

SYZIGY



Finanzkennzahlen

Umsatzerlöse
in TEUR



EBIT
in TEUR



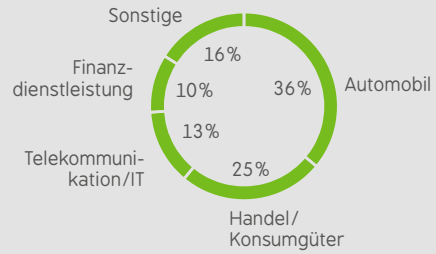
EBIT-Marge
in %



Umsatzerlöse und EBIT-Marge
nach Segmenten
in TEUR



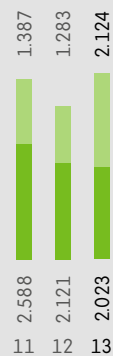
Umsatzverteilung
nach Branchen



Finanzergebnis
in TEUR



Verhältnis von operativem
Ergebnis und Finanzergebnis
in TEUR



Konzernergebnis
in TEUR



operatives Ergebnis
Finanzergebnis

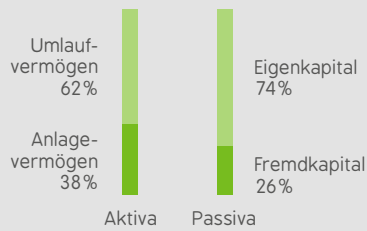
Ergebnis je Aktie
in EUR



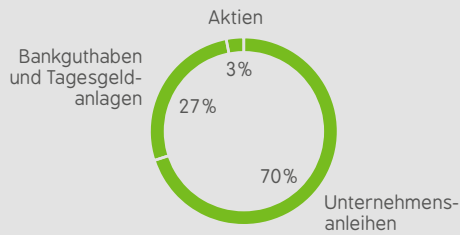
Entwicklung des
operativen Cashflows
in TEUR



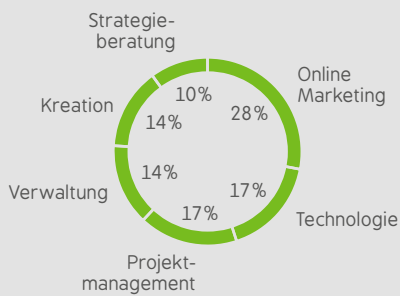
Bilanzstruktur



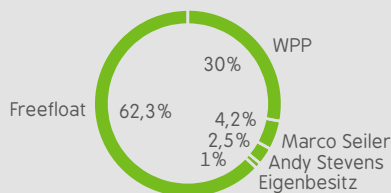
Anlagestruktur der liquiden
Mittel und Wertpapiere



Mitarbersplit
nach Funktionen



Aktionärsstruktur





ir.syzygy.net

2 /	Vorwort des Vorstands
6 /	Die SYZGY Gruppe
8 /	Ars Thanea: AT last – We are family!
10 /	Content Marketing: Beyond the Hype
16 /	Showcase: Strukturwandel – Revolution auf vier Rädern
18 /	Showcase: The ARK Experience – Ein Mythos wird lebendig
20 /	Die Aktie
23 /	Bericht des Aufsichtsrates
26 /	Corporate Governance
30 /	Konzernlagebericht
48 /	Konzernbilanz
49 /	Konzerngesamtergebnisrechnung
50 /	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
51 /	Konzernkapitalflussrechnung
52 /	Konzernanhang
96 /	Bestätigungsvermerk
97 /	Finanzkalender und Kontakt

Vorwort des Vorstands

Sehr geehrte Aktionäre,

2013 gehört zu den erfolgreichsten Geschäftsjahren in der Unternehmensgeschichte der SYZYGY Gruppe. Die Umsatzerlöse des Konzerns stiegen organisch um 13 Prozent auf EUR 35,0 Mio. – ein Bestwert der letzten Jahre. Somit konnte zum zweiten Mal in Folge ein zweistelliges Wachstum erzielt werden. Aufgrund guter Perspektiven und einer sehr guten Bilanz, schlagen wir der Hauptversammlung erneut eine Erhöhung der Dividende um 12 Prozent auf 0,28 EUR vor. Obgleich der Kurs der SYZYGY Aktie zum Jahresende 2013 stark gestiegen ist, entspricht dieser Wert zum fünften Jahr in Folge einer überdurchschnittlichen Dividendenrendite von über 5 Prozent. Damit wird die SYZYGY Aktie abermals dem Anspruch gerecht, ein attraktiver Dividendenwert zu sein.

Zu den Finanzkennzahlen des Konzerns

Die SYZYGY Gruppe hat die dynamische Entwicklung des Vorjahres fortgesetzt und ihre Umsatzerlöse um 13 Prozent auf EUR 35,0 Mio. gesteigert. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass die deutschen und britischen Gesellschaften gleichermaßen zum Wachstum beigetragen haben. Das operative Ergebnis liegt mit EUR 2,0 Mio. etwas unterhalb des Vorjahreswertes. Das herausragende Finanzergebnis von EUR 2,1 Mio. entspricht einem Anstieg von 66 Prozent gegenüber 2012. Summiert und nach Abzug der Steuern führt das zu einem Konzernergebnis von EUR 3,4 Mio. Die liquiden Mittel unserer Gesellschaft betragen zum 31. Dezember EUR 24,8 Mio.

Gewinn je Aktie

Nach Abzug der Anteile von Minderheitsgesellschaftern ergibt sich aus dem Konzernergebnis von EUR 3,4 Mio. ein unverwässerter Gewinn je Aktie von EUR 0,26.

Erklärte Dividendenpolitik der SYZYGY AG ist eine gleich bleibende oder steigende Gewinnbeteiligung der Aktionäre. Gemeinsam mit dem Aufsichtsrat haben wir daher beschlossen, die Dividende abermals zu erhöhen und unseren Aktionären eine Ausschüttung von 0,28 EUR je Aktie zur Abstimmung vorzulegen. Basierend auf dem XETRA-Schlusskurs zum 30. Dezember 2013 entspricht dies einer Dividendenrendite von 5,5 Prozent. Die SYZYGY Aktie beweist sich damit wie bereits in den Vorjahren als äußerst attraktiver Nebenwert.



Andy Stevens
Vorstand



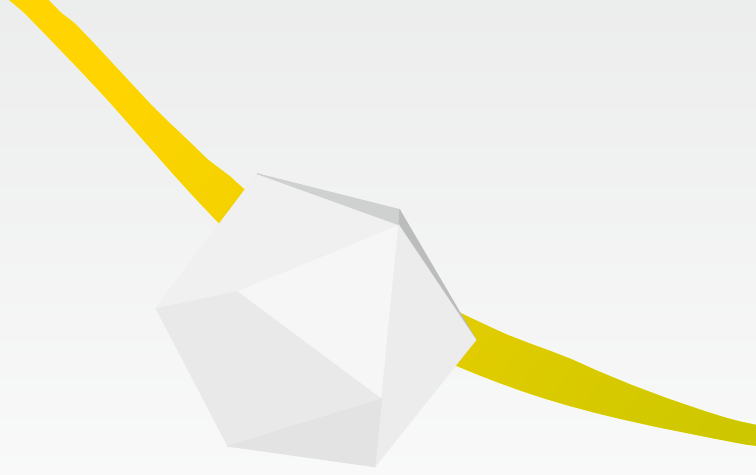
Marco Seiler
Vorstandsvorsitzender

Auch Fachmedien haben die Leistungsfähigkeit unserer Gesellschaft wie noch nie zuvor gewürdigt. Davon zeugt nicht zuletzt die positive Berichterstattung in Anlegermagazinen wie Börse Online („Wachstum durch Wandel“, 35/2013), Focus Money („Knaller des Jahres“, 52/2013) und Der Aktionär („Dividenden-Perle“, 08/2013). Das Interesse für die SYZYGY Aktie hat bei Investoren im Berichtsjahr deutlich zugenommen, was sich auch in einem gestiegenen Handelsvolumen widerspiegelt: Mit im Schnitt rund 26.000 gehandelten Stücken pro Tag hat sich die Liquidität in der Aktie im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Auch das verleiht der SYZYGY Aktie Stabilität und steigert ihre Attraktivität für Investoren.

Zu den Segmenten und Geschäftsfeldern

Das Segment Deutschland erhöhte seine Umsatzerlöse um 13 Prozent auf EUR 23,5 Mio. Neukundengewinne hatten einen maßgeblichen Einfluss auf das Wachstum des deutschen Segments, wobei sich der Gewinn des Kunden BMW besonders positiv auswirkte. Das operative Ergebnis der deutschen Gesellschaften stieg um 3 Prozent auf EUR 3,1 Mio.

Im Segment Großbritannien gelang es der Gruppe nach mehreren Jahren stagnierender bzw. leicht rückläufiger Umsätze, in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld ein hervorragendes Ergebnis zu erzielen. Die Umsatzerlöse stiegen um 11 Prozent auf EUR 12,3 Mio., wobei sich das operative Ergebnis sogar überproportional um 41 Prozent auf EUR 1,4 Mio. verbesserte.



Wir stehen erst am Anfang

„Wer nicht digital ist, geht unter“, titelte der Chefredakteur der deutschen Wirtschaftswoche Ende Februar 2014. Sei es die mobile Revolution, der Erfolg der sozialen Medien oder auch das unaufhörliche Wachstum im eCommerce – das digitale Zeitalter im vollen Umfang anzunehmen, ist für viele Wirtschaftszweige keine Option, sondern eine Notwendigkeit. Es geht dabei nicht nur um das effektive Bewerben von Produkten, sondern um Marketing im holistischen Sinne, wo digitales Marketing im besten Falle Teil des Produktes wird.

Wir gehören zu den Pionieren unserer Branche und feiern im kommenden Jahr unser 20-jähriges Bestehen. Nicht nur in Deutschland haben wir uns als ein führender Media-, Kreativ- und Technologiedienstleister etabliert. Und dabei stehen wir erst am Anfang: Notwendige Transformationsprozesse im Marketing und Vertrieb großer Unternehmen kommen nun langsam in Schwung und werden in den nächsten Jahren Strukturen nachhaltig verändern. Für uns rücken dabei im kommenden Jahr digitale Markenplattformen mit all ihren Facetten in den Fokus. Sie nehmen eine Hauptrolle in der Akquisition und Loyalisierung von Kunden ein und bieten weiterhin großes Wachstumspotenzial für unsere Gesellschaft.

Markenplattformen werden durch Inhalte lebendig: Seien es Produktinformationen, interaktive Geschichten rund um Marken und Unternehmen oder Lebenshilfe rund um Produkte. So ist in diesem Jahr „Content Marketing“ ein Trendthema unserer Branche. Ihm widmet sich daher auch das Essay des diesjährigen Geschäftsberichtes ab Seite 10, auf das wir Ihr Augenmerk lenken möchten.

Erhöhung der Beteiligung an Ars Thanea

Mit der Erhöhung der Beteiligung an der polnischen Agentur Ars Thanea auf 70 Prozent ist es uns im Februar dieses Jahres gelungen, zusätzliches Talent als vollwertiges Konzernmitglied zu gewinnen. Preisgekrönte Arbeiten für internationale Top-Marken und der Erfolg des neuen iPad/iPhone-Blockbusters „Another Case Solved“ zeigen eindrucksvoll, welches Potenzial die Gesellschaft in die Gruppe einbringt. Und auch in Zusammenarbeit mit SYZGY Gesellschaften wie Hi-ReS! London konnte Ars Thanea jüngst für Kunden wie Chanel oder Paramount einen wichtigen Beitrag leisten. Im Geschäftsbericht auf Seite 18 stellen wir mit „The ARK Experience“ ein aktuelles Projekt von Ars Thanea und Hi-ReS! vor.

Ausblick

Der Vorstand der SYZYGY Gruppe bedankt sich herzlich bei unseren Kunden und Ihnen, unseren geschätzten, treuen Aktionären. Wir freuen uns, dass die SYZYGY Aktie als Geldanlage von immer mehr Aktionären angenommen wird.

Unser aufrichtiger Dank gilt auch den mittlerweile fast 450 Menschen und ihren Familien, die für die SYZYGY Gruppe stehen und sie begleiten. Wir sind stolz auf die Menschen der SYZYGY Gruppe. Sie gehören zu den besten ihres Fachs.

Den Mitgliedern des Aufsichtsrates gebührt ein besonderer Dank. Der große Erfahrungsschatz und Sachverstand des Aufsichtsrates ist elementar für die Entwicklung der SYZYGY Gruppe. Der Aufsichtsrat hat einen maßgeblichen Anteil daran, dass die Strategie der SYZYGY Gruppe zu den aktuellen Erfolgen geführt hat.

Die SYZYGY Gruppe erwartet ein gutes Geschäftsjahr 2014: Nach aktuellem Erkenntnisstand werden die Umsatzerlöse der Gruppe bei über EUR 40 Mio. liegen, was einem Wachstum von mindestens 15 Prozent entsprechen wird. Das operative Ergebnis wird voraussichtlich mindestens EUR 3,2 Mio. betragen, was eine EBIT-Marge von 8 Prozent repräsentiert.

Der Vorstand

Die SYZYGY Gruppe

SYZYGY ist eine internationale Dienstleistungsgruppe für digitales Marketing mit über 450 Mitarbeitern in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt, Hamburg, London, New York und Warschau.

SYZYGY

Digitale Kommunikation

SYZYGY entwickelt internationale Webpräsenzen und Plattformen, die Marken erlebbar machen und den Vertrieb vereinfachen. Immer basierend auf einem tiefen Verständnis für Nutzerbedürfnisse, Technologie und Markenführung.

syzygy.co.uk
syzygy.de

unique

Online Media

Das Leistungsportfolio von unikedigital umfasst Online Mediaplanung, Suchmaschinenmarketing und -Optimierung, Affiliate Marketing und Social Media sowie Beratung in den Bereichen Webanalytics, Conversion Optimierung und Cross-Channel Management. Für ihre Arbeit wurde die Agentur mehrfach mit führenden Awards ausgezeichnet.

unikedigital.co.uk
unikedigital.de



Indem wir unsere Faszination und Neugier für Technologien, Marken und Kulturen bewahren, realisieren wir digitale Kommunikation, die Menschen berührt und Prozesse vereinfacht. Und die messbare Erfolge liefert.

HI/RES/

Designstudio

Hi-ReS! gilt weltweit als Top-Adresse für kreative Internetprojekte, wurde mit Auszeichnungen überhäuft und arbeitet für Marken wie Jägermeister, Chanel, BMW, Hogan, Dunhill, The Economist und Edun.

hi-res.net

arsthanea

Designstudio

Das Warschauer Designstudio Ars Thanea genießt internationales Ansehen für seine Arbeiten in den Bereichen digitale Illustrationen, Motion Design und Interactive Design. Auf das Team vertrauen u. a. Discovery Channel, Nike, Ubisoft, Visa, Nutricia und Nvidia.

arsthanea.com





AT last:

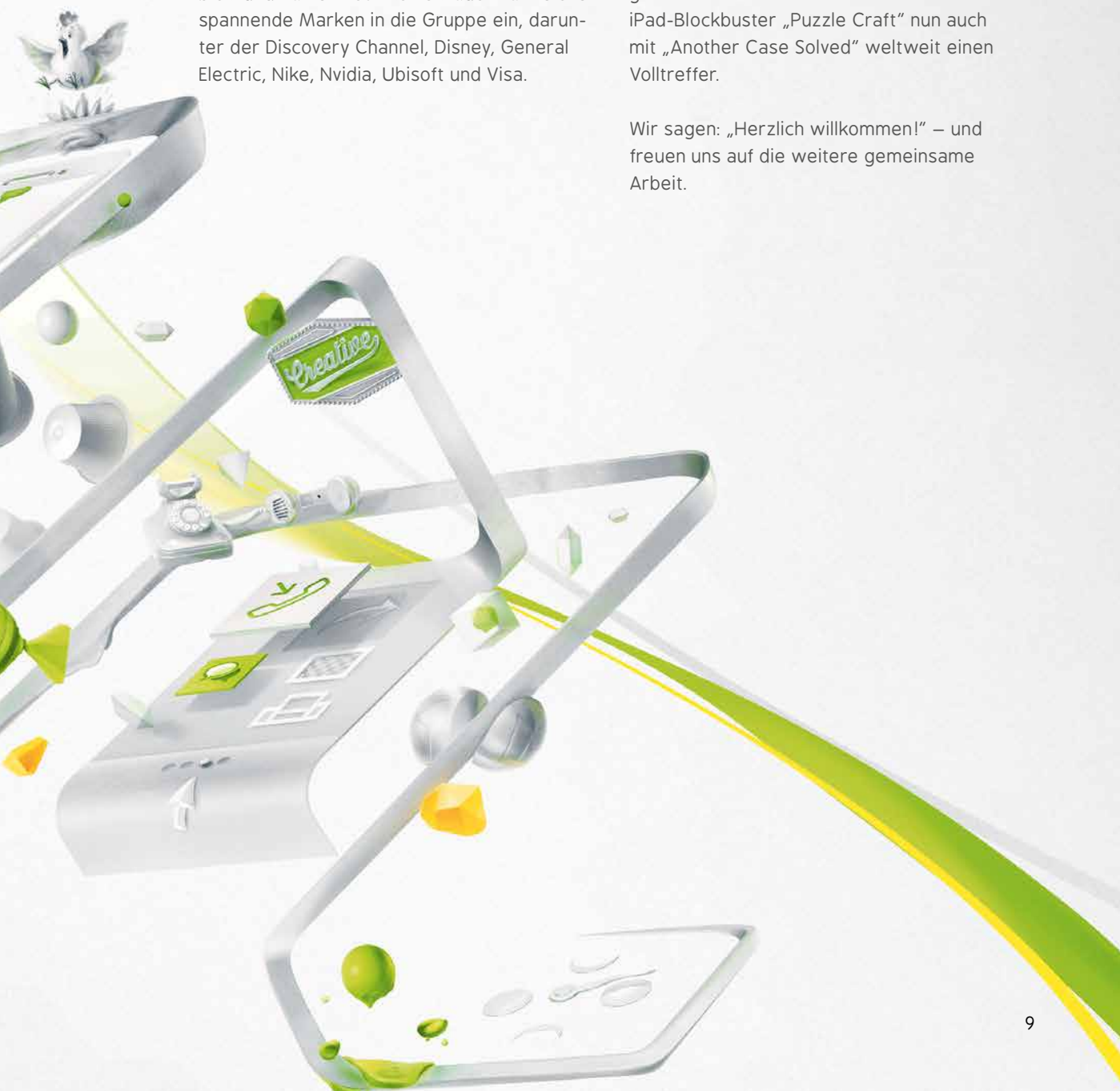
We are family!

Gefühlt gehören sie schon längst zur Familie – seit Anfang 2014 tun sie es auch ganz offiziell: mehr als 50 Kolleginnen und Kollegen der Warschauer Agentur Ars Thanea. Am 6. Februar erhöhte die SYZYGY AG ihren Anteil von 26 auf nun 70 Prozent.

Neben außergewöhnlichem Talent bringt das Team um Peter Jaworowski, Bartłomiej Rozbicki und Paweł Piotrkowski auch zahlreiche spannende Marken in die Gruppe ein, darunter der Discovery Channel, Disney, General Electric, Nike, Nvidia, Ubisoft und Visa.

Die Tochtergesellschaft AT Games hat sich international als Spieleentwickler einen Namen gemacht und landete nach dem iPhone/iPad-Blockbuster „Puzzle Craft“ nun auch mit „Another Case Solved“ weltweit einen Volltreffer.

Wir sagen: „Herzlich willkommen!“ – und freuen uns auf die weitere gemeinsame Arbeit.



Content Marketing: Beyond the Hype

von Dr. Paul Marsden



Content Marketing ist en vogue: Publizieren statt Werben ist das Gebot der Stunde. Der Enthusiasmus für die vermeintliche Wunderwaffe ist groß – gilt sie doch als Heilsbringer im Kampf gegen den zunehmenden Werbeverdruss einer anspruchsvollen Kundschaft.



Es geht nicht um Kanäle und Plattformen; es geht um die Inhalte, die diese Kanäle und Plattformen bereichern.



Content is King (mal wieder)

Bereits 1996 prägte Microsoft-Chef Bill Gates den Satz, der im digitalen Marketing zum wohl meist strapazierten Klischee wurde: „Content is King.“ Keine Frage: Es geht nicht um Kanäle und Plattformen; es geht um die Inhalte, die diese Kanäle und Plattformen bereichern. Sorge für fesselnden Content, und Menschen werden dir folgen.

Mittlerweile haben Marketiers diese Weisheit wiederentdeckt. Content Marketing ist zur Eier legenden Wollmilchsau des digitalen Marketings geworden – und weltweit ein blühendes 44 Milliarden Dollar-Geschäft.

Trotz des Hypes gibt es keine einheitliche Vorstellung davon, was Content Marketing genau bedeutet. Fragt man zehn Marketiers, erhält man zehn verschiedene Antworten. Fast gehört es schon zum guten Ton, sämtlichen Marketing-Aktivitäten den Stempel „Content Marketing“ aufzudrücken. Im Kern geht es jedoch vor allem um eines: Marketingziele zu erreichen, indem man relevante Inhalte publiziert, statt Werbekanäle zu bedienen. Es geht um YouTube-Clips – nicht um Werbung auf YouTube; es geht darum, e-books, Ratgeber, Apps und Podcasts zu veröffentlichen – nicht darum, in ihnen zu werben; es geht um die Schaffung eigener redaktioneller Inhalte, nicht um die werbliche Nutzung eines thematisch passenden Umfeldes. Kurzum: Es geht ums Publizieren. Nicht ums Werben.

Spätestens seit dem Red Bull-Spektakel „Stratos“ mit dem österreichischen Skydiver Felix Baumgartner – ein wahrhaft überirdisches und absatzförderndes Großevent (+13%) – schlägt das Herz von Marketiers für Content Marketing: 90 Prozent aller Verbrauchermarken und 92 Prozent aller Unternehmensmarken geben hierfür inzwischen Geld aus.

Gute Beispiele gab es im vergangenen Jahr einige. So gelang dem Konzern Unilever mit seinen „Dove Real Beauty Sketches“ ein echter Volltreffer: 143 Millionen Menschen sahen die Kurzfilme, die Frauen ihren oftmals allzu selbstkritischen Blick auf den eigenen Körper bewusst machen sollten.

Volvo setzte auf „Muscles from Brussels“ und ließ einen alternden aber noch immer durchtrainierten Jean-Claude von Damme einen Spagat auf den Außenspiegeln zweier rückwärts fahrender Lastwagen vollführen. Über 70 Millionen Mal wurde das YouTube-Video angeklickt.

Und schließlich war da noch die NASA: Unbeeindruckt von österreichischen Welt-raum-Eskapaden veröffentlichte sie ihre ganz eigene Coverversion von David Bowies Songklassiker „Space Oddity“ – und brachte es damit immerhin auf ein 20 Millionen-Publikum.

Fast scheint es, als habe Content Marketing den Macho in Marketingverantwortlichen geweckt: Ein echter Marketier zahlt nicht für sein Publikum. Er gewinnt es!

Content Marketing beschränkt sich jedoch nicht nur auf das Spektakuläre und Ungewöhnliche. Es funktioniert auch im bescheideneren Rahmen. „Native advertising“, die neue Bezeichnung für gesponsorte oder redaktionelle Anzeigen, gilt als Retter der Anzeigenwerbung und damit all jener, die finanziell von ihr abhängen. Bedeutende Medientitel wie The New York Times, The Economist, Forbes, Time, The Atlantic, The Huffington Post oder Yahoo – sie alle verkaufen redaktionellen Raum an Unternehmen. Und große Marken wie Unilever, Nestlé, Pepsi und BMW sind dankbare Abnehmer.

Warum gerade jetzt?

Doch was steckt genau hinter der Wiederbelebung von Content Marketing? Und warum beobachten wir sie gerade jetzt? Content Marketing ist nichts Neues. Advertorials sind fast so alt wie Zeitungen selbst. Und Michelin gibt mit seinem Michelin Guide seit über einem Jahrhundert ein Musterbeispiel gelungenen Content Marketings heraus. Dennoch gibt es gute Gründe, dass der Hype gerade jetzt entflammt ist: Die Rahmenbedingungen haben sich verändert.

Zum einen ist es heute wahrscheinlicher, vom Blitz getroffen zu werden, als auf ein Werbebanner zu klicken.* Bannerwerbung tut sich schwer, die in sie gesetzten Erwartungen zu erfüllen, weil sie im redaktionellen Umfeld zunehmend ausgeblendet wird. Lediglich Text-Anzeigen als Ergebnis gezielter Suchanfragen bilden hier eine Ausnahme. Also ging die Jagd los – nach neuen Formaten, besserer Zielgruppenansprache und attraktiverem Content. Dabei stieß man auf eine elegante Lösung: Wenn die Zielgruppe im Umfeld der Inhalte nicht mehr klicken will – sei der Inhalt!

Der zweite treibende Faktor ist technologischer Natur. Die digitale Revolution im Verlagswesen hat dazu geführt, dass Marken hochwertigen Content nun selbst produzieren und veröffentlichen können. Und zwar schneller und kostengünstiger als jemals zuvor. Zugleich hat das digitale Medium die formellen Beschränkungen von Anzeigen und 30-Sekündern gesprengt. Die Dove Sketches dauern drei Minuten, nicht 30 Sekunden. Es sind die neuen technologischen Publikationsmöglichkeiten, die dem Content Marketing Antrieb verleihen.

* Laut Adage beträgt die Wahrscheinlichkeit, auf ein Banner zu klicken, 1:3.333 (<http://bit.ly/Om715S>). Das Risiko, von einem Blitz getroffen zu werden, liegt laut National Geographic bei 1:3.000 (<http://bit.ly/1eVhDXS>)

Wo ist der Haken?

