



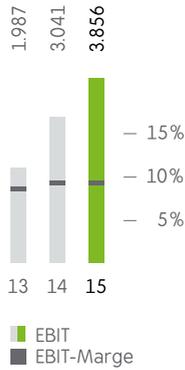
S/Z/G/

Finanzkennzahlen

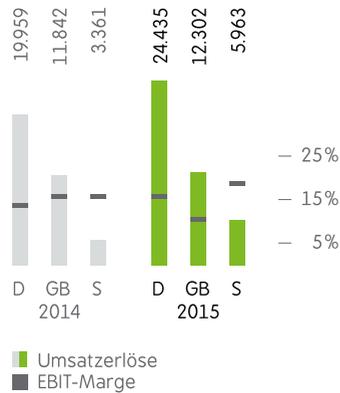
Umsatzerlöse
9M in TEUR



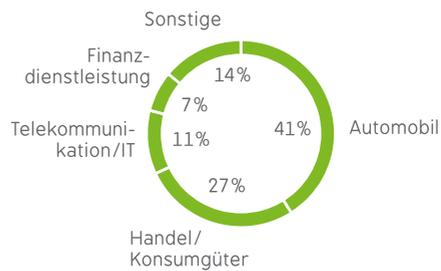
EBIT und EBIT-Marge
9M in TEUR



Umsatzerlöse und EBIT-Marge
nach Segmenten
9M in TEUR



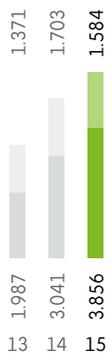
Umsatzverteilung
nach Branchen



Finanzergebnis
9M in TEUR



Ergebnis vor Steuern
(bereinigt)
9M in TEUR



Konzernergebnis
9M in TEUR



Finanzergebnis
Operatives Ergebnis

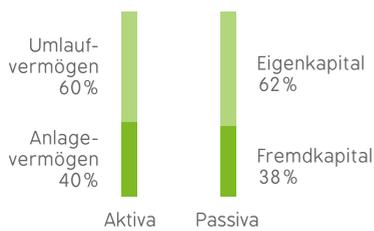
Ergebnis je Aktie
9M in EUR



Entwicklung des operativen Cashflows
9M in TEUR



Bilanzstruktur



Anlagestruktur der liquiden Mittel und Wertpapiere



Mitarbersplit nach Funktionen



Aktionärsstruktur zum 30. September 2015



5	/	Allgemein
5	/	Grundlagen des Konzerns
7	/	Wirtschaftsbericht
13	/	Prognosebericht
16	/	Konzernbilanz
17	/	Konzerngesamtergebnisrechnung
18	/	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
19	/	Konzernkapitalflussrechnung
20	/	Ausgewählte erläuternde Anhangangaben
26	/	Finanzkalender 2015/2016

Geschäftsentwicklung und Lage des Konzerns

	3. Quartal			Januar-September		
	2015	2014	Veränd.	2015	2014	Veränd.
	TEUR	TEUR		TEUR	TEUR	
Umsatzerlöse	14.230	11.772	21%	41.863	34.345	22%
EBITDA	1.592	1.271	25%	4.682	3.818	23%
EBITDA-Marge	11%	11%	0 pp	11%	11%	0 pp
EBIT	1.310	1.006	30%	3.856	3.041	27%
EBIT-Marge	9%	9%	0 pp	9%	9%	0 pp
Finanzergebnis	504	545	-8%	1.584	1.703	-7%
Konzernergebnis	1.323	1.100	20%	4.032	3.755	7%
Ergebnis je Aktie (EUR)	0,10	0,08	25%	0,30	0,28	7%
Zahl der Mitarbeiter inkl. Freelancer	536	483	11%	536	483	11%
Liquide Mittel und Wertpapiere	25.735	29.278	-12%	25.735	29.278	-12%
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	51	5.574	-	-3.011	9.369	-

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

Die SYZYGY Gruppe ist ein international tätiger Kreativ-, Technologie- und Mediadienstleister rund um digitales Marketing. Insgesamt beschäftigte der Konzern zum Bilanzstichtag inklusive der freien Mitarbeiter rund 540 Personen an Standorten in Deutschland, Großbritannien, Polen und den USA.

Zum Konzern gehören neben der SYZYGY AG als Holding neun Tochtergesellschaften: Ars Thanea ska, Hi-ReSI Berlin GmbH, Hi-ReSI New York Inc, Hi-ReSI London Ltd, SYZYGY Deutschland GmbH,

SYZYGY UK Ltd, unquedigital GmbH sowie Unique Digital Marketing Ltd. Um ihre Kunden vor Ort noch besser betreuen und weitere Neukunden gewinnen zu können, gründete SYZYGY im September die neue Gesellschaft SYZYGY München GmbH, die ihre Geschäftstätigkeit zum 1. Oktober 2015 aufnehmen wird.

Die operativen Einheiten der SYZYGY Gruppe decken die komplette Wertschöpfungskette im digitalen Marketing ab: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung von Markenplattformen, Business Applikationen, Websites, digitalen Kampagnen und Mobile Apps. Einen bedeutenden Geschäftsbereich stellen darüber hinaus Online Marketing-Services wie Mediaplanung, Suchmaschinenmarketing und -optimierung sowie Affiliate Programme dar. Digitale Illustrationen und Animationen sowie die Entwicklung von Spielen für Smartphones und Tablets komplettieren das Serviceangebot.

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

2.2 Konzernsteuerung

Die Organisationsstruktur der SYZYGY Gruppe ist dezentral, wobei die SYZYGY AG als Management Holding die Tochtergesellschaften anhand von quantitativen und qualitativen Zielen (Management by Objectives) führt. Die Geschäftsführungen der einzelnen Gesellschaften operieren im Rahmen ihrer Zielvorgaben und Budgets weitgehend selbstständig. Zur Steuerung und Kontrolle des Konzerns besteht ein Controlling- und Berichtssystem, in dem die Finanzzahlen den Planwerten auf monatlicher Basis gegenübergestellt werden, und welches die wesentlichen Chancen und Risiken abbildet.

Gemäß DRS 20 sind in die Berichterstattung finanzielle und nicht-finanzielle Leistungsindikatoren aufzunehmen, sofern sie auch zur internen Steuerung des Konzerns herangezogen werden.

Finanzielle Leistungsindikatoren

Die wesentlichen finanziellen Leistungsindikatoren, nach denen der SYZYGY Konzern gesteuert wird, sind Umsatzerlöse sowie der Gewinn vor Steuern und Zinsen (EBIT). Diese werden im nachfolgenden Lagebericht ausführlich dargestellt und erläutert.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

SYZYGY zieht zur Steuerung des Konzerns und für Managemententscheidungen keine nicht-finanziellen Leistungsindikatoren heran. Im Einklang mit der auf nachhaltiges Wachstum ausgerichteten Unternehmensführung hat SYZYGY jedoch nicht-finanzielle Faktoren identifiziert, die für den langfristigen Erfolg der Gruppe grundsätzlich als bedeutsam erachtet werden. Einige davon werden im Folgenden aufgeführt.

