



Wits
kult
Erh
Stadi und
sind dra
Am Ende des
Jahres
Kontrollen

FINANZKENNZAHLEN DER SYZGY AG

ABB. 1, SEITE 32
NETTO-UMSATZERLÖSE
IN TEUR

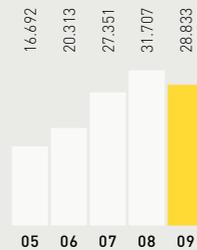


ABB. 2, SEITE 33
EBITA
IN TEUR

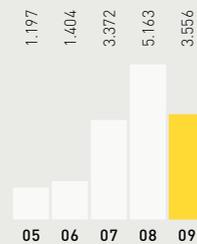


ABB. 3, SEITE 33
EBITA-MARGE
IN %

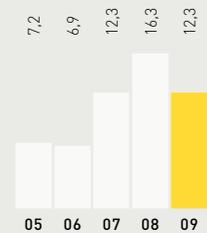


ABB. 4, SEITE 70
**NETTO-UMSATZERLÖSE UND
EBITA-MARGE NACH REGIONEN**

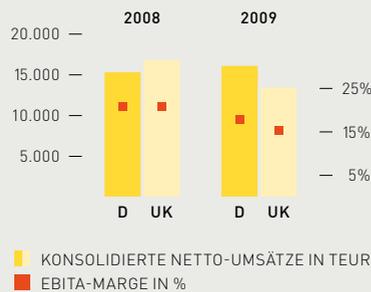


ABB. 5, SEITE 32
**UMSATZVERTEILUNG
NACH BRANCHEN**

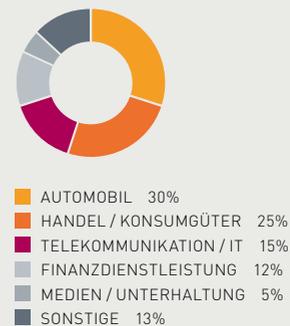


ABB. 6, SEITE 33
FINANZERGEBNIS
IN TEUR

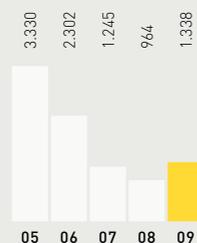


ABB. 7, SEITE 33
**VERHÄLTNISS VON
OPERATIVEM ERGEBNIS
UND FINANZERGEBNIS**
IN TEUR

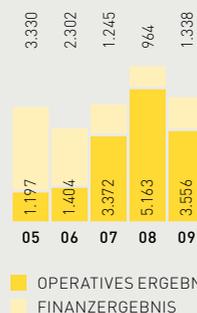


ABB. 8, SEITE 34
KONZERNERGEBNIS
IN TEUR

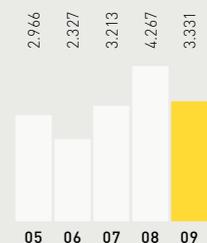


ABB. 9, SEITE 34
ERGEBNIS JE AKTIE
 IN EUR

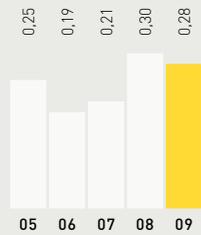


ABB. 10, SEITE 34
ENTWICKLUNG DES OPERATIVEN CASHFLOWS
 IN TEUR

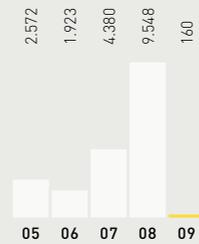


ABB. 11, SEITE 35
BILANZSTRUKTUR

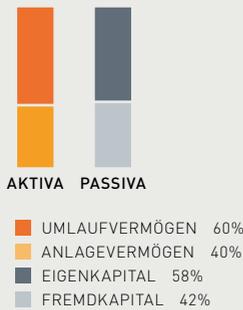


ABB. 12, SEITE 34
ANLAGESTRUKTUR DER LIQUIDEN MITTEL UND WERTPAPIERE

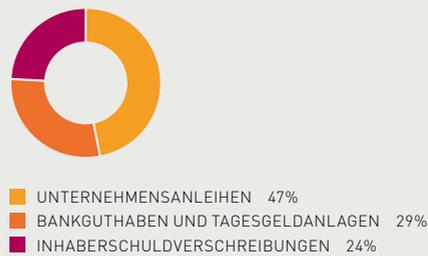


ABB. 13, SEITE 36
MITARBEITERSPLIT NACH FUNKTIONEN

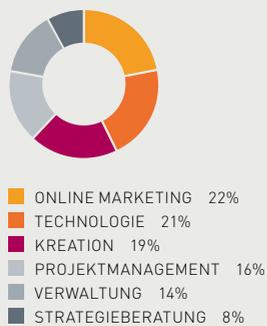
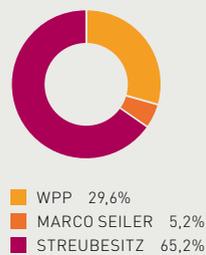


ABB. 14, SEITE 37
AKTIONÄRSSTRUKTUR



CREATING THE NEXT

Sonntag
8. November 2009

sonntags vom 8. November 2009

Mittwoch (12:00 – 19:00)

Montag
8. November 2009

Katholischer Gottesdienst
Görlitz

ZDF heute in Europa am 09.
November 2009

PALEX - Exklusiv: das Herz von (147)

STARTSEITE NACHRICHTEN SENDUNG VERPASST LIVE SENDUNGEN A-Z RUBRIKEN THESEN

Kampf gegen den Terror

Das Aktuelle

Ganze Sendungen

ZDF heute-Sendung vom 09.
November 2009

Das Wunder von Berlin



2	/	VORWORT DES VORSTANDES
6	/	SYZYGY AGENTURGRUPPE
8	/	AWARDS
10	/	O ₂ SURFACE TABLE
12	/	HIRSCHKULTURERBE
14	/	CHANEL N°5
16	/	SOCIAL COMMERCE
20	/	DIE AKTIE
23	/	BERICHT DES AUFSICHTSRATES
26	/	CORPORATE GOVERNANCE
29	/	FINANZINFORMATIONEN 2009
30	/	KONZERNLAGEBERICHT
44	/	KONZERNBILANZ
45	/	KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG
46	/	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
47	/	KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
48	/	KONZERNANHANG
84	/	BESTÄTIGUNGSVERMERK
85	/	FINANZKALENDER UND KONTAKT

VORWORT DES VORSTANDES



FRANK WOLFRAM
VORSTAND



ANDY STEVENS
VORSTAND

SEHR GEEHRTE AKTIONÄRE,

die Syzygy Gruppe hat in den Geschäftsjahren 2007 und 2008 ein beeindruckendes Wachstum vorweisen können.

2009 war geprägt von der schwersten Rezession der Nachkriegszeit. Besonders unsere Automobilkunden wurden durch massive Absatzeinbrüche in einen Schockzustand versetzt. Die Daimler AG reduzierte die Marketingausgaben 2009 weltweit um 1 Milliarde Euro¹; andere Kunden aus dem Automobilsektor in Europa senkten ihre Budgets um 45 Prozent.

Zwei weitere Faktoren wirkten sich ebenfalls wachstumshemmend auf unsere Gesellschaft aus: Das britische Pfund verlor mit -12 Prozent im dritten Jahr in Folge deutlich an Wert gegenüber dem Euro. Zu guter Letzt strich Google zum 1.1.2009 Provisionszahlungen an Online Marketing Agen-

turen, was in unserem Geschäftssegment Online Marketing zu reduzierten Erlösen führte.

ZU DEN FINANZKENNZAHLEN

Betrachten wir die Rahmenbedingungen, sind wir mit den erzielten Ergebnissen unserer Gruppe zufrieden.

Der Bruttoumsatz bewegt sich mit EUR 80,5 Mio. auf dem Niveau des letzten Jahres. Der Konzernumsatz sank um 9 Prozent auf EUR 28,8 Mio. Bei Annahme konstanter Währungskurse (Euro zu Britischem Pfund) ging der Konzernumsatz um ca. 4 Prozent zurück.

Das operative Ergebnis sank von EUR 5,2 Mio. auf EUR 3,6 Mio., bei Annahme konstanter Währungskurse beträgt die Reduktion ca. EUR 1,2 Mio. Die EBITA-Marge liegt nach wie vor im zweistelligen Bereich und beträgt rund 12 Prozent.

Das Finanzergebnis liegt mit EUR 1,3 Mio. deutlich über dem Finanzergebnis des letzten Jahres (EUR 1 Mio.). In Summe beträgt das Geschäftsergebnis EUR 4,9 Mio.

¹ Automobilwoche vom 4.5.2009



MARCO SEILER
VORSTANDSVORSITZENDER

Insgesamt konnten wir im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Gewinn je Aktie von 28 Cent erwirtschaften. Im Jahr 2008 waren es 30 Cent je Aktie.

In den letzten beiden Jahren sah unsere Dividenpolitik die Ausschüttung von 50 Prozent unseres erzielten Gewinns je Aktie vor. 2008 betrug die Dividende 15 Cent, im Jahr zuvor 10 Cent.

Die Syzygy AG feiert in diesem Jahr ihr 10-jähriges Bestehen. Anlässlich dieses Jubiläums werden wir der Hauptversammlung vorschlagen, eine Dividende von 20 Cent an die Aktionäre auszuschütten. Die Dividendenrendite der Syzygy Gruppe beträgt somit rund 6 Prozent, das ist fast doppelt so viel wie die durchschnittliche Dividendenrendite von rund 3 Prozent im Dax.²

SEGMENTE UND GESCHÄFTSFELDER

In Deutschland konnte die Syzygy Gruppe ein Wachstum von ca. 5 Prozent erzielen. Besonders das Geschäftsfeld Webdesign zeigte eine positive Entwicklung. In Großbritannien konnten wir die positive Entwicklung der letzten beiden Jahre

nicht fortsetzen. Besonders das Geschäftsfeld Webdesign verbuchte einen zweistelligen Umsatzrückgang, was durch eine im Vergleich zum deutschen Geschäftsfeld größere Abhängigkeit von Automobilkunden bedingt wurde.

AUSZEICHNUNGEN UND INNOVATIONEN

Wie nie zuvor hat die Syzygy Gruppe eine große Anzahl von Auszeichnungen für herausragende Projekte für Unternehmen wie u. a. die Daimler AG, Henkel und The Economist erhalten. In Summe konnte die Gruppe 36 Awards erringen. Zum Vergleich: Im Jahr 2008 waren es 19 Auszeichnungen.

Besonders erfreulich ist dabei, dass unquedigital (Online Marketing) und Syzygy (Design & Build) gemeinsam den OVK-Award (Online Vermarkter Kreis) gewinnen konnten. Das zeigt, dass die operativen Einheiten im Verbund Herausragendes leisten können. Diese Qualität im Verbund werden wir zunehmend nutzen, um Mehrwerte für unsere Kunden und Wachstum für die Syzygy Gruppe zu schaffen.

² Stichtag: 26.3.2010

Wiederholt kann unsere Gruppe Innovationen vorweisen. Mit der Realisierung einer der ersten kommerziellen Surface Table Anwendung für O₂ (siehe Showcase auf Seite 10), zeigt unsere Gruppe technologische Exzellenz und Verständnis für optimale Gebrauchstauglichkeit. Gleiches konnte Syzygy für das ZDF mit dem Re-Design der sehr beliebten ZDFmediathek erreichen, die das TV-Erlebnis im Internet mediengerecht und komfortabel gestaltet.

Für Chanel haben Hi-ReS! und Syzygy den Wandel im digitalen Zeitalter eingeläutet. Mehr als 30 Jahre lang wurden Kino und Fernsehen genutzt, um der Welt die neuen Chanel-Gesichter wie Marilyn Monroe, Catherine Deneuve oder Nicole Kidman im eigens kreierte „Chanel N° 5-Film“ vorzustellen. Chanel schenkte der Syzygy Gruppe sein Vertrauen, am 5. Mai 2009 das neue Chanel-Gesicht Audrey Tautou zum ersten Mal in der Geschichte von Chanel im Internet zu präsentieren. Das Internet löst für Chanel das Leitmedium TV ab.

Im Geschäftsfeld Online Marketing wurden weitere technologische Innovationen mit einer Erweiterung der Software-Suite DARWIN geschaffen, um die Medieninvestments im Suchmaschinenmarketing für Kunden zu optimieren. Aktuell ergründen unsere operativen Einheiten Potenziale in der Verbindung des Social Web mit dem E-Commerce. Erste Ergebnisse veröffentlichen wir aktuell in Studien und Präsentationsreihen zum Thema Social Commerce (siehe Beitrag ab Seite 16).

UNSERE POSITIONIERUNG

In der digitalen Dekade ist Marketing komplexer geworden. Getrieben durch den technologischen Wandel ändern sich mediale Nutzungsgewohnheiten rasant. Wir begegnen der Atomisierung der

Medien, indem wir Wege ebnen und Orte schaffen, an denen sich Menschen und Marken begegnen können. Damit helfen wir unseren Kunden, die Vermarktung von Produkten und den Aufbau von Marken so effektiv und effizient wie möglich zu gestalten.

Das digitale Zeitalter gibt ein hohes Tempo vor, dem sich Unternehmen stellen müssen. Das gilt für uns, als ein Vertreter des Dienstleistungssektors für Kommunikationsleistungen, wie auch für unsere Kunden. Wir müssen eine zunehmende Anzahl von Spezialisten in interdisziplinären Teams orchestrieren und uns gleichzeitig als konzeptioneller Generalist für Blue Chips empfehlen. Nur so können wir uns als erster Ansprechpartner für die Herausforderungen des Marketings in der digitalen Dekade positionieren.

STRATEGIE

Die Internationalisierung der Aktivitäten der Syzygy Gruppe steht im Mittelpunkt der Strategie. Diese Strategie entspricht dem Wunsch von Kunden, in weiteren europäischen Märkten lokal mit operativen Einheiten oder Partnern der Syzygy Gruppe zusammenzuarbeiten. Eine Partnerschaft mit der polnischen Agentur Ars Thanea ist dabei ein erster Schritt. Weitere Partnerschaften oder Akquisitionen in Ost- und Südeuropa werden sondiert.

Um für diesen Weg gerüstet zu sein, freuen wir uns, dass Andy Stevens in den Vorstand aufgerückt ist. Er erhöht die Anzahl der Vorstandsmitglieder von zwei auf drei Personen und stellt der Syzygy Gruppe mehr Management-Kapazität zur Verfügung. Andy Stevens hat die unquedigital London, die 2007 Teil der Syzygy Gruppe wurde, vor 10 Jahren gegründet. Mit einer beeindruckenden Performance gehörte die unquedigital London zu den

profitabelsten Gesellschaften der Syzygy Gruppe. Mit Andy Stevens stößt ein britischer Entrepreneur und ausgewiesener Online Marketing Experte zum Vorstand der Syzygy Gruppe.

DER AUSBLICK

Wir erwarten, dass in den nächsten zwei bis drei Jahren erhebliche Umwälzungen im Markt für Kommunikationsdienstleistungen stattfinden werden. Die Trennung von sogenannten Offline- und Online-Agenturen wird es in absehbarer Zeit in einer digitalisierten Welt nicht mehr geben. Das bietet die Chance für Agenturen mit digitalem Schwerpunkt, sich als erster Ansprechpartner für Blue Chips zu etablieren und auch eine Expansion in andere Geografien voranzutreiben, die zu starkem Wachstum führen kann. Dies erfordert Konsequenz in der Positionierung und Strategie.

Wir sind davon überzeugt, dass das Geschäftsmodell der Syzygy Gruppe intakt ist und Perspektiven bietet. Der ambitionierte nächste Schritt für die Gruppe ist die Internationalisierung, begleitet von der Einnahme einer führenden Rolle für bestehende wie auch neue Kunden. Wir streben an, diese Rolle für eine Vielzahl unserer Kunden in Europa in den nächsten drei Jahren einzunehmen.

Das Jahr 2010 wird nach wie vor von angespannten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geprägt sein. Gesamtwirtschaftliche Änderungen schlagen sich in der Regel immer mit einer zeitlichen Verzögerung im Markt für Dienstleistungen nieder. Das gilt auch für unseren Sektor, auch wenn er als Zukunftssektor angesehen wird. Zu groß sind derzeit die strukturellen Herausforderungen bedeutender Industrien, wie zum Beispiel der Automobilbranche oder auch des Finanzwesens, als dass diese die Chancen des Wandels durch Innovation in der Vermarktung ihrer Produkte momentan nutzen könnten.

