

SYZYGY AG

/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Bericht des Vorstands





SYZYGY AG

/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Das Geschäftsjahr 2025



- Wirtschaftliches Umfeld in Deutschland belastete die Nachfrageentwicklung
- Besonders betroffen unsere Strategieberatung diffferent, aber auch das Performance Marketing
- Verlust eines großen Etats im Bereich Digital Experience
- Geopolitische Unsicherheit schwächte US-Geschäft von Ars Thanea
- Stabile Entwicklung im Technologiebereich
- In Summe 18% Rückgang der Umsatzerlöse

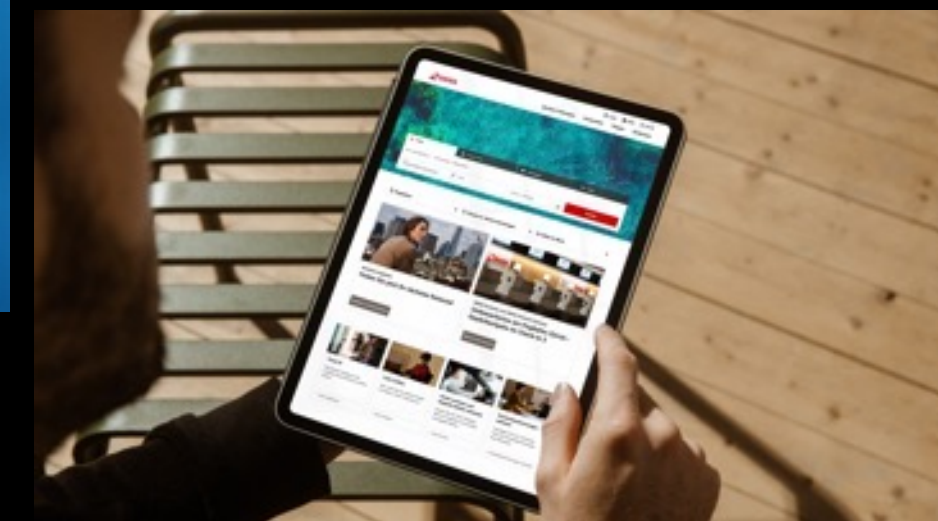
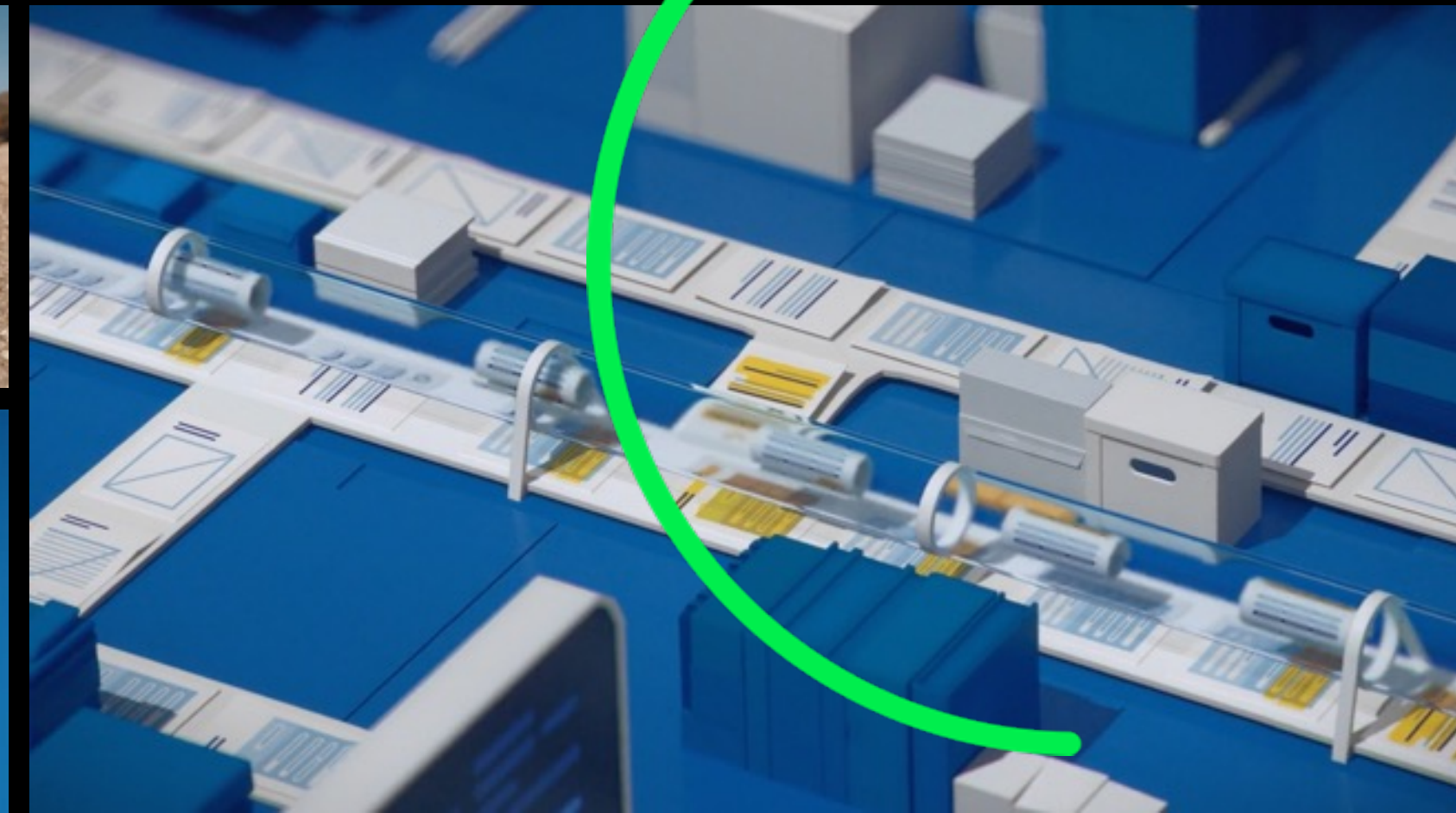
- Restrukturierungsaufwände und Investition in KI-Transformation belasteten operatives Ergebnis
- Positiver operativer Cashflow von rund EUR 5,3 Mio.
- Bankverbindlichkeiten vollständig zurückgeführt
- Entlastung der Bilanz: Firmenwertabschreibungen in Höhe von EUR 7,7 Mio.
- Grundsteine für nachhaltige Rückkehr zur Profitabilität gelegt



SYZYGY AG

/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Start in das Geschäftsjahr 2026



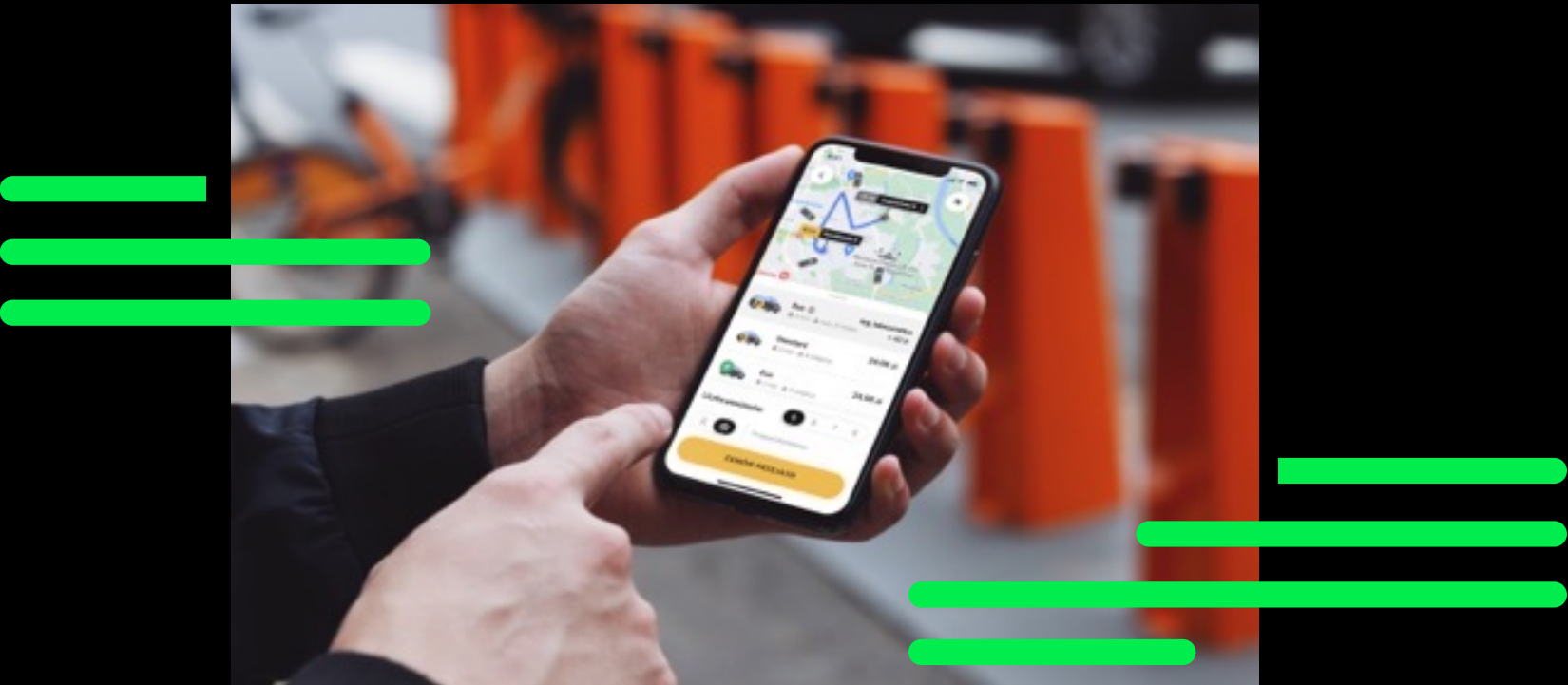
- Start im ersten Quartal auf Plan
- Rückkehr zur Profitabilität
- Gewinn von wesentlichen Neukunden im Kerngeschäft in Deutschland und Polen



SYZYGY AG

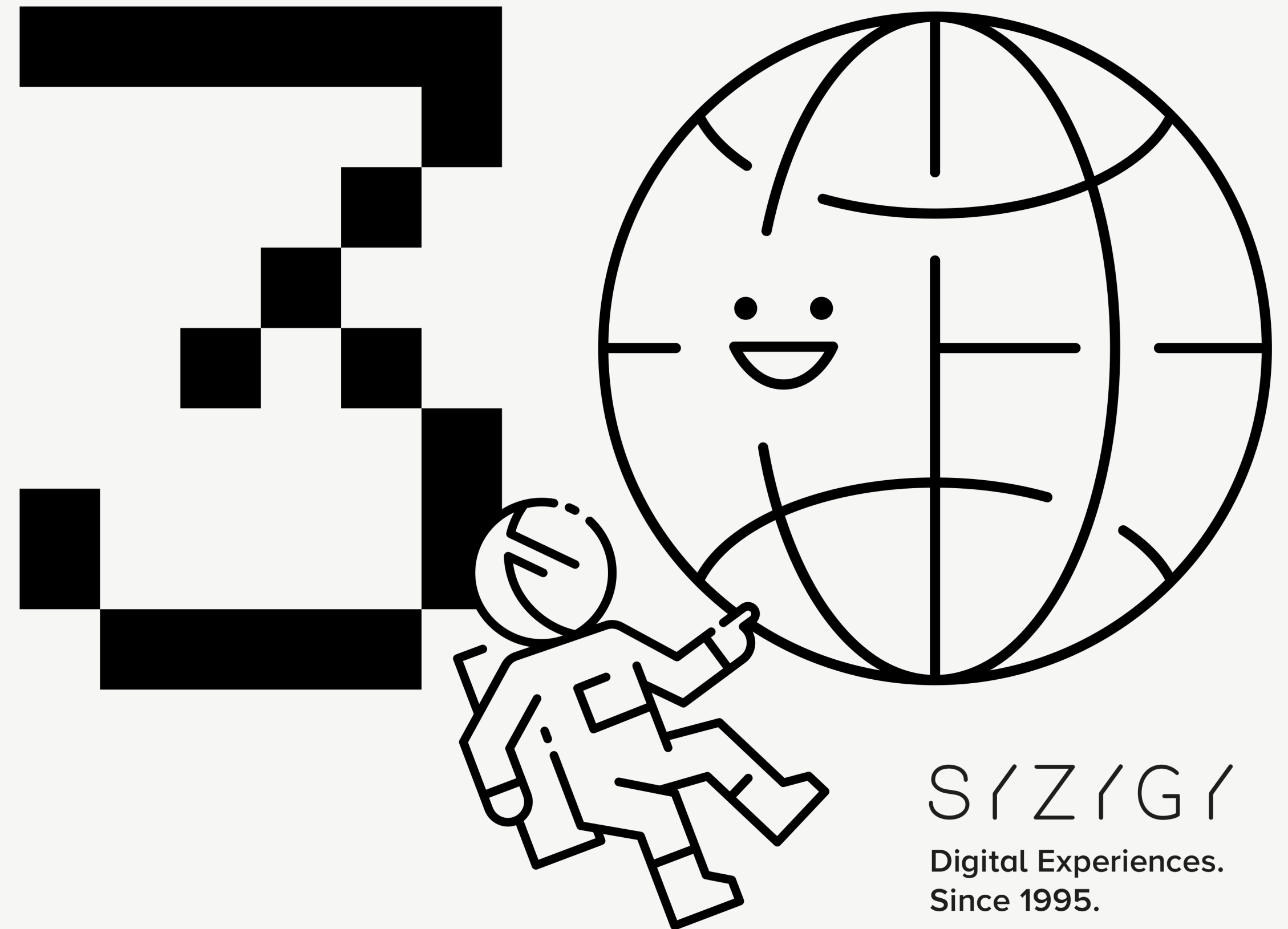
/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Wer wir sind



# Wir sind die SYZYGY Gruppe

Einer der führenden Beratungs- und  
Umsetzungspartner für ganzheitliche  
Digital Experience.