Mitarbeiter

Als Dienstleistungsunternehmen beruht die Leistungsfähigkeit des Konzerns maßgeblich auf der Kompetenz und dem Engagement seiner Mitarbeiter. Um sie zu halten und neue Talente zu gewinnen, ist SYZYGY bestrebt, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein interessantes, abwechslungsreiches und angenehmes Arbeitsumfeld zu bieten. Hierzu gehören unter anderem regelmäßige interne und externe Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, attraktive Standorte, die eine inspirierende Arbeitsumgebung und attraktive Büroflächen mit Raum für Kreativität, Austausch und Begegnung bieten, eine offene kommunikative Führungskultur, flexible Arbeitszeitmodelle, Hochschulkooperationen zur Förderung des Nachwuchses und Firmen-Events.

Innovationsfähigkeit

Digitales Marketing unterliegt einem permanenten Wandel. Innovative Technologien und Veränderungen im Nutzerverhalten erfordern eine fortlaufende Anpassung des Dienstleistungsspektrums und die Weiterentwicklung der internen Kompetenzen.

Um diesen Wandel zu antizipieren und aktiv mitzugestalten, veranstaltet die SYZYGY Gruppe den Digital Innovation Day, auf dem internationale Vordenker und Bestsellerautoren zu Innovationsthemen rund um digitales Marketing referieren.

Auf operativer Ebene sorgen regelmäßige Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Bereichen Software-Entwicklung, IT-Management, Design, Informationsarchitektur, Beratung und Projektmanagement stets mit den neuesten Technologien, Gestaltungsprinzipien und Methoden vertraut sind.

Awards

Auszeichnungen bei renommierten Kreativ- und Effizienz-Awards sind ein wichtiger Indikator für die Leistungsfähigkeit der Gruppe und erhöhen ihre Attraktivität für (potenzielle) Kunden und Mitarbeiter. SYZGY nimmt regelmäßig an nationalen und internationalen Wettbewerben teil.

Marco Seiler, Gründer und CEO der SYZGY Gruppe, wurde im Januar 2015 mit dem renommierten Branchenpreis „Agenturmann des Jahres“ ausgezeichnet, der jährlich von der Marketing-Fachzeitschrift Horizont verliehen wird.

2.3 Freiwilliges Übernahmeangebot durch WPP

Das weltweit größte Agenturnetzwerk WPP übermittelte am 7. August 2015 über seine Tochterfirma WPP Jubilee Ltd. die Absicht, ein freiwilliges Übernahmeangebot zum Preis von EUR 9,- je Syzygy-Aktie, abgeben zu wollen. Die Angebotsunterlage wurde – nach Genehmigung durch die BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) – am 15. September 2015 veröffentlicht. Entsprechend der Angebotsunterlage gibt es eine erste Andienungsfrist für alle Aktionäre bis zum 14. Oktober 2015, und eine zweite Frist bis zum 2. November 2015. Gemäß Mitteilung der WPP Jubilee Ltd. wurden bis zum 14. Oktober 2015 insgesamt 2.177.465 Aktien, bzw. 16,97% des Aktienkapitals erworben. Dadurch ist die Beteiligung an der SYZGY AG auf 46,97% angestiegen. Weiterführende Informationen zum freiwilligen Übernahmeangebot durch WPP gibt es unter http://ir.syzygy.net/default3_and_fz_menu=ir_take_over_offer.aspx bzw. unter „Die Aktie“ im Investor Relations Bereich der SYZGY AG.

3. Wirtschaftsbericht

3.1 Allgemeine Wirtschaftsentwicklung

Die Geschäfte im dritten Quartal 2015 verliefen unter positiven konjunkturellen Rahmenbedingungen. Der Konjunkturoptimismus hat im Berichtszeitraum in der Eurozone erneut zugenommen, obwohl Sorgen um die Verfassung der Konjunktur in den Schwellenländern, Neuwahlen in Griechenland und eine Verschiebung der Leitzinsanhebung in den USA Potential für einen Stimmungsrückgang boten.

Die Eurozone blieb im dritten Quartal auf solidem Wachstumskurs, wengleich die Dynamik im September leicht nachgelassen hat. Produktion und Auftragseingänge verzeichneten Zuwächse; dies sorgte für den 11. Stellenaufbau in Folge. Die Konjunktur wird durch niedrige Zinsen und Ölpreise, aber auch von dem nach wie vor vergleichsweise geringen Außenwert des Euro gestützt.

Im September wurde in der Eurozone erstmals seit März wieder ein Preisrückgang verzeichnet, die Teuerungsrate betrug im Jahresvergleich -0,1 Prozent, in Deutschland -0,2 Prozent.

Wirtschafts- und Kapitalmarktexperten gehen von einem leichten Zinsanstieg bis Jahresende aus. Ein nur moderates Wirtschaftswachstum und eine schwache Preisentwicklung in der Eurozone sowie eine US-Notenbank, die auch aufgrund der konjunkturellen Abkühlung in China und anderen Schwellenländern eine erwartete Zinsanhebung verzögert, dürften den Anstieg begrenzen. Weiterhin divergierende geldpolitische Ausrichtungen in der Eurozone und den USA könnten bis Jahresende zu einer leichten Abwertung des Euro gegenüber dem US-Dollar führen.

Auch die deutsche Wirtschaft folgt weiter ihrem moderaten Aufwärtstrend. Sowohl das DIW Konjunkturbarometer als auch der ifo Geschäftsklimaindex bestätigen eine überraschend gute und robuste Stimmung unter den befragten Firmenchefs. Das Bruttoinlandsprodukt dürfte im dritten Quartal um 0,5 Prozent gestiegen sein. Der ifo Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft ist im September um 0,1 auf 108,5 Punkte minimal gestiegen. Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage fiel etwas schwächer als im Vormonat aus, der Blick auf den weiteren Geschäftsverlauf ist jedoch positiv und optimistisch. Der Indikator für das Dienstleistungsgewerbe ist im September nach einem Rekord im Monat August von 30,7 leicht auf 30,2 gefallen. Allerdings bewerten die Dienstleister die aktuelle Lage sehr positiv und richten ihre Personalpläne weiterhin expansiv aus.

Während die Produktion im verarbeitenden Gewerbe nicht nennenswert wächst, gehen wichtige Impulse von den konsumnahen Dienstleistungen aus. Gesunkene Energiepreise und ein anhaltender Beschäftigungsaufbau stützen die Kaufkraft der Konsumenten und stimulieren daher den privaten Verbrauch.

Trotz starker Exportentwicklung ist die Unsicherheit hoch; aufgrund der VW Abgasmanipulation und den unabsehbaren Folgen für die deutsche Wirtschaft und Exporte dürfte sie sogar noch gestiegen sein. Fachleute befürchten, dass die Affäre um Europas größten Autobauer zu einem weltweiten Imageschaden für die exportabhängige Industrie führen kann, da die Verkaufszahlen der deutschen Autoindustrie fast ein Fünftel der deutschen Exporte ausmachen. Darüber hinaus geben die jüngsten Turbulenzen in China Anlass zur Sorge, zumal auch andere wichtige Schwellenländer wie Brasilien und Russland Schwierigkeiten haben.

