

HV-Bericht

Syzygy AG

WKN 510480 ISIN DE0005104806

virtuelle HV am 28.05.2021

Strategie wird in Richtung „Digital Experience“ geschärft

Tagesordnung

1. Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses und des gebilligten Konzernabschlusses nebst Lagebericht und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2020, des Berichts des Aufsichtsrats und des erläuternden Berichts des Vorstands zu den Angaben gemäß §§ 289a und 315a HGB
2. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2020
(Vorschlag: Ausschüttung von 0,15 EUR Dividende je dividendenberechtigter Stückaktie)
3. Entlastung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2020
4. Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2020
5. Wahl des Abschlussprüfers und des Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2021
(Vorschlag: BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main)
6. Beschlussfassung über die Billigung des Vergütungssystems für die Vorstandsmitglieder
7. Beschlussfassung über die Bestätigung der Vergütung und Beschlussfassung über das Vergütungssystem für die Aufsichtsratsmitglieder
8. Beschlussfassung über die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals und entsprechende Änderung der Satzung

HV-Bericht Syzygy AG

Am 28. Mai 2021 fand die ordentliche Hauptversammlung der SYZYGY AG für das Geschäftsjahr 2020 statt. Ebenso wie bereits im vergangenen Jahr hielt die Gesellschaft ihr jährliches Aktionärstreffen in rein virtueller Form ab. Die vergangenen gut zwölf Monate standen im Zeichen der Corona-Pandemie und der Neubestellung von Frau von Lewinski zur Vorstandsvorsitzenden. Das vergangene Geschäftsjahr schloss SYZYGY leicht oberhalb der angepassten Prognose ab. Für GSC Research berichtet Thorsten Renner über den Verlauf der Hauptversammlung.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Wilfried Beeck eröffnete die Hauptversammlung pünktlich um 10 Uhr und begrüßte die Teilnehmer sowie den komplett anwesenden Vorstand. Er bedauerte die erneute virtuelle Hauptversammlung und wies in diesem Rahmen darauf hin, dass die sonstigen Aufsichtsratsmitglieder online zugeschaltet sind. Corona habe auch SYZYGY ab März 2020 stark beeinflusst, die Gesellschaft habe dies jedoch gut gemeistert, weshalb er allen Mitarbeitern seinen Dank aussprach. Zudem begrüßte er die neue Vorstandsvorsitzende Franziska von Lewinski. Nach dem Aufsichtsratsbericht übergab Herr Beeck das Wort an die Vorstandsvorsitzende Frau von Lewinski.

Bericht des Vorstands

Frau von Lewinski freute sich über die neue Aufgabe und stellte sich den Aktionären kurz vor. Als studierte Bauingenieurin habe sie sich 2000 entschieden, in die Digitalwirtschaft einzusteigen. Damals war der Verkauf von Tickets über das Internet noch ein Pionierprojekt. Nach zahlreichen Jahren bei einer Digitalagentur und einer Kommunikationsagentur kam das Angebot von SYZYGY. Dabei habe sie nicht lange überlegen müssen, erklärte Frau von Lewinski.

Nach Aussage der Vorstandsvorsitzenden verändert die Digitalisierung die Gesellschaft. Deshalb gelte die Mission „Digital ist jetzt!“. Dabei wolle man gemeinsam eine nachhaltige digitale Kultur formen. Im vergangenen Jahr ist die Gesellschaft mit einem Umsatz von 55,5 Mio. Euro durch die Krise gegangen. Dabei erwirtschaftete SYZYGY ein operatives Ergebnis von 4,0 Mio. Euro und eine EBIT-Marge von 7,2 Prozent. Trotz des Umsatzrückgangs um 14 Prozent zeigte sich die Verantwortliche zufrieden.

In Deutschland kam es zu einer recht stabilen Entwicklung, auch wenn die großen Kunden zunächst auf die Bremse traten. Jetzt habe man aber gelernt, Projekte virtuell umzusetzen und so setzte ab dem dritten Quartal eine dynamische Entwicklung ein. Darüber hinaus konnte das Agenturportfolio strategisch weiterentwickelt werden. So wurde in Berlin eine starke Beratungseinheit geschaffen. Auch die Performance-Einheiten wurden in München zu einer starken Marke zusammengeführt. Ferner wurde die Einheit in den USA an UK angedockt und man erreichte auch den Turnaround, berichtete Frau von Lewinski. Durch die stärkere interne Vernetzung gelang auch der Ausbau der Cross-Selling-Aktivitäten.

