

ir.syzygy.net

The image features a minimalist design with a white background. A thick, bright yellow curved line starts from the bottom left and sweeps upwards and to the right. A thinner, light grey curved line follows a similar path, positioned slightly above and to the right of the yellow line. The text 'ir.syzygy.net' is centered in the upper left quadrant, rendered in a black, lowercase, sans-serif font.

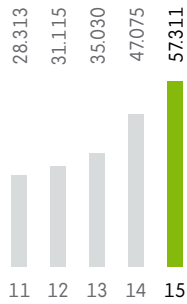


Inhalt

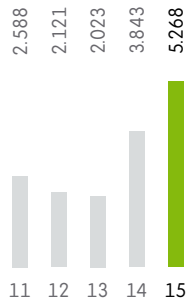
2 /	Finanzkennzahlen
4 /	Vorwort des Vorstands
10 /	Die SYZYGY Gruppe
12 /	Welcome to the Experience Economy
18 /	BMW Group: Mit Highspeed ins mobile Zeitalter
20 /	AVIS Budget Group: Partnerschaft auf Augenhöhe
22 /	Telefónica Deutschland: So geht Verkaufen heute
24 /	Die Aktie
30 /	Bericht des Aufsichtsrates
35 /	Corporate Governance
42 /	Konzernlagebericht
64 /	Konzernbilanz
65 /	Konzerngesamtergebnisrechnung
66 /	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
67 /	Konzernkapitalflussrechnung
68 /	Konzernanhang
121 /	Bestätigungsvermerk
123 /	Finanzkalender und Kontakt

Finanzkennzahlen

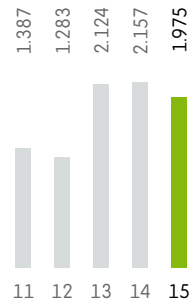
Umsatzerlöse
in TEUR



Operatives Ergebnis
in TEUR



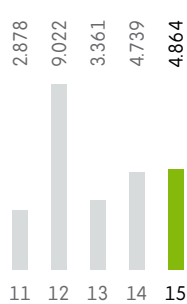
Finanzergebnis
in TEUR



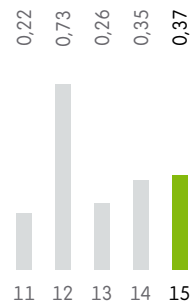
Ergebnis vor Steuern
in TEUR



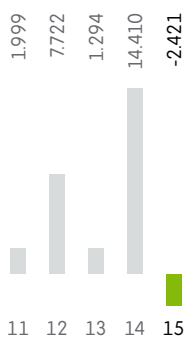
Konzernergebnis
in TEUR



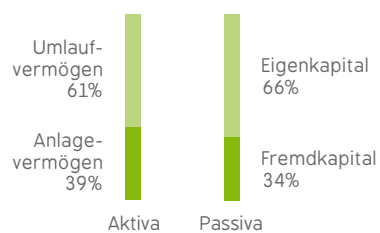
Ergebnis je Aktie
(unverwässert)
in EUR



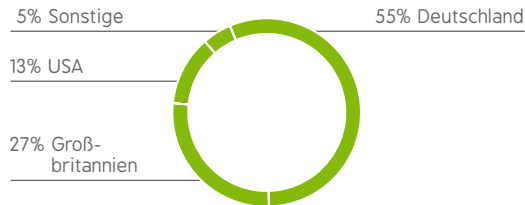
Operativer Cashflow
in TEUR



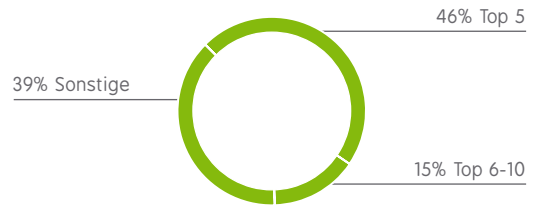
Bilanzstruktur



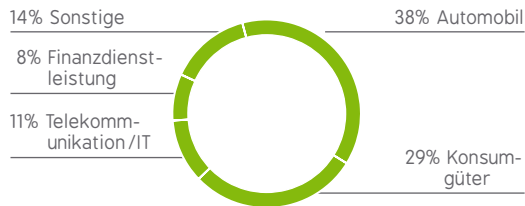
Umsatzerlöse nach Segmenten



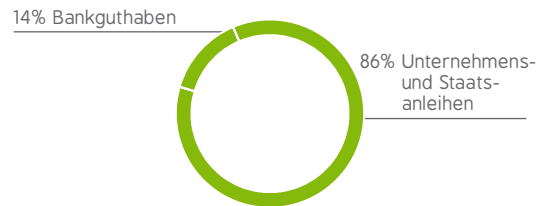
Umsatzverteilung nach Kundengröße



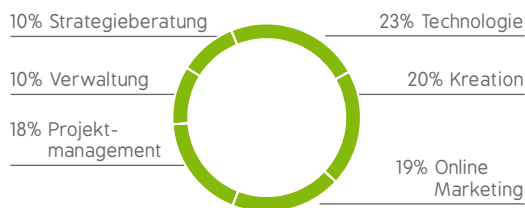
Umsatzverteilung nach Branchen



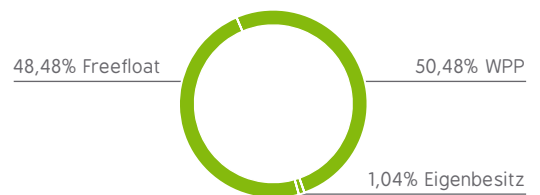
Anlagestruktur der liquiden Mittel und Wertpapiere



Mitarbeitersplit nach Funktionen



Aktionärsstruktur



Vorwort des Vorstands

Sehr geehrte Aktionäre,

wir freuen uns, von einem weiteren Rekordjahr berichten zu dürfen. Wiederholt hat die SYZYGY Gruppe ein herausragendes Wachstum erzielen können: Die Umsatzerlöse stiegen um 22 Prozent auf EUR 57,3 Mio. Im vierten Jahr in Folge konnte SYZYGY ein zweistelliges Umsatzwachstum realisieren; das durchschnittliche Umsatzwachstum der letzten vier Geschäftsjahre beträgt rund 20 Prozent.

Dieser Wert basiert fast ausschließlich auf organischem Wachstum. Auch die Ertragsstärke der Gesellschaft nimmt zu, was sich in einem überproportionalen Anstieg des operativen Ergebnisses niederschlägt. Aufgrund guter Perspektiven sowie einer ausgezeichneten Bilanz schlagen wir der Hauptversammlung eine Vollausschüttung vor, die sich in der Erhöhung der Dividende um 0,02 EUR auf nunmehr 0,37 EUR niederschlägt. Obgleich der Kurs der SYZYGY Aktie im Jahresverlauf um 39 Prozent gestiegen ist, entspricht dieser Wert im siebten Jahr in Folge einer überdurchschnittlichen Dividendenrendite von mehr als 4 Prozent. Damit wird die SYZYGY Aktie abermals dem Anspruch gerecht, ein attraktiver Dividendenwert zu sein.

Zu den Finanzkennzahlen des Konzerns

Die SYZYGY Gruppe hat die dynamische Entwicklung der letzten Jahre fortgesetzt und ihre Umsatzerlöse um 22 Prozent auf EUR 57,3 Mio. gesteigert. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass sowohl das deutsche wie auch das internationale Geschäftssegment gleichermaßen zum Wachstum beigetragen haben. Es resultiert aus dem Ausbau der Geschäftsbeziehungen mit bestehenden Kunden wie auch aus signifikanten Neukundengewinnen.

Das operative Ergebnis (EBIT) verbesserte sich überproportional um 37 Prozent auf EUR 5,3 Mio., was einer EBIT-Marge von 9,2 Prozent entspricht. Sie konnte im Vergleich zum Vorjahreswert von 8,2 Prozent somit deutlich gesteigert werden. Das Finanzergebnis beträgt EUR 2,0 Mio. In der Summe ergibt sich ein Ergebnis vor Steuern von EUR 7,2 Mio., welches 21 Prozent über dem Vorjahr liegt. Nach Abzug der Steuern verbleibt ein Konzernergebnis von EUR 4,9 Mio.

Die Steuerquote der Gesellschaft stieg von 21 Prozent auf 33 Prozent, was insbesondere auf höhere Erträge in den Vereinigten Staaten zurückzuführen ist. Der operative Cashflow der SYZGY Gruppe betrug EUR -2,4 Mio. und war auf Grund von Stichtagseffekten rückläufig. Die SYZGY AG hat weiterhin keine Finanzschulden und weist Liquiditätsreserven von EUR 26,8 Mio. zum Jahresende auf.

Marco Seiler, CEO



Die SYZYGY Aktie

Das Handelsvolumen in EUR hat sich im vergangenen Jahr um weitere 20 Prozent auf durchschnittlich rund EUR 194 Tsd. pro Tag erhöht. Der Kursanstieg von 39 Prozent in 2015 übertrifft denjenigen großer Indizes wie den DAX (+10%), TecDAX (+34%) oder den SDAX (+27%) deutlich.

Die SYZYGY Gruppe ist Vertreter eines Zukunftsmarktes und verbindet dynamisches Wachstum mit einer attraktiven Dividendenpolitik. Zudem verfügt die Gesellschaft über umfassende Liquiditätsreserven und eine makellose Bilanz ohne Schulden. In Summe vereint die Gesellschaft Attribute, die die SYZYGY Aktie als Wertpapier äußerst attraktiv machen.

A portrait of Erwin Greiner, CFO, smiling and wearing glasses and a dark suit. He has his arms crossed. The background is white with a large yellow curved graphic element on the right side.

Erwin Greiner, CFO

Zu den Segmenten und Geschäftsfeldern

Die deutschen Gesellschaften konnten ihre Aktivitäten für Bestandskunden signifikant ausbauen und erhöhten ihre Umsatzerlöse um 22 Prozent auf EUR 32,7 Mio. Das EBIT stieg überproportional um 35 Prozent auf EUR 5,1 Mio.

Das internationale Geschäft der Gruppe hat insbesondere Impulse durch den Ausbau von Geschäftsbeziehungen in den Vereinigten Staaten erfahren. Die Umsatzerlöse der britischen, US-amerikanischen und polnischen Gesellschaften lagen mit EUR 26,7 Mio. 22 Prozent über dem Vorjahreswert. Auch hier erhöhte sich das EBIT überproportional um 38 Prozent auf EUR 4,3 Mio.

Veränderungen im Aufsichtsrat, Management und Vorstand der SYZYGY Gruppe

Die Hauptversammlung hat am 29. Mai 2015 Herrn Ralf Hering in den Aufsichtsrat berufen. Als äußerst erfahrener Unternehmer der Kommunikationsindustrie bereichert Herr Hering die Organe der Gesellschaft mit seiner Expertise in einer wichtigen Phase des Wachstums unserer Gesellschaft. Zudem wurden zwei erfahrenen Managern der SYZYGY Gruppe übergreifende internationale Aufgaben übertragen.

Herr James Briscoe wurde zum Chief Media Officer befördert. Er übernimmt damit die vollständige Verantwortung des Mediageschäftes der Gruppe. Herr Florian Schmitt ist zum gleichen Zeitpunkt zum Chief Creative Officer unserer Gesellschaft berufen worden. Er gehört zu den profiliertesten Kreativen der Digitalindustrie und ist somit Leitfigur des kreativen Produktes der Gruppe.

Mit Wirkung zum 1. April 2016 hat der Aufsichtsrat zudem Herrn Lars Lehne in den Vorstand der Gruppe berufen. Herr Lehne zählt zu den erfahrensten Digital-Managern in Deutschland. Er betreute bei Google Deutschland über sechs Jahre das Agenturgeschäft und kennt somit das Business wie kaum ein anderer. Zum 1. September 2016 übernimmt er den Vorsitz des Vorstandes und damit die Nachfolge von Herrn Marco Seiler, der seit dem Börsengang im Oktober 2000 Mitglied des Vorstandes ist. Nach 21-jähriger Tätigkeit für die SYZYGY Gruppe scheidet Herr Seiler zum 31. August 2016 aus dem Vorstand und der SYZYGY Gruppe aus.

Ausblick

Die SYZGY Gruppe ist Vertreter eines Zukunftsmarktes, was sich im dynamischen Wachstum der vergangenen Jahre zeigt. Die digitale Transformation ist eine große Herausforderung für Unternehmen. Nicht zuletzt zeigt der Generationswechsel im Topmanagement bei DAX-Schwergewichten wie BMW, Allianz und in naher Zukunft Daimler, dass sich Unternehmen organisatorisch auf das digitale Zeitalter ausrichten. Hierbei stehen wir erst am Anfang. Digitale Transformationsthemen werden Unternehmen über viele Jahre begleiten. Und somit ist das Leistungsangebot der SYZGY Gruppe bei großen Unternehmen gefragter denn je.

Die Aussichten für die SYZGY Gruppe sind positiv. Nach derzeitigem Erkenntnisstand erwartet der Vorstand zum fünften Mal in Folge einen zweistelligen Anstieg der Umsatzerlöse auf mindestens EUR 63 Mio. Die Gesellschaft intensiviert zugleich die Bemühungen, anorganisches Wachstum durch Akquisitionen zu erzielen, was die Umsatzentwicklung zusätzlich beflügeln kann.

Andy Stevens, COO



Danksagungen

Der Vorstand der SYZYGY Gruppe bedankt sich herzlich bei seinen Kunden und Ihnen, unseren geschätzten, treuen Aktionären der SYZYGY AG. Unser aufrichtiger Dank gilt auch den Menschen und ihren Familien, die für die SYZYGY Gruppe stehen und sie begleiten. Die SYZYGY Gruppe beschäftigt Fach- und Führungskräfte, die zu den besten ihres Fachs gehören. Wir sind stolz auf die Menschen der SYZYGY Gruppe, die tagtäglich ihr Bestes geben, um unsere Kunden zu Gewinnern im digitalen Zeitalter werden zu lassen.

Den Mitgliedern des Aufsichtsrats gebührt wiederholt ein besonderer Dank. Der große Erfahrungsschatz und Sachverstand des Aufsichtsrats war, wie schon in den letzten Jahren, ein wichtiger Eckpfeiler für die Entwicklung der SYZYGY Gruppe.

SYZYGY AG
Der Vorstand

Die SYZYGY Gruppe

SYZYGY ist eine internationale Agenturgruppe für digitales Marketing mit mehr als 550 Mitarbeitern und Büros in London, New York, Berlin, Frankfurt, Hamburg, München und Warschau.



New York

London

Hamburg

Berlin

Warschau

Frankfurt
Bad Homburg

München

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

Unsere Services

Customer Experience Design

Wir wollen den Konsumenten nicht nur ein überzeugendes Nutzer-Erlebnis, sondern darüber hinaus echte Relevanz bieten – mit Produkten und Services, die sinnvoll und nützlich sind. Diese sorgen zudem für Markendifferenzierung in Märkten, die immer gleichförmiger werden. So begeistern wir die Konsumenten und machen gleichzeitig Marken erfolgreich.

Creative & Technology

Kreative Technologie ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Leistungsspektrums. Wir richten unsere Methoden kontinuierlich auf neue Technologien aus und legen gleichzeitig größten Wert auf kreative Ideen. So können wir die optimalen, kreativsten Lösungen für die digitalen Kommunikationskanäle unserer Kunden entwickeln

Innovation & Service Design

Mit innovativen Methoden der Ideenfindung entwickeln wir kundenorientierte Tools und Services für ein breit gefächertes Publikum. Dabei verfolgen wir stets dasselbe Ziel: bestehende Kundenbeziehungen zu pflegen und neue aufzubauen.

Business Transformation

Wir digitalisieren Geschäftsprozesse durch Portale, die den Komfort für die Nutzer steigern und die Kosten für unsere Kunden optimieren. Wir verfügen über weitreichende Erfahrungen mit Vertriebslösungen – von der Ertragsoptimierung bis zur digitalen Innovation am Point of Sale (PoS).

Online Media & Data Science

Im Auftrag unserer Kunden investieren wir jährlich über 100 Millionen Euro in digitale Werbung. Von Suchmaschinenmarketing (SEA) und Facebook Advertising über Affiliate Marketing und Display bis Realtime Advertising – wir beherrschen die gesamte Klaviatur und haben dabei immer den ROI fest im Blick.

Digital Production

Unsere digitale Produktion ist nahtlos mit allen anderen Bereichen verbunden. Wir produzieren Filme, Computer Generated Imagery (CGI), Animationen, Illustrationen, Originalmusik und Fotos einschließlich Bildbearbeitung. Auf vielfältige Weise schaffen wir Bilder, die bewegen.



Willkommen in der Experience Economy!

An der Diskussionsrunde, die von Senior Producer Linda Murphy-Ericsson moderiert wurde, nahmen Chief Creative Officer Florian Schmitt, Chief Media Officer James Briscoe und Digital Strategist Dr. Paul Marsden teil.

Sechs Billionen Dollar – in dieser Höhe liegt laut einer aktuellen Branchenstudie das weltweite Investitionspotenzial für digitale Technologien, mit denen Unternehmen die Customer Experience (CX) verbessern wollen. Die Größenordnung macht noch einmal sehr deutlich, warum CX auf der digitalen Agenda von Marken und Agenturen durchweg ganz oben steht. CX umfasst alle Kontaktpunkte, die Konsumenten mit einem Unternehmen und seinen Produkten haben.

Je positiver sie diesen Kontakt empfinden, desto eher sind sie bereit, einen höheren Preis zu zahlen, häufiger zu kaufen, sich wiederholt für das Produkt zu entscheiden oder es weiterzuempfehlen. Unser internationales Strategieteam hat im Rahmen eines Round-Table-Gesprächs diskutiert, welche neuen Möglichkeiten der Customer Experience sich insbesondere in der digitalen Sphäre bieten und welches Potenzial sich daraus für die SYZGY Gruppe ergibt.

Linda: Wir beobachten, dass Customer Experience für unsere Kunden immer mehr zur obersten Priorität wird. Warum herrscht aktuell so ein großes Interesse an CX?

James: In einer zunehmend gleichförmigen Warenwelt wird vielen Marken bewusst, dass das Erlebnis, das sie für ihre Kunden schaffen, eine der letzten verbliebenen Möglichkeiten zur Differenzierung ist. Die Menschen haben heute mehr Informationen und Wahlmöglichkeiten als jemals zuvor. Daher nehmen sie die Unterschiede zwischen den Marken sensibel wahr, sind sehr anspruchsvoll und jederzeit zum Wechsel bereit – die Konkurrenz ist schließlich nur einen Klick oder einen Anruf entfernt. Genau das verhindert man mit einer optimierten Customer Experience. Und gleichzeitig kann man neue Kunden überzeugen.

Paul: Was mittlerweile durch viele Studien belegt ist, die sich mit dem Zusammenhang von CX und Unternehmenserfolg beschäftigen. Bain & Co zum Beispiel haben wiederholt gezeigt, dass Marktführer auf dem Feld der Customer Experience in der Lage sind, doppelt so schnell zu wachsen wie der Markt. Sie können für ihre Aktionäre auch eine dreimal höhere Rendite erwirtschaften als der Marktdurchschnitt. Forrester und McKinsey haben ähnliche Ergebnisse publiziert. Daher ist jedes an Wachstum

interessierte Unternehmen gut beraten, sich eingehend mit dem Thema Customer Experience zu beschäftigen. Dabei kommt den digitalen Aktivitäten eine Schlüsselrolle zu.

James: Das stimmt. Allerdings muss man immer im Auge behalten, dass überzeugende Technologie kein Selbstzweck sein darf. Technologie schafft lediglich die Grundlage für Lösungen. Und die besten technologischen Lösungen sind die, die gar nicht so spektakulär sind, sich aber nahtlos in unser Leben fügen. Wenn man die Perspektive seiner Kunden nicht kennt, besteht die Gefahr, dass man viele kostspielige Services anbietet, die nur eingeschränkt von Nutzen sind. Um die richtigen Antworten zu finden, braucht man multidisziplinäre Teams, die zusammenarbeiten und Ergebnisse aus unterschiedlichen Blickwinkeln erarbeiten.

Paul: Was heißen würde, nicht auf einen allmächtigen „Chief Experience Officer“ zu setzen, wie es ja derzeit häufig gefordert wird. Mir sind dezentrale Ansätze auch lieber. Aber wenn man die Aktivitäten bei einer Führungsposition bündeln will, dann sollte das ein „Chief Customer Officer“ sein, der die Welt durch die Augen des Kunden sieht und dessen Interessen vertritt. Warum? Weil es am Ende die Kunden sind, die die Gehälter und Dividenden zahlen – das wird oft vergessen. CX bringt also bei Geschäftsentscheidungen die Stimme – und die Geldbörse – des Kunden ins Spiel.

Florian: Man kann gar nicht oft genug darauf hinweisen, dass es letztlich um den Kunden und seine Bedürfnisse geht. Ich rate Kunden aus der Mode- und Luxusartikelbranche seit Jahren, ihre Onlineshops genauso zu betrachten wie ihre stationären Geschäfte: als Markentempel, in denen sie mit ihrer Marke und ihrem Produkt beeindruckt werden können, aber auch und vor allem: als Orte, an denen sie zeigen, wie gut sie ihre

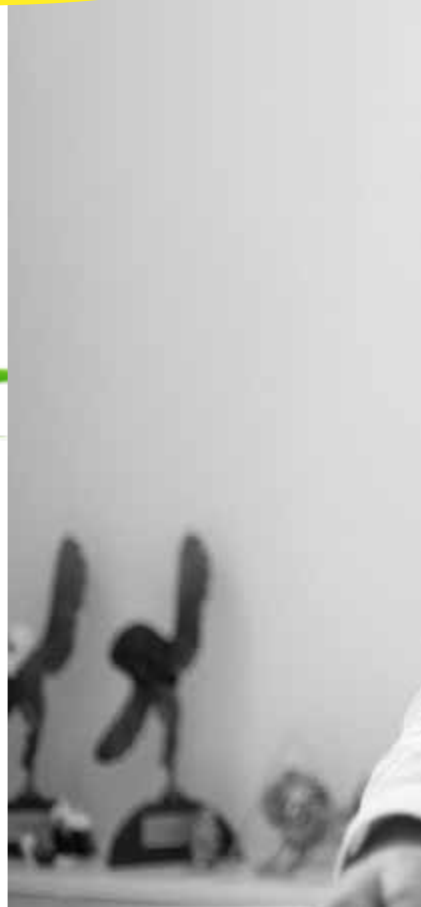


Dr. Paul Marsden



Florian Schmitt

Kunden kennen, um ihnen auf diese Weise einen Mehrwert zu bieten. Ich nenne das „Website-Intelligenz“, aber eigentlich geht es nur um gesunden Menschenverstand: Respektiere deinen Kunden, lerne ihn kennen und behandle ihn genau so, wie du sie in einem stationären Laden behandeln würdest. Dann wird er sich wertgeschätzt fühlen und wiederkommen. Erfahre mehr über seine Bedürfnisse und Absichten, indem du dich in seine Lage versetzt. Überrasche und begeistere ihn. Erst als wir angefangen haben, Webseiten als digitale Serviceangebote und nicht mehr als virtuelle Informationsbroschüren wahrzunehmen, haben die Kunden wirklich begriffen, dass Service ein attraktives Markenzeichen ist.



Linda: Du beschreibst etwas, das man auch als User Experience bezeichnen könnte. Ist Customer Experience ein Synonym dafür – oder geht sie darüber hinaus?

Paul: Die Begriffe sollte man auseinanderhalten. User Experience stellt das Produkt und nicht den Menschen in den Mittelpunkt. Der Mensch tritt nur als Nutzer auf. Es geht nicht um ihn, sondern um das Produkt oder den Service. Das Problem mit diesem produktzentrierten Denken und mit UX allgemein ist, dass man dabei das große Ganze aus dem Blick verlieren kann: den Platz eines Produkts oder Services im Leben von Menschen. Bei der UX-Optimierung kann es passieren, dass man vage und sinnlose Gespräche darüber führt, an welcher Stelle das Hamburger-Menü auf dem Bildschirm

erscheinen soll. Sicher, das kann relevant sein, aber die CX betrachtet alles aus einem neuen Blickwinkel. Die Gestaltung hängt dann davon ab, was für die Menschen und das Geschäft von Bedeutung ist.

James: Richtig, es ist alles eine Frage der Perspektive. Ein Beispiel: Mobile Marketing ist mittlerweile kein Spezialbereich am Rande mehr, denn viele Kunden wollen mit Marken lieber über mobile Endgeräte interagieren. Deshalb rückt es in den Mittelpunkt. Im Denksystem der UX würde man sich darauf beschränken, den Kanal zu optimieren. Die Logik der CX dagegen hat zur Folge, dass man Mobile für viele Marken und Services an die Spitze stellt. Der moderne Verbraucher geht im Laufe des Tages über unterschiedliche Geräte online. Er erwartet, bequem und ohne Hindernisse auf alle Inhalte zugreifen zu können. Wenn man konsequent die Perspektive des Kunden einnimmt, wird einem die Bedeutung mobiler Interaktion klar.

Paul: Das ist der Kernpunkt. Eine CX-Perspektive bedeutet, die Welt mit den Augen des Kunden zu sehen, zu fühlen, was sie fühlen und dann daran zu arbeiten, dass diese Gefühle positiv sind. Für mich geht es vor allem darum, bei der Betreuung unserer Kunden digitale Lösungen einzubringen, indem wir wiederum ihnen helfen, digitale Lösungen bei der Betreuung ihrer Kunden zu nutzen. Letztendlich gilt bei CX die sogenannte „goldene Regel“: Behandle andere so, wie du selbst behandelt werden möchtest. So sollte die digitale Welt funktionieren.

Florian: Das sehe ich auch so. Bei der User Experience geht es um die Menschen, aber nur insofern, dass man die Nutzung des Produkts für sie optimieren möchte. Doch wenn man auch die benutzerfreundlichste, perfekt responsive Webseite hat: Ist das Serviceangebot selbst nicht nützlich, hat man trotzdem nicht verstanden, worauf es ankommt. Genauso ist es, wenn man einen eigentlich wunderbar nützlichen Service anbietet, der jedoch an einer schlechten UX scheitert.



James Briscoe

Paul: Man kann es auch so ausdrücken: Bei UX geht es um Nutzerfreundlichkeit, bei CX um Nützlichkeit. Eine CX-Denkweise setzt sich für eine digitale Servicementalität ein, bei der wir unter digitalen Angeboten nützliche Produkte und Dienstleistungen verstehen und Nutzer als geschätzte Kunden betrachten.

Linda: Wenn CX also nicht mit UX gleichzusetzen ist, was genau versteht man dann unter Customer Experience?

Paul: Es gibt mehrere Möglichkeiten, die Customer Experience zu beschreiben, aber im Grunde besteht die Antwort aus zwei Teilen. Erstens: Der Kunde ist, im Gegensatz zum Konsumenten, jemand, der Geschäfte mit Lieferanten oder Anbietern abschließt. Das macht ihn zur Top-Business-Priorität. Wie heißt es in dem berühmten Zitat von Tom Peters: Jedes Geschäft hat zwei Kernfunktionen – Kunden gewinnen und Kunden binden. Zweitens: Die „Experience“ selbst ist super-persönlich und deshalb ein schwer greifbares Konzept. Aber genau darum geht es bei der Customer Experience: Wie fühlst du dich, du ganz persönlich, wenn du mit dem Unternehmen und den Produkten, die es verkauft, interagierst? CXM, also Customer Experience Management, soll diese Interaktionen mit dem Produkt und beim Kauf des Produkts so positiv wie möglich gestalten.

Florian: Letztendlich geht es um Begrifflichkeit: Es wird höchste Zeit, dass man sich in unserer Branche von den Begriffen User beziehungsweise Nutzer verabschiedet. Ein sogenannter User ist nichts weiter als ein Datenpunkt. Wer möchte überhaupt als User oder Nutzer bezeichnet werden? Der Begriff Kunde hingegen impliziert, dass man sein Gegenüber als Mensch wahrnimmt. Besonders gelungen ist die Kommunikation der Marke dann, wenn die Bedürfnisse des Kunden vor die eigenen gestellt wurden. Betrachtet man Marken daraufhin, ist es faszinierend zu beobachten, wer Erfolg hat und wer nicht.