In Großbritannien ist das Wirtschaftsklima weiterhin positiv. Nachdem die britische Handelskammer im zweiten Quartal die Wachstumsprognose für 2015 von 2,7 Prozent auf 2,3 Prozent korrigiert hat, wurde diese nun wieder auf 2,6 Prozent erhöht. Für das Jahr 2016 erwartet die BCC ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 2,7 Prozent. Die Hauptgründe hierfür liegen in einem unerwartet starken Ergebnis der Dienstleistungsbranche sowie der gestiegenen Verbraucherausgaben; beide Bereiche sind für die britische Wirtschaft die wichtigsten Wachstumstreiber in den nächsten Jahren. Die Experten der britischen Handelskammer erwarten einen Rückgang der Arbeitslosenquote in Großbritannien von 5,6 Prozent (Q2-2015) auf 5,3 Prozent in 2016. Dieser positive Ausblick wurde durch einen unerwartet fallenden Einkaufsmanagerindex getrübt. Gemäß dem Forschungsinstitut Markit, verschlechterte sich die Stimmung der britischen Dienstleister im September deutlich, der Index fiel von 55,6 Punkte im August auf 53,3 Punkte.

3.2 Entwicklung des Werbemarktes

Statistiken zur Entwicklung des Werbemarktes im dritten Quartal 2015 waren zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts kaum verfügbar. Zudem sieht SYZGY die Aussagekraft von Werbestatistiken als begrenzt an, da die Ergebnisse und Prognosen aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden stark divergieren. Vor dem Hintergrund der insgesamt robusten Konjunktur in den ersten neun Monaten 2015 sowie positiver Prognosen für das Gesamtjahr 2015 ist jedoch davon auszugehen, dass Unternehmen ihre Marketingbudgets tendenziell erhöht haben.

ZenithOptimedia, eines der weltweit größten Media-Netzwerke, erwartet für 2015 ein Wachstum der globalen Werbeinvestitionen um 4 Prozent auf rund USD 554 Mrd. und für 2016 aufgrund der Großereignisse, die Olympischen Sommerspiele sowie die US-Präsidentenwahlen, eine Steigerung von 5 Prozent.

Für den deutschen Werbemarkt berichtet der Marktforscher Nielsen in den ersten drei Quartalen 2015 ein Plus von 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Diese positive Entwicklung hat sich insbesondere im dritten Quartal bei einer Wachstumsrate von 5 Prozent verstärkt. Der Online-Vermarkterkreis (OVK) des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft bestätigt seine optimistische Frühjahrsprognose von 6,5 Prozent Wachstum. Demnach belaufen sich die Umsatzerwartungen für Online und Mobile auf insgesamt rund EUR 1,7 Mrd. Digitale Werbung baut ihren Anteil am Gesamtwerbemarkt weiter aus und bewegt sich auf ähnlichem Niveau wie TV. Das Wachstum wird von den zwei Bereichen Bewegtbild und Mobile dominiert, beide legen im deutlich zweistelligen Prozentbereich zu. Das Mediaagenturnetzwerk Carat bestätigt in etwa die Prognose des OVK hinsichtlich eines starken Wachstums im Bereich Mobile Werbung von ungefähr 50 Prozent, demnach wird mit einem Umsatzsprung von EUR 200 Mio. bis Ende des Jahres gerechnet.

Dem IPA Bellwether Report zufolge verzeichnete die Werbebranche in Großbritannien mit Abschluss des ersten Quartals 2015 den am stärksten gewachsenen Betrachtungszeitraum der vorangegangenen vier Quartale im gesamten vergangenen Jahrzehnt. Darüber hinaus erwarten Experten, dass Großbritannien als erstes Land weltweit in 2015 die Hälfte aller Werbebudgets in digitale Medien investieren wird. Damit ist Großbritannien im Jahr mit Spendings in Höhe von etwa USD 1,4 Mrd. der führende europäische Markt für Mobile Werbung.

3.3 Mitarbeiter

Der Personalbestand der SYZGY Gruppe ist während der Berichtsperiode weiter angestiegen: Zum 30. September 2015 beschäftigte die SYZGY Gruppe 492 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das sind 10 Personen mehr als zum 30. Juni 2015, bzw. 45 Personen mehr als zum Ende des Vorjahresquartals. Das starke Umsatzwachstum der Gruppe führte zu einem entsprechenden Aufbau der Mitarbeiterzahlen.

Die Zahl der Freelancer betrug im Berichtszeitraum rund 44 Personen (Basis: FTE), dies sind 8 Personen mehr als im Vergleichszeitraum 2014. 284 Personen (58 Prozent) waren in den vier deutschen Gesellschaften tätig und 127 (26 Prozent) in den britischen Agenturen. Für Ars Thanea arbeiteten zum Quartalsende 74 Personen (15 Prozent), Hi-ReSI New York beschäftigte 7 Mitarbeiter.

In der Betrachtung der Belegschaft nach Funktionen haben sich in der Berichtsperiode keine signifikanten Veränderungen ergeben. Der Bereich Technologie umfasst nun 23 Prozent der Mitarbeiter. Der Anteil der Mitarbeiter in der Kreation (20 Prozent) und im Projektmanagement (18 Prozent) blieb unverändert. Der Anteil im Bereich Strategie/ Beratung blieb mit 9 Prozent ebenfalls stabil. Im Bereich Online Marketing sind 18 Prozent der Mitarbeiter tätig, dies entspricht einem Rückgang von 1 Prozent im Vergleich zum Vorquartal. In der Verwaltung arbeiteten zum Ende des Berichtszeitraumes 54 Personen, was einem Anteil von 11 Prozent der Belegschaft und damit einem leichten Anstieg um 1 Prozent entspricht.

Im Periodendurchschnitt waren 536 Personen – inklusive rund 44 freier Mitarbeiter – für die SYZGY Gruppe tätig. Daraus ergibt sich vergleichbar zum Vorjahr (durchschnittlich 445 Personen) ein annualisierter Pro-Kopf-Umsatz von EUR 104.000 (Vorjahr: EUR 103.000).

3.4 Investitionen, Forschung und Entwicklung

Im dritten Quartal 2015 investierte SYZGY rund EUR 0,9 Mio. in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen. Dies umfaßt Investitionen in Ausstattungsgegenstände für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den verschiedenen Standorten der SYZGY Gruppe.

3.5 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der SYZGY Gruppe

3.5.1 Ertragslage

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 erzielte die SYZGY Gruppe in der Berichtsperiode erneut ein sehr starkes Wachstum: Im Vergleich zum Vorjahresquartal konnten die Billings um 15 Prozent auf EUR 39,6 Mio. und die Umsatzerlöse um 21 Prozent auf EUR 14,2 Mio. gesteigert werden; dies entspricht jeweils Rekordwerten in einem Quartal. Die 9-Monats-Betrachtung zeigt, dass sich die Billings um 16 Prozent auf EUR 108 Mio. und die Umsatzerlöse auf EUR 41,9 Mio. (+22 Prozent gegenüber 2014) gesteigert haben.

Neukundengewinne sowie starkes Wachstum auf Bestandskunden sind für diese dynamische Entwicklung ausschlaggebend.