Wie die Vorstandsvorsitzende weiter berichtete, konnte das Kundenportfolio breiter diversifiziert werden. Die Abhängigkeit von der Automobilbranche verringerte sich durch einen Abbau des Umsatzanteils von 33 auf 30 Prozent. Die Neukunden stammen zudem vor allem aus modernen Branchen. Hierzu zählte sie Technologie, E-Commerce und Start-ups, aber auch den Mittelstand. Als Neukunden nannte sie bspw. PayPal, TeamViewer, deliveroo, Huawei oder die Erwin Hymer Group.

Laut Frau von Lewinski startete die Gesellschaft eine PR & Marketing-Offensive. Dabei habe man auch LinkedIn wieder aktiviert. In diesem Rahmen dankte sie allen Teams für ihr Engagement, aber auch den Kunden und Aktionären. Zufrieden zeigte sich die Vorstandsvorsitzende über die Tatsache, dass SYZYGY wieder unter die Top 10 der Internetagenturen in Deutschland vorrückte.

Das vergangene Jahr führte dazu, dass digitale Tools auch im privaten Umfeld Einzug gehalten haben. Dabei hat Corona den Trend zur Nutzung digitaler Services beschleunigt. Nach den Worten von Frau von Lewinski haben bspw. 5,6 Mio. Kunden erstmals online Lebensmittel eingekauft. Die digitalen Kontaktpunkte übertreffen dabei bereits die analogen. Hierbei entscheidet die Digital Experience (dt.: digitales Erlebnis) über die Markenbeziehung.

Die Marketing-Budgets steigen in diesem Jahr wieder und hier rechnete die Vorstandsvorsitzende mit einem Zuwachs von 10 Prozent. In den kommenden Jahren dürfte sich der Zuwachs bei 6,5 Prozent einpendeln. Das Marktvolumen für Digital Experience wurde auf rund 7,1 Mrd. Euro geschätzt. Entsprechend machte sie großes Potenzial für SYZYGY aus. Aber es strömen auch neue Wettbewerber auf den Markt. Der Vorteil sei, dass SYZYGY dort schon präsent ist. Insgesamt fokussiert man die Strategie auf das Thema

Digital Experience und zwar sowohl in der Gruppe als auch in allen Tochtergesellschaften. Dabei machte Frau von Lewinski noch riesige Chancen aus. Ein Ziel der Gesellschaft ist, der Digitalisierungspartner für CMOs und CEOs zu werden. Dafür hat das Unternehmen eine Vertriebs-Initiative gestartet, um neue, auch internationale Kunden zu gewinnen. Mit Vertriebs-Partnerschaften soll das Portfolio ergänzt werden. Daneben strebt man auch eine höhere Sichtbarkeit für die SYZYGY-Gruppe an, betonte Frau von Lewinski.

Vorstandsmitglied Frank Ladner stellte zu Beginn klar, dass der Technologiebereich im letzten Jahr deutlich wachsen konnte. Anschließend ging er auf einige Projekte ein wie bspw. für Porsche Design oder die Erwin Hymer Group. Hier sollten zwar für die verschiedenen Marken individuelle Lösungen generiert werden, dahinter sollte aber jeweils die gleiche Infrastruktur stecken, da dies für eine höhere Effektivität sorgt. Insgesamt ist das Unternehmen in diesem Technologiebereich gut durch die Krise gekommen, so Herr Ladner.

Laut Herrn Ladner wurden einige Anpassungen vorgenommen, wobei der Fokus auf die beiden Technologie Hubs Bad Homburg und Warschau gelegt wurde. In London hat man den Bereich für Unterstützungsleistungen für digitale Produktentwicklungen geschlossen. Für den Bereich "virtual reality" wurden die Investitionen zunächst einmal zurückgefahren, da der dortige Schwerpunkt auf Events liegt, die derzeit jedoch kaum stattfinden. Mittelfristig sah Herr Ladner dort aber noch sehr gute Wachstumschancen.