James: Fest steht: Eine gute UX allein reicht nicht mehr aus. Man kann eine gute Erfahrung als „User“ machen und trotzdem ein unzufriedener Kunde sein, insbesondere wenn etwas schief geht. Sobald die üblichen Abläufe versagen, muss sich das CX-Programm einer Marke beweisen.

Linda: Wie lautet euer Fazit? Wie sehen die großen Geschäftschancen der CX zum jetzigen Zeitpunkt aus?

Paul: Die große Chance für uns liegt darin, Kunden die geschäftliche Interaktion mit Marken zu erleichtern. Es gibt viel hochtrabendes Gerede über die Schaffung sogenannter „Wow Experiences“ für den Kunden. Aber tatsächlich weisen Forschungsergebnisse darauf hin, dass Menschen sich vielmehr eine mühelose Experience wünschen. Und bei digitalen Lösungen geht es schließlich darum, Menschen die Erledigung von Dingen zu erleichtern. Hat nicht Apple gesagt, dass die beste Technologie die unsichtbare ist? Das deckt sich sehr gut mit der Fokussierung unserer Gruppe auf die „Komforttechnologie“ und die „Now Economy“. Das ganze „Wow Experience“-Ding ist einfach nur teuer und lenkt vom eigentlich Wichtigen ab.

James: Man kann bereits beobachten, wie sich die Gespräche mit den CMOs verändern. Früher lag der Fokus auf dem großen Marken-Marketing, jetzt denkt man eher über den Einfluss von Customer Experience auf die wirtschaftlichen Ergebnisse nach. Also liegen die größten Chancen in einer veränderten Einstellung und einer neuen Art zu denken. Ich glaube, dass wir immer häufiger mit Projekten beauftragt werden, deren Ausgangspunkt Fragen rund um den Kunden darstellen, anstelle von spezifischen technologischen, medialen oder marketing-bezogenen Konzepten. Es liegen aufregende Jahre vor uns.

Florian: Ich finde es sehr ermutigend, dass wir endlich aus dem langen, dunklen Schatten von Edward Bernays hervortreten, dem Erfinder der manipulativen Public Relations. Wir wenden uns einer sinnvolleren und gezielteren Interaktion zwischen Menschen, Marken und Services zu. Dennoch glaube ich, dass es nach wie vor Branchen gibt, in denen Marken nicht als austauschbar wahrgenommen werden. Das gilt zum Beispiel für Luxusgüter und Mode, wo noch immer eine hohe, manchmal irrationale Loyalität zum Markenimage herrscht. Hier funktionieren traditionelle Kommunikationsstrategien nach wie vor. Aber in der Automobil-, Finanz- und Reisebranche sehe ich für uns große Chancen, etwas zu bewegen, indem wir eine überragende Customer Experience schaffen.

Linda: *Und wie sehen die CX-Zukunftschancen für SYZYGY aus?*

Paul: Für mich ist die Komforttechnologie die Zukunft der CX. Sie macht es Menschen möglich, mit unseren Kunden schnell und unkompliziert Geschäfte abzuschließen und Dinge zu erledigen, die ihnen wichtig sind. Das spart ihnen Zeit, Zeit für Erfahrungen, die ihnen wirklich

am Herzen liegen. Wir sollten nicht versuchen, diese Erfahrungen für sie zu schaffen. Wer die „Wow Experience“ sucht, findet sie in Sonnenuntergängen, Kunst, Wissenschaft und zwischenmenschlichen Beziehungen. Vergesst Katzen auf Skateboards! Die große Chance der SYZYGY Gruppe liegt darin, unsere Kunden dabei zu unterstützen, Digital als Service anzubieten.

Florian: Was die Komforttechnologie angeht, stimme ich dir voll zu, Paul. Doch Katzen werden trotzdem immer wichtig sein! Aber im Ernst: Ich frage mich, ob der Komfort nicht irgendwann selbst zu einer Ware wird. CX könnte vielleicht Komfort plus X sein? Wobei das X für Vergnügen oder Überraschung stehen könnte? Das Tüpfelchen auf dem i.

Dieses Jahr dreht sich bei unserem Digital Innovation Day alles rund um die Customer Experience.

Hier mehr erfahren: <http://did.syzygy.net>



BMW Group

Mit Highspeed ins mobile Zeitalter

Premiumanbieter auch bei Web-Technologie und der Customer Experience – diese Faktoren stehen im Mittelpunkt unserer Zusammenarbeit mit BMW, die wir kontinuierlich ausbauen.

Das Markenversprechen in Sachen Design und Technologie von BMW muss auch in der digitalen Welt erlebbar sein. Nur wenn Kreation, Konzeption und Technik eng verzahnt sind, ist dies möglich. Zudem verändern sich im Zuge der Digitalisierung die Anforderungen an die globale Web-Plattform eines Konzerns.

Seit 2013 verantwortet die SYZYGY Gruppe den weltweiten Digital-Etat des Automobilbereichs von BMW. Wir entwickeln gemeinsam mit BMW die Web-Technologie weiter und beraten bei der strategischen Ausrichtung. Ein eigens geschaffenes Team aus Backend-Entwicklern ermöglicht, dass heute in fast allen Märkten Websites und Car Configurator über alle Devices – also auch auf mobilen Endgeräten – genutzt werden können. Nicht zuletzt zeichnet die schnelle und effektive Umsetzung das Projekt aus. In weniger als sechs Monaten nach dem Piloten war mit dem Rollout in mehr als 50 Märkten das erste Etappenziel erreicht: Höchstgeschwindigkeit für solch ein Projekt.

Ebenfalls seit 2013 betreuen wir die Website für den Heimatmarkt von BMW. Wir verantworten den gesamten deutschen Außenauftritt in den digitalen Kanälen: von der Kreation und Konzeption über die Begleitung von Modelleinführungen bis zur Umsetzung von Kampagnen und Specials. Hinzu kommt die Entwicklung und Optimierung von CRM-Maßnahmen. Hierzu zählt auch die Gestaltung und Redaktion aller Newsletter sowie vertriebsunterstützender Aktionen. In den heißen Phasen wie zur IAA oder den



Feierlichkeiten „100 Jahre BMW“ zahlt es sich aus, dass unsere Teams eng zusammenarbeiten.

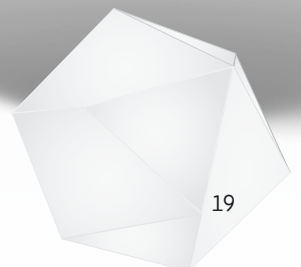
Eine weitere Aufgabe für BMW Deutschland ist die zentrale Steuerung der Botschaften und Ziele über die digitalen Kanäle hinweg.

Wir sehen uns auf unserem Weg immer bestätigt, wenn wir die Zusammenarbeit mit einem Konzern ausbauen können. Ende 2014 haben wir als weltweite Lead-Agentur auch den Digital-Etat von BMW Motorrad gewonnen und im Anschluss für den Kunden ein Büro in München eröffnet. Unser Auftrag: die strategische Weiterentwicklung und kontinuierliche Pflege der Marken-Plattform, des Bike Configurators und die weltweiten Roll-Outs in die Märkte.



Hinzu kommt die digitale Begleitung von Produkteinführungen sowie die Konzeption und Produktion internationaler Digital-Kampagnen und Contents. Im Zentrum unserer Arbeit steht die exzellente Customer- und Brand-Experience über alle digitalen Kanäle sowie eine optimale, digitale Unterstützung der Vertriebsziele.

Eine der ersten Arbeiten im Content- und Kampagnen-Bereich war eine virtuelle Probefahrt unter dem Titel „Your Mission To Ride“, die wir zur Modellüberarbeitung des Supersportlers S 1000 RR inszeniert haben. Dabei konnten die Motorrad-Fans ihr Smartphone wie einen Gasgriff einsetzen, um das Superbike auf Hochtouren zu bringen – nur die Wirklichkeit ist realer.



Avis Budget Group

Partnerschaft auf Augenhöhe

Im schnelllebigen und turbulenten Digitalmarkt sind langjährige, stabile Beziehungen zwischen Agenturen und Kunden alles andere als selbstverständlich.

Immer neue Medienkanäle und Endgeräte haben in den vergangenen Jahren für eine Fragmentierung der Agenturdienstleistung gesorgt. Für die Agenturen erhöht sich damit der Druck: Sie müssen nicht nur ständig dafür sorgen, dass die Marken ihrer Kunden für die Konsumenten relevant bleiben. Sie sollten zudem ihr Engagement für den Kunden so ausrichten, dass daraus eine Partnerschaft wird, die über das traditionelle Agenturmodell hinausgeht.

SYZGY darf nicht nur stolz auf eine über 11-jährige Zusammenarbeit mit der Avis Budget Group sein, sondern hat zudem die Rolle der Agentur neu definiert, um eine echte Partnerschaft auch für die Zukunft sicherzustellen.

Daher haben wir uns von Anfang an nicht als Marketing-Dienstleister, sondern als vollständig eingebundenen Geschäftspartner definiert – angetreten, um Ergebnisse zu erzielen, die für Avis wirklich etwas bewegen. Um Geschäftsziele und Consumer Journey ganzheitlich betrachten zu können, haben wir einen kundenzentrierten Ansatz für das globale Planning entwickelt, der mit Daten und Insights unterlegt ist. Wir haben Silos eingerissen, indem wir auf globaler Ebene multidisziplinäre Teams rund um die Themen Daten, Suchmaschinenoptimierung, Paid Media, Content und Strategie gebildet haben – also um alle Bereiche, die einen direkten Einfluss auf die Customer Journey der Avis-Kunden und letztlich auf das Geschäftsergebnis haben.





Die enge Anbindung von SYZGY drückt sich nicht zuletzt in einem neuen Modell der Umsatzbeteiligung mit geteiltem Risiko und geteiltem Gewinn aus. Beide Partner zeigen sich damit gleichermaßen für Leistung und Wachstum verantwortlich.

Dieser zukunftsweisende Ansatz erlaubt es uns, Avis umfassend in den Bereichen E-Commerce, Finanzen, Preisgestaltung und Marketingstrategie zu beraten.

Telefónica Deutschland

So geht Verkaufen heute

Digitalisierung, trägt maßgeblich zum Geschäftserfolg bei, wenn sie bis an den Point of Sale (PoS) reicht. SYZYGY hat daher Telefónica Deutschland unterstützt einen digitalen Kommunikationskanal zum stationären Handel zu entwickeln. Zudem können die Händler ihre Kunden bequem per Tablet beraten.

Für Telefónica, mit seiner Premiummarke O₂, seit 1999 Kunde der SYZYGY Gruppe, hat der stationäre Handel große Bedeutung: Wir waren bereits 2009 in die Entwicklung des Partner Online Systems (PartOS) involviert, das alle relevanten Geschäftsprozesse des stationären Handels unterstützt. Die Händler finden über PartOS auf Knopfdruck alle Informationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen.

Das Spektrum reicht von der Verwaltung der Kundenverträge und Provisionskonten über Tarif- und Geräteinformationen bis hin zu Werbemitteln, Druckvorlagen und webbasierten Trainings. Gleichzeitig erhält die O₂-Zentrale Reports zur Messung und Steuerung des Geschäftserfolgs.

Das Projekt zeigt das breite Leistungsportfolio der SYZYGY Gruppe: Wir haben Telefónica umfassend über die Digitalisierung der Geschäftsprozesse beraten, User Experience und Design des Systems optimiert sowie die technische Implementierung vorgenommen. PartOS wird seitdem in unseren Data-Centern betrieben – ein großer Vertrauensbeweis des Kunden, weil wir damit an einer sehr sensiblen, da hochgradig Business kritischen Schnittstelle arbeiten. Das System hat sich bestens bewährt: Sowohl die O₂-eigenen Shops als auch Partner und indirekte Kanäle setzen es ein.





Darüber hinaus können sie seit 2012 ein weiteres Tool nutzen, mit dem SYZGY die Prozesse erleichtert: Die Sales App macht Kundenberatung per Tablet möglich. Was früher mit Papier und Stift vermittelt wurde, läuft nun schnell und bequem per Klick: Tarife abrufen, personalisierte Angebote machen und diese dem Kunden per E-Mail zusenden.

Die Sales App steht mittlerweile allen deutschen O₂-Shops zur Verfügung. Sie können sich auf weitere Ausbaustufen des Angebots freuen: In Zukunft kann der Kunde auch direkt auf dem Tablet unterschreiben.



Die Aktie

Entwicklung der SYZYGY Aktie und wichtiger Börsenindizes

	2015	2014	Veränd.
XETRA-Schlusskurs (in EUR)	8,82	6,36	39%
Gesamtperformance inkl. Dividende	44%	24%	–
DAX	10.743	9.806	10%
TecDAX	1.831	1.371	34%
SDAX	9.099	7.186	27%

Kennzahlen je Aktie

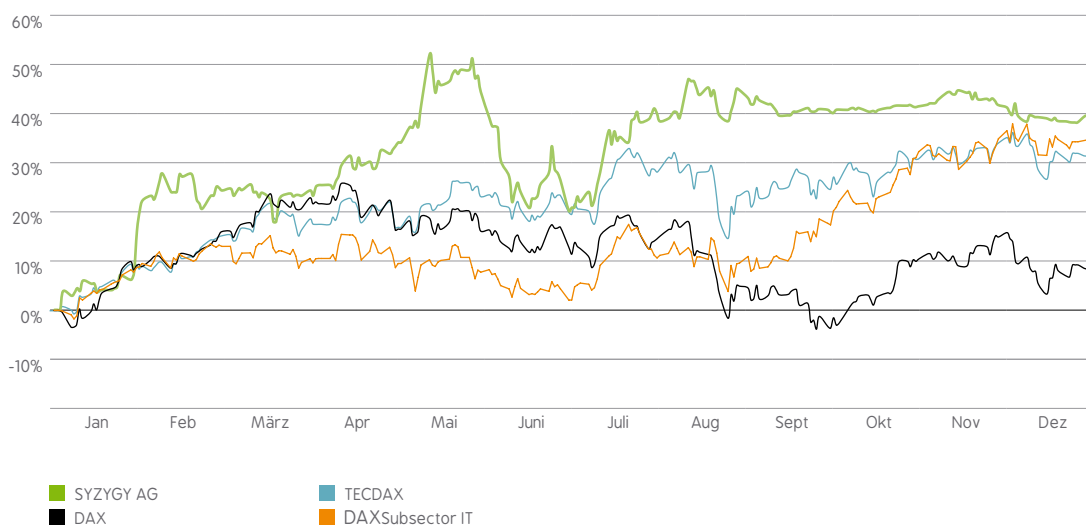
	2015	2014	Veränd.
	EUR	EUR	
Dividendenausschüttung	0,35	0,28	25%
Ergebnis je Aktie	0,37	0,35	6%
Höchster XETRA-Schlusskurs	9,70	6,49	49%
Niedrigster XETRA-Schlusskurs	6,54	5,10	28%
Kursperformance	2,46	1,25	39%

Kennzahlen der SYZYGY Aktie

	2015	2014	Veränd.
Anzahl der Aktien (auf den Inhaber lautende Stückaktien)	12.828.450	12.828.450	–
davon eingene Aktien (in Stück)	133.438	150.000	-15%
Marktkapitalisierung, Basis XETRA-Schlusskurs (in Mio. EUR)	113,1	81,6	39%
Freefloat	48,48%	68,80%	n.a.
Freefloat-Marktkapitalisierung (in Mio. EUR)	54,9	45,2	21%
TecDAX Ranking 2015:			
Marktkapitalisierung (Platzierung)	87	58	–
Börsenumsatz (Platzierung)	54	62	–
Durchschnittlicher Tagesumsatz:			
in Stück (davon XETRA 18.262)	22.831	21.557	6%
in EUR (davon XETRA 156.048)	193.851	160.991	20%

Aktiendaten

ISIN	DE0005104806	Handelsplätze	XETRA, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, München, Stuttgart
WKN	510480		
Symbol	SYZ	Sektor	Software
Reuters	SYZG.DE	Designated Sponsor	equinet Bank AG
Bloomberg	SYZ:GR	Analysten	Cosmin Filker (GBC AG) Simon Heilmann/Adrian Pehl (equinet Bank AG) Felix Ellmann (WARBURG RESEARCH)
Zulassungssegment	Regulierter Markt, Prime Standard		



SYZYGY am Kapitalmarkt

Die weltweiten Aktienmärkte entwickelten sich im Jahr 2015 weiterhin volatil und schlossen das Berichtsjahr in einigen Regionen mit deutlichen Zuwächsen ab. Die europäischen Aktien profitierten insgesamt von der weiterhin expansiven Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) und dem niedrigen Zinsniveau. Die Aktie legte im Jahresverlauf um 39 Prozent zu und liegt damit vor vergleichbaren Indizes wie dem SDAX, TECDAX oder DAX. Vorstand und Aufsichtsrat schlugen der Hauptversammlung am 8. Juli 2016 die Anhebung der Dividende auf EUR 0,37 (Vorjahr: EUR 0,35) vor. Dies ist die fünfte Dividendenanhebung in Folge.

Volatiles Jahr an den Weltbörsen

Die europäischen Aktienmärkte starteten mit deutlichen Kursgewinnen in das Jahr 2015. Insbesondere die expansive Geldpolitik der EZB, die neben bereits bestehenden Maßnahmen ein Kaufprogramm (Quantitative Easing, QE) für Staatsanleihen im Gesamtvolumen von 1,1 Billionen Euro initiierte, beflügelte die Börsen. Der DAX legte bis Anfang April um mehr als ein Viertel zu und notierte in diesem Umfeld so hoch wie nie zuvor. In der Folge wirkte sich jedoch die weitere Eskalation der griechischen Schuldenkrise belastend aus. Bedenken hinsichtlich möglicher Folgeeffekte aufgrund eines etwaigen Ausscheidens Griechenlands aus der Eurozone führten zu erhöhter Volatilität.

Nach einer leichten Erholung der Börsenkurse im Juli bestimmten Meldungen über eine Verlangsamung des Wachstums in China, Turbulenzen am chinesischen Aktienmarkt und Unsicherheiten über die Zinsanpassungsschritte der US-Notenbank das Geschehen. Vor diesem Hintergrund gaben die Börsenkurse in Europa und in den USA im August deutlich nach.

Darüber hinaus traten Befürchtungen auf, dass auch die US-Wirtschaft ihren konjunkturellen Höhepunkt bereits erreicht haben könnte. Bereits im Oktober setzte eine dynamische Erholungsbewegung ein, bei der viele Aktien die Kursverluste zu einem Teil wieder ausgleichen konnten. Der weitere Ölpreisverfall und die Enttäuschung über eine nicht erfolgte Ausweitung des Anleihekaufprogramms der EZB führten im Dezember zu einer sehr volatilen Kursentwicklung. Insgesamt entwickelten sich die Aktienmärkte in Deutschland sehr positiv, wobei Technologie-Aktien in besonderem Maße hohe Kurszuwächse verzeichnen konnten.

Der TecDAX hat daher mit einem Kursplus von 34 Prozent deutlich höhere Zuwächse als der SDAX mit einem Anstieg von 27 Prozent, oder der DAX mit einem Anstieg von 10 Prozent erfahren. Der DAX übertraf im April 2015 erstmals die Marke von 12.000 Punkten und erreichte am 10. April mit 12.375 Punkten ein neues Allzeithoch. In Japan stieg der Nikkei-Index auf Jahressicht um 9 Prozent, und in den USA verlor der Dow Jones im Jahresverlauf 2 Prozent.

Entwicklung der Aktie

Gestützt von sehr guten Geschäftszahlen für das Jahr 2014 sowie der Ankündigung, die Dividende von EUR 0,28 auf EUR 0,35 anzuheben, hat sich die Aktie deutlich stärker als die großen Indizes entwickelt. Ausgehend von EUR 6,36 ging die SYZGY Aktie dynamisch in das neue Jahr und erzielte bis Ende Januar Kursgewinne von bis zu 22 Prozent.

Es folgte eine Phase, in der die Aktie seitwärts tendierte, bis sie ab Anfang April nochmals dynamische Kurszuwächse verzeichnen konnte. Diese positive Entwicklung hat sich in den Wochen bis zum Tag der Hauptversammlung fortgesetzt, wobei die Aktie ihren höchsten Schlusskurs am 11. Mai 2015 mit EUR 9,70 erreichte. Nach Auszahlung der Dividende in Höhe von EUR 0,35 gab die Aktie erwartungsgemäß nach und bewegte sich bis Mitte Juli in einem Korridor zwischen EUR 7,70 und EUR 8,50. Mit Bekanntgabe der Halbjahreszahlen erhielt der Aktienkurs wiederum Aufwärtssimpulse, die den Kurs auf rund EUR 9,00 ansteigen ließ.

Am 7. August 2015 veröffentlichte WPP die Absicht, den Aktionären ein freiwilliges Übernahmeangebot zu unterbreiten. In der Folge stieg der Kurs kurzfristig bis auf EUR 9,40 an, um sich dann auf den avisierten Angebotspreis von EUR 9,00 einzupendeln.

Trotz zwischenzeitlicher Turbulenzen der Aktienmärkte, als der DAX bis Ende September rund 20 Prozent verloren hatte, hat die SYZGY Aktie auf Grund des Übernahmeangebots den Angebotskurs von EUR 9,00 unwesentlich unterschritten.

Diese Kursentwicklung setzte sich auch nach Ablauf der Angebotsphase bis zum Jahresende fort, wobei sich die Kurse weiterhin in einem engen Korridor von EUR 8,80 bis EUR 9,20 bewegten. Hierbei gab die Bekanntgabe der Geschäftszahlen zum Neunmonatszeitraum der Aktie nochmals Unterstützung, so dass auch in einem sehr volatilen und zur Schwäche neigenden Börsenumfeld die SYZYGY Aktie sehr stabil tendierte und zum Jahresende einen Schlusskurs von EUR 8,82 aufwies.

Die SYZYGY Aktie beendete das Börsenjahr mit einem Plus von rund 39 Prozent, womit sie DAX und TecDAX deutlich übertraf. Unter Berücksichtigung der Dividendenzahlung von EUR 0,35 belief sich die Gesamtperformance der Aktie sogar auf 44 Prozent.

Die ordentliche Hauptversammlung der SYZYGY AG hat am 29. Mai 2015 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe EUR 0,35 beschlossen, die ab dem 1. Juni ausbezahlt wurde. Die auf dem XETRA-Schlusskurs am Tag der Hauptversammlung basierende Dividendenrendite lag mit 3,8 Prozent weiterhin auf einem hohen Niveau (Vorjahr: 4,3%).

Die Liquidität der SYZYGY Aktie erhöhte sich mit durchschnittlich 22.800 an allen deutschen Börsen gehandelten Stücken pro Tag im Vorjahresvergleich nochmals.



Übernahmeangebot durch die WPP-Gruppe

Die WPP Jubilee Ltd. hat am 7. August 2015 bekanntgegeben, ein freiwilliges Übernahmeangebot zum Erwerb aller SYZYGY Aktien gegen Zahlung einer Geldleistung von EUR 9,00 abgeben zu wollen. Die Angebotsunterlage der WPP Jubilee Limited, einer Tochtergesellschaft der WPP plc, wurde am 16. September 2015 veröffentlicht.

WPP hatte eine erste Annahmefrist vom 16. September bis 14. Oktober 2015 und eine sich anschließende Annahmefrist vom 20. Oktober bis 2. November 2015 festgelegt. Das Angebot stand unter der Bedingung, dass sich das EBITDA der SYZYGY Gruppe nicht um mehr als EUR 0,5 Mio. verschlechtert. Ferner gab es keine weiteren Bedingungen.

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 28. September 2015 eine gemeinsame Stellungnahme abgegeben, in der die Annahme des Angebots empfohlen wurde.

In der ersten Annahmefrist wurden WPP 16,97 Prozent der Anteile angedient sowie in der zweiten Annahmefrist weitere 3,51 Prozent, so dass WPP nunmehr 50,48 Prozent der SYZYGY Aktien hält.

Aktionärsstruktur

Die Gesamtzahl der Aktien betrug wie im Vorjahr am Bilanzstichtag 12.828.450 Stücke. Die Aktionärsstruktur hat sich in der Berichtsperiode wie folgt verändert: Größter Anteilseigner ist weiterhin die WPP mit einem Anteil von knapp über 50 Prozent.

Die Vorstandsmitglieder der SYZYGY AG, Marco Seiler und Andy Stevens sowie die Aufsichtsratsmitglieder Wilfried Beeck und Michael Mädler haben im Rahmen des Übernahmeangebots alle Aktien angedient, so dass alle Organmitglieder zum 31. Dezember 2015 keine Aktien mehr hielten.

Insgesamt waren die Organmitglieder bis zur Abgabe des Übernahmeangebots mit rund 7 Prozent am Unternehmen beteiligt.

Die Ermächtigung der Hauptversammlung vom 28. Mai 2010, eigene Aktien zurückzukaufen, ist in 2015 abgelaufen. Die Hauptversammlung vom 29. Mai 2015 hat den Beschluss zum Erwerb eigener Aktien erneuert. Im Geschäftsjahr 2015 hat die Gesellschaft von der Ermächtigung keinen Gebrauch gemacht.

Im Zuge des Erwerbs der ausstehenden Anteile an Hi-ReSI London wurden 16.562 Aktien an die Minderheitsgesellschafter der Agentur übertragen. Im Vergleich zum Vorjahr verminderte sich der Bestand im Eigenbesitz somit leicht auf 133.438 Stücke oder 1,04 Prozent.

Der Freefloat gemäß der Definition der Deutschen Börse belief sich zum 31. Dezember auf 48,48 Prozent.

Investor Relations

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

Um das Geschäftsmodell vorzustellen und regelmäßig über die Strategie und die Entwicklung der Agenturgruppe zu berichten, haben Vertreter des Managements im Berichtsjahr insgesamt vier Kapitalmarktkonferenzen besucht: das Deutsche Eigenkapitalforum in Frankfurt, den Investors' Day der Solventis Wertpapierhandelsbank, die Zürcher Kapitalmarktkonferenz (ZKK) sowie die Münchner Kapitalmarktkonferenz (MKK). Darüber hinaus wurden zahlreiche institutionelle Investoren im Rahmen von Einzelgesprächen oder Round Table-Veranstaltungen besucht. Es fanden hierzu Roadshows mit der equinet Bank AG, der BHF-Bank und GBC AG statt.

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

Inzwischen geben vier Analysten regelmäßig aktuelle Einschätzungen und Prognosen über die Performance und die weitere Entwicklung der Agenturgruppe ab. Dies sind die GBC AG, die equinet Bank AG, die Solventis Wertpapierhandelsbank GmbH und die Warburg Bank, wobei die equinet Bank auch das Designated Sponsoring-Mandat inne hatte.

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

Bericht des Aufsichtsrates

Sehr geehrte Aktionäre,

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

Der Vorstand ist seinen Informationspflichten vollständig nachgekommen. Die Berichte des Vorstands wurden hinsichtlich ihrer Gegenstände als auch ihres Umfangs den gesetzlichen Anforderungen und den Informationsbedürfnissen des Aufsichtsrates vollumfänglich gerecht. Darüber hinaus ließ sich der Aufsichtsrat ergänzende Informationen und Auskünfte erteilen. Der Aufsichtsrat hat die ihm erteilten Auskünfte und Berichte kritisch gewürdigt und auf Plausibilität geprüft.

Sitzungen und Teilnahme

Im Geschäftsjahr 2015 fanden im Beisein des Vorstands insgesamt fünf ordentliche Aufsichtsratssitzungen statt: am 27. Januar, am 27. März, am 28. April, am 22. Oktober und am 14. Dezember. Ferner kamen Aufsichtsrat und Vorstand zu zwei außerordentlichen Sitzungen am 18. August und am 28. September 2015 zusammen.