Leider gibt es ein Problem. Oder genauer gesagt: zwei Probleme: Das erste ist ein mathematisches. Fakt ist, dass die Menge digitaler Inhalte im Web exponentiell wächst. Alle paar Monate hat sie ihr Volumen verdoppelt. Das macht sie zu einer schier endlosen Masse. Die Aufmerksamkeit des Menschen ist dagegen alles andere als endlos. Sie ist begrenzt. Sehr begrenzt sogar. Teilt man eine beliebige natürliche Zahl durch unendlich, ist das Ergebnis null. Die durchschnittliche Aufmerksamkeit, die eine Content Marketing Maßnahme auf sich zu ziehen vermag, dürfte daher gen null tendieren. Ergo ist Content Marketing keine Garantie für Erfolg.

Um die Aufmerksamkeit des Publikums zu gewinnen, benötigt man immer mehr Zeit, Geschick und Geld. Und das macht Content Marketing zu einer wahren Herkulesarbeit. Auf jeden Baumgartner, Beauty Sketch oder Van Damme kommt eine Myriade völliger Fehlversuche. Hinzu kommt: Wer nicht als belächelte Eintagsfliege in die Annalen des Marketings eingehen will, muss sein Publikum mit immer attraktiverem Content bei der Stange halten. Das ist anspruchsvoll – und es gibt einen ernüchternden Vorläufer: Seifenopern tragen ihren Namen, weil sie in ihren Anfängen tatsächlich von Seifenherstellern produziert wurden. Bis diese irgendwann erkannten, dass ihr wahres Talent eben doch in der Produktion von Reinigungsmitteln liegt – und nicht in der Unterhaltung von Hausfrauen. Selbstverständlich können sich Marken als Entertainer neu erfinden. Aber diese Strategie ist kein Selbstläufer. Denn sie lenkt nicht nur von den eigentlichen Kernkompetenzen ab, sondern erhöht auch das immer größere Neben-, Mit- und Durcheinander unterschiedlicher Marketingmaßnahmen. Kritiker des Content Marketings sprechen daher sogar schon vom „Content-Schock“.

Zweitens beinhaltet Content Marketing auch immer ein Reputationsrisiko. Dabei sprechen wir nicht von vollkommen missratenen Tweets namhafter Marken (@VodafoneUK: „hat die Schnauze voll von dreckigen Homos und geht auf Beaver-Jagd“; @ChryslerAutos: „Seltsam, oder? Detroit ist bekannt als #motorcity, und trotzdem sind hier alle zu blöd zum Autofahren“)... Vielmehr resultiert die Gefahr aus gezielten Täuschungsmanövern, die zumindest einzelnen Content Marketing-Maßnahmen inhärent sind. Zum Beispiel der Versuch, den wahren Absender einer Nachricht zu verschleiern. Beim Native Advertising etwa geht es unterm Strich darum, dem Leser eine bezahlte Anzeige als einen redaktionellen Artikel zu verkaufen. Das geht gut, solange die Tarnung nicht auffliegt, Relevanz gewahrt bleibt oder sich niemand am Versteckspiel stört. Passiert es doch, wird genau das unterminiert, worum es bei Markenbildung und beim Aufbau von Markenwert geht: Vertrauen, Integrität und Authentizität.

Beyond the Hype

Doch was heißt das nun? Ist der momentane Rummel um Content Marketing nur eine Modeerscheinung in der schnelllebigen Welt des digitalen Marketings? Sicher nicht. Denn es kommt noch eine dritte Facette des Content Marketings ins Spiel: Sie liegt fern allen Trubels um aufwändige, riskante Inszenierungen und abseits redaktioneller Werbung. Die Chance liegt darin, Produkte als Content-Generator zu gestalten. Content, der das Leben erleichtert und interessanter macht, und der nebenbei die Marke bildet.

Die Chance liegt darin, Produkte als Content-Generator zu gestalten. Content, der das Leben erleichtert und interessanter macht, und nebenbei die Marke bildet.

Nehmen wir etwa Nikes populäres FuelBand: Es ist ein Paradebeispiel für progressives Content Marketing. Als Armband getragen, misst und protokolliert der kleine Trainingshelfer die tägliche Aktivität und produziert so hilfreiche, interaktive und individuelle Inhalte in Echtzeit. Hier geht es nicht um die Schönheit oder die Muskeln anderer Menschen in irgendwelchen Van Damme-Spots und Beauty Sketches. Hier geht um *Ihre* Schönheit und *Ihre* Muskeln – und um den Reiz, sie Ihrem Umfeld zu präsentieren. Indem das Produkt unseren hedonistischen Nerv trifft, wirbt es über die sozialen Netzwerke für sich selbst. Was als unauffälliges Armband daherkommt, ist nichts Geringeres als ein perfektes Perpetuum Mobile des Marketings: Das Produkt wird gekauft und generiert Content, welcher wiederum das Produkt bewirbt. Im Falle von Nike kostet Content nichts, sondern er führt implizit zu höherem Umsatz. Ganz konkret zu einem 18-prozentigen Umsatzwachstum im Geschäftsfeld Equipment.

Die Fastfood-Kette Domino's Pizza setzte in Japan auf Unterhaltung und würzte ihre Produkte mit digitalem Content – oder vielmehr die Verpackung, in der sie geliefert wurden: Einfach das Smartphone auf die Pizzaschachtel gerichtet, und Japans bekanntester Popstar Hatsune Miku, ein holografisches Anime, gab ein Privatkonzert im eigenen Wohnzimmer. Die Aktion war so erfolgreich, dass sie verkürzt werden musste, denn die begehrten Pizzaschachtel waren innerhalb kürzester Zeit vergriffen.

Sogar Einzelhändler, bislang nicht gerade als Vorreiter im digitalen Marketing bekannt, haben damit begonnen, ihr ureigenes Produkt mit Hilfe digitaler Inhalte interessanter zu gestalten: das Shopping-Erlebnis vor Ort. Marken wie Burberry und Apple erfinden den Einzelhandel neu, indem sie Smartphone-Apps, digitale Bildschirme und Tablet Stationen zu hilfreichen und unterhaltsamen Einkaufsberatern und -begleitern machen.

Content Marketing ist kein Wundermittel. Jedoch wird es ein strategisches Element des digitalen Marketings, wenn es getreu dem Motto „help me or entertain me“ die Marken- und Produktkommunikation anreichert oder gar integraler Bestandteil eines Produktes wird.



Strukturwandel:

Revolution auf vier Rädern

Das Vertriebskonzept für den neuen BMWi hat international für Aufsehen gesorgt: Als einziger europäischer Premium-Automobilhersteller verkauft BMW zukünftig die voll konfigurierbaren Fahrzeuge direkt über das Internet. Eine kleine Revolution – und dennoch erst der Anfang eines tiefgreifenden Strukturwandels in der Automobil-Branche. Im Rahmen der Weiterentwicklung des weltweiten Markenauftritts arbeitet BMW gemeinsam mit Hi-ReS! Berlin an neuen digitalen Vertriebslösungen und Service-Produkten.

Mehr als 80 Prozent der Neuwagenkäufer und fast 100 Prozent der Gebrauchtwagenkäufer beginnen ihre Recherche im Internet – so das Ergebnis einer internationalen Studie der Unternehmensberatung McKinsey. Der Gang zum Händler, dem die eigenen Eltern jahrzehntelang treu waren, ist längst passé. Die Markenloyalität nimmt ab – auch deshalb, weil das Auto seinen Wert als Statussymbol insbesondere bei jungen Menschen weitgehend eingebüßt hat. Sie verbinden Mobilität vor allem mit der Möglichkeit, „always on“ zu sein – und nicht mit starker Motorisierung. Und gerade in verkehrsreichen Ballungsgebieten verliert der Besitz eines eigenen Fahrzeugs zunehmend an Attraktivität.

Automobilhersteller sind gefordert, intelligente Mobilitäts-, Service- und Vertriebskonzepte zu entwickeln, um neue Käufergruppen zu erschließen und zugleich die schwindende Markenloyalität zu stärken.

Die BMW Group hat sich ein klares Ziel gesetzt: Bis zum Jahr 2020 will sie weltweit führender Anbieter von Premium-Produkten und Premium-Dienstleistungen rund um individuelle Mobilität sein. Bei der Entwicklung und Umsetzung unterstützt sie seit 2013 Hi-ReS! Berlin als weltweite digitale Lead-Agentur: CarConnect, eServices und DriveNow, digitale Showrooms, Online-Sales... Bei aller Veränderung bleibt die Zukunft der Mobilität doch eines: hoch spannend!

The ARK Experience:

Ein Mythos wird lebendig

Gute Geschichten dienen Menschen seit Urzeiten der Unterhaltung, Wissensvermittlung und Wahrung ihrer gemeinsamen Kultur. Die Medien, über die sie weitergegeben werden, haben sich im Laufe der Jahrtausende gewandelt; geblieben ist jedoch die magische Anziehungskraft, mit der sie Jung und Alt in ihren Bann zu ziehen vermögen. Für „NOAH“, den neuen Blockbuster von Starregisseur Darren Aronofsky, vereinen Hi-ReS! London und Ars Thanea die uralte Kunst des Geschichtenerzählens mit moderner Technologie zu einem interaktiven 3D-Erlebnis: The ARK Experience.

Jeder hat von ihr gehört, doch gesehen hat sie noch niemand: die Arche. Als Teil einer dreistufigen Digital-Kampagne zum Kinostart des Paramount-Epos NOAH inszenierten Hi-ReS! und Ars Thanea das sagenumwobene Schiff auf Basis von Schriften, Entwürfen und der eigenen Vorstellungskraft. „The ARK Experience“ nimmt Besucher mit auf einen faszinierenden Rundgang durch das tiefe Innere der Arche. In beeindruckenden 3D-Bildern und reduzierten Worten wird das Leben der Bewohner während ihrer langen, ungewissen Reise durch den Sturm erfahrbar: Über die drei Decks – jedes perfekt konzipiert für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Vögel, Säugetiere und Reptilien – geht es vorbei an Quartieren, Werkstätten, Kräutergärten und dem Ofen, der Noah und seiner Familie lebenswichtige Wärme spendete.

Nur wenige Tage nach dem Livegang Ende Februar verzeichnete die Site bereits eine fünfstellige Zahl eindeutiger Besucher. 70 Prozent von ihnen klickten und tippten sich an Desktop, Tablet oder über das Smartphone durch die komplette Experience – im Vergleich zu anderen Paramount-Sites eine deutlich überdurchschnittliche Quote. Und der beste Beweis dafür, dass gute Geschichten nie aus der Mode kommen.

Ark Experience



Avian Deck



Mammal Deck



Reptile Deck

Die Aktie

Aktiendaten

ISIN	DE0005104806
WKN	510480
Symbol	SYZ
Reuters	SYZG.DE
Bloomberg	SYZ:GR
Zulassungssegment	Regulierter Markt, Prime Standard
Handelsplätze	XETRA, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, München, Stuttgart
Aktiengesamtzahl	12.828.450 auf den Inhaber lautende Stückaktien
Davon eigene Aktien	125.000
Marktkapitalisierung	EUR 65,55 Mio. (Basis: Schlussnotierung EUR 5,11 am 30.12.2013)
Freefloat (gem. Definition Dt. Börse)	69,0%
Freefloat-Marktkapitalisierung	EUR 45,23 Mio.
Sektor	Software

Aktienstatistik 2013

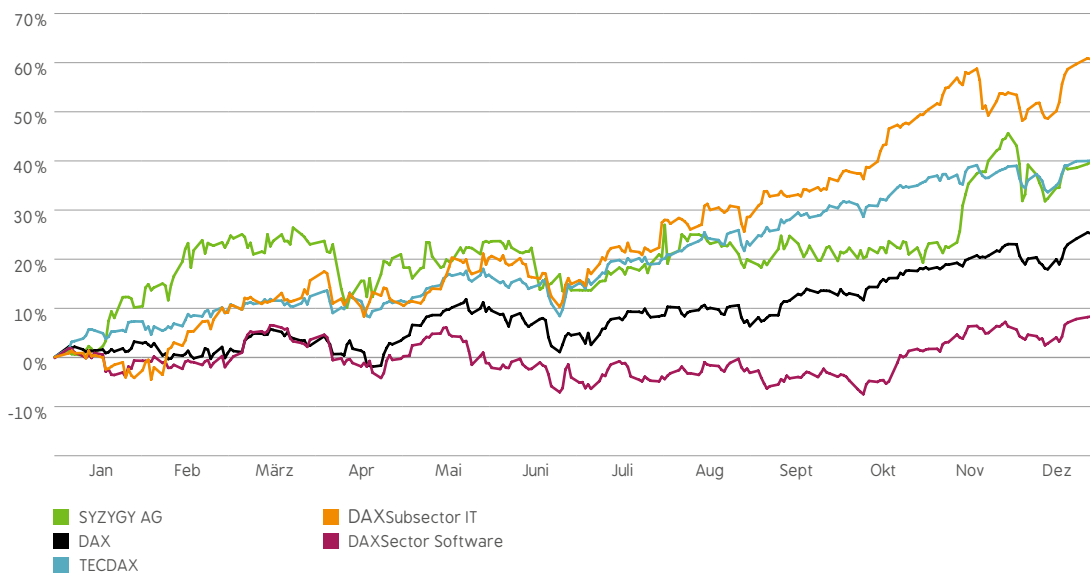
12-Monats-Ranking TecDax	Marktkapitalisierung: Platz 57 (2012: 62) Börsenumsatz: Platz 66 (Vorjahr: 85)
Dividendenausschüttung	EUR 0,25 (17.06.2013)
Durchschnittlicher Tagesumsatz	25.935 Stück/EUR 116.197 (davon XETRA: 15.642 Stück/EUR 70.034)
XETRA-Schlusskurs am 28.12.2012	EUR 3,63
XETRA-Schlusskurs am 30.12.2013	EUR 5,11
Höchster XETRA-Schlusskurs	EUR 5,31 (29.11.2013)
Niedrigster XETRA-Schlusskurs	EUR 3,64 (7.01.2013)
Kursperformance per 30.12.2013	EUR 1,48 (+41%)
Gesamtperformance per 30.12.2013	EUR 1,73 (+48%)

Designated Sponsor

HSBC Trinkaus & Burkhardt AG
(bis 30.09.2013)
equinet Bank AG
(seit 1.10.2013)

Analysten

Cosmin Filker
(GBC AG)
Philipp Rigters/Adrian Pehl
(equinet Bank AG)



Aktienmarkt

Das Aktienjahr 2013 hielt für Anleger zahlreiche positive Überraschungen bereit.

Zwar waren Analysten überwiegend von steigenden Kursen ausgegangen, die tatsächliche Entwicklung übertraf die Erwartungen jedoch bei Weitem.

Neben der Entspannung der Eurokrise und einer Erholung der Weltkonjunktur war es vor allem die extreme Niedrigzinspolitik der Zentralbanken, die an den Börsen für Bewegung sorgte. Ein Mangel an lukrativen Anlagealternativen und die Aussicht auf attraktive Dividenden trieben die Kurse 2013 in die Höhe.

Während Experten für den DAX im Schnitt einen Zuwachs von rund 5 Prozent prognostiziert hatten, verzeichnete der deutsche Leitindex zum Jahresende ein Plus von 25,5 Prozent. Dabei durchbrach er nicht nur die seit 2007 unangerührte 8.000-Punkte-Marke; mit 9.589 Zählern verzeichnete er am 27. Dezember den höchsten Stand seit seiner Einführung im Jahr 1992.

Die Nebenwerte folgten dem Trend und erreichten ebenfalls bislang ungekannte Höhen: mDAX, sDAX und TecDAX stiegen um jeweils rund 40 Prozent und brachten es dabei ihrerseits auf Allzeithochs.

Indizes, in denen die SYZYGY Aktie enthalten ist, zeigten sehr unterschiedliche Entwicklungen: So beendete der DAXsubsector IT das Jahr mit einer Performance von über 60 Prozent, dem DAXsector Software gelang dagegen lediglich ein Zuwachs von rund 9 Prozent.

Entwicklung der SYZYGY Aktie und Dividende

Die SYZYGY Aktie konnte am allgemeinen Aufwärtstrend am Aktienmarkt voll partizipieren. Gestützt von einer positiven Geschäftsentwicklung verzeichnete sie bereits im ersten Quartal hohe Kurszuwächse und übertraf damit die Performance der Vergleichsindizes deutlich. Ausgehend vom XETRA-Schlusskurs des Jahres 2012 (EUR 3,63) stieg sie bis zum 22. März um 27 Prozent und erreichte bei EUR 4,60 einen vorläufigen Höchststand.

Im Zuge der Auflösung einer größeren Fondsposition, die am 8. April zu einem außergewöhnlich hohen Umsatz von rund 130.000 Stücken führte, büßte die SYZYGY Aktie einen Teil ihres Gewinns ein und beendete den Börsentag mit deutlichen Kursabschlägen bei EUR 4,14.

In den folgenden Wochen erholte sich der Kurs wieder, zunächst jedoch ohne die Widerstandszone zwischen EUR 4,50 und EUR 4,60 zu durchbrechen. Dies gelang schließlich im Herbst: Am 13. November notierte die Aktie bei Börsenschluss erstmals bei EUR 4,77 und erreichte zwei Wochen später mit EUR 5,31 ihren Höchststand.

Die SYZYGY Aktie beendete das Börsenjahr bei EUR 5,11 mit einem Plus von EUR 1,48 bzw. knapp 41 Prozent.

Unter Berücksichtigung der ordentlichen Dividende von EUR 0,25 betrug die Performance der Aktie 48 Prozent.

Trotz der deutlichen Kurssteigerungen konnte die SYZYGY AG ihren Aktionären erneut eine attraktive Dividendenrendite anbieten. Basierend auf dem XETRA-Schlusskurs am Tag der Hauptversammlung 2013 betrug sie 5,6 Prozent (Vorjahr: 6,0%).

Die Liquidität in der SYZYGY Aktie hat sich in 2013 im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt. Insgesamt wurden an allen deutschen Börsen über 6,5 Mio. Stücke gehandelt, das entspricht einem durchschnittlichen Volumen von 25.935 Aktien pro Handelstag. 2012 lag der Mittelwert bei 12.524 Stücken.

Aktionärsstruktur

Die Aktionärsstruktur hat sich im Berichtsjahr leicht verändert. Größter Anteilseigner war weiterhin die WPP, die ihren Anteil zu Jahresbeginn um knapp zwei Prozentpunkte auf nun 29,99 Prozent erhöhte.

Beide Vorstände der SYZYGY AG haben 2013 Aktien des eigenen Unternehmens verkauft. In der Folge reduzierte sich der Anteil von Marco Seiler von 4,9 Prozent auf 4,2 Prozent, Andy Stevens hielt zum Jahresende noch 2,5 Prozent der Aktien (Vorjahr: 2,9%).

Unter Einbezug der Aufsichtsräte sind die Organmitglieder der SYZYGY AG mit insgesamt knapp 8 Prozent am Unternehmen beteiligt.

Auf Basis der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 28. Mai 2010 hat SYZYGY im Berichtsjahr 100.000 eigene Aktien über die Börse zurückgekauft. Dadurch erhöhte sich der Bestand im Eigenbesitz auf insgesamt 125.000 Stücke oder 0,97 Prozent.

Gemäß der Definition der Deutschen Börse lag der Freefloat somit bei 69,04 Prozent.

Investor Relations

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

Um das Geschäftsmodell vorzustellen und regelmäßig über die Strategie und die Entwicklung der Agenturgruppe zu berichten, haben Vertreter des Managements im Berichtsjahr insgesamt vier Kapitalmarktkonferenzen besucht: den Capital Markets Day und das Deutsche Eigenkapitalforum in Frankfurt, die Zürcher Kapitalmarktkonferenz (ZKK) sowie die Münchner Kapitalmarktkonferenz (MKK). Darüber hinaus wurde gemeinsam mit der BHF Bank eine innerdeutsche Roadshow durchgeführt.

Zwischen diesen Terminen stand das Management Analysten, Investoren und Vertretern der Wirtschafts- und Finanzpresse für Einzelgespräche zur Verfügung.

Um dem Markt regelmäßig aktuelle Einschätzungen und Prognosen über die Performance und die weitere Entwicklung der Agenturgruppe zur Verfügung zu stellen, waren die GBC AG sowie die GSC Research GmbH mit der Analyse unseres Unternehmens betraut.

Das Designated Sponsoring oblag bis zum 30. September der HSBC Trinkaus, seit dem 1. Oktober 2013 ist die equinet Bank AG für die Marktpflege zuständig. In diesem Zuge wurde auch das zweite Research-Mandat von der GSC Research GmbH auf die equinet übertragen, die das Coverage im November mit einer Ersteinschätzung aufnahmen.

Allen Interessierten bietet die Investor Relations-Sektion unseres Internetauftritts unter ir.syzygy.net jederzeit die Möglichkeit, sich über kapitalmarktrelevante Ereignisse rund um den Konzern in deutscher und englischer Sprache zu informieren.

Bericht des Aufsichtsrates

Sehr geehrte Aktionäre,

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

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 Aufsichtsrates 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.

Sitzungen und Teilnahme

Im Geschäftsjahr 2013 fanden im Beisein des Vorstands insgesamt sechs ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt: am 24. Januar, am 25. März, am 30. April, am 31. Juli, am 29. Oktober und am 18. Dezember. Im Rahmen der Sitzungen, bei denen alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entweder persönlich anwesend oder telefonisch zugeschaltet waren, wurden alle wichtigen Vorkommnisse besprochen und die erforderlichen Entscheidungen getroffen. Regelmäßig wurden die folgenden Themen erörtert und diskutiert:

- / operative Geschäftsentwicklung der einzelnen Gesellschaften und des Gesamtkonzerns
- / personelle Besetzung von Schlüsselpositionen
- / Mergers & Acquisitions
- / strategische Ausrichtung der SYZGY Gruppe
- / Risikosituation der SYZGY Gruppe
- / Akquisition von Neukunden
- / Entwicklung des Wettbewerbs
- / Budget- und Finanzplanung
- / Aktienentwicklung

Besondere Themenschwerpunkte, die in den einzelnen Sitzungen behandelt wurden, sind im Folgenden aufgeführt:

Hauptthemen der Sitzung vom 24. Januar 2013 waren die Festlegung des Budgets 2013 sowie die Finanzplanung. Des Weiteren wurde der Dividendenvorschlag des Vorstands diskutiert und gemeinsam verabschiedet. Die strategische Ausrichtung der Gruppe sowie Aktivitäten und Chancen im Bereich Mergers & Acquisitions waren ebenfalls Gegenstand der Sitzung.

Am 25. März 2013 fand die Bilanzsitzung statt. Nach kritischer Prüfung sämtlicher Vorlagen ließ sich der Aufsichtsrat die Abschlussunterlagen für das Geschäftsjahr 2012 ausführlich von den Mitgliedern des Vorstands erläutern. Die anwesenden Abschlussprüfer legten die Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Prüfungen dar. Fragen beantworteten der Vorstand und die Abschlussprüfer zur vollsten Zufriedenheit. Der Aufsichtsrat konnte sich so von der Ordnungsmäßigkeit der Prüfungen und Prüfungsberichte überzeugen. Im Anschluss an die Ausführungen wurden der Jahresabschluss und der Konzernabschluss gebilligt und festgestellt.

Zudem wurde in der Sitzung die Tagesordnung für die Hauptversammlung 2013 verabschiedet. Dabei wurde der Beschluss gefasst, der Hauptversammlung die BDO AG als Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer vorzuschlagen.

In der Sitzung vom 30. April hat der Aufsichtsrat die Zahlen für das erste Quartal 2013 diskutiert und genehmigt. Darüber hinaus wurde intensiv über Marketingmaßnahmen, Neugeschäftsaktivitäten und Innovations-themen gesprochen. Im Fokus stand dabei die erstmalige Durchführung des Digital Innovation Day (DID13), mit dem die SYZGY Gruppe Chancen für weiteres Wachstum erschließen will.

Am 31. Juli diskutierte und genehmigte der Aufsichtsrat die Zahlen zum 30. Juni 2013. Dabei wurde eine Prognoseanpassung für das zweite Halbjahr 2013 vorgenommen. Im Rahmen der Finanzplanung wurde über die Anlagestrategie mit besonderer Berücksichtigung und Prüfung des Wertpapierfolios gesprochen.

Des Weiteren war eine Umstrukturierung der britischen Konzerngesellschaften Gegenstand der Sitzung. Ziel der Maßnahme ist es, die Rechtsstrukturen im Segment Großbritannien zu vereinfachen.

Zudem haben Vorstand und Aufsichtsrat am 31. Juli den Rückkauf von bis zu 100.000 eigenen Aktien über die Börse beschlossen.

Auf der Aufsichtsratssitzung vom 29. Oktober wurden die 9-Monats-Zahlen diskutiert und verabschiedet. Der Vorstand gab zudem einen Ausblick auf das verbleibende Geschäftsjahr. Die Erklärung zur Unternehmensführung, die dem Aufsichtsrat rechtzeitig vor der Sitzung in schriftlicher Form zugeleitet worden war, wurde verabschiedet und gemeinsam von Vorstand und Aufsichtsrat unterzeichnet. Um den Kunden AVIS wunschgemäß auch auf dem nordamerikanischen Markt betreuen zu können, diskutierten Vorstand und Aufsichtsrat intensiv über eine Neuausrichtung der Gesellschaft Hi-ReSI New York.

In der sechsten und letzten Sitzung des Jahres, die am 18. Dezember stattfand, haben Vorstand und Aufsichtsrat das Budget für 2014 beschlossen.

Darüber hinaus wurde der Beschluss gefasst, den Anteil an der polnischen Gesellschaft Ars Thanea von 26 Prozent auf 70 Prozent zu erhöhen.

Nach dem Abschluss eines Betreuungsvertrages mit dem Kunden AVIS wurde zudem die Eröffnung eines neuen Büros in New York beschlossen.

Im laufenden Geschäftsjahr fand am 31. März eine Aufsichtsratssitzung zur Bilanzfeststellung 2013 statt.

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

Besetzung und Ausschüsse

Der Aufsichtsrat der SYZGY AG besteht mit Michael Mädler, Wilfried Beeck und Thomas Strerath aus drei unabhängigen Mitgliedern und setzt sich ausschließlich aus Aktionärsvertretern zusammen. Die Amtsperiode aller Mitglieder umfasst den Zeitraum bis zum Ende der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2013, die am 6. Juni 2014 in Frankfurt stattfinden wird.