Als wichtigsten Punkt erachtete er den Launch der SYZYGY Techsolutions Spezialistenmarke. Unter der Marke werde vor allem das Softwareengineering und Managed Services gebündelt. Wie Herr Ladner betonte, ermöglicht Technologie digitale Erlebnisse. Dabei gebe es vier Kategorien, bei denen Technik eine elementare Rolle spielt, nämlich Transaktion, Daten, Content und Aktivierung. Man fokussiert sich auf die Implementierung, nutze das Thema aber auch ganzheitlich. Die technologische Landkarte wird dabei auch mit Partnern umgesetzt. Nach den Worten von Herrn Ladner sollen die Premium-Partnerschaften ausgebaut werden. Positiv wertete der Vorstand, dass vor allem von Seiten des Mittelstands mehr Investitionen kommen.

Finanzvorstand Erwin Greiner ging dann näher auf die Zahlen des Unternehmens ein. Der Umsatz sank im vergangenen Jahr um 14 Prozent auf 55,5 Mio. Euro, was der Vorstand als respektables Ergebnis erachtete. Immerhin sei die Gesellschaft auch von der Budget-Lager der Kunden sowie deren wirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Im zweiten Quartal lag das Minus bei 24 Prozent, das reduzierte sich dann im dritten Quartal auf 14 Prozent und im vierten Quartal auf 12 Prozent. Kunden wie Deutsche Lufthansa oder auch aus der Automobilindustrie haben zunächst einmal das Budget kräftig reduziert.

Trotz dieser Belastungen schloss SYZYGY noch mit einem sehr guten EBIT von 4,0 Mio. Euro ab, berichtete Herr Greiner. Die Gesellschaft hänge stark an den Fixkosten und hier musste zunächst eine Delle überwunden werden. Mit der erwirtschafteten EBIT-Marge von 7,2 Prozent zeigte sich der Finanzvorstand zufrieden. Das Finanzergebnis von minus 0,7 Mio. Euro war zu einem großen Teil der Anwendung von IFRS 16 geschuldet. Aber auch die Darlehen führten zu einem Zinsaufwand von 0,2 Mio. Euro. Bei einem Konzernergebnis von 2,1 Mio. Euro belief sich das Ergebnis je Aktie auf 0,15 Euro.

Während sich das Geschäft in Deutschland gut hielt, musste SYZYGY im internationalen Geschäft Rückschläge hinnehmen. In UK hatte die Restrukturierung 2019 zu einem deutlichen Verlust geführt. Die Gesellschaft hätte 2020 eigentlich wieder profitabel sein sollen, durch Corona kam es jedoch zu einem erneuten Verlust. Laut Herrn Greiner schlossen das dritte und vierte Quartal jedoch wieder positiv ab. Für die Büroflächen wurde noch eine Rückstellung gebildet, Herr Greiner rechnete jedoch damit, einen Untermieter in London zu finden. Auch in den USA erfolgte eine Restrukturierung, während man in Polen gut durch die Corona-Krise kam.

Das Bilanzbild habe sich leicht verändert, informierte der Finanzvorstand. Bei den liquiden Mitteln verzeichnete SYZYGY einen Zuwachs von 26 Prozent auf 5,8 Mio. Euro. Dieser Anstieg basierte vor allem auf einem guten Cashflow und gesunkenen Forderungen. In den langfristigen Vermögenswerten finden sich vor allem Firmenwerte aus Akquisitionen. Ferner wurden Minderheitenanteile erworben, um die Strukturen zu vereinfachen. Diese Zukäufe konnten aus dem Cashflow finanziert werden.

Die Bilanzsumme fiel etwas niedriger aus und bei einem leicht gestiegenen Eigenkapital erhöhte sich die Eigenkapitalquote auf 48 Prozent. Nicht ganz zufrieden war Herr Greiner mit dem auf 99 TEUR gesunkenen Umsatz je Mitarbeiter. Immerhin verringerte sich der Umsatzanteil der zehn größten Kunden von 49 auf 46 Prozent. Dies basierte einerseits auf der Verbreiterung der Kundenbasis, andererseits auch auf der Reduzierung von Budgets bei großen Kunden, erläuterte Herr Greiner. Der operative Cashflow entwickelte sich sehr positiv, allerdings spielten hierbei auch Stichtageffekte eine Rolle.