Des Weiteren haben sich Aufsichtsrat und Vorstand vom 15.-17. Juli 2015 zu einer dreitägigen Sitzung getroffen, um über die aktuelle Entwicklung der SYZYG Gruppe, ihre strategische Ausrichtung sowie Chancen anorganischen Wachstums zu sprechen.

Im Rahmen der Sitzungen, bei denen alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entweder persönlich anwesend oder telefonisch zugeschaltet waren, wurden alle wichtigen Vorkommnisse besprochen und die erforderlichen Entscheidungen getroffen.

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

Der Fokus der Sitzung am 27. Januar 2015 lag auf der Besprechung des Budgets 2015 und der strategischen Weiterentwicklung der Gruppe. Ferner wurden die vorläufigen Jahreszahlen 2014 und die Finanzlage der Gesellschaft erörtert. Abschließend beschlossen Vorstand und Aufsichtsrat, der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von EUR 0,35 vorzuschlagen.

In der Sitzung am 27. März 2015 fand die Bilanzsitzung unter Anwesenheit der Abschlussprüfer statt. Nach kritischer Prüfung sämtlicher Vorlagen ließ sich der Aufsichtsrat die Abschlussunterlagen für das Geschäftsjahr 2014 detailliert von den Mitgliedern des Vorstands erläutern. Die Abschlussprüfer legten die Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Prüfungen dar. Fragen beantworteten der Vorstand und die Abschlussprüfer zur vollsten Zufriedenheit. Der Aufsichtsrat konnte sich so von der Ordnungsmäßigkeit der Prüfungen und Prüfungsberichte überzeugen. Im Anschluss an die Ausführungen wurden der Jahresabschluss und der Konzernabschluss gebilligt und festgestellt.

Zudem wurde in der Sitzung die Tagesordnung für die Hauptversammlung 2015 verabschiedet. Dabei wurde der Beschluss gefasst, der Hauptversammlung die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft als Abschlussprüfer und Konzernabschlussprüfer vorzuschlagen.

In der Aufsichtsratssitzung vom 28. April 2015 informierte der Vorstand den Aufsichtsrat ausführlich über die aktuelle Geschäftsentwicklung. In diesem Rahmen wurden die Zahlen für das erste Quartal 2015 erörtert und anschließend genehmigt. Einen weiteren Schwerpunkt der Sitzung bildete der Digital Innovation Day (DID2015), der sich mit digitalen Innovationsthemen befasst und ein zentrales Element der Marketingstrategie der SYZYGY Gruppe darstellt.

Im Rahmen der dreitägigen Sitzung vom 15.-17. Juli 2015 wurden die Geschäftszahlen für das erste Halbjahr 2015 erörtert und genehmigt. Zudem gab der Vorstand einen Ausblick auf das weitere Geschäftsjahr. Des Weiteren wurden auf der dreitägigen Sitzung ausführlich die Themen organisches und anorganisches Wachstum, die Entwicklung des Neugeschäfts und der Führungsstruktur der SYZYGY Gruppe diskutiert. Auch wurden Elemente der Corporate Governance Erklärung für das Jahr 2015 diskutiert.

Die nächste Sitzung fand außerplanmäßig am 18. August 2015 statt und befasste sich mit dem freiwilligen Übernahmeangebot durch die WPP Gruppe. In dieser Sitzung wurden zunächst der Prozess des Übernahmeangebots und die sich anschließenden Schritte besprochen.

In der Sitzung vom 28. September 2015 haben Aufsichtsrat und Vorstand die gemeinsame Stellungnahme zu dem freiwilligen Übernahmeangebot ausführlich diskutiert und einvernehmlich verabschiedet.

In der ordentlichen Aufsichtsratssitzung vom 22. Oktober 2015 wurden zunächst die 9-Monats-Zahlen erörtert und genehmigt. In diesem Zusammenhang gab der Vorstand erneut einen aktuellen Ausblick auf das verbleibende Jahr.

Die letzte Sitzung des Jahres fand am 14. Dezember 2015 statt und befasste sich mit dem Ausblick für das Jahr 2016 sowie den Risiken und Chancen der Akquisition eines potenziellen Übernahmekandidaten. Ein weiterer Tagesordnungspunkt war die Erklärung zur Unternehmensführung, die auch die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex enthält, und die dem Aufsichtsrat rechtzeitig vor der Sitzung in schriftlicher Form zugeleitet worden war. Die Erklärung wurde nach der Verabschiedung gemeinsam von Vorstand und Aufsichtsrat unterzeichnet.

In der Sitzung wurde auch die Finanzlage der SYZYGY Gruppe dargelegt und die Anlagestrategie der Finanzmittel ausführlich diskutiert.

Ferner wurde nach Abschluss des Übernahmeangebots durch WPP und der feststehenden Anteilsquote von 50,5 Prozent deren Auswirkungen auf SYZYGY erörtert.

Die erste Aufsichtsratssitzung im laufenden Geschäftsjahr 2016 fand am 1. Februar 2016 statt. Hier wurde das Budget 2016 diskutiert. Ferner wurden die vorläufigen Geschäftszahlen 2015 präsentiert. Nach ausführlicher Diskussion und anschließender Genehmigung der vorläufigen Zahlen wurde beschlossen, der Hauptversammlung eine Dividende in Höhe von EUR 0,37 vorzuschlagen.

Eine weitere außerordentliche Aufsichtsratssitzung fand am 22. Februar 2016 statt, in der das Budget für das Geschäftsjahr 2016 verabschiedet wurde. Ferner trat Herr Marco Seiler von seinem Amt als Vorstandsvorsitzender der SYZYGY AG mit Wirkung zum 31. August 2016 zurück. Der Aufsichtsrat hat in der gleichen Sitzung Herrn Lars Lehne als weiteres Vorstandsmitglied zum 1. April 2016 bestellt und ihn mit Wirkung zum 1. September 2016 zum Vorstandsvorsitzenden nominiert.

Am 2. März 2016 kam der Aufsichtsrat zusammen, um über die M&A Strategie und einen potenziellen Übernahmekandidaten zu diskutieren.

Darüber hinaus fand am 29. März 2016 eine Aufsichtsratssitzung zur Bilanzfeststellung statt, bei der der Wirtschaftsprüfer anwesend war.

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

Besetzung und Ausschüsse

Das Aufsichtsratsmitglied Herr Thomas Strerath wurde am 29. Mai 2015 von der Hauptversammlung abberufen. An seine Stelle wurde Herr Ralf Hering für die verbleibende Amtszeit gewählt, der die Wahl annahm.

Der Aufsichtsrat der SYZYGY AG besteht mit den Herren Michael Mädler als Vorsitzendem, Wilfried Beeck und Ralf Hering weiterhin aus drei unabhängigen Mitgliedern, die ausschließlich Aktionärsinteressen vertreten.

Die Amtsperiode aller Aufsichtsratsmitglieder umfasst die Zeit bis zur Beendigung der Hauptversammlung, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2018 beschließt.

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

Die Hauptversammlung erteilte den Aufsichtsrats- und Vorstandsmitgliedern am 29. Mai 2015 Entlastung für das Geschäftsjahr 2014.

Corporate Governance

Am 14. Dezember 2015 veröffentlichte der Aufsichtsrat gemeinsam mit dem Vorstand die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) gemäß §161 AktG als Teil der umfassenderen Erklärung zur Unternehmensführung. Die Corporate Governance Erklärung basiert auf dem Kodex in der zu diesem Zeitpunkt gültigen Fassung vom 5. Mai 2015. Die SYZGY AG entspricht mit wenigen Ausnahmen den im DCGK formulierten Prinzipien. Die Ausnahmen werden in der entsprechenden Erklärung dargelegt und begründet.

Der Vergütungsbericht, der die Höhe und die Struktur der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrates offenlegt, ist gemäß dem DCGK im Lagebericht oder im Konzernanhang anhand der dem Kodex angehängten Mustertabellen abzugeben. Einzelheiten zur Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrates finden sich im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2015.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung, Verwendung des Bilanzgewinns

Die Hauptversammlung hat am 29. Mai 2015 auf Vorschlag des Aufsichtsrates die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main, als Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfer bestellt. Der Aufsichtsrat hat keine Umstände festgestellt, die eine Befangenheit des Wirtschaftsprüfers begründet hätten. Der Wirtschaftsprüfer selbst hat eine Unabhängigkeitserklärung abgegeben. Neben den Abschlussprüfungen sind in unwesentlichem Umfang Dienstleistungen von der BDO AG erbracht worden.

Die BDO AG hat im Auftrag des Aufsichtsrates den Jahresabschluss und Lagebericht, den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2015 geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Jahresabschluss wurde nach den Vorschriften des HGB, der Konzernabschluss nach den Regeln der International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt. Die vollständigen Abschlussunterlagen, die Prüfungsberichte und der Vorschlag des Vorstands zur Gewinnverwendung wurden allen Aufsichtsratsmitgliedern rechtzeitig vor der Beschlussfassung zugeleitet. Ferner informierte der Abschlussprüfer den Aufsichtsrat über die Prüfung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagements, bei der keine Schwächen festgestellt wurden.

Nach kritischer Prüfung sämtlicher Vorlagen ließ sich der Aufsichtsrat im Rahmen seiner Sitzung vom 29. März 2016 die Abschlussunterlagen für das Geschäftsjahr 2015 ausführlich von den Mitgliedern des Vorstands erörtern. Die ebenfalls anwesenden Abschlussprüfer legten die Schwerpunkte und Ergebnisse ihrer Prüfungen dar. Fragen wurden vom Vorstand und von den Abschlussprüfern zur vollsten Zufriedenheit beantwortet. Der Aufsichtsrat konnte sich so von der Ordnungsmäßigkeit der Prüfungen und Prüfungsberichte überzeugen.

Auf Basis der eigenen Prüfungen und unter Berücksichtigung der Prüfungsberichte sah der Aufsichtsrat keinen Grund zu Beanstandungen. Der Aufsichtsrat hat daher den Jahresabschluss und Lagebericht der SYZYGY AG und den Konzernabschluss sowie den Konzernlagebericht gebilligt und festgestellt. Darüber hinaus stimmte der Aufsichtsrat dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns zu.

Der Aufsichtsrat spricht den Mitgliedern des Vorstands ebenso wie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SYZYGY Gruppe seinen Dank für ihr Engagement aus. Wir freuen uns auf die weitere vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen für das laufende Geschäftsjahr viel Erfolg.

Bad Homburg, den 29. März 2016
Der Aufsichtsrat



Michael Mädler
Vorsitzender des Aufsichtsrates



Corporate Governance

Der Vorstand und der Aufsichtsrat berichten in dieser Erklärung gemäß §289a HGB über die Unternehmensführung sowie gemäß Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex (nachfolgend „DCGK“) über die Corporate Governance der SYZYGY AG. Der DCGK umschreibt international anerkannte Grundsätze zur verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung und -überwachung und wurde seit seiner erstmaligen Verabschiedung im Jahre 2002 mehrfach modifiziert und erweitert, zuletzt am 5. Mai 2015. Vorstand und Aufsichtsrat sehen sich einer auf Nachhaltigkeit angelegten Unternehmensführung verpflichtet und identifizieren sich mit dem Ziel des DCGK, eine vertrauensvolle, am Nutzen von Anteilseignern, Mitarbeitern und Kunden orientierte Unternehmensführung zu fördern.

Der DCGK beinhaltet Verhaltensempfehlungen, von denen die Unternehmen abweichen können. Sie müssen dies jedoch im Rahmen einer jährlichen Entsprechenserklärung nach §161 AktG offenlegen und begründen.

Die Erklärung zur Unternehmensführung umfaßt seit dem 5. Mai 2015 gemäß §289a Nr. 4 HGB zusätzlich Festlegungen auf Zielgrößen, die eine gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern in Führungspositionen ermöglichen soll.

Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §289a HGB umfaßt daher im Detail:

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

4. Angaben zu den festgelegten Zielgrößen für den Frauenanteil in Führungspositionen sowie zu deren Erreichung.

Die SYZYGY AG entspricht dem Kodex in der derzeit gültigen Fassung vom 5. Mai 2015 bis auf wenige Ausnahmen. Diese werden in der folgenden Entsprechenserklärung aufgeführt und erläutert.

Seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung vom 31. Oktober 2014 hat die SYZYGY AG den Empfehlungen des Kodex in der alten Fassung vom 24. Juni 2014, bis auf die Ausnahmen, die in der jetzigen Erklärung auch bestehen, entsprochen.

1. Erklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der SYZYGY AG zum Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 gemäß §161 AktG

Vorstand und Aufsichtsrat der SYZYGY AG erklären gemäß §161 AktG, dass den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 mit den folgenden Ausnahmen entsprochen wird:

- (1) Vielfalt bei der Besetzung von Führungspositionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 4.1.5):
Der Vorstand hat sich bereits in der Vergangenheit mit den Anforderungen des DCGK nach verstärkter Vielfalt (Diversity) und insbesondere einer angemessenen Berücksichtigung von Frauen in Führungspositionen befasst. Im Interesse des Unternehmens entscheidet sich das Management der SYZYGY AG bei der Besetzung von Führungspositionen für diejenige Person, die dem Anforderungsprofil aufgrund ihrer fachlichen Qualifikation und persönlichen Eignung am besten entspricht. Das Geschlecht ist dabei kein vorrangiges Entscheidungskriterium.

Sollten für eine zu besetzende Position mehrere gleich qualifizierte Kandidatinnen und Kandidaten zur Verfügung stehen, entscheidet sich der Vorstand für die Person, die zur Vielfalt der Führungsmannschaft beiträgt.

- (2) Vielfalt bei der Besetzung von Vorstandsp-ositionen unter besonderer Berücksichtigung von Frauen (Ziffer 5.1.2):

Auch bei der Besetzung von Vorstandsp-ositionen erfolgt die Entscheidung für eine Kandidatin bzw. einen Kandidaten ausschließlich aufgrund fachlicher Qualifikation und persönlicher Eignung. Sollten für eine zu besetzende Position mehrere gleich qualifizierte Kandidatinnen und Kandidaten zur Verfügung stehen, bestellt der Aufsichtsrat diejenige Person, die zur Diversity im Vorstand beiträgt.

- (3) Einrichtung von fachlich qualifizierten Ausschüssen des Aufsichtsrats gemäß Ziffer 5.3.1, eines Prüfungsausschusses gemäß Ziffer 5.3.2 sowie eines Nominierungsausschusses gemäß Ziffer 5.3.3:
Der Aufsichtsrat der SYZGY AG besteht aus drei Personen. Diese Größe hat sich als sehr effektiv erwiesen, da sowohl übergeordnete strategische Themen als auch Detailfragen intensiv im Gesamtaufichtsrat erörtert und entschieden werden können. Eine Bildung von Ausschüssen halten wir aufgrund der Anzahl von drei Aufsichtsratsmitgliedern nicht für zweckmäßig.

- (4) Benennung konkreter Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrates, Altersgrenze und Diversity im Aufsichtsrat (Ziffer 5.4.1)

Seit Gründung der SYZGY AG ist es gelebte Praxis, im Sinne der Aktionäre, Mitarbeiter, und Kunden nach der größtmöglichen unternehmens- und branchenspezifischen Fachkompetenz im Aufsichtsrat zu streben, unabhängig von Merkmalen wie Alter oder Geschlecht. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf einer tief greifenden Kenntnis der Kommunikations- und Digitalbranche, Internationalität sowie auf umfassendem Wissen in der Rechnungslegung und interner Kontrollverfahren. Diesen Ansprüchen wird der Aufsichtsrat in seiner derzeitigen Zusammensetzung vollumfassend gerecht. Auf eine schriftliche Fixierung detaillierter Anforderungen wurde aufgrund der geringen Größe des Aufsichtsrates verzichtet. Auch sieht der Aufsichtsrat von der Festlegung einer Altersgrenze und einer Regelgrenze für die Zugehörigkeitsdauer ab, da sie fachlich als nicht sinnvoll erachtet wird. Ebenso wurde bei den Vorschlägen zur Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern im Unternehmensinteresse vorrangig auf die erforderlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und fachlichen Erfahrungen abgestellt. Der Aufsichtsrat wird zukünftig bei seinen Vorschlägen unter Beachtung der unternehmensspezifischen Situation Diversity-Gesichtspunkte, insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen, berücksichtigen.

- (5) Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder (Ziffer 5.4.6):

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

2. Praktiken der Unternehmensführung

Der Vorstand der SYZYGY AG führt die Geschäfte mit der Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Kaufmanns unter Beachtung der gesetzlichen Anforderungen, der Bestimmungen ihrer Satzung sowie des DCGK, dem die SYZYGY AG gemäß §161 AktG mit den in einer Erklärung angegebenen Ausnahmen entspricht. Relevante Unternehmensführungspraktiken, die über diese Vorgaben hinausgehen, bestehen bei der SYZYGY AG nicht.

3. Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat

Duales Führungssystem

Den gesetzlichen Vorgaben entsprechend, verfügt die SYZYGY AG über ein duales Führungssystem, in dem der Vorstand die Geschäfte der Gesellschaft eigenständig führt, während dem Aufsichtsrat die Überwachung der Vorstandstätigkeit obliegt. Die beiden Organe sind sowohl hinsichtlich ihrer personellen Besetzung als auch ihrer Kompetenzen streng voneinander getrennt.

Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands

Der Vorstand der SYZYGY AG besteht aus drei Personen: Chief Executive Officer, Chief Operating Officer und ein Chief Financial Officer. Da dem Vorstand nur drei Mitglieder angehören, wurden und werden keine Ausschüsse gebildet. Der Vorstand führt die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe der Gesetze, der Satzung und einer Geschäftsordnung. Er legt für den Konzern und seine Tochtergesellschaften langfristige Ziele zum Wohle und zum nachhaltigen Wachstum des Unternehmens fest und leitet daraus Strategien ab. Dabei arbeitet er mit dem Aufsichtsrat der Gesellschaft eng und vertrauensvoll zusammen.

Jedem Vorstandsmitglied obliegen Geschäftsbereiche, die er in eigener Verantwortung führt. In Erfüllung ihrer Funktionen wirken die Mitglieder kollegial zusammen und unterrichten sich gegenseitig über wichtige Maßnahmen und Geschäfte in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich. Die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung obliegt allen Vorstandsmitgliedern gemeinsam.

Vorstandssitzungen können von jedem Mitglied des Vorstands einberufen werden. Sie finden in regelmäßigen Abständen und zusätzlich nach Bedarf statt. Der Vorstand beschließt mit einfacher Mehrheit, sofern nicht Einstimmigkeit gesetzlich erforderlich ist. Geschäfte, die nur mit Zustimmung des Aufsichtsrates vorgenommen werden dürfen, sind in der Geschäftsordnung aufgeführt. Vorstandsbeschlüsse werden dokumentiert und aufbewahrt.

Sprecher des Vorstands ist sein Vorsitzender. Er koordiniert die verschiedenen Geschäftsbereiche und repräsentiert die Gesellschaft nach außen.

Die SYZYGY AG hat für alle Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder eine Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung (D&O-Versicherung) abgeschlossen, die in Übereinstimmung mit dem aktuellen DCGK einen Selbstbehalt in gesetzlich vorgeschriebener Höhe vorsieht.

Zusammensetzung und Arbeitsweise des Aufsichtsrates

Dem Aufsichtsrat der SYZYGY AG gehören drei Mitglieder an, von denen eines – den gesetzlichen Vorgaben entsprechend – als Finanzexperte über umfassende Kenntnisse in der Rechnungslegung und interner Kontrollverfahren verfügt.

Der Aufsichtsrat arbeitet bei der Wahrnehmung seiner Aufgaben mit den übrigen Organen der Gesellschaft zum Wohle des Unternehmens zusammen. Er überwacht und begleitet die Arbeit des Vorstands im Hinblick auf Rechtmäßigkeit, Ordnungsmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit des Vorstandshandelns.

Der Vorstand berichtet dem Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend schriftlich oder mündlich über aktuelle Entwicklungen sowie über die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Konzerns und der Tochtergesellschaften. Bei Entscheidungen, die für die SYZYGY Gruppe von wesentlicher Bedeutung sind, ist der Aufsichtsrat unmittelbar eingebunden.

Aufsichtsratssitzungen finden regelmäßig einmal im Quartal und zusätzlich nach Bedarf statt. Die Sitzungen werden durch den Vorsitzenden mit einer Frist von vierzehn Tagen schriftlich einberufen. Vor jeder Aufsichtsratssitzung wird eine schriftliche Tagesordnung an die Mitglieder des Aufsichtsrats verteilt. Beschlüsse bedürfen der Mehrheit der abgegebenen Stimmen bzw. werden einstimmig getroffen.

Eine Erörterung der Geschäftsentwicklung wird in jeder Sitzung des Aufsichtsrats vorgenommen. Darüber hinaus lässt sich der Aufsichtsrat vom Vorstand ergänzende Informationen und Auskünfte erteilen. Der Aufsichtsrat befasst sich u. a. regelmäßig mit den Quartalsberichten, bespricht diese mit dem Vorstand und genehmigt sie.

Der Aufsichtsratsvorsitzende koordiniert die Arbeit des Gremiums und leitet die Sitzungen. Er erläutert jährlich die Tätigkeit des Aufsichtsrats in seinem Bericht an die Aktionäre und in der Hauptversammlung.

Detailliertere Informationen über die Arbeit des Aufsichtsrates im Gesamtjahr 2015 finden sich im Bericht des Aufsichtsrates in diesem Geschäftsbericht.

4. Gesamtbesitz der Aktien von Vorstand und Aufsichtsrat

Gemäß Ziffer 6.2 des DCGK ist der Gesamtbesitz der Aktien oder der sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten von Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate Governance Bericht aufzuführen, sofern diese 1 Prozent des ausgegebenen Aktienkapitals übersteigen. Zum Zeitpunkt der Abgabe der Erklärung halten die Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder keine von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien. Die langfristigen Anreizmodelle basieren auf der Kursentwicklung der SYZYGY Aktie. Bei Ausübung von Optionen oder aktienbasierten Vergütungsprogrammen kommt es nicht zur Ausgabe von neuen Aktien, sondern zur Vergütung der Differenz zwischen dem Basis- und Ausübungskurs in bar.

Die Vergütung des Vorstands ist Teil des Lageberichts, eine entsprechende Veröffentlichung für das Geschäftsjahr ist in diesem Geschäftsbericht erfolgt.

5. Zielgrößen für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männer in Führungspositionen

Vorstand und Aufsichtsrat haben sich bereits in der Vergangenheit mit den Anforderungen des DCGK nach verstärkter Diversity (Vielfalt) und insbesondere einer angemessenen Berücksichtigung von Frauen in Führungspositionen, im Vorstand und im Aufsichtsrat befasst. Da sich die SYZYGY AG bei der Besetzung von Führungspositionen ebenso wie bei der Berufung von Vorstandsmitgliedern und bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats primär den Interessen des Unternehmens verpflichtet sieht, muß bei der Besetzung offener Positionen an erster Stelle die Qualifikation und persönliche Eignung für die jeweilige Aufgabe stehen. Diversity definiert sich nicht allein über Geschlecht oder Nationalität, sondern auch und gerade über eine fachliche Vielfalt und eine wohlausgewogene Mischung von Expertise aus unterschiedlichen Fachgebieten.

Das am 1. Mai 2015 in Kraft getretene „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ verlangt die Definition von Zielgrößen für den Frauenanteil im Aufsichtsrat, im Vorstand und in den beiden obersten Führungsebenen unterhalb des Vorstands. Die Festlegung der Zielgrößen für Aufsichtsrat und Vorstand erfolgt durch den Aufsichtsrat, die der für die beiden obersten Führungsebenen erfolgt durch den Vorstand. Die Festlegungen haben erstmals bis zum 30. September 2015 zu erfolgen und sollen bis zum 30. Juni 2017 erreicht werden.

Aktuell besteht der Aufsichtsrat aus drei Mitgliedern mit jeweils umfangreichen Erfahrungen in der Kommunikations- und Softwarebranche, sowie internationalen Kunden- und Agenturbeziehungen. Der Aufsichtsrat ist bis zur Hauptversammlung, die über das Geschäftsjahr 2018 beschließt, gewählt. Daher werden die nächsten Aufsichtsratswahlen voraussichtlich im Jahr 2019 stattfinden. Sofern alle Aufsichtsratsmitglieder ihre Amtszeit erfüllen, wird bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Aufsichtsrat ausschließlich aus männlichen Mitgliedern bestehen. Der Aufsichtsrat hat unter Berücksichtigung dieser Gegebenheiten bei der Festlegung einer Zielgröße beschlossen, im Zeitraum bis zum 30. Juni 2017 den gegenwärtigen Frauenanteil im Aufsichtsrat nicht zu verändern.

Grundsätzlich strebt die SYZYGY AG an, Frauen zu fördern und der Hauptversammlung bei den nächsten Aufsichtsratswahlen eine weibliche Kandidatin vorzuschlagen, so dass bei den nächsten Aufsichtsratswahlen eine Zielquote von mindestens 30 Prozent angestrebt wird.

Der Vorstand der SYZYGY AG besteht aus drei männlichen Mitgliedern mit jeweils umfangreichen Erfahrungen in der Kommunikations- und Softwarebranche oder langjährigen Finanzkenntnissen. Die bestehenden Vorstandsverträge sind jeweils für die Dauer von drei Jahren abgeschlossen worden und enden bei dem Finanzvorstand zum 31. Dezember 2017, sowie bei den beiden anderen Vorständen zum 30. Juni 2018. Sofern alle Vorstandsmitglieder ihre Amtszeit erfüllen und keine weiteren Vorstandsmitglieder bestellt werden, wird bis zum Stichtag 30. Juni 2017 der Vorstand ausschließlich aus männlichen Mitgliedern bestehen. Der Aufsichtsrat hat unter Berücksichtigung dieser Gegebenheiten bei der Festlegung einer Zielgröße beschlossen, im Zeitraum bis zum 30. Juni 2017 den gegenwärtigen Frauenanteil im Vorstand nicht zu verändern.

Grundsätzlich strebt die SYZYGY AG an, Frauen zu fördern und wird bei zukünftigen Vorstandsbestellungen oder einer möglichen Erweiterung des Vorstands neben der fachlichen Qualifikation und persönlichen Eignung die Person berücksichtigen, die zu einer höheren Vielfalt im Vorstand beiträgt. Perspektivisch wird eine Zielquote von mindestens 30 Prozent weiblicher Vorstandsmitglieder angestrebt.

In der ersten und zweiten Führungsebene der SYZYGY AG unterhalb des Vorstands sind derzeit zu zwei Drittel männliche und zu einem Drittel weibliche Mitarbeiter tätig, so dass ein Frauenanteil von 30 Prozent bereits heute erreicht wird. Der Vorstand der SYZYGY AG hat vor diesem Hintergrund beschlossen, im Zeitraum bis zum 30. Juni 2017 in der ersten und zweiten Führungsebene einen Frauenanteil von mindestens 30 Prozent weiterhin zu erreichen. Grundsätzlich strebt die SYZYGY AG an, Frauen zu fördern und wird bei der zukünftigen Mitarbeiterentwicklung und Nominierung von Führungskräften auch die Diversity (Vielfalt) hinsichtlich des Geschlechts berücksichtigen.

Bad Homburg v. d. H., 14. Dezember 2015
SYZYGY AG

Der Vorstand und der Aufsichtsrat



Finanz- informationen

42	/	Konzernlagebericht
64	/	Konzernbilanz
65	/	Konzerngesamtergebnisrechnung
66	/	Konzerneigenkapitalveränderungsrechnung
67	/	Konzernkapitalflussrechnung
68	/	Konzernanhang
121	/	Bestätigungsvermerk
123	/	Finanzkalender und Kontakt

Konzernlagebericht

1. Allgemein

Im folgenden Konzernlagebericht wird die Lage des SYZYGY Konzerns (im Folgenden „SYZYGY“, „Konzern“ oder „Gruppe“) dargestellt. Der dem Konzernlagebericht zugrunde liegende Konzernabschluss wurde nach §315 HGB i. V. m. §315a Abs. 1 HGB aufgestellt. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Des Weiteren ist die SYZYGY AG seit November 2015 ein auf Grund von Beherrschung vollkonsolidiertes Unternehmen der WPP plc, St. Helier, Jersey.