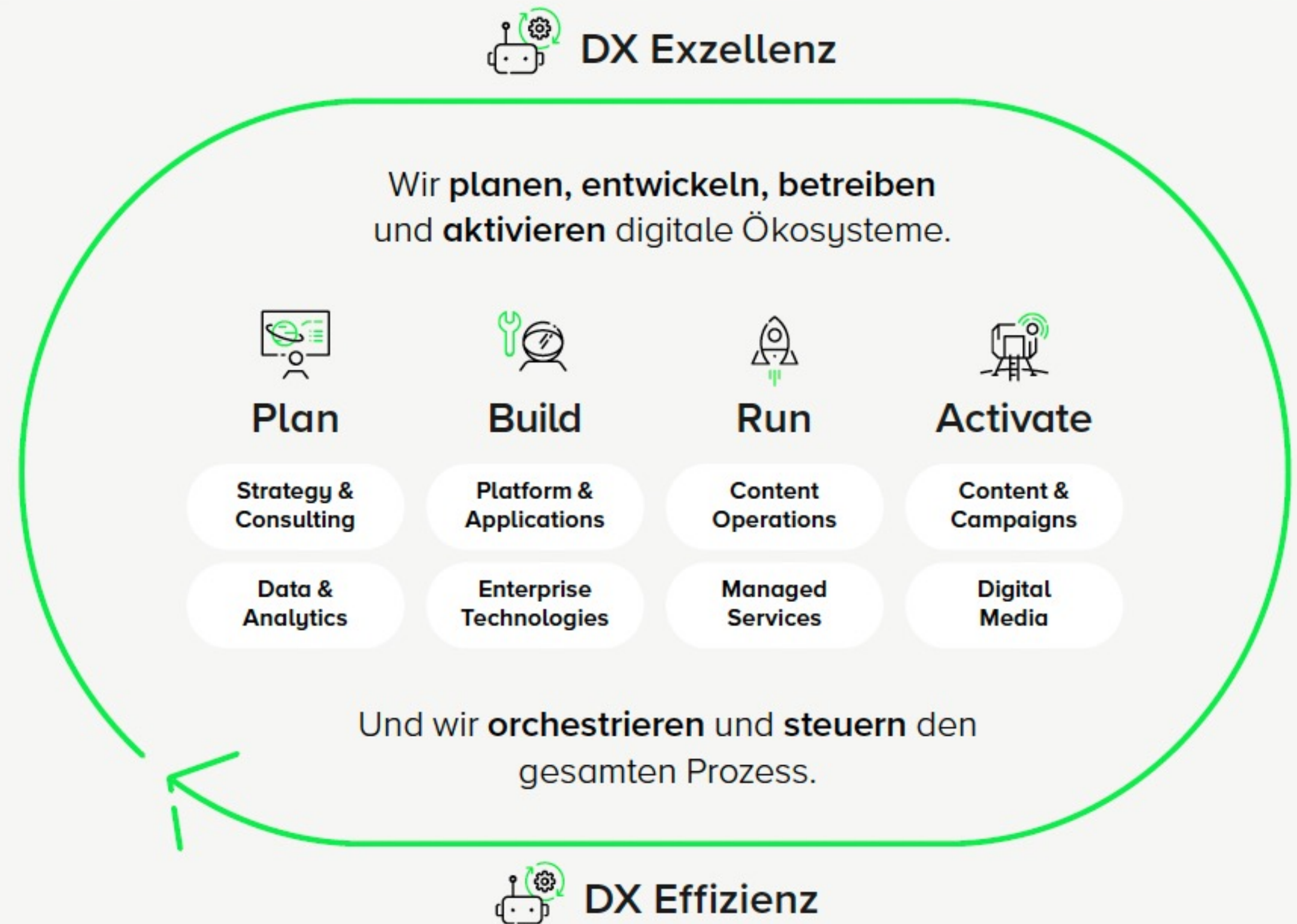


**Wir sind rund 500  
Expertinnen und Experten**  
in Strategie, Beratung,  
Design und Technologie.





# Digital Experiences. End-to-End Services.





# Unsere Gruppe.

S / Z / G /

S / Z / G /  
/ PERFORMANCE

S / Z / G /  
/ TECHSOLUTIONS

Beratungs- und Umsetzungspartner  
für Digital Experience

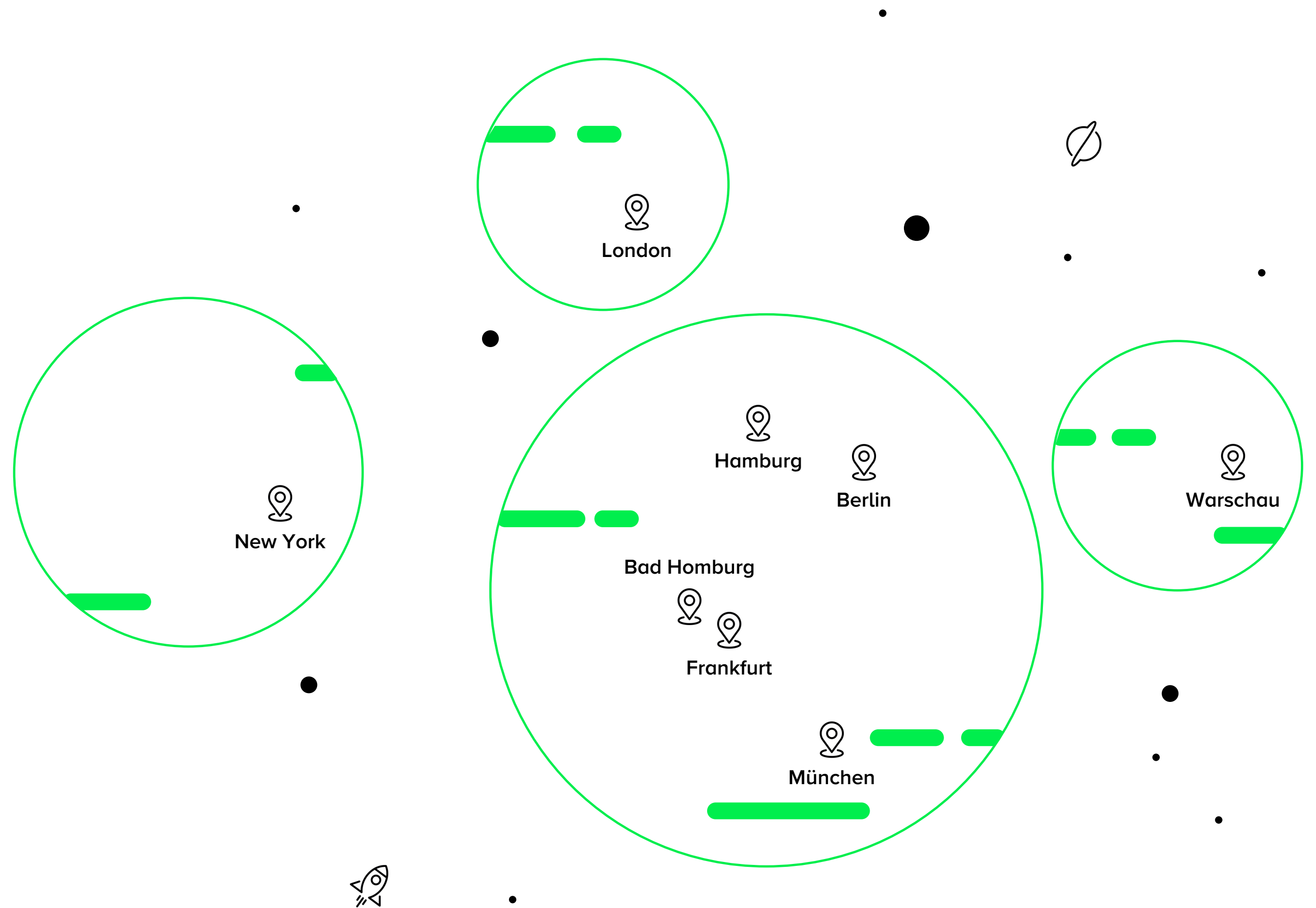
**diffferent**

Strategieberatung für  
Neues Wachstum

 **ArsThanea**

Creative Company

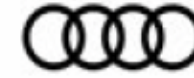
Wir betreuen unsere  
Kunden in **8 Niederlassungen**  
in vier **Ländern**.



Wir sind Teil des WPP-Netzwerks. Wir arbeiten eng mit dem globalen WPP-Netzwerk zusammen und sind der Digital-Experience-Experte für WPP-Agenturen und –Partner in der DACH-Region.



# Unsere Kunden.



Beiersdorf



BMW GROUP



B/S/H/

BUCHERER<sup>1888</sup>

COMMERZBANK 

condor 

Continental 



DKB  
Deutsche Kreditbank AG

— EnBW

energieag  
Oberösterreich



Haspa  
Hamburger Sparkasse

HILTI



HYUNDAI

LUFTHANSA GROUP



Miles & More

mobile.de



NDR<sup>1</sup>

Notare Bayern und Pfalz

O<sub>2</sub> Telefónica

PayPal

Paysafe 

PORSCHE

RTV EURO AGD

SAMSUNG



SENNHEISER

STIHL



WEMPE

worldpay

# Internetagentur Ranking

2026

# Top 15



6. Platz

Subranking:  
**Digitale Werbung/  
Kommunikation**

8. Platz

Subranking:  
**Plattformen**

12. Platz

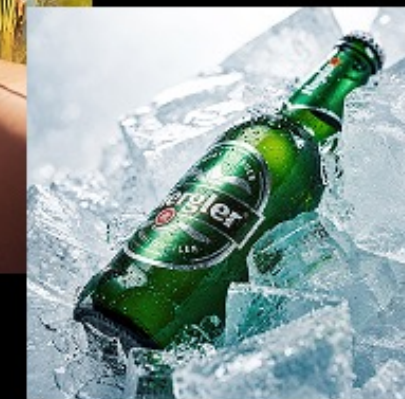
Subranking:  
**Digitale Transformation  
und Strategie**



SYZYGY AG

/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Unsere Strategie



# Ami



We believe that, in 2025, we may see the first AI agents “join the workforce” and materially change the output of companies.

—  
Sam Altman, OpenAI







„95 % der GenAI-Pilotprojekte  
liefern keinen messbaren ROI.

Die meisten bleiben im PoC  
stecken statt echten Geschäftswert  
zu schaffen.

---

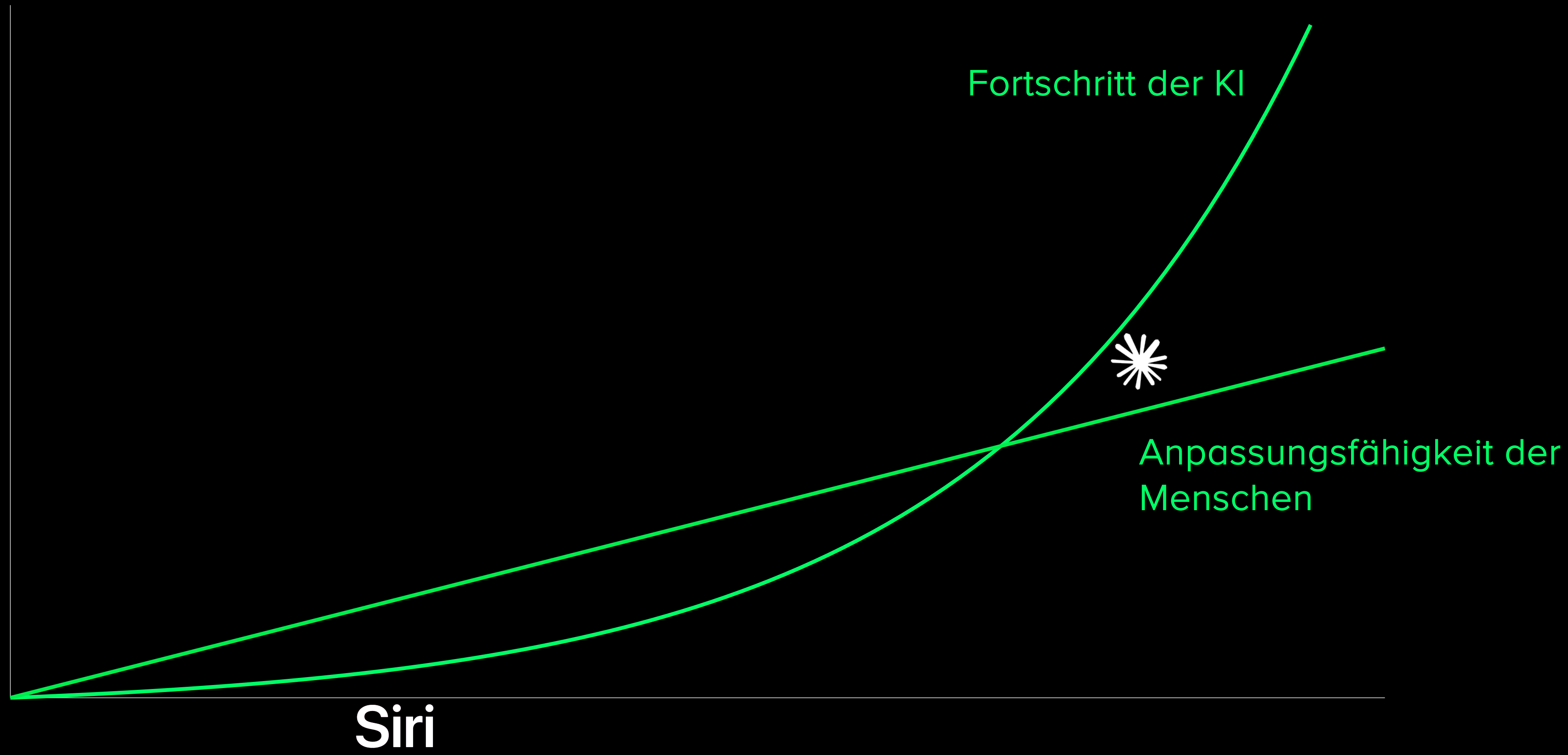
MIT - Networked Agents and Decentralized AI Initiative



# The GenAI Divide STATE OF AI IN BUSINESS 2025



/ **Unsere Strategie**  
Das KI-Produktivitätsparadoxon



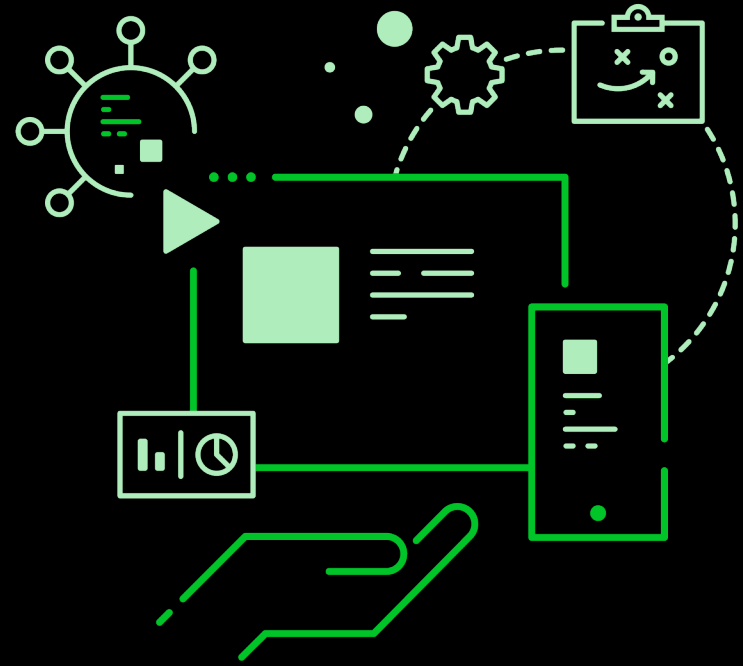




Die KI-Ära stellt die massivste Transformation der Wissensarbeit in der Menschheitsgeschichte dar.  
**Diese Transformation braucht Menschen, die mit Mut, Können und Optimismus die Chancen erkennen und Unternehmen helfen, Potenziale zu heben.**  
**Wir bei SYZYGY versammeln rund 500 dieser Menschen.**

—

# So überwinden wir das KI-Produktivitätsparadoxon.



## Fit for Purpose

Kundenspezifisch.