Nach Aussage von Herrn Greiner ist SYZYGY gut ins neue Jahr gestartet, da die Kunden die pandemiebedingte Zurückhaltung überwunden haben. Zudem gewinne das Thema Digitalisierung weiter an Geschwindigkeit. Die EBIT-Marge lag bei über 10 Prozent, da im vergangenen Jahr eine Anpassung der Kostenstruktur erfolgte. Zudem agierte man im internationalen Geschäft wieder profitabel. Auch der Umsatz je Mitarbeiter erhöhte sich deutlich auf hochgerechnet 110 TEUR. Der Umsatzanteil der zehn größten Kunden verringerte sich weiter auf 41 Prozent. Die Eigenkapitalrendite belief sich auf 8,0 Prozent. Hier strebe SYZYGY an, in Richtung 10 Prozent zu kommen.

Vor allem UK entwickelte sich im ersten Quartal sehr schön bei einer EBIT-Marge von 20 Prozent. Auch in den USA und Polen ist nach Ansicht des Vorstands der Tiefpunkt durchschritten und so agierten die dortigen Gesellschaften sehr profitabel. Insgesamt habe man in den internationalen Märkten die Hausaufgaben erledigt und in Deutschland sei SYZYGY hervorragend aufgestellt. Dies sind laut Herrn Greiner gute Voraussetzungen für ein gutes Jahr 2021.

Als Prognose nannte er ein Umsatzwachstum von 10 Prozent und eine EBIT-Marge im hohen einstelligen Prozentbereich. Dabei erachtete er SYZYGY auf einem guten Weg, um diese Ziele zu erreichen. Das Ergebnis je Aktie war in den letzten Jahren deutlich rückläufig. In den früheren Jahren hatte die Gesellschaft auch noch ein positives Finanzergebnis, dies werde jedoch nicht mehr so sein. Die Aktionäre sollen mit der Dividende am wirtschaftlichen Erfolg beteiligt werden. Nachdem im letzten Jahr aufgrund der hohen Unsicherheit keine Dividende gezahlt wurde, schlägt die Verwaltung nun eine Dividende von 0,15 Euro vor. Wie Herr Greiner betonte, will SYZYGY auch künftig als Dividendenwert im Markt wahrgenommen werden.

Anschließend übergab Herr Greiner noch einmal das Wort an die Vorstandsvorsitzende für eine kurze Zusammenfassung. Demnach hat SYZYGY die Corona-Krise erfolgreich bewältigt und die EBIT-Prognose sogar übertroffen. Die Krise hat die Digitalisierung befeuert und führt zu einem weiter deutlich wachsenden Markt für Digital Experience. Mit einer Vertriebsoffensive will die Gesellschaft der Digitalisierungspartner für CMOs und CEOs werden. Dabei solle dann auch das geplante Umsatzwachstum von rund 10 Prozent und eine EBIT-Marge im hohen einstelligen Bereich erwirtschaftet werden. Deshalb gelte unverändert „Digital ist jetzt“, betonte Frau von Lewinski zum Ende ihrer Ausführungen.

Allgemeine Fragerunde

Vor dem Eintritt in die Fragerunde teilte Herr Beeck mit, dass von fünf Aktionären zahlreiche Fragen eingereicht wurden. In der ersten Frage ging es um die Effizienzprüfung im Aufsichtsrat, die laut Herrn Beeck nicht durchgeführt wurde. Jedoch handelt es sich bei SYZYGY um ein kleines und sehr effizientes Gremium, die Frage der Effizienzprüfung sei eher für große Aufsichtsräte bedeutsam. Ferner erkundigte sich ein Aktionär nach Schulungen der Aufsichtsratsmitglieder. Wie der Vorsitzende mitteilte, haben alle Mitglieder eine langjährige Erfahrung im Digitalbereich. Offizielle Weiterbildungsmaßnahmen wurden dabei im letzten Jahr nicht wahrgenommen.