Die ordentliche Hauptversammlung hat am 14. Juni 2013 in einer Ergänzungswahl zum Aufsichtsrat Thomas Strerath zum Nachfolger von Adriaan Rietveld bestimmt. Dieser hatte sein Mandat aus gesundheitlichen Gründen zum 31. Oktober 2012 niedergelegt. Für die Zeit nach seinem Ausscheiden hatte das Amtsgericht Bad Homburg auf Antrag des Vorstands mit Beschluss vom 4. Oktober 2012 Thomas Strerath zum 1. November 2012 als neuen Aufsichtsrat bestellt.

Der Aufsichtsrat hat aufgrund seiner Größe auch im Berichtsjahr auf die Bildung von Ausschüssen verzichtet. Wilfried Beeck, der als Finanzexperte über umfassende Kenntnisse in der Rechnungslegung und internen Kontrollverfahren verfügt, begleitete die Themen Jahresabschluss, Prüfung und die Wahl des Wirtschaftsprüfers besonders intensiv.

Die Hauptversammlung erteilte den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern am 14. Juni 2013 Entlastung für das Geschäftsjahr 2012.

Corporate Governance

Am 29. Oktober 2013 veröffentlichte der Aufsichtsrat gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) gemäß § 161 AktG als Teil der umfassenderen Erklärung zur Unternehmensführung. Die Corporate Governance Erklärung basiert auf dem Kodex in der zu diesem Zeitpunkt gültigen Fassung vom 13. Mai 2013.

Die SYZGY AG entspricht weiterhin bis auf wenige Ausnahmen den hier formulierten Prinzipien.

Der Vergütungsbericht, der die Höhe und die Struktur der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrates offenlegt, ist gemäß dem DCGK im Lagebericht oder im Konzernanhang abzugeben. Einzelheiten zur Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrates finden sich in diesem Geschäftsbericht auf den Seiten 38f. und 89.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung, Verwendung des Bilanzgewinns

Die Hauptversammlung hat am 14. Juni 2013 auf Vorschlag des Aufsichtsrates die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, als Jahresabschluss- 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 Aufsichtsrates den Jahresabschluss und Lagebericht, den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2013 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 31. März 2014 die Abschlussunterlagen für das Geschäftsjahr 2013 ausführlich von den Mitgliedern des Vorstands erörtern. Die ebenfalls anwesenden Abschlussprüfer legten die Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Prüfungen dar. Fragen wurden vom Vorstand und von Abschlussprüfern zur vollsten 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 SYZYG AG und den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht gebilligt und feststellt. 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 SYZYG 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 31. März 2014
Der Aufsichtsrat



Michael Mädler
Vorsitzender des Aufsichtsrates

Corporate Governance

Der Begriff „Corporate Governance“ (CG) umschreibt international anerkannte Grundsätze zur verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung und -überwachung, welche in Deutschland im Corporate Governance Kodex (DCGK) fixiert sind. Der DCGK wurde erstmals im Jahre 2002 verabschiedet und ist seitdem mehrfach modifiziert und erweitert worden. Er beinhaltet Verhaltensempfehlungen („soll“) und Anregungen („sollte“). Unternehmen können von den Empfehlungen abweichen, müssen dies jedoch im Rahmen einer jährlichen Entsprechenserklärung nach §161 AktG offen legen und erläutern.

Eine Erweiterung der Transparenzvorschriften erfolgte im Jahr 2009. Mit Inkrafttreten des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes („BilMoG“) wurde das Handelsgesetzbuch um den §289a erweitert.

Dieser besagt, dass die Entsprechenserklärung fortan als Teil einer umfassenderen Erklärung zur Unternehmensführung abzugeben ist.

Im Detail umfasst die Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB:

1. die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß §161 des Aktiengesetzes;
2. relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken, die über die gesetzlichen Anforderungen hinaus angewandt werden;
3. eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie der Zusammensetzung und Arbeitsweise ihrer Ausschüsse;

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 Prinzipien des Deutschen Corporate Governance Kodex erfolgte im Jahre 2002.

Die SYZYGY AG entspricht dem Kodex in der derzeit gültigen Fassung vom 13. Mai 2013 bis auf wenige Ausnahmen. Diese werden in der folgenden Entsprechenserklärung aufgeführt und erläutert.

Die vollständige Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB, die neben der Corporate Governance Erklärung auch die Praktiken der Unternehmensführung sowie die Arbeitsweise und Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat der SYZYGY AG beschreibt, ist dauerhaft im IR-Bereich unserer Unternehmenswebsite unter ir.syzygy.net abrufbar.

Informationen zum Vergütungssystem für den Vorstand und den Aufsichtsrat sowie zur Gesamtvergütung der einzelnen Organmitglieder finden Sie in diesem Geschäftsbericht auf den Seiten 38f. und 89.

Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der SYZYG AG zum „Deutschen Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 13. Mai 2013 gem. § 161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat der SYZYG AG erklären gemäß § 161 AktG, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 13. Mai 2013 mit den folgenden Ausnahmen entsprochen wird:

- (1) Vielfalt bei der Besetzung von Führungspositionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 4.1.5):
Im Interesse des Unternehmens entscheidet sich das Management der SYZYG AG bei der Besetzung von Führungspositionen für diejenige Person, die dem Anforderungsprofil aufgrund ihrer fachlichen Qualifikation und persönlichen Eignung am besten entspricht. Das Geschlecht ist dabei kein vorrangiges Entscheidungskriterium. Sollten für eine zu besetzende Position mehrere gleich qualifizierte Kandidatinnen und Kandidaten zur Verfügung stehen, entscheidet sich der Vorstand für die Person, die zur Vielfalt der Führungsmannschaft beiträgt.
- (2) Vielfalt bei der Besetzung von Vorstandspositionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 5.1.2):
Auch bei der Besetzung von Vorstandspositionen erfolgt die Entscheidung für eine Kandidatin bzw. einen Kandidaten ausschließlich aufgrund fachlicher Qualifikation und persönlicher Eignung. Sollten für eine zu besetzende Position mehrere gleich qualifizierte Kandidatinnen und Kandidaten zur Verfügung stehen, bestellt der Aufsichtsrat diejenige Person, die zur Diversity im Vorstand beiträgt.

- (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) Zusammensetzung des Aufsichtsrats (Ziffer 5.4.1):
Abschnitt 5.4.1 des Corporate Governance Kodexes besagt, dass der Aufsichtsrat für seine Zusammensetzung konkrete Ziele benennen soll. Die letzte Wahl der Aufsichtsrats-Mitglieder erfolgte im Jahr 2009 und damit vor Inkrafttreten der Empfehlung. Eine entsprechende Stellungnahme existiert daher bislang nicht. Jedoch sind die Aufsichtsräte der SYZYG AG ausgewiesene Experten der IT- und Kommunikationsbranche.
- (5) Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder (Ziffer 5.4.6):
Alle Aufsichtsratsmitglieder erhalten einvernehmlich die gleiche Vergütung, da alle Mitglieder vergleichbare Arbeitsaufwände haben.

Bad Homburg v. d. H., 29. Oktober 2013
SYZYG AG

Der Vorstand und der Aufsichtsrat



Finanz- informationen 2013

30 /	Konzernlagebericht
48 /	Konzernbilanz
49 /	Konzerngesamtergebnisrechnung
50 /	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
51 /	Konzernkapitalflussrechnung
52 /	Konzernanhang
96 /	Bestätigungsvermerk
97 /	Finanzkalender und Kontakt

Konzernlagebericht

1. Allgemein

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

2. Grundlagen des Konzerns

2.1 Geschäftstätigkeit und Struktur

SYZYGY ist eine internationale Dienstleistungsgruppe für digitales Marketing, die zum Bilanzstichtag rund 330 Mitarbeiter beschäftigt hat. Zum 31. Dezember 2013 bestand der Konzern aus der SYZYGY Aktiengesellschaft sowie ihren neun Tochtergesellschaften: der SYZYGY Deutschland GmbH, der SYZYGY UK Ltd, der unquedigital GmbH, der Unique Digital Marketing Ltd, den Designstudios Hi-ReSI London Ltd, Hi-ReSI New York Inc, Hi-ReSI Hamburg GmbH und Hi-ReSI Berlin GmbH sowie der Mediopoly Ltd.

Darüber hinaus bestand zum Bilanzstichtag eine 26-prozentige Beteiligung an dem polnischen Designstudio Ars Thanea, Warschau. Das Beteiligungsunternehmen wird im Abschluss zum Geschäftsjahr 2013 nicht vollkonsolidiert, sondern „at equity“ im Finanzergebnis berücksichtigt.

Als Technologie-, Kreativ- und Mediadienstleister rund um digitales Marketing ermöglicht es SYZYGY internationalen Großunternehmen, digitale Medien als innovative Kommunikations- und Vertriebsinstrumente zu nutzen. Die operativen Einheiten des Konzerns decken dabei die komplette Wertschöpfungskette ab: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur

technischen Realisierung von Websites, Online-Kampagnen, Plattformen und mobilen Applikationen. Digitale Illustrationen und Animationen, Suchmaschinenmarketing sowie Online Media Planung vervollständigen das Serviceangebot.

Schwerpunkte liegen in den Branchen Automobile, Telekommunikation/IT, Handel und Konsumgüter sowie Finanzdienstleistungen.

2.2 Konzernsteuerung

Die SYZYGY Gruppe hat eine dezentrale Organisationsstruktur. Hierbei führt die SYZYGY AG als Management Holding die Tochtergesellschaften anhand von Finanz- und Unternehmenszielen (management by objectives). Die Geschäftsführungen der einzelnen Gesellschaften operieren dabei im Rahmen ihrer Zielvorgaben und Budgets weitgehend selbstständig.

Zur Steuerung und Kontrolle besteht ein Controlling- und Berichtssystem, in dem die Finanzzahlen den Planwerten auf monatlicher Basis gegenübergestellt werden, und das die wesentlichen Chancen und Risiken abbildet. Die wesentlichen Finanzkennzahlen sind dabei die Billings, Umsatzerlöse, der Gewinn vor Steuern und Zinsen (EBIT) sowie das Finanzergebnis für die SYZYGY AG.

SYZYGY verfolgt eine wertorientierte, auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensführung mit dem Ziel, die Unternehmensgruppe langfristig auszubauen und erfolgreich weiterzuentwickeln.

Als Dienstleistungsunternehmen beruht die Leistungsfähigkeit des Konzerns maßgeblich auf der Kompetenz und dem Engagement seiner Mitarbeiter. Um bestehende Mitarbeiter zu halten und neue Talente zu rekrutieren, positioniert sich die Unternehmensgruppe als attraktiver Arbeitgeber. Hierzu gehören unter anderem regelmäßige interne und externe Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, Hochschulkooperationen zur Förderung des Nachwuchses und Teambuilding-Aktivitäten.

Digitales Marketing unterliegt einem permanenten Wandel. Innovative Technologien und Veränderungen im Nutzerverhalten erfordern eine fortlaufende Anpassung des Dienstleistungsspektrums. Um diesen Wandel zu antizipieren und aktiv mitzugestalten, veranstaltet die SYZYG Gruppe den Digital Innovation Day, auf dem internationale Vordenker und Bestseller-Autoren zu aktuellen Themen rund um digitales Marketing referieren.

SYZYG ist bestrebt, die Aktionäre am Erfolg der Gruppe regelmäßig zu beteiligen. Die Dividendenpolitik der SYZYG AG ist daher auf Kontinuität ausgerichtet, indem sie die jährliche Ausschüttung gleich bleibender oder steigender Dividenden vorsieht.

3. Wirtschaftsbericht

3.1 Allgemeine Wirtschaftsentwicklung

Unterstützt von der expansiven Geldpolitik der Europäischen Zentralbank zeigte der Euro-Raum 2013 Anzeichen einer vorsichtigen Erholung. Nach einem schwachen ersten Quartal (-0,2%) belebte sich die Konjunktur im weiteren Jahresverlauf leicht und erreichte in den folgenden Quartalen Wachstumswerte zwischen 0,1 und 0,3 Prozent. Da die Wirtschaft der Euro-Zone im vierten Quartal 2012 um 0,5 Prozent zurückgegangen war, ergab sich für 2013 ein statistischer Unterhang. Dieser führte dazu, dass die Wirtschaftsleistung insgesamt noch 0,4 Prozent hinter dem Vorjahreswert zurückblieb.

Der wenn auch zaghafte Aufwärtstrend spiegelte sich im vierteljährlich errechneten Ifo Indikator für das Wirtschaftsklima im Euroraum wider. Er dokumentiert für das vergangene Jahr einen wachsenden Optimismus der Befragten sowohl hinsichtlich der aktuellen Wirtschaftslage, als auch mit Blick auf die Zukunftserwartungen für die nächsten sechs Monate. Der Economic Sentiment Indicator der Europäischen Kommission zeigte einen vergleichbaren Trend und erreichte im Dezember 2013 den höchsten Stand seit August 2011.

Deutschland hatte an dem leichten Aufschwung der Eurozone maßgeblichen Anteil, obgleich die Wachstumsdynamik 2013 im Vergleich zu den Vorjahren nachgelassen hat. Während das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im ersten Quartal auch witterungsbedingt noch stagnierte, legte es in der Folge kontinuierlich zu. Im Gesamtjahr konnte die deutsche Wirtschaft so ein kleines Plus von 0,4 Prozent erzielen. Impulse lieferten

dabei vor allem die Verbraucher, die sich angesichts des hohen Beschäftigungsniveaus, einer guten Lohnentwicklung und niedriger Zinsen ausgabefreudig zeigten: Der private Konsum lag im Berichtsjahr 0,9 Prozent über dem Wert von 2012. Für Exporteure fiel das Jahr hingegen enttäuschend aus, da sich das insgesamt weiterhin schwache außenwirtschaftliche Umfeld belastend auf den Außenhandel auswirkte. Die Ausfuhren fielen im Vergleich zum Vorjahr um 0,2 Prozent.

In Großbritannien, dem zweiten wichtigen Markt der SYZGY Gruppe, gewann der wirtschaftliche Aufschwung deutlich an Momentum. Nach dem starken Einbruch von -5,2 Prozent im Jahr 2009 hatte sich das Land bislang nur mühsam von den Folgen der Wirtschaftskrise erholt.

2013 stieg das BIP um 1,9 Prozent und verzeichnete damit das stärkste Wachstum seit 2006. Auch hier waren es vor allem die Verbraucher, die zu dem guten Ergebnis beitrugen. Ausschlaggebend waren neben einer positiven Stimmung die günstigen Kreditkonditionen im Rahmen des „Funding for Lending“-Programms sowie die massive geldpolitische Förderung des Immobilienmarktes. Unternehmen zeigten hingegen weiterhin eine verhaltene Investitionsbereitschaft, die zum Jahresende nur leicht anzog.

Auch vom Exportsektor gingen nur schwache Wachstumsimpulse aus. Trotz der Abwertung des Britischen Pfunds und einem Rückgang der Importe verblieb zum Jahresende ein Leistungs-bilanzdefizit von -4,3 Prozent – das höchste seit über zwei Jahrzehnten.

3.2 Entwicklung des Werbemarktes

Die Aussagekraft und Vergleichbarkeit von Statistiken des Werbemarktes sind als begrenzt anzusehen. Zum einen divergieren die Ergebnisse aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden stark oder fallen sogar widersprüchlich aus; zum anderen erlauben Bruttowerbedaten keine Erkenntnisse über tatsächlich erfolgte Geldflüsse, da sie anhand von Listenpreisen ermittelt werden und insofern Rabatte und Sonderkonditionen unberücksichtigt lassen. Sie erlauben jedoch Rückschlüsse auf Veränderungen in der Budgetverteilung und damit auch in den Mediastrategien der Werbetreibenden.

In Deutschland haben Unternehmen 2013 offenbar weniger in Werbung investiert, als in 2012. Der Bruttowerbemarkt zog laut Nielsen zwar um 2,0 Prozent an; um Rabatte und Preissteigerungen bereinigt, errechnete die Agentur Jäschke Operational Media (JOM) jedoch ein Minus von 1,5 Prozent. Zum selben Ergebnis kommt ZenithOptimedia, und auch der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) geht von einem Rückgang aus (-0,5%).

Online-Werbung konnte sich dabei erneut positiv vom Gesamtmarkt abheben. ZenithOptimedia ermittelte einen Umsatzzuwachs von 5,3 Prozent, MagnaGlobal von 9,6 Prozent und der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband digitale Wirtschaft von sogar 12,0 Prozent. Damit entfällt mittlerweile fast ein Viertel des Bruttowerbedudgets auf digitale Werbung (23,5%).

Wie schon im Vorjahr zeigte vor allem der noch junge Werbemarkt für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets eine besonders hohe Dynamik. Das Datenvolumen in Deutschlands Mobilfunknetzen stieg laut dem Branchenverband Bitkom in 2013 um 46 Prozent auf 228 Mio. Gigabyte, 2014 sollen es bereits 330 Mio. Gigabyte sein. Statistisch gesehen verfügt mittlerweile jeder Einwohner über 1,4 Mobilfunkverträge. Dementsprechend verlagert sich auch der Fokus der Werbetreibenden immer stärker auf diesen Kanal. Bei insgesamt noch relativ geringen Anteilen am Gesamtbudget, sollen die Investitionen in Mobile-Werbung 2013 von rund EUR 62 Mio. auf EUR 105 Mio. gestiegen sein, was einer Steigerung von 70 Prozent entspricht.

Der britische Werbemarkt profitierte von der anziehenden Konjunktur und erzielte deutliche Umsatzzuwächse. Während unterschiedliche Quellen hinsichtlich des grundsätzlichen Anstiegs übereinstimmen, gehen die konkreten Zahlen auseinander: AA/WARC spricht von 3,8 Prozent, eMarketer von 5,4 Prozent und GroupM sogar von 7 Prozent.

Mit Blick auf die Online-Werbung gilt Großbritannien als der reifste Markt weltweit. Rund 44 Prozent des Gesamtbudgets entfielen im Berichtsjahr auf digitale Werbeformen, womit das Internet alle anderen Kanäle weit hinter sich gelassen hat. Dennoch verzeichnete der Online-Werbemarkt nach wie vor überdurchschnittliches Wachstum: Für 2013 reichen die Angaben von 14,2 Prozent bis 17,2 Prozent. Rund ein Fünftel der zusätzlich investierten Gelder sollen dabei auf das Konto mobiler Werbung gegangen sein.

3.3 Geschäftsverlauf und Lage des Konzerns

3.3.1 Ertragslage

Die SYZYGY Gruppe hatte für 2013 ein Umsatzwachstum von 10 Prozent bei einem überproportionalen Anstieg des EBIT angestrebt. Ferner wurde ein Gewinn je Aktie von EUR 0,25 avisiert.

Die erzielten Umsatzerlöse (+13%) und der Gewinn je Aktie von EUR 0,26 übertrafen die Erwartungen, während die Ziele beim operativen Ergebnis verfehlt wurden.

Die wesentlichen Gründe für den Rückgang beim operativen Ergebnis waren Umstrukturierungen im Konzern – hier vor allem Verluste bei Hi-ReSI New York aufgrund der Neuausrichtung der Niederlassung – sowie das spätere Erreichen des Break-even bei Hi-ReSI Berlin im zweiten Halbjahr 2013. Diese Faktoren haben das operative Ergebnis mit insgesamt rund EUR 0,8 Mio. belastet.

Das Ergebnis je Aktie liegt über dem geplanten Wert von EUR 0,25, da das hohe Finanzergebnis von EUR 2,1 Mio. deutlich über dem Vorjahreswert von EUR 1,3 Mio. sowie den Planungen von EUR 1,4 Mio. lag.

Die nachfolgende Tabelle zeigt einen mehrjährigen Vergleich der wesentlichen Finanzkennzahlen:

	2009	2010	2011	2012	2013
Umsatzerlöse in TEUR	28.833	27.247	28.313	31.115	35.030
EBIT in TEUR	3.556	3.168	2.588	2.121	2.023
EBIT-Marge	12%	12%	9%	7%	6%
Ergebnis je Aktie in EUR	0,28	0,30	0,22	0,72	0,26

3.3.2 Umsatzerlöse

Die SYZGY Gruppe berichtet Billings und Umsatzerlöse. Die Umsatzerlöse ergeben sich, indem die Billings um Mediakosten reduziert werden, die in den Online Marketing Gesellschaften als durchlaufende Posten einnahme- und ausgabeseitig anfallen.

In beiden Kennzahlen konnte die SYZGY Gruppe starkes Wachstum erzielen. Die Billings stiegen um 17 Prozent und summierten sich zum Jahresende auf EUR 90,6 Mio. Die Umsatzerlöse erhöhten sich um 13 Prozent auf EUR 35,0 Mio.

Positiv hervorzuheben ist, dass zu dem guten Ergebnis die deutschen als auch die britischen Unternehmen maßgeblich beigetragen haben. Dabei ist der deutliche Umsatzanstieg sowohl auf Neukundengewinne als auch auf den Ausbau des Bestandskundengeschäfts zurückzuführen.

In der Umsatzverteilung nach Branchen entfiel rund ein Drittel der Erlöse (36%) auf den Bereich Automotive. Durch die Akquisition des Automobilherstellers BMW sowie die Betreuung zusätzlicher Märkte für den Kunden Mazda liegt dieser Wert 11 Prozentpunkte über dem Ergebnis des Vorjahres. Ein Viertel der Umsatzerlöse (25%) wurde mit Unternehmen aus dem Bereich Handel und Konsumgüter erwirtschaftet, 13 Prozent entfielen auf den Sektor Telekommunikation/IT. Knapp 10 Prozent ihrer Umsatzerlöse generierte SYZGY mit Kunden der Finanzbranche. Der verbleibende Anteil von rund 16 Prozent ist Unternehmen zuzuordnen, die keiner dieser vier Branchen angehören.

Insgesamt entfielen 61 Prozent der Umsatzerlöse auf die zehn größten Kunden der Gruppe.

3.3.3 Betriebsausgaben und Abschreibungen

Die Einstandskosten der erbrachten Leistungen sind im Vergleich zu den Umsatzerlösen leicht überproportional angestiegen: Sie beliefen sich auf EUR 26,0 Mio., womit sie 17 Prozent über dem Vorjahreswert lagen. Die Rohmarge sank in der Folge um knapp drei Prozentpunkte auf 26 Prozent.

Diese Entwicklung ist auf mehrere Gründe zurückzuführen: Zum einen wurde der Break-even der 2012 gegründeten Gesellschaft Hi-ReSi Berlin außerplanmäßig erst im zweiten Halbjahr 2013 erreicht, so dass in der ersten Jahreshälfte noch Anlaufkosten entstanden sind.

Weitere Aufwände in Höhe von rund EUR 0,3 Mio. entstanden bei Hi-ReSi Hamburg im Zuge der Geschäftsverlagerung zu Schwestergesellschaften und Umstrukturierungen im Konzern.

Bei Hi-ReSi New York sind in 2013 Verluste in Höhe von EUR 0,3 Mio. aufgelaufen. Die Gesellschaft wurde in der zweiten Jahreshälfte neu ausgerichtet, um künftig auch Geschäft im Bereich Online Marketing entwickeln zu können.

Die Vertriebs- und Marketingkosten erhöhten sich um 10 Prozent auf EUR 3,3 Mio., da die Gruppe verstärkt in Akquisitionsmaßnahmen investiert hat. Unter anderem wurde in 2013 erstmals der Digital Innovation Day („DID13“) durchgeführt. Die exklusive, mit namhaften Sprechern besetzte Konferenz richtet sich vor allem an Kunden und potenzielle Neukunden. Ziel der Veranstaltung ist es, den technologischen Wandel und das sich verändernde Nutzerverhalten zu antizipieren, um neue Potentiale für das digitale Marketing und somit auch für das weitere Wachstum der SYZGY Gruppe zu schaffen.

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen mit EUR 4,0 Mio. auf Vorjahresniveau.

3.3.4 Operatives Ergebnis und EBIT-Marge

Aufgrund der oben aufgezeigten Sonderbelastungen war das operative Ergebnis trotz des deutlichen Anstiegs der Umsatzerlöse rückläufig. Es betrug EUR 2,0 Mio. und lag damit 5 Prozent unter dem Wert des Vorjahres. Entsprechend verringerte sich auch die EBIT-Marge von 7 auf nun 6 Prozent.

3.3.5 Finanzergebnis

SYZYG erwirtschaftete auf die durchschnittlich vorhandenen Liquiditätsreserven eine Rendite von 8,8 Prozent. Insgesamt belief sich das Finanzergebnis auf EUR 2,1 Mio., womit es die Planungen von EUR 1,4 Mio. deutlich übertraf und 66 Prozent über dem Vorjahreswert lag. Neben Zinserträgen aus Unternehmensanleihen trug die Realisierung von Gewinnen aus Wertpapieren in Höhe von rund EUR 1,0 Mio. zu dem Ergebnis bei. Rund EUR 0,1 Mio. der Erträge entfielen wie im Vorjahr auf die Beteiligung an Ars Thanea.

3.3.6 Steueraufwand, Konzernergebnis, Ergebnis je Aktie

Das hohe Finanzergebnis konnte den leichten Rückgang des EBIT deutlich überkompensieren, so dass sich das Vorsteuerergebnis der SYZYG Gruppe um 22 Prozent auf EUR 4,1 Mio. verbesserte.

Bedingt durch einen steuerlichen Sondereffekt, der im Geschäftsjahr 2012 zu hohen Steuerrückzahlungen von rund EUR 5,3 Mio. geführt hatte, verringerte sich das Konzernergebnis im Vorjahresvergleich um 63 Prozent auf EUR 3,4 Mio.

Aufgrund von Verlustvorträgen und eines niedrigeren allgemeinen Steuersatzes in Großbritannien (23%) lag die Steuerquote bei 19 Prozent.

Bei durchschnittlich 12.778.168 gewinnberechtigten Aktien ergibt sich für das Geschäftsjahr 2013 ein unverwässerter Gewinn je Aktie von EUR 0,26 (Vorjahr: EUR 0,73).