## Proof of Value

Messbar.



## Experts in the Lead

Menschlich.



## Unsere Strategie

### Unsere KI-Lösungen

#### AI-powered Insights

KI-gestützte Analyse von Daten und Research liefert schneller umsetzbare Erkenntnisse, bessere Entscheidungen und messbaren Geschäftserfolg.

#### AI-powered Experience

Personalisierte, kontextbasierte Kundenerlebnisse über alle Touchpoints hinweg – relevant, adaptiv und nachweislich wirksam.

#### AI-powered Production

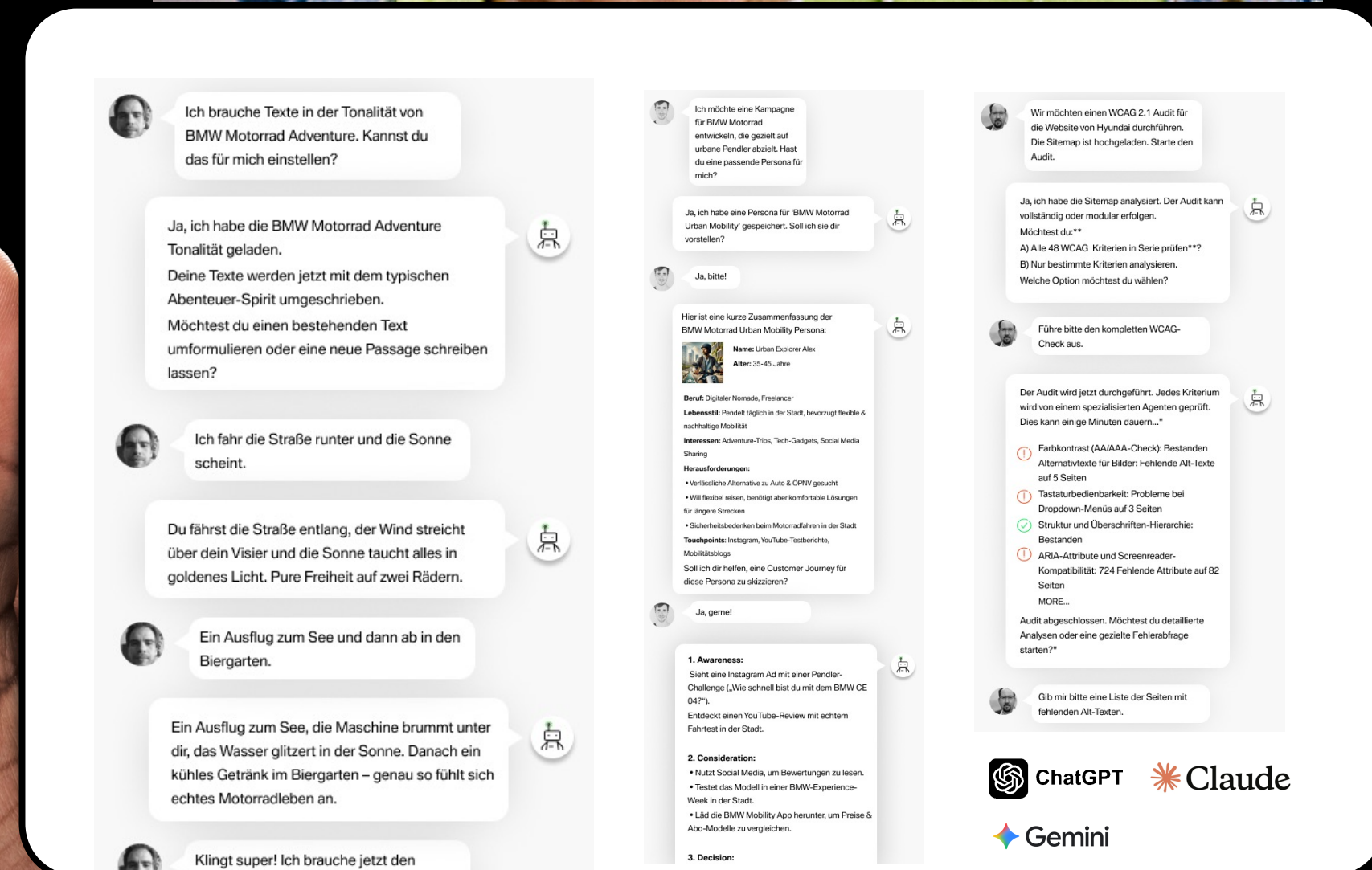
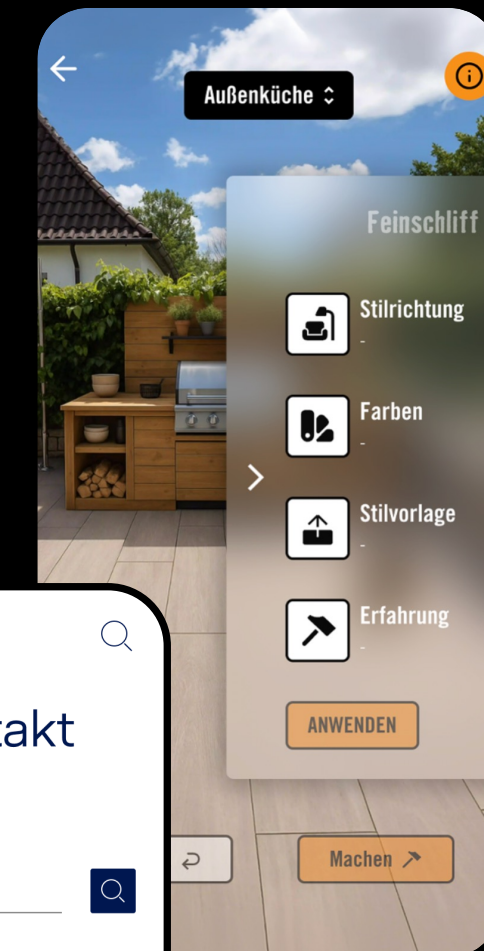
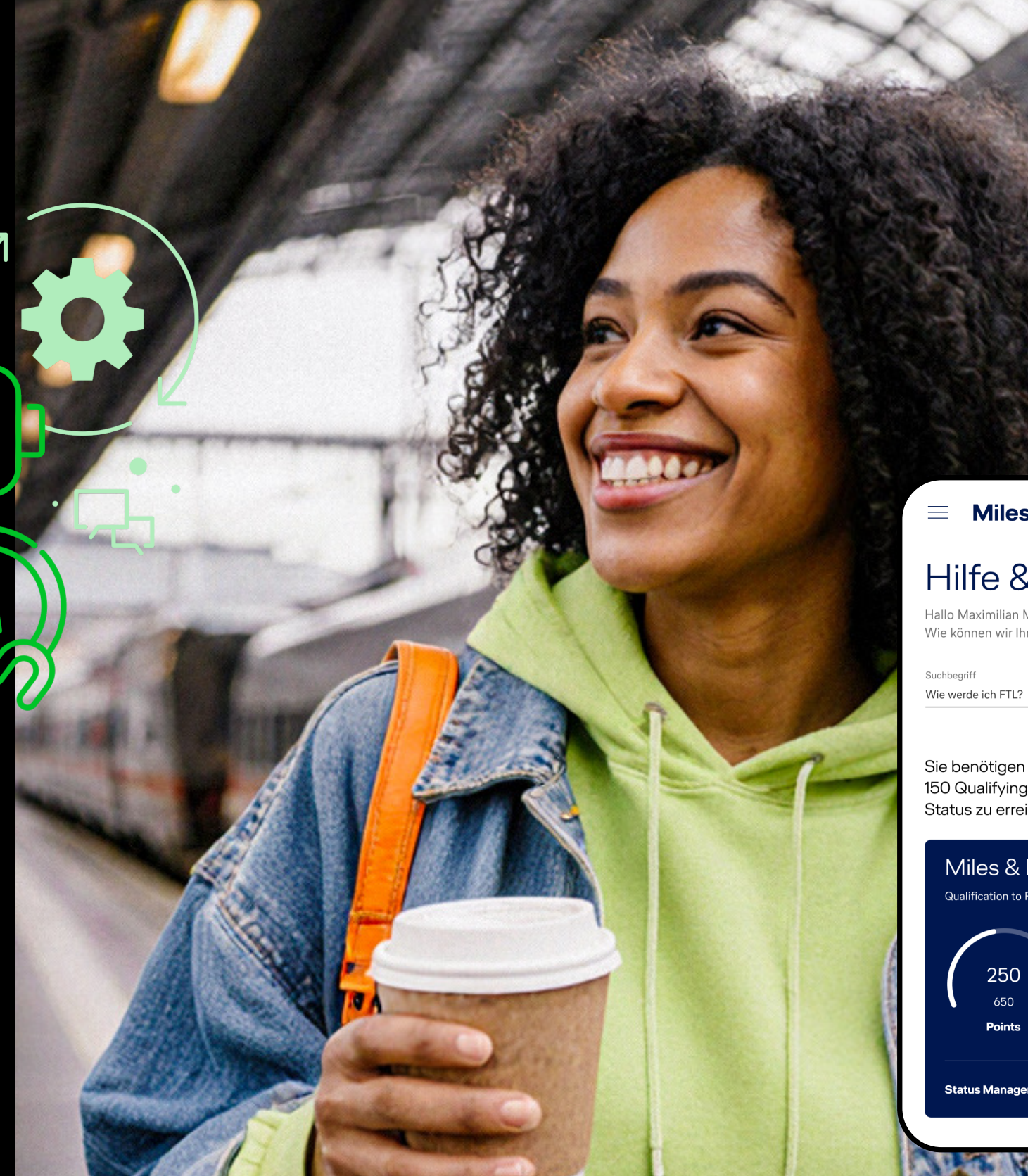
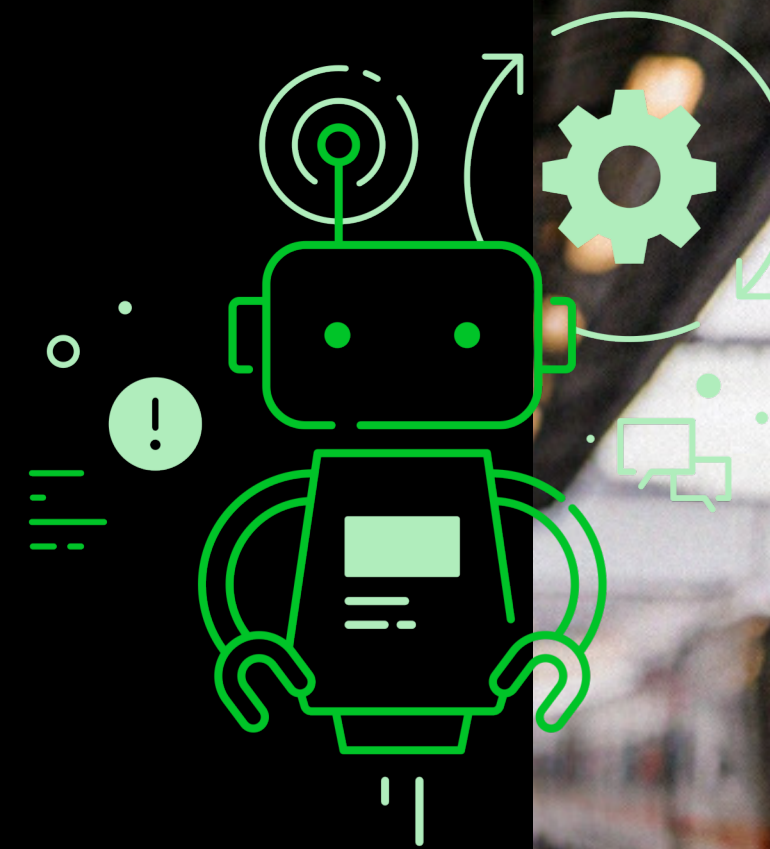
KI-gestützte Content-Produktion. Schnell, effizient und als integriertes System mit klarer Governance gesteuert. Für konsistente Qualität über alle Kanäle.

#### AI-powered Operations

Agentische Workflows orchestrieren Prozesse entlang der gesamten Marketing-Wertschöpfungskette – für mehr Effizienz, Qualität und Skalierung.

#### AI-ready Organisation

Wir befähigen Organisationen, KI strategisch, operativ und rechtskonform einzusetzen. Immer mit klarer Governance, Skalierbarkeit und Expertenführung.