Eine weitere Frage drehte sich um die stärkere Diversifizierung des Kundenstamms. Nach Aussage von Frau von Lewinski ist man bei SYZYGY stolz auf langjährige Kundenbeziehungen. Trotzdem strebt man eine weitere Diversifizierung an und der Umsatzanteil der zehn größten Kunden entwickelt sich rückläufig. Dieser Trend dürfte sich auch weiter fortsetzen, da zahlreiche Neukunden generiert werden konnten. Es sei jedoch auch gut, große Kunden zu haben, da sie dem Unternehmen eine hohe Planbarkeit bescheren.

Hinsichtlich der weiteren Zukunftsaussichten sah die Vorstandsvorsitzende enormes Potenzial. Die Gesellschaft verzeichnet viele Anfragen und das Unternehmen könne die sich bietenden Chancen auch nutzen. Im vergangenen Jahr hat sich aber vor allem der Konsument digitalisiert und dadurch wird auch Druck auf die Unternehmen zu einer stärkeren Digitalisierung ausgelöst, was wieder Potenzial für SYZYGY eröffnet.

Obwohl sich der Werbemarkt in den USA recht gut gehalten habe, wolle die Gesellschaft New York nicht mehr als eigenständigen Standort führen, hinterfragte ein Anteilseigner. Man wolle unverändert die sich international bietenden Opportunitäten in den USA nutzen, erklärte Frau von Lewinski. Man habe aber keine eigenständige USA-Strategie, da dies als deutsche Agentur auch schwer sei.

pAusführungen erbat ein Anleger zur Entwicklung der Eigenkapitalrendite. Im vergangenen Jahr lag die Rendite mit 4 Prozent deutlich unter Plan, räumte Herr Greiner ein. Im ersten Quartal lag die Eigenkapitalrendite schon wieder bei 8 Prozent. Um eine Rendite von 10 Prozent zu erzielen, müsste die

Gesellschaft derzeit einen Jahresüberschuss von etwa 5,5 Mio. Euro erwirtschaften, was 2021 noch nicht gelingen werde. In den Folgejahren sah Herr Greiner dies aber in greifbarer Nähe.

Im Blickfeld standen auch etwaige Risiken aus Wertpapieren und das Compliance-System. Falls eine Inflation einsetzt und die Zinsen steigen, würden die festverzinslichen Wertpapiere an Wert verlieren. Laut Herrn Greiner umfasste das Wertpapierportfolio aber nur noch 0,3 Mio. Euro zum Jahresende. Auch aktuell sei es relativ klein, womit sich die Risiken gegenüber den Vorjahren abgeschwächt haben. Der Gefahr könne man aber auch mit kürzer laufenden Papieren begegnen. Durch die Zugehörigkeit zur WPP-Gruppe werden interne Kontrollsysteme unterstützt und implementiert, die auf Compliance abzielen, erläuterte Herr Greiner. Zudem gibt es auch Schulungsprogramme für jeden Mitarbeiter, um das Compliance-Thema zu beachten. Insgesamt gab es im letzten Jahr auch keine Vorfälle.

Angesprochen auf Chancen und Risiken der Prognose sah Herr Greiner eher Chancen als Risiken. Auch nach den Zahlen des ersten Quartals fühlte er sich mit der aktuellen Prognose sehr wohl. Die internationalen Einheiten entwickeln sich sogar eher besser als erwartet. Hinsichtlich der Strategie berichtete die Vorstandsvorsitzende, dass die Strategie weiter geschärft werden soll in Richtung Digital Experience. Dabei handelt es sich um einen riesigen Markt, der kontinuierlich wächst. Die Positionierung ist nun abgeschlossen, deshalb tritt man jetzt in den Markt und begleitet dies mit einem verstärkten Einsatz von PR und Marketing.

Die nachfolgende Frage beschäftigte sich mit Veränderungen der Kundenbasis im ersten Quartal 2021. Nach Angabe von Herrn Ladner gab es im ersten Quartal keine Verluste bei Anker- oder Schlüsselkunden zu verzeichnen. Eine sehr gute Entwicklung zeigt sich bei Kunden aus dem digitalen Bereich. Insgesamt sei man gut unterwegs und die Gesellschaft habe noch gute Nachrichten in der Hinterhand, über die man aber noch nicht sprechen dürfe.