Exakte Prognosen sind aktuell schwer zu treffen. Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir steigende Ergebnisse und sind zuversichtlich, die Wachstumsraten der zurückliegenden Jahre in den kommenden Jahren wieder zu erreichen.

Im zehnten Jahr des Bestehens der Syzygy AG gebührt unseren Kunden und Ihnen, unseren geschätzten Aktionären, besonderer Dank für die Treue und das entgegengebrachte Vertrauen. Unser Dank gilt natürlich auch den Menschen, die die Syzygy Gruppe bilden, und die mit ihrem Talent die Zukunft der Kommunikation für viele Unternehmen gestalten. Ihr Pioniergeist treibt die Syzygy Gruppe auch im Interesse der Aktionäre voran.

Den Mitgliedern des Aufsichtsrates gebührt für das zurückliegende Jahr ebenfalls unser Dank. Der große Erfahrungsschatz, die geschätzte Unterstützung durch Rat und Tat ebenso wie die konstruktive Kritik waren für die Syzygy Gruppe auch in 2009 eine wichtige Basis für die Weiterentwicklung.

Der Vorstand

DIE SYZYGY GRUPPE

Die Syzygy AG ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit Sitz in Frankfurt, Hamburg und London. Die Gruppe beschäftigt rund 280 Mitarbeiter und hat im Berichtsjahr 29 Millionen Euro Honorarumsatz erzielt. Mit Brutto-Umsatzerlösen von 80 Mio. Euro gehört die Gruppe zu den führenden Online Media-Agenturen in Deutschland und Großbritannien.



DESIGN & BUILD

SYZYGY.CO.UK

SYZYGY.DE

LONDON

HAMBURG

FRANKFURT

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

ONLINE MARKETING
UNIQUEDIGITAL.CO.UK
UNIQUEDIGITAL.DE



DESIGN STUDIO
HI-RES.NET

Hi-ReS!

uniquedigital gehört zu den führenden Online Marketing Agenturen in Deutschland und Großbritannien und bietet Analyse, Mediaplanung, Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, Affiliate-Marketing sowie Social Media-Strategien.

Hi-ReS! gilt weltweit als eine der Top-Adressen für kreative Internetprojekte, wurde mit Auszeichnungen überhäuft und arbeitet für Kunden wie Nokia, EMI, Sony, adidas und Dolce&Gabbana.



Awards sind wichtige Gradmesser für die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft einer Agentur. Im vergangenen Jahr sind der Syzygy Gruppe 36 nationale und internationale Auszeichnungen verliehen worden – doppelt so viele, wie in 2008.

ADC AWARDS **AUSZEICHNUNG** MERCEDES-BENZ VANS
 ANNUAL MULTIMEDIA **AUSZEICHNUNG** JÄGERMEISTER
 ANNUAL MULTIMEDIA **AUSZEICHNUNG** JÄGERMEISTER / HIRSCHKULTURERBE
 ANNUAL MULTIMEDIA **AUFNAHME** MERCEDES-BENZ VANS
 AUTOVISION 2009 OTTOCAR **GOLD** MERCEDES-BENZ VANS
 BIMA SPECIAL AWARD FOR TALENT **VISUAL DESIGN** THE ECONOMIST
 CREA CREDENTIAL AWARD **BESTE EIGENDARSTELLUNG** UNIQUEDIGITAL
 CRESTA AWARD **FINALIST / INTERNET SITES** MERCEDES-BENZ VANS
 DDC GUTE GESTALTUNG **FINALIST** JÄGERMEISTER
 DESIGNPREIS DER BRD 2010 **NOMINIERUNG** MERCEDES-BENZ VANS
 DMMA **BRONZE** MERCEDES-BENZ VANS
 EPCIA AWARDS **SILVER / INTERACTIVE** THE ECONOMIST
 EYEBLASTER AWARD **PEOPLE'S CHOICE** CHANEL N°5
 HORIZON INTERACTIVE AWARDS **GOLD** HSBC PRIVATE BANK
 HORIZON INTERACTIVE AWARDS **GOLD** DOLCE & GABBANA
 HORIZON INTERACTIVE AWARDS **SILBER** MAZDA
 HORIZON INTERACTIVE AWARDS **BRONZE** HSBC PRIVATE BANK
 IF COMMUNICATION AWARD **GOLD / DIGITAL MEDIA ANIMATION** MERCEDES-BENZ VANS
 IF COMMUNICATION AWARD **AUSZEICHNUNG / SCREENDSIGN** UNIQUEDIGITAL GMBH
 IF COMMUNICATION AWARD **AUSZEICHNUNG / SCREENDSIGN** MERCEDES-BENZ VANS
 IF COMMUNICATION AWARD **AUSZEICHNUNG / ANIMATION** DARWIN
 IF COMMUNICATION AWARD **AUSZEICHNUNG / ANIMATION** MERCEDES-BENZ VANS
 LONDON INTERNATIONAL AWARD **SILBER / ANIMATION-MOTION GRAPHICS** THE ECONOMIST
 LONDON INTERNATIONAL AWARD **BRONZE / MEDIA PROMOTION** THE ECONOMIST
 MEDIA MAGNATE AWARDS **SHORTLIST / CEO OF THE YEAR** ANDY STEVENS
 NMA EFFECTIVENESS AWARDS **SHORTLIST** SHOP DIRECT HOME SHOPPING
 NYF **FINALIST / BEST CONSUMER TARGETED WEBSITE** MERCEDES-BENZ VANS
 NYF **FINALIST / BEST DESIGN** MERCEDES-BENZ VANS
 NYF **FINALIST / BEST USE OF SOUND / MUSIC** MERCEDES-BENZ VANS
 NYF **FINALIST / BANNERKAMPAGNE** MERCEDES-BENZ VANS
 ONLINESTAR **BRONZE / SONDERFORMAT** JÄGERMEISTER / HIRSCHKULTURERBE
 ONLINESTAR **FINALIST / CORPORATE WEBSITE** JÄGERMEISTER
 OVK AWARDS **WINNER** HENKEL
 THE FWA **SITE OF THE DAY** NOKIA
 THE FWA **SITE OF THE DAY** THE ECONOMIST
 THE FWA **WALLPAPER**

SHOWCASE

O₂ SURFACE TABLE EIN MULTI(TOUCH)TALENT AM POINT OF SALE





Das iPhone hat mit seiner natürlichen Interaktion per Multi-Touch den Handy-Markt revolutioniert. Eine ähnliche Entwicklung erleben wir jetzt am Point of Sale: Im O₂ Flagshipstore in Köln wurde erstmals in Deutschland ein Microsoft Surface Table produktiv am PoS eingesetzt. Der Computer mit berührungsempfindlicher Bildschirmoberfläche entpuppt sich als echtes Verkaufstalent.

BERATUNG AUF FINGERZEIG.

Schon zur Eröffnung war der von Syzygy implementierte Surface Table ein wahrer Kundenmagnet. Ein Gewinnspiel, bei dem die Teilnehmer durch Auflegen eines Flyers über einen möglichen Preis informiert wurden, zog allein am ersten Tag Hunderte Passanten in den Shop. Seitdem hat diese Attraktivität nicht nachgelassen: Auch an regulären Verkaufstagen drängen sich Kunden um das innovative Möbel und erforschen am Screen gemeinsam die neuesten Tarife und Handymodelle. Dank Handy-Berater, einem Media Player, einem Shop-Finder und mehreren Spielen werden Wartezeiten auf unterhaltsame Weise überbrückt. Verkaufsgespräche gestalten sich kürzer und effektiver, da die Kunden bereits bestens „im Bild“ sind.

DAS NEUE SHOPPINGERLEBNIS AUF SIEGESZUG DURCH DEUTSCHLAND.

Die intuitive Bedienbarkeit bringt Kunden gerade bei erklärungsbedürftigen Produkten rasch auf die richtige Spur. Der Erfolg überzeugt auch O₂. Jörg Nissler, O₂ Vice President Sales Service: „Die Interessenten kommen. Und sie bleiben. Wir sind begeistert.“ Microsoft Surface soll nun deutschlandweit fester Bestandteil der O₂ Flagshipstores werden.

SHOWCASE

HIRSCHKULTURERBE

RUDI & RALPH
GEHEN IN RENTE

Rudi & Ralph – ausgewildert!



Von [Jägermeister](#) - maps.google.com

1 von 1 Ortsmarkierungen in [Freie Wildbahn](#)



Endlich Freiwild: Rudi & Ralph stehen im Wald!
Wir haben unsere Hirschpromis in die Prarie geschickt und für Euch die Live-Cam draufgehalten.

[Live-Cam starten](#)

[Route berechnen](#) - [In der Nähe suchen](#)
[Unter "Meine Karten" speichern](#) - [Senden](#)
[Bearbeiten](#)

404 NOT FOUND

RUDI UND RALPH KONNTEN NICHT GEFUNDEN WERDEN.



NOCHMAL WOANDERS SUCHEN:

[Google Suche](#)



Neueröffnung!
• JÄGERMEISTER SHOP





Die Werbewelt steht Kopf. Eine Top-Markenwebsite präsentiert sich als 404-Fehlerseite und schickt Nutzer auf eine Jagd durchs Internet. Die Interims-Website für den neuen Markenauftritt von Jägermeister erntete Begeisterung bei den Fans und Bronze beim OnlineStar 2009.

WERBE-IKONEN WERDEN AUSGEWILDERT.

Über Jahre waren die Hirsche Rudi & Ralph mit ihren frechen Frotzeleien Markenbotschafter des legendären Kräuterlikörs. Mit der Neuausrichtung der Marke verabschiedete sich das Kultgetränk von den Kultfiguren. Und weil wir sie nicht sang- und klanglos verschwinden lassen wollten, feierten wir ihren stilvollen Abschied. Die Jägermeister Homepage präsentierte sich plötzlich als 404-Fehlerseite, Rudi & Ralph waren verschwunden. Durch eine digitale Schnitzeljagd via Google Maps kam man den beiden auf die Spur: Im Hirschkulturerbe, einem Online-Reservat mit realistischen Wald- und Wiesenbedingungen, genießen sie ihren wohlverdienten Ruhestand.

ECHT JÄGERMEISTER. ECHT HIRSCH.

Getreu dem neuen Claim „Echt. Jägermeister“ ist auch die neue Heimat von Rudi & Ralph sehr real: Vier Webcams sind auf Feld, Wald und Wiese gerichtet und suggerieren Live-Atmo. Blätter rauschen im Wind, ein Traktor fährt vorbei. Wenn sich die Hirsche blicken lassen, dann passiert, was niemand erwartet hätte: Rentneralltag. Fressen. Schlafen. Revier markieren. Für virale Aufmerksamkeit sorgen eingestreute EasterEggs: Bei Eingabe von Hot Keys – wie twitter, dude, jacko, lost und ihh – blenden sich unerwartete Szenen ein. Und weil der freche Auftritt nicht nur Rudi & Ralph-Fans begeisterte, hat das Hirschkulturerbe einen festen Platz im Unternehmensbereich der neuen jaegermeister.de bekommen.

SHOWCASE



CHANEL N°5
PREMIERE IM INTERNET





Ein Meilenstein für Chanel N°5:
Zum ersten Mal präsentiert
das Haus Chanel seine neue
Botschafterin im Internet.

CHANEL N°5. EIN DUFT. UND EIN MYTHOS.

Die Zahl 5 hat schon immer eine außerordentliche Rolle gespielt im Hause Chanel. Als Glückszahl der Firmengründerin gab sie dem Parfum seinen Namen, und am 5. 5.1921 wurde Chanel N°5 zum ersten Mal der Öffentlichkeit vorgestellt.

Eine magische 5 steht auch im Mittelpunkt unserer Bannerkampagne, die ab dem 1. Mai 2009 auf großen Lifestyle-Seiten weltweit geschaltet wurde. Die Prelaunch-Phase nahm Besucher mit auf eine geheimnisvolle Reise im Orient Express. Weltweit rätselte man, was es mit der 5 auf sich hatte, die immer wieder aufblitzte. Am 5.5. die Auflösung: Chanel gab sich als Absender zu erkennen, der neue Chanel N°5-Film war in voller Länge zu sehen.

GROSSES KINO IM INTERNET.

Mit einer bezaubernden Audrey Tautou steht der Film in der Tradition großer Chanel-Kampagnen, die Persönlichkeiten wie Marilyn Monroe und Nicole Kidman zu Göttinnen der Verführung stilisierten. 2009 markiert er zugleich eine Revolution: Erstmals in der Geschichte von Chanel fand die Filmpremiere im Internet statt – Monate vor dem Start in Kino und TV. In 17 Ländern und 10 verschiedenen Sprachen wurde die Online-Kampagne geschaltet – ein Event, für das Syzygy 1.093 verschiedene Werbemittel in 106 Formaten produzierte.

SOCIAL COMMERCE

ERFOLG, CHANCEN UND INNOVATIONEN



ERFOLGSGESCHICHTE E-COMMERCE

Das Internet war in Deutschland auch 2009 der Vertriebskanal mit der größten Wachstumsdynamik (Umsatz in Mrd. Euro)*

*Quelle: GfK-WebScope Panel (März 2010)

WACHSTUMSMARKT ONLINE-SHOPPING

Als die Syzygy Gruppe im Oktober 1999 an die Börse ging, war E-Commerce *das* Thema der New Economy. Preistransparenz und Komfort für Verbraucher, Wachstumschancen für den Einzelhandel und neue Möglichkeiten für Unternehmen zum Direktverkauf waren die großen Versprechen dieser Zeit. Und auch, wenn sich nicht alle Erwartungen vollständig erfüllt haben: E-Commerce ist eine Erfolgsgeschichte. Für den Einzelhandel ist der Vertrieb über das Internet mittlerweile ein selbstverständlicher Teil der Wachstumsstrategie. E-Tailer wie ASOS, der in seinem Halbjahresbericht zum 30. September 2009 ein Umsatzwachstum von 47 Prozent ausweisen konnte, oder The Book Depository (mit einem Wachstum von 51 Prozent im Vorjahresvergleich) sind Erfolgsbeispiele des reinen E-Commerce. Der weltgrößte E-Tailer Amazon ist sogar schon einen Schritt weiter: Er hat seine Plattform mittlerweile für Drittunternehmen geöffnet und bietet diesen seine komplette E-Commerce Infrastruktur und Logistik als Service an.

Auch große traditionelle Kaufhäuser haben ihre Vertriebskanäle mit Erfolg um Online-Shops erweitert: So konnte John Lewis seine über das Internet erzielten Umsätze im ersten Halbjahr 2009 um 11,6 Prozent steigern, M&S erreichte im Q3-2009 ein Wachstum der Online-Umsätze von 30 Prozent.

Versandhäuser erzielen heute bereits die Hälfte ihrer Umsätze im Web.

Und auch immer mehr Marken wie Nike, Burberry und Sony entscheiden sich für den Verkauf ihrer

Produkte im Internet, um so die traditionellen, kostspieligen Distributionskanäle zu umgehen.

Laut den Marktforschern der GfK haben deutsche Verbraucher im vergangenen Jahr EUR 15,5 Mrd. online ausgegeben. Dies entspricht einem Zuwachs von 14 Prozent im Vergleich zu 2008. Für Großbritannien ermittelte der IMRG Capgemini E-Retail Sales Index, dass allein im Dezember 2009 Waren im Wert von GBP 5,5 Mrd. über das Internet verkauft wurden - ein Wachstum von 17 Prozent im Vorjahresvergleich. James Roper, Vorstandsvorsitzender der IMRG: „Die jüngsten Index-Ergebnisse beweisen einmal mehr, dass Online-Shopping auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hervorragend gedeiht. Dem Sektor ist in 2009 ein deutlich zweistelliges Wachstum gelungen – trotz Krise und trotz aggressiver Preis-schlachten im Einzelhandel.“ Und er sagt voraus: „Wir gehen davon aus, dass E-Retail sich auch in 2010 sehr gut entwickeln wird. Die Nachfrage ist hoch, Preisvergleiche im Internet sind für die Verbraucher mittlerweile eine Selbstverständlichkeit. Darüber hinaus ist mit einer ganzen Reihe von Verbesserungen zu rechnen, wie einem immer breiteren Produktangebot, immer nutzerfreundlicheren Websites und einer größeren Auswahl an komfortablen und zugleich zuverlässigeren Lieferoptionen.“

Der große Erfolg des E-Commerce bietet Agenturen mit digitalem Schwerpunkt Wachstumschancen, und Syzygy ist gut positioniert, um diese Chancen zu kapitalisieren. Online-Händler benötigen professionelle Unterstützung bei der Gestaltung und technischen Umsetzung von Webshops,

SOCIAL COMMERCE

bei der Optimierung der Nutzerfreundlichkeit und bei der Orchestrierung der zahlreichen Online Media-Kanäle von der Bannerwerbung über Affiliate-Marketing bis hin zum Suchmaschinenmarketing.

uniquedigital UK hat die Shop Direct Group in 2009 bei ihrem ehrgeizigen Ziel unterstützt,

50 Prozent der Umsätze online zu generieren. Syzygy Deutschland arbeitet seit vielen Jahren für den E-Commerce-Pionier Fleurop, und uniquedigital Deutschland hat zwei neue Kunden der OTTO-Gruppe gewinnen können.