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 530 Personen an Standorten in Deutschland, Großbritannien, Polen und den USA.

Zum Konzern gehören neben der SYZYGY AG als Holding neun Tochtergesellschaften: Ars Thanea s.k.a., Hi-ReSI Berlin GmbH, Hi-ReSI London Ltd, SYZYGY Deutschland GmbH, SYZYGY Digital Marketing Inc. (ehemals Hi-ReSI New York Inc.), SYZYGY München GmbH, SYZYGY UK Ltd, unique-digital GmbH sowie Unique Digital Marketing Ltd. Im August 2015 wurde eine neue Agentur in München gegründet, um lokale Kunden besser betreuen zu können, aber auch um neue Kunden im Süden Deutschlands hinzuzugewinnen. Die SYZYGY AG hält 100 Prozent der Anteile an der SYZYGY München GmbH.

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, Hosting, digitale Kampagnen und Mobile Apps. Einen bedeutenden Geschäftsbereich stellen darüber hinaus Online Marketing-Services wie Media-Planung, 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 Konzernlagebericht ausführlich dargestellt und erläutert.

Nicht-finanzielle Leistungsindikatoren

SYZGY zieht zur Steuerung des Konzerns und für Managemententscheidungen keine nicht-finanziellen Leistungsindikatoren heran.

Im Einklang mit der auf nachhaltiges Wachstum ausgerichteten Unternehmensführung hat SYZGY jedoch nicht-finanzielle Leistungsindikatoren identifiziert, die für den langfristigen Erfolg der Gruppe grundsätzlich als bedeutsam erachtet werden. Einige davon – wenn auch nicht explizit als Steuerungsgröße genutzt – 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 SYZGY 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. Darüber hinaus hat SYZGY eine standardisierte Maßnahme zur Altersvorsorge in Form einer Direktversicherung eingeführt, die vom Unternehmen bezuschusst wird.

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 und hat in der Berichtsperiode bei

17 unterschiedlichen Ausschreibungen insgesamt 27 Preise mit elf verschiedenen Projekten gewonnen, darunter der iF Communication Design Award, der Red Dot Design Award und der Deutsche Digital Award. Im Digitalranking der Fachzeitschrift PAGE gehörte die SYZGY Gruppe im vergangenen Jahr zu den Top 10 und belegte Platz 7. Im PAGE Ranking 2016 zählt SYZGY zu den Top 30 kreativsten Agenturen der Branche. SYZGY ist 2015 erstmals im BVDW Digital-Kreativranking vertreten und belegte Platz 9. Im Internet Agentur Ranking 2015 (Basis: Honorarumsatz 2014) des BVDW konnte SYZGY den 8. Platz und im Bereich Business Transformation, einer Unterkategorie des Internet Agentur Rankings, konnte die Gruppe Platz 1 für sich verbuchen.

Innovationsfähigkeit

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

Um diesen Wandel zu antizipieren und aktiv mitzugestalten, veranstaltet die SYZGY Gruppe den Digital Innovation Day, auf dem internationale Vordenker und Bestseller-Autoren 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.

3. Wirtschaftsbericht

3.1 Allgemeine Wirtschaftsentwicklung

Die Wirtschaft der Eurozone befand sich im Jahr 2015 in einem verhaltenen Aufschwung und wuchs um durchschnittlich 1,5 Prozent. Dieser Trend wurde hauptsächlich durch die Konsumnachfrage der privaten Haushalte getragen, die von einem neuerlichen Rückgang der Ölpreise sowie höheren Einkommen profitierten. Aufgrund der rückläufigen Nachfrage aus China, Russland und Brasilien entwickelten sich die Exporte nur verhalten, wengleich der schwächere Euro die Außenwirtschaft generell stützte. Aufgrund einer Abschwächung der wirtschaftlichen Aktivität in den Schwellenländern und dem damit verbundenen Anstieg an Unsicherheit sowie einer Abwärtsrevision der Wachstumsaussichten in diesen Ländern, hat die europäische Industrieproduktion im Sommerhalbjahr 2015 mit einem negativen Wachstum von 0,1 Prozent im zweiten Quartal und einem schwachen Plus von 0,1 Prozent im dritten Vierteljahr an Schwung verloren.

Die Dynamik bei den Bruttoanlageinvestitionen und den Nettoexporten ließ nach und führte zu einem schwach wachsenden realen Bruttoinlandsprodukt im zweiten und dritten Quartal 2015 mit nur 0,5 und 0,4 Prozent. Jedoch konnte die robuste Nachfrage im privaten (0,4%) und öffentlichen (0,6%) Bereich die Verringerung der aggregierten wirtschaftlichen Aktivität nicht gänzlich ausgleichen.

In Deutschland war die konjunkturelle Lage im Jahr 2015 nach einem schwungvollen Jahresauftakt bis zum Jahresende sehr stabil. Getragen wurde das Wachstum im Jahr 2015 ebenso wie im Vorjahr vor allem von einer starken Binnen- nachfrage. Die deutsche Wirtschaft startete mit etwas abgeschwächtem Tempo in das neue Jahr und verzeichnete am Ende des ersten Quartals gemäß dem Statistischen Bundesamt ein preis-, saison- und kalenderbereinigtes Wachstum von 0,3 Prozent im Vergleich zum letzten Quartal 2014. Insgesamt war die wirtschaftliche Entwicklung in der ersten Jahreshälfte 2015 solide aufwärtsgerichtet und verzeichnete ein Wachstum von 0,9 Prozent gegenüber dem zweiten Halbjahr 2014. Exporte, aber auch die privaten und staatlichen Konsumausgaben gaben positive Impulse und auch die günstige Entwicklung am Arbeitsmarkt setzte sich fort. So zeigte die deutsche Wirtschaft in den ersten beiden Quartalen einen deutlichen Anstieg, nachdem das BIP in der ersten Jahreshälfte 2014 nur um 0,5 Prozent gewachsen war.

Parallel zu dieser Entwicklung zeigte auch der ifo-Geschäftsklima-Index konsequent nach oben. Bereits ab Februar zeigten sich die befragten Unternehmen optimistisch, dieser positive Trend hielt im Berichtszeitraum an. Bis auf kleine Dämpfer im Juni und im Oktober konnte der ifo-Geschäftsklima-Index bis April 2015 zum sechsten Mal in Folge ansteigen und erreichte schließlich im April mit 108,6 Punkten den höchsten Stand seit Juni 2014. Dieses Niveau konnte er bis Dezember 2015 mit 108,7 Punkten halten.

Nachdem die deutsche Wirtschaft bereits im Jahr 2014 mit einem Wachstum von 1,6 Prozent deutlich an Fahrt aufgenommen hat, konnte sie im Gesamtjahr 2015 ihre Wirtschaftsleistung um 1,7 Prozent steigern, womit das Niveau des Vorjahres nur leicht übertroffen wurde. Zur wirtschaftlichen Belebung haben sowohl das produzierende Gewerbe als auch der Dienstleistungsbereich maßgeblich beigetragen. Bei der Zahl der Erwerbstätigen gab es in 2015 einen neuen Höchststand.

Diese Entwicklung verdeutlicht, dass sich die deutsche Wirtschaft trotz aller weltweiter Risiken und Rückschläge insgesamt als sehr robust erwiesen hat und im europäischen Vergleich als Stabilitätsanker gesehen werden kann.

Die britische Wirtschaft musste in 2015 der globalen Konjunkturabkühlung Tribut zollen und verlor an Fahrt. Ihr Bruttoinlandsprodukt wuchs um 2,2 Prozent. In 2014 betrug das Wachstum noch 2,9 Prozent und machte Großbritannien zum Wachstumsstar in der G7-Gruppe der führenden Industrieländer. Doch die verhaltene Entwicklung in China und anderen Schwellenländern bremste die englische Wirtschaft, vor allem aber die Industrie in 2015. Gemäß dem britischen Notenbankchef Mark Carney, sind Zinserhöhungen derzeit unwahrscheinlich. Experten erwarten zudem einen weiteren Aufschub bedingt durch das Referendum über den Austritt oder Verbleib Großbritanniens in der EU.

Im letzten Quartal konnte die britische Wirtschaft ihr Wachstum leicht um 0,5 Prozent beschleunigen, die entscheidenden Impulse kamen dabei vom Service-Sektor, die exportorientierte Industrie litt hingegen unter dem starken Pfund und der vergleichsweise schwachen Außennachfrage.

3.2 Entwicklung des Werbemarktes

Statistiken des Werbemarktes haben als Vergleichswert für die Entwicklung der SYZYGY Gruppe nur eine bedingte Aussagekraft. Zum einen sind die Ergebnisse aufgrund unterschiedlicher, oftmals nicht nachvollziehbarer Erhebungsmethoden kaum vergleichbar und fallen teilweise sogar widersprüchlich aus; zum anderen erlauben Bruttowerbedaten keine Erkenntnisse über tatsächlich erfolgte Geldflüsse, da sie anhand von Listenpreisen ermittelt werden und insofern Rabatte und Sonderkonditionen unberücksichtigt lassen.

Darüber hinaus generiert die SYZYGY Gruppe lediglich einen Teil ihrer Umsätze mit der von den Statistiken erfassten digitalen Werbung, wie etwa der Schaltung von Bannern und Video Ads, Suchmaschinenmarketing und -optimierung oder Affiliate Programmen. Budgets, die z. B. für die kreative und technologische Entwicklung von Markenplattformen, Business Applikationen oder Mobile Apps zur Verfügung stehen, werden indes nicht von den Erhebungen abgedeckt. Veränderungen in den reinen Mediabudgets liefern insofern zwar Anhaltspunkte für generelle Verschiebungen in der Mediastrategie von Werbetreibenden; sie können jedoch nicht direkt auf sämtliche Entwicklungen in der vielschichtigen Digital-Branche übertragen werden.

Wie bereits in den Vorjahren haben Werbetreibende in 2015 ihre Budgets für Werbung generell und für digitale Werbung im Besonderen deutlich erhöht. Die vom Media-Netzwerk Carat ermittelte Budgeterhöhung um weltweit 4 Prozent berücksichtigt auch die digitalen Medien. Diese erzielten – für sich allein betrachtet – nach dieser Erhebung ein Wachstum von 15,7 Prozent, wodurch sie bereits 24 Prozent des gesamten Werbevolumens auf sich vereinen konnten.

In Deutschland und Großbritannien, den beiden wichtigsten Märkten der SYZYGY Gruppe, zeigt sich ein in der Tendenz vergleichbares Bild.

In Deutschland stiegen die Werbebudgets moderat im unteren einstelligen Bereich, wobei Nielsen mit Blick auf die Bruttowerbeausgaben von einer Erhöhung um 3,5 Prozent spricht, während Carat bei den Netto-Umsätzen Zuwächse von 1,6 Prozent ermittelt hat.

Das in 2015 am stärksten wachsende Medium bleibt weiterhin Werbung auf mobilen Endgeräten mit einem Wachstum von 58 Prozent, die Ausgaben für die Sparte Internet bleiben mit rund EUR 3,0 Mrd. stabil gegenüber dem Vorjahr (0,1%).

Auch wenn der Anteil der Werbeformate für mobile Endgeräte absolut gesehen noch gering ist: Laut einer Schätzung der Hamburger Agenturgruppe JOM in ihrer jährlichen Prognose erhöhten sich die Ausgaben für mobile Display-Werbung in 2015 auf über EUR 300 Mio.

In Großbritannien wirkte sich die starke Konjunktur auch positiv auf die Werbewirtschaft aus: Mit einem Anstieg der Werbeausgaben um insgesamt 6,4 Prozent zeigte die Branche auch in 2015 laut Magna Global eine hohe Wachstumsdynamik.

Noch dynamischer entwickelte sich erwartungsgemäß die digitale Werbung. Obgleich Großbritannien neben den USA der am weitesten entwickelte Online-Markt weltweit ist, blieben die Wachstumsraten auf einem sehr hohen Niveau: Gemäß dem UK Digital Adspend Report stiegen in Großbritannien in der ersten Jahreshälfte 2015 die Ausgaben für digitale Display Werbung um 27,5 Prozent auf GBP 1,3 Mrd. Die Ausgaben im mobilen Sektor erhöhten sich um 51 Prozent auf GBP 1,1 Mrd. in den ersten beiden Quartalen 2015. Während sich die Wachstumsdynamik für den gesamten Werbemarkt in Großbritannien zum Jahresende leicht abkühlte, konnte der IPA Bellwether Report im vierten Quartal 2015 dennoch berichten, dass das Wachstum am britischen Werbemarkt seit 13 Quartalen anhält. Trotz des Dämpfers für den Gesamtmarkt signalisierten Experten, dass in digitale Formate weiterhin kräftig investiert wurde – im dritten Quartal wurden Zuwächse von 7,8 Prozent und im letzten Viertel des Jahres 6,9 Prozent erzielt.

Insgesamt bewegte sich die SYZYGY Gruppe damit in einem freundlichen Marktumfeld. Zwar zeigte die europäische Wirtschaft weiterhin Schwächen und Risiken, konnte sich aber von der Krise gut erholen, zeigte eine robuste Entwicklung in beiden Kernmärkten der Gruppe, Deutschland und Großbritannien, und war von Wachstum und einer über weite Teile hinweg positiven Stimmung geprägt. Der Trend, Budgets für digitale Werbung zu erhöhen, hielt derweil an, wobei insbesondere mobile Formate weit überdurchschnittlich hohe Wachstumsraten erzielen konnten.

3.3 Mitarbeiter

Der Personalbestand der SYZYGY Gruppe ist während der Berichtsperiode stark angestiegen: Zum 31. Dezember 2015 beschäftigte der Konzern 481 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, das sind 28 Personen oder 6 Prozent mehr als am Stichtag des Vorjahres. Die Zahl der Freelancer blieb nahezu unverändert mit 49 Personen gegenüber 45 im Vorjahr.

287 Personen (60%) waren in den fünf deutschen Gesellschaften tätig und 112 (23%) in den britischen Agenturen. Für Ars Thanea arbeiteten zum Jahresende 71 Personen (15%), SYZYGY Digital Marketing Inc. in New York beschäftigte 11 Mitarbeiter.

In der Betrachtung der Belegschaft nach Funktionen haben sich in der Berichtsperiode kaum Veränderungen ergeben. Die Bereiche Technologie und Kreation blieben mit einem Anteil von 23 Prozent bzw. 19 Prozent stabil. Im Online Marketing verringerte sich die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leicht von 98 auf 91 Personen, prozentual gesehen veränderte sich ihr Anteil von 22 Prozent auf 19 Prozent. Das Projektmanagement wuchs im Rahmen der Gesamtentwicklung und verzeichnete ein leichtes Plus von 17 auf 18 Prozent. 53 Personen arbeiteten in der Verwaltung, dies entspricht relativ gesehen einem leichten Rückgang von 12 auf 11 Prozent. Im Jahresdurchschnitt waren 483 Menschen für die SYZYGY Gruppe tätig. Unter Berücksichtigung von durchschnittlich 47 freien Mitarbeitern ergibt sich ein Pro-Kopf-Umsatz von EUR 108.000 (Vorjahr: EUR 103.000).

3.4 Investitionen, Forschung und Entwicklung

Die immateriellen Vermögensgegenstände und Sachanlagen blieben mit rund EUR 3,3 Mio. im Vergleich zum Vorjahr stabil. Der Umfang der Abschreibungen entsprach ungefähr den Ersatzbeschaffungen im Bereich der Geschäftsausstattung von rund EUR 0,8 Mio. (Vorjahr: EUR 0,8 Mio.) und neuen Mietereinbauten in München und Berlin in Höhe von EUR 0,2 Mio. (Vorjahr: EUR 0,2 Mio.).

3.5 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der SYZYGY Gruppe

3.5.1 Ertragslage

Im Geschäftsbericht 2014 hat die SYZYGY Gruppe prognostiziert, ihre Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2015 organisch um „rund 20 Prozent auf EUR 55,0 Mio. steigern zu können“. Beim EBIT wurde eine Erhöhung „überproportional zu den Umsatzerlösen“ vorhergesagt. Der Gewinn je Aktie sollte im Geschäftsjahr 2015 EUR 0,40 betragen.

Mit Umsatzerlösen von EUR 57,3 Mio. (Steigerung um 22 Prozent gegenüber dem Vorjahr) hat SYZYGY die eigenen Wachstumsprognosen übertroffen. Auch das EBIT liegt mit EUR 5,3 Mio. und einem Plus von 37 Prozent deutlich über den Erwartungen. Beim Ergebnis je Aktie von EUR 0,37 (Steigerung um 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr) konnte zwar eine Steigerung erzielt werden, wobei auf Grund unerwartet hoher Steueraufwendungen die Prognose von EUR 0,40 unterschritten wurde.

Die folgende Tabelle zeigt die mehrjährige Entwicklung der wesentlichen Finanzkennzahlen:

	2011	2012	2013	2014	2015
Umsatzerlöse in TEUR	28.313	31.115	35.030	47.075	57.311
EBIT in TEUR	2.588	2.121	2.023	3.843	5.268
EBIT-Marge	9,1%	6,8%	5,8%	8,2%	9,2%
Ergebnis je Aktie in EUR	0,22	0,72	0,26	0,35	0,37

3.5.2 Umsatzerlöse

Die SYZYGY 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 SYZYGY Gruppe in der Berichtsperiode ein starkes Wachstum: Die Billings erhöhten sich um 11 Prozent auf EUR 143,9 Mio. Die Umsatzerlöse erreichten mit EUR 57,3 Mio. ebenfalls einen neuen Rekordwert, dies entspricht einem Anstieg von 22 Prozent gegenüber 2014. Neukundengewinne, ein starkes Wachstum bei Bestandskunden sowie die Geschäftsausweitung auf neue Märkte sind für diese dynamische Entwicklung ausschlaggebend.

Insbesondere die Geschäfte in den USA haben sich überdurchschnittlich entwickelt, so dass diese nicht mehr unter Sonstige Segmente, sondern separat berichtet werden. Der Anteil des Segments UK hat sich von 33 auf 27 Prozent reduziert. Der Anteil des Segments Deutschland blieb mit 55 Prozent unverändert. Die USA stehen nunmehr für 13 Prozent der Umsatzerlöse und der Anteil von Polen hat sich von 6 Prozent auf 5 Prozent leicht reduziert.

38 Prozent der Umsatzerlöse erwirtschaftete SYZYGY mit Kunden aus der Automobilbranche, das sind 2 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Auf den Bereich Konsumgüter entfielen rund 29 Prozent der Erlöse (Vorjahr: 27%), 11 Prozent wurden mit Unternehmen aus IT und Telekommunikation generiert (Vorjahr: 12%). Der Umsatzanteil von Kunden aus der Finanzbranche blieb mit 8 Prozent unverändert. Rund 15 Prozent entfielen auf Unternehmen, die keiner dieser vier Kernbranchen zugeordnet werden können. In absoluten Zahlen wurde über alle Branchen hinweg Wachstum erzielt.

Mit den zehn größten Kunden erwirtschaftete SYZYGY 61 Prozent des Gesamtumsatzes, dies entspricht exakt dem Vorjahreswert.

3.5.3 Betriebsausgaben und Abschreibungen

Die Einstandskosten der erbrachten Leistungen summierten sich auf EUR 40,6 Mio., womit sie im Vergleich zum Vorjahr leicht unterproportional um 18 Prozent gestiegen sind. Dadurch verbesserte sich die Rohmarge um einen Prozentpunkt auf 29 Prozent.

Die Aufwände für Vertrieb und Marketing stiegen im Rahmen der Geschäftsausweitung um 42 Prozent auf EUR 6,2 Mio. Neben Personalkosten enthält der Posten unter anderem auch die Aufwände zur Durchführung des Digital Innovation Day.

Die allgemeinen Verwaltungskosten erhöhten sich nahezu proportional zu den Umsatzerlösen um 21 Prozent auf EUR 6,2 Mio.

Die planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte liegen mit EUR 1,1 Mio. leicht unter dem Vorjahreswert von EUR 1,2 Mio. Ferner wurden im Geschäftsjahr 2015 außerplanmäßige Abschreibungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von EUR 1,0 Mio. (Vorjahr: EUR 1,3 Mio.) realisiert. Somit liegen die Abschreibungen insgesamt um rund EUR 0,4 Mio. unter dem Vorjahresniveau.

3.5.4 Operatives Ergebnis und EBIT-Marge

Das operative Ergebnis (EBIT) stieg im Verhältnis zu den Umsatzerlösen überproportional um 37 Prozent von EUR 3,8 Mio. im Vorjahr auf EUR 5,3 Mio. In der Folge verbesserte sich auch die Profitabilität des Konzerns, so dass die EBIT-Marge von 8,2 Prozent im Vorjahr auf nunmehr 9,2 Prozent im Geschäftsjahr 2015 zunahm. Die Zunahme der Profitabilität ist im Wesentlichen auf höhere Umsatzerlöse pro Mitarbeiter zurückzuführen.

3.5.5 Finanzergebnis

Durch das aktive Management der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalenten hat SYZYGY in der Berichtsperiode erneut ein hohes Finanzergebnis von EUR 2,0 Mio. erwirtschaftet, das leicht unter dem Vorjahresniveau (2014: EUR 2,2 Mio.) liegt. Das Ergebnis entspricht einer Rendite von 6,6 Prozent auf die durchschnittlich vorhandenen Liquiditätsreserven. Zu dem guten Ergebnis haben primär Zinserträge aus Unternehmensanleihen sowie die Realisierung von Gewinnen aus Wertpapieren beigetragen.

3.5.6 Steueraufwand, Konzernergebnis, Ergebnis je Aktie

Die sehr positive Geschäftsentwicklung der SYZYGY Gruppe spiegelt sich in einem Anstieg des Vorsteuerergebnisses um 21 Prozent auf EUR 7,2 Mio. wider. Die Steuerquote hat sich im Geschäftsjahr auf 33 Prozent (Vorjahr: 21%) erhöht. Der Anstieg ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass erhebliche Gewinnanteile in Ländern mit höheren Steuersätzen angefallen sind. Das Konzernergebnis nach Abzug der Steueraufwendungen steigt daher unterproportional um 3 Prozent auf EUR 4,9 Mio. (Vorjahr: EUR 4,7 Mio.).

Auf Basis der durchschnittlich vorhandenen 12.689 (in Tsd.) gewinnberechtigten Aktien und nach Abzug von Minderheitsanteilen in Höhe von EUR 0,2 Mio. beträgt das unverwässerte Ergebnis je Aktie EUR 0,37 (Verbesserung um 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr).

Da die Gesellschaft den Beschluss gefasst hat, bei Ausübung ausstehender Aktienoptionen die Differenz zwischen Ausübungspreis und Aktienkurs in bar zu vergüten, beträgt das verwässerte Ergebnis je Aktie analog EUR 0,37 (Vorjahr: EUR 0,35).

3.5.7 Segmentberichterstattung

Gemäß IFRS 8, der auf den Management-Approach abstellt, berichtet SYZYGY Segmente nach geographischen Kriterien und unterscheidet dabei zwischen „Deutschland“, „Großbritannien“, den „Vereinigten Staaten“ sowie den „Sonstigen Segmenten“. Letzteres enthält die Gesellschaft Ars Thanea, die gemäß IFRS 8.13 nicht groß genug ist, um als geographisch eigenständiges Segment berichtet zu werden.

Die dynamische Entwicklung der SYZYG Gruppe wurde insbesondere von den Segmenten Deutschland und USA getragen. Die deutschen Gesellschaften steigerten ihre Umsatzerlöse um 22 Prozent auf EUR 32,7 Mio., wobei positive Impulse sowohl durch Neukundengewinne als auch durch die Ausweitung bestehender Etats ausgingen. Durch ein enges Management der Kosten sowie effiziente Prozesse, erhöhte sich das EBIT überproportional um 35 Prozent auf EUR 5,1 Mio. Die EBIT-Marge verbesserte sich somit auf 16 Prozent (Vorjahr: 14%).

Die britischen Gesellschaften generierten Umsatzerlöse in Höhe von EUR 16,3 Mio. und blieben damit auf Vorjahresniveau. Das operative Ergebnis der britischen Gesellschaften belief sich auf EUR 1,9 Mio., womit es 20 Prozent unter dem Vorjahresniveau lag. Die geringere Profitabilität ist insbesondere auf die nachhaltige Verlustsituation von Hi-ReSI London zurückzuführen, so dass die EBIT-Marge um 3 Prozentpunkte von 15 auf 12 Prozent zurückging.

Das Segment USA hat sich sehr dynamisch entwickelt. Die Umsatzerlöse betragen bereits 13 Prozent der Konzernumsätze vor Konsolidierung, so dass ein Ausweis als eigenständiges Segment notwendig wurde. Im Berichtszeitraum erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von EUR 7,4 Mio. und steigerte diese um 157 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das EBIT entwickelte sich überproportional und belief sich auf EUR 2,1 Mio. (Vorjahr: EUR 0,2 Mio.), was einer sehr hohen EBIT-Marge von 29 Prozent entspricht.

Die polnische Agentur Ars Thanea, die unter „Sonstige Segmente“ berichtet wird, erhöhte ihre Umsätze um EUR 0,2 Mio. auf EUR 3,0 Mio. Das operative Ergebnis lag in der Berichtsperiode bei EUR 0,2 Mio. und blieb damit 53 Prozent hinter dem des Vorjahres zurück.

In der Gesamtbetrachtung entfielen 55 Prozent der Umsatzerlöse (jeweils Anteil an den Konzernumsatzerlösen vor Konsolidierung) auf das Segment Deutschland, 27 Prozent auf Großbritannien, 13 Prozent auf die USA und 5 Prozent auf die Sonstigen Segmente. Beim operativen Ergebnis liegen die entsprechenden Anteile bei 54 Prozent, 20 Prozent, 23 Prozent und 3 Prozent.

3.5.8 Finanzlage

Die SYZYG Gruppe weist zum 31. Dezember 2015 eine Gesamtliquidität (Summe aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sowie Wertpapieren) von EUR 26,8 Mio. aus. Dies entspricht einem Rückgang von 24 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von EUR 35,2 Mio. Diese Entwicklung ist zum großen Teil auf Stichtagseffekte zurückzuführen, die vorrangig im Online Marketing-Geschäft aufgetreten sind: Der im Vorjahr hohe Bestand an Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die Kundenvorauszahlungen verringerten sich in hohem Maße und wirkten sich entsprechend auf den Cashflow aus operativer Tätigkeit aus.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente stellten mit EUR 3,8 Mio. etwa 14 Prozent der Liquiditätsreserven (Vorjahr: EUR 13,0 Mio.), um kurzfristig fällig werdende Verpflichtungen erfüllen zu können. Der Anteil der Wertpapiere erhöhte sich auf 86 Prozent, deren Bestand in der Berichtsperiode leicht um 4 Prozentpunkte auf EUR 22,9 Mio. gestiegen ist. Die durchschnittliche gewichtete Restlaufzeit der Anleihen lag bei 7,2 Jahren. Nähere Informationen zur Anlagestrategie finden sich im Konzernanhang in den Abschnitten 6.3.2 und 6.3.3.

Der Gesamt-Cashflow der SYZYG Gruppe summierte sich zum Jahresende auf EUR -9,7 Mio.

Dieser Betrag setzt sich aus einem negativen operativen Cashflow in Höhe von EUR -2,4 Mio., einem Cashflow aus Investitionstätigkeit von EUR -2,8 Mio. und einem Cashflow aus Finanzierungstätigkeit von EUR -4,4 Mio. zusammen.