Weitere Auskunftsverlangen richteten sich auf die Kosten für Dienstleister bei der Hauptversammlung, die Aufsichtsratssitzungen sowie die Nutzung von Elternzeit. Laut Herrn Greiner arbeitet die Gesellschaft seit Jahren erfolgreich mit dem gleichen Dienstleister zusammen. Die Kosten für die Dienstleister rund um die Hauptversammlung belaufen sich auf etwa 40 TEUR. Der Vorstand ging davon aus, dass auch in Zukunft ein Teil der Aufsichtsratssitzungen virtuell stattfinden wird, zumal das Gremium international besetzt ist. Wie der Vorstand weiter informierte, nutzten 7 Väter und 9 Mütter 2019 Elternzeit. Im vergangenen Jahr waren es 8 Väter und 14 Mütter. Die durchschnittliche Zeit bei den Vätern lag bei 3 und bei den Müttern bei 4 Monaten.

Angesprochen auf die langfristigen Folgen der Pandemie für das Geschäft meinte Frau von Lewinski, die Pandemie diene als Katalysator für eine beschleunigte Digitalisierung und übt damit auch Druck auf die Unternehmen aus. Derzeit gehe es nur noch darum, wie und wie schnell die Unternehmen digitalisieren. Zum Thema Homeoffice teilte Herr Ladner mit, man befinde sich immer noch stark im Homeoffice, derzeit liegt die Quote noch bei rund 80 Prozent. Allerdings können die Mitarbeiter auch flexibel an den Standorten arbeiten. Derzeit wird an einem Konzept gearbeitet, wie man das nach Corona handhaben wird. Herr Ladner war überzeugt, dass die Flexibilität bleiben wird. Die Gesellschaft hat langlaufende Mietverträge, durch die angestrebte Wachstumsdynamik werde man eher neue Flächenkonzepte benötigen.

Kritisch hinterfragte ein Anteilseigner die hohen Firmenwerte. Die Werthaltigkeit der Firmenwerte wird immer zum 31. Dezember überprüft, informierte Herr Greiner. Dabei haben sich keine Abschreibungen auf die Firmenwerte ergeben. Auch zu anderen Zeitpunkten hätte sich kein Abwertungsbedarf ergeben. Beim Punkt Kurzarbeit berichtete der Finanzvorstand von einigen Einheiten, vor allem im Beratungsumfeld. Dies habe über sechs Monate angedauert und dabei hat die Gesellschaft Kurzarbeitergeld von rund 400 TEUR erhalten. Nach Angabe von Herrn Greiner hat SYZYG das Kurzarbeitergeld auf 90 Prozent aufgestockt.

Auswirkungen des Brexits konnte Herr Greiner im vergangenen Jahr nicht mehr erkennen. Hinsichtlich der Dividendenthematik führte er aus, für das Jahr 2020 habe man nun nahezu eine Vollausschüttung des Gewinns. In Zukunft werde es sicher nicht eine Vollausschüttung geben. Die Dividende ist jedoch auf Kontinuität und Steigerung ausgelegt. In den kommenden Jahren erwartete der Vorstand eine Ausschüttungsquote zwischen 60 und 80 Prozent. Den daran anschließenden Kursverlauf erachtete der Vorstand für 2020 als enttäuschend. Immerhin war der Kurs bis auf 5 Euro zurückgefallen. In diesem Jahr legte der Kurs zwar wieder um rund 20 Prozent zu, er sah aber noch Aufholpotenzial.