SOCIAL COMMERCE – DER NEUE TREND IM E-COMMERCE

Wir haben uns das Ziel gesetzt, 2010 im Bereich E-Commerce weiter zu wachsen. Daher haben wir uns im Rahmen einer Studie intensiv mit dem neuen Trend des Social Commerce auseinandergesetzt. Die Ergebnisse haben wir in dem Whitepaper „Social Commerce: Die Monetarisierung von Social Media“ veröffentlicht, das wir über unseren Facebook Shop unter <http://www.facebook.com/SyzygyGroup> vertreiben. Damit gehört Syzygy zu den ersten Agenturen, die Facebook als Verkaufskanal nutzen. Darauf sind wir stolz.

Social Commerce ist die Verschmelzung von E-Commerce und Social Media. Während 2009 noch viel mit Social Media experimentiert wurde, erwarten Marketingverantwortliche heute einen konkreten Return on Invest ihrer Social Media-Investitionen. Die Idee des Social Commerce an sich ist nichts Neues. Neu sind jedoch die Technologien, die hinter Social Media und E-Commerce stehen. Webshops auf Social Media Sites und Portable Social Graphs, die es Nutzern ermöglichen, unabhängig von Plattformen mit ihren Netzwerken zu interagieren, eröffnen eine ganze Bandbreite an Möglichkeiten, Social Media durch E-Commerce zu monetarisieren.

Dabei bietet Social Commerce Unternehmen drei zentrale Ansatzpunkte: Social Media-Monetari-

sierung, Umsatzoptimierung im E-Commerce und innovative Geschäftsmodelle. Für Verbraucher kann Social Commerce das Käuferlebnis verbessern, indem es Vertrauen, Nutzen und Spaß beim Finden, Auswählen und Empfehlen von Produkten fördert.

Social Commerce umfasst sechs charakteristische Anwendungsbereiche:

SOCIAL SHOPPING
RATINGS & REVIEWS
RECOMMENDATIONS & REFERRALS
FOREN & COMMUNITYS
SOCIAL MEDIA OPTIMIERUNG
SOCIAL ADS & APPS

Auch im Jahr 2010 werden wir im Bereich Social Commerce gemeinsam mit unseren Kunden innovative Lösungen entwickeln und sie dabei unterstützen, die Chancen und Möglichkeiten von Social Media allgemein und Social Commerce im Speziellen für ihren Geschäftserfolg zu nutzen.



CASE STUDY

DIE SHOP DIRECT GROUP

uniquedigital hat die Shop Direct Group, das größte Homeshopping- und Katalogversandhaus Großbritanniens, in das digitale Zeitalter überführt - mit überragenden Ergebnissen. Wir haben Shop Direct dabei unterstützt, sich in mehreren relevanten Kategorien ganz oben auf der Google-Trefferliste zu behaupten, einschließlich der hart umkämpften Kategorie „Mode“. Und dies zu einem günstigen ROI. Das Resultat: Allein in 2009 konnte der Konzern seine Umsätze und Bestellungen um 39 Prozent im Vergleich zum Vorjahr steigern. Um dies zu erreichen, hat uniquedigital eine Vielzahl wegweisender Strategien und Lösungen entwickelt und implementiert, die bei Vermarktern und Kunden gleichermaßen große Anerkennung gefunden haben. Und nicht nur bei ihnen: Für die Ergebnisse, die uniquedigital für die Shop Direct-Marke Littlewoods im Rahmen des Weihnachtsgeschäfts erzielen konnte, wurde die Agentur 2009 bei den renommierten NMA Effectiveness Awards auf die Shortlist gewählt.

Dank eines einzigartigen Leistungsspektrums ist es uniquedigital gelungen, die Messlatte im Einzelhandel kontinuierlich höher zu legen. Hierzu gehören unter anderem:

MASSGESCHNEIDERTE TECHNOLOGIEN

Mit DARWIN haben wir ein Paket von Media Management Tools entwickelt, das sämtliche Schritte bei der Investition der Media-Budgets unserer Kunden unterstützt: von der Marktrecherche über Planung, Einkauf und Analyse bis hin zur Optimierung der eingesetzten Mittel.

INNOVATIONEN

Mit intelligenten Strategien und neuen Ideen stellen wir sicher, dass wir für unsere Kunden durch den optimalen Einsatz der Kanäle den bestmöglichen ROI erzielen. Zu diesen Strategien zählt auch ein innovatives Modell zur Bewertung von Leistungsindikatoren, wie zum Beispiel das SEM Profit Model, das sich in der Branche schon bald als Messgröße etabliert haben wird. Durch den Einsatz von DARWIN ermöglicht das Modell der Shop Direct Group, Werbegelder zu re-investieren, die sich auf Produktebene als profitabel erwiesen haben. Dies ist der nächste Schritt zu einem ausgefeilteren SEM-Gebotsmanagement in einem zunehmend größeren und härter umkämpften Markt.



**STEIGERUNG DER
ONLINE BESTELLUNGEN 2009
IM VERGLEICH ZUM VORJAHR**

AKTIENDATEN

ISIN	DE0005104806
WKN	510480
Symbol	SYZ
Reuters	SYZG.DE
Bloomberg	SYZ:GR
Handelsplätze	XETRA, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, München, Stuttgart
Aktiengesamtzahl	12.078.450 auf den Inhaber lautende Stückaktien
Davon eigene Aktien	25.000
Marktkapitalisierung	EUR 42,27 Mio. [Basis: Schlussnotierung EUR 3,50 am 30.12.2009]
Freefloat	65,2%
Freefloat-Marktkapitalisierung	EUR 27,5 Mio.
Indizes, in denen die Aktie enthalten ist	CDAX, DAXPLUS Family, DAXsector All Software, DAXsector Software, DAX-subsector All IT-Services, DAXsubsector IT-Services, Prime All Share, Technology All Share
Industriegruppe	IT-Services

AKTIENSTATISTIK 2009

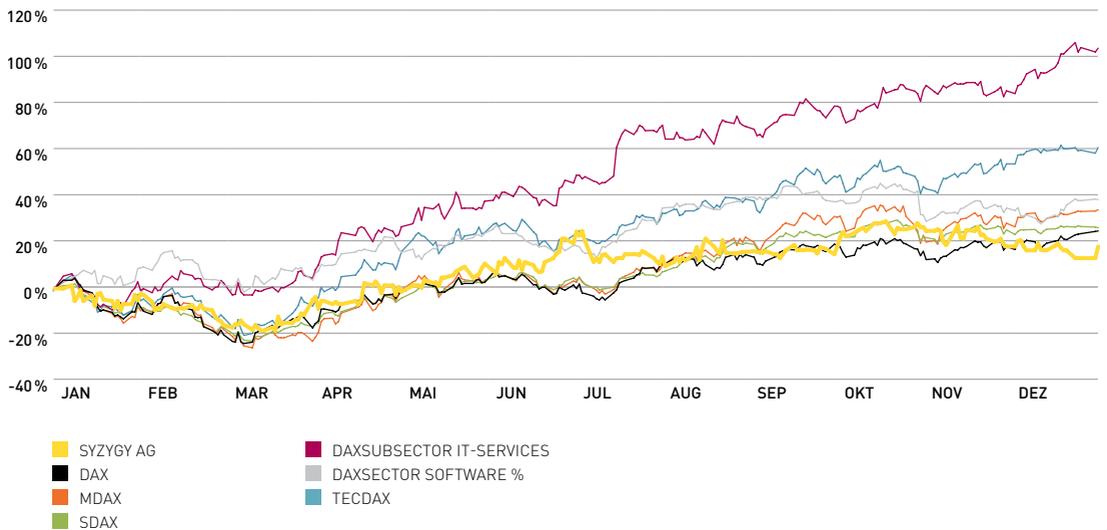
Rang im TecDAX-Index per 31.12.2009	Platz 80 (Marktkapitalisierung) Platz 95 (Börsenumsatz)
Dividendenausschüttung	EUR 0,15 (02.06.2009)
Durchschnittlicher Tagesumsatz (Stück)	7.952 (davon 5.386 über XETRA)
Xetra-Schlusskurs am 02.01.2009	EUR 2,96
Xetra-Schlusskurs am 30.12.2009	EUR 3,50
Höchster Schlusskurs 2009	EUR 3,82 (16.10.2009)
Niedrigster Schlusskurs 2009	EUR 2,42 (12.03.2009)

DESIGNATED SPONSOR

HSBC Trinkaus & Burkhardt AG

ANALYSTEN

Cosmin Filker
(GBC AG)
Philipp Leipold
(GBC AG)
Klaus Kränzle
(GSC Research)



DAS BÖRSENJAHR 2009

Das Börsenjahr 2009 begann turbulenter als von vielen erwartet. Nach den massiven Kurseinbrüchen des Vorjahres hatte sich der Markt Ende 2008 soweit stabilisiert, dass das Schlimmste überstanden zu sein schien. Doch noch erwies sich der Optimismus als verfrüht, die Talfahrt ging weiter. Erst Mitte März zogen die Kurse wieder an, nachdem der DAX mit knapp 3.700 Zählern den tiefsten Stand seit Oktober 2003 erreicht hatte. Auf 12-Monatsbasis hatte der Leitindex damit mehr als 50 Prozent seines Wertes eingebüßt. mDAX, sDAX, tecDAX waren dem Abwärtstrend gefolgt, deutlich geringere Verluste gab es bei den DAXsektoren-Indizes Software und IT-Services.

Nach dem erneuten Rückschlag hellte die Stimmung mit Blick auf die weltweit beschlossenen Konjunkturmaßnahmen langsam auf. Diese bildeten die Basis für die nun beginnende Aufholjagd, die bis zum Ende des Jahres andauern sollte. Zum 30. Dezember hatte der DAX um rund ein Viertel zugelegt und schloss bei 5.957 Punkten. Klassenbester der DAX-Familie war der DAXsubsector IT-Services, in dem auch die Syzygy Aktie enthalten ist. Er beendete das Börsenjahr deutlich über dem Durchschnitt mit einem Plus von 104 Prozent.

DIE ENTWICKLUNG DER SYZYG AKTIE

Die Syzygy Aktie orientierte sich in ihrem Verlauf bis zur Jahresmitte weitgehend an DAX, mDAX und sDAX, wobei sie während dieser Zeit etwas überdurchschnittlich performte. Im Bärenmarkt des ersten Quartals verlor die Aktie rund 18 Prozent ihres Ausgangswertes von 2,96 Euro und erreichte am 12. März 2009 mit 2,42 Euro ihren Jahrestiefstwert. In der Folge erholte sich der Kurs kontinuierlich und stieg auch dann weiter, als die drei großen Indizes ab Mai eine mehrwöchige Atempause einlegten.

Einen vorläufigen Peak erreichte die Syzygy Aktie Anfang Juli und konnte bei einem Wert von 3,70 Euro einen Gewinn von 25 Prozent verbuchen. Unmittelbar im Anschluss an den Höhenflug büßte sie jedoch innerhalb kurzer Zeit wieder deutlich an Wert ein. In den Folgemonaten zeigte sich der Kurs sehr volatil und bewegte sich bei teilweise starken Schwankungen in der Tendenz seitwärts. Erst Ende September folgte ein klarer Kursanstieg, der am 27. Oktober in den Jahreshöchstwert von 3,80 Euro mündete. Nach einer weiteren, ebenfalls von hoher Volatilität geprägten Seitwärtsbewegung verlor der Titel ab Mitte November erneut an Wert. Damit hatte sich die Aktie im Jahresmittel zwar besser entwickelt als die Vergleichsindizes, konnte diesen Vorsprung allerdings nicht über die Jahresendralley hinwegretten.

Am 30. Dezember schloss die Syzygy Aktie bei 3,50 Euro und damit rund 18 Prozent über dem Vorjahresniveau.

DIVIDENDE

Die Hauptversammlung hat am 29. Mai 2009 die Auszahlung einer ordentlichen Dividende von 0,15 Euro je Aktie für das Geschäftsjahr 2008 beschlossen. Die Ausschüttung erfolgte am 2. Juni 2009.

AKTIONÄRSSTRUKTUR

Soweit der Syzygy AG bekannt, hat es im Geschäftsjahr 2009 im Vergleich zum Vorjahr keine Veränderung der Aktionärsstruktur gegeben: Mit 29,6 Prozent der Anteile war die WPP-Gruppe weiterhin größter Aktionär der Syzygy AG. Marco Seiler hielt unverändert 5,2 Prozent der Anteile, während sich 0,2 Prozent der Aktien im Eigenbesitz der Syzygy AG befanden. Die verbleibenden rund 65 Prozent waren im Streubesitz.

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 die Agenturgruppe und ihr Geschäftsmodell vorzustellen, haben Vertreter des Managements auch im Geschäftsjahr 2009 Kapitalmarktkonferenzen besucht und zahlreiche Einzelgespräche mit Analysten, Investoren und Vertretern der Wirtschafts- und Finanzpresse geführt. So nahm die Syzygy AG an der 7. Small Cap Conference, dem Deutschen Eigenkapitalforum (beide Frankfurt) sowie der Münchener Kapitalmarkt Konferenz teil.

Die GBC AG sowie die GSC Research GmbH haben die Syzygy AG regelmäßig analysiert und dem Markt aktuelle Prognosen und Einschätzungen über die weitere Entwicklung des Konzerns zur Verfügung gestellt. Mit dem Designated Sponsoring war die HSBC Trinkaus betraut.

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 Jahresberichten auch alle Ad Hoc-Mitteilungen sowie das „Jährliche Dokument“, das eine Übersicht sämtlicher Informationen enthält, die die Syzygy AG im vorausgegangenen Geschäftsjahr veröffentlicht hat.

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, diese mit dem Vorstand besprochen und ihnen zugestimmt.

SITZUNGEN UND TEILNAHME

Im Geschäftsjahr 2009 fanden im Beisein des Vorstands insgesamt acht ordentliche Aufsichtsratsitzungen statt: am 19. und 29. Januar, 27. März, 23. April, 23. Juli, 19. und 29. Oktober sowie am 7. Dezember. Die Erläuterung der Jahresabschlussergebnisse durch die BDO und die Bilanzfeststellung erfolgten in der Sitzung vom 27. März. Darüber hinaus fanden im laufenden Geschäftsjahr bis zur Bilanzfeststellung 2009 zwei weitere Sitzungen statt.

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

Im Rahmen der acht Sitzungen, bei denen alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entweder persönlich anwesend oder telefonisch zugeschaltet waren, wurden alle wichtigen Vorkommnisse besprochen und erforderliche Entscheidungen getroffen. Regelmäßig wurde die operative Geschäftsentwicklung der einzelnen Gesellschaften und des Gesamtkonzerns erörtert. Neben der gesetzlich festgelegten Berichterstattung wurden auf den Sitzungen insbesondere die folgenden Themen intensiv diskutiert:

- Besetzung des Vorstands
- Verlängerung der Vorstandsverträge
- Corporate Governance
- Erörterung der Vorstandsvergütung unter besonderer Berücksichtigung der Gesetzesänderungen zur Angemessenheit der Vergütung (VorstAG); diese ergibt sich unter anderem aus dem Vergleich zu Unternehmen ähnlicher Größe innerhalb der Branche (vgl. Vergütungsbericht S. 36f.)
- 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

BESETZUNG UND AUSSCHÜSSE

Die Hauptversammlung erteilte den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern am 29. Mai 2009 Entlastung für das Geschäftsjahr 2008. Zudem bestätigte sie den Aufsichtsrat für weitere fünf Jahre in seinem Amt. Die neue Amtsperiode umfasst somit den Zeitraum bis zum Ende der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2013. Die Zusammensetzung des ausschließlich aus unabhängigen Mitgliedern bestehenden Aufsichtsrats blieb im Berichtsjahr folglich unverändert.