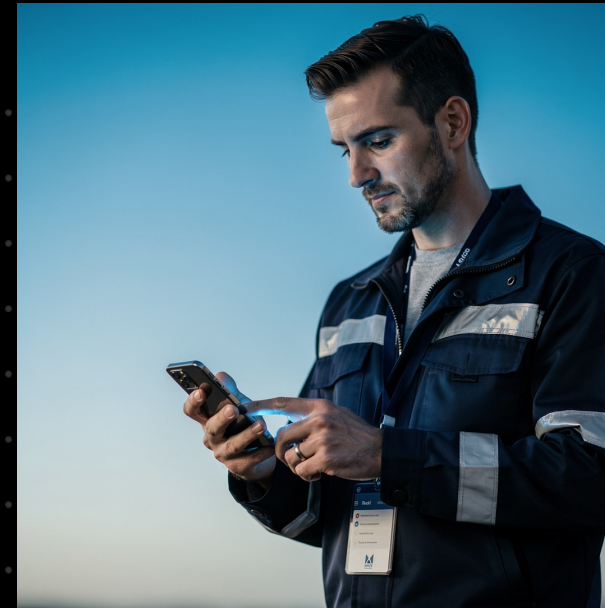


ChatGPT Claude Gemini



✓ **AI-powered Production**

RAIN - Die neue Welt der KI-Bildproduktion.



# RAIN

Welche Welt willst du  
heute erschaffen?



Beschreibe Motiv





# Entwickelt für die Anforderungen von IT, Datenschutz und Compliance.

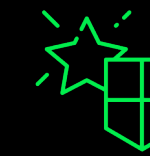
## NUTZUNGSVEREINBARUNG

Rechtliche Prüfung und Risikobewertung in Abgleich mit Richtlinien und rechtlichen Rahmenbedingungen



### KI-Vorgaben

Keine Hochrisiko-KI, Nutzung dokumentiert, auf Bias geprüft und transparent gekennzeichnet.



### Nutzungsrecht

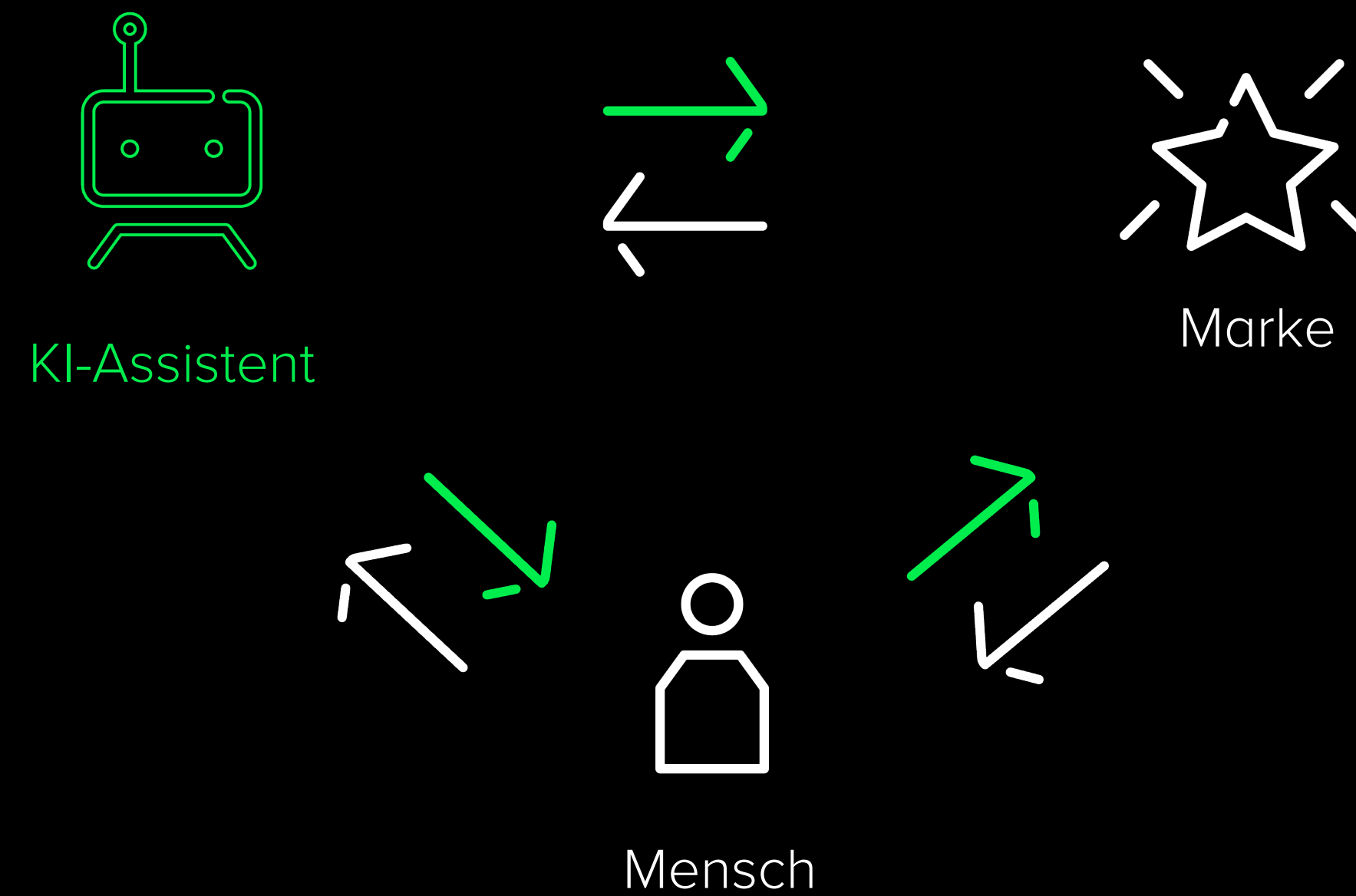
Inhalte geprüft, dokumentiert und vertraglich geregelt.



### DSGVO

Eigene Cloud Infrastruktur und abgesicherte Tools. Lösbarkeit von Trainingsdaten..





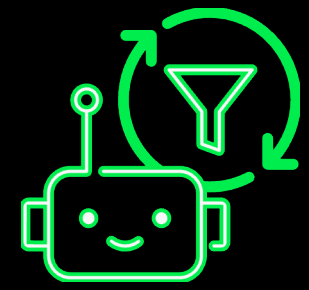
Das Konsumentenverhalten verändert sich.  
KI-Assistenten werden zum Berater & Gatekeeper.

Scoping & Zieldefinition  
Produkte, Zielgruppen und Anwendungsfälle



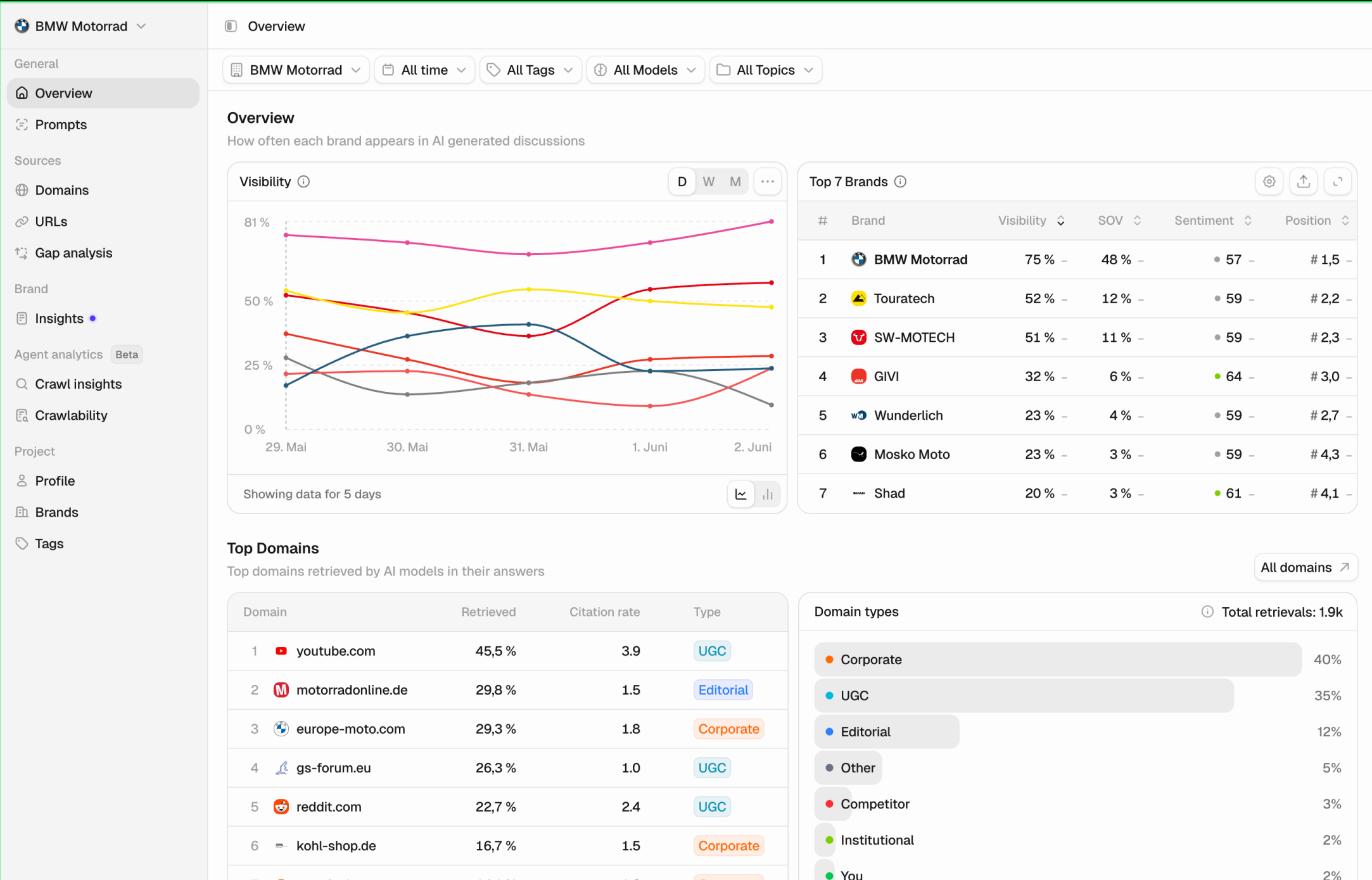
### Sichtbarkeitsanalyse

Wie und wann erscheinen Marke, Produkte und Services in KI-Assistenten



### Kontextanalyse

In welchem Kontext wird Marke, Produkt oder Service durch KI-Assistenten verstanden und empfohlen.



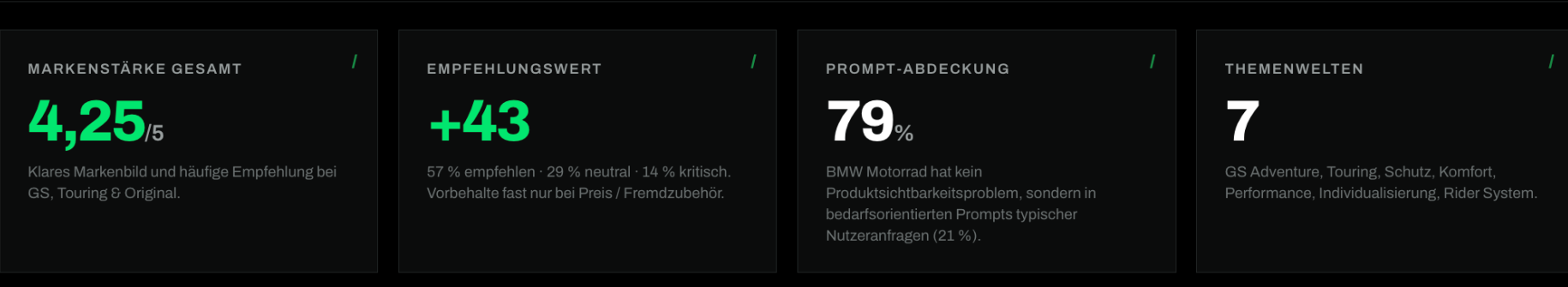
/ WAHRNEHMUNGSANALYSE BMW MOTORRAD · FOKUS DEUTSCHLAND / DACH

BMW Motorrad gewinnt, wo Bedürfnisse konkret werden.  
Wachstum entsteht mit der Verbreiterung der Nutzungskontexte.

In den Antworten von KI-Assistenten ist BMW Motorrad Zubehör stark verankert — aber ungleich verteilt. Sehr sichtbar bei GS, Adventure, Touring und Originalzubehör; schwächer bei allgemeinen Einstiegsfragen. Der Hebel: Zubehör nicht aus der Sortimentslogik, sondern entlang echter Fahrerfragen und Customer Journeys erzählen. Die Kennzahlen dieses Reports beziehen sich auf den Markt Deutschland / DACH; marktspezifische Profile für USA, Italien & Brasilien im Reiter „Märkte“.