Positiv hervorzuheben ist, dass zu dem guten Ergebnis alle Segmente beigetragen haben.

Mit 41 Prozent (+2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahresquartal) der Umsatzerlöse stellt die Automobilbranche weiterhin den wichtigsten Wirtschaftszweig des Konzerns dar. Auf den Bereich Konsumgüter entfielen rund 27 Prozent (+1 Prozent) der Erlöse, 11 Prozent wurden mit Unternehmen aus IT und Telekommunikation generiert (Vorjahr: 13 Prozent). Der Umsatzanteil von Kunden aus der Finanzbranche sank leicht von 8 auf 7 Prozent ab. Rund 14 Prozent der Umsatzerlöse entfielen auf Unternehmen, die keiner dieser vier Kernbranchen zugeordnet werden können. In absoluten Zahlen wurde über alle Branchen hinweg Wachstum erzielt.

Mit ihren zehn größten Kunden erwirtschaftete die SYZGY Gruppe 63 Prozent des Gesamtumsatzes, dies ist ein leichter Rückgang von 2 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

3.5.2 Betriebsausgaben und Abschreibungen

Die Einstandskosten der erbrachten Leistungen stiegen im Vergleich zum Umsatzwachstum leicht überproportional um 25 Prozent auf EUR 30,6 Mio., da aufgrund der sehr guten Auftragslage in hohem Umfang mit Freelancern gearbeitet wurde. Die Rohmarge sank in der Folge um zwei Prozentpunkte auf 27 Prozent.

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen bei EUR 4,0 Mio. und stiegen im Vergleich zum Vorjahreswert um 13 Prozent. Das Wachstum der SYZGY Gruppe erfordert zusätzliche Aufwendungen in der Verwaltung, die jedoch deutlich unterproportional zum Umsatzwachstum zunahmen.

Die Vertriebs- und Marketingkosten beliefen sich auf EUR 3,8 Mio. und nahmen bei steigenden Umsatzerlösen ebenso unterproportional um 10 Prozent zu (Vorjahr: EUR 3,5 Mio.). Die in den vorangegangenen Perioden initiierten Neugeschäftsaktivitäten und Marketingmaßnahmen haben zu zahlreichen neuen Kundenbeziehungen und Interesse bei potentiellen Neukunden geführt.

Die Abschreibungen auf Anlagevermögen beliefen sich wie in der Vergleichsperiode auf EUR 0,8 Mio.

3.5.3 Operatives Ergebnis und EBIT-Marge

Mit einem operativen Ergebnis von EUR 1,3 Mio. im dritten Quartal (+30 Prozent gegenüber Q3-2014) knüpfte SYZYGY an die herausragenden Ergebnisse des ersten Halbjahres an. Im 9-Monatszeitraum summierte sich das EBIT auf EUR 3,9 Mio., was einem Anstieg von 27 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode entspricht. Die EBIT-Marge blieb mit 9 Prozent konstant.

3.5.4 Finanzergebnis

Durch das aktive Management der liquiden Mittel erzielte SYZYGY im dritten Quartal erneut ein hohes Finanzergebnis von EUR 0,5 Mio., bzw. EUR 1,6 Mio. im 9-Monatszeitraum. Dieser Wert liegt leicht unter der Vergleichsperiode und entspricht einer annualisierten Rendite von rund 7 Prozent auf die durchschnittlich vorhandenen liquiden Mittel. Das Finanzergebnis ergibt sich aus Zinserträgen aus Unternehmensanleihen sowie der Realisierung von Gewinnen aus Wertpapieren.

3.5.5 Steueraufwand, Konzernergebnis, Ergebnis je Aktie

Die sehr positive Geschäftsentwicklung der SYZYGY Gruppe spiegelt sich in einem Vorsteuerergebnis von EUR 5,4 Mio. wider. Im Vorjahreszeitraum betrug das Vorsteuerergebnis EUR 5,1 Mio. Dies entspricht einer Erhöhung des Ergebnisses vor Steuern um 7 Prozent in absoluten Werten. Nach Abzug von Steuern in Höhe von EUR 1,4 Mio. ergibt sich ein Konzernergebnis von EUR 4,0 Mio.

Auf Basis der durchschnittlich vorhandenen 12.688 in Tausend gewinnberechtigten Aktien und nach Abzug von Minderheitsanteilen in Höhe von EUR 0,3 Mio. beträgt das unverwässerte Ergebnis der Periode je Aktie EUR 0,30; dies entspricht einem Anstieg um 7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

3.5.6 Segmentberichterstattung

Gemäß IFRS 8, der auf den Management Approach abstellt, berichtet SYZYGY Segmente nach geographischen Kriterien und unterscheidet dabei zwischen „Deutschland“, „Großbritannien“ sowie „Sonstige Segmente“. Letztere enthalten die Gesellschaften Ars Thanea und Hi-ReSI New York, die gemäß IFRS 8.13 nicht groß genug sind, um als geographisch eigenständige Segmente berichtet zu werden.

Das Wachstum der SYZYGY Gruppe wurde im Wesentlichen von den deutschen Agenturen und den Gesellschaften der „Sonstigen Segmente“ getragen.

Die deutschen Agenturen zeigten in der Berichtsperiode eine sehr gute Entwicklung und steigerten ihre Umsatzerlöse um 22 Prozent auf EUR 24,4 Mio. Das operative Ergebnis wuchs überproportional um 36 Prozent und konnte auf EUR 3,8 Mio. gesteigert werden.

Das Segment „Großbritannien“ entwickelte sich im Berichtszeitraum weiterhin positiv mit einem Umsatzwachstum von 4 Prozent, so dass die britischen Agenturen EUR 12,3 Mio. Erlöse erzielten. Das operative Ergebnis war mit EUR 1,2 Mio. rückläufig, jedoch bei einer EBIT Marge von 10 Prozent weiterhin sehr profitabel. Die Ausdehnung und Fortführung der Geschäftstätigkeit auf AVIS USA hat das Geschäft der amerikanischen Tochtergesellschaft deutlich gestärkt, so dass es zu einer Umsatzverlagerung in „Sonstige Segmente“ kam.

In „Sonstige Segmente“ wurden in den ersten drei Quartalen Umsatzerlöse in Höhe von EUR 6,0 Mio. erwirtschaftet, dies entspricht einem dynamischen Wachstum von 77 Prozent. Das operative Ergebnis belief sich auf EUR 1,2 Mio. bei einer EBIT-Marge von 19 Prozent.

Die Umsatzverteilung nach Segmenten stellte sich wie folgt dar: 57 Prozent der Erlöse wurden von den deutschen Gesellschaften erwirtschaftet, 29 Prozent von den britischen und 14 Prozent von Ars Thanea und Hi-ReSI New York. Beim EBIT entfallen 61 Prozent auf das Segment „Deutschland“, 20 Prozent auf „Großbritannien“ und 19 Prozent auf „Sonstige Segmente.“

3.5.7 Finanzlage

SYZYGY verfügte zum Bilanzstichtag über Liquiditätsreserven in Höhe von insgesamt EUR 25,7 Mio., dies entspricht einem Rückgang um EUR 9,4 Mio. oder 27 Prozent zum 31. Dezember 2014. Insbesondere der Bestand der liquiden Mittel verringerte sich um EUR 7,8 Mio. auf EUR 5,2 Mio. (-60 Prozent), während sich der Wertpapierbestand nur leicht um 7 Prozent auf EUR 20,5 Mio. reduzierte.