Das hohe Konzernergebnis in Höhe von EUR 4,9 Mio. konnte negative Effekte wie Mittelabflüsse in Höhe von EUR 5,5 Mio. aus den gesunkenen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und aus rückläufigen Kundenanzahlungen nicht ausgleichen. Ferner führte das Umsatzwachstum zu einer Zunahme der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf EUR -2,8 Mio. und ergibt sich zuvorderst aus dem aktiven Management der Liquiditätsreserven: Dem Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens im Volumen von EUR 38,8 Mio. standen Käufe im Gesamtwert von EUR 40,8 Mio. gegenüber. Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen verringerten zudem den Cashflow aus Investitionstätigkeit um weitere EUR 1,1 Mio.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit wird überwiegend von der Zahlung der ordentlichen Dividende in Höhe von EUR 4,4 Mio. bestimmt.

Ferner besteht gegenüber der Commerzbank AG eine Kreditlinie in Höhe von EUR 2,0 Mio., welche zum Bilanzstichtag nicht in Anspruch genommen wurde.

3.5.9 Vermögenslage

Die Bilanzsumme verringerte sich im Berichtszeitraum um 7 Prozent auf EUR 77,5 Mio.

Während bei den langfristigen Vermögenswerten keine maßgeblichen Änderungen ergaben, hat sich insbesondere die Position der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von EUR 13,0 Mio. auf EUR 3,8 Mio. verringert. Dies lag stichtagsbedingt an der Begleichung umfangreicher Verbindlichkeiten. Demgegenüber stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen auf Grund des Umsatzwachstums von EUR 16,0 Mio. auf EUR 18,6 Mio. an. Darüber hinaus hat sich der Bestand der Wertpapiere um 4 Prozent leicht erhöht. Die sonstigen Vermögenswerte von EUR 1,8 Mio. sind fast unverändert zum Vorjahr.

Die kurzfristigen Vermögenswerte haben sich um insgesamt EUR 5,7 Mio. auf EUR 47,2 Mio. (11%) reduziert.

Auf der Passivseite der Bilanz kam es im Eigenkapital nur zu geringfügigen Veränderungen. Mit EUR 51,2 Mio. (66 Prozent der Bilanzsumme) lag es vergleichbar mit dem Wert von EUR 51,0 Mio. (61 Prozent der Bilanzsumme) zum 31. Dezember 2014. Der Anstieg ist demzufolge nur auf die rückläufige Bilanzsumme zurückzuführen.

Das übrige Konzernergebnis sank um EUR 0,4 Mio. auf EUR 0,7 Mio. Hiervon entfallen EUR 1,0 Mio. auf Währungsumrechnungseffekte ausländischer Geschäftsbetriebe sowie EUR -1,4 Mio. auf nicht realisierte Gewinne und Verluste bei Wertpapieren. Die Kapitalrücklage blieb mit einem Wert von EUR 20,3 Mio. unverändert. Der Wert eigener Aktien verringerte sich infolge des Verkaufs eigener Anteile in der Berichtsperiode leicht um EUR 0,1 Mio. und bewertet den entsprechenden Posten auf EUR 0,7 Mio. (Vorjahr: EUR 0,8 Mio.).

Die Gewinnrücklagen sind geringfügig von EUR 17,6 Mio. im Vorjahr auf EUR 17,8 Mio. gestiegen.

Die langfristigen Verbindlichkeiten verzeichneten einen Rückgang um EUR 1,0 Mio. auf Grund der Reduzierung der Earn Out-Verbindlichkeiten für Ars Thanea.

Die kurzfristigen Verbindlichkeiten summieren sich auf EUR 23,9 Mio. und lagen damit 17 Prozent unter dem Vorjahreswert. Diese Entwicklung resultiert in hohem Maße aus dem Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um EUR 3,7 Mio. sowie der erhaltenen Anzahlungen um EUR 1,5 Mio. Der Vorjahresausweis war stichtagsbedingt sehr hoch ausgefallen und hat sich im Geschäftsjahr 2015 normalisiert. Die sonstigen Rückstellungen reduzierten sich um EUR 1,0 Mio. auf EUR 7,1 Mio. Bei den sonstigen Verbindlichkeiten, die im Wesentlichen Umsatzsteuerverbindlichkeiten enthielten, ergab sich ein leichter Anstieg als Folge des Wachstums des Konzerns um EUR 0,2 Mio. auf EUR 2,4 Mio.

4. Prognosebericht

4.1 Prognoseannahmen

Wie jedes Wirtschaftsunternehmen unterliegt auch die SYZYGY Gruppe externen Einflüssen, 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 der Gruppe auswirken.

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

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

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

4.2 Allgemeine wirtschaftliche Entwicklung in den Hauptmärkten der SYZYGY Gruppe

Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Euro-Zone bleibt nach überwiegender Einschätzung von Experten stabil. Die IfW-Prognose sieht die Wirtschaft im Euroraum weiter Fahrt aufnehmen und soll in diesem Jahr um 1,7 Prozent expandieren. Die Konjunkturforscher des Deutschen Institutes für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) sagen ebenso ein moderates Wachstum von 1,5 Prozent voraus. Die konjunkturelle Dynamik im Euroraum bleibt aber begrenzt, da nach wie vor hartnäckige strukturelle Probleme in einem Teil des Währungsgebietes bestehen. Obwohl der weiterhin schwächere Euro die Außenwirtschaft grundsätzlich stützt, entwickeln sich die Exporte aufgrund der rückläufigen Nachfrage aus China, Russland und Brasilien eher verhalten. Einen nachhaltigen Dämpfer durch die jüngsten Terroranschläge sei für Produktion und Nachfrage nicht zu erwarten, da nach den Erfahrungswerten die konjunkturellen Auswirkungen solcher Geschehnisse in fortschrittlichen Volkswirtschaften eher gering seien. Auch in 2016 wird der Aufschwung vor allem vom privaten Konsum getragen, die Arbeitslosenquote sinkt und die verfügbaren Einkommen nehmen aufgrund der niedrigen Inflationsraten merklich zu. Allerdings erschwert der geringe Preisauftrieb den in den Euroländern erforderliche Entschuldungsprozess; nicht nur der öffentliche Sektor, sondern auch private Haushalte und Unternehmen müssen ihre Bilanzen in Ordnung bringen.

Positive Impulse können dagegen von einer weiterhin expansiv ausgerichteten US-amerikanischen Wirtschaft, einem anhaltend niedrigen Ölpreis sowie einem schwachen Euro ausgehen.

Für Deutschland gehen die Schätzungen des DIW Berlin hinsichtlich der Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes von einem stabilen Wachstum in diesem Jahr von 1,7 Prozent und in 2017 von 1,5 Prozent aus. Die Winterprognose des IfW sieht die Entwicklung etwas optimistischer und erwartet für das deutsche Bruttoinlandsprodukt eine Zuwachsrate von 2,2 Prozent.

Die Experten von PwC erwarten in ihrem jährlichen Wirtschaftsausblick für die Entwicklung in Großbritannien ein Wachstum des Bruttoinlandsproduktes von 2,4 Prozent und einen Anstieg der Konsumausgaben um 2,5 Prozent für 2016. Die Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) bestätigt diese Zahlen und erwartet für die britische Konjunktur in diesem Jahr eine Steigerung von 2,2 Prozent. Ökonomen der Britischen Handelskammer sind mit einer Wachstumsprognose von 2,5 Prozent etwas optimistischer – allerdings nach einer Herabstufung früherer Prognosen um 0,2 Prozent. Die Ursachen liegen insbesondere in einem schwächeren Handel sowie in einem Nachlassen in der Produktionsleistung.

4.3 Werbemarkt

Die folgenden Ausführungen zur prognostizierten Entwicklung der Werbeausgaben unterliegen denselben Vorbehalten, wie sie bereits in Absatz 3.2 erörtert wurden. Sie liefern Anhaltspunkte für allgemeine Trends und Verschiebungen in Mediabudgets, eignen sich jedoch nur sehr bedingt als Beurteilungsmaßstab für die voraussichtliche Entwicklung der SYZYGY Gruppe.

Getrieben durch die immer größere Bedeutung von Smartphones und Tablets sowie Nachhol-effekte in Schwellenländern wird das überdurchschnittliche Wachstum digitaler Werbebudgets weiterhin anhalten. Die Marktexperten von eMarketer erwarten für den US-amerikanischen Markt, dass sich die Gewichtung weiter hin zu digitalen Werbeformaten verschiebt. Die digitale Display Werbung wird in 2016 weiter so stark wachsen (23%), dass sie die Ausgaben für Suchmaschinenwerbung zum ersten Mal übertrifft, obwohl auch hier ein Wachstum von 10 Prozent vorhergesehen wird.

ZenithOptimedia prognostiziert in ihrem aktuellen Advertising Expenditure Forecast, dass Mobile als Werbemedium nun den Durchbruch mit allen Konsequenzen und einem durchschnittlichen Wachstum von 32 Prozent schafft. In den nächsten 3 Jahren werden mehr als 50 Prozent der weltweiten Werbeinvestitionen in Mobile fließen. Damit wird Mobile nach TV die größte Mediengattung sein. Eine ähnliche Dynamik kann auch Programmatic Advertising vorweisen: weltweit werden in 2016 rund 60 Prozent der Display Werbung programmatisch eingekauft, dies entspricht einer Wachstumsrate von 34 Prozent.

Voraussagen für den Gesamtmarkt liegen nach Erhebungen von Magna Global (4,6%), Zenith-Optimedia (4,7%) und GroupM (4,5%) mit knapp 5 Prozent dicht beieinander. Die Wachstumsraten für digitale Medien werden weiterhin im zweistelligen Bereich erwartet. Die Experten von Magna Global erwarten, dass die digitalen Medien im Jahr 2017 die größte Kategorie werden wird. ZenithOptimedia sagen ein Wachstum von jährlich 13 Prozent in den nächsten drei Jahren für Internet Werbung voraus. Dies bestätigt auch der Ausblick von GroupM, der eine Zunahme von 14 Prozent in 2016 kalkuliert.

Antrieb wird der weltweite Werbemarkt durch die Großereignisse dieses Jahres wie die US-Präsidentschaftswahlen, die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Sommerspiele erfahren.

Die Prognosen für Deutschland fallen niedriger aus, sind aber insgesamt optimistisch. Laut der OWM-Umfrage (Organisation Werbungtreibende im Markenverband) blicken werbende Unternehmen zuversichtlich auf das Jahr 2016 und erwarten in Summe steigende Mediaausgaben. Die Einschätzungen der Hamburger Agenturgruppe JOM für den gesamten Werbemarkt liegen bei einem Wachstum von 2,0 Prozent. Dieses Wachstum erzielt der Gesamtmarkt weiter aus den digitalen Medien. Auch in 2016 bleiben die Wachstumsraten für mobile Werbeformen, Online-Video und Content-Marketing auf hohem Niveau. Die Ausgaben für mobile Marketing werden in 2016 mehr als EUR 300 Mio. erreichen und haben sich damit seit 2014 verdoppelt. Ähnliche Entwicklungen werden für den Bereich Bewegtbild erwartet. Die Big Player wie Display-Marketing und Suchmaschinenmarketing werden mit 1,8 bzw. etwa 1 Prozent nur noch gering wachsen. Die digitalen Medien profitieren im laufenden Jahr von neuen Technologien, einer immer mobileren Mediennutzung aber auch Entwicklungen wie Programmatic Advertising. Sie bringen das Werbemedium Internet in 2016 um rund 10 Prozent und in den kommenden Jahren um ca. 8 Prozent voran, dies prognostiziert die ZenithOptimedia Group Germany in ihrem Forecast.

Aktuelle Statistiken für die reine Online-Werbung sind weiter spärlicher gesät. Eine aktuelle Analyse der Hamburger Online-Mediaagentur NetzwerkReklame sagt den Online-Werbeausgaben einen Anstieg von 10 Prozent voraus. Die Wachstumsdynamik in der digitalen Werbung wird dabei im maßgeblich von den Bereichen Mobile (62%), Social Ads (40%), Video (29%) und Real Time Advertising (27%) getragen.

In Großbritannien wird der Gesamtmarkt laut IPA Bellwether Report um 3,9 Prozent wachsen, die Advertising Association ist laut des Advertising Association/Warc Expenditure Report mit einer Prognose von 5,3 Prozent etwas optimistischer.

4.4 Voraussichtliche Entwicklung der SYZGY Gruppe

Sowohl die insgesamt positiven gesamtwirtschaftlichen Aussichten für Deutschland und Großbritannien als auch die nachhaltige Verschiebung von Marketingbudgets auf den digitalen Kanal bieten der SYZGY 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 Digital-Marketings dar und repräsentiert nur einen Teil des Leistungsspektrums der Gruppe.

Klassische Marketinginstrumente wie Print- und Rundfunkwerbung, Mailings und Außenwerbung beginnen angesichts einer durch das Internet hervorragend informierten, immer anspruchsvolleren und ungeduldigeren Kundschaft an Wirksamkeit und Reichweite zu verlieren. Konsumgüterhersteller sehen sich zunehmend mit der Herausforderung konfrontiert, über den reinen Produktnutzen hinaus weitere Mehrwerte für ihre Kunden zu schaffen.

Technologie kann Unternehmen dabei helfen, ihre Produkte begehrenswerter zu machen und damit ihre Relevanz zu steigern. Webpräsenzen, sogenannte Markenplattformen, sind dabei zur zentralen Schaltzentrale für die Akquisition und Loyalisierung von Kunden geworden. Marketing-Verantwortliche haben die Bedeutung und Komplexität der Plattformen erkannt – und damit auch die Notwendigkeit, entsprechende Etats für die Entwicklung und Pflege bereitzustellen. Höhere Budgets und längere Projektlaufzeiten sind die Folge.

Mit der zunehmenden Verbreitung von Smartphones und Tablets wird die Markenwahrnehmung auch immer stärker von Apps geprägt, die dem Nutzer einen Mehrwert liefern: sei es, indem sie ihn unterhalten; oder sei es, indem sie ihm Services der unterschiedlichsten Art bieten, die sein privates und berufliches Leben erleichtern. Mit der Unterstützung erfahrener und technologisch versierter Markenspezialisten wie SYZGY stellt digitales Marketing für Unternehmen ein großes Potenzial dar, um Serviceinnovationen, neue Kundenbindungskonzepte oder überzeugende und unterhaltensame Einkaufserlebnisse zu schaffen.

Die SYZGY Gruppe geht davon aus, ihre Umsatzerlöse im laufenden Geschäftsjahr 2016 organisch um mindestens 10 Prozent auf mehr als EUR 63,0 Mio. steigern zu können. Das operative Ergebnis (EBIT) wird proportional zu den Umsatzerlösen steigen. Alle Segmente werden dabei in ähnlichem Umfang zum Wachstum beitragen.

Mögliche Akquisitionen, die weiterhin zur Wachstumsstrategie die SYZGY Gruppe gehören, können diese Prognosen sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. Die Ertragslage der SYZGY Gruppe wird von der Entwicklung der operativen Einheiten und von den zukünftigen Zinserträgen der SYZGY AG bestimmt.

5. Risiken und Chancen der zukünftigen Geschäftsentwicklung

Wesentliche Risikofaktoren beziehen sich auf die Konjunktur der Werbebranche in den für SYZGY relevanten Märkten sowie auf die technologische Dynamik der Märkte für Internet-Dienstleistungen im Besonderen.

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

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

Auf Grundlage der gegenwärtig verfügbaren Informationen sind keine Risiken feststellbar, die den Fortbestand der SYZGY AG und ihrer Tochtergesellschaften gefährden würden.

5.1 Wesentliche Einzelrisiken

Operative Risiken

Rund 61 Prozent des Umsatzes der SYZGY Gruppe werden durch das Geschäft mit den zehn größten Kunden generiert. Der Ausfall eines dieser Kunden kann, wenn überhaupt, nur mit zeitlichen Verzögerungen kompensiert werden. In einer solchen Phase ist eine entsprechend kurzfristige Verringerung der fixen Kosten meist nicht möglich.

Die Umsätze von SYZYG sind nicht durch lange Vertragslaufzeiten abgesichert. Umsätze werden in der Regel auf Grundlage von Einzelverträgen mit einem begrenzten zeitlichen Umfang erwirtschaftet. Alle Planungen, die sich auf die Entwicklung des Umsatzes beziehen, beinhalten deshalb zwangsläufig eine große Unsicherheit.

Dem überwiegenden Teil der Umsätze liegen feste Preisvereinbarungen zugrunde. Nicht vorhersehbare Verluste sind daher möglich, wenn die kalkulierten Projektkosten unerwartet überschritten werden. SYZYG übernimmt darüber hinaus projektbezogen die gängigen Gewährleistungs- und Haftungsverpflichtungen. Dies kann zu Folgekosten in den Projekten führen.

Die von SYZYG erbrachten Dienstleistungen besitzen eine Öffentlichkeitswirkung. Daher kann ein breitenwirksamer Imageschaden entstehen, wenn es bei einer Projektabwicklung zu Qualitätsmängeln in der Ausführung kommt. Ein solcher Imageschaden kann die weitere Geschäftsentwicklung spürbar negativ beeinflussen.

Aufgrund sehr stabiler und langjähriger Kundenbeziehungen, insbesondere bei den Top 10-Kunden, wird das Risiko als gering angesehen.

Anlagerisiken

Vorhandene Liquiditätsreserven werden bei SYZYG aktiv durch den Finanzvorstand verwaltet. Die Anlagestrategie der Wertpapiere ist grundsätzlich auf eine langfristige Ertragsentwicklung ausgerichtet. Dabei werden die verfügbaren Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente risikodiversifiziert in Unternehmensanleihen und anderen festverzinslichen Wertpapieren angelegt. Bei allen festverzinslichen Wertpapieren bestehen Zinsänderungs- und Ausfallrisiken. Ein Anstieg der langfristigen Zinsen wirkt sich grundsätzlich

negativ, ein Rückgang der Zinsen positiv auf die Kursentwicklung der Wertpapiere aus. SYZYG reduziert die Ausfallrisiken durch eine diversifizierte Anlage in Titel mit guter Bonität, d. h. weitgehend im Bereich des Investment Grade. Das Risiko einer signifikanten Belastung des Finanzergebnisses wird insgesamt als gering eingestuft.

Konjunkturelle Risiken

Die grundsätzliche Bereitschaft von Unternehmen, in Werbe- und Marketingmaßnahmen zu investieren, kann von der allgemeinen konjunkturellen Lage beeinflusst werden. Ein Nachlassen der Konjunktur kann für SYZYG daher zu einem verminderten Auftragsvolumen und damit zu entsprechenden Umsatzeinbußen führen. Gegebenenfalls notwendige Kapazitätsanpassungen entfalten ihre Wirkung zeitverzögert und können Kosten für Restrukturierungsmaßnahmen zur Folge haben. Das Risiko wird als gering eingestuft.

Währungsrisiken

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

Dieses gilt gleichermaßen für die Gesellschaften in den USA und Polen, die insgesamt etwa 13 und 5 Prozent der Gruppenumsätze erwirtschaften.

Die SYZYG AG hält einen Teil ihrer Vermögenswerte in fremden Währungen, insbesondere Beteiligungen und Wertpapiere. Ferner bestehen Verpflichtungen aus Unternehmenserwerben jeweils in der Währung des Verkäufers. SYZYG schließt auch hier keine direkt zuordenbaren Kurssicherungsgeschäfte ab, weil die Risiken für die Ertragslage der SYZYG AG aus den Fremdwährungspositionen auf Grund deren Umfangs als gering eingestuft werden.

Das Risiko durch Währungsschwankungen wird als gering eingestuft.

Personelle Risiken

Die Leistungsfähigkeit des Konzerns beruht im Dienstleistungsgeschäft maßgeblich auf der Leistungsfähigkeit seiner Mitarbeiter. Einzelnen Personen kommt hierbei aufgrund ihrer hohen Qualifikation eine große Bedeutung zu. Sollte es nicht gelingen, diese Mitarbeiter im Unternehmen zu halten bzw. fortlaufend neue und hoch qualifizierte Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, kann der Erfolg von SYZYG darunter leiden. Das Risiko wird als gering eingestuft.

Risiken aus Akquisitionen

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

5.2 Chancen

Die zunehmende Anzahl von Produkten und Kanälen hat traditionelle Marketing-Instrumente an ihre Grenzen geführt. Zugleich nimmt die Markenbindung nachweislich ab. Das Internet eröffnet Marken die Möglichkeit, direkt mit Kunden in Kontakt zu treten, und ihnen über die reine Werbebotschaft hinaus echte Mehrwerte zu liefern.

Webpräsenzen kommt dabei eine Schlüssel-funktion zu. Sie werden im immer komplexeren Marketingmix großer Unternehmen zunehmend zum Dreh- und Angelpunkt, was in steigenden Projektvolumina und Laufzeiten zum Ausdruck kommt.

Mit intelligentem Content Marketing können deutlich größere eigene Reichweiten aufgebaut werden, als es mit klassischer Unternehmenskommunikation gelingt. Aktuelle Inhalte und Angebote, die einen hohen Relevanzgrad für Menschen haben, bieten eine große Chance, die Kundenbindung zu festigen. Mobile Endgeräte spielen bei dieser Entwicklung eine entscheidende Rolle, denn sie sind für viele Menschen zu einem zentralen Bestandteil ihres täglichen Lebens geworden. Apps, die dem Nutzer helfen, ihn unterhalten oder informieren, können entscheidend zu einer positiven Wahrnehmung der Marke beitragen. So bietet digitale Kommunikation Marken ein schier unerschöpfliches Potenzial, um Serviceinnovationen, neue Kundenbindungskonzepte oder überzeugende Einkaufserlebnisse zu entwickeln.

SYZYG gehört zu den führenden Digitalagenturen in Deutschland und Großbritannien und verfügt über eine 20-jährige Erfahrung in der Entwicklung und Umsetzung digitaler Kommunikation. Mit einer starken Technologie-Sparte und einer international ausgezeichneten Kreation ist es SYZYG möglich, sich als erster Ansprechpartner für die immer neuen Herausforderungen des digitalen Marketings zu empfehlen.

Wurden Digitalagenturen lange Zeit als Spezialisten einer Nische wahrgenommen, werden sie zunehmend auch mit der strategischen Markenführung betraut. Die anhaltende Verschiebung von Marketing-Etats auf digitale Kanäle zeugt davon, dass Unternehmen bei der Kommunikation immer stärker auf digitales Marketing setzen. SYZYGY geht davon aus, dass diese Entwicklung anhalten wird.

Zusätzliche Geschäftschancen könnten sich durch die stärkere Anbindung an den WPP Konzern ergeben und die internationale Expansion der SYZYGY Gruppe könnte durch WPP unterstützt werden.

6. Internes Kontrollsystem

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

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

Rechnungslegungsbezogenes internes Kontrollsystem

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

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

Gemäß §315 Abs. 2 Nr. 5 HGB werden die Rechnungslegungsanforderungen durch die SYZYGY AG in den Tochtergesellschaften u. a. dadurch umgesetzt, dass in der SYZYGY Gruppe weitgehend ein einheitliches Buchhaltungssystem mit einem einheitlichen Kontenrahmen verwendet wird. Alle Gesellschaften unterliegen einmal im Quartal einem Review durch die Zentralabteilung Finanzen der SYZYGY AG. Hierbei werden die Einhaltung der Rechnungslegungsvorschriften sowie die Prozesse zur Datenaufbereitung analysiert, überprüft und sichergestellt.

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

7. Vergütungsbericht

7.1 Vergütungssystem für den Vorstand

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

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

Die erfolgsunabhängige Vergütung wird monatlich als Grundgehalt ausgezahlt.

Die erfolgsbezogene Vergütung enthält zwei Komponenten:

Eine kurzfristige Erfolgsbeteiligung, die sich an den Finanzziele des Geschäftsjahres orientiert, und bei Erreichen der Jahresplanung nach Jahresabschluss zur Auszahlung kommt.

Ferner wurden dem Vorstand langfristige variable Vergütungsbestandteile gewährt, die sich an der Entwicklung des Aktienkurses orientieren. Diese aktienkursorientierten Tantiemevereinbarungen sehen vor, dass nach zwei Jahren zu 40 Prozent, und nach drei Jahren weitere 60 Prozent zugeteilter Optionen oder Phantom Stocks ausgeübt werden können. Beide langfristigen Programme sehen dabei vor, dass die Differenz zwischen einem Basiskurs bei Ausgabe der Optionen oder Phantom Stocks, und dem Aktienkurs bei Ausübung der Optionen oder Phantom Stocks zur Auszahlung kommt.

Sonstige Leistungen erhalten die Vorstandsmitglieder in Form von Beitragszahlungen zur Renten-, Kranken- und Unfallversicherung sowie der privaten Nutzung eines Dienstwagens bzw. einer Car Allowance von bis zu EUR 18.000 im Jahr.

Die Vergütung des Vorstands wird gemäß §4.2.5 des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 tabellarisch in Form der gewährten Vergütungen wie folgt dargestellt:

Gewährte Zuwendungen Marco Seiler, CEO	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	263	250	263	263
Nebenleistungen	15	15	15	15
Summe	278	265	278	278
Einjährige variable Vergütung	39	37	0	39
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	155	–	0	751
Summe	194	37	0	790
Versorgungsaufwand	12	12	12	12
Gesamtvergütung	484	314	290	1.080

Gewährte Zuwendungen Andrew P. Stevens, COO	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	290	231	290	290
Nebenleistungen	18	16	18	18
Summe	308	247	308	308
Einjährige variable Vergütung	41	37	0	41
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	155	–	0	751
Summe	196	37	0	792
Versorgungsaufwand	15	14	15	15
Gesamtvergütung	519	298	323	1.115

Gewährte Zuwendungen Erwin Greiner, CFO	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	168	–	168	168
Nebenleistungen	12	–	12	12
Summe	180	–	180	180
Einjährige variable Vergütung	25	–	0	25
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	81	–	0	364
Summe	106	–	0	390
Versorgungsaufwand	15	–	15	15
Gesamtvergütung	301	–	195	585

Ferner wird gemäß §4.2.5 des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 5. Mai 2015 die Vergütung des Vorstands tabellarisch in Form der geflossenen Vergütungen dargestellt. Die gezahlten Vergütungen enthalten hierbei bei den mehrjährigen variablen Vergütungsbestandteilen Zahlungen, die über mehrere Jahre kumuliert erzielt wurden.

Zufluss	Marco Seiler, CEO		Andrew P. Stevens, COO		Erwin Greiner, CFO	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	263	250	290	231	168	–
Nebenleistungen	15	15	18	16	12	–
Summe	278	265	308	247	180	–
Einjährige variable Vergütung	37	37	41	37	10	–
Mehrjährige variable Vergütung						
Phantom Stock Programm 2015	120	–	120	–	208	–
Optionsprogramm 2012	424	148	629	0	137	–
Summe	581	185	790	37	355	–
Versorgungsaufwand	15	15	15	14	15	–
Gesamtvergütung	874	465	1.112	298	550	–

Herr Erwin Greiner wurde zum 1. Januar 2015 zum Finanzvorstand bestellt.

Zusagen bei Tätigkeitsbeendigung

Dem Vorstand der SYZGY AG ist keine Altersversorgung zugesagt worden. Bei vorzeitiger Beendigung des Arbeitsvertrages wird eine Abfindung im Rahmen der rechtlichen Verpflichtungen gezahlt, und zwar in Höhe des noch ausstehenden, angemessenen Zielgehalts für die Restlaufzeit des Vertrags.

Die Vorstandsverträge sehen grundsätzlich ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot von 12 Monaten vor. Das Vorstandsmitglied erhält hierfür eine Entschädigung in Höhe von 50 Prozent seiner zuletzt bezogenen durchschnittlichen vertragsgemäßen Vergütungen der letzten 24 Monate.