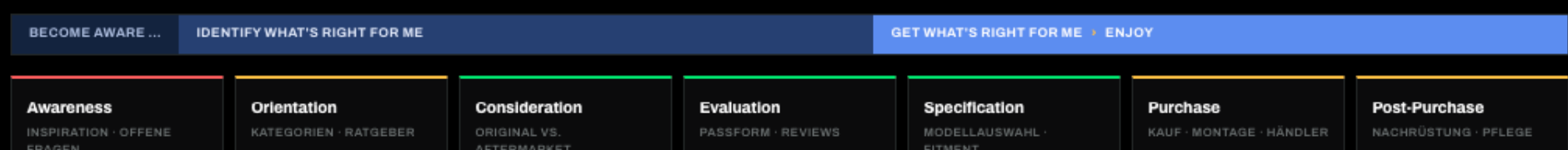
/ 01 Kennzahlen auf einen Blick

STAND 27.05.2026

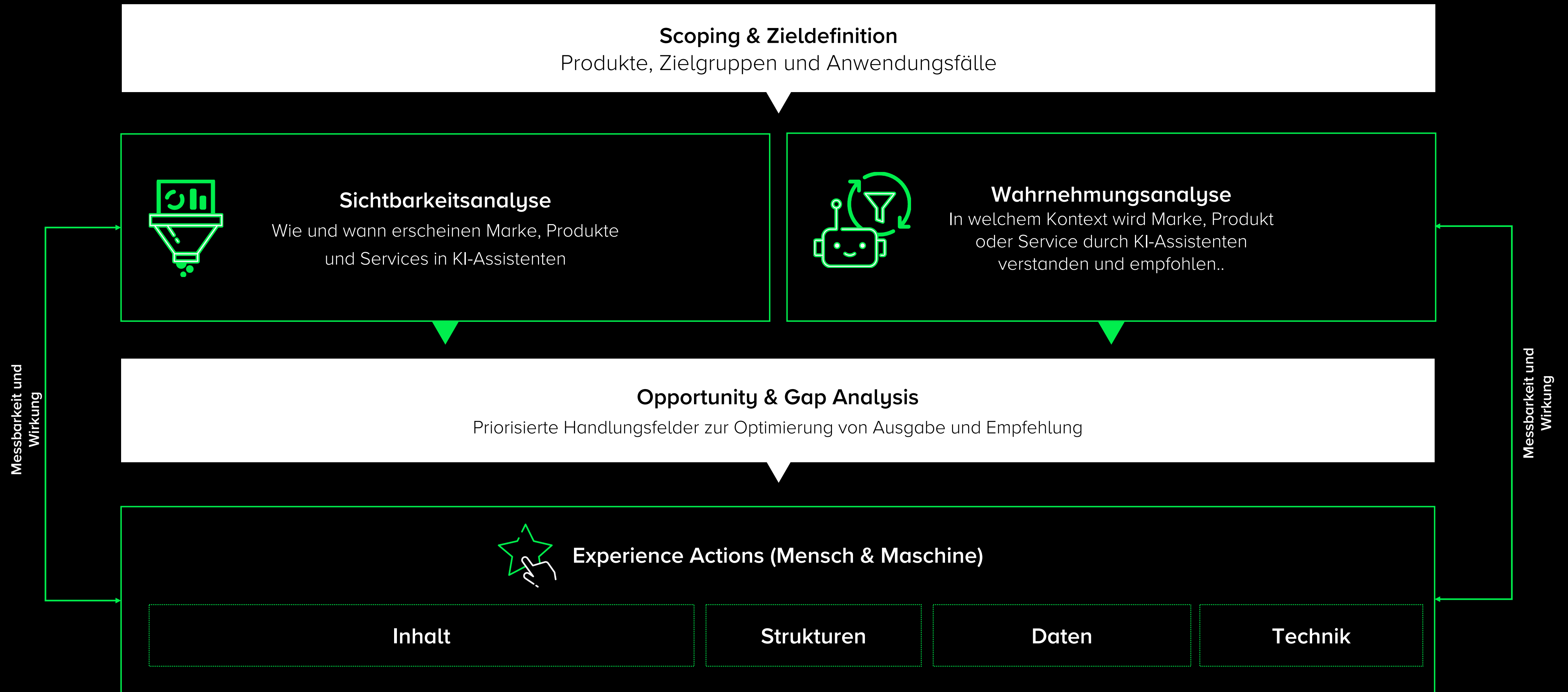


/ 04 Sichtbarkeit entlang der Journey

SICHTBARKEIT IN KI-ANTWORTEN JE PHASE · DACH

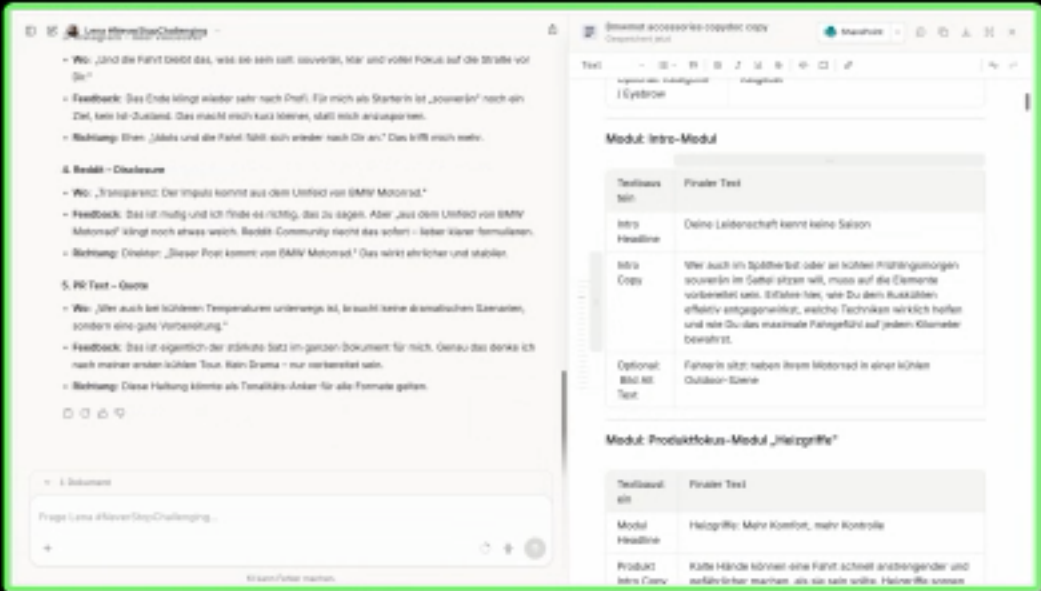




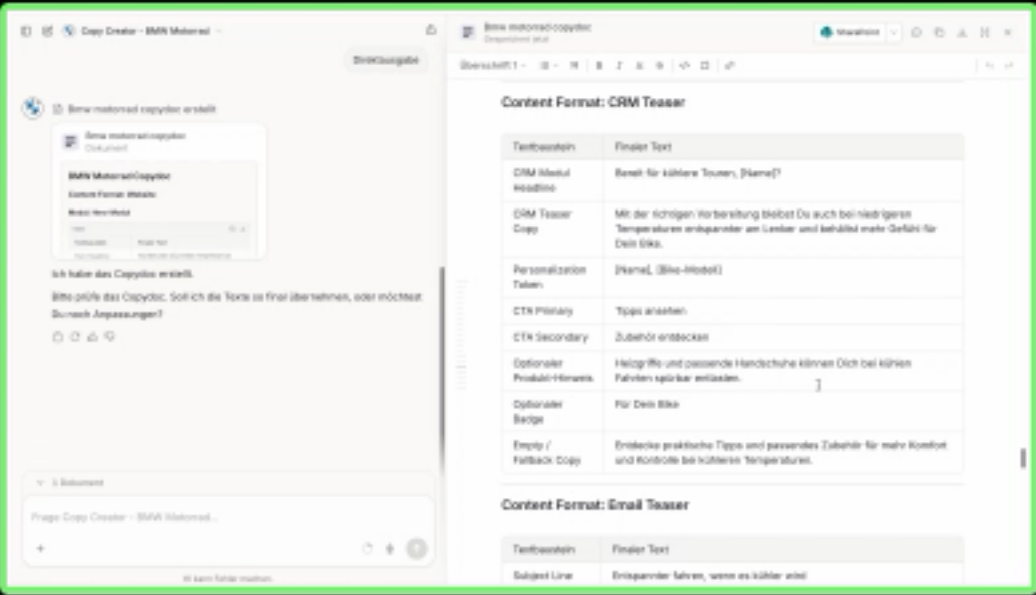
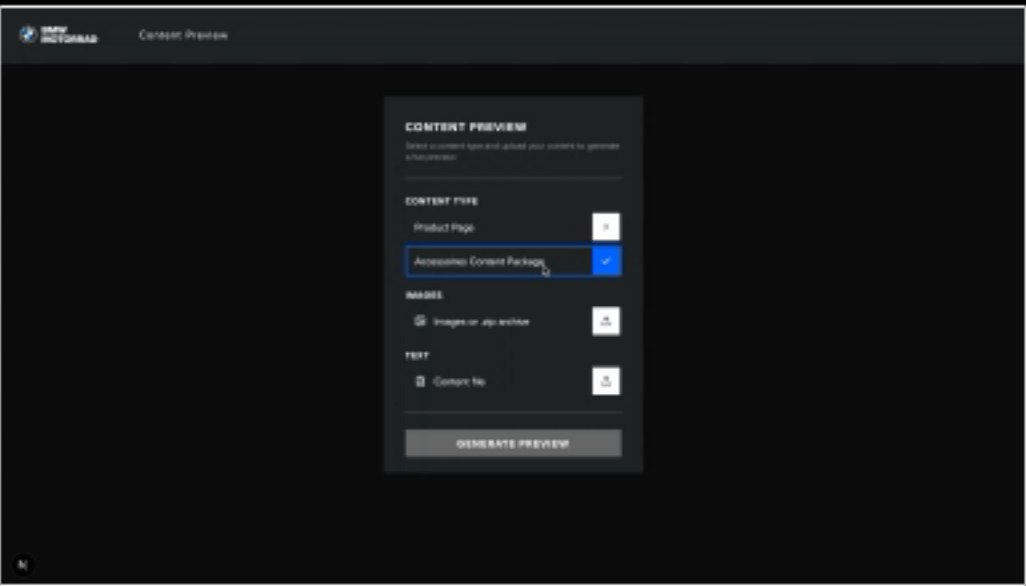


AI-powerd Operations

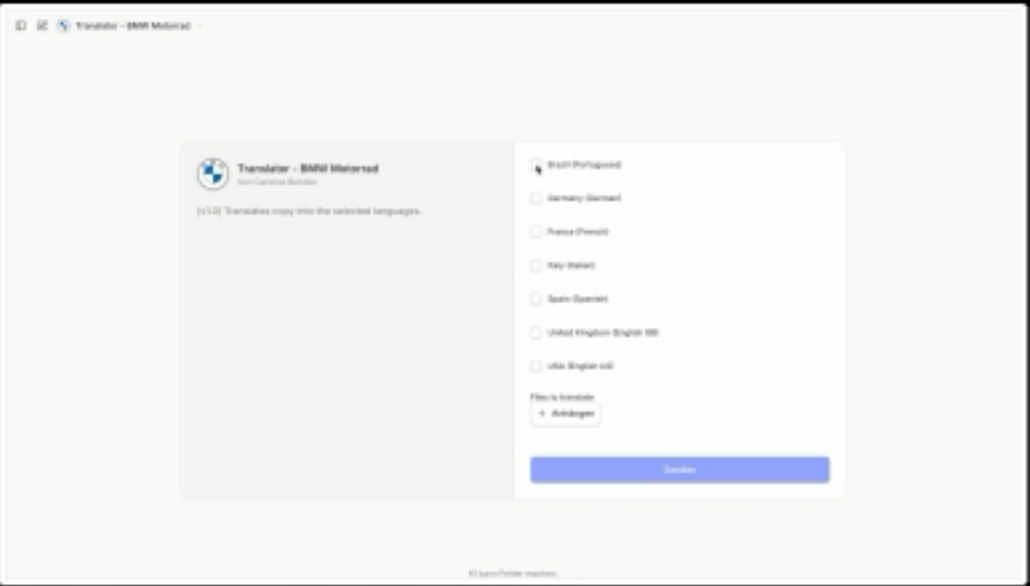
Persona QA



Preview



Copy Creator



Translator



# Technologien für passgenaue KI-Lösungen

Für jeden Anwendungsfall kombinieren wir  
aus unserem Portfolio das passende  
Technologie-Setup.