Somit waren 80 Prozent der Mittel in Unternehmensanleihen investiert, 20 Prozent entfielen auf Bankguthaben. Die durchschnittliche Restlaufzeit der Anleihen betrug 7,2 Jahre.

Der Gesamt-Cashflow der SYZYGY Gruppe war zum Stichtag mit EUR -8,2 Mio. negativ. Dieser Rückgang teilt sich im Wesentlichen auf den negativen Cashflow aus Finanzierungstätigkeiten, der die Zahlung der Dividende in Höhe von EUR 4,4 Mio. abbildet und einen negativen operativen Cashflow aus der operativen Tätigkeit von EUR -3,0 Mio. auf. Aufgrund eines starken Cashflows im Vorjahr, der stichtagsbedingt zu einem Rückgang des Working Capital geführt hatte, haben sich Bilanzpositionen des Working Capital in den ersten drei Quartalen normalisiert. Darüber hinaus führte die Bedienung von Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zu einem Mittelabfluss von EUR 4,3 Mio. im Berichtszeitraum. Zudem erhöht sich die Kapitalbindung durch einen Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen Vermögenswerte mit EUR 3,9 Mio. Positiv wirkt sich im Q3 das Periodenergebnis von EUR 4,0 Mio. aus. Kundenanzahlungen von EUR 0,1 Mio. stärkten den operativen Cashflow leicht.

Abschreibungen auf Gegenstände des Anlagevermögens beeinflussten den Cashflow aus der Investitionstätigkeit mit EUR 0,8 Mio. positiv.

3.5.8 Vermögenslage

Die Bilanzsumme der SYZYGY Gruppe hat sich zum Stichtag auf EUR 79,3 Mio. verringert, der Rückgang um EUR 4,1 Mio. gegenüber dem 31. Dezember 2014 entspricht einem Minus von 5 Prozent.

Die langfristigen Aktiva erhöhten sich währungsbedingt um rund 3 Prozent auf EUR 31,4 Mio.

Bei den kurzfristigen Aktiva war ein Rückgang sowohl der liquiden Mittel um EUR 7,8 Mio. auf EUR 5,2 Mio., als auch der Wertpapiere um EUR 1,7 Mio. zu verzeichnen.

Auf Grund des dynamischen Wachstums ist der Bestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um EUR 4,7 Mio. auf EUR 20,7 Mio. angestiegen.

Mit EUR 49,3 Mio. lag das Eigenkapital um EUR 1,7 Mio. oder 3 Prozent leicht unter dem Wert zum 31. Dezember 2014. Dies entspricht einer Eigenkapitalquote von 62 Prozent.

Das kumulierte übrige Konzernergebnis liegt bei EUR -0,3 Mio. und ist damit um EUR 1,4 Mio. zurückgegangen. Dieser Posten enthält im Wesentlichen nicht realisierte Kursveränderungen bei Fremdwährungspositionen und Wertpapieren.

Die kurzfristigen Passiva sind mit EUR 26,5 Mio. um EUR 2,5 Mio., bzw. 9 Prozent gegenüber dem Jahresende 2014 zurückgegangen. Dies ist im Wesentlichen durch die Bedienung von Verpflichtungen aus dem Leistungsverkehr (Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie Rückstellungen) bedingt.

4. Prognosebericht

4.1 Prognoseannahmen

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 Berichts bekannt und verfügbar waren. Da diese Daten kontinuierlichen Änderungen unterliegen, sind Prognosen stets mit Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlichen Ergebnisse können daher in den Folgeperioden 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.

4.2 Allgemeine Wirtschaftslage

SYZGY geht derzeit von einem moderaten Wachstum in den für die Gruppe relevanten Kernmärkten aus. Insgesamt überwiegen die positiven Faktoren für das Wirtschaftswachstum.

Deutschland und Großbritannien werden voraussichtlich erneut stärker wachsen als andere europäische Länder. Aufgrund von steigenden Neugeschäften und wachsenden Auftragspolstern, gehen Experten des ifw davon aus, dass sich das Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum in der Eurozone auch im vierten Quartal fortsetzen und das Bruttoinlandsprodukt um 1,5 Prozent im laufenden Jahr zunehmen dürfte.

Führende Wirtschaftsinstitute blicken etwas skeptischer auf die Konjunktur in Deutschland und senken ihre Wachstumsprognose für 2015 von 2,1 auf rund 1,8 Prozent und begründen dies mit einer schwächeren Nachfrage weltweit und sehen zudem die VW-Affäre sowie die Konjunktur-Abkühlung in China als Risiken. Für 2016 gehen die Ökonomen von einem Anstieg des Bruttoinlandsproduktes um rund 1,8 Prozent aus.

Nachdem die britische Handelskammer im zweiten Quartal die Wachstumsprognose für 2015 von 2,7 Prozent auf 2,3 Prozent korrigiert hat, wurde diese nun wieder auf 2,6 Prozent erhöht. Für das Jahr 2016 erwartet die BCC ein Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von 2,7 Prozent. Die Hauptgründe hierfür liegen in einem unerwartet starken Ergebnis der Dienstleistungsbranche sowie der gestiegenen Verbraucherausgaben; beide Bereiche sind für die britische Wirtschaft die wichtigsten Wachstumstreiber in den nächsten Jahren. Zudem erwarten die Experten der britischen Handelskammer einen Rückgang der Arbeitslosenquote in Großbritannien von 5,6 Prozent (Q2-2015) auf 5,3 Prozent in 2016.

4.3 Werbemarkt

Die Bereitschaft von Unternehmen in Marketingmaßnahmen zu investieren, hängt in hohem Maße von der allgemeinen Wirtschaftslage ab. Angesichts der derzeit positiven Konjunkturaussichten rechnet SYZGY für die kommenden Monate mit tendenziell steigenden Werbebudgets. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass sich der Anteil von Mobile- und Online-Werbung am Gesamtbudget weiter erhöhen wird.

Dem Carat Ad Forecast zufolge werden die globalen Werbeausgaben in diesem Jahr nur um 4,0, statt wie im Frühjahr prognostiziert, um 4,6 Prozent wachsen. Die Wachstumstreiber ändern sich jedoch nicht, es sind nach wie vor Mobile (+51 Prozent) und Bewegtbilder (+22 Prozent).

Laut einer Umfrage der Organisation Mediaagenturen (OMG) blicken die deutschen Medienagenturen optimistisch in die Zukunft. Trotz negativer Indikatoren wie die konjunkturellen Einbrüche in den BRIC-Ländern oder der anhaltende Ukraine-Konflikt gehen die Agenturchefs von einer Fortsetzung der positiven gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Jahr 2016 aus. Das bestätigt auch der „German Entertainment and Media Outlook“ von PwC, der für die kommenden Jahre einen sehr optimistischen Ausblick auf die Entwicklung der Werbeeinnahmen gibt. Eine aktuelle Erhebung der Mediaagentur Carat besagt, dass der Gesamtwerbemarkt in Deutschland 2015 lediglich um 1,6 Prozent wächst, während der Markt der digitalen Medien im Jahr 2015 um 6,9 Prozent zulegen wird. Die Prognose des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) rechnet sogar mit einem Wachstum von knapp 9 Prozent.