Unter Berücksichtigung der ausstehenden Optionen beträgt die durchschnittliche Zahl gewinnberechtigter Aktien 12.895.585. Der verwässerte Gewinn je Aktie beläuft sich auf ebenfalls EUR 0,26.

3.3.7 Segmentberichterstattung

Gemäß dem Management-Approach berichtet SYZYG Segmente nach geographischen Kriterien und unterscheidet daher zwischen „Deutschland“ und „Großbritannien“.

Das Segment Deutschland konnte an das Wachstum des Vorjahres anknüpfen und einen Umsatzzanstieg von 13 Prozent auf EUR 23,5 Mio. erzielen. Besonders starke Impulse kamen dabei von Hi-ReSi! Berlin mit dem Kunden BMW. Die Anlaufkosten der Gesellschaft im ersten Halbjahr minderten jedoch das operative Ergebnis, das mit EUR 3,1 Mio. nur geringfügig über dem Vorjahreswert lag (+3%). Die Profitabilität ging daher leicht auf 13 Prozent zurück.

Großbritannien hat nach mehreren Jahren rückläufiger oder stagnierender Umsätze erstmals wieder deutliches Wachstum erzielen können: Die Umsatzerlöse erhöhten sich um 11 Prozent auf EUR 12,3 Mio., das operative Ergebnis entwickelte sich deutlich überproportional und wuchs um 41 Prozent auf EUR 1,4 Mio. Die EBIT-Marge verbesserte sich um 3 Prozentpunkte auf 12 Prozent.

Besonders hervorzuheben ist, dass diese Entwicklung von allen britischen Gesellschaften getragen wurde. Dabei wurde die Geschäftsausweitung sowohl durch Neukundengewinne als auch durch die signifikante Ausweitung bestehender Kundenbeziehungen erzielt.

Sowohl hinsichtlich der Umsatzerlöse als auch des operativen Ergebnisses entfielen rund zwei Drittel auf das deutsche Segment, ein Drittel auf das Segment Großbritannien.

Hi-ReSI New York wird dem Segment Großbritannien zugeordnet, da die Agentur aufgrund ihrer geringen Umsätze und Bilanzsumme als geographisch eigenständiges Segment nicht die Größenkriterien nach IFRS 8.13 erreicht. Diese Zuordnung folgt im Übrigen auch der Aufgabenverteilung des Vorstands in der SYZYGY Gruppe. Ferner weisen die Produkte und Dienstleistungen sowie die Kundenstruktur sehr hohe Ähnlichkeit mit dem Segment Großbritannien auf, so dass die Zuordnung auch aus qualitativen Gesichtspunkten für zutreffend erachtet wird. Die Gesellschaft wurde 2013 umstrukturiert, um künftig auch Kunden im Bereich Online Marketing betreuen zu können. Dadurch entstanden Verluste in Höhe von EUR 0,3 Mio. Grund der Maßnahme ist die Ausweitung der Geschäftsbeziehung zum Kunden AVIS, der sich ab 2014 auch auf dem nordamerikanischen Markt von der SYZYGY Gruppe betreuen lassen wird.

3.3.8 Finanzlage und Cashflow

Die sehr gute Geschäftsentwicklung ging mit einer Erhöhung des Working Capital einher, was zu einem Rückgang der liquiden Mittel und Wertpapiere führte. Die Gesamtliquidität summierte sich zum Bilanzstichtag auf EUR 24,8 Mio., das sind rund EUR 2,0 Mio. weniger als zum 31. Dezember 2012. Die liquiden Mittel und Wertpapiere setzten sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen: 70 Prozent der Mittel waren in Unternehmensanleihen investiert,

27 Prozent in Tagesgelder und Bankguthaben sowie 3 Prozent in Aktien. Die durchschnittliche Restlaufzeit der Anleihen lag bei 6,9 Jahren. Weitere Informationen zur Anlagestrategie finden Sie im Konzernanhang in den Abschnitten 6.3.2 und 6.3.3.

SYZYGY generierte in der Berichtsperiode einen Cashflow von insgesamt EUR 0,6 Mio.

Aus den operativen Tätigkeiten flossen dem Unternehmen dabei Mittel in Höhe von EUR 1,3 Mio. zu. Hier wirkte sich insbesondere das gute Konzernergebnis von EUR 3,4 Mio. positiv auf die Liquidität aus. Aufgrund der Geschäftsausweitung kam es darüber hinaus zu einem Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 1,3 Mio.

Gleichzeitig erhöhte sich jedoch auch die Kapitalbindung, was sich mindernd auf den Cashflow auswirkte: Vor allem der Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen waren, führte zu Mittelabflüssen in Höhe von insgesamt EUR 3,5 Mio.

Gewinne aus dem Verkauf von Wertpapieren (EUR 1,0 Mio.), die im Konzernergebnis bereits enthalten sind, wurden in Abzug gebracht, da sie nicht den operativen Tätigkeiten der Gruppe zuzuordnen sind.

Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit der Gruppe belief sich auf EUR 3,0 Mio. und resultierte ganz überwiegend aus Aktivitäten im Anlagemanagement. Durch den Abbau des Wertpapierbestands kam es im Berichtsjahr zu deutlichen Mittelzuflüssen: Der Saldo aus verkauften und gekauften Wertpapieren betrug EUR 3,8 Mio.

Investitionen von EUR 0,9 Mio. in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen führten demgegenüber zu einer Minderung des Cashflows.

Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit war mit insgesamt EUR 3,6 Mio. negativ, da sowohl die Ausschüttung der ordentlichen Dividende (EUR 3,2 Mio.) als auch der Rückkauf eigener Aktien (EUR 0,4 Mio.) zu entsprechenden Mittelabflüssen führten.

Die Forderungen wie auch die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind kurzfristig fällig. Aufgrund der hohen liquiden Mittel und Wertpapiere ist die Liquidität im Konzern jederzeit sichergestellt.

3.3.9 Investitionen, Forschung und Entwicklung

Im Jahr 2013 investierte die SYZYGY Gruppe EUR 0,9 Mio. in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen. Hiervon entfallen EUR 0,4 Mio. auf Anschaffungen und Mieter-einbauten für den Bezug neuer Büroräume durch Hi-ReS! Berlin.

Darüber hinaus investierte SYZYGY in Soft- und Hardware sowie in Ausstattungsgegenstände für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, da die Geschäftsausweitung der Gruppe auch zu einer Vergrößerung des Personalbestands um 8 Prozent geführt hat.

Als Dienstleistungsunternehmen, das keine eigenen Produkte anbietet, hatte SYZYGY im Berichtsjahr 2013 keine Aufwendungen für Forschung und Entwicklung.

3.3.10 Vermögenlage

Die Bilanzsumme der SYZYGY Gruppe erhöhte sich in der Berichtsperiode leicht um 3 Prozent auf EUR 66,1 Mio.

Auf der Aktivseite der Bilanz ist diese Veränderung nahezu vollständig auf eine Erhöhung der kurzfristigen Vermögenswerte zurückzuführen. So ging das dynamische Umsatzwachstum mit einem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um EUR 3,1 Mio. auf EUR 12,9 Mio. einher (+32%). Des Weiteren erhöhten sich die sonstigen Vermögenswerte um EUR 1,2 Mio. auf EUR 3,1 Mio. Die Veränderungen entfallen in Höhe von EUR 0,8 Mio. auf Forderungen gegenüber dem Finanzamt sowie zu EUR 0,4 Mio. auf Forderungen gegenüber Beteiligungen.

Die liquiden Mittel und Wertpapiere reduzierten sich um 8 Prozent auf insgesamt EUR 24,8 Mio. aufgrund der guten Umsatzentwicklung, die die Finanzierung eines höheren Working Capital erforderte.

Auf der Finanzierungsseite blieb das Eigenkapital weitgehend konstant. Der Abzugsposten „Eigene Aktien“ stieg um EUR 0,4 Mio., da SYZYGY im vergangenen Jahr von der Ermächtigung der Hauptversammlung Gebrauch gemacht und 100.000 eigene Aktien über die Börse zurückgekauft hat.

Ausschlaggebend für den Anstieg der Bilanzsumme waren Veränderungen in den kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Vorrangig ist hier die Bildung sonstiger Rückstellungen zu nennen, die sich im Zuge des Umsatzwachstums um EUR 1,4 Mio. auf insgesamt EUR 4,2 Mio. erhöhten (+47%). Darüber hinaus stiegen im Rahmen der Geschäftsausweitung sowohl die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (EUR 8,1 Mio.) als auch die erhaltenen Anzahlungen (EUR 3,0 Mio.) um jeweils rund EUR 0,4 Mio.

Die Eigenkapitalquote ging in der Folge leicht um zwei Prozentpunkte auf 74 Prozent zurück.

3.3.11 Mitarbeiter

Die SYZYGY Gruppe beschäftigte zum Bilanzstichtag 326 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das sind 8 Prozent mehr als zum 31. Dezember 2012.

Zwei Drittel der Personen waren für die deutschen Gesellschaften tätig, ein Drittel für die britischen Entitäten. Für Hi-ReS! New York arbeiteten 3 Mitarbeiter, das assoziierte Unternehmen Ars Thanea beschäftigte 46 Personen. Zusätzlich waren im Jahresdurchschnitt 20 Freelancer für die Gruppe tätig.

Die Aufteilung nach Funktionen ist weiterhin sehr konstant: Mit einem Anteil von 28 Prozent an der Gesamtbelegschaft beschäftigte der Bereich Online Marketing die meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Jeweils 17 Prozent entfielen auf die Tätigkeitsbereiche Technologie und Projektmanagement, jeweils 14 Prozent auf die Kreation und auf die Verwaltung. Rund jeder zehnte Mitarbeiter war mit der Strategieberatung der Kunden vertraut.

Unter Einbezug von 20 Freelancern und exklusive der Mitarbeiter von Ars Thanea beschäftigte SYZYGY im Jahresdurchschnitt rund 350 Personen. Hieraus ergibt sich Pro-Kopf-Umsatz von rund EUR 100.000.

4. Vergütungsbericht

4.1 Vergütungssystem für den Vorstand

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

- / erfolgsunabhängige Vergütung
- / erfolgsbezogene Vergütung
- / sonstige Leistungen

Die erfolgsunabhängige Vergütung wird monatlich als Grundgehalt ausgezahlt. Die erfolgsbezogene Vergütung enthält zwei Komponenten: Zum einen wird ein erfolgsabhängiger Bonus gewährt, wenn Finanzziele des Geschäftsjahres erreicht werden, die in der Jahresplanung festgelegt und vom Aufsichtsrat beschlossen worden sind. Darüber hinaus wurden den Vorständen aktienkursorientierte Tantiemevereinbarungen gewährt, die zu 40 Prozent nach zwei Jahren und zu weiteren 60 Prozent nach drei Jahren ausgeübt werden können.

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

Zusagen bei Tätigkeitsbeendigung

Dem Vorstand der SYZYGY AG ist bisher keine Altersversorgung zugesagt worden. Bei vorzeitiger Beendigung des Arbeitsvertrages wird eine Abfindung im Rahmen der rechtlichen Verpflichtungen gezahlt, und zwar in Höhe des noch ausstehenden, angemessenen Zielgehalts für die Restlaufzeit des Vertrags. Falls nötig, kann mit dem frühzeitigen Ausscheiden ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot von 12 Monaten festgelegt werden. In diesem Fall erhält das Vorstandsmitglied eine Entschädigung in Höhe von 50 Prozent seiner zuletzt bezogenen durchschnittlichen vertragsgemäßen Vergütungen.

Eine individualisierte Darstellung der Vorstandsbezüge für das Geschäftsjahr 2013 findet sich im Anhang.

4.2 Vergütungssystem für den Aufsichtsrat

Die Vergütung des Aufsichtsrates der SYZYG AG ist in § 6 (8) der Satzung der Gesellschaft geregelt und geht auf einen Beschluss der Hauptversammlung vom 4. Juni 2003 zurück. Jedes Mitglied des Aufsichtsrates erhält neben dem Ersatz seiner Auslagen eine Vergütung, die aus einem festen und einem variablen Vergütungsbestandteil besteht. Die feste Vergütung beträgt EUR 15.000. Die feste Vergütung erhöht sich um EUR 5.000, wenn der Börsenpreis der Gesellschaft in dem betreffenden Geschäftsjahr um mindestens 20 Prozent gestiegen ist. Die für den Vergleich maßgeblichen Börsenpreise werden ermittelt aus dem Mittelwert der Schlusskurse für die Aktie im Xetra-Handelssystem an der Frankfurter Wertpapierbörse während der ersten fünf Börsentage eines Geschäftsjahres sowie während der ersten fünf Börsentage des Folgegeschäftsjahres. Aufsichtsratsmitglieder, die nicht während des gesamten Geschäftsjahres im Amt waren, erhalten eine zeitanteilige Vergütung.

Eine individualisierte Darstellung der Aufsichtsratsbezüge für das Geschäftsjahr 2013 findet sich im Anhang.

5. Übernahmerelevante Angaben

gem. § 315 Abs. 4 HGB mit Erläuterungen

- / Das gezeichnete Kapital der SYZYG AG beträgt EUR 12.828.450 und ist eingeteilt in 12.828.450 nennwertlose Stammaktien, die auf den Inhaber lauten. Unterschiedliche Aktiegattungen wurden nicht gebildet.
- / Die SYZYG Aktien sind nicht vinkuliert. Der SYZYG AG sind keine Beschränkungen in Bezug auf die Ausübung der Stimmrechte oder in Bezug auf die Übertragung von SYZYG Aktien bekannt.
- / Die SYZYG AG hält zum Bilanzstichtag 125.000 eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Stimmrechte oder andere Rechte zustehen.
- / Die WPP-Gruppe hat der Gesellschaft mitgeteilt, dass sie insgesamt 29,9996 Prozent der Anteile hält. Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass der Vorstandsvorsitzende 4,19 Prozent und der Chief Operating Officer (COO) der SYZYG AG 2,53 Prozent der Anteile halten.
- / Keine der ausgegebenen Aktien der SYZYG AG sind mit Sonderrechten ausgestattet.
- / Eine Stimmrechtskontrolle für am Kapital beteiligte Arbeitnehmer wird von der SYZYG AG nicht vorgenommen.
- / Die Voraussetzungen für die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern richten sich nach § 84 AktG. Die Satzung der SYZYG 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 29. Mai 2009 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der SYZYGY AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 28. Mai 2014 durch Ausgabe von insgesamt 1.200.000 Optionsrechten auf jeweils eine nennwertlose Stückaktie der SYZYGY AG bedingt um EUR 1.200.000 zu erhöhen.
- ✓ Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 28. Mai 2010 ist der Vorstand berechtigt, innerhalb von 5 Jahren eigene Aktien bis zu einem Gesamtbestand von insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals über die Börse oder über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot zurückzukaufen.
- ✓ Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 27. Mai 2011 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 27. Mai 2016 durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien einmal oder mehrmals, insgesamt jedoch um höchstens EUR 6.000.000 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2011).
- ✓ Wesentliche Vereinbarungen der SYZYGY AG, die unter der Bedingung des Kontrollwechsels stehen, sind nicht vorhanden.
- ✓ Für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern keine Entschädigungsvereinbarungen getroffen worden. Allerdings können Inhaber von Aktienoptionen innerhalb eines Monats ihre Optionen zu einem festen Preis von EUR 1,00 je Option ausüben.

6. Nachtragsbericht – Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Die SYZYGY AG hat am 6. Februar 2014 ihren Anteil an der Agentur Ars Thanea s.k.a. von 26 Prozent auf nun 70 Prozent erhöht. Die verbleibenden Anteile werden weiterhin vom Management der Agentur gehalten. Der Umsatzbeitrag von Ars Thanea wird im laufenden Geschäftsjahr voraussichtlich rund EUR 1,5 Mio. betragen.

7. Prognosebericht

7.1 Ausblick

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

Alle Aussagen über die Zukunft der Gruppe beruhen auf Informationen und Erkenntnissen, die zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Geschäftsberichts bekannt und verfügbar waren. Da diese Daten kontinuierlichen Änderungen unterliegen, sind Prognosen stets mit Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlichen Ergebnisse können daher abweichen.

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

Ferner können positive Impulse für die Geschäftsentwicklung aus der Akquisition bedeutender Neukunden kommen, ebenso wie aus der Ausweitung bestehender Kundenbeziehungen, wenn über die geplanten Projekte hinaus zusätzliche Budgets gewonnen werden können.

7.2 Allgemeine Wirtschaftslage

Die Konjunktur in der Eurozone wird sich nach derzeitiger Experteneinschätzung im laufenden Jahr weiter beleben. Stimmungsindikatoren wie der von der EU-Kommission veröffentlichte Economic Sentiment Indicator und der Markt Composite Index entwickelten sich positiv. Und auch der ifo Indikator für das Wirtschaftsklima im Euroraum ist im ersten Quartal 2014 weiter gestiegen. In nahezu allen Ländern der Währungsunion blicken die befragten Experten positiv auf die kommenden sechs Monate.

Sowohl der Internationale Währungsfonds als auch die Europäische Kommission gehen davon aus, dass sich die bislang nur zaghafte Erholung stabilisiert und die Länder der Eurozone in 2014 ein leichtes BIP-Wachstum von 1,0 Prozent erzielen werden. Impulse werden dabei vor allem aus dem Export kommen. Die Binnennachfrage wird in den meisten Ländern dagegen weiterhin durch hohe Verschuldungsgrade sowohl der Staats- als auch der Privathaushalte gebremst.

Für Deutschland rechnen Experten mit einem deutlichen Aufschwung. Die Prognosen liegen dabei zwischen 1,6 Prozent (IMF) und 1,8 Prozent (Bundesbank). Treibender Faktor wird voraussichtlich weiterhin die Inlandsnachfrage sein. Zwar wird angesichts einer Belebung der internationalen Märkte von einem Exportwachstum von rund 4,5 Prozent ausgegangen; bei einem noch stärkeren Anstieg der Importe von voraussichtlich 5,0-5,7 Prozent bleibt der Außenbeitrag zum BIP jedoch wahrscheinlich auch in 2014 leicht negativ. Davon gehen sowohl die Europäische Kommission als auch die Bundesregierung aus.

Das britische Bruttoinlandsprodukt befindet sich trotz der unerwartet dynamischen Konjunkturbelebungen im Berichtsjahr noch immer 2,5 Prozent unter dem Vorkrisen-Niveau 2008. Über die Qualität und Nachhaltigkeit des momentanen Aufschwungs sind Ökonomen geteilter Meinung: Während die einen darauf hinweisen, dass sich die Indikatoren auf breiter Basis verbessert hätten, betonen andere die Fragilität eines vorrangig von den Verbrauchern getragenen Wachstums, das zudem stark kreditfinanziert ist. Insbesondere die staatlich massiv subventionierten Immobilienkredite, die den Kauf eines Eigenheims mit nur 5 Prozent Eigenkapital ermöglichen, werden von vielen Experten kritisch gesehen.

Die erhoffte Investitionstätigkeit auf Seiten der Unternehmen ist indes ausgeblieben, und das Leistungsbilanzdefizit soll 2014 mit -3,3 Prozent noch einmal höher ausfallen als im Vorjahr. Investitionen und ein starker Export gelten jedoch als wichtige Voraussetzungen, um der wirtschaftlichen Erholung des Landes ein stabiles Fundament zu verleihen.

Kurz- bis mittelfristig ist davon auszugehen, dass Großbritannien das Momentum des Jahres 2013 aufrecht erhalten kann und auch in 2014 deutliches Wachstum erzielen wird. Die von der Britischen Handelskammer veröffentlichten unabhängigen Vorhersagen liegen im Durchschnitt bei 2,7 Prozent, der IMF geht von 2,4 Prozent aus, die Europäische Kommission von 2,2 Prozent.

Insgesamt ist also damit zu rechnen, dass die SYZGY Gruppe 2014 in einem freundlichen konjunkturellen Umfeld agieren wird, das von einer positiven Stimmung und einer allgemeinen Erholung der europäischen Wirtschaft geprägt sein wird.

7.3 Werbemarkt

Angesichts der anziehenden Konjunktur werden die Werbeausgaben in den für SYZYGY relevanten Märkten Deutschland und Großbritannien in 2014 wahrscheinlich ansteigen.

Für den deutschen Gesamtmarkt reichen die Vorhersagen von 0,9 Prozent (Jäschke Operational Media, JOM) über 1,2 Prozent (ZenithOptimedia) bis hin zu 1,8 Prozent (Magna Global). Prognosen für Online-Werbung gehen dabei noch stärker auseinander: JOM geht von Wachstumsraten im „unteren einstelligen Bereich“ aus, Magna Global und ZenithOptimedia liegen mit Werten von rund 9 Prozent deutlich darüber.

In Großbritannien, das ebenso wie Deutschland zu den Top 5 der weltweiten Werbemärkte gehört, wird das Wachstum voraussichtlich etwas höher ausfallen. Laut eMarketer und AA/WARC steigen die Ausgaben insgesamt um 5,3 Prozent, GroupM ist mit 6,0 Prozent sogar noch etwas optimistischer.

Mit Blick auf Online-Werbung reichen die Prognosen von 10,1 Prozent (AA/WARC) bis zu rund 14 Prozent (GroupM und eMarketer). Fast die Hälfte aller Spendings (48%) wird in Großbritannien 2014 damit auf Internet-Werbung entfallen.

Insgesamt kann damit gerechnet werden, dass sich der Anteil von Online-Werbung am Gesamtbudget auch weiterhin erhöhen wird. Insbesondere von mobilen Werbeformaten werden aufgrund der immer stärkeren Nutzung von Tablets und Smartphones starke Wachstumsimpulse ausgehen – ein Trend der weltweit zu beobachten ist. Laut ZenithOptimedia sollen die zusätzlichen Ausgaben, die zwischen 2013 und 2016 in Werbung fließen, zu 36 Prozent auf Mobile entfallen. Klassische Online-Werbung soll immerhin noch ein Viertel des Gesamtanstiegs ausmachen.

7.4 Entwicklung der SYZYGY Gruppe

Experten sind sich darin einig, dass digitales Marketing auch weiterhin stark an Bedeutung gewinnen wird. Der Trend, die Werbebudgets für klassische Medien – insbesondere Zeitungen und Zeitschriften – zu kürzen und sie auf das Internet umzuschichten, hält unverändert an.

Zusätzliches Momentum erhält diese Entwicklung durch die massenhafte Verbreitung mobiler Endgeräte wie Smartphones und Tablets. Sie haben innerhalb kürzester Zeit eine neue Medienkultur begründet und die Regeln des Marketings fundamental verändert. So nutzt mittlerweile bereits jeder vierte Deutsche über 14 Jahren einen Tablet-Computer (26%). Im Vorjahr waren es gerade einmal 13 Prozent. Rund die Hälfte der Deutschen (47%) verwendet ein Smartphone, um ins Internet zu gehen. Das Datenvolumen in deutschen Mobilfunknetzen ist in den vergangenen Jahren exponentiell gewachsen und wird sich in nur zwei Jahren von 156 Mio. Gigabyte in 2012 auf voraussichtlich 330 Mio. Gigabyte in 2014 mehr als verdoppeln. Die Post-PC-Ära hat bereits begonnen.

Unternehmen müssen sich von ihren traditionellen Denkstrukturen lösen und Markenerlebnisse für Kunden neu definieren und denken. Dabei geht es längst nicht mehr nur darum, bestehende Webpräsenzen für unterschiedliche Endgeräte und Bildschirmgrößen anzupassen. Wenn Marken ihre Kunden künftig erreichen und begeistern wollen, müssen sie den Menschen und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen, und Konzepte entwickeln, wie sie sein Leben erleichtern können oder interessanter machen. Der intelligente, kundenorientierte Umgang mit mobilen Endgeräten wird zum entscheidenden Differenzierungsfaktor im Wettbewerb.

Mit einer langjährigen und tiefgreifenden Media-, Kreativ- und Technologieexpertise ist die SYZYGY Gruppe gut positioniert, um Großunternehmen bei diesen Herausforderungen zu unterstützen und die Potenziale neuer Technologien zu erschließen.

Die SYZYGY Gruppe geht davon aus, ihre Umsatzerlöse im laufenden Geschäftsjahr um mindestens 15 Prozent auf EUR 40,0 Mio. steigern zu können. Rund EUR 1,5 Mio. entfallen dabei auf Ars Thanea; das Unternehmen wird in 2014 nach einer Aufstockung der Beteiligung von 26 auf 70 Prozent erstmals vollkonsolidiert. Die beiden Geschäftssegmente Deutschland und Großbritannien werden auf Basis der Budgetplanungen im vergleichbaren Umfang zum Umsatzwachstum beitragen.

Das operative Ergebnis wird deutlich überproportional um voraussichtlich 60 Prozent auf EUR 3,2 Mio. wachsen. Der Ergebnisanstieg wird durch eine höhere Profitabilität des deutschen und englischen Segments sowie durch den Wegfall belastender Faktoren getragen.

Das Ergebnis pro Aktie wird voraussichtlich EUR 0,30 betragen.

Mögliche Akquisitionen, die auch weiterhin zur Wachstumsstrategie der SYZYGY Gruppe gehören, können diese Prognosen sowohl positiv als auch negativ beeinflussen.

8. Risiko- und Chancenbericht

Die Ertragslage der SYZYGY Gruppe wird von der Entwicklung der operativen Einheiten und von den zukünftigen Zinserträgen der SYZYGY AG bestimmt.

Wesentliche Risikofaktoren beziehen sich auf die Konjunktur der Werbewirtschaft in Deutschland und UK sowie auf die technologische Dynamik der Märkte für Internet-Dienstleistungen im Besonderen.

Durch den Vorstand der SYZYGY AG werden Risiken kontinuierlich überwacht, um frühzeitig negativen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage entgegenwirken zu können. Die Risikoeinschätzung bezieht sich hierbei sowohl auf den Umfang einer möglichen Auswirkung auf die Ertrags- und Finanzlage als auch auf die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Risikofaktor Auswirkungen haben kann.

Genauso wichtig ist es, Chancen zu erkennen und zu nutzen. Ein funktionsfähiges Risiko- und Chancen-Management-System ist daher ein wichtiges Element einer wertorientierten Unternehmensführung.