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.

PERSONALIA VORSTAND

In seiner Sitzung am 7. Dezember 2009 hat der Aufsichtsrat mit Wirkung zum 1. Januar 2010 Herrn Andrew Peter Stevens als weiteres Vorstandsmitglied bestellt. Ferner hat der Aufsichtsrat die beiden Vorstände Herrn Marco Seiler und Herrn Frank Wolfram für weitere zwei Jahre bis zum 31. März 2012 bestellt.

CORPORATE GOVERNANCE

Am 10. Dezember 2009 veröffentlichte der Aufsichtsrat gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG. Diese basiert auf dem aktuellen Kodex in der Fassung vom 18. Juni 2009. 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 26 sowie auf den Seiten 36f und 78.

JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSPRÜFUNG, VERWENDUNG DES BILANZGEWINNS

Die Hauptversammlung hat am 29. Mai 2009 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 2009 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 26. März 2010 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 festgestellt 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 26. März 2010
Der Aufsichtsrat

Michael Mädels
Vorsitzender des Aufsichtsrats

Der Begriff Corporate Governance bezeichnet eine verantwortungsbewusste Führung und Kontrolle von Unternehmen, die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat sowie die Berücksichtigung der Aktionärsinteressen durch eine transparente und zeitnahe Kommunikation.

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.

Die Syzygy AG hat sich bereits in der Vergangenheit öffentlich zur Einhaltung national und international anerkannter Standards für faire und verantwortungsvolle Unternehmensführung bekannt. Die erste offizielle Anerkennung der im Kodex festgelegten Prinzipien erfolgte im Jahre 2002.

Im Jahr 2009 ist der bestehende Verhaltenskatalog ein weiteres Mal ergänzt worden. Die aktuelle Fassung vom 18. Juni 2009 dient als Grundlage für die Entsprechenserklärung der Syzygy AG für das Jahr 2009, die am 10. Dezember 2009 veröffentlicht wurde und im Folgenden im Wortlaut abgedruckt ist:

ERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER SYZYG AG ZUM „DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX“ IN DER FASSUNG VOM 18. JUNI 2009 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 18. Juni 2009 im vollen Umfang entsprochen wird, wobei die **folgenden Ausnahmen** gelten:

- (1) Höhe des Selbstbehalts bei D&O-Versicherungen für den Vorstand gem. **Ziffer 3.8:**
Die bestehende Versicherung für das Jahr 2009 sieht einen niedrigeren Selbstbehalt vor. Zum 1. Januar 2010 wurde der Selbstbehalt jedoch sowohl für den Vorstand als auch den Aufsichtsrat angepasst, so dass der Regelung ab diesem Zeitpunkt entsprochen wird.
- (2) Gesamtvergütung der Vorstandsmitglieder gem. **Ziffer 4.2.3:**
Die variablen Vergütungsteile haben bislang nur eine 1-jährige Bemessungsgrundlage. Der Aufsichtsrat hat die Vorstandsvergütung zum 1. April 2010 jedoch überarbeitet und die variablen Vergütungsteile dabei an eine mehrjährige Bemessungsgrundlage geknüpft.

- (3) Einrichtung von fachlich qualifizierten Ausschüssen des Aufsichtsrats gemäß Ziffer **5.3.1**, eines Prüfungsausschusses gemäß Ziffer **5.3.2** sowie eines Nominierungsausschusses gemäß Ziffer **5.3.3**:

Da der Aufsichtsrat aus nur drei Personen besteht, wurde und wird auf die Bildung von Ausschüssen verzichtet.

- (4) Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder gem. Ziffer **5.4.6**:

Alle Aufsichtsratsmitglieder erhalten einvernehmlich die gleiche Vergütung, da auch alle Mitglieder vergleichbare Arbeitsaufwände haben.

Ein wichtiger Bestandteil dieser Entsprechenserklärung ist der Vergütungsbericht zum Geschäftsjahr 2009. Dieser wird im ersten Quartal des Jahres 2010 aktualisiert.

Bad Homburg, 10. Dezember 2009

Der Vorstand und der Aufsichtsrat
Syzygy AG

VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht ist ein wesentlicher Bestandteil des Corporate Governance Berichts. Er erläutert die Grundlagen und die Höhe der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der Syzygy AG. Darüber hinaus werden sowohl Höhe als auch Struktur der Vergütungen für das Jahr 2009 offengelegt.

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 erfolgt in Form von Tantiemen jeweils nach Quartalsende auf Grundlage der vom Aufsichtsrat beschlossenen Budgetvorgaben.

Bis zum Jahresende 2009 orientierten sich die erfolgsbezogenen Vergütungsanteile an einer einjährigen Bemessungsgrundlage. Um den Anforderungen der Ziffer 4.2.3 des Corporate Governance Kodexes gerecht zu werden, hat der Aufsichtsrat die Vorstandsvergütung mit Wirkung zum 1. April 2010 angepasst: Künftig basieren die erfolgsbezogenen Vergütungsanteile auf einer mehrjährigen Bemessungsgrundlage.

Die Vergütung des Aufsichtsrates 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.

Die Vorstände und Aufsichtsratsmitglieder erhalten keine Aktienoptionen oder andere aktienbasierte Vergütungen.

Zusätzliche Angaben zur Vergütung der Organe finden Sie auf den Seiten 36f. und 78.

Im Bereich Investor Relations unserer Website www.syzygy.net sind die jährlichen Entsprechenserklärungen, Vergütungsberichte und relevanten Rahmeninformationen dauerhaft zugänglich.



FINANZINFORMATIONEN 2009

30	/	KONZERNLAGEBERICHT
44	/	KONZERNBILANZ
45	/	KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG
46	/	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
47	/	KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
48	/	KONZERNANHANG
84	/	BESTÄTIGUNGSVERMERK
85	/	FINANZKALENDER
85	/	KONTAKT

Überblick der Finanzinformationen 2009
im Umschlag-Einklapper.

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.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND STRUKTUR DES KONZERNS

Syzygy ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit rund 280 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-ReS! London Ltd. sowie der Mediopoly Ltd.

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, 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 („Design & Build“). Suchmaschinenmarketing und Online Media Planung komplettieren das Serviceangebot. So ermöglicht es Syzygy seinen 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.

ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSLAGE

In Folge der Immobilien- und Finanzkrise erlebte die Weltwirtschaft 2009 die schwerste Rezession seit dem Zweiten Weltkrieg. Die globale Wirtschaftsleistung schrumpfte um 2,3 Prozent, für die Europäische Union ermittelte Eurostat einen Rückgang von mehr als 4 Prozent.

Überdurchschnittlich hart traf es die stark exportabhängige deutsche Wirtschaft, die insbesondere im ersten Halbjahr 2009 unter der Investitionszurückhaltung der Handelspartnerländer litt.

Mit Einbußen des Auslandsumsatzes von über 20 Prozent musste die deutsche Industrie den stärksten Einbruch seit Bestehen der Bundesrepublik verkraften. Ungeachtet schlechter Auftragslagen nährte die Ankündigung staatlicher Konjunkturpakete jedoch die Hoffnung auf eine baldige Erholung der Wirtschaftslage: Der ifo Geschäftsklima-Index legte bereits ab Jahresbeginn kontinuierlich zu und zeugte damit von einem verhaltenen Optimismus auf Unternehmerseite.

Tatsächlich zeigten Interventionsmaßnahmen im In- und Ausland im April erste Wirkungen. Nachdem das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) vier Quartale in Folge zurückgegangen war, konnte für das zweite Quartal 2009 erstmals

wieder ein kleines Plus von 0,4 Prozent verzeichnet werden. Dieses Wachstum setzte sich im folgenden Vierteljahr fort (0,7%), kam in den letzten drei Monaten des Jahres allerdings zum Stillstand, da Konjunkturpakete ausliefen oder an Schwung verloren. Bezogen auf das Gesamtjahr brach die deutsche Wirtschaftsleistung im Vergleich zum bereits schwachen 2008 um 5 Prozent ein.

Auch das britische BIP hatte stark unter der Krise zu leiden und schrumpfte um ebenfalls 5 Prozent. Während die meisten europäischen Länder die Talsohle jedoch ab dem dritten Quartal 2009 weitgehend hinter sich lassen konnten, hinkte das Vereinigte Königreich dem allgemeinen Trend hinterher. Zwar gab es auch hier schon früh Hinweise auf ein baldiges Anziehen der Konjunktur; doch gelang es der Wirtschaft erst im letzten Jahresviertel, das BIP leicht um 0,3 Prozent zu steigern und damit den 1,5-jährigen Abwärtstrend zu stoppen.

ONLINE-WERBEMARKT

Der Markt für Internetdienstleistungen zeigte sich im Krisenjahr stabil, wenn auch die hohe Wachstumsdynamik der Vorjahre nicht aufrechterhalten werden konnte. Aufgrund variierender Erhebungsmethoden unterscheiden sich die verfügbaren Daten, doch der generelle Trend ist allen Statistiken gemein: Online gehörte im Wettbewerb um Werbebudgets auch 2009 zu den prozentualen Gewinnern.

Während die klassischen Above-the-line-Medien Print, Rundfunk, Plakat und Kino in Deutschland laut der Nielsen Werbestatistik leichte Einbußen von 0,2 Prozent hinnehmen mussten, stieg der Umsatz für Displaywerbung im Online-Kanal um rund 10 Prozent auf EUR 1,6 Mrd. Der gewachsenen Bedeutung des Internets als Werbemedium trägt Nielsen seit Februar 2010 formell Rechnung: Online wird fortan nicht mehr den „Neuen

Medien“, sondern den Above-the-line-Medien zugeordnet. Betrachtet man in dieser Klassifizierung die einzelnen Kanäle nach ihrem Anteil am gesamten Bruttowerbemarkt, gelang dem Internet mit rund 8 Prozent der Sprung auf Platz 4 – hinter Fernsehen, Zeitungen und Publikumszeitschriften, aber vor Radio, Kino, Plakat und Fachzeitschriften.

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband der Werbewirtschaft, der die Ergebnisse von Nielsen um Suchmaschinen- und Affiliate-Marketing erweitert, hat errechnet, dass die Investitionen in Online-Werbung 2009 erstmals die Grenze von EUR 4 Mrd. überschritten haben. Dies entspricht einem Zuwachs von 12 Prozent.

Der Branchenverband BITKOM, der in seiner Umsatzstatistik Agenturrabatte berücksichtigt, errechnete für Displaywerbung ein Wachstum von knapp 18 Prozent auf EUR 1,5 Mrd.

Laut der Online Adspend Study, die regelmäßig vom Internet Advertising Bureau (iab) und PricewaterhouseCoopers veröffentlicht wird, vereinte das Internet in Großbritannien zur Jahreshälfte 23,5 Prozent (GBP 1,75 Mrd.) aller Werbespendings auf sich und verdrängte damit das Fernsehen als bislang führendes Medium. Auch der Bellwether Report, der auf einer Umfrage unter 300 Marketingentscheidern großer britischer Unternehmen beruht, kommt zu dem Ergebnis, dass das Internet in 2009 als einziges Werbemedium Zuwächse verzeichnen konnte. Während die Umfrageteilnehmer angaben, ihre Marketingausgaben um insgesamt 7 Prozent gekürzt zu haben, investierten sie rund 10 Prozent mehr in Online-Werbung und Suchmaschinenmarketing.

EndersAnalysis berechnete für 2009 ein Wachstum von 2,2 Prozent.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS

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.

Die Brutto-Umsatzerlöse von EUR 80,5 Mio. sind im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstant geblieben (-1%). Demgegenüber gingen die Netto-Umsatzerlöse um 9 Prozent auf EUR 28,8 Mio. zurück. Dies ist auf mehrere Gründe zurückzuführen: Ein sehr maßgeblicher Faktor sind Währungseffekte, die im Berichtsjahr zu einem Umsatzrückgang von rund EUR 1,5 Mio. geführt haben. Konnte für die Erlöse der britischen Gesellschaften in 2008 noch ein Umrechnungskurs von EUR 1,26 / GBP zugrunde gelegt werden, lag dieser in 2009 bei nur noch EUR 1,12 / GBP. Darüber hinaus belastete speziell im Geschäftsfeld Online Marketing der Wegfall der Google-Provisionen nach dem Best Practise Funding Modell das Ergebnis. Schließlich waren die Budgets von Kunden der Automobilbranche aufgrund der allgemein angespannten Wirtschaftssituation rückläufig. Diese Einbußen konnten jedoch durch die Weiterentwicklung großer Bestandskunden weitgehend kompensiert werden.

In der Betrachtung nach Regionen zeigten sich die deutschen Gesellschaften operativ stärker als die britischen. Während die Brutto-Umsatzerlöse mit -2,5 Prozent für Deutschland und 0,7 Prozent für UK in beiden Ländern weitgehend stabil blieben, entwickelten sich die Netto-Umsatzerlöse unterschiedlich: In Großbritannien gingen sie um 19 Prozent auf EUR 13,6 Mio. zurück, was vorrangig auf das restriktive Ausgabeverhalten im Geschäftsfeld Webdesign zurückzuführen ist. Die beiden deutschen Agenturen konnten ihre Netto-Umsatzerlöse dagegen um 5 Prozent auf EUR 16,2 Mio. steigern. Mit EBITA-Margen von 16 bzw. 19 Prozent war die Profitabilität in beiden Regionen sehr zufriedenstellend.

Die Budgetkürzungen im Automobilbereich spiegelten sich auch in der Umsatzverteilung nach Branchen wider: Erwirtschaftete die Syzygy Gruppe 2008 noch 39 Prozent ihrer Umsatzerlöse mit Kunden der Automobilbranche, betrug der Anteil im Berichtsjahr nur noch 30 Prozent. Auf Kunden aus der Finanzbranche entfielen 12 Prozent der Umsatzerlöse (+4%), die Bedeutung der Sektoren Telekommunikation / IT sowie Medien & Unterhaltung blieben mit 15 Prozent bzw. 5 Prozent nahezu konstant. Ein starkes Wachstum von 10 Prozent verzeichnete der Bereich Handel & Konsumgüter, auf den 2009 ein Viertel aller Umsatzerlöse entfiel. Mit Kunden, die keiner dieser fünf Kernbereiche angehören, wurden 13 Prozent der Umsätze erwirtschaftet.

Insgesamt entfielen auf die zehn größten Kunden des Konzerns 59 Prozent aller Umsatzerlöse, das sind 2 Prozent mehr als im Vergleichsjahr.

WÄHRUNGSEFFEKTE

Die Syzygy Gruppe erwirtschaftet rund die Hälfte ihrer Umsatzerlöse in Großbritannien. Das gegenüber dem Euro im Jahresdurchschnitt schwächer gewordene britische Pfund beeinträchtigte daher wie bereits im Vorjahr das organische Wachstum des Konzerns. Während der Umrechnungskurs im Jahresmittel 2008 EUR 1,26 / GBP betrug, lag dieser Wert im Berichtsjahr bei nur noch EUR 1,12 / GBP, was einen Wertverlust von rund 11 Prozent bedeutete. Unter Annahme konstanter Währungskurse wären die Netto-Umsatzerlöse um EUR 1,5 Mio. oder 5 Prozentpunkte höher ausgefallen.

OPERATIVES ERGEBNIS (EBITA) UND EBITA-MARGE

Der oben beschriebene Rückgang der Netto-Umsatzerlöse und speziell der Wegfall der Google-Provisionen beeinträchtigten das operative Ergebnis (EBITA) der Gruppe. Ferner belasteten nicht-liquiditätswirksame Bilanzierungseffekte im Bereich langfristiger Verbindlichkeiten aus Akquisitionen das Jahresergebnis zum Stichtag um EUR 0,3 Mio. Bei leicht gesunkenen Betriebsausgaben betrug das EBITA in Summe EUR 3,6 Mio. und lag damit 31 Prozent unter dem Vorjahreswert von EUR 5,2 Mio. Die EBITA-Marge von 12 Prozent stellt unter den gegebenen Rahmenbedingungen ein gutes Ergebnis dar.

BETRIEBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN

Da die Herstellungskosten der erbrachten Leistungen nicht im gleichen Maße zurückgegangen sind wie die Netto-Umsatzerlöse, sank die Rohmarge leicht um 1 Prozentpunkt auf 32 Prozent.