In Großbritannien, das ebenso wie Deutschland zu den Top 5 der weltweiten Werbemärkte gehört, wird das Wachstum vor allem durch steigende Budgets im Mobilbereich ausgehen. Die eMarketer-Experten erwarten, dass die Ausgaben für Mobile in diesem Jahr mit denen für Print gleich auf sind und in 2016 auch TV-Werbung überholen und somit die stärkste Kategorie darstellen. In Zahlen bedeutet das für 2015 eine Steigerung von 45 und für 2016 von 35 Prozent auf rund USD 1,8 Mrd.

4.4 Voraussichtliche Entwicklung der SYZYGY Gruppe

Sowohl die insgesamt positiven gesamtwirtschaftlichen Aussichten für Deutschland und Großbritannien als auch die nachhaltige Verschiebung von Marketingbudgets auf digitale Kanäle bieten der SYZYGY Gruppe sehr gute Rahmenbedingungen für weiteres Wachstum. Reine Online-Werbung, auf die sich die oben aufgeführten Statistiken beziehen, stellt dabei lediglich eine Facette des komplexen digitalen Marketings dar und repräsentiert nur einen Teil des Leistungsspektrums der Gruppe.

Die SYZYGY Gruppe hält die im Geschäftsbericht gegebene Prognose aufrecht und geht davon aus, ihre Umsatzerlöse im laufenden Geschäftsjahr organisch um rund 20 Prozent auf etwa EUR 55,0 Mio. steigern zu können. Das operative Ergebnis wird sich voraussichtlich überproportional zu den Umsatzerlösen erhöhen. Alle Segmente werden zum Wachstum beitragen.

Das Ergebnis je Aktie wird sich voraussichtlich auf rund EUR 0,40 erhöhen.

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

Bad Homburg v. d. H., den 28. Oktober 2015
SYZYGY AG

Der Vorstand

Konzernbilanz

AKTIVA	30.09.2015	30.09.2014	31.12.2014
	TEUR	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäfts- oder Firmenwerte	26.011	23.716	25.362
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	3.477	3.525	3.335
Sonstige Vermögenswerte	671	636	635
Aktive latente Steuern	1.236	1.845	1.238
Summe langfristige Aktiva	31.395	29.722	30.570
Kurzfristige Aktiva			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	5.238	9.113	13.017
Wertpapiere	20.497	20.165	22.157
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	20.716	15.133	16.039
Sonstige Forderungen	1.485	1.406	1.670
Summe kurzfristige Aktiva	47.936	45.817	52.883
Summe Aktiva	79.331	75.539	83.453
PASSIVA	30.09.2015	30.09.2014	31.12.2014
	TEUR	TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital*	12.828	12.828	12.828
Kapitalrücklage	20.306	20.294	20.294
Eigene Aktien	-739	-831	-831
Übriges Konzernergebnis	-343	892	1.042
Gewinnrücklagen	16.936	16.769	17.610
nicht beherrschende Anteile	356	-52	91
Summe Eigenkapital	49.344	49.900	51.034
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Verbindlichkeiten	3.373	1.512	3.373
Passive latente Steuern	151	136	120
Summe langfristige Verbindlichkeiten	3.524	1.648	3.493
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	983	2.162	174
Sonstige Rückstellungen	10.384	7.922	8.172
Erhaltene Anzahlungen	7.214	4.707	6.913
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6.103	8.559	11.467
Sonstige Verbindlichkeiten	1.779	641	2.200
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	26.463	23.991	28.926
Summe Passiva	79.331	75.539	83.453

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

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzerngesamtergebnis- rechnung

	3. Quartal			Januar-September		
	2015	2014	Veränd.	2015	2014	Veränd.
	TEUR	TEUR		TEUR	TEUR	
Billings	39.604	34.499	15%	108.127	93.245	16%
Mediakosten	-25.374	-22.727	12%	-66.264	-58.900	13%
Umsatzerlöse	14.230	11.772	21%	41.863	34.345	22%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen	-10.534	-8.484	24%	-30.601	-24.483	25%
Vertriebs- und Marketingkosten	-1.354	-1.217	11%	-3.849	-3.515	10%
Allgemeine Verwaltungskosten	-1.478	-1.153	28%	-3.967	-3.515	13%
Sonstige betriebliche Erträge/ Aufwendungen, netto	446	88	407%	410	209	96%
Operatives Ergebnis	1.310	1.006	30%	3.856	3.041	27%
Finanzergebnis	504	545	-8%	1.584	1.703	-7%
Sondereffekte aus Erst- und Entkonsolidierung	0	0	-	0	335	-100%
Ergebnis vor Steuern	1.814	1.551	17%	5.440	5.079	7%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-491	-451	9%	-1.408	-1.324	6%
Konzernergebnis der Periode	1.323	1.100	20%	4.032	3.755	7%
davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Anteile	37	65	-43%	263	197	34%
davon Ergebnisanteil der Aktionäre der SYZYG AG	1.286	1.035	24%	3.769	3.558	6%
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden	0	0	-	0	0	-
Posten, die anschließend mög- licherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden						
Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung	-993	350	-	968	1.367	-29%
Erfolgsneutrale Änderung un- realisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren nach Steuern	-1.200	-300	300%	-2.351	-120	1.859%
Übriges Gesamtergebnis der Periode	-2.193	50	-	-1.383	1.247	-211%
Gesamtergebnis	-870	1.215	-	2.649	5.002	-47%
davon Gesamtergebnisanteil nicht beherrschender Anteile	35	48	-27%	265	197	35%
davon Gesamtergebnisanteil der Aktionäre der SYZYG AG	-905	1.167	-178%	2.384	4.805	-50%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (unverwässert in EUR)	0,10	0,08	25%	0,30	0,28	7%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (verwässert in EUR)	0,10	0,08	25%	0,30	0,28	7%

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzerneigenkapital- veränderungsrechnung

	Anzahl Aktien (in 1.000)	Gezeichnetes Kapital		Kapitalrücklage	Eigene Aktien	Gewinnrücklage	Übriges Konzern- ergebnis			Summe Eigenkapital
		Stück	TEUR				TEUR	Währungsumrechnung	Unrealisierte Gewinne und Verluste	
1. Januar 2014	12.828	12.828	20.207	-554	16.789	-1.611	1.256	48.915	-238	48.677
Konzernergebnis der Periode					4.399			4.399	340	4.739
Sonstiges Ergebnis						1.169	228	1.397	0	1.397
Gesamtergebnis					4.399	1.169	228	5.796	340	6.136
Veränderungen aus Erstkonsolidierung und Anteilsveränderungen								0	-11	-11
Dividende					-3.578			-3.578		-3.578
Verkauf eigener Anteile			87	328				415		415
Kauf eigener Anteile				-605				-605		-605
31. Dez. 2014	12.828	12.828	20.294	-831	17.610	-442	1.484	50.943	91	51.034
1. Januar 2015	12.828	12.828	20.294	-831	17.610	-442	1.484	50.943	91	51.034
Konzernergebnis der Periode					3.769			3.769	263	4.032
Sonstiges Ergebnis						966	-2.351	-1.385	2	
Gesamtergebnis					3.769	966	-2.351	2.384	265	2.649
Dividende					-4.443			-4.443		-4.443
Verkauf eigener Anteile			12	92				104		104
30. Sept. 2015	12.828	12.828	20.306	-739	16.936	524	-867	48.988	356	49.344