8.1 Risiken

Konjunkturelle Risiken

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

Operative Risiken

Rund 61 Prozent des Umsatzes der SYZGY 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 entsprechend kurzfristige Verringerung der Kosten meist nicht möglich.

Die Umsätze von SYZGY sind nicht durch lange Vertragslaufzeiten abgesichert. Umsätze werden in der Regel 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. SYZGY übernimmt darüber hinaus projektbezogen die gängigen Gewährleistungs- und Haftungsverpflichtungen. Dies kann zu Folgekosten pro Projekt führen.

Die von SYZGY erbrachten Dienstleistungen besitzen 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 im Dienstleistungsgeschäft 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 und hoch qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, kann der Erfolg von SYZGY darunter leiden.

Währungsrisiken

SYZGY erzielt rund ein Drittel der Umsatzerlöse in Großbritannien. Aufgrund von Währungsschwankungen des Britischen Pfunds gegenüber dem Euro können die Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss, je nach Kursentwicklung, im Vergleich zur Planung sowohl positiv als auch negativ beeinflusst werden. Dennoch schließt SYZGY keine Kurssicherungsgeschäfte ab, weil den Erlösen auf dem britischen Markt auch Kosten in Britischen Pfund gegenüberstehen. Daher besteht für SYZGY ein Währungsrisiko lediglich in Höhe des Jahresüberschusses der jeweiligen Landesgesellschaft.

Anlagerisiken

Die Anlagestrategie der liquiden Mittel ist grundsätzlich auf eine langfristige Ertragsentwicklung ausgerichtet. Dabei werden die liquiden Mittel risikodiversifiziert in Unternehmensanleihen und anderen festverzinslichen Wertpapieren angelegt. Bei allen festverzinslichen Wertpapieren bestehen Zinsänderungs- und Ausfallrisiken. Ein Anstieg der langfristigen Zinsen wirkt sich grundsätzlich negativ, ein Rückgang der Zinsen positiv auf die Kursentwicklung der Wertpapiere aus. SYZGY reduziert die Ausfallrisiken durch eine diversifizierte Anlage in Titel mit guter Bonität, d. h. weitgehend im Bereich des Investment Grade. In kleinerem Umfang werden auch Anleihen geringerer Bonität in das Portfolio integriert.

Risiken aus Akquisitionen

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

8.2 Chancen

Das Internet ist in den vergangenen Jahren für einen Großteil der Bevölkerung zum wichtigsten Kommunikationsmedium avanciert, auf das sie privat und beruflich nicht mehr verzichten wollen. Die zunehmende Verbreitung von Tablet-PCs und immer leistungsfähigeren Smartphones hat der Integration digitaler Inhalte in den Alltag zusätzlich Vorschub geleistet, und eröffnet Werbetreibenden ganz neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache und des Abverkaufs.

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

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

9. Internes Kontrollsystem

Die verwendeten Risikofrüherkennungssysteme basieren auf dem monatlichen Berichtswesen, das neben einem Finanzreporting (Budget, aktualisierter Forecast und Ist-Zahlen) die Neugeschäftsaktivitäten und die qualitative Entwicklung der Gesellschaften umfasst. In das Finanzreporting ist ein Risikomanagement-System integriert, das monatlich wiederkehrend die Risikoidentifikation, Risikokommunikation und -überwachung operativer Risiken sicherstellt. Die Aggregation und Steuerung der Risiken erfolgt dann auf Ebene der Holding bzw. wird von der Holding initiiert. Das interne Kontrollsystem wird bei Finanztransaktionen durch Genehmigungsprozesse ergänzt (Vier-Augen-Prinzip) sowie durch Funktionstrennung und Zugriffsregelungen im IT-System unterstützt. Darüber hinaus werden alle Tochtergesellschaften einem Quartals-Review unterzogen.

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

Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem umfasst Grundsätze, Verfahren und Maßnahmen, um die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung sicherzustellen. Hierbei sind der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht der SYZYG Gruppe nach IFRS, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, sowie den ergänzenden Angaben nach § 315a Abs. 1 HGB, aufzustellen.

Die Zentralabteilung Finanzen der SYZYG AG steuert die Prozesse zur Erstellung des Einzel- und Konzernabschlusses sowie zur Aufstellung des Lageberichts für den SYZYG Konzern. Rechnungslegungsstandards und andere Verlautbarungen werden kontinuierlich auf ihre Auswirkungen auf die Rechnungslegung der SYZYG Gruppe analysiert. Durch ein konzernweites Jahresabschluss-Reporting und einen konzernweit gültigen Finanzkalender wird ein zeitnaher und standardisierter Rechnungslegungsprozess verfolgt.

Gem. § 289 Abs. 5 HGB werden die Rechnungslegungsanforderungen durch die SYZYG AG in den Tochtergesellschaften u. a. dadurch umgesetzt, dass in der SYZYG Gruppe weitgehend ein einheitliches Buchhaltungssystem mit einem einheitlichen Kontenrahmen verwendet wird. Alle Gesellschaften unterliegen einmal im Quartal einer internen Revision durch die Zentralabteilung Finanzen der SYZYG AG. Hierbei werden die Einhaltung der Rechnungslegungsvorschriften sowie die Prozesse zur Datenaufbereitung analysiert, überprüft und sichergestellt.

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

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

10. Erklärung zur Unternehmensführung gem. § 289a HGB

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 29. Oktober 2013 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 sind auf unserer Unternehmenswebsite im Bereich „Investor Relations“ einsehbar, der über <http://ir.syzygy.net> zu erreichen ist.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

„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 24. März 2014
SYZYG AG

Der Vorstand



Konzernbilanz

Aktiva		31.12.2013	31.12.2012
	Anhang	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäfts- oder Firmenwerte	(3.1)	19.537	19.701
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(3.2)	2.657	2.792
Langfristige Beteiligungen	(3.3)	641	668
Sonstige Vermögenswerte	(3.4)	583	525
Aktive latente Steuern	(3.5)	1.845	2.046
Summe langfristige Aktiva		25.263	25.732
Kurzfristige Aktiva			
Liquide Mittel	(3.6)	6.728	6.103
Wertpapiere	(3.6)	18.078	20.693
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3.7)	12.944	9.840
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	(3.8)	3.124	1.922
Summe kurzfristige Aktiva		40.874	38.558
Summe Aktiva		66.137	64.290
Passiva			
		TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital*	(3.9.1)	12.828	12.828
Kapitalrücklage	(3.9.3)	20.207	20.207
Eigene Aktien	(3.9.4)	-554	-116
Übriges Konzernergebnis	(3.9.5)	-355	-265
Bilanzgewinn	(3.9.6)	16.789	16.651
Minderheiten		-238	-260
Summe Eigenkapital		48.677	49.045
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Verbindlichkeiten	(3.13)	132	134
Passive latente Steuern	(5.7)	88	89
Summe langfristige Verbindlichkeiten		220	223
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	(3.12)	1.344	1.222
Sonstige Rückstellungen	(3.11)	4.240	2.885
Erhaltene Anzahlungen		3.023	2.597
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(3.11)	8.118	7.769
Sonstige Verbindlichkeiten	(3.13)	515	549
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		17.240	15.022
Summe Passiva		66.137	64.290

* Bedingtes Kapital TEUR 1.200 (Vorjahr: TEUR 1.200).

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzerngesamtergebnis- rechnung

		2013	2012	Veränd.
	Anhang	TEUR	TEUR	
Billings	(5.1)	90.603	77.598	17%
Mediakosten	(5.1)	-55.573	-46.483	20%
Umsatzerlöse	(5.1)	35.030	31.115	13%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen		-25.997	-22.264	17%
Vertriebs- und Marketingkosten		-3.334	-3.036	10%
Allgemeine Verwaltungskosten		-4.001	-4.071	-2%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen, netto	(5.2)	325	377	-14%
Operatives Ergebnis		2.023	2.121	-5%
Finanzergebnis	(5.6)	2.124	1.283	66%
Ergebnis vor Steuern		4.147	3.404	22%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(5.7)	-786	5.618	-114%
Konzernergebnis der Periode		3.361	9.022	-63%
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden		0	0	
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden				
Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung	(5.8)	-218	433	-150%
Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren	(3.6)	185	3.184	-94%
Steuereffekt		-57	-982	-94%
Übriges Gesamtergebnis der Periode		-90	2.635	-103%
Gesamtergebnis		3.271	11.657	-72%
davon Gesamtergebnisanteil anderer Aktionäre		22	-272	
davon Gesamtergebnisanteil der Aktionäre der SYZYG AG		3.249	11.929	-73%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (unverwässert in EUR)	(6.1)	0,26	0,73	-64%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (verwässert in EUR)	(6.1)	0,26	0,72	-64%

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung

	Anzahl Aktien (in 1.000)	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Bilanzgewinn	Übriges Konzern- ergebnis		Anteil Mehrheitsaktionäre	Minderheitenanteile	Summe Eigenkapital
						Währungsumrechnung	Unrealisierte Gewinne und Verluste			
	Stück	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
1. Jan. 2012	12.828	12.828	20.207	-116	9.918	-1.826	-1.074	39.937	0	39.937
Gesamtergebnis					9.294	433	2.202	11.929	-272	11.657
Dividende					-2.561			-2.561		-2.561
Veränderungen aus Erstkonsolidierung und Anteils- veränderungen									12	12
31. Dez. 2012	12.828	12.828	20.207	-116	16.651	-1.393	1.128	49.305	-260	49.045
1. Jan. 2013	12.828	12.828	20.207	-116	16.651	-1.393	1.128	49.305	-260	49.045
Gesamtergebnis					3.339	-218	128	3.249	22	3.271
Dividende					-3.201			-3.201		-3.201
Kauf eigener Anteile				-438				-438		-438
31. Dez. 2013	12.828	12.828	20.207	-554	16.789	-1.611	1.256	48.915	-238	48.677

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzernkapitalfluss- rechnung

	2013	2012
	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	3.361	9.022
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:		
– Abschreibungen auf Anlagevermögen	754	704
– Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Wertpapieren	-980	295
– Erträge (-)/Aufwendungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögensgegenständen	262	0
– Ergebnis der nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	-99	-16
– Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	250	-19
Veränderungen der:		
– Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.542	-1.642
– erhaltenen Anzahlungen	434	545
– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	1.312	992
– Steuerschulden und latente Steuern	-458	-2.159
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	1.294	7.722
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögensgegenständen	0	3
Veränderung der langfristigen Aktiva	-69	-14
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-892	-910
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-24.074	-21.424
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	27.898	15.730
Dividenden von nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	114	0
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	2.977	-6.615
Dividende	-3.201	-2.561
Eigenkapitalzuführungen von Minderheitsgesellschaftern	0	12
Veränderungen von eigenen Anteilen	-438	0
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-3.639	-2.549
Cashflow gesamt	632	-1.442
Liquide Mittel zum Periodenanfang	6.103	7.533
Währungsveränderungen	-7	12
Liquide Mittel zum Periodenende	6.728	6.103

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzernanhang

1. Grundlagen der Rechnungslegung

1.1 Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der SYZYGY AG (im Folgenden „SYZYGY“, „Gruppe“, „Konzern“ oder „Gesellschaft“ genannt) für das Geschäftsjahr 2013 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 2013 – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind und den ergänzenden Vorschriften des § 315a HGB entsprechen – erstellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft wurde am 1. Mai 2000 unter der Firma SYZYGY AG in das Handelsregister beim Amtsgericht Bad Homburg (HRB 6877) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Bad Homburg, Deutschland. Die Anschrift lautet: SYZYGY AG, Im Atzelnest 3, 61352 Bad Homburg v. d. H.

1.2 Geschäftstätigkeit der Gesellschaft

SYZYGY ist eine weltweite Dienstleistungsgruppe für digitales Marketing. Die SYZYGY AG nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr, indem sie zentrale Dienstleistungen im Bereich Strategie, Planung, Technologieentwicklung, Rechnungswesen, IT-Infrastruktur und Finanzierung erbringt. Ferner unterstützt die SYZYGY AG die Tochtergesellschaften bei Neugeschäftsaktivitäten und realisierte im Geschäftsjahr 2013 Umsätze aus Projektgeschäften mit Dritten. Die Tochtergesellschaften üben als operative Einheiten das Beratungs- und Dienstleistungsgeschäft aus. Mit Niederlassungen in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt am Main, Hamburg, London und New York bieten die Töchter 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. Als Technologie-, Kreativ- und Mediendienstleister ermöglicht es SYZYGY Kunden, digitale Medien als innovative Kommunikations- und Vertriebsinstrumente zu nutzen. Die Geschäftsschwerpunkte liegen in den Branchen Automobile, Telekommunikation/IT, Handel und Konsumgüter sowie Finanzdienstleistungen.

1.3 Konsolidierungskreis

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

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2013 wurden neben der SYZYGY AG als oberstes Mutterunternehmen folgende Tochterunternehmen vollkonsolidiert, da der SYZYGY AG unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zusteht und sie über die Finanz- und Geschäftspolitik dieser Gesellschaften bestimmen kann:

- / Hi-ReSI Berlin GmbH, Berlin, Deutschland (kurz: Hi-ReSI BER)
- / Hi-ReSI Hamburg GmbH, Hamburg, Deutschland (kurz: Hi-ReSI HH)
- / Hi-ReSI London Ltd, London, Großbritannien (kurz: Hi-ReSI LON)
- / Hi-ReSI New York Inc, New York City, Vereinigte Staaten von Amerika (kurz: Hi-ReSI NY)
- / Mediopoly Ltd, Jersey, Großbritannien (kurz: Mediopoly)
- / SYZYGY Deutschland GmbH, Bad Homburg v.d.H., Deutschland (kurz: SYZYGY Deutschland)
- / SYZYGY UK Ltd, London, Großbritannien (kurz: SYZYGY UK)
- / unquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland (kurz: unquedigital)
- / Unique Digital Marketing Ltd, London, Großbritannien (kurz: Unique Digital UK)

Darüber hinaus wird neben den vollkonsolidierten Tochterunternehmen die Ars Thanea s.k.a., Warschau, Polen (kurz: Ars Thanea) als Gemeinschaftsunternehmen nach der At-Equity-Methode in den Konzernabschluss der SYZGY einbezogen.

Gemeinschaftsunternehmen sind Gesellschaften, über die mit anderen die gemeinschaftliche Beherrschung ausgeübt wird.

1.4 Konsolidierungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss übernommenen Vermögenswerte und Schulden sind nach der für SYZGY 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. Eine Wertminderung würde anteilig in Estandskosten der erbrachten Leistungen, Vertriebs- und Marketingkosten sowie allgemeinen Verwaltungskosten erfasst werden.

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 Konzerngesamtergebnisrechnung 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.

Sachverhalte, die im Konzernabschluss zu einer Zwischengewinneliminierung führen würden, liegen nicht vor.

Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden, werden beim Erwerb mit ihren anteiligen neu bewerteten Vermögenswerten (zuzüglich etwaigem Goodwill), Schulden und Eventualschulden bilanziert. Der Goodwill aus der Anwendung der Equity-Methode wird nicht planmäßig abgeschrieben. Die Werthaltigkeit des aus der Anwendung der Equity-Methode resultierenden Buchwerts der Beteiligung wird untersucht, wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Sofern der Buchwert der Beteiligung ihren erzielbaren Betrag übersteigt, ist in Höhe der Differenz ein Wertminderungsaufwand zu erfassen. Der erzielbare Betrag wird durch den beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert bestimmt. Eine Wertminderung würde im Finanzergebnis erfasst werden.

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

1.5 Schätzungen und Annahmen

Die Erstellung des Konzernabschlusses nach IFRS erfordert Schätzungen und Annahmen, welche die Beträge von Vermögenswerten, Verbindlichkeiten und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen des Berichtsjahres beeinflussen können. Insbesondere bei der Bewertung der Rückstellungen, der Forderungen aus unfertigen Projekten und bei Optionsrechten sowie korrespondierend beim Goodwill waren jeweils Schätzungen erforderlich.

Die Bewertung von Vermögenswerten des Sachanlagevermögens und von immateriellen Vermögenswerten ist mit Schätzungen zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts zum Erwerbszeitpunkt verbunden, wenn diese im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworben wurden. Ferner ist die erwartete Nutzungsdauer der Vermögenswerte zu schätzen. Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte von Vermögenswerten basiert auf Beurteilungen des Managements.

Die Ermittlung des erzielbaren Betrags einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit im Rahmen des Impairment Tests ist mit Schätzungen durch das Management verbunden. Näheres dazu ist unter 3.1 Geschäfts- oder Firmenwert erläutert.

Das Management bildet Wertberichtigungen auf zweifelhafte Forderungen, um erwarteten Verlusten Rechnung zu tragen, die aus der Zahlungsunfähigkeit von Kunden resultieren. Die vom Management verwendeten Grundlagen für die Beurteilung der Angemessenheit der Wertberichtigungen auf zweifelhafte Forderungen sind die Fälligkeitsstruktur der Forderungssalden und Erfahrungen in Bezug auf Ausbuchungen von Forderungen in der Vergangenheit, die Bonität der Kunden sowie Veränderungen der Zahlungsbedingungen. Bei einer Verschlechterung der Finanzlage der Kunden kann der Umfang

der tatsächlich vorzunehmenden Ausbuchungen den Umfang der erwarteten Ausbuchungen übersteigen.

Ferner ist bei der Ermittlung der aktiven und passiven latenten Steuern für jedes Besteuerungssubjekt die erwartete tatsächliche Ertragsteuer zu berechnen, und die temporären Differenzen aus der unterschiedlichen Behandlung bestimmter Bilanzposten zwischen dem IFRS-Konzernabschluss und dem steuerrechtlichen Abschluss sind zu beurteilen. Soweit temporäre Differenzen vorliegen, führen diese grundsätzlich zum Ansatz von aktiven und passiven latenten Steuern im Konzernabschluss. Aktive latente Steuern werden in dem Maß angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass sie genutzt werden können. Kommt es zu einer Änderung der Werthaltigkeitsbeurteilung der aktiven latenten Steuern, sind die angesetzten aktiven latenten Steuern – entsprechend der ursprünglichen Bildung – erfolgswirksam oder erfolgsneutral abzuwerten bzw. wertberichtigte aktive latente Steuern erfolgswirksam oder erfolgsneutral zu aktivieren. Ansatz und Bewertung von Rückstellungen sind im erheblichen Umfang mit Einschätzungen der SYZYGY verbunden. Die Beurteilung, dass eine finanzielle Schuld entsteht, bzw. die Quantifizierung der möglichen Höhe der Zahlungsverpflichtung, beruht auf der Einschätzung der jeweiligen Situation durch das Management. Für drohende Verluste werden Rückstellungen gebildet, wenn Leistung und Gegenleistung aus diesem Geschäft mit überwiegender Wahrscheinlichkeit nicht ausgeglichen gegenüberstehen und dieser Verlust verlässlich geschätzt werden kann. 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.

Hinsichtlich der Buchwerte der von Schätzungsunsicherheiten betroffenen Vermögenswerte und Schulden am Abschlussstichtag wird auf die Aufgliederung der einzelnen Konzernabschlussposten verwiesen.

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 21.38 ff. 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 umgerechnet, die übrigen Positionen zu Durchschnittskursen. Ein sich ergebender Unterschiedsbetrag wird sowohl bei den Anschaffungs- und Herstellungskosten 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.

Im Berichtsjahr ging SYZYG von folgenden Wechselkursen aus:

	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
2013		
GBP/EUR	1,18	1,20
2012		
GBP/EUR	1,23	1,22

1.7 Anwendung von veröffentlichten Standards (IFRS) und Interpretationen (IFRIC)

Im Geschäftsjahr erstmalig angewendete Verlautbarungen oder deren Änderungen

Die SYZYG AG hat folgende Verlautbarungen bzw. Änderungen von Verlautbarungen des IASB im Geschäftsjahr erstmalig beachtet:

- ✓ Darstellung von Posten des Other Comprehensive Income (Änderung an IAS 1)

Durch die Änderungen soll die Darstellung der Posten des Other Comprehensive Income (OCI) verbessert werden. Es besteht eine Wahlmöglichkeit zwischen einer einzigen und einer getrennten Darstellung des Gesamtergebnisses. Die Posten des OCI werden zukünftig in Beträge unterteilt, die in die Gewinn- und Verlustrechnung umgegliedert werden können (recyclingfähig), sowie in Beträge, bei denen eine Umgliederung nicht möglich ist. Die Wahlmöglichkeit zur Darstellung der Posten des OCI vor und nach Steuern bleibt bestehen. Beim Vorsteuer-Ausweis müssen die anfallenden Ertragsteuern jedoch getrennt dargestellt werden, je nachdem, ob diese zukünftig umgliederbare oder nicht umgliederbare Bestandteile darstellen.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IAS 1 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ Leistungen an Arbeitnehmer (Änderungen an IAS 19)

Die Neufassung von IAS 19 verlangt eine sofortige erfolgsneutrale Erfassung der versicherungsmathematischen Gewinne/ Verluste aus Pensionsverpflichtungen im Other Comprehensive Income. Auch darf das Management u. a. zukünftig den Planvermögensbestand nicht mehr mit der erwarteten Rendite des Planvermögens verzinsen, sondern muss den für die Verbindlichkeit verwendeten Diskontierungszinssatz verwenden. Außerdem müssen Unternehmen zukünftig mehr Anhangangaben leisten. So ist u. a. die Finanzierungsstrategie zu beschreiben und zu quantifizieren. Zudem wird eine Sensitivitätsanalyse gefordert, um den Einfluss von wesentlichen Parameteränderungen auf die Pensionsverbindlichkeiten zu verdeutlichen.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IAS 19 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ IFRS 13 Bewertung zum beizulegenden Zeitwert

Der Standard stellt die marktwertbasierte Ermittlung des Fair Value in den Vordergrund und definiert diesen als den Veräußerungspreis. Den Charakteristika folgender Elemente wird hierbei Rechnung getragen: Eigenschaften des Bewertungsobjekts, der Transaktion (Marktteilnehmer, Bewertungstag, Marktbedingungen, Referenzmarkt) und des Preises. Entgegen der bisherigen Bewertung zu Zugangs- und Beschaffungswerten unterliegt die Fair Value Bewertung gemäß IFRS 13 zukünftig einem exit price. Der Fair Value von Schulden bemisst sich anhand einer Übertragungsfiktion (statt Begleichung).

Neben den Bewertungsprämissen für nicht finanzielle Vermögenswerte, nicht finanzielle Schulden und Finanzinstrumente sowie der Bewertung bei sinkender Marktaktivität, geht IFRS 13 insbesondere auf die Bewertungshierarchie, Bewertungsmethoden und Inputfaktoren der Bewertung ein.

Die erstmalige Anwendung des IFRS 13 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ Latente Steuern: Realisation zugrunde liegender Vermögenswerte (Änderung an IAS 12)

Die Bewertung von latenten Steuerschulden und -ansprüchen hängt davon ab, ob der Buchwert des Vermögenswerts durch die Nutzung oder die Veräußerung realisiert wird. Immobilien, die als Finanzinvestition, zum Fair Value bewertet, gehalten werden, unterliegen in besonderer Weise der Beurteilungsproblematik bzw. einem besonders hohen Ermessen. Die Änderung führt die widerlegbare Vermutung ein, dass der Buchwert auch solcher Immobilien realisiert wird. Dies gilt allerdings nicht für Vermögenswerte, die nach IAS 16 oder 38 Neubewertet werden.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IAS 12 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ Hochinflation und Beseitigung des fixen Anwendungsdatums für Erstanwender (Änderung an IFRS 1)

Beseitigung des fixen Anwendungsdatums: Durch die Änderung wurde u. a. der bislang verwendete Verweis auf das Datum 1.1.2004 als fester Umstellungszeitpunkt durch die allgemeine Formulierung „Zeitpunkt des Übergangs auf IFRS“ ersetzt.

Hochinflation: Zudem werden erstmals Regelungen geschaffen für Fälle, in denen Unternehmen einige Zeit vor der Umstellung die IFRS Regelungen nicht befolgen konnten, weil die funktionale Währung hochinflationär war.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IFRS 1 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

- / Anhangangaben – Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Änderung an IFRS 7)

Die Änderung führt umfangreiche Anhangangabepflichten ein, die das Ziel verfolgen, die Wirkungsweise der Aufrechnungsvereinbarungen deutlicher zu machen.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IFRS 7 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

- / Darlehen der öffentlichen Hand (Änderung an IFRS 1)

Die Änderungen beziehen sich auf Darlehen der öffentlichen Hand zu Zinssätzen, die nicht marktüblichen Zinssätzen entsprechen. IFRS-Erstanwendung wird durch die Änderung eine Ausnahmeregelung zur vollen retrospektiven Anwendung der IFRS bei der Bilanzierung solcher Darlehen im Übergang auf IFRS geboten.

Die erstmalige Anwendung des geänderten IFRS 1 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

- / Jährliche Verbesserungen an den IFRS 2009-2011

- IFRS 1 Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards: Wiederholte Anwendung von IFRS 1 und Fremdkapitalzinsen

Wiederholte Anwendung von IFRS 1 – Klarstellung des Anwendungsbereichs: IFRS ist auch von Unternehmen anzuwenden, deren letzter Abschluss nicht im Einklang mit den IFRS stand.

Fremdkapitalzinsen – Aktivierte Fremdkapitalkosten in Bezug auf qualifizierte Vermögenswerte, bei denen der Aktivierungszeitpunkt vor dem Übergang auf IFRS liegt, dürfen fortgeführt werden. Ab dem Übergangszeitpunkt dürfen nur noch Fremdkapitalkosten im Einklang mit IAS 23 aktiviert werden.

- IAS 1 Darstellung des Abschlusses: Vorjahreszahlen, Änderung der Rechnungslegungsmethode bzw. Anpassung/Umgliederung

Klarstellung zur Angabe von Vorjahresvergleichsinformationen, wenn ein Unternehmen mehr als die geforderten Vergleichsperioden angibt. Darüber hinaus beinhaltet der Entwurf Klarstellungen bei Änderung von Rechnungslegungsmethoden oder rückwirkenden Anpassungen/Umgliederungen.