Die Vertriebs- und Marketingkosten beliefen sich auf EUR 2,3 Mio., das sind 8 Prozent weniger als im Vergleichszeitraum. Ursächlich hierfür sind erhöhte Ausgaben in 2008, die für die Teilnahme an der Branchenmesse OMD sowie die Neupositionierung der beiden Online Marketing Gesellschaften angefallen waren.

Die allgemeinen Verwaltungskosten haben sich aufgrund von Währungseffekten und Restrukturierungsaufwendungen um 13 Prozent auf EUR 3,8 Mio. erhöht.

Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von EUR 0,5 Mio. ergeben sich überwiegend aus Erträgen für Untervermietung von Büroflächen, Währungsumrechnungseffekten sowie der Auflösung von Rückstellungen.

FINANZERGEBNIS

Obgleich es schon zu Beginn des Jahres durch die Übernahme der verbleibenden Anteile an der unquedigital GmbH zu einem deutlichen Mittelabfluss kam, konnte die Syzygy Gruppe 2009 ein sehr gutes Finanzergebnis in Höhe von EUR 1,3 Mio. erzielen. Dies entspricht einer Rendite auf die durchschnittlich vorhandenen Liquiditätsreserven von 6,1 Prozent bzw. einer Steigerung von 39 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Während sich die kurzfristigen Zinsen auf einem sehr niedrigen Niveau bewegten und damit das Finanzergebnis belasteten, konnten bei Anleihen längerer Laufzeiten höhere Zinsen sowie Kursgewinne in Höhe von EUR 0,4 Mio. realisiert werden.

Die Anlagestrategie ist auch weiterhin auf eine langfristige Ertragsentwicklung ausgerichtet, wobei die durchschnittliche Restlaufzeit aller Wertpapiere auf vier Jahre (Vorjahr: sechs Jahre) reduziert wurde. Die liquiden Mittel sind risikodiversifiziert investiert, eine starke Gewichtung liegt auf Unternehmensanleihen guter Bonität. Um zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nachkommen zu können, wurden Neuanlagen überwiegend in kurze Laufzeiten und Tagesgeld getätigt. Die Anlagestruktur der liquiden Mittel und Wertpapiere setzt sich daher zum Jahresende aus 29 Prozent Tagesgelder und Bankguthaben, 47 Prozent Unternehmensanleihen und 24 Prozent Inhaberschuldverschreibungen zusammen.

GESCHÄFTSERGEBNIS

Das sehr gute Finanzergebnis konnte den Rückgang des operativen Ergebnisses teilweise ausgleichen, jedoch nicht vollständig kompensieren. Infolgedessen reduzierte sich das Geschäftsergebnis um 20 Prozent und betrug in Summe EUR 4,9 Mio.

KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE

Nach Abzug der Steuern in Höhe von EUR 1,6 Mio. verblieb ein Konzernergebnis von EUR 3,3 Mio. Da Syzygy alle noch ausstehenden Anteile an der unquedigital GmbH im Dezember 2008 übernommen hat, ist das erwirtschaftete Ergebnis vollständig den Aktionären der Syzygy AG zuzurechnen. Der Gewinn pro Aktie beträgt somit EUR 0,28. Ohne die oben erwähnten nicht-liquiditätswirksamen Bilanzierungseffekte im Bereich langfristiger Verbindlichkeiten hätte das Ergebnis je Aktie EUR 0,31 betragen.

OPERATIVER CASHFLOW

Im vierten Quartal 2009 konnte der operative Cashflow deutlich gesteigert werden. Hatte er zum 30. September noch EUR -2,0 Mio. betragen, belief er sich zum Bilanzstichtag auf EUR 0,2 Mio. Positiven Einfluss auf den operativen Cashflow hatten neben dem Konzernergebnis von EUR 3,3 Mio. die um EUR 4,5 Mio. gestiegenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Sie enthalten die Mediakosten der Online Marketing Agenturen und lagen mit EUR 12,5 Mio. deutlich über dem Vorjahreswert von EUR 8,0 Mio. Beeinträchtigt wurde der Cashflow durch einen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um EUR 5,5 Mio., welche aufgrund eines starken Jahresendgeschäfts im Online Marketing besonders stark gestiegen sind. Ferner belastete ein Rückgang der sonstigen Verbindlichkeiten um EUR 1,2 Mio. den Cashflow. Die in 2009 geleisteten Steuerzahlungen führten zu einer Verminderung der Steuerrückstellungen um EUR 0,7 Mio. und wirkten sich ebenfalls negativ auf den operativen Cashflow aus.

VERMÖGENS- UND BILANZLAGE

Die Bilanzsumme der Syzygy AG betrug zum Stichtag EUR 62 Mio. und lag damit leicht über dem Vorjahresniveau.

Relevante Veränderungen in den Aktiva gab es beim Geschäftswert, in den liquiden Mitteln sowie in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Der Geschäftswert stieg um EUR 1,1 Mio. auf nunmehr EUR 19,2 Mio., da die laufenden Geschäftszahlen zu einer Erhöhung bestehender Earn-Out-Verpflichtungen geführt haben.

Die liquiden Mittel verminderten sich um EUR 5,2 Mio. auf EUR 5,7 Mio., nachdem kurzfristige Verbindlichkeiten bedient wurden. Da dieser Rückgang teilweise von einem deutlichen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf EUR 16,8 Mio. kompensiert wurde, beliefen sich die kurzfristigen Aktiva in Summe auf EUR 37,2 Mio.

Die sonstigen Verbindlichkeiten sowie die langfristigen Verbindlichkeiten sind im Wesentlichen aufgrund der Kaufpreiszahlung für die Übernahme der ausstehenden Anteile an der unquedigital GmbH zurückgegangen. Weitere Veränderungen ergeben sich aufgrund der Neuberechnung der ausstehenden Kaufpreiszahlungen. Die Kaufpreisverpflichtungen aus dem Erwerb der Unique Digital UK wurden aus

den langfristigen in die sonstigen Verbindlichkeiten umgegliedert, da diese in 2010 fällig werden. In Summe reduzierten sich die sonstigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2009 auf EUR 6,0 Mio. gegenüber EUR 7,2 Mio. im Vorjahr, und die langfristigen Verbindlichkeiten auf EUR 1,2 Mio. gegenüber EUR 5,3 Mio im Vorjahr.

Analog zu den Forderungen auf der Aktivseite erhöhten sich auch die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 4,5 Mio. auf EUR 12,5 Mio., was auf ein starkes Jahresendgeschäft im Online Marketing zurückzuführen ist. Das Eigenkapital der Syzygy AG ist im Berichtsjahr um EUR 4,0 Mio. angestiegen. Im Wesentlichen haben zu dieser Entwicklung ein Anstieg der ergebnisneutralen Eigenkapitalveränderungen um EUR 2,4 Mio. und des Bilanzgewinns um EUR 1,5 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 verbesserte sich die Eigenkapitalquote von 52 Prozent in 2008 auf nunmehr 58 Prozent.

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

	2005	2006	2007	2008	2009
Umsatzerlöse, netto in TEUR	16.692	20.313	27.351	31.707	28.833
EBITA in TEUR	1.197	1.404	3.372	5.163	3.556
EBITA-Marge	7%	7%	12%	16%	12%
Ergebnis je Aktie in EUR	0,25	0,19	0,21	0,30	0,28

Entsprechend der sehr guten Entwicklung der Finanzkennzahlen im mehrjährigen Vergleich wird die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Syzygy Gruppe weiterhin als sehr positiv eingeschätzt.

MITARBEITER

Die Syzygy Gruppe beschäftigte im Jahresdurchschnitt 262 feste Mitarbeiter, das sind 6 Prozent weniger als im Vorjahr. Ursächlich hierfür waren die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen: Zum einen wurden die durch natürliche Fluktuation entstandenen Vakanzen teilweise durch freie Mitarbeiter besetzt; zum anderen waren im britischen Webdesign-Geschäft aufgrund der Umsatzrückgänge mit Kunden der Automobilbranche und der damit verbundenen personellen Überkapazitäten Restrukturierungsmaßnahmen erforderlich.

Zum 31. Dezember 2009 beschäftigte die Gruppe 250 Mitarbeiter, von denen 14 für die Syzygy AG, 96 für die Syzygy Deutschland GmbH und 59 für Syzygy UK tätig waren. In den beiden Online Marketing Gesellschaften arbeiteten insgesamt 66 Personen, davon 38 in Hamburg und 28 in London. Hi-ReSI beschäftigte zum Bilanzstichtag 15 Personen.

Auf die britischen Agenturen entfielen damit insgesamt 102 feste Mitarbeiter, für die drei deutschen Gesellschaften waren 148 Personen tätig.

Zusätzlich beschäftigte die Gruppe im Durchschnitt 13 Freelancer, um Auftragsspitzen auszugleichen und die Auslastung zu optimieren. Basierend auf Jahresmittelwerten betrug der Pro-Kopf-Umsatz TEUR 105.

Die Verteilung der Mitarbeiter nach Funktionen blieb weitgehend stabil. Lediglich im Bereich Projektmanagement kam es zu einem Rückgang von 22 auf 16 Prozent. Jeweils rund ein Fünftel der Belegschaft arbeitete in den Bereichen Online Marketing (22%), Technologie (21%) und Kreation (19%). 8 Prozent der Mitarbeiter waren mit der Strategieberatung unserer Kunden betraut, 14 Prozent mit Verwaltungstätigkeiten.

VERGÜTUNGSBERICHT

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

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. Ein erfolgsabhängiger Bonus wird gewährt auf Basis der Erreichung der in der Jahresplanung festgelegten Unternehmensziele, die vom Aufsichtsrat beschlossen wurden.

Eine aktienbasierte Vergütung in Form von Aktienoptionen bestand nicht, da alle noch ausstehenden Optionen im Geschäftsjahr 2008 verfallen sind und keine neuen Optionen gewährt wurden.

Sonstige Leistungen erhalten die Vorstandsmitglieder in Form der privaten Nutzung eines Dienstwagens sowie Beitragszahlungen zur Unfallversicherung.

ZUSAGEN BEI TÄTIGKEITSBEENDIGUNG

Der Vorstand der Syzygy AG erhält keine Zusagen zur Altersversorgung. 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 Vergütungen.

Eine individualisierte Darstellung der Vorstandsbezüge für das Geschäftsjahr 2009 findet sich im Anhang dieses Konzernabschlusses.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATES

Die Vergütung des Aufsichtsrates 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 jährliche 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. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten keine Aktienoptionen oder andere aktienbasierte Vergütungen.

ÜBERNAHMERELEVANTE ANGABEN GEM. § 315 ABS. 4 HGB MIT ERLÄUTERUNGEN

Das Grundkapital der Syzygy AG beträgt Euro 12.078.450 und ist eingeteilt in 12.078.450 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 hält insgesamt 29,6 Prozent der Anteile. Der Vorstandsvorsitzende der Syzygy AG, Marco Seiler, hält 5,2 Prozent der Anteile.

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 richtet 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. Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 29. Mai 2009 wurde der Vorstand bemächtigt, das Grundkapital der Syzygy AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 28. Mai 2014 durch Ausgabe von 1.200.000 Optionsrechten auf jeweils eine nennwertlose Stückaktie der Syzygy AG bedingt um EUR 1.200.000 zu erhöhen. Gleichzeitig hob die Hauptversammlung die bestehenden bedingten Kapitalia 2000 und 2004 auf.

Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 28. Mai 2009 ist der Vorstand berechtigt, innerhalb von 18 Monaten eigene Aktien bis zu einem Gesamtbestand von insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals über die Börse oder 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.

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.

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.

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.

WÄHRUNGSRIKSEN

Syzygy erzielt rund die Hälfte 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. Syzygy schließt keine Kursicherungsgeschäfte 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 Liquiditätsreserve 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. Ebenso wirkt sich ein Anstieg der Kreditausfallrisiken (Credit Default Risk) negativ auf die Kursentwicklung aus. Syzygy reduziert die Ausfallrisiken durch die diversifizierte Geldanlage in Titel mit guter Bonität, und das Zinsänderungsrisiko durch die Wahl unterschiedlicher Laufzeiten.

RISIKEN AUS AKQUISITIONEN

Akquisitionen 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. Aus den vollzogenen Akquisitionen sind Firmenwerte aktiviert worden, deren Werthaltigkeit einmal jährlich im Rahmen eines Impairment Tests überprüft wird. Sollte die wirtschaftliche Entwicklung eines akquirierten Unternehmens nachhaltig unter den Planungen liegen, so könnte dies einen außerordentlichen Abschreibungsbedarf bei Firmenwerten nach sich ziehen.

CHANCEN

Auf dem Markt für Kommunikationsdienstleistungen werden in den nächsten Jahren erhebliche Umwälzungen stattfinden. Wir erwarten, dass es die Trennung von sogenannten Offline- und Online-Agenturen in absehbarer Zeit nicht mehr geben wird, und dass sich gleichzeitig die Fokussierung auf das Internet als Marketingkanal weiter fortsetzt. Agenturen mit digitalem Schwerpunkt, die mit der besonderen technologischen wie auch sozialen Dynamik des Internets bereits seit vielen Jahren vertraut sind, bietet diese Entwicklung die Chance, sich als erster Ansprechpartner für Blue Chips zu etablieren.

Neue Möglichkeiten für Werbung und Vertrieb liegen im Social Commerce, der Verschmelzung von Social Media und E-Commerce. Unternehmen haben gerade erst begonnen, das Potenzial der rasant wachsenden sozialen Netzwerke für das digitale Weiterempfehlungsmarketing und den eigenen Geschäftserfolg zu entdecken und zu monetarisieren. Menschen dort einkaufen zu lassen, wo sie Kontakte pflegen, oder aber Menschen dort Kontakte pflegen zu lassen, wo sie einkaufen – diese beiden Verkaufsstrategien werden verstärkt in den Mittelpunkt rücken und damit die klassischen Firmenwebsites mehr und mehr in den Hintergrund drängen. Hier wird die Expertise von Agenturen gefragt sein, die den Herausforderungen dieser noch jungen Entwicklung technologisch, kreativ und strategisch gewachsen sind. Mit der Veröffentlichung des Whitepapers „Social Commerce – Die Monetarisierung von Social Media“ hat die Syzygy Gruppe einen wichtigen Schritt unternommen, um sich in diesem neuen Betätigungsfeld zu positionieren und als Experte zu empfehlen.

Die Syzygy Gruppe erstellt ihre Prognosen auf Basis ihrer organischen Entwicklung. Daher können Akquisitionen einen weiteren positiven Einfluss auf das künftige Wachstum des Konzerns haben.

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.

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG GEM. §289A HGB

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 10.12.2009 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.syzygy.de/default3_and_fz_menu=corporate_overview.aspx.

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 Risikomanagementsystem 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. Darüberhinaus 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 (Vieraugenprinzip).

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.

AUSBLICK UND PROGNOSE

Wie jedes Unternehmen unterliegt die Syzygy Gruppe Faktoren, die von ihr selbst nicht beeinflusst werden können. Obgleich der Markt für Internet-Dienstleistungen als Wachstumsmarkt gilt und sich bislang robust gegenüber der Krise gezeigt hat, kann die allgemeine Wirtschaftslage und -stimmung Auswirkungen auf das Wachstum der Agentur haben.

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.

ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG

Zwar gehen die meisten Experten derzeit von einer grundsätzlichen Stabilisierung der Konjunktur in 2010 aus, doch wird es hierbei in den einzelnen Ländern und Märkten große Unterschiede geben. Zudem bleibt abzuwarten, inwieweit der Aufschwung selbsttragend ist und auch nach dem Auslaufen staatlicher Konjunkturpakete anhält.

Für die Europäische Union prognostiziert die European Economic Advisory Group (EEAG) in 2010 einen Anstieg des BIP um 1 Prozent. Damit würde Europa hinter dem weltweiten BIP-Wachstum von 2,5 Prozent zurückbleiben. Die EU-Kommission nennt in ihrer Frühjahrszwischenprognose Werte von 0,7 Prozent für Europa und 4,5 Prozent für die gesamte Weltwirtschaft. Der deutschen Wirtschaft sagt die Kommission ein – vorrangig exportgetriebenes – Wachstum von 1,2 Prozent voraus.

Vorsichtiger fallen die Schätzungen für das Vereinigte Königreich aus, das sich mit den Folgen der Krise bislang schwerer tat als viele andere EU-Länder: Hier liegt das prognostizierte BIP-Wachstum mit 0,6 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt.