7.2 Vergütungssystem für den Aufsichtsrat

Die Vergütung des Aufsichtsrates der SYZGY AG ist in §6 (8) der Satzung der SYZGY AG geregelt und geht auf einen Beschluss der Hauptversammlung vom 06. Juni 2014 zurück. Jedes Mitglied des Aufsichtsrates erhält neben dem Ersatz seiner Auslagen eine Vergütung, die aus einem festen und einem variablen Vergütungsbestandteil besteht. Die feste Vergütung beträgt EUR 20.000. Die Vergütung erhöht sich um EUR 5.000, wenn der Börsenpreis der Gesellschaft in dem betreffenden Geschäftsjahr um mindestens 20 Prozent gestiegen ist. Die für den Vergleich maßgeblichen Börsenpreise werden ermittelt aus dem Mittelwert der Schlusskurse für die Aktie im Xetra-Handelssystem an der Frankfurter Wertpapierbörse während der ersten fünf Börsentage eines Geschäftsjahres sowie während der ersten fünf Börsentage des Folgegeschäftsjahres. Aufsichtsratsmitglieder, die nicht während des gesamten Geschäftsjahres im Amt waren, erhalten eine zeitanteilige Vergütung.

8. Übernahmerelevante Angaben gemäß §315 Abs. 4 HGB mit Erläuterungen

- ✓ Das gezeichnete Kapital der SYZYGY AG beträgt EUR 12.828.450 und ist eingeteilt in 12.828.450 nennwertlose Stammaktien, die auf den Inhaber lauten. Unterschiedliche Aktiengattungen wurden nicht gebildet.
- ✓ Die SYZYGY Aktien sind nicht vinkuliert. Der SYZYGY AG sind keine Beschränkungen in Bezug auf die Ausübung der Stimmrechte oder in Bezug auf die Übertragung von SYZYGY Aktien bekannt.
- ✓ Die SYZYGY AG hält zum Bilanzstichtag 133.438 eigene Aktien, aus denen der Gesellschaft keine Stimmrechte oder andere Rechte zustehen.
- ✓ Die WPP-Gruppe hatte der Gesellschaft am 10. November 2015 mitgeteilt, dass sie nach Abschluss des freiwilligen Übernahmeangebots insgesamt 50,48 Prozent der Anteile hält.
- ✓ Keine der ausgegebenen Aktien der SYZYGY AG sind mit Sonderrechten ausgestattet.
- ✓ Eine Stimmrechtskontrolle für am Kapital beteiligte Arbeitnehmer wird von der SYZYGY AG nicht vorgenommen.
- ✓ Die Voraussetzungen für die Ernennung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern richten sich nach §84 AktG. Die Satzung der SYZYGY AG sieht darüber hinaus vor, dass der Vorstand aus mindestens zwei Personen besteht. Änderungen der Satzung obliegen nach §119 AktG der Hauptversammlung. Darüber hinaus ist der Aufsichtsrat gemäß der Satzung i. V. m. §179 AktG befugt, Änderungen der Satzung zu beschließen, die nur die Fassung betreffen.
- ✓ Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 29. Mai 2009 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der SYZYGY AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 28. Mai 2014 durch Ausgabe von insgesamt 1.200.000 Optionsrechten auf jeweils eine nennwertlose Stückaktie der SYZYGY AG bedingt um EUR 1.200.000 zu erhöhen (bedingtes Kapital 2009). Das bedingte Kapital 2009 wurde mit Hauptversammlungsbeschluss vom 6. Juni 2014 um EUR 900.000 auf EUR 300.000 reduziert.
- ✓ Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 6. Juni 2014 wurde der Vorstand ermächtigt, das Grundkapital der SYZYGY AG mit Zustimmung des Aufsichtsrates bis zum 6. Juni 2019 durch Ausgabe von insgesamt 900.000 Optionsrechten auf jeweils eine nennwertlose Stückaktie der SYZYGY AG bedingt um EUR 900.000 zu erhöhen (bedingtes Kapital 2014).
- ✓ Gemäß Hauptversammlungsbeschluss vom 29. Mai 2015 ist der Vorstand berechtigt, innerhalb von 5 Jahren eigene Aktien bis zu einem Gesamtbestand von insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals über die Börse oder über ein an alle Aktionäre gerichtetes öffentliches Kaufangebot zurückzukaufen.
- ✓ Durch Hauptversammlungsbeschluss vom 27. Mai 2011 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrates das Grundkapital der Gesellschaft in der Zeit bis zum 27. Mai 2016 durch Ausgabe neuer, auf den Inhaber lautende Stückaktien einmal oder mehrmals, insgesamt jedoch um höchstens EUR 6.000.000 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen zu erhöhen (genehmigtes Kapital 2011).

- / Wesentliche Vereinbarungen der SYZYGY AG, die unter der Bedingung des Kontrollwechsels stehen, sind nicht vorhanden.
- / Für den Fall eines Übernahmeangebotes sind mit Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern keine Entschädigungsvereinbarungen getroffen worden. Allerdings können Inhaber von Aktienoptionen oder Phantom Stocks innerhalb von 6 Wochen nach Beendigung des Übernahmeangebots ihre Optionen oder Phantom Stocks zu dem dann bestehenden inneren Wert oder einem Mindest-Preis von EUR 1,- je Option ausüben.

9. Nachtragsbericht – wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Marco Seiler, Vorstandsvorsitzender der SYZYGY AG, hat am 22. Februar 2016 seinen Rücktritt mit Wirkung zum 31. August 2016 erklärt. Herr Lars Lehne wird zum 1. April 2016 als Vorstandsmitglied bestellt und mit Wirkung zum 1. September 2016 den Vorstandsvorsitz übernehmen. Ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft wird dadurch nicht erwartet.

10. Erklärung des Vorstands zu §312 AktG

Die WPP plc hält seit November 2015 die Mehrheit der Anteile an der SYZYGY AG und ist daher herrschendes Unternehmen i. S. v. §17 Abs. 2 AktG. SYZYGY ist daher zur Erstellung eines Abhängigkeitsberichts gemäß §312 AktG verpflichtet. Die SYZYGY AG hat bei den im Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgeführten Rechtsgeschäften nach den Umständen, die uns im Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten. Es sind keine Maßnahmen auf Veranlassung oder im Interesse des herrschenden oder eines mit ihm verbundenen Unternehmens getroffen oder unterlassen worden.

11. Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §289a HGB

Vorstand und Aufsichtsrat haben am 14. Dezember 2015 eine aktualisierte Erklärung zum Corporate Governance Kodex abgegeben und veröffentlicht.

Ferner wird im Rahmen der Erklärung zur Unternehmensführung die Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat beschrieben.

Beide Erklärungen können auf unserer Unternehmenswebsite im Bereich „Investor Relations“ eingesehen werden, die über <http://ir.syzygy.de> erreichbar ist.

Bad Homburg v.d.H., den 24. März 2016
SYZYGY AG

Der Vorstand



Marco Seiler



Andrew P. Stevens



Erwin Greiner

Konzernbilanz

Aktiva		31.12.2015	31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
Langfristige Vermögenswerte			
Geschäfts- oder Firmenwerte	(3.1)	25.080	25.362
Sonstige Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	(3.2)	3.345	3.335
Sonstige Vermögenswerte	(3.4)	674	635
Aktive latente Steuern	(3.5)	1.259	1.238
Summe langfristige Vermögenswerte		30.358	30.570
Kurzfristige Vermögenswerte			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	(3.6)	3.841	13.017
Wertpapiere	(3.6)	22.946	22.157
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(3.7)	18.632	16.039
Sonstige Forderungen	(3.8)	1.762	1.670
Summe kurzfristige Vermögenswerte		47.181	52.883
Summe Vermögenswerte		77.539	83.453
Passiva		31.12.2015	31.12.2014
	Anhang	TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital*	(3.9.1)	12.828	12.828
Kapitalrücklage	(3.9.3)	20.306	20.294
Eigene Aktien	(3.9.4)	-739	-831
Übriges Konzernergebnis	(3.9.5)	674	1.042
Gewinnrücklagen	(3.9.6)	17.806	17.610
Eigenkapital der Aktionäre der SYZYG AG		50.875	50.943
nicht beherrschende Anteile		312	91
Summe Eigenkapital		51.187	51.034
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Verbindlichkeiten	(3.13)	2.342	3.373
Passive latente Steuern	(5.7)	146	120
Summe langfristige Verbindlichkeiten		2.488	3.493
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Steuerverbindlichkeiten	(3.12)	1.127	174
Sonstige Rückstellungen	(3.11)	7.125	8.172
Erhaltene Anzahlungen		5.430	6.913
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(3.11)	7.797	11.467
Sonstige Verbindlichkeiten	(3.13)	2.385	2.200
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		23.864	28.926
Summe Passiva		77.539	83.453

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

Konzerngesamtergebnis- rechnung

	Anhang	Januar-Dezember		Veränd.
		2015	2014	
		TEUR	TEUR	
Billings	(5.1)	143.919	129.559	11%
Mediakosten	(5.1)	-86.608	-82.484	5%
Umsatzerlöse	(5.1)	57.311	47.075	22%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen		-40.615	-34.288	18%
Vertriebs- und Marketingkosten		-6.151	-4.328	42%
Allgemeine Verwaltungskosten		-6.205	-5.130	21%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen, netto	(5.2)	928	514	81%
Operatives Ergebnis		5.268	3.843	37%
Finanzergebnis	(5.6)	1.975	2.157	-8%
Ergebnis vor Steuern		7.243	6.000	21%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	(5.7)	-2.379	-1.261	89%
Konzernergebnis der Periode		4.864	4.739	3%
davon Ergebnisanteil nicht beherrschender Anteile		225	340	-34%
davon Ergebnisanteil der Aktionäre der SYZYGY AG		4.639	4.399	5%
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden		0	0	n.a.
Posten, die anschließend möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgliedert werden				
Differenzen aus Fremdwährungsumrechnung ausländischer Geschäftsbetriebe	(5.8)	1.029	1.169	-12%
Erfolgsneutrale Änderung nicht realisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren nach Steuern	(3.6)	-1.401	228	-714%
Übriges Gesamtergebnis der Periode		-372	1.397	n.a.
Gesamtergebnis		4.492	6.136	-27%
davon Gesamtergebnisanteil nicht beherrschender Anteile		221	340	-35%
davon Gesamtergebnisanteil der Aktionäre der SYZYGY AG		4.271	5.796	-26%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (unverwässert in EUR)	(6.1)	0,37	0,35	6%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (verwässert in EUR)	(6.1)	0,37	0,35	6%

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	TEUR	TEUR	
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
Übriges Gesamtergebnis der Periode						1.169	228	1.397		1.397
Gesamtergebnis					4.399	1.169	228	5.796	340	6.136
Veränderungen aus Erstkonsolidierung und Anteilsveränderungen									-11	-11
Dividende					-3.578			-3.578		-3.578
Verkauf eigener Anteile			87	328				415		415
Kauf eigener Anteile				-605				-605		-605
31. Dezember 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					4.639			4.639	225	4.864
Übriges Gesamtergebnis der Periode						1.033	-1.401	-368	-4	-372
Gesamtergebnis					4.639	1.033	-1.401	4.271	221	4.492
Dividende					-4.443			-4.443		-4.443
Verkauf eigener Anteile			12	92				104		104
31. Dezember 2015	12.828	12.828	20.306	-739	17.806	591	83	50.875	312	51.187

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Konzernkapitalfluss- rechnung

	2015	2014
	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	4.864	4.739
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:		
– Abschreibungen auf langfristige Vermögenswerte	2.122	2.554
– Gewinne (-) und Verluste (+) aus dem Verkauf von Wertpapieren	-848	-1.034
– Erträge (-)/Aufwendungen (+) aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögenswerten	23	61
– Änderung der Earn-Out Verbindlichkeit	-1.031	-2.031
– Sonstige nicht zahlungswirksame Aufwendungen (+)/Erträge (-)	-47	841
Veränderungen der:		
– Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-1.812	-2.058
– erhaltenen Anzahlungen	-1.752	3.680
– Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-5.453	6.141
– Steuerschulden und latente Steuern	1.513	1.517
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	-2.421	14.410
Veränderung der langfristigen Aktiva	266	122
Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-1.105	-1.380
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-40.792	-37.972
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	38.816	34.817
Erwerb von konsolidierten Unternehmen abzüglich erworbener flüssiger Mittel	0	-907
Erträge aus nach der Equity-Methode bilanzierten Finanzanlagen	0	10
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-2.815	-5.310
Gezahlte Dividende an Aktionäre der SYZGY AG	-4.443	-3.578
Eigenkapitalzuführungen von nicht beherrschenden Anteilen	0	-11
Veränderungen von eigenen Anteilen	0	-190
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-4.443	-3.779
Cashflow gesamt	-9.679	5.321
Zahlungsmittel und Zahlungsäquivalente zum Periodenanfang	13.017	6.728
Währungsveränderungen	503	968
Zahlungsmittel und Zahlungsäquivalente zum Periodenende	3.841	13.017

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

Im operativem Cashflow sind gezahlte Zinsen in Höhe von TEUR 1 (Vorjahr: TEUR 10), erhaltene Zinsen in Höhe von TEUR 1.129 (Vorjahr: TEUR 1.103) und gezahlte Steuern in Höhe von TEUR 842 (Vorjahr TEUR 352) enthalten.

Konzernanhang

1. Grundlagen der Rechnungslegung

1.1 Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss der SYZYG AG (im Folgenden „SYZYG“, „Gruppe“, „Konzern“ oder „Gesellschaft“ genannt) für das Geschäftsjahr 2015 wurde nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB) sowie den Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) in der gültigen Fassung zum 31. Dezember 2015 – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind und den ergänzenden Vorschriften des §315a Abs. 1 HGB entsprechen – erstellt. Dabei wurde der Konzernabschluss auf der Grundlage der historischen Anschaffungs- und oder Herstellungskosten aufgestellt. Davon ausgenommen sind bestimmte Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert am Bilanzstichtag angesetzt wurden. Eine entsprechende Erläuterung erfolgt im Rahmen der jeweiligen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden. Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

Die Gesellschaft wurde am 1. Mai 2000 unter der Firma SYZYG AG in das Handelsregister beim Amtsgericht Bad Homburg (HRB 6877) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Bad Homburg, Deutschland.

Die Anschrift lautet: SYZYG AG, Im Atzelnest 3, 61352 Bad Homburg v. d. H.

1.2 Geschäftstätigkeit der Gesellschaft

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

Die SYZYG AG nimmt die Aufgaben einer geschäftsführenden Holding wahr, indem sie zentrale Dienstleistungen im Bereich Strategie, Kreation, Planung, Technologieentwicklung, Rechnungswesen, IT-Infrastruktur und Finanzierung erbringt. Ferner unterstützt die SYZYG 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, London, München, 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.

1.3 Konsolidierungskreis

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

In den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 wurden neben der SYZYG AG als oberstes Mutterunternehmen folgende Tochterunternehmen vollkonsolidiert, bei denen die SYZYG AG die Verfügungsmacht ausüben kann, schwankende Renditen aus den Tochterunternehmen ausgesetzt ist, und die Renditen aufgrund ihrer Verfügungsmacht der Höhe nach beeinflussen kann:

- / Ars Thanea Rozbicki s.k.a., Warschau, Polen (kurz: Ars Thanea)
- / Hi-ReSI Berlin GmbH, Berlin, Deutschland (kurz: Hi-ReSI BER)
- / Hi-ReSI London Ltd, London, Großbritannien (kurz: Hi-ReSI LON)
- / SYZYGY Deutschland GmbH, Bad Homburg v.d.H., Deutschland (kurz: SYZYGY Deutschland)
- / SYZYGY Digital Marketing Inc., New York City, Vereinigte Staaten von Amerika (kurz: SYZYGY NY – ehemals: Hi-ReSI New York Inc.)
- / SYZYGY München GmbH, München, Deutschland (kurz: SYZYGY München)
- / SYZYGY UK Ltd, London, Großbritannien (kurz: SYZYGY UK)
- / unquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland (kurz: unquedigital)
- / Unique Digital Marketing Ltd, London, Großbritannien (kurz: Unique Digital UK)

Ein Tochterunternehmen wird ab dem Zeitpunkt, zu dem die SYZYGY AG die Beherrschung über die Tochtergesellschaften erlangt, bis zu dem Zeitpunkt, an dem die Beherrschung durch die Gesellschaft endet, in den Konzernabschluss einbezogen. Dabei werden die Ergebnisse der im Laufe des Jahres erworbenen oder veräußerten Tochtergesellschaften entsprechend vom tatsächlichen Erwerbszeitpunkt bzw. bis zum tatsächlichen Abgangszeitpunkt in der Konzerngesamtergebnisrechnung und im übrigen Konzernergebnis erfasst.

Der Gewinn oder Verlust und jeder Bestandteil des übrigen Gesamtergebnisses sind den Aktionären der SYZYGY AG und den nicht beherrschenden Anteilen zuzuordnen. Dies erfolgt selbst dann, wenn dies dazu führt, dass nicht beherrschende Anteile einen negativen Saldo ausweisen.

Im Geschäftsjahr 2015 wurde die SYZYGY München GmbH, gegründet und erstmalig in den Konsolidierungskreis einbezogen. Durch die Veränderung des Konsolidierungskreises ist die Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr nicht beeinträchtigt.

1.4 Konsolidierungsgrundsätze

Die in den Konzernabschluss übernommenen Vermögenswerte und Schulden werden nach der für SYZYGY einheitlich geltenden Konzernbilanzierungs- und -bewertungsrichtlinie nach IFRS angesetzt und bewertet.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach IFRS 3 unter Anwendung der Erwerbsmethode. Die Beteiligungsbuchwerte werden mit dem Neubewerteten Eigenkapital des Tochterunternehmens zum Zeitpunkt des Erwerbs verrechnet. Hierbei werden Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten mit den jeweiligen Zeitwerten angesetzt. Der verbleibende aktive Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen. Ergibt sich dagegen ein negativer Unterschiedsbetrag, so wird dieser nach einer nochmaligen Überprüfung (remeasurement) erfolgswirksam erfasst. Transaktionskosten werden direkt erfolgswirksam erfasst. Vorhandene und erworbene Geschäfts- und Firmenwerte werden gemäß IFRS 3 nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich bzw. bei dem Vorliegen von Anhaltspunkten für Wertminderungen entsprechend den Regelungen des IAS 36 auf ihre Werthaltigkeit mittels eines einstufigen Testverfahrens überprüft.

Im Rahmen der Schuldenkonsolidierung werden Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen eliminiert. Die im Rahmen der Schuldenkonsolidierung aufgetretenen Differenzen werden erfolgswirksam berücksichtigt und in der Konzerngesamtergebnisrechnung unter den sonstigen betrieblichen Erträgen bzw. den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen.

Bei der Aufwands- und Ertragskonsolidierung werden Innenumsätze der einbezogenen Tochterunternehmen mit den darauf entfallenden Aufwendungen verrechnet. Soweit in Einzelabschlüssen Wertberichtigungen auf Anteile einbezogener Gesellschaften oder konzerninterner Forderungen gebildet wurden, werden diese im Rahmen der Konsolidierung zurückgenommen.

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

Assoziierte Unternehmen, die nach der At-Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen werden, werden beim Erwerb mit ihren anteiligen neu bewerteten Vermögenswerten (zuzüglich etwaigem Goodwill), Schulden und Eventualschulden bilanziert. Der Goodwill aus der Anwendung der At-Equity-Methode wird nicht planmäßig abgeschrieben. Die Werthaltigkeit des aus der Anwendung der At-Equity-Methode resultierenden Buchwerts der Beteiligung wird untersucht, wenn Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Sofern der Buchwert der Beteiligung ihren erzielbaren Betrag übersteigt, ist in Höhe der Differenz

ein Wertminderungsaufwand zu erfassen. Der erzielbare Betrag wird durch den beizulegenden Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert bestimmt. Eine Wertminderung würde im Finanzergebnis erfasst werden.

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

1.5 Schätzungen und Annahmen

Die Erstellung des Konzernabschlusses nach IFRS erfordert Schätzungen und Annahmen, welche die Beträge von Vermögenswerten, Schulden und finanziellen Verpflichtungen zum Bilanzstichtag sowie die Erträge und Aufwendungen des Berichtsjahres beeinflussen können.

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

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

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

Ferner ist bei der Ermittlung der aktiven und passiven latenten Steuern für jedes Besteuerungssubjekt die erwartete tatsächliche Ertragsteuer zu berechnen. Dabei sind die temporären Differenzen aus der unterschiedlichen Behandlung bestimmter Bilanzposten zwischen dem IFRS-Konzernabschluss und dem steuerrechtlichen Abschluss sowie die zukünftige Verwertbarkeit steuerlicher Verlustvorträge zu beurteilen. Soweit temporäre Differenzen vorliegen, führen diese grundsätzlich zum Ansatz von aktiven und passiven latenten Steuern im Konzernabschluss. Aktive latente Steuern werden in dem Maß angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass sie genutzt werden können. Kommt es zu einer Änderung der Werthaltigkeitsbeurteilung der aktiven latenten Steuern, sind die angesetzten aktiven latenten Steuern – entsprechend der ursprünglichen Bildung – erfolgswirksam oder erfolgsneutral abzuwerten bzw. sind wertberichtigte aktive latente Steuern erfolgswirksam oder erfolgsneutral zu aktivieren.

Ansatz und Bewertung von Rückstellungen sind in erheblichem Umfang mit Einschätzungen des Managements verbunden. Die Beurteilung, dass eine finanzielle Schuld entsteht, bzw. die Quantifizierung der möglichen Höhe der Zahlungsverpflichtung, beruht auf der Einschätzung der jeweiligen Situation durch das Management. Für drohende Verluste werden Rückstellungen gebildet, wenn Leistung und Gegenleistung aus diesem Geschäft mit überwiegender Wahrscheinlichkeit nicht ausgeglichen gegenüberstehen und dieser Verlust verlässlich geschätzt werden kann.

Die tatsächlichen Beträge können von diesen Schätzungen und Annahmen abweichen. Annahmen und Schätzungen beruhen immer auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand. Sollte die tatsächliche Entwicklung dennoch von der erwarteten abweichen, werden, falls erforderlich, die entsprechenden Positionen angepasst.

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

1.6 Währungsumrechnung

Bei der Umrechnung der in ausländischer Währung aufgestellten Abschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften wird das Konzept der funktionalen Währung angewendet. Da die ausländischen Gesellschaften wirtschaftlich selbstständig arbeiten, ist die Landeswährung identisch mit der funktionalen Währung dieser Unternehmen. Aus diesem Grund werden gemäß der modifizierten Stichtagskursmethode nach IAS 21.38 ff. die Vermögenswerte und Schulden zum Bilanzstichtagskurs, die Aufwendungen und Erträge zu Jahresdurchschnittskursen und das Eigenkapital zu historischen Kursen umgerechnet. Translationsdifferenzen werden ergebnisneutral im sonstigen Ergebnis der Gesamtergebnisrechnung gezeigt. In der Entwicklung des Anlagevermögens werden der Stand zu Beginn und am Ende des Geschäftsjahres zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet, die übrigen Positionen zu Durchschnittskursen. Ein sich ergebender Unterschiedsbetrag wird sowohl bei den Anschaffungs- und Herstellungskosten als auch bei den kumulierten Abschreibungen in einer separaten Zeile als Kursdifferenz gezeigt.

In den in lokaler Währung aufgestellten Einzelabschlüssen der konsolidierten Gesellschaften werden monetäre Posten in fremder Währung gemäß IAS 21 zum Stichtagskurs am Jahresende bewertet; daraus resultierende Währungsgewinne und -verluste werden unmittelbar ergebniswirksam erfasst.

Im Berichtsjahr ging SYZYG von folgenden Wechselkursen aus:

2015	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
GBP/EUR	1,38	1,36
2014	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
GBP/EUR	1,24	1,28
2015	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
EUR/USD	1,11	1,09
2014	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
EUR/USD	1,33	1,22
2015	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
EUR/PLN	4,19	4,26
2014	Durchschnittskurs	Stichtagskurs zum 31.12.
EUR/PLN	4,18	4,30

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

Folgende neue bzw. geänderte Standards und Interpretationen sind erstmalig verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am 31. Dezember 2015 enden.

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

✓ IFRIC 21 – Abgaben

IFRIC 21 beinhaltet Leitlinien, wann eine Schuld für eine Abgabe anzusetzen ist, die von einer Regierung auferlegt wird. Die Interpretation gilt sowohl für Abgaben, die nach IAS 37 Rückstellungen, Eventualschulden und Eventualforderungen bilanziert werden, als auch für Abgaben, bei denen Zeitpunkt und Betrag bekannt sind. IFRIC 6 bleibt in Kraft und im Einklang mit IFRIC 21.

Diese Änderungen des IFRIC 21 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Jährliche Verbesserung an den IFRS-Zyklus 2011-2013

/ IFRS 1 – erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards

Die Änderung verdeutlicht das Wahlrecht des Unternehmens bei seinem ersten IFRS-Abschluss zwischen der Anwendung von derzeit verpflichtend anwendbaren IFRS und der vorzeitigen Anwendung von neuer oder veränderter IFRS, die noch nicht verpflichtend anzuwenden sind. Eine kontinuierliche Anwendung der gleichen Fassung eines Standards über alle Perioden hinweg ist verpflichtend.

Diese Änderungen des IFRS 1 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ IFRS 3 – Unternehmenszusammenschlüsse

Der Anwendungsbereich von IFRS 3 wird klargestellt: Die Gründungen aller Arten von gemeinsamen Vereinbarungen sind außerhalb des Anwendungsbereichs von IFRS 3. Der Ausschluss aus dem Anwendungsbereich gilt nur für den Abschluss der gemeinsamen Vereinbarung selbst und nicht für die Abschlüsse der beteiligten Unternehmen der gemeinsamen Vereinbarung.

Diese Änderungen des IFRS 3 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ IFRS 13 – Bewertung des beizulegenden Zeitwerts

Die Änderungen konkretisieren den Anwendungsbereich von den Portfolioausnahmen in IFRS 13.52. Die Ausnahme umfasst alle Verträge, die nach IAS 39 oder IFRS 9 bilanziert werden, unabhängig davon, ob sie die Definition eines finanziellen Vermögenswertes oder einer finanziellen Verbindlichkeit in IAS 32 erfüllen.

Diese Änderungen des IFRS 13 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

/ IAS 40 – als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Die Abgrenzung von IFRS 3 und IAS 40 wird konkretisiert. Erfüllt die Transaktion die Voraussetzungen eines Unternehmenszusammenschlusses nach IFRS 3 und gehört zur Transaktion eine Renditeimmobilie, sind für diese Transaktion sowohl IFRS 3 als auch IAS 40 (unabhängig voneinander) anzuwenden (IAS 40.14A). Der Erwerb einer Renditeimmobilie kann demnach die Voraussetzung für den Erwerb eines einzelnen Vermögenswertes (oder Gruppe) aber auch die eines Unternehmenszusammenschlusses nach IFRS 3 erfüllen.