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzernkapitalfluss- rechnung

	Januar-September		
	2015	2014	2014
	TEUR	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	4.032	3.755	4.739
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:			
– Abschreibungen auf Wertpapiere des Umlaufvermögens	0	57	0
– Abschreibungen auf Anlagevermögen	826	777	2.554
– Gewinne und Verluste aus dem Verkauf von Wertpapieren	-968	-868	-1.034
– Erträge (-)/Aufwendungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögenswerten	13	52	61
– Neubewertungseffekte aus der Erstkonsolidierung von Ars Thanea	0	-650	-2.031
– Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	380	758	841
Veränderungen der:			
– Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-3.888	-723	-2.058
– erhaltenen Anzahlungen	73	1.633	3.680
– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.336	3.798	6.141
– Steuerschulden und latente Steuern	857	780	1.517
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	-3.011	9.369	14.410
Veränderung der langfristigen Aktiva	230	-13	122
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-917	-996	-1.380
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-34.288	-27.962	-37.972
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	34.186	26.206	34.817
Erwerb von konsolidierten Unternehmen abzüglich erworbener flüssiger Mittel	0	-890	-907
Erträge aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	10	10
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-789	-3.645	-5.310
Dividende	-4.443	-3.578	-3.578
Eigenkapitalzuführungen von nicht beherrschenden Anteilen	0	-11	-11
Veränderungen von eigenen Anteilen	0	-190	-190
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-4.443	-3.779	-3.779
Cashflow gesamt	-8.243	1.945	5.321
Liquide Mittel zum Periodenanfang	13.017	6.728	6.728
Währungsveränderungen	464	440	968
Liquide Mittel zum Periodenende	5.238	9.113	13.017

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Ausgewählte erläuternde Anhangangaben

Rechnungslegung

Der Finanzbericht der SYZYGY AG für die ersten 9 Monate 2015 umfasst nach den Vorschriften des § 37 y WpHG i. V. m. § 37 w Abs. 2 WpHG einen Konzernzwischenabschluss und einen Konzernzwischenlagebericht. Der Konzernzwischenabschluss wurde nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) für die Zwischenberichterstattung aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Dabei wurde der ungeprüfte Zwischenabschluss unter Beachtung der Regelungen des IAS 34 sowie in Übereinstimmung mit DRS 16 erstellt. Dementsprechend wurde ein verkürzter Berichtsumfang gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 gewählt. Der Lagebericht wurde unter den anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt.

Die Rechnungslegungs- und Konsolidierungsgrundsätze werden angewendet, wie im Konzernanhang zum Geschäftsbericht 2014 beschrieben. Ebenso werden die einzelnen Positionen der Bilanz und der Konzerngesamtergebnisrechnung zu den gleichen Bewertungsgrundsätzen dargestellt, wie sie im Geschäftsbericht 2014 beschrieben und angewendet wurden. Die vorliegenden Geschäftszahlen und -angaben sind daher im Zusammenhang mit dem Geschäftsbericht zum Konzernabschluss 2014 zu lesen.

Geschäftstätigkeit der SYZYGY Gruppe

Die SYZYGY Gruppe ist ein international tätiger Kreativ-, Technologie- und Mediadienstleister rund um digitales Marketing.

Die SYZYGY AG nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr, indem sie zentrale Dienstleistungen im Bereich Strategie, Kreation, Planung, Technologieentwicklung, Administration, Rechnungswesen, IT-Infrastruktur und Finanzierung erbringt. Ferner unterstützt die SYZYGY AG die Tochtergesellschaften bei Neugeschäftsaktivitäten und realisiert 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, München, London, Warschau und New York bieten sie Großunternehmen ein ganzheitliches Dienstleistungsspektrum: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung von Markenplattformen, Business Applikationen, Websites, Online-Kampagnen und Mobile Apps. Einen bedeutenden Geschäftsbereich stellen darüber hinaus Online Media-Services wie Mediaplanung, Suchmaschinenmarketing und -optimierung sowie Affiliate Programme dar. Digitale Illustrationen, Animationen und Gaming komplettieren das Serviceangebot.

Die Geschäftsschwerpunkte liegen in den Branchen Automobile, Telekommunikation/IT, Konsumgüter sowie Finanzdienstleistungen.

Konsolidierungskreis und -grundsätze

In den Konzernabschluss zum 30. September 2015 wurden neben der SYZYG AG folgende Tochterunternehmen vollkonsolidiert:

- (1) Ars Thanea ska, Warschau, Polen
(kurz: Ars Thanea)
- (2) Hi-ReSI Berlin GmbH, Berlin, Deutschland
(kurz: Hi-ReSI BER)
- (3) Hi-ReSI London Ltd, London, Großbritannien
(kurz: Hi-ReSI LON)
- (4) Hi-ReSI New York Inc, New York City,
Vereinigte Staaten von Amerika
(kurz: Hi-ReSI NY)
- (5) SYZYG Deutschland GmbH,
Bad Homburg v.d.H., Deutschland
(kurz: SYZYG Deutschland)
- (6) SYZYG München GmbH, München,
Deutschland (kurz: SYZYG MUC)
- (7) SYZYG UK Ltd, London, Großbritannien
(kurz: SYZYG UK)
- (8) unquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland
(kurz: unquedigital)
- (9) Unique Digital Marketing Ltd, London,
Großbritannien (kurz: Unique Digital UK)

Angaben zu den allgemeinen Konsolidierungsgrundsätzen finden sich im Geschäftsbericht des Jahres 2014 ab Seite 64.

Segmentberichterstattung

Die Anwendung des IFRS 8 fordert eine Segmentberichterstattung entsprechend der internen Steuerung des Konzerns (Management-Approach). 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 Deutschland enthält die Hi-ReSI Berlin GmbH, die SYZYGY Deutschland GmbH, SYZYGY München GmbH sowie die unquedigital GmbH. Das Segment Großbritannien umfasst SYZYGY UK Ltd, Unique Digital Marketing Ltd und Hi-ReSI London Ltd. Die Gesellschaften Ars Thanea ska in Polen und Hi-ReSI New York Inc aus den Vereinigten Staaten sind keinem der beiden geographischen Segmente zuordenbar und aufgrund ihrer Größe auch nicht berichtspflichtig, so dass sie im Bereich „Sonstige Segmente“ zusammengefasst sind.