- IAS 16 Sachanlagevermögen: Klassifizierung von Wartungsgeräten/Ersatzteilen

Wartungsgeräte werden zukünftig gem. IAS 16.8 als Sachanlagen bilanziert, sofern diese erwartungsgemäß länger als eine Periode genutzt werden. Andernfalls stellen diese Vorräte dar.

– IAS 32 Finanzinstrumente: Angaben und Darstellung

Klarstellung von IAS 32.35A, dass die Bilanzierung von Steuereffekten bei Ausschüttungen an Eigenkapitalgeber und bei Kosten im Zusammenhang mit einer Eigenkapitaltransaktion im Einklang mit IAS 12 zu erfolgen hat. Hierbei handelt es sich um die Beseitigung einer Redundanz.

– IAS 34 Zwischenberichterstattung: Gesamtvermögen der Segmente

Klarstellung in IAS 34.16A (iv) hinsichtlich des Gesamtvermögens der Segmente in der Zwischenberichterstattung. Dieses muss nur dann dargestellt werden, wenn das Vermögen der verantwortlichen Unternehmensinstanz zur Verfügung gestellt wird und wesentlich vom Wert im Abschluss für das letzte Geschäftsjahr abweicht.

Die erstmalige Anwendung der jährlichen Verbesserungen an den IFRS 2009-2011 und den geänderten Standards haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ IFRIC 20 Bilanzierung von Abraumbeseitigungskosten im Tagebau

Die Interpretation bezieht sich ausschließlich auf die Kosten der Abraumbeseitigung in der Abbauphase einer Tagebaumine. Deren unterschiedliche bilanzielle Behandlung in der Praxis erfordert einheitliche Leitlinien. IFRIC 20 beschreibt die Aktivierungsvoraussetzungen für Abraumbeseitigungskosten und die Erst- bzw. Folgebewertung.

Im Umfang, in dem der Nutzen aus der Abraumbeseitigung als erwirtschafteter Vorrat anzusehen ist, sind die damit verbundenen Kosten als Vorräte zu aktivieren (IAS 2). Spiegelt der Nutzen einen verbesserten Zugang zu den abbaubaren Erzen oder Mineralien wider, sind die Kosten des Abbaus ggf. als langfristiger Vermögenswert anzusetzen. Die Interpretation ist anzuwenden auf Abraumbeseitigungskosten, die zu Beginn der frühesten dargestellten Berichtsperiode oder danach anfallen.

Die erstmalige Anwendung des IFRIC 20 hat keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Veröffentlichte und in EU-Recht übernommene, aber noch nicht angewendete Standards

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

Änderung/Standard	Datum der Veröffentlichung	Datum der Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt (EU)
IFRS 10 Konzernabschlüsse	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IFRS 11 Gemeinsame Vereinbarungen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IFRS 12 Angaben zu Beteiligungen an Unternehmen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IAS 27 Separate Abschlüsse	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
IAS 28 Anteile an assoziierten Unternehmen	12. Mai 2011	11. Dezember 2012	1. Januar 2014
Angaben zum erzielbaren Betrag bei nicht-finanziellen Vermögenswerten (Änderungen an IAS 36)	29. Mai 2013	20. Dezember 2013	1. Januar 2014
Novation von Derivaten und Fortsetzung der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften (Änderungen an IAS 39)	27. Juni 2013	20. Dezember 2013	1. Januar 2014
Übergangslinien (Änderungen an IFRS 10, IFRS 11 und IFRS 12)	28. Juni 2012	4. April 2013	1. Januar 2014
Investmentgesellschaften (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 27)	31. Oktober 2012	20. November 2013	1. Januar 2014
Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und Schulden (Änderungen an IAS 32)	16. Dezember 2011	13. Dezember 2012	1. Januar 2014

Die Auswirkungen der erstmaligen Anwendung der genannten Vorschriften auf die konsolidierte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der SYZGY Gruppe werden derzeit noch geprüft. SYZGY erwartet hieraus aber keinen wesentlichen Einfluss.

Veröffentlichte, aber noch nicht in EU-Recht übernommene und noch nicht angewendete Standards, Interpretationen und Verlautbarungen

Nachfolgende Standards, Interpretationen und Änderungen wurden bis zum Bilanzstichtag vom IASB herausgegeben, aber noch nicht in EU-Recht übernommen. Sie werden von der SYZYG AG auch noch nicht angewendet.

Änderung/Standard	Datum der Veröffentlichung	Datum der Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt (EU)
IFRS 9 Financial Instruments and subsequent amendments (amendments to IFRS 9 and IFRS 7)	2. November 2009/ 16. Dezember 2011	aufgeschoben	–
Defined Benefit Plans: Employee Contributions (Amendments to IAS 19)	21. November 2013	Q3/2014	1. Juli 2014
Annual Improvements to IFRSs 2010-2012 Cycle	12. Dezember 2013	Q3/2014	1. Juli 2014
Annual Improvements to IFRSs 2011-2013 Cycle	12. Dezember 2013	Q3/2014	1. Juli 2014
IFRIC Interpretation 21 Levies	20. Mai 2013	Q2/2014	1. Januar 2014

SYZYG sieht derzeit keine wesentliche Relevanz der Änderungen für den Abschluss.

1.8 Sonstige Angaben

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

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

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

2. Wesentliche Rechnungslegungsgrundsätze

2.1 Immaterielle Vermögenswerte und Firmenwerte sowie Sachanlagen

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

Die Bilanzierung und Erstbewertung immaterieller Vermögenswerte erfolgt gemäß IAS 38. Demnach werden einzeln erworbene immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear über ihre Nutzungsdauer abgeschrieben, sofern sie eine bestimmte Nutzungsdauer haben. 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 ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Spätere Wertminderungen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt. Bei steigenden Zeitwerten von zuvor außerplanmäßig abgeschriebenen 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 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 SYZGY die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt. In diese Planung fließen die Erfahrungen aus der Vergangenheit, Erkenntnisse über aktuelle operative Ergebnisse sowie Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen ein. Dabei finden regelmäßig auch Markt- und Branchenprognosen von führenden Branchenanalysten ihre Berücksichtigung. Auf die Ausführungen im Lagebericht sei diesbezüglich verwiesen. Insbesondere die Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen, wie z. B. die Umsatzentwicklung, sind mit Unsicherheiten behaftet. Übersteigt der zu testende Buchwert den nach dem DCF-Verfahren ermittelten erzielbaren Betrag, liegt eine Wertminderung vor und es wird auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben.

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

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

2.2 Finanzinstrumente

Zu den relevanten Finanzinstrumenten gehören bei SYZYGY Wertpapiere sowie Zahlungsmittel.

Wertpapiere, die gemäß IAS 39 als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert werden („available-for-sale“), werden bei der erstmaligen Erfassung zu ihren Anschaffungskosten, die in der Regel dem Fair Value entsprechen, bewertet, anschließend mit ihren beizulegenden Zeitwerten, die in der Regel den Markt- oder Börsenwerten an den Finanzmärkten entsprechen. Unrealisierte Gewinne und Verluste werden im Eigenkapital unter der Position „Übriges Konzernergebnis“ und in der Gesamtergebnisrechnung im Posten „Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren“ ausgewiesen. Ausgenommen hiervon sind Verluste aus nicht nur vorübergehenden Wertminderungen sowie Gewinne und Verluste aus der Fremdwährungsumrechnung von monetären Posten, welche in der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgswirksam erfasst werden. Wird ein Wertpapier der Kategorie „available-for-sale“ veräußert, oder wird eine lang andauernde oder signifikante 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.

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

2.3 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung, d. h. der Übergabe der Leistung an den Kunden, 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) im Sinne des IAS 11 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. 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 Latente Steuern

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

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

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

2.6 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Rückstellungen

Gemäß IAS 39 werden kurzfristige Verbindlichkeiten im Zugangszeitpunkt mit ihrem 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.

Sonstige Rückstellungen werden gebildet, sofern eine 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.

2.7 Eventualschulden

Eventualschulden sind mögliche Verpflichtungen, die aus Ereignissen der Vergangenheit resultieren und deren Existenz durch das Eintreten oder Nichteintreten eines oder mehrerer unsicherer künftiger Ereignisse bedingt ist, die nicht vollständig unter Kontrolle der SYZGY stehen. Eventualschulden sind zudem gegenwärtige Verpflichtungen, die aus Ereignissen der Vergangenheit resultieren, bei denen der Abfluss von Ressourcen, die wirtschaftlichen Nutzen verkörpern, unwahrscheinlich ist, oder bei denen der Umfang der Verpflichtung nicht verlässlich geschätzt werden kann.

Eventualschulden werden zu ihrem beizulegenden Zeitwert angesetzt, wenn sie im Rahmen eines Unternehmenserwerbs übernommen wurden. Nicht im Rahmen eines Unternehmenserwerbs übernommene Eventualschulden werden nicht angesetzt.

2.8 Sonstige Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

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

2.9 Umsatz- und Ertragsrealisierung

SYZGY 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 analog 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 vollem Umfang 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.

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

2.10 Aufwendungen aus Operating Lease-Verträgen

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasing-Gegenständen wird nach den gegenwärtig geltenden Regelungen der IFRS demjenigen Vertragspartner in einem Leasingverhältnis zugerechnet, der die wesentlichen Chancen und Risiken trägt, die mit dem Leasing-Gegenstand verbunden sind. Bei einem Operating Lease trägt der Leasinggeber die wesentlichen Chancen und Risiken, so dass der Leasing-Gegenstand in der Bilanz des Leasinggebers angesetzt wird.

Beim Operating Lease werden beim Leasingnehmer während des Zeitraums des Leasingverhältnisses die gezahlten Leasingraten erfolgswirksam erfasst.

2.11 Werbeaufwendungen

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

2.12 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.

2.13 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 dementsprechend 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.

2.14 Aktienoptionspläne

Die Kosten aus der Ausgabe von Aktienoptionen sind gem. IFRS 2 ergebniswirksam als Personalaufwand zu erfassen, sofern die Erfüllung des Optionsprogramms mit überwiegender Wahrscheinlichkeit nicht in Aktien, sondern in Geld erfolgen soll (aktienkursorientierte Tantiemevereinbarung). Hiervon geht die SYZYG AG für das vorliegende Optionsprogramm aus, da ihr zum einen ein Wahlrecht hinsichtlich der Art der Erfüllung zusteht, und zum anderen wirtschaftliche Gegebenheiten und Erfahrungen aus früheren Optionsprogrammen gegen die Erfüllung in Form der Ausgabe neuer Aktien sprechen. Dabei wird der Marktwert der Option zum Bilanzstichtag ermittelt und der entsprechende Aufwand zeitanteilig bis zum Ausübungszeitpunkt erfasst. Die Verpflichtung der Gesellschaft wurde als Rückstellung ausgewiesen.

3. Erläuterungen zur Konzernbilanz

3.1 Geschäfts- oder Firmenwert

Der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 19.537 (Vorjahr: TEUR 19.701) ist im Rahmen der Akquisitionen der unquedigital in Hamburg, der Unique Digital UK in London und der Hi-ReSI LON entstanden. Im Ausweis des Geschäfts- oder Firmenwertes ist die Ausübung einer Option auf die ausstehenden 20 Prozent der Anteile an der Hi-ReSI LON berücksichtigt.

Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten werden bei SYZGY die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt. Im Zuge der Feststellung der Höhe der EBIT-Zahlen wurden die zugrunde liegenden Planungen entsprechend angepasst. Die Anpassungen des Optionsrechts in Bezug auf die Hi-ReSI LON führten zu einem Abgang beim Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 2 (Vorjahr: TEUR 66) im Geschäftsjahr 2013.

Die im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen Geschäfts- und Firmenwerte (GoF) und immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer wurden zur Überprüfung der Werthaltigkeit den folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (Cash Generating Units, CGU) zugeordnet:

- / unquedigital
- / Unique Digital UK
- / Hi-ReSI LON

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

in TEUR	unquedigital			Unique Digital UK			Hi-ReSI LON			Summe		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011
GoF	8.841	8.841	8.841	8.521	8.663	8.450	2.175	2.197	2.204	19.537	19.701	19.495
Immaterielle Vermögenswerte	0	0	0	131	133	130	178	181	176	309	314	306
Erzielbarer Betrag	17.776	14.762	22.592	14.079	15.808	15.293	3.218	2.852	5.558	35.073	33.422	43.443

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte wurde durch einen Werthaltigkeitstest zum 31. Dezember 2013 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 2013 ermittelt. Die Prognosen basieren auf jährlich aktualisierten Finanzplänen, die vom Management für einen Zeitraum über die kommenden fünf Jahre genehmigt wurden. Zu den wesentlichen Annahmen, auf denen die Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts beruht, gehören Annahmen zu Wachstumsraten, Margenentwicklung und Diskontierungssatz. Aufgrund der Verwendung interner Planungsannahmen sind die ermittelten beizulegenden Zeitwerte der Stufe 3 der Fair-Value-Hierarchie zuzuordnen (vgl. Abschnitt 6.6).

Für die CGUs Unique Digital UK und Hi-ReSI LON wurde in Großbritannien ein risikoloser Zinssatz von 3,72 Prozent (Vorjahr: 2,89%), ein Risikozuschlag von 5,8 Prozent (Vorjahr: 5,8%) und ein Branchen-Beta von 0,51 (Vorjahr: 0,59) zugrunde gelegt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 6,7 Prozent (Vorjahr: 6,3%) nach Steuern bzw. 8,8 Prozent (Vorjahr: 8,5%) vor Steuern ergab. Hierbei fand ein durchschnittlicher Steuersatz von 21,75 Prozent Berücksichtigung (Vorjahr: 26%). Nachfolgende Perioden unterliegen in Großbritannien einem Steuersatz von 21 Prozent. Den entsprechenden Geschäftsplanungen ist ein erwartetes Umsatzwachstum bei Hi-ReSI LON von jeweils 38 Prozent p. a. (Vorjahr: 22%) für 2014 bzw. 5 Prozent p. a. (Vorjahr: 5%) für die Jahre 2015 bis 2018 sowie weiterhin 0 Prozent im Terminal Value unterlegt. Bei der Unique Digital UK ist im Rahmen der Geschäftsplanung

für 2014 ein erwartetes Umsatzwachstum von 24 Prozent p. a. (Vorjahr: 38,6%) und ab 2015 bis 2018 ein Umsatzwachstum von 10 Prozent p. a. (Vorjahr: 10%) sowie 0 Prozent im Terminal Value zugrunde gelegt. Für 2014 entspricht die Wachstumsrate den genauen Planzahlen der CGUs, wohingegen die weitere Entwicklung mit der allgemeinen Marktentwicklung des jeweiligen Landes einhergeht.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2014 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von 10 Prozent in Großbritannien (Vorjahr: 10%) aus. Auf Basis der zugrunde liegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für Unique Digital UK oder für Hi-ReSI LON. Ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 8.521 (Vorjahr: TEUR 8.663) für Unique Digital UK und TEUR 2.175 (Vorjahr: TEUR 2.197) für Hi-ReSI LON ist den jeweiligen CGUs zugeordnet.

Für unquedigital in Deutschland wurde ein risikoloser Zinssatz von 2,86 Prozent (Vorjahr: 2,21%), ein unveränderter Risikozuschlag von 5,8 Prozent und ein Branchen-Beta von 0,51 (Vorjahr: 0,59) unterstellt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 5,8 Prozent (Vorjahr: 5,6%) nach Steuern bzw. von 8,3 Prozent (Vorjahr: 8,0%) vor Steuern ergab. Hierbei fand ein unveränderter durchschnittlicher Steuersatz von 30 Prozent Berücksichtigung. Der Geschäftsplan sieht ein Umsatzwachstum von 20 Prozent p. a. (Vorjahr: 24%) für das Jahr 2014 und 10 Prozent p. a. Umsatzwachstum (Vorjahr: 10%) für die Jahre 2015 bis 2018 vor. Im Terminal Value werden 0 Prozent berücksichtigt.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2014 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von 9 Prozent in Deutschland aus. Auf Basis der zugrunde liegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für unquedigital, der ein unveränderter Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 8.841 zugeordnet ist.

Sollten sich die wesentlichen Annahmen zu Zinssatz, Wachstumsraten und Margenentwicklung verändern, so ergeben sich andere Nutzungswerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Ein Anstieg des Zinssatzes für 30-jährige Staatsanleihen um 100 Basispunkte würde in Deutschland zu einem gleich hohen Anstieg des WACC vor Steuern und in der Folge zu einem Rückgang der Nutzungswerte um 15 Prozent aufgrund des höheren Diskontierungsfaktors führen.

Vergleichbar wären die Auswirkungen bei den Nutzungswerten in Großbritannien. Dies führte jedoch nicht zu einem Impairment einer CGU.

Sollten sich die Wachstumsraten bei den Online Marketing Gesellschaften unquedigital und Unique Digital UK ab 2014 von 10 Prozent p. a. auf 5 Prozent p. a. verringern, bestünde weiterhin kein Abwertungsbedarf. Sollten sich die Wachstumsraten bei Hi-ReSI LON ab 2014 von 5 Prozent p. a. auf 3 Prozent p. a. verringern, bestünde ebenfalls kein Abwertungsbedarf (Vorjahr: TEUR 955).

3.2 Geschäfts- oder Firmenwert, Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Die Entwicklung des Anlagevermögens im Geschäftsjahr ist wie folgt:

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwert	Immaterielle Vermögenswerte	Mieter-einbauten	Betriebs- und Geschäftsausstattung	Summe
Anschaffungskosten 1. Januar 2013	19.701	911	1.411	5.876	27.899
Zugänge	14	41	301	555	911
Abgänge	-2	-13	-135	-1.038	-1.188
Währungskursänderungen	-176	-8	-2	-22	-208
Anschaffungskosten 31. Dezember 2013	19.537	931	1.575	5.371	27.414
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2013	0	498	680	4.228	5.406
Zugänge	0	49	132	573	754
Abgänge	0	-13	-65	-846	-924
Währungskursänderungen	0	0	-3	-13	-16
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2013	0	534	744	3.942	5.220
Buchwert 31. Dezember 2013	19.537	397	831	1.429	22.194

Das Anlagevermögen hat sich im Vorjahr wie folgt entwickelt:

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwert	Immaterielle Vermögens- werte	Mieter- einbauten	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Summe
Anschaffungskosten 1. Januar 2012	19.495	926	1.258	5.358	27.037
Zugänge	8	91	151	668	918
Abgänge	-66	-120	0	-174	-360
Währungskursänderungen	264	14	2	24	304
Anschaffungskosten 31. Dezember 2012	19.701	911	1.411	5.876	27.899
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2012	0	563	567	3.847	4.977
Zugänge	0	52	112	540	704
Abgänge	0	-120	0	-171	-291
Währungskursänderungen	0	3	1	12	16
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2012	0	498	680	4.228	5.406
Buchwert 31. Dezember 2012	19.701	413	731	1.648	22.493

Die immateriellen Vermögenswerte enthalten, unter Berücksichtigung von Fremdwährungseffekten, Markenwerte in Höhe von TEUR 309 (Vorjahr: TEUR 314), die im Rahmen der Erstkonsolidierung der Hi-ReS! LON und der Unique Digital UK entstanden und in voller Höhe dem Segment Großbritannien zuzuordnen sind. Die Markenwerte unterliegen jeweils einer unbegrenzten Nutzungsdauer, da ein Ende der wirtschaftlichen Nutzung dieser Marken nicht abzusehen ist. Die Betriebs- und Geschäftsausstattungen beinhalten im Wesentlichen Hardware und Büroeinrichtung. Im Geschäftsjahr lagen keine Anhaltspunkte für außerplanmäßige Abschreibungen vor.

3.3 At Equity bewertete Finanzinvestitionen

Am 3. August 2011 hat die SYZGY AG 26 Prozent der Anteile am polnischen Design-Studio Ars Thanea s.k.a., Warschau, erworben. Ars Thanea wird als Gemeinschaftsunternehmen „at equity“ in den Konzernabschluss einbezogen, da die notwendigen Beherrschungsmerkmale für eine Vollkonsolidierung nicht vorliegen.

Der Kaufpreis von PLN 2.400.000 wurde 2011 in bar abgegolten und entsprach in Euro umgerechnet TEUR 531. Zum Bilanzstichtag zeigt Ars Thanea langfristige Vermögenswerte in Höhe von TEUR 2.274 (Vorjahr: TEUR 2.292) und kurzfristige Vermögenswerte in Höhe von TEUR 683 (Vorjahr: TEUR 468). Somit ergibt sich eine Bilanzsumme von TEUR 2.957 (Vorjahr: TEUR 2.760). Kurzfristige Schulden bestehen in Höhe von TEUR 46 (Vorjahr: TEUR 11), langfristige in Höhe von TEUR 451 (Vorjahr: TEUR 0). In 2013 erzielte Ars Thanea Umsatzerlöse in Höhe

von TEUR 1.877 (Vorjahr: TEUR 1.692) sowie ein Ergebnis nach Steuern von TEUR 241 (Vorjahr: TEUR 63). Der SYZYGY AG stehen 26 Prozent der erwirtschafteten Erträge in Höhe von TEUR 63 (Vorjahr: TEUR 16) zu, die bei der SYZYGY erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst worden sind und sich beteiligungserhöhend auswirken. Zudem hat sich der Beteiligungswert zum Stichtag aufgrund einer für die SYZYGY AG negativen Wechselkursentwicklung um TEUR 11 gemindert (Vorjahr: TEUR 48 Erhöhung). Diese Wertänderung wird ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis der Gesamtergebnisrechnung gezeigt. Die Beteiligung an Ars Thanea wird zum Stichtag mit TEUR 641 (Vorjahr: TEUR 668) ausgewiesen.

3.4 Sonstige langfristige Vermögenswerte

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte sind in Höhe von TEUR 583 (Vorjahr: TEUR 525) bilanziert. Sie betreffen unter anderem Mietkautionen in Höhe von TEUR 577 (Vorjahr: TEUR 522), die fast vollständig auf SYZYGY UK entfallen.

3.5 Aktive latente Steuern

Im Geschäftsjahr kommt es zu einem Ausweis aktiver latenter Steuern in Höhe von TEUR 1.845 (Vorjahr: TEUR 2.046). Davon entfallen TEUR 2.419 auf Verlustvorträge bei der SYZYGY AG (Vorjahr: TEUR 2.540). Ferner ergeben sich passive Steuerlatenzen aus Bewertungsunterschieden bei den Wertpapieren in Höhe von TEUR 610 (Vorjahr: TEUR 556), die verrechnet wurden. Steuerlich nicht abzugsfähige Rückstellungen im Bereich Investor Relations bei der SYZYGY AG führen zu aktiven latenten Steuern von TEUR 15 (Vorjahr: TEUR 31).

Bei der SYZYGY Deutschland GmbH wurden aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 21 (Vorjahr: TEUR 31) aus Bewertungsunterschieden im Anlagevermögen bei der SYZYGY Deutschland gebildet. Die Zusammensetzung der aktiven latenten Steuern ist unter Abschnitt 5.7 „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ dargestellt.

3.6 Finanzielle Vermögenswerte und Finanzinstrumente

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

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Liquide Mittel	6.728	6.103

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

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

Wie im Vorjahr gehören zum Bilanzstichtag alle Wertpapiere der Kategorie „available-for-sale“ an und werden daher mit ihrem Marktwert bilanziert. Wie in der folgenden Tabelle dargestellt, lag der Marktwert der gesamten Wertpapiere zum 31. Dezember 2013 insgesamt um TEUR 1.820 über den Anschaffungskosten (Vorjahr: TEUR 1.722). Es entfielen TEUR 1.971 (Vorjahr: TEUR 1.716) auf unrealisierte Kursgewinne und TEUR 151 (Vorjahr: TEUR 80) auf unrealisierte Kursverluste. Wertpapierkäufe und -verkäufe werden jeweils mit Valuta erfasst. Aus dem Other Comprehensive Income vom 31. Dezember 2012 wurden in 2013 TEUR 650 Bewertungsgewinne sowie TEUR 2 Bewertungsverluste realisiert, im Vorjahr wurden TEUR 703 Bewertungsverluste realisiert.

Die Ermittlung der Marktwerte erfolgt anhand von notierten Marktpreisen. Die unrealisierten Kursverluste sind unter dem Posten „Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren“ in der Gesamtergebnisrechnung erfasst. Die nicht nur vorübergehenden Wertminderungen sind erfolgswirksam erfasst.

31.12.2013

in TEUR	Anschaffungskosten	Unrealisierte Gewinne	Unrealisierte Verluste	Wert-aufholung	Effektiv-zins	Buchwert / Marktwert
Wertpapiere (Available-for-sale)	16.258	1.971	-151	0	0	18.078

31.12.2012

in TEUR	Anschaffungskosten	Unrealisierte Gewinne	Unrealisierte Verluste	Wert-aufholung	Effektiv-zins	Buchwert / Marktwert
Wertpapiere (Available-for-sale)	18.971	1.716	-80	0	86	20.693

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2013:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Wertpapiere (Available-for-sale)	0	3.807	13.639	632	18.078

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2012:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Wertpapiere (Available-for-sale)	0	8.418	12.275	0	20.693

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 6,9 (Vorjahr: 6,4) auf, so dass eine Veränderung der Bewertungsparameter um 1 Prozent zu einer Veränderung des Wertpapierportfolios führt. Erhöhen sich also die Credit Spreads um 100 Basispunkte bei gleichbleibendem Zinsniveau, reduziert sich der Wert des Wertpapierportfolios um rund 6,9 Prozent.

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

Wertpapiere mit unbefristeter Laufzeit betreffen Aktien im Bestand in Höhe von TEUR 632. Diese wurden 2013 erworben. Im Jahr 2012 hat SYZYGY keine Aktien fremder Emittenten gehalten, erworben oder veräußert.