Diese Änderungen des IAS 40 haben keine Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Veröffentlichte und in EU-Recht übernommene, aber noch nicht verpflichtend anzuwendende Standards und Interpretationen

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

Änderung/Standard	Datum der Veröffentlichung	Datum der Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt (EU)
Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge (Änderungen an IAS 19)	21. November 2013	17. Dezember 2014	1. Februar 2015
Jährliche Verbesserungen der IFRS-Zyklus 2010-2012	12. Dezember 2013	17. Dezember 2014	1. Februar 2015
Fruchttragende Pflanzen (Änderungen an IAS 16 und IAS 41)	30. Juni 2014	23. November 2015	1. Januar 2016
Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an gemeinschaftlichen Tätigkeiten (Änderungen an IFRS 11)	6. Mai 2014	24. November 2015	1. Januar 2016
Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden (Änderungen an IAS 16 und IAS 38)	12. Mai 2014	2. Dezember 2015	1. Januar 2016
Jährliche Verbesserungen der IFRS-Zyklus 2012-2014	25. September 2014	15. Dezember 2015	1. Januar 2016
Angabeinitiative (Änderungen an IAS 1)	18. Dezember 2014	18. Dezember 2015	1. Januar 2016
Equity-Methode in Einzelabschlüssen (Änderungen an IAS 27)	12. August 2014	18. Dezember 2015	1. Januar 2016

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

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

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

Änderung/Standard	Datum der Veröffentlichung	Erwartete Übernahme in EU-Recht	Anwendungszeitpunkt (EU)
IFRS 9 Financial Instruments	24. Juli 2014	1. Halbjahr 2016	1. Januar 2018
IFRS 14 Regulatory Deferral Accounts	30. Januar 2014	ausgesetzt	1. Januar 2016
IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers	28. Mai 2014	Q1/2016	1. Januar 2018
Sale or Contribution of Assets between an Investor and its Associate or Joint Venture (Amendments to IFRS 10 and IAS 28)	11. September 2014	noch zu entscheiden	1. Januar 2016
Investment Entities: Applying the Consolidation Exception (Amendments to IFRS 10, IFRS 12 and IAS 28)	18. Dezember 2014	Q1/2016	1. Januar 2016

Die Auswirkungen der erstmaligen Anwendung der genannten Vorschriften auf die konsolidierte Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der SYZYGY Gruppe werden derzeit noch geprüft.

1.8 Sonstige Angaben

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

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

Jahres, jedoch innerhalb des normalen Verlaufs des Geschäftszyklus verkauft, verbraucht oder fällig werden. Latente Steueransprüche bzw. Steuerschulden sind stets den langfristigen Vermögenswerten bzw. Schulden zugeordnet.

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

2. Wesentliche Rechnungslegungsgrundsätze

2.1 Immaterielle Vermögenswerte, Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Sachanlagen

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

Die Bilanzierung und Erstbewertung immaterieller Vermögenswerte erfolgt gemäß IAS 38. Demnach werden einzeln erworbene immaterielle Vermögenswerte zu ihren Anschaffungskosten aktiviert und planmäßig linear über ihre erwartete Nutzungsdauer abgeschrieben, sofern sie eine bestimmbare Nutzungsdauer haben. Der Aufwand aus planmäßigen Abschreibungen und gegebenenfalls aus Wertminderungen wird je nach Zuordnung der Vermögenswerte zu den Funktionsbereichen des Unternehmens unter den Funktionskosten in der Gesamtergebnisrechnung ausgewiesen.

Immaterielle Vermögenswerte, die keinen Geschäfts- oder Firmenwert darstellen und im Zuge eines Unternehmenskaufs übernommen wurden, werden gemäß IFRS 3 mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt bewertet. Spätere Wertminderungen werden durch außerplanmäßige Abschreibungen berücksichtigt. Bei steigenden Zeitwerten von zuvor außerplanmäßig abgeschriebenen Vermögenswerten wird die Erhöhung als Wertaufholung erfasst.

Immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmbarer Nutzungsdauer, sowie Geschäfts- oder Firmenwerte aus Unternehmenserwerben, werden gemäß IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 sowie 38 nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich auf ihre Werthaltigkeit überprüft (Impairment Test).

Im Rahmen des Impairment Tests werden jeweils zum 31. Dezember die Buchwerte des Eigenkapitals der den Geschäfts- oder Firmenwerten zugrundeliegenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (Cash Generating Units, CGU) einschließlich des Buchwertes des der jeweiligen CGU zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwertes mit den erzielbaren Werten (recoverable amount) dieser CGU verglichen.

Der erzielbare Wert ergibt sich aus dem höheren der beiden Werte (Nutzungswert und Netto-Veräußerungswert). Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten werden bei SYZYG die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt. In diese Planung fließen die Erfahrungen aus der Vergangenheit, Erkenntnisse über aktuelle operative Ergebnisse sowie Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen ein. Dabei finden regelmäßig auch Markt- und Branchenprognosen von führenden Branchenanalysten ihre Berücksichtigung. Auf die Ausführungen im Lagebericht sei diesbezüglich verwiesen. Insbesondere die Schätzungen des Managements über zukünftige Entwicklungen, wie z. B. die Umsatzentwicklung, sind mit Unsicherheiten behaftet. Übersteigt der zu testende Buchwert den nach dem DCF-Verfahren ermittelten erzielbaren Betrag, liegt eine Wertminderung vor und es wird auf den erzielbaren Betrag abgeschrieben.

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

Stellen sich bei langfristigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen Anzeichen für Wertminderungen ein, so wird gemäß IAS 36 beurteilt, ob die betroffenen Vermögenswerte auf ihre beizulegenden Zeitwerte abzuschreiben sind. Dies ist dann der Fall, wenn der erzielbare Betrag niedriger ist als der Buchwert. Der erzielbare Betrag ist dabei der höhere Betrag aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und dem Nutzungswert. Bei der Ermittlung des Nutzungswertes werden die geschätzten künftigen Zahlungsströme mit einem Vorsteuerzinssatz abgezinst. Sollten die Gründe für Wertminderungen im Bereich der langfristigen Vermögenswerte – bis auf Geschäfts- oder Firmenwerte – nicht mehr bestehen, werden Wertaufholungen vorgenommen.

Die erwarteten Nutzungsdauern sowie die Abschreibungsmethoden werden an jedem Abschlussstichtag überprüft und sämtliche Schätzungsänderungen prospektiv berücksichtigt.

2.2 Finanzinstrumente

Ein Finanzinstrument gemäß IAS 32 ist ein vertraglich vereinbarter Anspruch oder eine vertraglich vereinbarte Verpflichtung, aus dem bzw. aus der ein Zu- bzw. Abfluss von finanziellen Vermögenswerten oder die Ausgabe von Eigenkapitalrechten resultiert. Sie umfassen einerseits originäre Finanzinstrumente wie Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie Wertpapiere und andererseits Finanzforderungen, Finanzschulden und sonstige Finanzverbindlichkeiten.

Originäre Finanzinstrumente

Die Bilanzierung von originären Finanzinstrumenten erfolgt zum Erfüllungszeitpunkt, d. h. zu dem Zeitpunkt, an dem der Vermögenswert an oder durch die SYZGY AG geliefert wird. Originäre Finanzinstrumente werden ihrer jeweiligen Zwecksetzung entsprechend einer der folgenden vier Kategorien zugeordnet. Die Einordnung wird zum Bilanzstichtag überprüft und beeinflusst den Ausweis als lang- oder kurzfristige Vermögenswerte und entscheidet über eine Bewertung zu Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert.

- ✓ Veränderungen des beizulegenden Zeitwerts von „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten“ (at fair value through profit and loss) – die entweder beim ersten Ansatz entsprechend kategorisiert (Fair Value-Option) oder als „zu Handelszwecken gehalten“ (held for trading) eingestuft sind – werden sofort in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Ferner werden sie als kurzfristige Vermögenswerte ausgewiesen, wenn sie entweder zu Handelszwecken gehalten oder voraussichtlich innerhalb von zwölf Monaten nach dem Bilanzstichtag realisiert werden sollen. Die Fair Value-Option wird im SYZGY Konzern nicht angewendet.

- ✓ „Bis zur Endfälligkeit gehaltene finanzielle Vermögenswerte“ (held to maturity) – die zum Zeitpunkt des erstmaligen Ansatzes fixe oder bestimmbare Zahlungen beinhalten sowie eine feste Endfälligkeit besitzen und bis dahin gehalten werden sollen – werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert und entsprechend ihrer Fristigkeit als lang- oder kurzfristige Vermögenswerte ausgewiesen. Wertminderungen (impairment losses) werden in der Gewinn- und Verlustrechnung ergebniswirksam ausgewiesen. Zurzeit werden keine finanziellen Vermögenswerte als „bis zur Endfälligkeit gehalten“ klassifiziert.
- ✓ „Kredite und Forderungen“ (loans and receivables) – die fixe oder bestimmbare Zahlungen haben und nicht an einem aktiven Markt notiert sind – werden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung erforderlicher Wertberichtigungen bewertet. Sie werden in der Bilanz entsprechend ihrer Fristigkeit als lang- oder kurzfristige Vermögenswerte ausgewiesen.
- ✓ „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ (available for sale) – die zum Zeitpunkt ihres erstmaligen Ansatzes als zur Veräußerung verfügbar designiert worden und nicht den anderen Kategorien zugeordnet worden sind – werden zum beizulegenden Zeitwert angesetzt und entsprechend der erwarteten Veräußerbarkeit als lang- oder kurzfristige Vermögenswerte bilanziert. Unrealisierte Gewinne oder Verluste werden bis zur Ausbuchung des Vermögenswerts unter Berücksichtigung von Steuereffekten im Übrigen Gesamtergebnis berücksichtigt. Im Falle eines signifikanten oder länger anhaltenden Rückgangs des beizulegenden Zeitwerts unter die Anschaffungskosten wird der Aufwand sofort erfolgswirksam erfasst.

Wertaufholungen von Eigenkapitalinstrumenten werden erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Wertaufholungen bei Fremdkapitalinstrumenten werden erfolgswirksam berücksichtigt. Wenn kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und der beizulegende Zeitwert nicht verlässlich ermittelt werden kann, werden die Vermögenswerte zu Anschaffungskosten angesetzt.

Die Verbindlichkeiten aus originären Finanzinstrumenten können entweder zu ihren fortgeführten Anschaffungskosten oder als „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ (at fair value through profit and loss) angesetzt werden. Die SYZGY AG bewertet grundsätzlich sämtliche finanzielle Verbindlichkeiten, mit Ausnahme einer langfristigen Kaufpreisverbindlichkeit, mit den fortgeführten Anschaffungskosten. Diese entsprechen den Anschaffungskosten unter Berücksichtigung von Rückzahlungen, Emissionskosten und der Amortisation eines Agios oder Disagios. Die finanziellen Verpflichtungen mit fixen bzw. bestimmbaren Zahlungen, die keinen Finanzschulden oder derivativen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen und nicht an einem Markt notiert sind, werden in der Bilanz als Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen unter den Sonstigen Verbindlichkeiten entsprechend ihrer Fristigkeit ausgewiesen.

Bezüglich der Angaben nach IFRS 7 erfolgt eine Klassenbildung entsprechend der in der Bilanz ausgewiesenen Posten bzw. der nach IAS 39 genutzten Bewertungskategorie.

Im SYZGY Konzern bestehen keine hybriden oder derivativen Finanzinstrumente.

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

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

2.3 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zum Zeitpunkt der Umsatzrealisierung, d. h. der Erbringung der Leistung an den Kunden, erfasst. Dabei werden erkennbare Einzelrisiken durch Wertberichtigungen über separate Wertberichtigungskonten berücksichtigt. Soweit keine Abwertungen aufgrund von Ausfallrisiken erforderlich sind, erfolgt die Bilanzierung zum Nennwert. Forderungen mit einer Fälligkeit, die über ein Jahr hinausgeht, werden marktüblich abgezinst. Erbrachte Leistungen aus Festpreisprojekten, die entsprechend ihrem Fertigstellungsgrad nach der PoC-Methode (percentage of completion) im Sinne des IAS 11 realisiert werden, sind ebenfalls in den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ausgewiesen (siehe auch Abschnitt 2.9 Umsatzrealisierung).

2.4 Eigene Aktien

Eigene Aktien werden als Abzug vom Eigenkapital ausgewiesen. Die gesamten Anschaffungskosten aus dem Erwerb eigener Aktien werden in einer Position als Abzugsposten vom Eigenkapital ausgewiesen.

Gewinne und Verluste aus der Veräußerung eigener Aktien werden erfolgsneutral den Kapitalrücklagen zugerechnet.

2.5 Latente Steuern

Aktive und passive latente Steuern werden für temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen in der Konzernbilanz nach IFRS und der Steuerbilanz sowie aufgrund von steuerlichen Verlustvorträgen angesetzt. Latente Steuerschulden werden im Allgemeinen für alle zu versteuernden temporären Differenzen angesetzt; latente Steueransprüche werden insoweit erfasst, wie es wahrscheinlich ist, dass steuerbare Gewinne zur Verfügung stehen, für welche die abzugsfähigen temporären Differenzen genutzt werden können.

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

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

2.6 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Rückstellungen

Gemäß IAS 39 werden kurzfristige Verbindlichkeiten im Zugangszeitpunkt mit ihrem Erfüllungsbetrag angesetzt, der im Wesentlichen ihrem Marktwert entspricht. Bei langfristigen Verbindlichkeiten erfolgt die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten. Diese werden nach Maßgabe der Effektivzinsmethode durch eine Abzinsung des Erfüllungsbetrages ermittelt und bis zur Fälligkeit fortgeführt.

Sonstige Rückstellungen werden gebildet, sofern eine rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Inanspruchnahme wahrscheinlich ist und die voraussichtliche Höhe des notwendigen Rückstellungsbetrags zuverlässig schätzbar ist. In die Berechnung der sonstigen Rückstellungen fließen alle zu berücksichtigenden Kostenbestandteile ein.

2.7 Eventualschulden

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

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

2.8 Sonstige Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

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

2.9 Umsatz- und Ertragsrealisierung

SYZGY erzielt Umsatzerlöse aus Beratungs- und Entwicklungsleistungen sowie aus der Durchführung von Werbekampagnen.

Umsätze aus Beratungsleistungen und durch Produktion von Inhalten für digitale Medien werden realisiert, wenn die Leistung in Übereinstimmung mit den zugrundeliegenden vertraglichen Vereinbarungen erbracht wurde, eine Zahlung seitens des Kunden wahrscheinlich ist und der Rechnungsbetrag feststeht bzw. bestimmbar ist.

Beratungsleistungen auf Festpreisbasis werden analog der PoC-Methode (percentage of completion) realisiert. Der Fertigstellungsgrad der Projekte wird anhand des Vergleichs der bereits erbrachten Zeiteinheiten zu den gesamten zur Fertigstellung des Projektes geplanten Zeiteinheiten ermittelt. Anpassungen aufgrund einer veränderten Planung werden regelmäßig durchgeführt. Für drohende Verluste aus derartigen Projekten werden Wertberichtigungen oder Rückstellungen in vollem Umfang in der Periode gebildet, in der sie erkennbar werden.

In manchen Projektverträgen sind Teilleistungen („Milestones“) vereinbart. In diesen Fällen wird eine Teilrealisierung der Umsatzerlöse nach Erbringung der jeweiligen selbstständigen Teilleistung sowie der Abnahme der Teilleistung durch den Kunden vorgenommen.

Ferner werden Leistungen zur Planung und Durchführung von Werbekampagnen im Internet (Mediadienleistungen) erbracht. Hierbei werden zum Teil auf eigene Rechnung Werbeplätze eingekauft und im Rahmen der Leistungserbringung abgerechnet. Die Kosten für den Einkauf der Werbeplätze („Mediakosten“) werden im Zuge der Abrechnung der Mediadienleistungen an den Kunden zusammen mit einer festen Vergütung oder einer Vergütung, die sich im Verhältnis zu den tatsächlichen Mediakosten rechnet, weitergereicht. Umsätze für Mediadienleistungen werden grundsätzlich mit bzw. nach dem Erscheinen der Werbung realisiert. Dabei wird der gesamte den Kunden zu berechnende Betrag als Billings, sowie der um die durchlaufenden Posten, bzw. die Mediakosten verringerte Betrag als Umsatzerlöse erfasst.

Erträge in Form von Zinsen u. Ä. werden erfasst, wenn es wahrscheinlich ist, dass der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern zufließen und die Höhe der Erträge verlässlich bestimmt werden kann. Zinserträge werden nach Maßgabe des ausstehenden Nominalbetrages mittels des maßgeblichen Effektivzinssatzes zeitlich abgegrenzt und periodengerecht erfasst.

2.10 Aufwendungen aus Operating Lease-Verträgen

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasing-Gegenständen wird nach den gegenwärtig geltenden Regelungen der IFRS demjenigen Vertragspartner in einem Leasingverhältnis zugerechnet, der die wesentlichen Chancen und Risiken trägt, die mit dem Leasing-Gegenstand verbunden sind.

Bei einem Operating Lease trägt der Leasinggeber die wesentlichen Chancen und Risiken, so dass der Leasing-Gegenstand in der Bilanz des Leasinggebers angesetzt wird. Beim Leasingnehmer werden während des Zeitraums des Leasingverhältnisses die gezahlten Leasingraten erfolgswirksam erfasst.

2.11 Werbeaufwendungen

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

2.12 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die tatsächlichen Ertragsteuern werden gemäß den steuerrechtlichen Bestimmungen der Länder ermittelt, in denen die betroffenen Gesellschaften tätig sind. Die Berechnung der latenten Ertragsteuern nach IAS 12 beinhaltet die Berechnung von Steuerabgrenzungen auf unterschiedliche Wertansätze von Aktiva und Passiva in Handelsbilanz (IFRS) und Steuerbilanz. Laufende und latente Steuern werden erfolgswirksam als Aufwand oder Ertrag erfasst, es sei denn, dass sie im Zusammenhang mit Posten stehen, deren Wertänderungen direkt im Eigenkapital berücksichtigt wurden. In diesem Fall wird die latente Steuer ebenfalls direkt im Eigenkapital erfasst.

2.13 Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie wird in Übereinstimmung mit IAS 33 ermittelt. Dabei entspricht der unverwässerte Wert dem Konzernergebnis, geteilt durch die gewichtete, durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres ausgegebenen Aktien. Der Erwerb eigener Aktien vermindert dementsprechend die Anzahl ausgegebener Aktien.

Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses werden neben den ausstehenden Aktien auch alle ausstehenden, noch nicht ausgeübten Optionen berücksichtigt, deren innerer Wert während der Berichtsperiode positiv war.

2.14 Aktienbasierte Vergütungsprogramme

Aktioptionsprogramm 2012

Die Kosten aus der Ausgabe von Aktienoptionen sind gemäß IFRS 2 ergebniswirksam als Personalaufwand zu erfassen (aktienkursorientierte Tantiemevereinbarung). Aufsichtsrat und Vorstand haben in 2014 beschlossen, dass eine Erfüllung in bar erfolgen soll.

Dabei wird der Marktwert der Option zum Bilanzstichtag ermittelt und der entsprechende Aufwand zeitanteilig bis zum Ausübungszeitpunkt erfasst. Die Verpflichtung der Gesellschaft wurde als Rückstellung ausgewiesen.

Aktien-Beteiligungsprogramm 2013

Im Geschäftsjahr 2013 wurde ein Aktien-Beteiligungsprogramm aufgelegt. Danach verpflichtet sich die Gesellschaft, Mitarbeitern eine bestimmte Anzahl an Aktien nach drei Jahren zu übertragen. Sollte der Mitarbeiter die SYZGY Gruppe vor Ablauf der Frist verlassen, verfallen sämtliche Ansprüche aus dem Aktienprogramm entschädigungslos. Alternativ hat der Mitarbeiter das Recht, anstatt der Aktien den zum Übertragungsstichtag gültigen Marktwert in bar vergütet zu erhalten. Diese anteilsbasierten Vergütungen mit Wahlfreiheit der Gegenpartei über die Auszahlungsmodalität, ist so strukturiert, dass beide Erfüllungsalternativen den gleichen beizulegenden Zeitwert haben. Nach IFRS 2.37 ist daher der beizulegende Zeitwert der Eigenkapitalkomponente gleich Null und somit entspricht der beizulegende Zeitwert des zusammengesetzten Finanzinstruments der Schuldkomponente. SYZGY erfasst demzufolge die Aufwendungen pro rata temporis ab Aktienzusage als Rückstellung.

Phantom Stock Programm

Ferner wurde in 2015 ein Phantom Stock Programm aufgelegt. Hierbei erhält der Berechtigte die Differenz zwischen dem Aktienkurs bei Gewährung und dem Aktienkurs bei Ausübung der Phantom Stocks als Sonderzahlung. 40 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 1) können frühestens nach 2 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 3 Jahren, 60 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 2) können frühestens nach 3 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 4 Jahren. Die maximale Kurssteigerung (Cap) ist bei der Tranche 1 auf 60 Prozent, und bei der Tranche 2 auf 90 Prozent begrenzt. Ferner gibt es bei diesem Programm eine Change of Control-Klausel, nach der innerhalb einer Frist von 6 Wochen nach Abschluss eines Übernahmeangebots eine außerordentliche Ausübung erfolgen kann. Es handelt sich dabei, genauso wie das Aktienoptionsprogramm 2012, um eine anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich im Sinne des IFRS 2 und daher erfolgt die Bilanzierung nach den oben beschriebenen Grundsätzen.

2.15 Zuwendungen der öffentlichen Hand

Eine bedingungslose Zuwendung der öffentlichen Hand wird als sonstiger Ertrag im Gewinn oder Verlust erfasst, sobald ein Anspruch auf die Zuwendung entsteht. Sonstige Zuwendungen der öffentlichen Hand werden zunächst als passive Abgrenzungsposten zum beizulegenden Zeitwert erfasst, wenn eine angemessene Sicherheit darüber besteht, dass sie gewährt werden und der Konzern die mit der Zuwendung verbundenen Bedingungen erfüllen wird. Anschließend werden diese Zuwendungen der öffentlichen Hand planmäßig über den Zeitraum der Nutzungsdauer des Vermögenswertes als Ertrag erfasst.

Zuwendungen, die den Konzern für angefallene Aufwendungen kompensieren, werden passivisch abgegrenzt und planmäßig in den Perioden, in denen die Aufwendungen erfasst werden, ertragswirksam vereinnahmt.

3. Erläuterungen zur Konzernbilanz

3.1 Geschäfts- oder Firmenwert

Der ausgewiesene Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 25.080 (Vorjahr: TEUR 25.362) ist im Rahmen der Akquisitionen von unique-digital, Unique Digital UK, Hi-ReSI LON und Ars Thanea entstanden.

Als zahlungsmittelgenerierende Einheiten werden bei SYZYGY die Einzelgesellschaften definiert. Die Bestimmung der Nutzungswerte erfolgt nach dem Discounted-Cash-Flow (DCF)-Verfahren. Die nach dem DCF-Verfahren zu diskontierenden zukünftigen Cashflows werden über eine mittelfristige Planung zur Vermögens-, Finanz- und Ertragslage ermittelt.

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

- / unique-digital
- / Unique Digital UK
- / Hi-ReSI LON
- / Ars Thanea

In der folgenden Tabelle sind die den CGU zugeordneten Buchwerte der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie die erzielbaren Beträge dargestellt.

in TEUR	GoF	Erzielbarer Betrag
2015		
unique-digital	8.841	20.852
Unique Digital UK	9.657	21.600
Hi-ReSI LON	0	0
Ars Thanea	6.582	16.257
Gesamt	25.080	58.709

in TEUR	GoF	Erzielbarer Betrag
2014		
unique-digital	8.841	11.893
Unique Digital UK	9.089	17.732
Hi-ReSI LON	919	1.218
Ars Thanea	6.513	20.218
Gesamt	25.362	51.061

in TEUR	GoF	Erzielbarer Betrag
2013		
unique-digital	8.841	17.776
Unique Digital UK	8.521	14.079
Hi-ReSI LON	2.175	3.218
Ars Thanea	0	0
Gesamt	19.537	35.073

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte sowie der immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmbarer Nutzungsdauer wurde durch einen Werthaltigkeitstest zum 31. Dezember 2015 überprüft. Die Berechnung des erzielbaren Betrags der CGU wurde auf Basis des Nutzungswerts unter Verwendung von Cashflow-Prognosen zum 31. Dezember 2015 ermittelt. Die Prognosen basieren auf jährlich aktualisierten Finanzplänen, die vom Management für einen Zeitraum über die kommenden fünf Jahre genehmigt wurden.

Zu den wesentlichen Annahmen, auf denen die Ermittlung des Nutzungswerts beruht, gehören Annahmen zu Wachstumsraten, Margenentwicklung und Diskontierungssatz. Aufgrund der Verwendung interner Planungsannahmen sind diese der Stufe 3 der Fair-Value-Hierarchie zuzuordnen (vgl. Abschnitt 6.6).

Für die CGU Unique Digital UK und Hi-ReSI LON wurde in Großbritannien ein risikoloser Zinssatz von 2,62 Prozent (Vorjahr: 2,64%), ein Risikozuschlag von 6,25 Prozent (Vorjahr: 5,8%) und ein Branchen-Beta von 0,45% (Vorjahr: 0,87%) zugrunde gelegt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 5,5 Prozent nach Steuern (Vorjahr: 7,7%) bzw. 6,9 Prozent vor Steuern (Vorjahr: 9,7%) ergab. Hierbei fand ein durchschnittlicher Steuersatz von 21 Prozent Berücksichtigung (Vorjahr: 21,75%). Den entsprechenden Geschäftsplanungen liegt kein Umsatz mehr bei Hi-ReSI LON ab 2016 zugrunde. Bei der Unique Digital UK ist im Rahmen der Geschäftsplanung für 2016 ein erwartetes Umsatzwachstum von 21 Prozent (Vorjahr: 17%), für 2017 bis 2020 ein Umsatzwachstum von 8 bis 10 Prozent p. a. (Vorjahr: 10%) sowie 0 Prozent im Terminal Value zugrunde gelegt. Für 2016 entspricht die Wachstumsrate den genauen Planzahlen der CGU, wohingegen die weitere Entwicklung mit der allgemeinen Marktentwicklung des jeweiligen Landes einhergeht.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2016 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von rund 14 Prozent in Großbritannien (Vorjahr: 10-13%) aus. Auf Basis der zugrundeliegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für Unique Digital UK, der ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 9.657 zugeordnet ist.

Für Hi-ReSI LON identifizierte das Management einen vollständigen Wertminderungsbedarf in Höhe von TEUR 973 nach Währungskursänderungen, der in der Gesamtergebnisrechnung im Posten „Sonstige betriebliche Erträge/ Aufwendungen, netto“ ausgewiesen ist. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass der Mitgründer und bis 2014 geschäftsführende Creative Director als Chief Creative Officer zur Muttergesellschaft gewechselt ist, um gruppenweit strategisch wichtige Projekte und Kunden zu unterstützen. Dadurch wurde seine Tätigkeit für Hi-ReSI London stark eingeschränkt, insbesondere die Gewinnung von Neugeschäft. Die Geschäftsplanungen ab 2016 beinhalten keine Umsätze mit Dritten mehr, so dass der erzielbare Betrag auf TEUR 0 sinkt. Im Geschäftsjahr wurde ein Wertminderungsaufwand in der CGU Hi-ReSI London und somit im Segment Großbritannien in Höhe von TEUR 973 erfasst. Der danach verbleibende Geschäfts- oder Firmenwert dieser CGU beträgt TEUR 0 (Vorjahr: TEUR 919).

Für unquedigital in Deutschland wurde ein risikoloser Zinssatz von 1,55 Prozent (Vorjahr: 1,59%), ein Risikozuschlag von 6,25 Prozent (Vorjahr: 5,8%) und ein Branchen-Beta von 0,45 (Vorjahr: 0,87) unterstellt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 4,4 Prozent nach Steuern (Vorjahr: 6,6%) bzw. von 6,3 Prozent (Vorjahr: 9,5%) vor Steuern ergab. Hierbei fand ein unveränderter durchschnittlicher Steuersatz von 30 Prozent Berücksichtigung. Der Geschäftsplan sieht ein Umsatzwachstum von 6 Prozent (Vorjahr: 5%) für das Jahr 2016 und 8 bis 10 Prozent p. a. Umsatzwachstum (Vorjahr: 10%) für die Jahre 2017 bis 2020 vor. Im Terminal Value werden 0 Prozent Wachstum berücksichtigt.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2016 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von rund 10 Prozent (Vorjahr: 7%) in Deutschland aus. Auf Basis der zugrundeliegenden Informationen identifizierte das Management in der aktualisierten Analyse keinen Wertminderungsbedarf für unquedigital, der ein unveränderter Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 8.841 zugeordnet ist.