ONLINE-WERBEMARKT

Unabhängig von der allgemeinen ökonomischen Entwicklung besteht Übereinstimmung darin, dass Online ein Wachstumsmarkt bleiben wird, und Werbebudgets zunehmend von den klassischen Medien auf das Internet transferiert werden. Gründe hierfür sind neben der immer breiteren und längeren Nutzung des Internets als Allround-Medium auch seine hohe Transparenz als Werbekanal. Sie erlaubt eine exakte Kosten-Nutzen-Analyse und stellt daher gerade in wirtschaftlich angespannten Zeiten einen großen Mehrwert für Marketingverantwortliche dar. Weitere Vorteile, wie die Möglichkeit zur Steuerung von Kampagnen in Echtzeit und die punktgenaue Zielgruppenansprache („Targeting“), machen das Internet zusätzlich attraktiv.

Im AdBarometer, einer europaweiten Umfrage der European Interactive Advertising Association (EIAA) unter Marketingverantwortlichen großer Konzerne, gaben über 90 Prozent der mehr als 500 Teilnehmer an, ihre Investitionen in Online Marketing 2010 und 2011 steigern zu wollen. 42 Prozent sind der Ansicht, dass dem Internet eine tragende Rolle im Marketing-Mix zukommt, über die Hälfte sehen in ihm ein „wachsendes Medium“.

Zu vergleichbaren Ergebnissen kommt eine weltweite Untersuchung durch Econsultancy und ExactTarget.

Konkret für Deutschland ermittelte die EIAA Wachstumswerte von 20 Prozent. Etwas niedriger fallen die Berechnungen des Online-Vermarkter Kreises (OVK) aus, der dem deutschen Online-Werbemarkt für 2010 einen Zuwachs von 14 Prozent auf EUR 4,7 Mrd. voraussagt. Für Großbritannien prognostiziert Enders Analysis eine Steigerung der Investitionen in Online Marketing um 7,6 Prozent auf GBP 3,7 Mrd.

ENTWICKLUNG DER SYZYGY GRUPPE

Gesamtwirtschaftliche Entwicklungen schlagen sich in der Regel immer mit einer zeitlichen Verzögerung im Markt für Dienstleistungen nieder. Das Jahr 2010 wird für Syzygy daher weiterhin von den Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise geprägt sein, zumal wichtige Kunden der Gruppe aus der Automobil- und Finanzbranche stammen, die derzeit umfassende strukturelle Veränderungen zu meistern haben.

Wir sind davon überzeugt, dass Syzygy in einer zunehmend digitalisierten Welt sehr gut aufgestellt ist. Der ambitionierte nächste Schritt für die Gruppe ist die Internationalisierung, begleitet von der Einnahme einer führenden Rolle für bestehende wie auch neue Kunden.

Exakte Prognosen für die weitere Entwicklung des Konzerns sind aufgrund der unsicheren Wirtschaftslage schwer zu treffen. Wir erwarten für 2010 steigende Ergebnisse und sind zuversichtlich, die in der Vergangenheit erzielten zweistelligen Wachstumsraten in 2011 wieder erreichen zu können.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Mit Wirkung ab dem 1. Januar 2010 ist Herr Andrew Peter Stevens als weiteres Vorstandsmitglied bestellt worden. Herr Stevens hat als COO der Syzygy Gruppe seinen Fokus auf der Führung der englischen Tochtergesellschaften. Ereignisse, die einen wesentlichen negativen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der Gesellschaft haben könnten, sind nicht eingetreten.

Bad Homburg v.d.H., den 25. März 2010
SYZYGY AG

Der Vorstand

KONZERNBILANZ

AKTIVA		2009	2008
	ANHANG	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäfts- oder Firmenwert	(3.1)	19.249	18.127
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(3.2)	2.182	2.103
Sonstige langfristige Vermögenswerte	(3.3)	462	435
Sonstige langfristige Wertpapiere	(3.3)	2.578	0
Aktive latente Steuern	(3.4)	68	110
Summe langfristige Aktiva		24.539	20.775
Kurzfristige Aktiva			
Liquide Mittel	(3.5)	5.747	10.991
Wertpapiere	(3.5)	12.211	15.223
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3.6)	16.788	11.251
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	(3.7)	2.430	2.505
Summe kurzfristige Aktiva		37.176	39.970
Summe Aktiva		61.715	60.745
PASSIVA			
		2009	2008
		TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Grundkapital*	(3.8.1)	12.078	12.078
Kapitalrücklage	(3.8.3)	18.385	18.385
Eigene Aktien	(3.8.4)	-116	-116
Übriges Konzernergebnis	(3.8.5)	-2.936	-5.382
Bilanzgewinn	(3.8.6)	8.444	6.921
Summe Eigenkapital		35.855	31.886
Langfristige Verbindlichkeiten			
Passive latente Steuern	(5.7)	67	139
Langfristige Verbindlichkeiten	(3.12)	1.226	5.341
Summe langfristige Verbindlichkeiten		1.293	5.480
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(3.10)	12.450	7.921
Sonstige Rückstellungen	(3.10)	1.838	2.830
Erhaltene Anzahlungen		1.721	2.153
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	(3.11)	2.545	3.237
Sonstige Verbindlichkeiten	(3.12)	6.013	7.238
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		24.567	23.379
Summe Passiva		61.715	60.745

* Bedingtes Kapital TEUR 1.200 (Vorjahr: TEUR 1.121). Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

		2009	2008
	ANHANG	TEUR	TEUR
Umsatzerlöse, brutto	(5.1)	80.487	81.123
Mediakosten		-51.654	-49.416
Umsatzerlöse, netto	(5.1)	28.833	31.707
Einstandskosten der erbrachten Leistungen		-19.718	-21.244
Vertriebs- und Marketingkosten		-2.251	-2.442
Allgemeine Verwaltungskosten		-3.776	-3.327
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen, netto	(5.2)	468	469
Operatives Ergebnis		3.556	5.163
Finanzergebnis	(5.6)	1.338	964
Ergebnis vor Steuern und Minderheitenanteilen		4.894	6.127
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(5.7)	-1.563	-1.860
Konzernergebnis		3.331	4.267
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter		0	637
Ergebnisanteil der Aktionäre der Syzygy AG		3.331	3.630
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (unverwässert in EUR)	(6.1)	0,28	0,30
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (verwässert in EUR)	(6.1)	0,28	0,30
Konzernergebnis der Periode		3.331	4.267
Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung		334	-2.686
Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus Wertpapieren		2.112	-1.713
Übriges Gesamtergebnis der Periode		2.446	-4.399
Gesamtergebnis		5.777	-769

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNKAPITALFLUSS- RECHNUNG

	2009	2008
	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	3.331	4.267
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:		
- Abschreibungen auf Anlagevermögen	710	694
- Abschreibungen auf Wertpapiere	0	491
Veränderungen der:		
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-5.414	966
- Erhaltenen Anzahlungen	-432	1.740
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	2.498	974
- Steuerrückstellungen, latenten Steuern und Steuerverbindlichkeiten	-533	416
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	160	9.548
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögensgegenstände	5	16
Veränderung der langfristigen Aktiva	-26	260
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-6.127	-1.036
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-5.515	-3.217
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	8.061	1.945
Erwerb von konsolidierten Unternehmen	0	-1.938
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-3.602	-3.970
Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter	0	-1.276
Dividende	-1.808	-1.205
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-1.808	-2.481
Cashflow gesamt	-5.250	3.097
Liquide Mittel zum Jahresanfang	10.991	8.024
Veränderung aus Konsolidierungskreisänderung	0	55
Währungsveränderungen	6	-185
Liquide Mittel zum Periodenende	5.747	10.991

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG



	ANZAHL AKTIEN	GRUNDKAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE	EIGENE AKTIEN	BILANZGEWINN	ÜBRIGES KONZERN- ERGEBNIS		MINDERHEITENANTEILE	SUMME EIGENKAPITAL
						WÄHRUNGSUMRECHNUNG	UNREALISIERTE GEWINNE UND VERLUSTE		
	in Stk.	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
01. Januar 2008	12.078	12.078	18.385	-116	4.496	-239	-744	639	34.499
Gesamtergebnis					3.630	-2.686	-1.713		-769
Dividende					-1.205				-1.205
Erwerb Minderheitenanteile								-639	-639
31. Dezember 2008	12.078	12.078	18.385	-116	6.921	-2.925	-2.457	0	31.886
01. Januar 2009	12.078	12.078	18.385	-116	6.921	-2.925	-2.457	0	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	0	35.855

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

1. GRUNDLAGEN DER RECHNUNGSLEGUNG

1.1 ALLGEMEINE ANGABEN

Der Konzernabschluss der Syzygy AG (im Folgenden „Syzygy“, „Syzygy Gruppe“ oder „Gesellschaft“ genannt) für das Geschäftsjahr 2009 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 2009 – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind und den ergänzenden Vorschriften des § 315a HGB entsprechen – erstellt. Das Geschäftsjahr entspricht hierbei dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft wurde am 01.05.2000 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 seinen 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 2009 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:

- (1) Hi-ReS! London Ltd., London, Großbritannien (kurz: Hi-ReS!)
- (2) Mediopoly Limited, Jersey, Großbritannien (kurz: Mediopoly)
- (3) Syzygy Deutschland GmbH, Bad Homburg v.d.H., Deutschland (kurz: Syzygy Deutschland)
- (4) Syzygy UK Limited, London, Großbritannien (kurz: Syzygy UK)
- (5) unquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland (kurz: unquedigital)
- (6) 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 die 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 und Forderungen aus unfertigen Projekten 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 INTERPRETATIONEN (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.

- IFRS 3 „Business Combinations“ regelt die Bilanzierung von Unternehmenserwerben neu. Wesentliche Änderungen ergeben sich insbesondere bei der Behandlung des Goodwill bei bedingten Kaufpreiszahlungen oder sukzessiven Unternehmenserwerben sowie bei der Behandlung von Anschaffungsnebenkosten. Die neue Fassung des IFRS 3 ist für Geschäftsjahre anzuwenden, die nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Syzygy wird die neuen Vorschriften des IFRS 3 erstmalig ab dem 1. Januar 2010 anwenden.
- Die Änderung des IAS 27 hinsichtlich Konzern- und separater Einzelabschlüsse nach IFRS ist erstmals verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen.

Nachfolgende IFRS Standards waren endorsed, wurden jedoch nicht angewendet, da sie bis zum Bilanzstichtag für die Syzygy AG nicht von Relevanz waren und entsprechend keine Auswirkungen hatten.

- IFRIC 12
„Service Concession Arrangements“
- Amendments to IAS 39
„Financial Instruments: Recognition and Measurement – Eligible Hedged Items“
- Revised IFRS 1
„First-time Adoption of IFRS“
- 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 genannten Vorschriften 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:

- IAS 23
„Borrowing Costs“
- IAS 1
„Presentation of Financial Statements“
- IAS 32
„Financial Instruments: Presentation“
- IAS 39
„Financial Instruments: Recognition and Measurement“
- IFRS 2
„Share-based Payments“
- IFRS 8
„Operating Segments“
- IFRIC 9
„Reassessment of Embedded Derivates“
- IFRIC 13
„Customer Loyalty Programmes“

1.8 SONSTIGE ANGABEN

Der Konzernabschluss der Gesellschaft wird, soweit nicht anders angegeben, in TEUR dargestellt.

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 RECHNUNGSLEGUNGS-GRUNDSÄTZE

2.1 IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE UND FIRNENWERTE SOWIE SACHANLAGEN

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

Die Bilanzierung und Bewertung immaterieller Vermögenswerte erfolgt gemäß IAS 38. Demnach werden erworbene immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear über drei Jahre abgeschrieben, sofern sie eine bestimmte Nutzungsdauer haben. Andernfalls 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. 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. 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 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 Vermögenswerten des Anlagevermögens 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 bewertet, anschließend mit ihren beizulegenden Zeitwerten. Die Verkehrswerte der Wertpapiere entsprechen in der Regel den Markt- oder Börsenwerten an den Finanzmärkten. 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 Finanzinstrument veräußert oder wird eine Wertminderung festgestellt, werden die bis dahin in der Neubewertungsrücklage angesammelten Gewinne und Verluste im Periodenergebnis erfasst. In der Vergangenheit erfolgswirksam erfasste Wertminderungen 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 Zinssicherungsgeschäfte 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

Szygy hat ein Mitarbeiterbeteiligungsprogramm aufgelegt. Ziel dieses Programms ist die Rekrutierung und die Bindung der Mitarbeiter sowie die Steigerung des Unternehmenserfolgs durch die Schaffung der 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.

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 verwendet werden kann.

2.7 VERBINDLICHKEITEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN UND SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Gemäß IAS 39 werden kurzfristige Verbindlichkeiten im Zugangszeitpunkt mit ihrem Rückzahlungsbetrag oder Erfüllungsbetrag 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 abgegrenzt.

2.10 WERBEAUFWENDUNGEN

Ausgaben für Werbemaßnahmen werden zum Zeitpunkt ihres Anfalls ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung 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.

3.1 GESCHÄFTS- ODER FIRMIENWERT

Der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 19.249 ist im Rahmen der Akquisitionen der unquedigital GmbH in Hamburg, der Unique Digital in London und der Hi-ReS! entstanden. Im Ausweis des Geschäfts- oder Firmenwertes sind die Ausübung einer Option auf die ausstehenden 20 Prozent der Anteile an der Hi-ReS! sowie die zum 31. Dezember 2009 ermittelten Earn-Out-Verpflichtungen an die Gesellschafter der Unique Digital London und der Hi-ReS! 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 zugrundeliegenden Planungen entsprechend angepasst. Die Anpassungen der Earn-Out-Zahlungen und

des Optionsrechts führten zu einem Zugang beim Geschäfts- und Firmenwert in Höhe von TEUR 1.122 im Geschäftsjahr 2009. Die Geschäfts- und Firmenwerte wurden entsprechend dem Tätigkeitsfeld der erworbenen Gesellschaften den jeweils Zahlungsmittel generierenden Einheiten zugeordnet.

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-ReS! London Ltd.

In der folgenden Tabelle sind die den CGUs zugeordneten Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte und immateriellen Vermögensgegenstände dargestellt.

	UNIQUEDIGITAL GMBH			UNIQUE DIGITAL MARKETING LTD			HI-RES! LONDON LTD.		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007	2009	2008	2007
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
GoF	8.841	8.842	7.922	7.963	6.278	5.558	2.445	3.007	0
Imm. Vw. (unbest. ND)	0	0	0	121	114	160	164	156	0

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte wurde durch einen Werthaltigkeitstest zum 31. Dezember 2009 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-ReS! wurde in England ein Zinssatz für risikofreie 30-jährige Staatsanleihen von 4,4 Prozent, ein Risikozuschlag von 5,0 Prozent und ein Branchen-Beta von 0,8 zugrundegelegt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 8,4 Prozent nach Steuern bzw. 11,7 Prozent vor Steuern ergab. Hierbei fand ein durchschnittlicher Steuersatz von 28 Prozent Berücksichtigung. Den entsprechenden Geschäftsplanungen liegt ein erwartetes Umsatzwachstum von jeweils 5 bzw. 10 Prozent p. a. für die Jahre 2010 bis 2014, sowie 0 Prozent als Terminal Value zugrunde. Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2010 von einer Wachstumsrate von 8 Prozent in Großbritannien aus. Auf Basis der zugrundeliegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse weder Wertminderungsbedarf für Unique Digital Marketing noch für Hi-ReS!. Ein Firmen- und Geschäftswert in Höhe von TEUR 7.963 für Unique Digital Marketing und von TEUR 2.445 für Hi-ReS! ist den jeweiligen CGUs zugeordnet.

Für unquedigital in Deutschland wurde ein Zinssatz für risikofreie 30-jährige Staatsanleihen von 4,1 Prozent, ein Risikozuschlag von 5,0 Prozent und ein Branchen-Beta von 0,8 unterstellt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 8,1 Prozent nach Steuern bzw. von 11,6 Prozent vor Steuern ergab. Hierbei fand ein durchschnittlicher Steuersatz von 30 Prozent Berücksichtigung. Der Geschäftsplan sieht ein Umsatzwachstum von 20 Prozent p. a. für die Jahre 2010 und 2011, und 10 Prozent p. a. für die Jahre 2012 bis 2014, sowie 0 Prozent als Terminal Value vor. Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2010 von einer Wachstumsrate zwischen 14 bis 20 Prozent in Deutschland aus. Auf Basis der zugrundeliegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für unquedigital, der ein 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 zahlungsmittel-generierenden Einheiten. Ein Anstieg des Zinssatzes für 30-jährige Staatsanleihen um 1 Prozent würde in Deutschland zu einem Anstieg des WACC um 1,6 Prozentpunkte und in der Folge zu einem Rückgang der Nutzungswerte um 12 Prozent aufgrund des höheren Diskontierungsfaktors führen. Vergleichbar wären die Auswirkungen bei den Nutzungswerten in England.