Im Hinblick auf künftige Hauptversammlungen wollte die Verwaltung erst einmal die weitere rechtliche Ausgestaltung abwarten. Von Seiten der Gesellschaft sei man aber grundsätzlich offen für eine Hybrid-Veranstaltung. Befragt nach den Zinssätzen der Darlehen nannte Herr Greiner ein Darlehen mit 1,75 Prozent, das jedoch bereits vor einigen Jahren aufgenommen wurde. Kurzfristig könne sich die Gesellschaft mit 1,6 Pro-

zent finanzieren. Insgesamt kann sich die Gesellschaft aber weitgehend selbst finanzieren. Die Frage nach dem Umsatzanteil der fünf größten Kunden beantwortete Frau von Lewinski mit 30 Prozent, nachdem die Quote im Vorjahr noch bei 31 Prozent lag. Sie war überzeugt, dass sich der Anteil weiter reduzieren wird.

Abstimmungen

Nach dem Ende der Fragerunde leitete Herr Beeck zu den Abstimmungen über. Vom Grundkapital der Gesellschaft in Höhe von 13.500.026 Euro waren 8.098.982 Euro entsprechend 59,99 Prozent bei der Abstimmung präsent. Die Beschlüsse wurden alle mit mindestens 89 Prozent Zustimmungquote im Sinne der Verwaltung gefasst.

Dies waren die Ausschüttung einer Dividende von 0,15 Euro (TOP 2), die Entlastung von Vorstand (TOP 3) und Aufsichtsrat (TOP 4), die Wahl von BDO zum Abschlussprüfer (TOP 5), die Billigung des Vergütungssystems des Vorstands (TOP 6), die Bestätigung der Aufsichtsratsvergütung (TOP 7) sowie die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals (TOP 8).

Gegen 12:50 Uhr beendete Herr Beeck die Hauptversammlung.

Fazit und eigene Meinung

Die SYZYGY AG war zunächst auch von der Corona-Pandemie betroffen, da viele Kundenunternehmen wie Lufthansa oder die Automobilbranche stark unter der Krise litten. Letztendlich kam das Unternehmen aber gut durch die Krise und lag beim EBIT sogar über den Erwartungen. So durften sich die Aktionäre nun auch über eine Vollausschüttung von 15 Cent je Aktie freuen.

Der Start ins laufende Jahr fiel erfreulich aus. Zwar zeigte SYZYGY nur ein leichtes Umsatzplus, das EBIT konnte aber um mehr als 40 Prozent ausgeweitet werden. Entsprechend belief sich die annualisierte EK-Rendite im ersten Quartal wieder auf rund 8 Prozent. Im Gesamtjahr strebt der Digitalspezialist ein 10-prozentiges Umsatzplus und eine EBIT-Marge im hohen einstelligen Bereich an. Angesichts einiger bedeutender Neukunden erscheint die Prognose gut erreichbar.

Darüber hinaus spricht der große Megatrend Digitalisierung für SYZYGY. Angesichts der jetzigen Digitalisierungswelle werden immer mehr Unternehmen gezwungen, den Erfordernissen nachzukommen. Positiv ist auch die erhöhte Nachfrage aus dem Mittelstand zu werten, die der Gesellschaft zusätzliches Potenzial eröffnet. Zwar legte der Aktienkurs seit Jahresbeginn bereits deutlich zu, angesichts der hervorragenden Zukunftsaussichten eröffnet sich jedoch weiteres Kurspotenzial.

Kontaktadresse

SYZYGY AG
Horexstraße 28
D-61352 Bad Homburg

Tel.: +49 (0)61 72 / 94 88-100
Fax: +49 (0)61 72 / 94 88-270

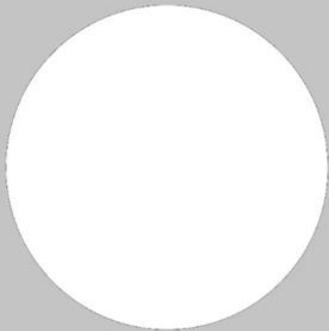
Internet: www.ir.syzygy.net
E-Mail: info@syzygy.de

Ansprechpartnerin Investor Relations

Susan Wallenborn

Tel.: +49 (0)61 72 / 94 88-252

E-Mail: ir@syzygy.de



GSC Research GmbH
Tiergartenstr. 17
D-40237 Düsseldorf

Postanschrift:
Postfach 48 01 10
48078 Münster

Tel.: 0211 / 17 93 74 - 26
Fax: 0211 / 17 93 74 - 44

Email: info@gsc-research.de
Internet: www.gsc-research.de