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 operativen Ergebnisses (EBIT). Die Transaktionen innerhalb der Segmente, die grundsätzlich zu Marktpreisen verrechnet werden, wurden eliminiert.

Das Segmentvermögen entspricht der Summe aller Aktiva zuzüglich der 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, gemindert um die Verbindlichkeiten, die auf Unternehmen des gleichen Segments entfallen.

30.09.2015	Deutschland	Großbritannien	Sonstige Segmente	Zentralfunktionen und Konsolidierung	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Billings	50.841	25.417	32.706	-837	108.127
Mediakosten	-26.406	-13.115	-26.743	0	-66.264
Umsatzerlöse	24.435	12.302	5.963	-837	41.863
davon Innenumsätze	330	263	101	-694	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.789	1.226	1.161	-2.320	3.856
Finanzergebnis	97	12	-24	1.499	1.584
Ergebnis vor Steuern (EBT)	3.886	2.334	1.137	-1.917	5.440
Vermögenswerte	26.308	22.344	17.830	12.849	79.331
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.552	6.618	0	26.011
Investitionen	754	67	62	14	897
Abschreibungen	515	163	121	27	826
Segmentsschulden	13.180	6.672	10.075	60	29.987
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	265	127	81	19	492

30.09.2014	Deutschland	Großbritannien	Other Segments	Zentralfunktionen und Konsolidierung	Summe
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Billings	48.034	27.291	18.737	-817	93.245
Mediakosten	-28.075	-15.449	-15.376	0	-58.900
Umsatzerlöse	19.959	11.842	3.361	-817	34.345
davon Innenumsätze	644	680	92	-1.416	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	2.784	1.882	524	-2.149	3.041
Finanzergebnis	37	11	1	1.654	1.703
Ergebnis vor Steuern (EBT)	2.821	2.385	525	-652	5.079
Vermögenswerte	26.144	28.961	11.516	8.918	75.539
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	11.374	3.501	0	23.716
Investitionen	466	152	493	1	1.112
Abschreibungen	450	121	197	9	777
Segmentsschulden	14.628	7.058	7.635	-3.682	25.639
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	217	132	78	20	447

Eigene Aktien

SYZYGY ist berechtigt, eigene Aktien wieder zu veräußern, einzuziehen oder sie Dritten im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen anzubieten. Der Gesellschaft stehen aus eigenen Aktien keine Dividenden- oder Stimmrechte zu. Der Umfang des Aktienrückkaufs wird als Abzugsposten vom Eigenkapital in einer eigenen Position ausgewiesen.

In der Berichtsperiode wurden 16.562 eigene Aktien aus dem Bestand an die ehemaligen Gesellschafter von Hi-ReSI LON im Zuge der Kaufpreiszahlung übertragen. Gewinne aus der Veräußerung eigener Aktien in Höhe von TEUR 12 wurden erfolgsneutral den Kapitalrücklagen zugerechnet.

Zum 30. September 2015 befanden sich somit 133.438 eigene Aktien zu durchschnittlichen Anschaffungskosten von EUR 5,54 im Bestand des Unternehmens.

Directors' Dealings

Wertpapiergeschäfte des Managements von börsennotierten Aktiengesellschaften mit Aktien des eigenen Unternehmens bezeichnet man als Directors' Dealings. Im Berichtszeitraum bis zum 30. September hat das Vorstandsmitglied Marco Seiler 106.842 Aktien zum durchschnittlichen Kurs von EUR 9,13 veräußert und das Vorstandsmitglied Andrew P. Stevens 20.000 SYZYGY Aktien zum durchschnittlichen Kurs von EUR 7,86. Ansonsten fanden im Berichtszeitraum keine Transaktionen der Organmitglieder statt.

Die Aktienbestände der Organe und die erfolgten Transaktionen sind in den folgenden Tabellen dargestellt:

Vorstände: Aktien

Anzahl	Marco Seiler	Andrew P. Stevens	Erwin Greiner	Summe
Stand 31.12.2014	538.121	325.000	0	863.121
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	-106.842	-20.000	0	-126.842
Stand 30.09.2015	431.279	305.000	0	736.279

Aufsichtsräte: Aktien

Anzahl	Michael Mädél	Wilfried Beeck	Ralf Hering	Summe
Stand 31.12.2014	20.000	120.000	0	140.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 30.09.2015	20.000	120.000	0	140.000

Vorstände: Optionen

Anzahl	Marco Seiler	Andrew Stevens	Erwin Greiner	Summe
Stand 31.12.2014	72.000	120.000	60.000	252.000
Zugänge	0	0	0	0
Abgänge	-72.000	-120.000	-24.000	-216.000
Stand 30.09.2015	0	0	36.000	36.000

Optionen

Anstatt der Ausgabe von Aktien vergütet die Gesellschaft die Differenz zwischen Ausübungspreis und dem Aktienkurs im Ausübungszeitpunkt in bar. Entsprechend sind die Verpflichtungen zeitanteilig in einer Rückstellung erfasst.

Die Aufsichtsratsmitglieder halten keine Optionen.

Aktionärsstruktur

Die Aktionärsstruktur zum 30. September 2015 hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2014 leicht verändert. Die WPP-Gruppe hat zum Stichtag 30. September 2015 weiterhin 30,0 Prozent, Marco Seiler 3,4 Prozent und Andrew Stevens 2,4 Prozent der Aktien gehalten. Der Bestand eigener Aktien hat sich von 1,2 Prozent auf 1,0 Prozent verringert. Der Streubesitz lag damit bei 63,2 Prozent. Die Gesamtzahl der Aktien betrug zum Stichtag 12.828.450 Stück.

Transaktionen nach dem 30. September 2015

Im Rahmen des Übernahmeangebots durch die WPP Gruppe haben sowohl beide Vorstände als auch die Aufsichtsräte alle ihre Aktien zum Kurs von EUR 9,00 je Aktie verkauft. Vorstand und Aufsichtsrat halten daher seit 14. Oktober 2015 keine Aktien mehr.

Ereignisse nach dem 30. September 2015

Der Gesellschaft liegt ein Übernahmeangebot durch die WPP-Gruppe vor, das am 2. November 2015 endet. In einem ersten Angebotszeitraum vom 16. September bis 14. Oktober 2015 wurden insgesamt 2.177.465 Aktien angeboten. Dies entspricht 16,97 Prozent der Anteile. Ein zweiter Angebotszeitraum begann am 20. Oktober und endet am 2. November 2015.

Bad Homburg v. d. H., den 28. Oktober 2015
SYZYG AG

Der Vorstand

Finanzkalender 2015/2016

Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt	/	23. November 2015
Münchener Kapitalmarktkonferenz, München	/	8. Dezember 2015
Geschäftsbericht 2015	/	30. März 2016
Zwischenbericht zum 31. März 2016	/	29. April 2016
Zwischenbericht zum 30. Juni 2016	/	29. Juli 2016
Zwischenbericht zum 30. September 2016	/	28. Oktober 2016

SYZYG AG

Investor Relations
Im Atzelnest 3
61352 Bad Homburg

Ansprechpartnerin:
Susan Wallenborn

t +49 6172 9488-252

e ir@syzygy.net

i ir.syzygy.net