3.2 ANLAGENSPIEGEL ZUM GESCHÄFTS- UND 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 01.01.2008	13.480	746	534	3.724	18.484
Zugänge	2.669	51	176	964	3.859
Abgänge	0	-58	-40	-66	-164
Zugänge Hi-ReSI, netto	3.344	232	0	105	3.681
Währungskursänderungen	-1.366	-133	-27	-357	-1.883
Anschaffungskosten 31.12.2008	18.127	838	643	4.370	23.977
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2008	0	482	421	2.425	3.328
Zugänge	0	96	42	556	694
Abgänge	0	-58	-40	-54	-152
Zugänge Hi-ReSI, netto	0	0	0	64	65
Währungskursänderungen	0	-37	-4	-147	-188
Kumulierte Abschreibungen 31.12.2008	0	483	419	2.844	3.747
Buchwert 31.12.2007	13.480	264	113	1.299	15.156
Buchwert 31.12.2008	18.127	355	224	1.524	20.230

Die Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr ist wie folgt:

in TEUR	GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERT	IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE	MIETER- EINBAUTEN	BETRIEBS- UND GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG	SUMME
Anschaffungskosten 01.01.2009	18.127	838	643	4.370	23.977
Zugänge	914	99	90	539	1.642
Abgänge	0	-119	0	-362	-481
Währungskursänderungen	208	26	5	74	313
Anschaffungskosten 31.12.2009	19.249	844	738	4.621	25.452
Kumulierte Abschreibungen 01.01.2009	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 31.12.2009	0	436	485	3.100	4.021
Buchwert 31.12.2008	18.127	355	224	1.524	20.230
Buchwert 31.12.2009	19.249	408	253	1.521	21.431

Die immateriellen Vermögenswerte enthalten, unter Berücksichtigung von Fremdwährungseffekten, Markenwerte in Höhe von TEUR 286 (Vorjahr: TEUR 270), die im Rahmen der Erstkonsolidierung der Hi-ReS! und der Unique Digital entstanden 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 Wertpapiere der Kategorie „Held-for-maturity“ in Höhe von TEUR 2.578 (Vorjahr: TEUR 0), die in der Wertpapiertabelle unter 3.5 dargestellt sind, sowie Mietkautionen in Höhe von TEUR 462 (Vorjahr: TEUR 435), die vollständig auf Syzygy UK entfallen.

3.4 AKTIVE LATENTE STEUERN

Aufgrund von Bewertungsunterschieden im Anlagevermögen bei der Syzygy UK sowie bei der Syzygy Deutschland GmbH werden aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 68 (Vorjahr: TEUR 50) ausgewiesen. Im Vorjahr bestanden zudem aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 60 aufgrund der Bilanzierung von steuerlich nicht abzugsfähiger Rückstellungen. Diese bestehen in 2009 nicht mehr. 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	2009	2008
Liquide Mittel	5.747	10.991

Die liquiden Mittel werden zum 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. In 2009 hat die Syzygy AG Wertpapiere mit einem Nennwert von TEUR 5.000 von „available-for-sale“ in „held-to-maturity“ umklassifiziert, da sie beabsichtigt, diese Wertpapiere bis zum Ende ihrer jeweiligen Laufzeit zu halten. Ein Teil dieser Wertpapiere mit einem Nennwert in Höhe von TEUR 3.000 wurde den langfristigen Aktiva zugeordnet. Die übrigen Wertpapiere werden weiterhin im kurzfristigen Vermögen ausgewiesen. Die Bewertung erfolgte mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten. Im Zeitpunkt des Übergangs von der Bewertung available-for-sale zur Bewertung nach fortgeführten Anschaffungskosten (held-to-maturity) ist die neue Anschaffungskostenbasis in Höhe des Zeitwerts zum Zeitpunkt der Umklassifizierung zu bemessen. Die bis zum Zeitpunkt der Umklassifizierung erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Wertminderungen in Höhe von TEUR 357 sind unter Anwendung der Effektivzinsmethode über die Restlaufzeit aufzulösen.

Die Wertpapiere der Kategorie „available-for-sale“ werden mit ihrem Marktwert bilanziert. Wie in der folgenden Tabelle dargestellt, lag der Marktwert der gesamten Wertpapiere zum 31. Dezember 2009 insgesamt um TEUR 345 unter den Anschaffungskosten (Vorjahr: TEUR 2.457). Der Vorjahreswert entfiel vollständig 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 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 3,6 auf, so dass eine Veränderung der Bewertungsparameter um 0,5 Prozent eine entsprechende Veränderung des Wertpapierportfolios um 1,8 Prozent verursacht. Erhöhen sich also die Credit Spreads um 50 Basispunkte bei gleichbleibendem Zinsniveau, so reduziert sich der Wert des Wertpapierportfolios um rund 1,8 Prozent.

					2009	2008
in TEUR	ANSCHAFFUNGS- KOSTEN	UNREALISIERTE GEWINNE	UNREALISIERTE VERLUSTE	DAUERENDE WERTMINDERUNG	BUCHWERT/ MARKTWERT	BUCHWERT/ MARKTWERT
Available-for-sale	10.227	55	-43	0	10.239	15.233
Held-to-maturity	4.907	0	-357	0	4.550	0
Wertpapiere	15.134	55	-400	0	14.789	15.223

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

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBE- FRISTET	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

3.6 FORDERUNGEN AUS LIEFERUNGEN UND LEISTUNGEN

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2009	2008
Forderungen	16.300	10.996
Forderungen aus POC	488	255
	16.788	11.251

Für noch nicht berechnete Leistungen werden TEUR 488 (Vorjahr: TEUR 255) Forderungen und Umsatzerlöse unter Anwendung der PoC-Methode ausgewiesen. Für die im Rahmen der PoC-Methode realisierten Projekte sind Kosten in Höhe von TEUR 439 angefallen. Hieraus ergibt sich eine Marge von TEUR 49.

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

Die Altersstruktur der Forderungen stellt sich wie folgt dar:

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

in TEUR	0-90 TAGE	91-180 TAGE	181-360 TAGE	MEHR ALS-360 TAGE
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (nach Wertberichtigungen)				
zum 31.12.2009	16.521	232	35	10
zum 31.12.2008	9.570	1.681	0	0

Für erkennbare Ausfallrisiken werden angemessene Einzelwertberichtigungen gebildet, uneinbringliche Forderungen werden abgeschrieben. In 2009 wurden keine Einzelwertberichtigungen gebildet. 2008 musste eine Einzelwertberichtigung in Höhe von TEUR 36 bei der Syzygy Deutschland GmbH gebildet werden. Das maximale Ausfallrisiko wurde als nicht höher als TEUR 36 geschätzt.

3.7 SONSTIGE VERMÖGENSWERTE UND RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN

Die sonstigen Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten setzen sich zum 31. Dezember 2009 und 2008 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	2009	2008
Steuererstattungsansprüche	1.220	1.587
Zinsforderungen	452	485
Rechnungsabgrenzungsposten	514	330
Übrige	244	103
	2.430	2.505

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:

in TEUR	0-90 TAGE	91-180 TAGE	181-360 TAGE
Zinsforderungen			
zum 31.12.2009	345	59	48
zum 31.12.2008	205	214	66

Die Rechnungsabgrenzungsposten beinhalten Vorauszahlungen für Mieten, Internetverbindungen und Versicherungen.

3.8 EIGENKAPITAL

3.8.1 GRUNDKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft zum 31. Dezember 2009 ist eingeteilt in 12.078.450 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 PROZENT
WPP Group (UK) Ltd. (direkt und indirekt)	3.570	29,6
Marco Seiler	628	5,2
Streubesitz	7.855	65,0
Eigene Aktien	25	0,2
	12.078	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. Das genehmigte Kapital beträgt EUR 6.000.000. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden hieraus keine neuen Aktien ausgegeben. 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 2009 wurden ebenso wie im Vorjahr keine Optionen ausgeübt. Am Stichtag bestanden keine Aktienoptionen.

3.8.3 KAPITALRÜCKLAGE

In 2009 gab es wie im Vorjahr keine Effekte, die die Kapitalrücklage geändert haben.

3.8.4 EIGENE AKTIEN

Am 29. Mai 2009 hat die Hauptversammlung den Vorstand ermächtigt, bis zum 28. November 2010 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.

3.8.5 ÜBRIGES KONZERNERGEBNIS

Die im übrigen Konzernergebnis zusammengefassten erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen belaufen sich im Geschäftsjahr 2009 auf TEUR 2.446 (Stand zum 31. Dezember 2008: TEUR -5.382) und sind im Wesentlichen auf Kursgewinne aus Währungsumrechnungen (TEUR 334) und nicht realisierte Gewinne bzw. Verluste aus Wertpapieren (TEUR 2.112) zurückzuführen.

3.8.6 BILANZGEWINN

Grundlage für Dividendenausschüttungen ist das im deutschen handelsrechtlichen Einzelabschluss ausgewiesene ausschüttungsfähige Eigenkapital. Die Hauptversammlung beschloss am 29. Mai 2009 eine Dividende in Höhe von EUR 0,15 je Aktie, die am 02. Juni 2009 ausgeschüttet wurde. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 1.601 wurde auf neue Rechnung vorgetragen. Zum 31. Dezember 2009 wies der Einzelabschluss der Gesellschaft einen Bilanzgewinn von TEUR 8.880 aus. Im Konzernabschluss wird ein Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 8.444 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 2009 und 2008 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	2009	2008
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.450	7.921
Sonstige Rückstellungen:		
- Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.056	1.961
- Personalbezogene Rückstellungen	582	538
- Investor Relations und Jahresabschluss	200	331
	14.288	10.751

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

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2008	BUCHWERT 01.01.2008	INANSPRUCH- NAHME	AUFLÖSUNG	ZUFÜHRUNG	BUCHWERT 31.12.2008
in TEUR					
Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.505	-1.133	0	1.589	1.961
Personalbezogene Rückstellungen	429	-429	0	538	538
Investor Relations und Jahresabschluss	243	-243	0	331	331
	2.177	-1.805	0	2.458	2.830

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2009	BUCHWERT 01.01.2009	INAN- SPRUCH- NAHME	AUFLÖSUNG	ZUFÜHRUNG	BUCHWERT 31.12.2009
in TEUR					
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

3.11 STEUERRÜCKSTELLUNGEN UND -VERBINDLICHKEITEN

Die Aufgliederung der Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten ist in folgender Tabelle dargestellt:

in TEUR	2009	2008
Englische Umsatzsteuer	1.275	1.367
Deutsche Ertragsteuer	640	701
Englische Ertragsteuer	336	634
Deutsche Umsatzsteuer	294	535
	2.545	3.237

Die zum Vorjahresstichtag gebildeten Rückstellungen aus den o.g. Steuersachverhalten wurden im Geschäftsjahr mit TEUR 3.237 vollständig verbraucht.

3.12 SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Im Folgenden sind die Bestandteile der sonstigen Verbindlichkeiten aufgeführt:

in TEUR	2009	2008
Verpflichtungen aus Earn-out Zahlungen	5.236	5.048
Sozialversicherung, Lohn- und Kirchensteuer	341	373
Verpflichtungen aus Optionsausübung	0	5.853
Verbindlichkeiten aus noch nicht erbrachten Leistungen	0	277
Sonstige	436	1.028
	6.013	12.579

Die Verpflichtung aus Earn-out Zahlungen hinsichtlich des Erwerbs der Unique Digital Marketing Ltd wird in 2010 fällig. Die Sonstigen Verbindlichkeiten enthalten keine Verpflichtung mehr aus einem Zinsswap (im Vorjahr TEUR 90). Die Verpflichtung aus dem Erwerb der Hi-ReS! London Ltd. ist abhängig von der weiteren Geschäftsentwicklung in 2010 und des ersten Quartals 2011; sie wird in 2011 fällig. Gegenüber Hi-ReS! 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 werden sowohl die Earn-out-Verpflichtung als auch die gegenseitige Option als langfristige Verbindlichkeit ausgewiesen.

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

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen Verbindlichkeiten und der langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2008:

in TEUR	< 1 JAHR	1-5 JAHRE	5-10 JAHRE	UNBEFRISTET	GESAMT
Sonstige Verbindlichkeiten	7.238	0	0	0	7.238
Langfristige Verbindlichkeiten	0	5.048	293	0	5.341

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

Die langfristigen Verbindlichkeiten wurden, soweit sie eine Fristigkeit von mehr als einem Jahr haben, abgezinst. Aus der Aufzinsung im Geschäftsjahr ergab sich ein Betrag von TEUR 209. Die nominalen Werte sind wie folgt:

in TEUR	2009	2008
Verpflichtungen aus Earn-out Zahlungen	1.007	5.694
Verpflichtungen aus Optionsausübung	364	502
	1.371	6.196

Die Anwendung des neu gefassten 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 Ltd., Unique Digital UK, Hi-ReS! und Mediapoly Ltd. Das Segment Deutschland enthält die Syzygy Deutschland GmbH und die unikedigital HH. 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 Transaktionen, die grundsätzlich zu Marktpreisen verrechnet werden, wurden innerhalb der Segmente eliminiert.

Das Segmentvermögen entspricht der Summe aller Aktiva zuzüglich der auf das jeweilige Segment entfallenden Goodwills und 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.

31.12.2009	DEUTSCHLAND	GROSS- BRITANNIEN	ZENTRAL- FUNKTIONEN UND KONSOLI- DIERUNG	SUMME
in 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	0	764
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.005	2.133	-1.582	3.556
Finanzergebnis	48	51	1.239	1.338
Jahresergebnis der Periode	0	1.930	1.401	3.331
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

31.12.2008	DEUTSCHLAND	GROSS- BRITANNIEN	ZENTRAL- FUNKTIONEN UND KONSOLI- DIERUNG	SUMME
in TEUR				
Umsatzerlöse, brutto	37.604	44.444	-925	81.123
Mediakosten	-22.197	-27.580	361	-49.416
Umsatzerlöse, netto	15.407	16.864	-564	31.707
Innenumsätze	90	173		263
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.419	3.664	-1.920	5.163
Finanzergebnis	192	233	539	964
Jahresergebnis der Periode	1.642	2.702	-77	4.267
Vermögenswerte	19.271	24.094	17.380	60.745
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.842	9.285	0	18.127
Investitionen	1.761	5.758	21	7.540
Abschreibungen	423	262	9	694
Segmentschulden	15.244	14.916	-1.440	28.720

Syzygy hat mit einem Kunden mehr als 10% der konsolidierten Brutto-Umsatzerlöse des Konzerns im Segment Großbritannien erzielt (Vorjahr: 1 Kunde im Segment Großbritannien).

5. ANGABEN ZUR GESAMTERGEBNIS- RECHNUNG



5.1 UMSATZERLÖSE

In den Umsatzerlösen sind Umsätze aus den Produktbereichen Online Marketing und Design & Build enthalten. In 2009 erzielte die Syzygy AG Brutto-Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 21.473 im Bereich Design & Build (Vorjahr: TEUR 23.856) und TEUR 59.095 (Vorjahr: TEUR 57.580) im Bereich Online Marketing. Der Bereich Online Marketing enthält Mediakosten in Höhe von TEUR 51.654 (Vorjahr: TEUR 49.416), so dass sich dort Netto-Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 7.441 (Vorjahr: TEUR 8.164) ergeben. Zwischen den Bereichen gab es einen Innenumsatz in Höhe von TEUR 81 (Vorjahr: TEUR 313).

5.2 SONSTIGE BETRIEBLICHE ERTRÄGE UND AUFWENDUNGEN

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

in TEUR	2009	2008
Auflösung von Rückstellungen	272	0
Währungskurseffekte	-64	234
Erträge aus der KFZ-Nutzung von Arbeitnehmern	45	29
Sonstige	215	206
	468	469

5.3 MATERIALAUFWAND

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

in TEUR	2009	2008
Aufwendungen für bezogene Leistungen	4.294	3.892

5.4 PERSONALAUFWAND

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

in TEUR	2009	2008
Löhne und Gehälter	13.614	14.686
Sozialabgaben	1.866	1.949
	15.480	16.635

Im Jahr 2009 betrug die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten der Syzygy Gruppe 262 Mitarbeiter (Vorjahr: 261 Mitarbeiter).