## Agentic Plattformen

WPP Open

Langdock

## Assistenten



Copilot



ChatGPT



Gemini



Claude

## Tools



Peec AI



Figma



Eleven Labs



n8n



ComfyUI

## Foundation Modelle



OpenAI

ANTHROPIC

Google



Black Forest Labs

## Infrastruktur



Google Cloud Platform



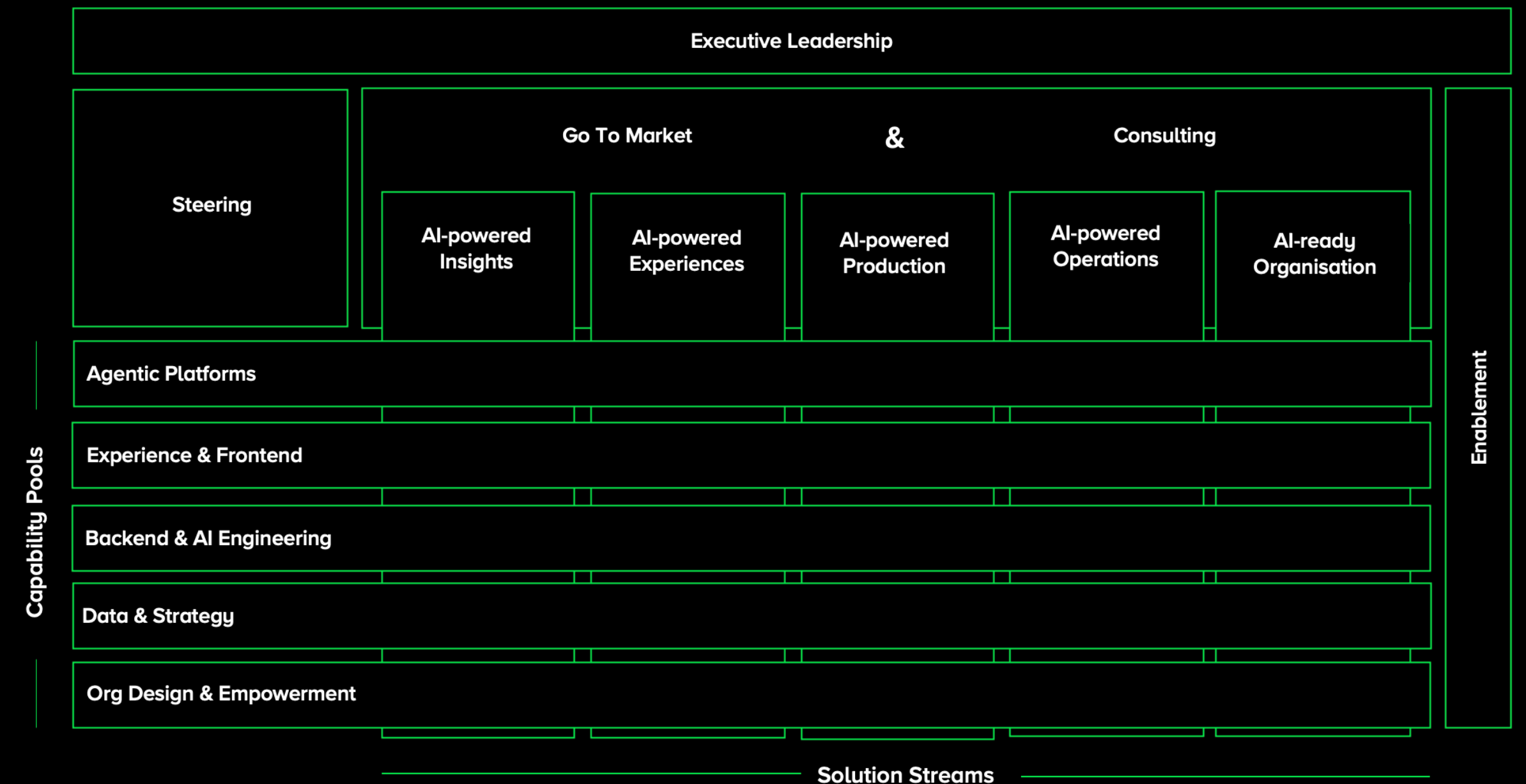
Azure



aws

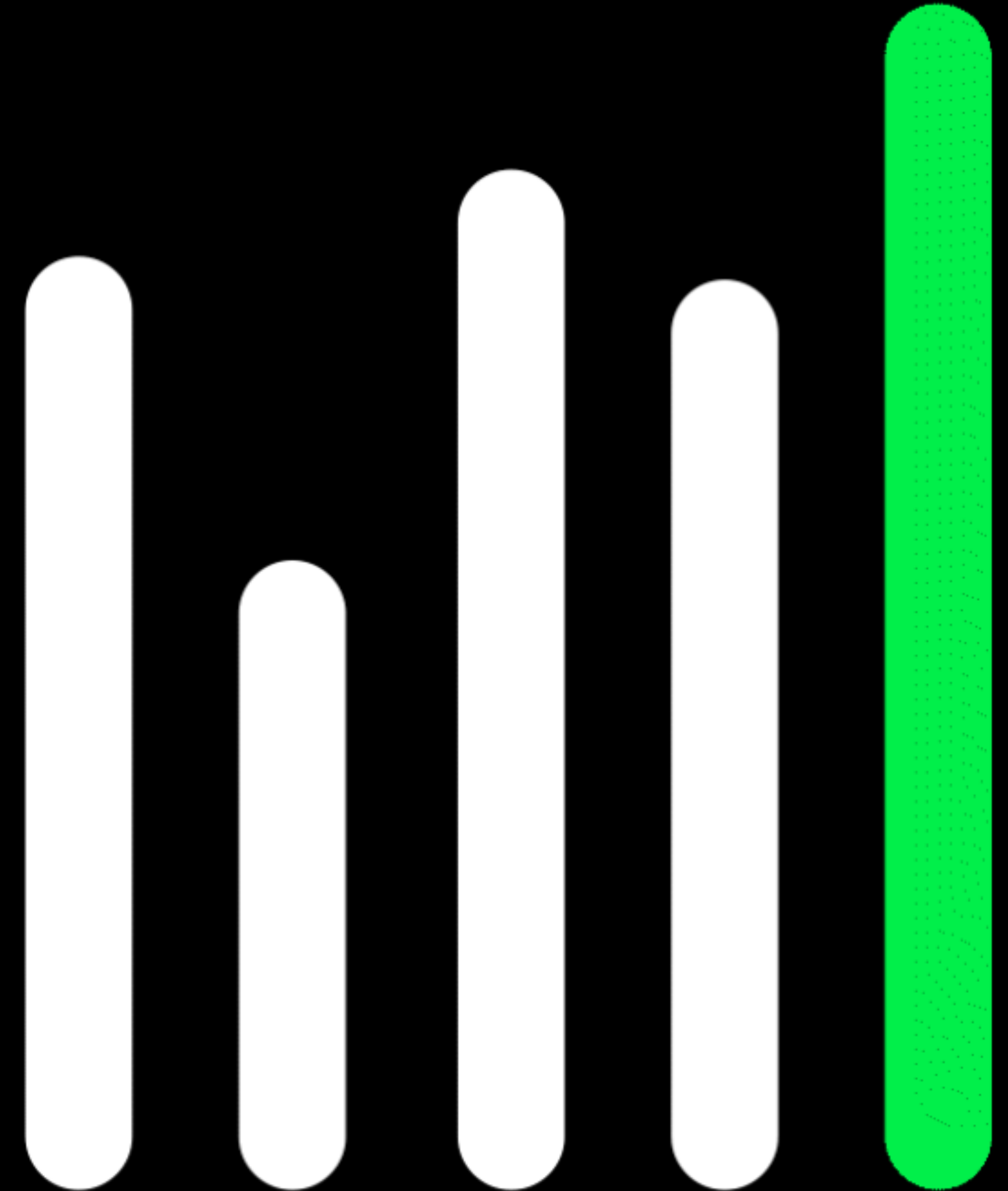
# Organisation für skalierbare KI

Unsere „AI Org“ bündelt KI-Aktivitäten unter gemeinsamer Steuerung und richtet sie an den Lösungsbereichen und Fähigkeiten aus.





# Finanz- kennzahlen 2025





Neben der **KI-getriebenen Transformation unseres Leistungsangebots** haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr durch umfassende Restrukturierungsmaßnahmen die **Basis für eine nachhaltige Rückkehr zur Profitabilität in unseren Kerngeschäftsbereichen** geschaffen.

—

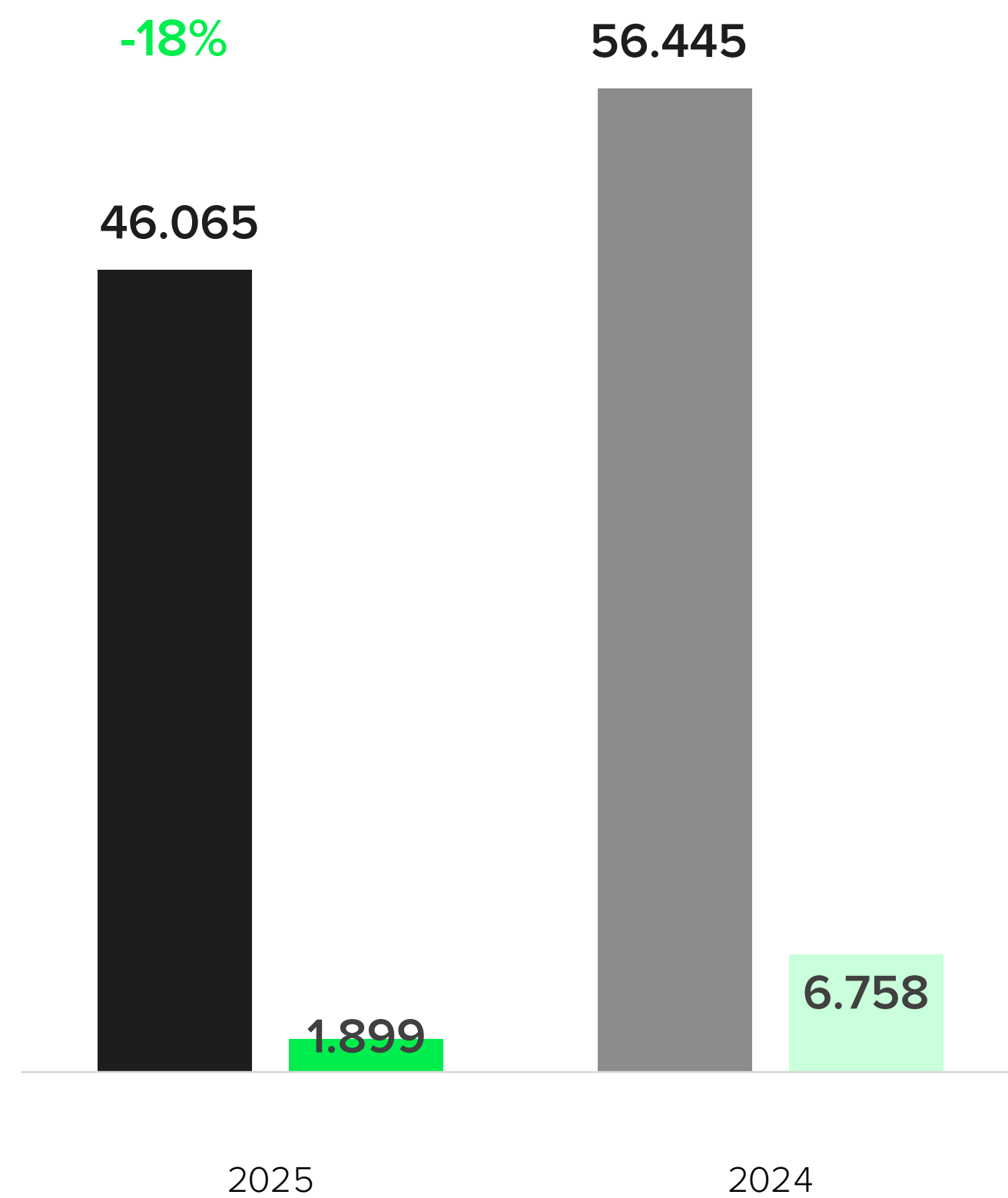


/ **Gesamtergebnisrechnung in TEUR**  
2025 vs 2024

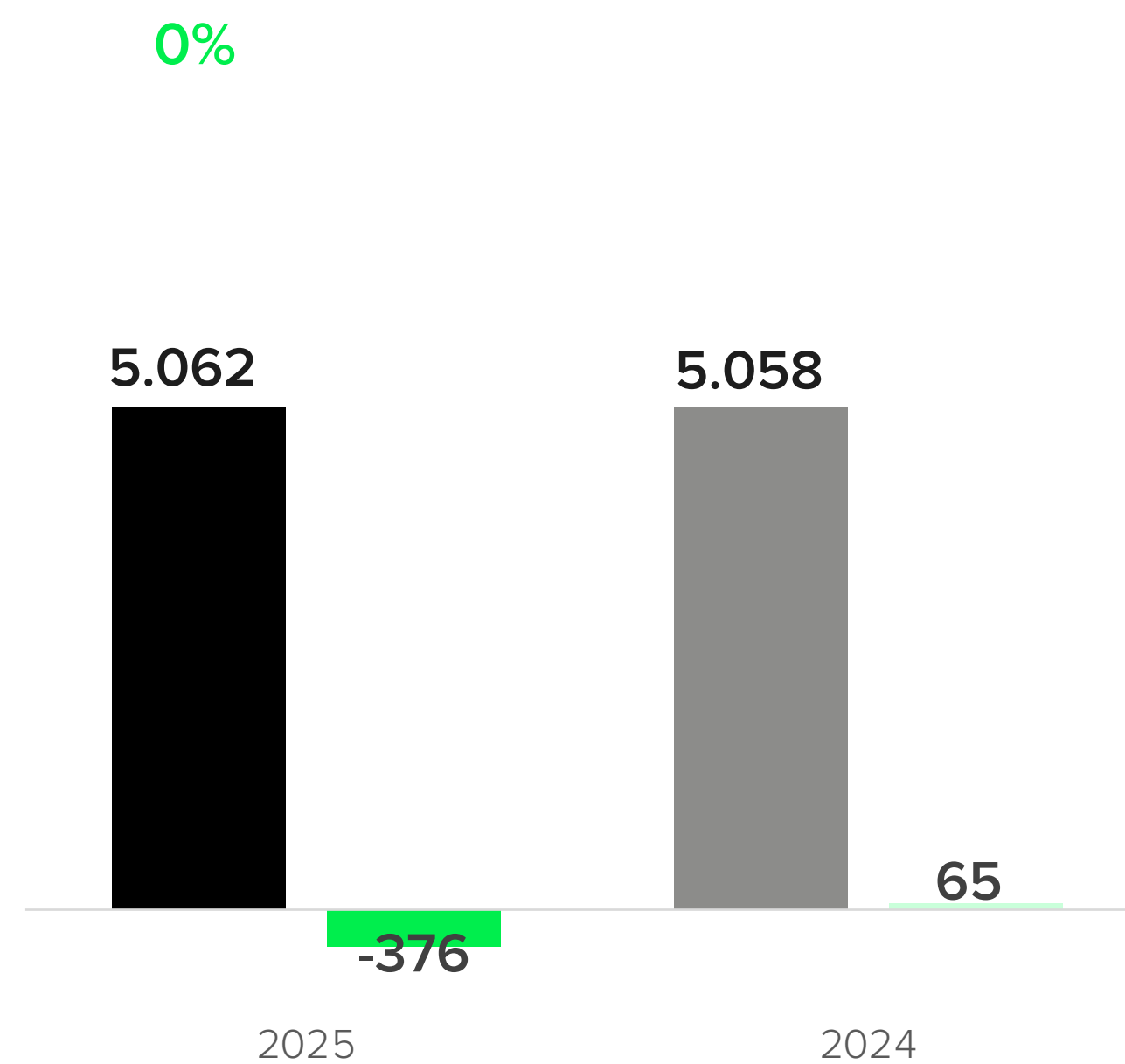
|                                                       | 2025          | 2024    | Veränderung |
|-------------------------------------------------------|---------------|---------|-------------|
| Umsatzerlöse                                          | <b>56.844</b> | 69.429  | -18%        |
| Operatives Ergebnis (EBIT vor Firmenwertabschreibung) | <b>-1.168</b> | 5.666   | -121%       |
| EBIT-Marge (operativ)                                 | <b>-2,1%</b>  | 8,2%    | -10,3pp     |
| Firmenwertabschreibungen                              | <b>-7.709</b> | -16.643 | n.a.        |
| EBIT (inkl. Firmenwertabschreibung)                   | <b>-8.877</b> | -10.977 | -19%        |
| Finanzergebnis                                        | <b>-450</b>   | -601    | 25%         |
| Konzernergebnis                                       | <b>-9.288</b> | -13.159 | n.a.        |