3.7 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Forderungen	12.037	9.664
Forderungen aus analoger PoC-Anwendung	907	176
	12.944	9.840

Für noch nicht berechnete Leistungen werden TEUR 907 (Vorjahr: TEUR 176) Forderungen und Umsatzerlöse unter analoger Anwendung der PoC-Methode ausgewiesen. Für die im Rahmen der PoC-Methode realisierten Projekte sind Kosten in Höhe von TEUR 854 (Vorjahr: TEUR 164) angefallen. Hieraus ergibt sich eine Marge von TEUR 53 (Vorjahr: TEUR 12).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen fallen in die Bewertungskategorie Loans and Receivables nach IAS 39. Die Altersstruktur der Forderungen ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

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

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen (nach Wertberichtigungen) in TEUR	0-90 Tage	91-180 Tage	181-360 Tage	mehr als 360 Tage
zum 31.12.2013	12.307	590	46	1
zum 31.12.2012	9.335	394	111	0

Für erkennbare Ausfallrisiken werden angemessene Einzelwertberichtigungen gebildet, uneinbringliche Forderungen werden abgeschrieben. Weder im Segment Deutschland (Vorjahr: TEUR 11) noch im Segment Großbritannien (Vorjahr: TEUR 14) wurde eine Einzelwertberichtigung gebildet.

3.8 Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte setzen sich zum 31. Dezember 2013 und 2012 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Steuererstattungsansprüche	1.484	615
Rechnungsabgrenzungen	588	635
Zinsforderungen	520	593
Übrige	532	79
	3.124	1.922

Alle sonstigen Vermögenswerte werden innerhalb von 12 Monaten fällig. Die Zinsforderungen, die in die Bewertungskategorie Loans and 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 31.12.2013	191	240	89
zum 31.12.2012	121	336	136

Die Rechnungsabgrenzungen beinhalten Vorauszahlungen für Mieten, Internetverbindungen und Versicherungen.

3.9 Eigenkapital

3.9.1 Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der Gesellschaft zum 31. Dezember 2013 beläuft sich, wie im Vorjahr, auf EUR 12.828.450 und ist eingeteilt in 12.828.450 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00. Am 31.12.2013 befanden sich 125.000 Stückaktien im eigenen Bestand.

Zum Stichtag wurden die Anteile wie folgt gehalten:

in Tsd.	Aktien	in Prozent
WPP Group (UK) Ltd. (direkt und indirekt)	3.849	30,0
Marco Seiler	538	4,2
Andrew Stevens	325	2,5
Streubesitz	7.991	62,3
Eigene Aktien	125	1,0
	12.828	100,0

3.9.2 Genehmigtes und bedingtes Kapital

Im Rahmen der Hauptversammlung am 27. Mai 2011 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 27. Mai 2016 auszugeben. Das genehmigte Kapital beträgt EUR 6.000.000,00, eingeteilt in 6.000.000 nennwertlose Stückaktien.

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 innerhalb von fünf Jahren ausgegeben werden können. Im Geschäftsjahr 2013 wurden keine Optionen ausgegeben, im Vorjahr insgesamt 300.000 Optionen. Einzelheiten zum Aktienoptionsprogramm sind in Abschnitt 3.10 ausgeführt.

3.9.3 Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage enthält das Aufgeld gegenüber dem Nominalbetrag aus der Ausgabe von Aktien durch die SYZYGY AG.

In 2013 gab es, wie im Vorjahr, keine Effekte, die die Kapitalrücklage geändert haben.

3.9.4 Eigene Aktien

Der Vorstand und der Aufsichtsrat der SYZYGY AG haben am 31. Juli 2013 den zusätzlichen Rückkauf von bis zu 100.000 eigenen Aktien (entspricht 0,78 Prozent des Grundkapitals) über die Börse beschlossen. Das Rückkaufprogramm war bis zum 31. Oktober 2013 befristet.

Der Beschluss folgt der Ermächtigung der Hauptversammlung vom 28. Mai 2010 zum Rückkauf eigener Aktien im Umfang von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals. Der Gesellschaft stehen aus eigenen Aktien keine Dividenden- oder Stimmrechte zu. SYZYGY ist berechtigt, die eigenen Aktien wieder zu veräußern, einzuziehen, sie Mitarbeitern des Unternehmens als Kompensation oder Dritten im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen anzubieten.

Der Kaufpreis je Aktie darf den Börsenpreis um nicht mehr als 10 Prozent unter- oder überschreiten. Als maßgeblicher Börsenpreis gilt der Mittelwert der Schlusskurse für die Aktie im Xetra-Handelssystem während der letzten fünf Börsentage vor dem Tag der Veröffentlichung der Erwerbsabsicht (4,338 EUR).

In 2013 wurden folgende Aktienrückkäufe getätigt:

Datum*	Stückzahl	Kaufpreis (EUR)	Gesamtwert (EUR)
Stand: 1.1.2013	25.000		116.430,67
29.8.2013	12.270	4,3000	52.761,00
4.9.2013	1.600	4,3000	6.880,00
9.9.2013	6.759	4,3390	29.325,95
23.9.2013	6.328	4,3990	27.834,97
25.9.2013	9.532	4,4000	41.936,99
1.10.2013	30.000	4,3651	130.953,00
21.10.2013	6.061	4,4000	26.668,40
29.10.2013	3.939	4,3942	17.308,75
31.10.2013	22.000	4,4000	96.800,00
1.11.2013	1.511	4,4000	6.648,40
Stand: 31.12.2013	125.000		553.548,13

* Valuta-Datum; Kaufdatum in der Regel 1-2 Tage früher.

Zum 31. Dezember 2013 befanden sich somit 125.000 eigene Aktien im Bestand des Unternehmens.

3.9.5 Übriges Konzernergebnis

Die im übrigen Konzernergebnis zusammengefassten erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen nach Steuern belaufen sich im Geschäftsjahr 2013 auf TEUR -90 (Vorjahr: TEUR 2.635) und sind im Wesentlichen auf nicht realisierte Gewinne bzw. Verluste aus Wertpapieren nach Steuern (TEUR 128; Vorjahr: TEUR 2.202) sowie Kursverluste aus Währungsumrechnungen (TEUR 218; Vorjahr: Gewinne in Höhe von TEUR 433) zurückzuführen. Alle Veränderungen sind recyclingfähig und somit nur vorübergehend im übrigen Konzernergebnis erfasst. Sie können möglicherweise zu einem späteren Zeitpunkt in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden.

3.9.6 Bilanzgewinn

Grundlage für Dividendenausschüttungen ist das im deutschen handelsrechtlichen Einzelabschluss ausgewiesene und ausschüttungsfähige Eigenkapital der SYZGY AG. Die Hauptversammlung beschloss am 14. Juni 2013 eine Dividende in Höhe von EUR 0,25 je Aktie (Vorjahr: EUR 0,20), die ab dem 17. Juni 2013 ausgeschüttet wurde. Nach Einstellungen in Höhe von TEUR 438 in die Rücklage für eigene Anteile, wurde der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 11.398 (Vorjahr: TEUR 6.517) auf neue Rechnung vorgetragen. Er führte somit zu einem entsprechenden Ausweis im Einzelabschluss der SYZGY AG.

Zum 31. Dezember 2013 wies der Einzelabschluss der Gesellschaft einen Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 14.192 (Vorjahr: TEUR 15.037) aus.

Im Konzernabschluss wird zum 31. Dezember 2013 ein Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 16.789 (Vorjahr: TEUR 16.651) ausgewiesen.

3.10 Aktienbasierte Mitarbeiterbeteiligungsprogramme

Der Vorstand wurde von der Hauptversammlung am 29. Mai 2009 im Zusammenhang mit dem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm zu einer bedingten Kapitalerhöhung ermächtigt. Im Geschäftsjahr 2012 wurde mit Wirkung zum 27. Juni 2012 der „Aktienoptionsplan 2012“ beschlossen, der insgesamt die Ausgabe von bis zu 1.200.000 Optionen vorsieht. Davon können an die Mitglieder des Vorstands 420.000 Optionen, an Geschäftsführer verbundener Unternehmen 420.000 Optionen und an Mitarbeiter 360.000 Optionen ausgegeben werden.

Am 27. Juni 2012 wurden insgesamt 300.000 Optionen zum Ausübungspreis von EUR 3,11 ausgegeben. Davon können 40 Prozent der Optionen nach zwei Jahren sowie weitere 60 Prozent der Optionen nach drei Jahren ausgeübt werden, sofern der Aktienkurs wenigstens 20 Prozent gegenüber dem Ausübungspreis angestiegen ist. Die Optionen verfallen nach fünf Jahren. Die Gesellschaft kann statt der Ausgabe von Aktien die Differenz zwischen Ausübungspreis und dem Aktienkurs im Ausübungszeitpunkt in bar vergüten. Entsprechend sind die Verpflichtungen zeitanteilig als Rückstellung erfasst.

Die Parameter zur Bewertung der ausgegebenen Optionen auf Basis des Binomialmodells sind wie folgt:

	31.12.2013	31.12.2012
Erwartete Optionslaufzeit	0,5 bis 1,5 Jahre	1,5 bis 2,5 Jahre
Risikofreier Zinssatz	0,3355%	0,30%
Erwartete Dividendenrendite	5,5%	5%
Erwartete Volatilität	27%	30%
Ausübungskurs	EUR 3,11	EUR 3,11
Kurs zum Bilanzstichtag	EUR 5,11	EUR 3,63

Bei der Bewertung wurde von der frühestmöglichen Ausübung der Optionen ausgegangen. Die Volatilität ergibt sich auf Basis der Schlusskurse der SYZGY Aktie in den letzten zwei Jahren.

Veränderung der ausgegebenen Optionen:

in EUR	Anzahl (in Stück)	Aus- übungs- preis	beizu- legender Zeitwert
Stand: 31.12.2012	300.000	3,11	1,113
Neuzuteilung	0		
Ausübung	0		
Verfall	0		
Stand: 31.12.2013	300.000	3,11	2,0064

Von den 300.000 Optionen können 120.000 Optionen ab dem 27. Juni 2014, und weitere 180.000 Optionen ab dem 27. Juni 2015 ausgeübt werden. In 2013 wurden zusätzliche Rückstellungen in Höhe von TEUR 294 erfolgswirksam erfasst, so dass sich die Rückstellungen für die Optionsausübung auf TEUR 361 (Vorjahr: TEUR 67) erhöht haben.

Im Geschäftsjahr 2013 wurden Optionen weder ausgegeben noch ausgeübt. Es gab auch keine Optionen, die verwirkt oder erloschen sind.

3.11 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Rückstellungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Rückstellungen setzen sich zum 31. Dezember 2013 und 2012 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8.118	7.769
Sonstige Rückstellungen:		
– Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	2.860	1.711
– Personalbezogene Rückstellungen	1.211	943
– Investor Relations und Jahresabschluss	169	231
	12.358	10.654

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

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2013

in TEUR	Buchwert 1.1.2013	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Buchwert 31.12.2013
Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.711	-1.639	-32	2.820	2.860
Personalbezogene Rückstellungen	943	-718	0	986	1.211
Investor Relations und Jahresabschluss	231	-231	0	169	169
	2.885	-2.588	-32	3.975	4.240

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2012

in TEUR	Buchwert 1.1.2012	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Buchwert 31.12.2012
Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	1.142	-981	-32	1.582	1.711
Personalbezogene Rückstellungen	737	-718	0	924	943
Investor Relations und Jahresabschluss	291	-291	0	231	231
	2.170	-1.990	-32	2.737	2.885

3.12 Steuerverbindlichkeiten

Die Aufgliederung der Steuerverbindlichkeiten ist in folgender Tabelle dargestellt:

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Deutsche Umsatzsteuer	570	1.014
Englische Umsatzsteuer	410	116
Englische Ertragsteuer	343	92
Polnische Ertragsteuer	21	0
	1.344	1.222

3.13 Sonstige Verbindlichkeiten

Im Folgenden sind die Bestandteile der sonstigen Verbindlichkeiten aufgeführt:

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Sozialversicherung, Lohn- und Kirchensteuer	399	369
Verpflichtung Option	132	134
Sonstige	116	180
	647	683

Bei Hi-ReSI London Ltd besteht eine gegenseitige Option hinsichtlich des Erwerbs der ausstehenden 20 Prozent der Anteile, die spätestens in 2015 fällig wird. Aufgrund der langen Fristigkeit wird die gegenseitige Option als langfristige Verbindlichkeit ausgewiesen.

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen Verbindlichkeiten und der langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2013:

<i>in TEUR</i>	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Sonstige Verbindlichkeiten	515	132	0	0	647

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen Verbindlichkeiten und der langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2012:

<i>in TEUR</i>	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Sonstige Verbindlichkeiten	549	134	0	0	683

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

4. Segmentberichterstattung

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

Die SYZYGY AG als Holdinggesellschaft erbringt hauptsächlich Serviceleistungen an die operativen Einheiten und ist deshalb von diesen getrennt zu betrachten. Umsätze, die die SYZYGY AG mit Dritten tätigt, sind ebenso wie das anteilige operative Ergebnis im Segment Deutschland erfasst. Das Segment Großbritannien umfasst SYZYGY UK, Unique Digital UK, Hi-ReSI LON, Mediopoly sowie Hi-ReSI NY. Das Segment Deutschland setzt sich aus Hi-ReSI BER, Hi-ReSI HH, SYZYGY Deutschland und unique-digital zusammen. Hi-ReSI NY erfüllt nicht die Größenkriterien, um als geographisch eigenständiges Segment berichtet zu werden. Dem Management Approach folgend, wird es daher entsprechend der tatsächlichen operativen Leitung im Konzern und wegen der sehr hohen Ähnlichkeit von Dienstleistungen und Kunden dem Segment Großbritannien zugeordnet.

Beide Segmente bieten 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.

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 EBIT. Die Zuordnung der Umsatzerlöse gegenüber Dritten erfolgt nach dem Sitz der verkaufenden Unternehmenseinheit. Die in der Segmentberichterstattung ausgewiesenen Umsatzerlöse setzen sich aus Umsatzerlösen gegenüber externen Kunden und intersegmentären Umsätzen zusammen. Die Transaktionen innerhalb der Segmente, die grundsätzlich zu Marktpreisen verrechnet werden, wurden eliminiert.

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

Die Segmentinvestitionen umfassen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

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

31.12.2013 in TEUR	Deutschland	Groß- britannien	Zentral- funktionen und Konsolidierung	Summe
Billings	59.852	31.522	-771	90.603
Mediakosten	-36.325	-19.248	0	-55.573
Umsatzerlöse	23.527	12.274	-771	35.030
davon Innenumsätze	3.441	233	-3.674	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.054	1.433	-2.464	2.023
Finanzergebnis	69	-5	2.060	2.124
Vermögenswerte	21.818	23.296	21.023	66.137
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.696	0	19.537
Investitionen	829	71	11	911
Abschreibungen	579	161	14	754
Segmentschulden	13.123	7.475	-3.138	17.460
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	193	112	21	326

31.12.2012 in TEUR	Deutschland	Groß- britannien	Zentral- funktionen und Konsolidierung	Summe
Billings	53.116	25.227	-745	77.598
Mediakosten	-32.310	-14.173	0	-46.483
Umsatzerlöse	20.806	11.054	-745	31.115
davon Innenumsätze	2.670	35	-2.705	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	2.980	1.019	-1.878	2.121
Finanzergebnis	61	7	1.215	1.283
Vermögenswerte	21.938	19.986	22.366	64.290
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.860	0	19.701
Investitionen	799	98	21	918
Abschreibungen	501	190	13	704
Segmentschulden	13.082	8.812	-6.649	15.245
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	177	104	21	302

SYZGY hat im Segment Deutschland mit einem Kunden mehr als 10 Prozent (EUR 3,5 Mio.) der konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns erzielt (Vorjahr: EUR 3,6 Mio.).

In 2013 wurde, im Gegensatz zum Vorjahr, auch im Segment Großbritannien mit einem Kunden mehr als 10 Prozent der konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns erzielt (EUR 3,8 Mio.).

5. Angaben zur Gesamtergebnisrechnung

5.1 Umsatzerlöse

In den Umsatzerlösen sind Umsätze aus den Produktbereichen Online Marketing und Design & Build enthalten. Die Umsatzerlöse ergeben sich aus den Billings abzüglich der Mediakosten, die bei den Online Marketing-Gesellschaften als durchlaufende Posten anfallen. Billings enthalten alle Abrechnungen an Dritte, d. h. sowohl eigene (im Produktbereich Design & Build) als auch solche auf eigenen Namen und für fremde Rechnung (Online Marketing). In 2013 erzielte die SYZGY Gruppe Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 28.925 im Bereich Design & Build (Vorjahr: TEUR 22.313) und Billings in Höhe von TEUR 65.208 (Vorjahr: TEUR 55.757) im Bereich Online Marketing. Der Bereich Online Marketing enthält Mediakosten in Höhe von TEUR 55.573 (Vorjahr: TEUR 46.483), so dass dort Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 9.635 (Vorjahr: TEUR 9.274) erzielt wurden. Zwischen den Produktbereichen gab es Innenumsätze in Höhe von TEUR 215 (Vorjahr: TEUR 472).

5.2 Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

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

in TEUR	2013	2012
Erträge aus der KFZ-Nutzung von Arbeitnehmern	91	99
EU-Subventionen im Rahmen von Kundenprojekten	81	0
Erstattung Krankenkassen	45	0
Auflösung von Rückstellungen	32	34
Untervermietung	16	17
Nebenkostenerstattung	13	103
Währungskurseffekte	6	26
Sonstige	41	98
	325	377

5.3 Materialaufwand

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

in TEUR	2013	2012
Aufwendungen für bezogene Leistungen	5.205	3.470

5.4 Personalaufwand

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

in TEUR	2013	2012
Löhne und Gehälter	17.804	16.754
Sozialabgaben	2.555	2.332
	20.359	19.086

Im Jahr 2013 betrug die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten der SYZGY Gruppe 324 Mitarbeiter (Vorjahr: 292 Mitarbeiter).

Zum Geschäftsjahresende 2013 hat sich die Gesamtzahl der SYZGY Mitarbeiter auf insgesamt 326 (Vorjahr: 302) erhöht. Die Mitarbeiter verteilen sich auf folgende Funktionsbereiche im Unternehmen:

Anzahl in Personen	2013	2012
Strategie/Beratung/Projektmanagement	86	76
Online Marketing/Online Media	91	82
Technologie	56	57
Kreation	47	42
Administration	46	45
	326	302

5.5 Abschreibungen

Die Abschreibungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2013	2012
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	49	52
Abschreibungen auf Sachanlagen	705	652
	754	704

5.6 Finanzergebnis

in TEUR	2013	2012
Zinsen und ähnliche Erträge	1.141	1.566
Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren, saldiert	980	-295
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	-96	-4
Erträge aus At-Equity-Beteiligungen	99	16
	2.124	1.283

Die Zinsen und ähnlichen Erträge enthalten eingegangene Zinszahlungen in Höhe von TEUR 1.096 (Vorjahr: TEUR 1.396).

Das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren enthält Gewinne in Höhe von TEUR 1.024 (Vorjahr: TEUR 286) sowie Verluste in Höhe von TEUR 44 (Vorjahr: TEUR 581). Die Zinsaufwendungen und ähnlichen Aufwendungen enthalten Zinsaufwendungen in Höhe von TEUR 2 (Vorjahr: TEUR 4).

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.

Die Erträge aus den At-Equity-Beteiligungen entfallen vollständig auf das der SYZYG AG zustehende Ergebnis nach Steuern von Ars Thanea für das gesamte Geschäftsjahr 2013 sowie auf den Ertrag einer Dividende, welche in 2013

für die Jahre 2011 und 2012 ausgeschüttet worden ist und die abgegrenzten Erträge der Vorjahre überstieg.

5.7 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

in TEUR	2013	2012
Inländische laufende Steuern	189	-3.504
Ausländische laufende Steuern	453	278
Latente Steuern	144	-2.392
	786	-5.618

In Deutschland gilt 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 hat sich für den Organkreis der SYZYG AG gegenüber dem Vorjahr nicht verändert. Die Gewerbesteuererlegung zwischen den Standorten Bad Homburg, Frankfurt und Hamburg ist weiterhin gleichgewichtet bei unveränderten Gewerbesteuerhebesätzen. Der anzuwendende Steuersatz für die Konzernmutter beträgt daher wie im Vorjahr 31,0 Prozent.

In Großbritannien ergibt sich seit dem 1. April 2013 ein allgemeiner Steuersatz von 23 Prozent (Vorjahr: 24%). Ab dem 1. April 2014 wird ein einheitlicher Steuersatz von 21 Prozent gelten.

In den Vereinigten Staaten gilt eine allgemeine Federal Tax von 34 Prozent. Durch zusätzliche kommunale Steuern im Bundesstaat New York ergibt sich wie im Vorjahr ein effektiver Steuersatz von 45 Prozent für das Jahr 2013.

Im Geschäftsjahr 2013 zahlte SYZYG Ertragsteuern in Höhe von netto TEUR 1.239, wohingegen im Vorjahr TEUR 5.315 Ertragsteuern netto erstattet wurden.

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

in TEUR	2013	2012
Aktive latente Steuern		
Verlustvorträge der SYZYGY AG	2.419	2.540
Anlagevermögen	21	31
Rückstellungen	15	31
Wertpapiere Umlaufvermögen	-610	-556
	1.845	2.046
in TEUR	2013	2012
Passive latente Steuern		
Effekte aus Erstkonsolidierung Hi-ReSI LON	47	47
Effekte aus Erstkonsolidierung Unique Digital UK	38	38
Anlagevermögen	3	4
	88	89

Bei der SYZYGY AG als Organträger sind die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge, unterschiedliche Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen IFRS und Steuerbilanz sowie die unterschiedliche Bewertung von Rückstellungen für Investor Relations erfasst; diese wurden verrechnet mit passiven latenten Steuern aus Bewertungsunterschieden der Wertpapiere.

Die SYZYGY AG hat steuerlich nutzbare Verlustvorträge in Höhe von TEUR 6.953 bei der Körperschaftsteuer und TEUR 8.686 bei der Gewerbesteuer, die in den nächsten fünf Jahren verbraucht werden.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich aus der Erstkonsolidierung der Hi-ReSI LON und Unique Digital UK sowie durch unterschiedliche Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen IFRS und Steuerbilanz bei SYZYGY UK.

Steuerüberleitung:

in TEUR	2013	2012
Ergebnis vor Ertragsteuern	4.147	3.404
Nicht abzugsf. Aufwendungen	24	90
Steuerpflichtiges Ergebnis	4.171	3.494
Erwarteter Steueraufwand	1.293	1.083
Unterschiede aus Steuersätzen	-119	-62
Steuererstattungen für Vorjahre	-14	-3.619
Nutzung steuerl. Verlustvorträge und Veränderung Wertberichtigung akt. latenter Steuern	-374	-3.009
Sonstige	0	-11
Steuerbelastung	786	-5.618

Die Unterschiede aus Steuersätzen ergeben sich aus einem durchschnittlichen Steuersatz von 31,0 Prozent in Deutschland gegenüber 23 Prozent in Großbritannien. Die latenten Steuern wurden mit den zukünftigen Steuersätzen gerechnet.

Zum 31. Dezember 2013 bestehen im Konzernkreis noch nicht genutzte, unbegrenzt nutzbare steuerliche Verlustvorträge bei Hi-ReSI Berlin und Hi-ReSI New York, für die keine latenten Steueransprüche angesetzt worden sind. Bei Hi-ReSI Berlin betragen die Verlustvorträge sowohl für die Körperschaftsteuer als auch Gewerbesteuer TEUR 618 (Vorjahr: TEUR 679) und bei Hi-ReSI New York TEUR 486 (Vorjahr: TEUR 216).

Im Geschäftsjahr 2013 entfallen passive latente Steuern in Höhe von TEUR 564 (Vorjahr: TEUR 507) auf Posten, die direkt mit dem Eigenkapital verrechnet worden sind. Die Beträge resultieren im Wesentlichen aus der erfolgsneutralen Berücksichtigung von Kursgewinnen und -verlusten auf die Wertpapiere des Umlaufvermögens.

5.8 Angaben zur Währungsumrechnung

Gemäß IAS 21.52 in Verbindung mit IAS 39.9 wurden Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR -218 (Vorjahr: TEUR 433) 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:

	2013	2012
Durchsch. Aktienanzahl (in Tsd.) unverwässert	12.778	12.803
Durchsch. Aktienanzahl (in Tsd.) verwässert	12.896	12.825
Konzernergebnis in TEUR	3.339	9.294
Anzahl ausgegebener Optionen (in Tsd.)	300	300
Ergebnis je Aktie – unverwässert (in EUR)	0,26	0,73
Ergebnis je Aktie – verwässert (in EUR)	0,26	0,72

6.2 Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung wird gemäß IAS 7 nach der indirekten Methode erstellt. Der operative Cashflow des Geschäftsjahres 2013 beträgt EUR 1,3 Mio. gegenüber EUR 7,7 Mio. im Vorjahr. Der Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich die liquiden Mittel. Weitere Erläuterungen zum Cashflow sind im Konzernlagebericht aufgeführt.

Während des aktuellen Geschäftsjahres hat der Konzern die folgenden nicht zahlungswirksamen Investitions- und Finanzierungstätigkeiten durchgeführt, die entsprechend ihren Niederschlag in der Kapitalflussrechnung finden:

- ✓ Der Konzern verfügt über eine gegenläufige Put-/Call-Option, deren Bewertungsänderung zu einem Abgang beim Goodwill in Höhe von TEUR 2 führte.
- ✓ Außerdem führte der Ergebnisanteil von Minderheitsgesellschaftern an Hi-ReSI LON in Höhe von TEUR 14 zu einem Zugang beim Goodwill.

✓ Die Ausgabe von Optionen aus dem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm führte zu einem Aufwand von TEUR 295 (Vorjahr: TEUR 67), welcher aufgrund der Ausübungsbedingungen noch nicht zahlungswirksam geworden sind.

✓ Das auf die SYZYGY AG anteilig entfallende Ergebnis an der At-Equity bewerteten Finanzinvestition Ars Thanea in Höhe von TEUR 63 (Vorjahr: TEUR 16) gelangte in 2013 noch nicht zur Ausschüttung und erhöhte den Beteiligungsbuchwert entsprechend. Im Gegenzug verringerte sich der Beteiligungsbuchwert um TEUR 78, aufgrund von abgegrenzten Erträgen der Vorjahre, die in 2013 zur Ausschüttung gelangten.

