMARKTKONFERENZ	/	06. SEPTEMBER
ZWISCHENBERICHT ZUM 30.09.2011	/	28. OKTOBER
DEUTSCHES EIGENKAPITALFORUM, FRANKFURT	/	21. NOVEMBER
MÜNCHENER KAPITALMARKTKONFERENZ	/	07. DEZEMBER

SYZYGY AG

Investor Relations
Im Atzelnest 3
61352 Bad Homburg
Tel. +49 (0)6172 9488-251
Fax +49 (0)6172 9488-272
E-Mail ir@syzygy.net

syzygy.net