/

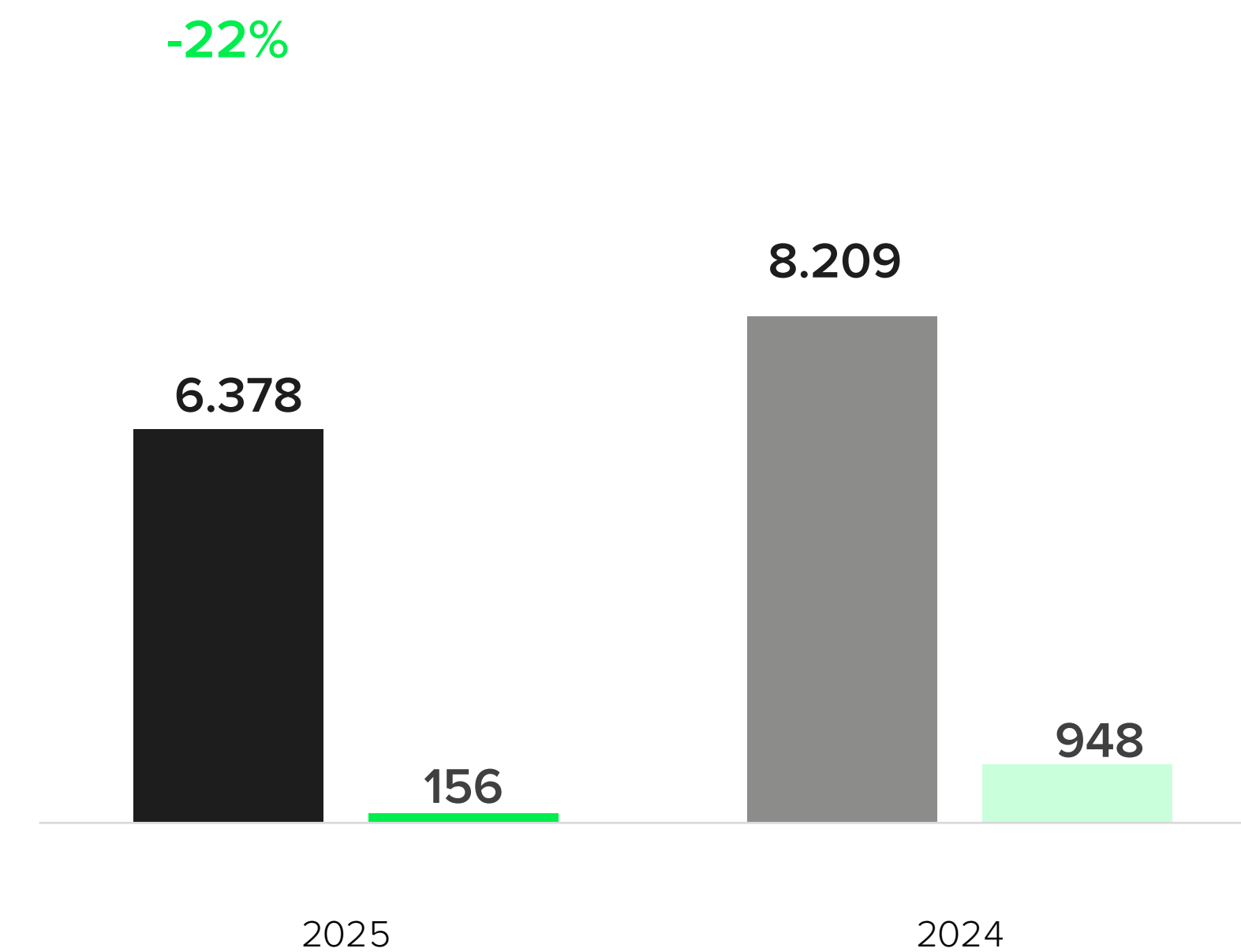
## Deutschland



## Großbritannien & US



## Polen



Operative  
EBIT-Marge

4%

12%

-7%

-2%

2%

12%

/ Konzernbilanz in TEUR  
 2025 vs 2024

|                                              | 2025   | 2024   | Veränderung |
|----------------------------------------------|--------|--------|-------------|
| Langfristige Vermögenswerte                  | 31.902 | 44.115 | -28%        |
| davon Geschäfts- und Firmenwerte             | 14.793 | 22.895 | -35%        |
| Forderung aus LuL und Vertragsvermögenswerte | 12.903 | 14.265 | -10%        |
| Zahlungsmittel und Wertpapiere               | 4.369  | 5.047  | -13%        |
| Eigenkapital                                 | 17.739 | 27.634 | -36%        |
| Fremdkapital (kurz- und langfristig)         | 35.687 | 40.083 | -11%        |
| Bilanzsumme                                  | 53.426 | 67.717 | -21%        |



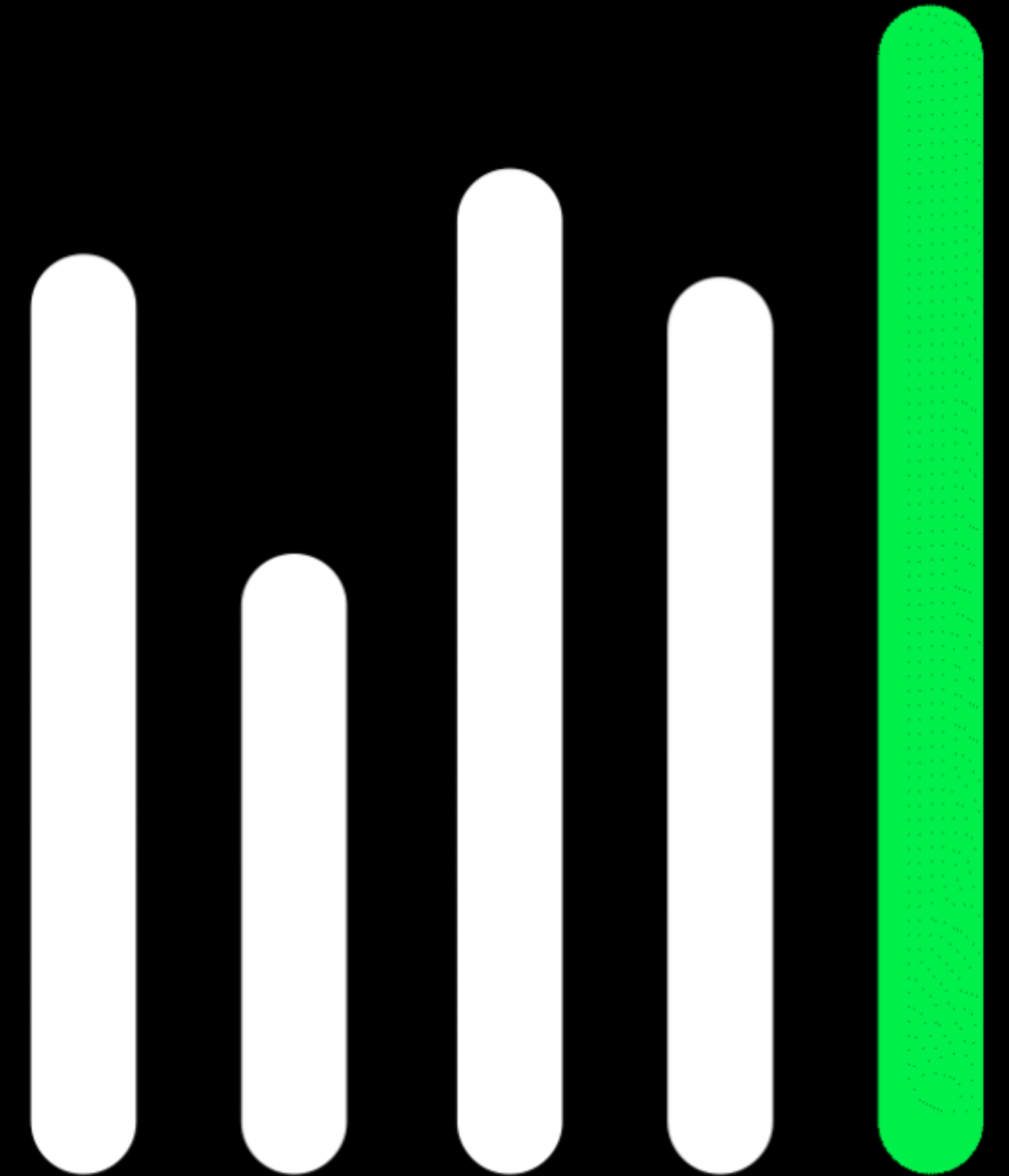
| Anteil | CGU (Entität)                 | Goodwill<br>2024<br>(TEUR) | Impairment<br>2025<br>(TEUR) | Goodwill<br>2025<br>(TEUR) |
|--------|-------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|
| 80%    | Ars Thanea                    | 6.817                      | -2.937                       | 3.880                      |
| 100%   | diffferent                    | 318                        | 0                            | 318                        |
| 100%   | SYZYG Y Performance Marketing | 11.431                     | -3.198                       | 8.233                      |
| 100%   | Unique Digital Marketing (UK) | 4.329                      | -1.967                       | 2.362                      |
|        |                               | <b>22.895</b>              | <b>-8.102*</b>               | <b>14.793</b>              |

/ \* davon TEUR 393 ergebnisneutrale Währungseffekte

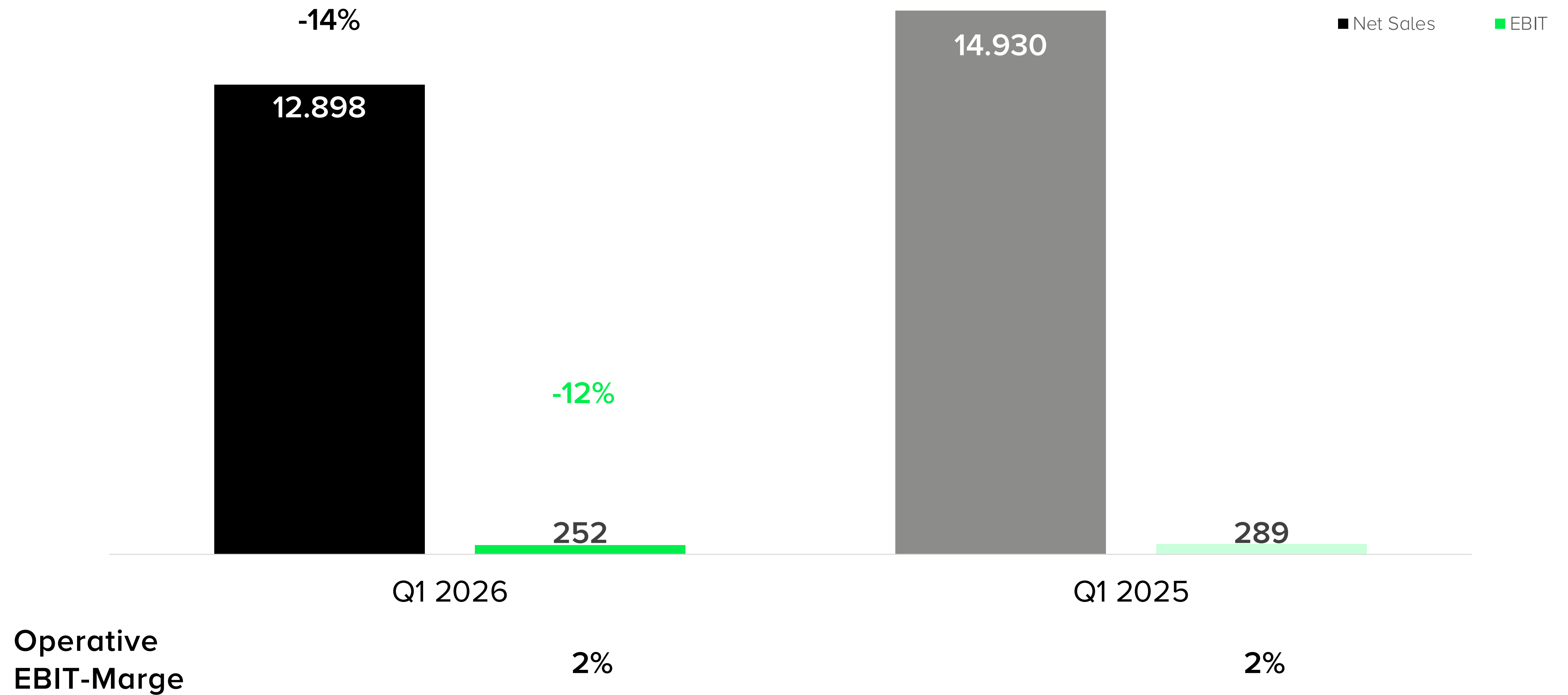
/
 Leistungskennzahlen  
 2025 vs 2024

|                                          | 2025  | 2024  | Veränderung |
|------------------------------------------|-------|-------|-------------|
| Umsatz pro Mitarbeitenden (ann. in TEUR) | 103   | 117   | -12%        |
| Mitarbeitende                            | 506   | 550   | -8%         |
| Umsatz mit den Top-10 Kunden             | 49%   | 50%   | -1pp        |
| Operativer Cashflow (TEUR)               | 5.266 | 9.634 | -45%        |
| Eigenkapitalquote                        | 33%   | 41%   | -8pp        |
| Gewinn / Aktie (EUR)                     | -0,69 | -0,99 | n.a.        |