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 ein Drittel der Umsatzerlöse außerhalb Deutschlands. Aufgrund von Währungsschwankungen des Britischen Pfunds und des US-Dollars 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 ausländischen 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 die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag als repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

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

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

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

6.3.2 Zinsrisiken

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

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

Zum Bilanzstichtag waren rund EUR 18,1 Mio. (Vorjahr: EUR 20,7 Mio.) in einem Wertpapierportfolio angelegt, das eine Duration von rund 6,9 (Vorjahr: 6,4) Jahren aufweist. Eine Zinsänderung um 100 Basispunkte hinsichtlich der Anlagen hätte dann eine Änderung des Zeitwertes des Portfolios um rund 6,9 Prozent zur Folge. Dies würde zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 1.249 (Vorjahr: TEUR 1.325) führen. Zinserhöhungen wirken sich hierbei negativ und Zinsrückgänge positiv auf die Wertentwicklung des Portfolios aus.

6.3.3 Bonitäts- und Ausfallrisiken, Risiko der Veränderung von Credit Spreads

SYZYGY ist aus dem operativen Geschäft und hinsichtlich der Wertpapieranlagen Bonitäts- und Ausfallrisiken ausgesetzt. Bei den Wertpapieren reduziert SYZYGY Ausfallrisiken, indem bei Neuanlagen grundsätzlich ein Kreditrating von mindestens BBB- (sog. Investment Grade) vorliegen sollte. Alle Anlagen werden bezüglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet, und die Investment-Entscheidung wird überprüft. Grundsätzlich wird von einem Emittenten

maximal eine Position von EUR 2,0 Mio. eingegangen. Bei Neuanlagen mit Rating BBB-betragen die Positionen maximal EUR 1,0 Mio. Alle Wertpapiere unterliegen darüber hinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads, kombiniert mit der Restlaufzeit. Eine Ausweitung der Credit Spreads in einer Risikoklasse führt dann in Abhängigkeit zur Duration eines Wertpapiers zu einem entsprechenden Kursrückgang. Bei einer Duration des Wertpapierportfolios von 6,9 Jahren und einer Ausweitung der durchschnittlichen Credit Spreads um 100 Basispunkte würde der Wert des Portfolios um 6,9 Prozent sinken. Dies würde bei SYZGY zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 1.249 (Vorjahr: TEUR 1.325) führen.

Im operativen Geschäft werden die Ausfallrisiken auf der Ebene der Gesellschaften fortlaufend dezentral überwacht. SYZGY 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

Ebenso wie im Vorjahr setzte SYZGY auch im Geschäftsjahr 2013 keine derivativen Finanzinstrumente zur Risikodiversifizierung und Portfoliostrukturierung ein.

6.3.5 Kapitalmanagement

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

Die Kennzahlen zum Kapitalmanagement setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2013	2012
Eigenkapital laut Bilanz	48.677	49.045
Fremdkapital	17.460	15.245
Gesamtkapital	66.137	64.290
Eigenkapitalquote	74%	76%
Konzernergebnis der Periode	3.361	9.022
Eigenkapitalrendite	7%	18%

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

6.3.6 Liquiditätsrisiko

SYZGY hat ein Liquiditäts-Management implementiert. Damit die finanzielle Flexibilität gewährleistet ist und jederzeit Zahlungsfähigkeit gesichert ist, hält SYZGY eine Liquiditätsreserve in Form von Barmitteln und jederzeit liquidierbaren Wertpapieren vor.

6.4 Haftungsverhältnisse

Angabepflichtige Haftungsverhältnisse der Gesellschaft bestanden zum Bilanzstichtag in Höhe von TEUR 319 (Vorjahr: TEUR 319) aus der Übernahme von Mietbürgschaften für die Mietflächen in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt a. M. und Hamburg. Das Risiko der Inanspruchnahme aus den Bürgschaften hängt von der Fähigkeit der in den Mietflächen ansässigen Gesellschaften ab, ihre Verpflichtungen aus dem Mietverhältnis und ihrem Geschäftsbetrieb bedienen zu können. Darüber hinaus hat SYZGY eine Bürgschaft aus dem operativen Geschäftsverkehr gegenüber einem Kunden einer Tochtergesellschaft in Höhe von TEUR 175 (Vorjahr: TEUR 175) gewährt.

Derzeit gibt es keine Anzeichen dafür, dass die Tochtergesellschaften ihre Verträge nicht erfüllen könnten. SYZGY hat einen unbefristeten Avalkredit in Höhe von TEUR 494 bei einem Kreditinstitut abgeschlossen, für den jährlich eine Provision in Höhe von 0,3 Prozent berechnet wird. Als Sicherheit dient ein Wertpapierdepot von SYZGY, das einen Buchwert in Höhe von 6.027 TEUR hat.

6.5 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

in TEUR	31.12.2013	31.12.2012
Innerhalb eines Jahres	1.745	1.682
1-5 Jahre	3.940	4.172
Mehr als 5 Jahre	649	816
Gesamt	6.334	6.670

Der gesamte Mietaufwand des Jahres 2013 belief sich auf TEUR 2.175 (Vorjahr: TEUR 2.276). Im Jahr 2013 wurden Erträge in Höhe von TEUR 16 aus Untervermietung erzielt (Vorjahr: TEUR 17). Für Leasingverpflichtungen wurden in 2013 TEUR 154 (Vorjahr: TEUR 156) aufgewendet.

6.6 Bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten nach Bewertungsstufen

In der nachfolgenden Tabelle sind die zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten nach Bewertungsstufen gegliedert. Die Bewertungsstufen sind dabei folgendermaßen definiert:

Stufe 1:

Auf aktiven Märkten gehandelte Finanzinstrumente, deren notierte Preise unverändert für die Bewertung übernommen wurden.

Stufe 2:

Die Bewertung erfolgt auf Basis von Bewertungsverfahren, deren verwendete Einflussfaktoren direkt oder indirekt aus beobachtbaren Marktdaten abgeleitet werden.

Stufe 3:

Die Bewertung erfolgt auf Basis von Bewertungsverfahren, deren verwendete Einflussfaktoren nicht ausschließlich auf beobachtbaren Marktdaten beruhen.

31.12.2013	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Goodwill	–	–	19.537	19.537
Wertpapiere	18.078	–	–	18.078
Finanzielle Vermögenswerte gesamt	18.078	–	19.537	37.615
Option Hi-ReSI LON	–	–	132	132
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	–	–	132	132

31.12.2012	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Goodwill	–	–	19.701	19.701
Wertpapiere	20.693	–	–	20.693
Finanzielle Vermögenswerte gesamt	20.693	–	19.701	40.394
Option Hi-ReSI LON	–	–	134	134
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	–	–	134	134

6.7 Aufstellung der Beteiligungen der SYZYGY AG

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

	Anteil	Eigenkapital	Jahresergebnis
	%	TEUR	TEUR
Ars Thanea s.k.a., Warschau, Polen	26	2.457	298
Hi-ReSI Berlin GmbH, Berlin, Deutschland	60	-595	55
Hi-ReSI Hamburg GmbH, Hamburg, Deutschland ¹	100	26	0
Hi-ReSI London Ltd, London, UK	80	242	85
Hi-ReSI New York Inc, New York City, USA	100	-467	-270
Mediopoly Ltd, Jersey, UK ²	100	820	-1
SYZYGY Deutschland GmbH, Bad Homburg, Deutschland ³	100	383	0
SYZYGY UK Ltd, London, UK ²	100	1.675	500
Unique Digital Marketing Ltd, London, UK	100	2.546	698
uniquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland ⁴	100	40	0

1 – Zwischen der Hi-ReSI Hamburg GmbH und der SYZYGY AG besteht ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zu Gunsten der SYZYGY AG.

2 – Mediopoly Ltd hält 100 Prozent der Anteile an SYZYGY UK Ltd, welche in England operativ tätig ist. Daher besteht zur SYZYGY UK eine indirekte Beteiligung.

3 – Zwischen der SYZYGY Deutschland GmbH und der SYZYGY AG besteht ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag zu Gunsten der SYZYGY AG.

4 – Zwischen der uniquedigital GmbH und der SYZYGY AG besteht ein Ergebnisabführungsvertrag zu Gunsten der SYZYGY AG.

6.8 Honorar der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Für die Prüfung des Konzernabschlusses sowie des Einzelabschlusses des Mutterunternehmens erhält die BDO AG insgesamt ein Honorar von TEUR 81 (Vorjahr: TEUR 81). Darüber hinaus sind keine weiteren Aufträge an die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft vergeben worden.

6.9 Angaben zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Zu den nahestehenden Personen zählen die Organe der SYZYGY AG sowie Unternehmen, auf die SYZYGY einen wesentlichen Einfluss ausüben kann. Grundsätzlich werden alle Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen zu marktüblichen Konditionen abgewickelt.

Im Jahr 2013 kaufte SYZYGY Leistungen für Kundenprojekte in Höhe von TEUR 156 (Vorjahr: TEUR 30) von Ars Thanea ein, an der SYZYGY 26 Prozent der Anteile hält. Davon sind zum Stichtag noch TEUR 97 (Vorjahr: 0) als Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung bilanziert.

Zudem wurde Ars Thanea am 25. April 2012 ein bis zum 31. Dezember 2013 befristetes Darlehen über TEUR 50 mit einem Zinssatz von 2,4 Prozent p. a. gewährt und am gleichen Tag ausgezahlt. Ars Thanea war verpflichtet, das Darlehen bis spätestens 4. Januar 2014 zurückzuzahlen. SYZYGY und Ars Thanea beschlossen 2013 eine verlängerte Darlehensgewährung bis zum 15. November 2015 und vereinbarten eine Rückzahlung bis 19. November 2015 inkl. Zinsen.

Darüber hinaus wurde Ars Thanea am 15. November 2013 ein weiteres befristetes Darlehen über TEUR 400 mit einem Zinssatz von 2,2 Prozent p. a. gewährt und am gleichen Tag ausgezahlt. Ars Thanea ist verpflichtet, das Darlehen ebenfalls bis 19. November 2015 inkl. Zinsen zurückzuzahlen.

In den Jahren 2013 und 2012 haben ansonsten mit Ausnahme der Bezüge an Vorstände

und der Vergütung an den Aufsichtsrat keine Transaktionen mit nahestehenden Personen stattgefunden, die nicht in den Konzernabschluss einbezogen wurden.

6.10 Befreiung gem. § 264 Abs. 3 HGB

Die Hi-ReSI Hamburg GmbH, die SYZYGY Deutschland GmbH sowie die unquedigital GmbH machen von der Befreiung gemäß § 264 Abs. 3 HGB Gebrauch.

6.11 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zur Stärkung und Erweiterung des Dienstleistungsangebots sowie zur weiteren Internationalisierung übernahm die SYZYGY AG am 6. Februar 2014 weitere 44 Prozent an Ars Thanea und hält nun 70 Prozent der Anteile. Der Zeitpunkt des Übergangs der Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik erfolgte am 6. Februar 2014. Gem. IFRS 3.62 ergibt sich im Einzelnen durch die Akquisition ein Mittelzufluss von liquiden Mitteln in Höhe von TEUR 44, ein Erwerb von kurzfristigen Forderungen in Höhe von TEUR 577 sowie von langfristigen Vermögenswerten in Höhe von TEUR 2.234. Ferner wurden Verbindlichkeiten in Höhe von TEUR 445 erworben. Bislang wurde ein Kaufpreis von TEUR 987 in bar entrichtet. Im Gegenzug verpflichteten sich die Gesellschafter von Ars Thanea, insgesamt 75.000 eigene Aktien von SYZYGY zu kaufen. Dieser Kauf wurde ebenfalls im Februar 2014 getätigt. Im Rahmen von Earn-out-Klauseln wird sich der Kaufpreis erhöhen, sofern in den Jahren 2016 bis 2018 definierte Gewinnziele erreicht werden. Auf Basis der aktuellen Planungen geht die Gesellschaft von einer Earn-Out-Zahlung von rund TEUR 2.600 in 2019 aus. Daraus würde sich ein Unterschiedsbetrag von rund TEUR 1.750 ergeben, der auf einen Geschäfts- und Firmenwert, einen Auftragsbestand und ein Markenrecht aufzuteilen wäre.

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

6.12 Organe des Mutterunternehmens

6.12.1 Vorstand

Marco Seiler

Vorsitzender

Geschäftsführung SYZYG Deutschland GmbH und Mediopoly Ltd

Andrew Stevens

Vorstand

Geschäftsführung Unique Digital Marketing Ltd und SYZYG UK Ltd

Die Vorstandsmitglieder sind in keinem Aufsichtsrat oder in einem vergleichbaren Gremium Mitglied.

Die Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Jahr 2013 auf TEUR 530 (Vorjahr: TEUR 736). Marco Seiler bezog ein Grundgehalt von TEUR 250 (Vorjahr: TEUR 250) sowie ein variables Gehalt von TEUR 30 (Vorjahr: TEUR 12). Andrew Stevens bezog ein Grundgehalt von TEUR 219 (Vorjahr: TEUR 227; Rückgang währungsbedingt) und einen variablen Anteil von TEUR 31 (Vorjahr: TEUR 11). Sowohl das Grundgehalt als auch der variable Anteil jedes Mitglieds haben sich gegenüber dem Jahr 2012 nicht verändert.

Der zum 31. Dezember 2012 ausgeschiedene Vorstand Frank Wolfram bezog in 2012 ein Grundgehalt von TEUR 225 und einen variablen Anteil von TEUR 11. In 2013 wurden an Frank Wolfram variable Gehälter in Höhe von TEUR 24 für Leistungen in 2012 ausgezahlt, die in voller Höhe im Jahr 2012 zurückgestellt worden waren.

Marco Seiler und Andrew Stevens haben in 2013 keine Optionen, in 2012 jeweils 120.000 Optionen erhalten. Diese können zu 40 Prozent nach zwei Jahren und 60 Prozent nach drei Jahren ausgeübt werden. Für die daraus entstehenden Aufwendungen wurden in 2013 Rückstellungen in Höhe von TEUR 236 (Vorjahr: TEUR 53) gebildet.

6.12.2 Aufsichtsrat

Michael Mädell

Aufsichtsratsvorsitzender

Chairman J. Walter Thompson Asia Pacific, Singapur

Wilfried Beeck

Aufsichtsrat

CEO, ePages Software GmbH, Hamburg

Thomas Strerath

Aufsichtsrat

CEO, Ogilvy & Mather Germany GmbH, Frankfurt

Die Aufsichtsräte erhalten für das Geschäftsjahr 2013 eine Vergütung von jeweils TEUR 20, davon sind jeweils TEUR 15 fix und TEUR 5 variabel. In 2012 erhielten die Aufsichtsräte ein Fixum von TEUR 15.

6.13 Wertpapiergeschäfte der Organe (Directors' Dealings)

Vorstände: Aktien (in Stück)	Marco Seiler	Andrew Stevens	Summe
Stand: 31.12.2012	622.279	375.000	997.279
Käufe	0	0	0
Verkäufe	-84.158	-50.000	-134.158
Stand: 31.12.2013	538.121	325.000	863.121

Aufsichtsräte: Aktien (in Stück)	Michael Mädler	Wilfried Beeck	Thomas Strerath	Summe
Stand: 31.12.2012	0	120.000	0	120.000
Käufe	12.000	0	0	12.000
Verkäufe	0	0	0	0
Stand: 31.12.2013	12.000	120.000	0	132.000

Vorstände: Optionen (in Stück)	Marco Seiler	Andrew Stevens	Summe
Stand: 31.12.2012	120.000	120.000	240.000
Zugänge	0	0	0
Abgänge	0	0	0
Stand: 31.12.2013	120.000	120.000	240.000

Vorstände: Aktien (in Stück)	Marco Seiler	Frank Wolfram	Andrew Stevens	Summe
Stand: 31.12.2011	622.279	5.500	375.000	1.002.779
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand: 31.12.2012	622.279	5.500	375.000	1.002.779

Aufsichtsräte: Aktien (in Stück)	Michael Mädler	Adriaan Rietveld	Wilfried Beeck	Thomas Strerath	Summe
Stand: 31.12.2011	0	10.000	120.000	0	130.000
Käufe	0	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0	0
Stand: 31.12.2012	0	10.000	120.000	0	130.000

Vorstände: Optionen (in Stück)	Marco Seiler	Frank Wolfram	Andrew Stevens	Summe
Stand: 31.12.2011	0	0	0	0
Zugänge	120.000	0	120.000	240.000
Abgänge	0	0	0	0
Stand: 31.12.2012	120.000	0	120.000	240.000

Die Aufsichtsräte halten keine Optionen.

6.14 Angaben gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG

16. Januar 2013: Stimmrechtsmitteilung gem. § 26 Abs. 1 WpHG

Am 11. Januar 2013 wurde der SYZYGY AG Folgendes mitgeteilt:

1. Der Stimmrechtsanteil der WPP plc, St. Helier, Jersey/Vereinigtes Königreich, an der SYZYGY AG hat am 2. Januar 2013 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25% überschritten und beträgt zu diesem Tag 29,9998% (entspricht 3.848.514 Stimmrechte). Der WPP plc werden davon 29,9998% (entspricht 3.848.514 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 2012 Limited (vormals: WPP plc)
- WPP Air 1 Limited
- Lexington International B.V.
- WPP Madrid Square Limited
- WPP 2005 Limited
- WPP LN Limited
- WPP Group (UK) Limited
- Arbour Square B.V.
- WPP Luxembourg Europe SARL
- Vincent Square Holding B.V.
- WPP Luxembourg Germany Holdings 3 Sarl
- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

2. Der Stimmrechtsanteil der NFO (Luxembourg) SARL, Luxemburg, Luxemburg, an der SYZYGY AG hat am 23. November 2012 die Schwellen von 3% und 5% unterschritten und beträgt zu diesem Tag 0% (entspricht 0 Stimmrechte).

3. Der Stimmrechtsanteil der NFO Holding (Luxembourg) S.a.r.l., Luxemburg, Luxemburg, an der SYZYGY AG hat am 2. Januar 2013 die Schwellen von 3% und 5% unterschritten und beträgt zu diesem Tag 0% (entspricht 0 Stimmrechte).

14. Februar 2013: Stimmrechtsmitteilung gem. § 26 Abs. 1 WpHG / Korrektur einer Stimmrechtsmitteilung gem. § 26 Abs. 1 WpHG

Am 11. Februar 2013 erhielt die SYZYGY AG folgende Meldungen betreffend der Stimmrechtsanteile mehrerer zur WPP-Gruppe gehörender Gesellschaften:

1. Veröffentlichung gem. § 26 Abs.1 WpHG

Der Stimmrechtsanteil der WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, Frankfurt am Main, Bundesrepublik Deutschland, an der SYZYGY AG hat am 6. Januar 2011 die Schwellen von 3% und 5% überschritten und beträgt zu diesem Tag 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte). Der WPP Deutschland Verwaltungs GmbH werden davon 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

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

- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

2. Korrektur einer Stimmrechtsmitteilung gem.
§ 26 Abs. 1 WpHG vom 16. Januar 2013

Der Stimmrechtsanteil der WPP plc, St. Helier, Jersey/Vereinigtes Königreich, an der SYZYGY AG hat am 2. Januar 2013 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25% überschritten und beträgt zu diesem Tag 29,9998% (entspricht 3.848.514 Stimmrechte). Der WPP plc werden davon 29,9998% (entspricht 3.848.514 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 2012 Limited (vormals: WPP plc)
- WPP Air 1 Limited
- Lexington International B.V.
- WPP Madrid Square Limited
- WPP 2005 Limited
- WPP LN Limited
- WPP Group (UK) Limited
- Arbour Square B.V.
- WPP Luxembourg Europe SARL
- Vincent Square Holding B.V.
- WPP Luxembourg Germany Holdings 3 Sarl
- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

3. Korrektur einer Stimmrechtsmitteilung gem.
§ 26 Abs. 1 vom 15. Februar 2012

Der Stimmrechtsanteil der WPP Luxembourg Germany Holdings 3 Sarl, Luxemburg, Luxemburg, an der SYZYGY AG hat am 6. Januar 2011 die Schwellen von 3% und 5% überschritten und beträgt zu diesem Tag 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte). Der WPP Luxembourg Germany Holdings 3 Sarl werden davon 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

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

- NFO Holding (Luxembourg) S.a.r.l.
- NFO (Luxembourg) SARL
- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

Der Stimmrechtsanteil der NFO Holding (Luxembourg) S.a.r.l., Luxemburg, Luxemburg, an der SYZYGY AG hat am 6. Januar 2011 die Schwellen von 3% und 5% überschritten und beträgt zu diesem Tag 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte). Der NFO Holding (Luxembourg) S.a.r.l. werden davon 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der NFO Holding (Luxembourg) S.a.r.l. zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

- NFO (Luxembourg) SARL
- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

Der Stimmrechtsanteil der NFO (Luxembourg) SARL, Luxembourg, Luxembourg, an der SYZYGY AG hat am 6. Januar 2011 die Schwellen von 3% und 5% überschritten und beträgt zu diesem Tag 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte). Der NFO (Luxembourg) SARL werden davon 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der NFO (Luxembourg) SARL zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

Der Stimmrechtsanteil der WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l, Luxembourg, Luxembourg, an der SYZYGY AG hat am 6. Januar 2011 die Schwellen von 3% und 5% überschritten und beträgt zu diesem Tag 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte). Der WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l werden davon 6,46% (entspricht 829.343 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

Die der WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l zugerechneten Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt, gehalten:

- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH (vormals: DSB&K Werbeagentur GmbH)

26. Februar 2013: Stimmrechtsmitteilung gem. § 26 Abs. 1 WpHG

Am 25. Februar 2013 erhielt die SYZYGY AG folgende Meldungen betreffend der Stimmrechtsanteile mehrerer zur WPP-Gruppe gehörender Gesellschaften:

1. Der Stimmrechtsanteil der WPP Jubilee Ltd, London, Vereinigtes Königreich, an der SYZYGY AG hat am 13. Februar 2013 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25% überschritten und beträgt zu diesem Tag 29,9998% (entspricht 3.848.514 Stimmrechte). Der WPP Jubilee Ltd werden davon 29,9998% (entspricht 3.848.514 Stimmrechte) gemäß § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zugerechnet.

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

- Lexington International B.V.
- WPP Madrid Square Limited
- WPP 2005 Limited
- WPP LN Limited
- WPP Group (UK) Limited
- Arbour Square B.V.
- WPP Luxembourg Europe SARL
- Vincent Square Holding B.V.
- WPP Luxembourg Germany Holdings 3 Sarl
- WPP Luxembourg Germany Holdings S.à.r.l
- WPP Deutschland Verwaltungs GmbH
- WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG
- WPP Marketing Communications Germany BV
- DBSK Activate GmbH

2. Der Stimmrechtsanteil der WPP 2012 Limited, St Helier, Jersey, Vereinigtes Königreich und der WPP Air 1 Limited, Dublin, Irland, an der SYZGY AG hat am 13. Februar 2013 die Schwellen von 3%, 5%, 10%, 15%, 20% und 25% unterschritten und beträgt zu diesem Tag 0% (entspricht 0 Stimmrechte).

7. Oktober 2013: Stimmrechtsmitteilung gem. § 26 Abs. 1 WpHG

1. Herr Marcel Ernzer, Luxemburg, hat uns am 3. Oktober 2013 gem. § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft die Schwelle von 3% am 1. Oktober 2013 unterschritten hat und zu diesem Tag 2,49% (320.000 Stimmrechte) beträgt.

Davon sind ihm 2,49% (320.000 Stimmrechte) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugerechnete Stimmrechte werden dabei über folgende von ihm kontrollierte Unternehmen gehalten, deren Stimmrechtsanteil an der SYZGY AG jeweils unter 3% beträgt:

- FAS S.A.
- Wallberg Invest S.A.

2. Die FAS S.A., Luxemburg, Luxemburg, hat uns am 3. Oktober 2013 gem. § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft die Schwelle von 3% am 1. Oktober 2013 unterschritten hat und zu diesem Tag 2,49% (320.000 Stimmrechte) beträgt.

Davon sind ihr 2,49% (320.000 Stimmrechte) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugerechnete Stimmrechte werden dabei über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen gehalten, deren Stimmrechtsanteil an der SYZGY AG unter 3% beträgt:

- Wallberg Invest S.A.

3. Die Wallberg Invest S.A., Luxemburg, Luxemburg, hat uns am 3. Oktober 2013 gem. § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft die Schwelle von 3% am 1. Oktober 2013 unterschritten hat und zu diesem Tag 2,49% (320.000 Stimmrechte) beträgt.

6.15 Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex nach § 161 AktG

Die Entsprechungserklärung zum Corporate Governance Kodex gemäß §161 AktG wurde am 29. Oktober 2013 abgegeben und den Aktionären über die Website der Gesellschaft zugänglich gemacht.

6.16 Zeitpunkt und Freigabe der Veröffentlichung

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat den Konzernabschluss am 31. März 2014 zur Genehmigung vorlegen.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

„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 24. März 2014
SYZYG AG

Der Vorstand



Marco Seiler



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 2013 bis zum 31. Dezember 2013 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

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

überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasste die Beurteilung der Rechnungslegungsinformationen der in den Konzernabschluss einbezogenen Teilbereiche, 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, 24. März 2014
BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Dr. Rosien
Wirtschaftsprüfer

gez. ppa. Werner
Wirtschaftsprüfer

Finanzkalender 2014

Zwischenbericht zum 31.03.2014	/	30. April
Jahreshauptversammlung, Frankfurt	/	6. Juni
Zwischenbericht zum 30.06.2014	/	31. Juli
Zürcher Kapitalmarktkonferenz, Zürich	/	10. September
Zwischenbericht zum 30.09.2014	/	31. Oktober
Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt	/	24.-26. November
Münchener Kapitalmarktkonferenz	/	9.-10. Dezember

SYZYG AG

Investor Relations

Im Atzelnest 3

61352 Bad Homburg

t +49 6172 9488-251

f +49 6172 9488-272

e ir@syzygy.net

i ir.syzygy.net

ir.syzygy.net