Zum Geschäftsjahresende 2009 hat sich die Gesamtzahl der Syzygy-Mitarbeiter auf insgesamt 250 reduziert. Die Mitarbeiter verteilen sich auf folgende Funktionsbereiche im Unternehmen:

Anzahl in Personen	2009	2008
Strategie/Beratung/ Projektmanagement	60	83
Online Marketing/ Online Media	54	52
Technologie	52	58
Kreation	47	48
Administration	37	35
	250	276

5.5 ABSCHREIBUNGEN

Die Abschreibungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2009	2008
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	64	96
Abschreibungen auf Sachanlagen	646	598
	710	694

5.6 FINANZERGEBNIS

in TEUR	2009	2008
Zinsen und ähnliche Erträge	1.196	1.465
Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren, saldiert	322	10
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	-180	-511
	1.338	964

Das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren setzt sich aus Gewinnen in Höhe von TEUR 474 und Verlusten von TEUR 152 zusammen. Die Zinsen und ähnlichen Erträge enthalten Erträge aus einem Zinsswap in Höhe von TEUR 90 (Vorjahr: TEUR 98).

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 Ertrag aus dem Zinsswap ist der Bewertungskategorie Financial Liabilities at fair value through profit or loss zuzuordnen.

5.7 STEUERN VOM EINKOMMEN UND VOM ERTRAG

in TEUR	2009	2008
Inländische Steuern	972	571
Ausländische Steuern	624	1.202
Latente Steuern	-33	87
	1.563	1.860

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.

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

in TEUR	2009	2008
Aktive latente Steuern		
Rückstellungen	0	60
Anlagevermögen (Syzygy Deutschland)	68	43
Anlagevermögen (Syzygy UK)	0	7
	68	110
Passive latente Steuern		
Währungsgewinne (Syzygy AG)	0	92
Effekte aus Erstkonsolidierung Hi-ReS!	50	47
Umlaufvermögen (Wertpapiere)	17	0
	67	139

Bei der Syzygy Deutschland sind die aktiven latenten Steuern aus unterschiedlichen Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen IFRS und Steuerbilanz zurückzuführen.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich aus der Erstkonsolidierung der Hi-ReS! sowie aus unrealisierten Kursgewinnen bei Wertpapieren, die steuerlich nicht berücksichtigt werden.

Steuerüberleitung:

in TEUR	2009	2008
Ergebnis vor Ertragsteuern	4.894	6.127
Nicht abzugsfähige Aufwendungen	244	116
Steuerpflichtiges Ergebnis	5.138	6.243
Erwarteter Steueraufwand	1.579	1.918
Unterschiede aus Steuersätzen	-63	12
Steuererstattungen	-42	-128
Steuereffekt auf Verlustvorträge, für die keine aktiven latenten Steuern erfasst wurden	0	588
Steuereffekt aus der Nutzung von Verlustvorträgen, für die bislang keine latenten Steuern erfasst wurden	-564	0
Steuereffekt auf Wertschwankungen bei Wertpapieren des Umlaufvermögens	649	-526
Sonstige	4	-4
Steuerbelastung	1.563	1.860

Die Unterschiede aus Steuersätzen ergeben sich insbesondere aus höheren Gewerbesteuersätzen 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 334 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:

	2009	2008
Durchschnittliche Aktienanzahl (in Tsd.)	12.053	12.053
Konzernergebnis in TEUR	3.331	3.631
Anzahl ausgegebener Optionen	0	0
Ergebnis je Aktie – unverwässert und verwässert (in EUR)	0,28	0,30

6.2 KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung wird gemäß IAS 7 nach der indirekten Methode erstellt. Der operative Cashflow des Geschäftsjahres 2009 beträgt EUR 0,2 Mio. gegenüber EUR 9,5 Mio. im Vorjahr. Der Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich die liquiden Mittel. Weitere Erläuterungen zum Cashflow sind im Konzernlagebericht aufgeführt.

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 WÄHRUNGSRISIKEN

Syzygy erzielt rund die Hälfte 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 hypothetische 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 Jahresuberschusses und damit verbundenen Ausschuttungen 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 verfugbar („available-for-sale“) oder zum Teil als Falligkeitswert („held to maturity“) 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 14,8 Mio. in einem Wertpapierportfolio angelegt, das eine Duration von rund 3,6 aufweist. Eine Zinsänderung um 50 Basispunkte hinsichtlich der Anlagen hätte dann eine Änderung des Zeitwertes des Portfolios um rund 1,8 Prozent zur Folge. Dies würde zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 266 fuhren. Zinserhöhungen wirken sich hierbei negativ und Zinsruckgange 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 bezuglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet und die Investment-Entscheidung uberpruft. 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 daruberhinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads kombiniert mit der Restlaufzeit. Eine Ausweitung der Credit Spreads in einer Risikoklasse fuhrt dann in Abhängigkeit zur Duration eines Wertpapiers zu einem entsprechenden Kursrückgang. Bei einer Duration des Wertpapierportfolios von 3,6 und einer Ausweitung der durchschnittlichen Credit Spreads um 200 Basispunkte würde der Wert des Portfolios um 7,2 Prozent sinken. Dies würde dann bei Syzygy zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 1.065 fuhren.

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

Syzygy setzt derivative Finanzinstrumente zur Risikodiversifizierung und Portfoliostrukturierung ein, um entsprechend der Marktentwicklung neben festverzinslichen Wertpapieren variable Verzinsungen einzubinden. Im Geschäftsjahr 2009 ergab sich aus einem Zinsswap ein Ertrag in Höhe von TEUR 90 (Vorjahr: TEUR 98). Der Zinsswap wurde im Geschäftsjahr aufgelöst, so dass zum Stichtag keine derivativen Finanzinstrumente bestehen.

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	2009	2008
Eigenkapital laut Bilanz	35.855	31.886
Fremdkapital	25.860	28.859
Gesamtkapital	61.715	60.745
Eigenkapitalquote	58%	52%
Konzernergebnis der Periode (vor Minderheiten)	3.331	4.267
Eigenkapitalrendite	9%	13%

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

6.4 HAFTUNGSVERHÄLTNISSE

In 2008 hat Syzygy im Rahmen der Neuanmietung von Büroflächen in Hamburg und Bad Homburg Bürgschaften in Höhe von TEUR 250 gewährt. Diese Bürgschaft besteht unverändert.

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:

Jahr	2009	2008
	TEUR	TEUR
Innerhalb eines Jahres	1.149	714
1 – 5 Jahre	2.981	2.419
Mehr als 5 Jahre	654	25
Gesamt	4.784	3.158

Der gesamte Mietaufwand des Jahres 2009 belief sich auf TEUR 1.542 (Vorjahr: TEUR 1.526). Im Jahr 2009 wurden keine Erträge aus Untervermietung erzielt (Vorjahr: TEUR 150). Für Leasingverpflichtungen wurden in 2009 TEUR 111 (Vorjahr: TEUR 55) aufgewendet.

6.6 AUFSTELLUNG DER BETEILIGUNGEN DER SYZYG AG

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

	ANTEIL	EIGEN-KAPITAL	JAHRES-ERGEBNIS
	%	TEUR	TEUR
Hi-ReS! London Ltd., London, UK	80	365	190
mediopoly Ltd., Jersey, UK ¹	100	739	410
Syzygy Deutschland GmbH, Bad Homburg, Deutschland ²	100	383	0
Syzygy UK Ltd., London, UK	100	874	168
Unique Digital Marketing Ltd., London, England	100	1.889	1.162
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

Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft BDO Deutsche Warentreuhand AG erhält für die Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses der Syzygy AG für das Geschäftsjahr 2009 ein Honorar in Höhe von TEUR 74 (Vorjahr: TEUR 96). Darüber hinaus sind keine weiteren Aufträge an die BDO Deutsche Warentreuhand Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vergeben worden.

6.8 ANGABEN ZU NAHE STEHENDEN UNTERNEHMEN UND PERSONEN

Zu den nahe stehenden Personen zählen die Organe der Syzygy AG. In den Jahren 2009 und 2008 haben mit Ausnahme der Bezüge an Vorstände und der Vergütung an den Aufsichtsrat keine Transaktionen mit nahe stehenden Personen stattgefunden.

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

Nach dem Bilanzstichtag sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

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.

Die Vorstandsmitglieder sind in keinem Aufsichtsrat oder vergleichbarem Gremium Mitglied.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Jahr 2009 auf TEUR 494. Marco Seiler bezog ein Grundgehalt von TEUR 220 sowie ein variables Gehalt von TEUR 33. Frank Wolfram hatte ein Grundgehalt von TEUR 210 und einen variablen Anteil von TEUR 31. Die Vorstände haben in 2009 keine Optionen erhalten. Herr Andrew Stevens wurde mit Wirkung zum 1. Januar 2010 zum Vorstand bestellt und hat daher in 2009 keine Vorstandsbezüge erhalten.

Eine detaillierte Erläuterung zu den Vergütungen des Vorstands gibt es sowohl im Lagebericht, als auch im Vergütungsbericht. Dieser wird auf der Firmenwebsite der Syzygy AG im Bereich Investor Relations dauerhaft veröffentlicht.

6.11.2 AUFSICHRAT

Michael Mädler

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 2009. Dies entspricht einer Vergütung von TEUR 15 je Aufsichtsratsmitglied. Die Vergütung ist in 2009 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	SUMME
Stand 31.12.2008	622.279	5.500	627.779
Käufe	0	0	0
Verkäufe	0	0	0
Stand 31.12.2009	622.279	5.500	627.779

Vorstände: Optionen [Stückzahl]	MARCO SEILER	FRANK WOLFRAM	SUMME
Stand 31.12.2008	0	0	0
Zugänge	0	0	0
Abgänge	0	0	0
Stand 31.12.2009	0	0	0

Aufsichtsräte: Aktien [Stückzahl]	MICHAEL MÄDEL	ADRIAAN RIETVELD	WILFRIED BEECK	SUMME
Stand 31.12.2008	0	10.000	120.000	130.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 31.12.2009	0	10.000	120.000	130.000

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

Bad Homburg, 4. März 2009

Korrektur der Stimmrechtsmitteilung vom
27. November 2008 gem. § 26 Abs. 1 WpHG

Am 3. März 2009 teilte uns die WPP plc, St Helier,
Jersey, Vereinigtes Königreich, Folgendes mit:

Der Stimmrechtsanteil der WPP plc an der
Syzygy AG hat am 19. November 2008 die
Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25%
überschritten und beträgt zu diesem Tag 29,64%
(entspricht 3.580.587 Stimmrechte). Der WPP
plc werden davon 29,64% (entspricht 3.580.587
Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1
WpHG zugerechnet.

Die der WPP plc zugerechneten Stimmrechte
werden dabei über folgende von ihr kontrollierte
Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils
3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WPP Group plc; WPP 2005 Limited; WPP LN
Limited; WPP Group (UK) Limited; WPP Spike
Limited; WPP Sparky Limited; WPP Magic
Limited; WPP Sparkle Limited; Line Exchange
Limited; Thistleclub Limited; Readysquare Limi-
ted; Eaton Square Limited; WPP Dutch Holdings
Limited; WPP 2323 Limited; WPP 2318 Limited;
WPP Marketing Communications Spain Limited;
Lexington International BV; Arbour Square BV;
WPP Luxembourg Europe S.à.r.l.; Vincent Square
Holding BV; WPP Marketing Communications
Germany BV; Diebitz Stöppler Braun & Kuhlmann
Werbeagentur GmbH

Bad Homburg, 4. März 2009

Korrektur der Stimmrechtsmitteilung vom
1. Dezember 2008 gem. § 26 Abs. 1 WpHG

Am 3. März 2009 wurde der Syzygy AG Folgendes
mitgeteilt:

1. Der Stimmrechtsanteil der WPP Air 1 Limi-
ted, Dublin, Irland, an der Syzygy AG hat am
21. November 2008 die Schwellen von 3%,
5%, 10%, 15%, 20% und 25% überschritten
und beträgt zu diesem Tag 29,64% (entspricht
3.580.587 Stimmrechte). Der WPP Air 1 Limited
werden davon 29,64% (entspricht 3.580.587
Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1
WpHG zugerechnet.

Die der WPP Air 1 Limited zugerechneten
Stimmrechte werden dabei über folgende von
ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimm-
rechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt,
gehalten:

WPP Air UK; WPP UK Holdings Limited; WPP
Ireland Holdings Limited; WPP 2008 Limited
(vormals WPP Group plc); WPP 2005 Limited;
WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited;
Lexington International BV; Arbour Square BV;
WPP Luxembourg Europe S.à.r.l.; Vincent Square
Holding BV; WPP Marketing Communications
Germany BV; Diebitz Stöppler Braun & Kuhlmann
Werbeagentur GmbH

2. Der Stimmrechtsanteil der WWP Air UK, Dublin, Irland, an der Syzygy AG hat am 21. November 2008 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25% überschritten und beträgt zu diesem Tag 29,64% (entspricht 3.580.587 Stimmrechte). Der WWP Air UK werden davon 29,64% (entspricht 3.580.587 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WWP Air UK zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WWP UK Holdings Limited; WPP Ireland Holdings Limited; WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc); WPP 2005 Limited; WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited; Lexington International BV; Arbour Square BV; WPP Luxembourg Europe S.à.r.l.; Vincent Square Holding BV; WPP Marketing Communications Germany BV; Diebitz Stöppler Braun & Kuhlmann Werbeagentur GmbH

3. Der Stimmrechtsanteil der WPP UK Holdings Limited, Dublin, Irland, an der Syzygy AG hat am 21. November 2008 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15% und 20% überschritten und beträgt zu diesem Tag 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte). Der WPP UK Holdings Limited werden davon 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WPP UK Holdings Limited zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WPP Ireland Holdings Limited; WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc); WPP 2005 Limited; WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited

4. Der Stimmrechtsanteil der WPP Ireland Holdings Limited, Dublin, Irland, an der Syzygy AG hat am 21. November 2008 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15% und 20% überschritten und beträgt zu diesem Tag 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte). Der WPP Ireland Holdings Limited werden davon 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WPP Ireland Holdings Limited zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc); WPP 2005 Limited; WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited

5. Der Stimmrechtsanteil der WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc), London, Vereinigtes Königreich/United Kingdom, an der Syzygy AG hat am 21. November 2008 die Schwelle von 25% unterschritten und beträgt zu diesem Tag 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte). Der WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc) werden davon 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WPP 2008 Limited (vormals WPP Group plc) zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WPP 2005 Limited; WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited

6. Der Stimmrechtsanteil der WPP 2005 Limited, London, Vereinigtes Königreich/United Kingdom, an der Syzygy AG hat am 21. November 2008 die Schwelle von 25% unterschritten und beträgt zu diesem Tag 22,78% (entspricht 2.751.226 Stimmrechte). Der WPP 2005 Limited werden davon 17,90% (entspricht 2.161.639 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WPP 2005 Limited zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierten Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

WPP LN Limited; WPP Group (UK) Limited

6.14 ERKLÄRUNG ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX NACH § 161 AKTG

Die Entsprechungserklärung zum Corporate Governance Kodex gemäß §161 AktG wurde am 10. Dezember 2009 abgegeben und den Aktionären über die Website der Gesellschaft zugänglich gemacht.

6.15 ZEITPUNKT UND FREIGABE DER VERÖFFENTLICHUNG

Der Aufsichtsrat hat den Konzernabschluss am 26. März 2010 genehmigt.

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 25. März 2010

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 2009 bis zum 31. Dezember 2009 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 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, 25. März 2010

BDO Deutsche Warentreuhand
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dr. Rosien
Wirtschaftsprüfer

gez. ppa. Werner
Wirtschaftsprüfer

3-MONATSBERICHT 2010

29. April 2010

HAUPTVERSAMMLUNG 2010

28. Mai 2010

HALBJAHRESBERICHT 2010

29. Juli 2010

SMALL CAP CONFERENCE, FRANKFURT

30. August bis 1. September 2010

9-MONATSBERICHT 2010

29. Oktober 2010

DEUTSCHES EIGENKAPITALFORUM, FRANKFURT

22.-24. November 2010

MÜNCHENER KAPITALMARKTKONFERENZ

8./9. Dezember 2010

SYZYG 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

WWW.SYZYGY.NET