# Q1 2026 und Ausblick





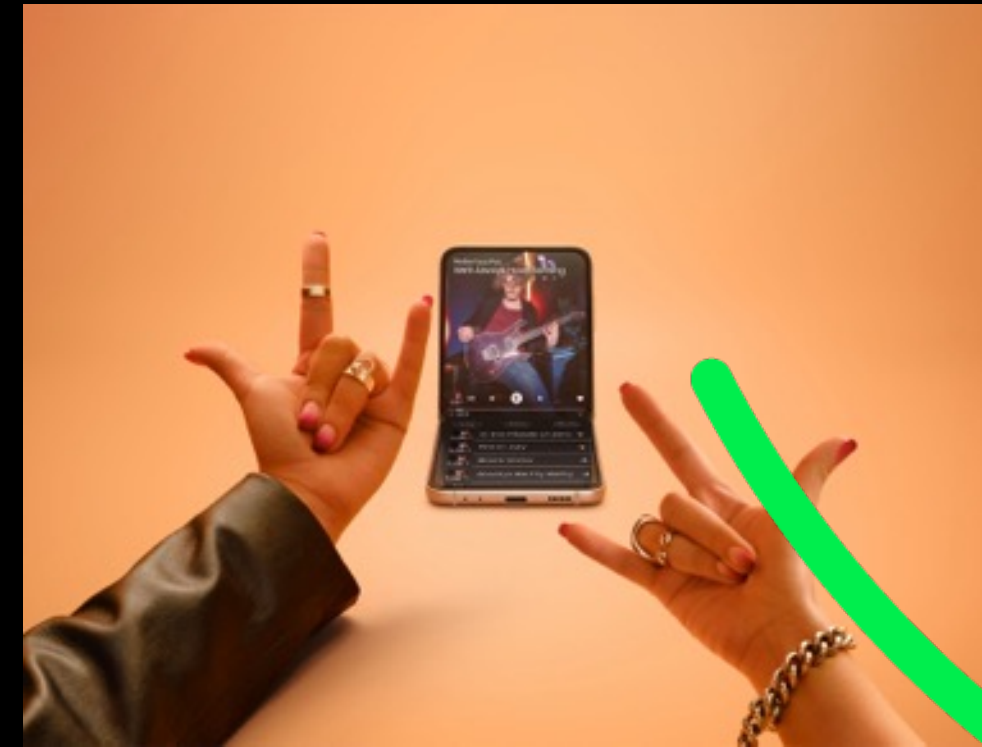


- Umsatzerlöse von rund EUR 50 Mio.
- Nachhaltige Steigerung der operativen Profitabilität durch höhere Auslastung und Kostendisziplin
- Weiterhin gezielte Investitionen in die KI-Transformation
- Stärkung des Neugeschäfts durch KI-basierte Angebote und Zusammenarbeit im WPP-Netzwerk

SYZYG/AG

/ Hauptversammlung 2026

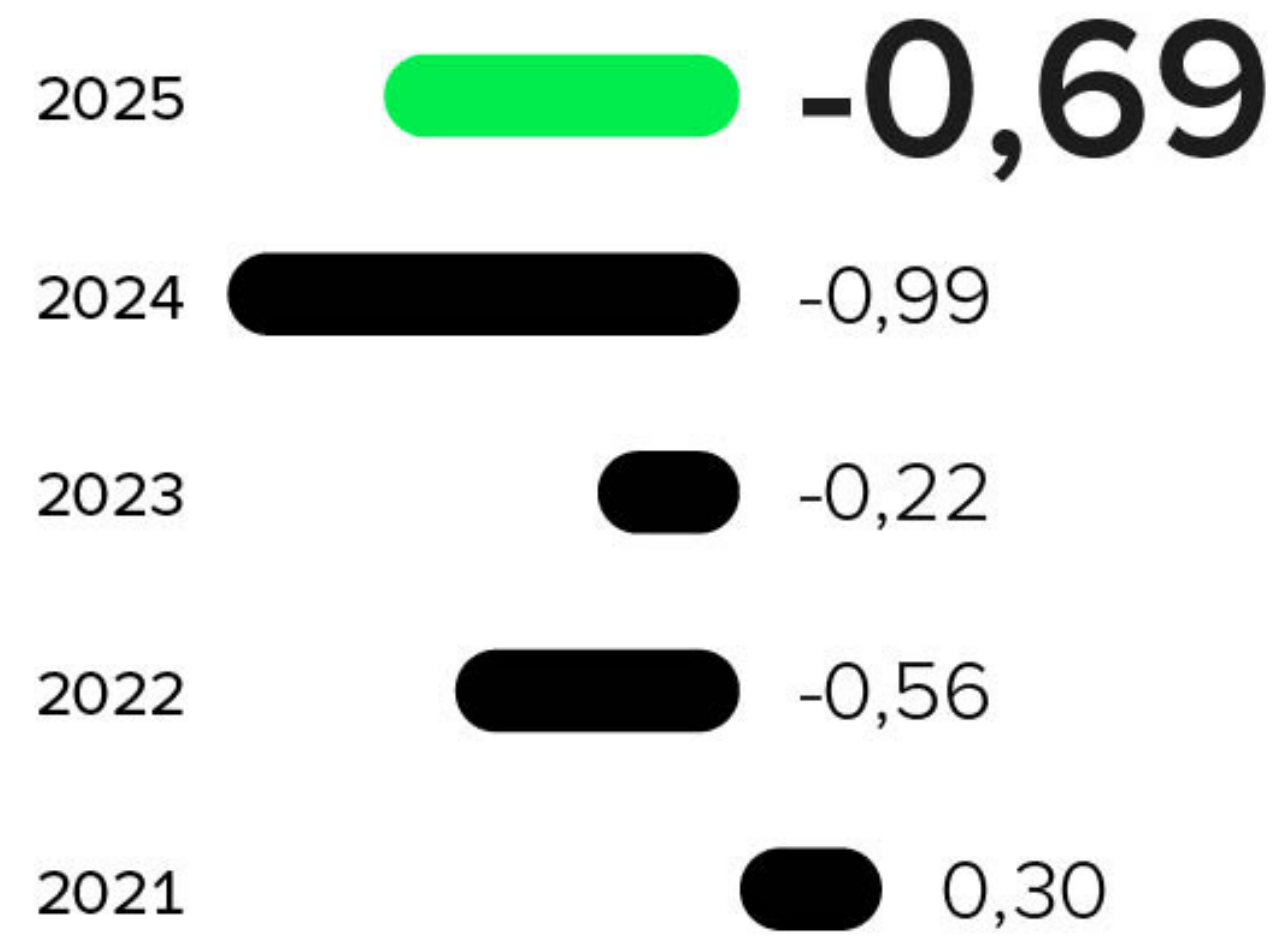
# Die Aktie



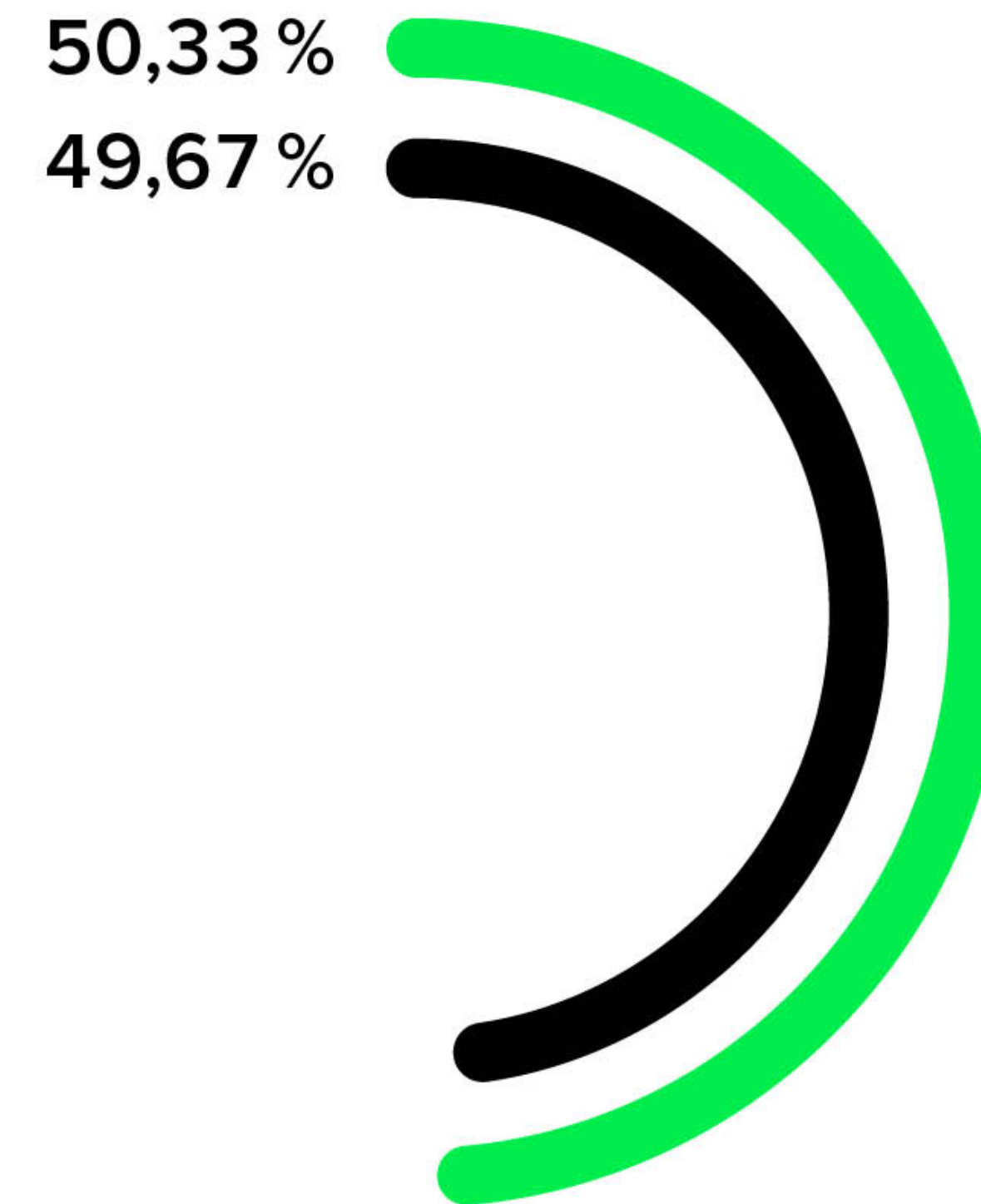


## Die Aktie

Ergebnis je Aktie/ Aktionärsstruktur



Ergebnis je Aktie unverwässert (in EUR)



WPP plc., St. Helier

Streubesitz

Struktur der Aktionär:innen

- Turnaround Case mit klarem Fokus auf nachhaltige Profitabilität
- Starke Positionierung in Digital Experience und IT-Services als stabile Kernsegmente
- Langfristige Kundenbeziehungen durch Betrieb und Weiterentwicklung kritischer digitaler Plattformen und Infrastrukturen
- Wachstumspotenzial durch KI-gestützte Leistungsangebote
- Erfahrenes Management mit klarer strategischer Agenda und Umsetzungskompetenz



Zwischenbericht  
zum 30. Juni  
englische Version: 06.08.

30.07.

MKK – Münchner  
Kapitalmarkt  
Konferenz, München

11.–12.11.

Zwischenbericht  
zum 30. September  
englische Version: 06.11.

29.10.

Deutsches  
Eigenkapitalforum,  
Frankfurt

23.–25.11.

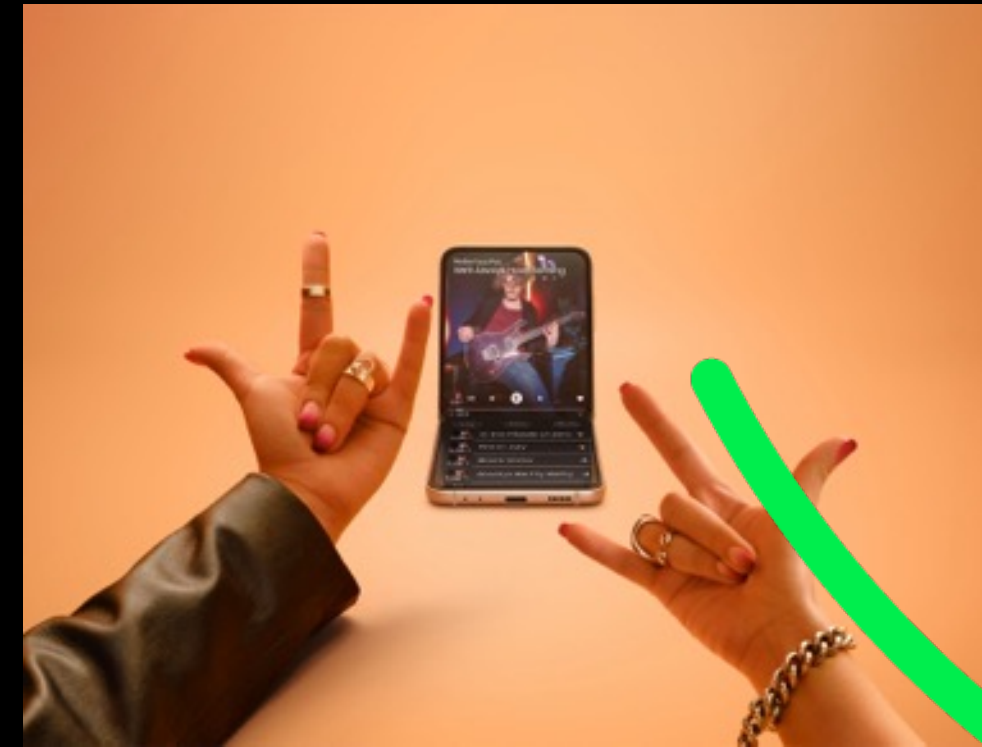




SYZYGY AG

/ Hauptversammlung der SYZYGY AG

# Vielen Dank







Frank Wolfram  
**Chief Executive Officer**

+49 179 7070001

[frank.wolfram@syzygy-group.net](mailto:frank.wolfram@syzygy-group.net)



Frank Ladner  
**Chief Technology Officer**

+49 176 17070095

[frank.Ladner@syzygy-group.net](mailto:frank.Ladner@syzygy-group.net)



Erwin Greiner  
**Chief Financial Officer**

+49 179 7070004

[erwin.greiner@syzygy-group.net](mailto:erwin.greiner@syzygy-group.net)

The thoughts and suggestions documented in this presentation are the intellectual property of SYZYGY AG to which all valid copyright laws apply.

Unauthorised use is not permitted nor is. duplication (even in part) nor is it permitted to make these contents available to third parties.

SYZYGY AG  
Horexstraße 28  
D-61352 Bad Homburg v.d.H.

+49 (0)6172 9488-100  
+49 (0)6172 9488-270  
[info@syzygy.net](mailto:info@syzygy.net)

Executive Board:  
Frank Wolfram  
Erwin Greiner, Frank Ladner

HRB 6009  
Amtsgericht Bad Homburg  
UST-ID-NR. DE 173 621 238

Commerzbank AG  
Konto Nr. 960 275 00  
BLZ 500 800 00

SWIFT-BIC DRES DE FF  
IBAN DE33 500 800 00 00  
960 275 00