Für Ars Thanea in Polen wurde ein risikoloser Zinssatz von 1,55 Prozent (Vorjahr: 1,59%), ein Risikozuschlag von 6,25 Prozent (Vorjahr: 5,8%), ein Branchen-Beta von 0,87 (Vorjahr: 0,95), ein länderspezifischer Risikozuschlag von 1,26 Prozent (Vorjahr: 1,58%) sowie ein Inflationsdifferential von 100,42 Prozent (Vorjahr: 100,48%) unterstellt, so dass sich ein WACC (Weighted Average Cost of Capital) von 8,7 Prozent (Vorjahr: 8,9%) nach Steuern bzw. von 10,8 Prozent vor Steuern (Vorjahr: 10,9%) ergab. Hierbei fand ein durchschnittlicher Steuersatz von 19 Prozent Berücksichtigung. Der Geschäftsplan sieht ein Umsatzwachstum von 52 Prozent für das Jahr 2016 (Vorjahr 35%), 25 Prozent p. a. für 2017, 20 Prozent p.a. für 2018, sowie 15 Prozent p.a. für 2019 und 2020 vor. Im Vorjahr sah der Geschäftsplan 20 Prozent Steigerung ab 2016 vor. Im Terminal Value werden unverändert 0 Prozent berücksichtigt.

Marktforschungsinstitute gehen für das Jahr 2016 von einer Wachstumsrate des Online-Werbemarktes von 15-19 Prozent in Polen aus. Auf Basis der zugrundeliegenden Informationen identifizierte das Management in der Analyse keinen Wertminderungsbedarf für Ars Thanea, der ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von TEUR 6.582 zugeordnet ist.

Sollten sich die wesentlichen Annahmen zu Zinssatz, Wachstumsraten und Margenentwicklung verändern, so ergeben sich andere Nutzungswerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Ein Anstieg des Zinssatzes für 30-jährige Staatsanleihen um 100 Basispunkte würde in Deutschland zu einem gleich hohen Anstieg des WACC vor Steuern und in der Folge zu einem Rückgang der Nutzungswerte um 14 Prozent (Vorjahr: 14%) aufgrund des höheren Diskontierungsfaktors führen. Vergleichbar wären die Auswirkungen bei den Nutzungswerten in Großbritannien und Polen. Dies führte jedoch nicht zu einem Impairment bei einer weiteren CGU.

Sollten sich die Wachstumsraten bei den Online Marketing Gesellschaften unquedigital und Unique Digital UK ab 2016 von 10 Prozent p. a. auf 5 Prozent p. a. verringern, bestünde weiterhin kein Abwertungsbedarf. Sollten sich die Wachstumsraten bei Ars Thanea ab 2017 auf 10 Prozent p. a. verringern, bestünde weiterhin kein Abwertungsbedarf.

Sollten die tatsächlichen EBIT-Margen um ein Drittel niedriger ausfallen als erwartet, ergäbe sich bei keiner CGU ein Wertminderungsbedarf.

3.2 Geschäfts- oder Firmenwert, sonstige Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Die Entwicklung ist im Geschäftsjahr wie folgt:

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwert	Sonstige immaterielle Vermögens- werte	Mieter- einbauten	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Summe
Anschaffungskosten 1. Januar 2015	26.694	1.428	2.135	5.949	36.206
Zugänge	0	75	238	763	1.076
Abgänge	0	-12	0	-80	-92
Währungskursänderungen	774	25	51	109	959
Anschaffungskosten 31. Dezember 2015	27.468	1.516	2.424	6.741	38.149
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2015	1.332	902	934	4.341	7.509
Zugänge	973	92	232	825	2.122
Abgänge	0	-12	0	-58	-70
Währungskursänderungen	83	3	10	67	163
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2015	2.388	985	1.176	5.175	9.724
Buchwert 31. Dezember 2015	25.080	531	1.248	1.566	28.425

Die Entwicklung ist im Vorjahr wie folgt:

in TEUR	Geschäfts- oder Firmenwert	Sonstige immaterielle Vermögens- werte	Mieter- einbauten	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Summe
Anschaffungskosten 1. Januar 2014	19.537	931	1.575	5.371	27.414
Zugänge	0	71	493	742	1.306
Abgänge	-60	-5	0	-327	-392
Zugang aus Erstkonsolidierung	6.623	428	32	63	7.146
Währungskursänderungen	594	3	35	100	732
Anschaffungskosten 31. Dezember 2014	26.694	1.428	2.135	5.949	36.206
Kumulierte Abschreibungen 1. Januar 2014	0	534	744	3.942	5.220
Zugänge	1.332	388	182	652	2.554
Abgänge	0	-5	0	-326	-331
Währungskursänderungen	0	-15	8	73	66
Kumulierte Abschreibungen 31. Dezember 2014	1.332	902	934	4.341	7.509
Buchwert 31. Dezember 2014	25.362	526	1.201	1.608	28.697

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte enthalten, unter Berücksichtigung von Fremdwährungseffekten, Markenwerte in Höhe von TEUR 426 (Vorjahr: TEUR 431), die im Rahmen der Erstkonsolidierung von Hi-ReSI LON, Unique Digital UK und Ars Thanea entstanden sind. Sie sind in der Höhe von TEUR 148 (Vorjahr: TEUR 329) dem Segment Großbritannien sowie in Höhe von TEUR 202 dem Segment Deutschland (Vorjahr: TEUR 0) zuzuordnen und unterliegen jeweils einer unbestimmbaren Nutzungsdauer, da ein Ende der wirtschaftlichen Nutzung dieser Marken nicht abzusehen ist. Des Weiteren sind Markenwerte von Ars Thanea in Höhe von TEUR 76 (Vorjahr: TEUR 102) enthalten, die ebenfalls im Rahmen des Unternehmenserwerbs zugegangen sind und auf 5 Jahre linear abgeschrieben werden. Diese sind dem Segment „Sonstige Segmente“ zugeordnet. Die Betriebs- und Geschäftsausstattungen beinhalten im Wesentlichen Hardware und Büroeinrichtung. Im Geschäftsjahr lagen keine Anhaltspunkte für Wertminderungen vor.

3.3 At-Equity bewertete Finanzinvestitionen

Im aktuellen Geschäftsjahr bestanden keine At-Equity bewertete Finanzinvestitionen mehr.

Am 6. Februar 2014 hatte die SYZYGY AG weitere 44 Prozent der Anteile an Ars Thanea erworben und hält weiterhin 70 Prozent der Anteile. Seit diesem Zeitpunkt liegen die notwendigen Beherrschungsmerkmale als Voraussetzung für eine Vollkonsolidierung vor und Ars Thanea wird seit diesem Zeitpunkt vollkonsolidiert. Das im Vorjahr bis zur Erlangung der Beherrschung der SYZYGY zuzurechnende anteilige Ergebnis in Höhe von TEUR -10 wurde in der Gesamtergebnisrechnung im Finanzergebnis ausgewiesen.

3.4 Sonstige langfristige Vermögenswerte

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte stellen finanzielle Vermögenswerte der Bewertungskategorie Loans and Receivables dar und sind in Höhe von TEUR 674 (Vorjahr: TEUR 635) bilanziert. Sie betreffen unter anderem Mietkautionen in Höhe von TEUR 673 (Vorjahr: TEUR 634), die im Wesentlichen auf SYZYGY UK entfallen.

3.5 Aktive latente Steuern

Im Geschäftsjahr kommt es zu einem Ausweis aktiver latenter Steuern in Höhe von TEUR 1.259 (Vorjahr: TEUR 1.238). Davon entfallen TEUR 1.242 auf Verlustvorträge bei der SYZYGY AG (Vorjahr: TEUR 1.850). Ferner ergeben sich passive Steuerlatenzen aus Bewertungsunterschieden bei den Wertpapieren in Höhe von TEUR 53 (Vorjahr: TEUR 696), die verrechnet wurden. Steuerlich nicht abzugsfähige Rückstellungen bei der SYZYGY AG führen zu aktiven latenten Steuern von 62 TEUR (Vorjahr: TEUR 65).

Bei der SYZYGY Deutschland GmbH wurden aktive latente Steuern in Höhe von TEUR 8 (Vorjahr: TEUR 19) aus Bewertungsunterschieden im Anlagevermögen bei der SYZYGY Deutschland gebildet. Die Zusammensetzung der aktiven latenten Steuern ist unter Abschnitt 5.7 „Steuern vom Einkommen und vom Ertrag“ dargestellt.

3.6 Zahlungsmittel und Zahlungsmittel- äquivalente sowie Wertpapiere

Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und Festgeldanlagen mit einer Restlaufzeit – gerechnet vom Erwerbszeitpunkt – von weniger als drei Monaten sind in folgender Tabelle dargestellt:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.841	13.017

Der in der Kapitalflussrechnung angegebene Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich die in dieser Bilanzposition genannten Beträge. Verfügungsbeschränkungen über die hier angegebenen Vermögenswerte bestehen nicht.

In der Position Wertpapiere werden von Staaten oder Unternehmen öffentlich begebene Schuldtitel ausgewiesen.

Wie im Vorjahr gehören zum Bilanzstichtag alle Wertpapiere als finanzielle Vermögenswerte der Kategorie „available-for-sale“ an und werden daher mit ihrem Marktwert bilanziert. Wertänderungen werden erfolgsneutral im übrigen Gesamtergebnis erfasst. Wie in der folgenden Tabelle dargestellt, lag der Marktwert

der gesamten Wertpapiere zum 31. Dezember 2015 insgesamt um TEUR 120 über den Anschaffungskosten (Vorjahr: TEUR 2.148). Es entfielen TEUR 1.180 (Vorjahr: TEUR 2.286) auf nicht realisierte Kursgewinne und TEUR 1.060 (Vorjahr: TEUR 138) auf nicht realisierte Kursverluste. Wertpapierkäufe und -verkäufe werden jeweils mit Valuta erfasst. Von den bisher erfolgsneutral im Übrigen Gesamtergebnis erfassten nicht realisierten Gewinne und Verluste vom 31. Dezember 2014 wurden in 2015 TEUR 624 Bewertungsgewinne (Vorjahr: TEUR 544) sowie TEUR 119 Bewertungsverluste (Vorjahr: TEUR 93) realisiert.

Die Ermittlung der Marktwerte erfolgt anhand von notierten Marktpreisen. Die nicht realisierten Kursgewinne und Kursverluste sind im Posten „Erfolgsneutrale Änderung nicht realisierter Gewinne und Verluste aus zur Veräußerung verfügbaren Wertpapieren“ in der Gesamtergebnisrechnung erfasst.

31.12.2015

in TEUR	Anschaffungs- kosten	Unrealisierte Gewinne	Unrealisierte Verluste	Buchwert/ Marktwert
Wertpapiere (Available-for-sale)	22.826	1.180	-1.060	22.946

31.12.2014

in TEUR	Anschaffungs- kosten	Unrealisierte Gewinne	Unrealisierte Verluste	Buchwert/ Marktwert
Wertpapiere (Available-for-sale)	20.009	2.286	-138	22.157

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2015:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Wertpapiere (Available-for-sale)	0	5.345	17.601	0	22.946

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeit der Wertpapiere zum 31. Dezember 2014:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Wertpapiere (Available-for-sale)	1.016	2.865	18.276	0	22.157

Die Wertentwicklung des Wertpapierportfolios hängt grundsätzlich von der Entwicklung der Zinsen und der Entwicklung der Credit Spreads ab. Im Durchschnitt weist das Portfolio eine Duration von rund 7,2 (Vorjahr: 7,3) auf. Erhöhen sich also die Credit Spreads um 100 Basispunkte bei gleichbleibendem Zinsniveau, reduziert sich der Wert des Wertpapierportfolios um rund 7,2 Prozent.

Bei den Wertpapieren reduziert SYZGY Ausfallrisiken, indem bei Neuanlagen grundsätzlich ein Kreditrating von mindestens BBB- (sog. Investment Grade) vorliegen sollte. Alle Anlagen werden bezüglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet und die Investment-Entscheidung wird überprüft. Grundsätzlich wird von einem Emittenten maximal eine Position von EUR 2,0 Mio. eingegangen. Bei Neuanlagen mit Rating BBB- betragen die Positionen

maximal EUR 1,0 Mio. Alle Wertpapiere mit einer bestimmten Fristigkeit unterliegen darüber hinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads, kombiniert mit der Restlaufzeit. Zudem unterliegt ein Teil der Wertpapiere auch Währungsschwankungen. Hauptsächlich investiert SYZGY in EUR, aber auch in USD und PLN denominated Wertpapiere. Als Beimischung wurde im Umfang von bis zu EUR 4,0 Mio. in Anleihen mit einem Rating unterhalb des Investment Grade investiert.

Die dazugehörigen Risiken und Sensitivitätsanalysen sind unter Abschnitt 6.3 Risiko- und Kapitalmanagement dargestellt.

3.7 Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Diese Position setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Forderungen	17.972	15.020
Forderungen aus PoC-Anwendung	660	1.019
Gesamt	18.632	16.039

Für noch nicht endabgerechnete Leistungen werden TEUR 660 (Vorjahr: TEUR 1.019) Forderungen und Umsatzerlöse unter Anwendung der PoC-Methode ausgewiesen. Für die im Rahmen der PoC-Methode realisierten Projekte sind Kosten in Höhe von TEUR 599 (Vorjahr: TEUR 936) angefallen. Hieraus ergibt sich eine Marge von TEUR 61 (Vorjahr: TEUR 83).

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

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

Für erkennbare Ausfallrisiken werden angemessene Einzelwertberichtigungen gebildet, uneinbringliche Forderungen werden abgeschrieben. Im Vorjahr wurde im Bereich „Sonstige Segmente“ diese in Höhe von TEUR 6 gebildet. In diesem Geschäftsjahr gab es keine Einzelwertberichtigungen.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in TEUR	0-90 Tage	91-180 Tage	181-360 Tage	mehr als 360 Tage
zum 31.12.2015	18.310	285	15	22
zum 31.12.2014	14.518	1.496	9	16

3.8 Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte setzen sich zum 31. Dezember 2015 und 2014 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Rechnungsabgrenzungen	716	653
Zinsforderungen	570	543
Steuererstattungsansprüche	266	217
Übrige	210	257
Gesamt	1.762	1.670

Alle sonstigen Vermögenswerte werden innerhalb von 12 Monaten fällig. Die Zinsforderungen, die als finanzielle Vermögenswerte in die Bewertungskategorie Loans and Receivables nach IAS 39 fallen, stellen verwertbare Finanzinstrumente dar und werden in folgender Fälligkeitsstruktur abgebildet:

Zinsforderungen in TEUR	0-90 Tage	91-180 Tage	181-360 Tage
zum 31.12.2015	96	120	354
zum 31.12.2014	224	198	121

3.9 Eigenkapital

3.9.1 Gezeichnetes Kapital

Das voll eingezahlte gezeichnete Kapital der Gesellschaft zum 31. Dezember 2015 beläuft sich, wie im Vorjahr, auf EUR 12.828.450 und ist eingeteilt in 12.828.450 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00. Am 31. Dezember 2015 befanden sich 133.438 Stückaktien (Vorjahr: 150.000) im eigenen Bestand.

Zum Stichtag wurden die Anteile wie folgt gehalten:

in Tsd.	Aktien	in Prozent
WPP plc, St. Helier (direkt oder indirekt)	6.476	50,48
Streubesitz	6.219	48,48
Eigene Aktien	133	1,04
Gesamt	12.828	100,0

3.9.2 Genehmigtes und bedingtes Kapital

Im Rahmen der Hauptversammlung am 27. Mai 2011 wurde der Beschluss zur möglichen Erhöhung des Grundkapitals erneuert. Demnach ist der Vorstand unter Vorbehalt der Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, zusätzliche auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien bis zum 27. Mai 2016 auszugeben. Das genehmigte Kapital beträgt EUR 6.000.000,00, eingeteilt in 6.000.000 nennwertlose Stückaktien.

Außerdem wurde der Vorstand mit Beschluss der Hauptversammlung vom 29. Mai 2009 zu einer bedingten Kapitalerhöhung ermächtigt, in dessen Rahmen bis zu 1.200.000 zusätzliche Aktien im Zusammenhang mit der Auflage eines Mitarbeiterbeteiligungsprogramms ausgegeben werden können (bedingtes Kapital 2009). Dieses bedingte Kapital wurde auf der Hauptversammlung vom 6. Juni 2014 von EUR 1.200.000 auf EUR 300.000 reduziert. Ferner wurde auf der Hauptversammlung vom 6. Juni 2014 ein bedingtes Kapital 2014 in Höhe von EUR 900.000 beschlossen (bedingtes Kapital 2014).

Im Geschäftsjahr 2012 wurden mit Wirkung zum 27. Juni 2012 insgesamt 300.000 Optionen zum Ausübungspreis von EUR 3,11 ausgegeben, die sich auf das bedingte Kapital 2009 beziehen. Einzelheiten zum Aktienoptionsprogramm sind in Abschnitt 3.10 ausgeführt.

Das bedingte Kapital 2014 wurde bislang nicht in Anspruch genommen.

3.9.3 Kapitalrücklage

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

In 2015 wurden Gewinne aus dem Verkauf eigener Aktien in Höhe von TEUR 12 (Vorjahr: TEUR 87) realisiert und in die Kapitalrücklage eingestellt.

3.9.4 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.

Im ersten Halbjahr 2015 wurden 16.562 eigene Aktien aus dem Bestand an die ehemaligen Mitgesellschafter von Hi-ReSI London zur Begleichung einer Verbindlichkeit übertragen. Der entstandene Ertrag in Höhe von TEUR 12 wurde erfolgsneutral den Kapitalrücklagen zugerechnet.

Am 29. Mai 2015 hat die Hauptversammlung den Vorstand ermächtigt, bis zum 28. Mai 2020 insgesamt bis zu 10 Prozent der ausstehenden Aktien der Gesellschaft zu erwerben. SYZYG ist berechtigt, die eigenen Aktien wieder zu veräußern, einzuziehen, Mitarbeitern des Unternehmens als Kompensation oder Dritten eigene Aktien im Rahmen des Erwerbs von Unternehmen anzubieten. Zum 31. Dezember 2015 befanden sich 133.438 eigene Aktien (Vorjahr: 150.000) zu durchschnittlichen Anschaffungskosten von EUR 5,54 im Bestand des Unternehmens.

3.9.5 Übriges Konzernergebnis

Die im übrigen Konzernergebnis zusammengefassten erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen nach Steuern belaufen sich im Geschäftsjahr 2015 auf TEUR -372 (Vorjahr: TEUR 1.397) und sind auf nicht realisierte Verluste aus Wertpapieren nach Steuern (TEUR 1.401; Vorjahr: Gewinne in Höhe von TEUR 228) sowie Kursgewinne aus Währungsumrechnungen ausländischer Geschäftsbetriebe (TEUR 1.033; Vorjahr: TEUR 1.169) zurückzuführen. Alle Veränderungen sind recyclingfähig und somit nur vorübergehend im übrigen Konzernergebnis erfasst. Sie werden möglicherweise zu einem späteren Zeitpunkt in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert.

3.9.6 Gewinnrücklage

Im Konzernabschluss werden zum 31. Dezember 2015 Gewinnrücklagen in Höhe von TEUR 17.806 (Vorjahr: TEUR 17.610) ausgewiesen. Die Veränderung der Gewinnrücklagen im Geschäftsjahr entspricht dem Konzernergebnis in Höhe von TEUR 4.639 abzüglich der ausgeschütteten Dividende in Höhe von TEUR 4.443. Grundlage für Dividendenausschüttungen ist der im deutschen handelsrechtlichen Einzelabschluss ausgewiesene und ausschüttungsfähige Teil der SYZYG AG.

Die Hauptversammlung beschloss am 29. Mai 2015 eine Dividende in Höhe von EUR 0,35 je Aktie (Vorjahr: EUR 0,28), die ab dem 1. Juni 2015 ausgeschüttet wurde. Nach Anpassung des Bilanzgewinns wegen des Verkaufs eigener Anteile (TEUR 92) wurde der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 8.742 (Vorjahr: TEUR 10.237) auf neue Rechnung vorgetragen. Er führt zu einem entsprechenden Ausweis im Einzelabschluss der SYZYG AG.

Zum 31. Dezember 2015 wies der Einzelabschluss der Gesellschaft einen Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 11.111 (Vorjahr: TEUR 13.094) aus.

3.10 Aktienbasierte Mitarbeiterbeteiligungsprogramme

Optionsplan 2012

Im Geschäftsjahr 2012 wurde der „Aktienoptionsplan 2012“ beschlossen, der die Ausgabe von insgesamt 1.200.000 Optionen an Mitarbeiter vorsieht.

Am 27. Juni 2012 wurden insgesamt 300.000 Optionen zum Ausübungspreis von EUR 3,11 ausgegeben. Davon können 40 Prozent nach zwei Jahren sowie weitere 60 Prozent nach drei Jahren ausgeübt werden, sofern der Aktienkurs wenigstens 20 Prozent gegenüber dem Ausübungspreis angestiegen ist. Die Optionen verfallen nach fünf Jahren. 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 Parameter zur Bewertung der ausgegebenen Optionen auf Basis des Binomialmodells sind wie folgt:

	31.12.2015	31.12.2014
Erwartete Optionslaufzeit	bis zu 1,5 Jahre	bis zu 2,5 Jahre
Risikofreier Zinssatz	1,0%	0,5%
Erwartete Dividendenrendite	4,2%	4,7%
Erwartete Volatilität	30%	30%
Ausübungskurs	EUR 3,11	EUR 3,11
Kurs zum Bilanzstichtag	EUR 8,81	EUR 6,38

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

Veränderung der ausgegebenen Optionen:

in EUR	Anzahl (in Stück)	Ausübungspreis	beizulegender Zeitwert
Stand 31.12.2014	252.000	3,11	3,27
Neuzuteilung	0		
Ausübung	216.000	3,11	5,51
Verfall	0		
Stand 31.12.2015	36.000	3,11	5,71

Von den 300.000 Optionen sind in 2014 insgesamt 48.000 Optionen ausgeübt worden. Von den verbleibenden 252.000 Optionen sind in 2015 weitere 216.000 Optionen ausgeübt worden, davon 48.000 am 29. Januar 2015, 24.000 am 7. Mai 2015 und 144.000 am 22. September 2015. Die verbleibenden 36.000 Optionen können seit dem 27. Juni 2015 ausgeübt werden und verfallen am 27. Juni 2017. In 2015 erfolgte eine Auszahlung in Höhe von TEUR 1.190 durch die Ausübung von Optionen. Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher beizulegender Zeitwert für die ausgeübten Optionen von EUR 5,51 je

Option. Die Rückstellungen für die Optionsausübung betragen zum 31. Dezember 2015 TEUR 205 (Vorjahr: TEUR 715). In 2015 erfolgte ein Verbrauch der im Vorjahr gebildeten Rückstellungen im Umfang von TEUR 613 sowie ein Aufwand in 2015 durch die Auszahlungen in Höhe von TEUR 577. Zusätzlich ergaben sich Aufwendungen für die erfolgswirksame Zuführung der Rückstellungen in Höhe von TEUR 103. Im Geschäftsjahr 2015 wurden keine weiteren Optionen ausgegeben. Es gab auch keine Optionen, die verwirkt oder erloschen sind.

Aktien-Beteiligungsprogramm 2013

Im Geschäftsjahr 2013 wurde ein Aktien-Beteiligungsprogramm aufgelegt. Danach verpflichtet sich die Gesellschaft, Mitarbeitern eine bestimmte Anzahl an Aktien nach 3 Jahren zu übertragen. Sollte der Mitarbeiter die SYZGY Gruppe vor Ablauf der Frist verlassen, verfallen sämtliche Ansprüche aus dem Aktienprogramm entschädigungslos. Alternativ hat der Mitarbeiter das Recht, anstatt der Aktien den zum Übertragungsstichtag gültigen Marktwert in bar vergütet zu erhalten. Bislang hat die Gesellschaft insgesamt 90.000 Aktien zugesagt, davon 20.000 in 2013, weitere 20.000 in 2014 und 50.000 in 2015. Die Aufwendungen werden pro rata temporis ab Aktienzusage erfasst, so dass zum Stichtag eine Rückstellung für Ansprüche aus dem Aktienprogramm in Höhe von TEUR 274 bilanziert wurde. Die erfolgswirksame Zuführung im Geschäftsjahr beträgt TEUR 196 (Vorjahr: TEUR 69).

in EUR	Anzahl (in Stück)	beizu- legender Zeitwert
Stand 31.12.2014	40.000	255
Neuzuteilung	50.000	448
Ausübung	0	0
Verfall	0	0
Bewertungsänderungen	0	90
Stand 31.12.2015	90.000	793

Phantom Stock Plan 2015

Das Phantom Stock Programm wurde in 2015 neu aufgelegt. Hierbei erhält der Berechtigte die Differenz zwischen dem Aktienkurs bei Gewährung und dem Aktienkurs bei Ausübung der Phantom Stocks als Sonderzahlung. 40 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 1) können frühestens nach 2 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 3 Jahren, 60 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 2) können frühestens nach 3 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 4 Jahren. Die maximale Kurssteigerung (Cap) ist bei der Tranche 1 auf 60 Prozent, und bei der Tranche 2 auf 90 Prozent begrenzt.

Im Berichtszeitraum wurden insgesamt 315.000 Phantom Stocks ausgegeben, davon 75.000 zu einem Ausübungskurs von EUR 6,23 und 240.000 zu einem Ausübungskurs von EUR 8,02 bei Gewährung. Auf Grund des Übernahmeangebots durch die WPP Jubilee Ltd konnten die Phantom Stocks innerhalb einer Frist von 6 Wochen nach Abschluss des Übernahmeangebots außerordentlich ausgeübt werden (change of control-Klausel). Bei einer außerordentlichen Ausübung wurde die Differenz zwischen dem Ausübungskurs und dem Übernahmeangebot, mindestens jedoch EUR 1,- je Phantom Stock vergütet. Alle Vorstände haben ihre Phantom Stocks außerordentlich ausgeübt. Daraus entstand der Gesellschaft ein Aufwand von TEUR 448. Zum Stichtag sind keine Rechte aus dem Phantom Stock Plan 2015 mehr offen.

in EUR	Anzahl (in Stück)	Ausübungspreis	beizulegender Zeitwert
Stand 31.12.2014	0	0	0
Neuzuteilung	315.000	7,59	9,00
Ausübung	315.000	9,00	1,42
Verfall	0	0	0
Stand 31.12.2015	0	0	0

3.11 Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Rückstellungen

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und die sonstigen Rückstellungen setzen sich zum 31. Dezember 2015 und 2014 jeweils wie folgt zusammen:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.797	11.467
Sonstige Rückstellungen:		
– Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten	4.684	5.721
– Personalbezogene Rückstellungen	2.068	2.129
– Sonstige	373	322
Gesamt	14.922	19.639

Die personalbezogenen Rückstellungen enthalten hauptsächlich Mitarbeiterboni und Urlaub. Alle Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind innerhalb eines Jahres fällig und als finanzielle Verbindlichkeit der Bewertungskategorie Financial Liabilities at Amortized Costs zuzuordnen.

Die Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten betreffen im Wesentlichen ausstehende Rechnungen und Kundenboni. Des Weiteren sind Abgrenzungen zur Periodisierung von der Wirtschaftsförderung Berlin erhaltene Personalzuschüsse in Höhe von TEUR 235 (Vorjahr: TEUR 200) enthalten, die über die Dauer des Subventionszeitraums abgegrenzt werden.

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2015 in TEUR	Buchwert 1.1.2015	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Buchwert 31.12.2015
Ausstehende Rechnungen	5.721	-5.172	-189	4.324	4.684
Personalbezogene Rückstellungen	2.129	-1.591	-18	1.548	2.068
Sonstige Rückstellungen	322	-322	0	373	373
Gesamt	8.172	-7.085	-207	6.245	7.125

Rückstellungsspiegel zum 31.12.2014 in TEUR	Buchwert 1.1.2014	Inanspruch- nahme	Auflösung	Zuführung	Buchwert 31.12.2014
Ausstehende Rechnungen	2.860	-2.775	-15	5.651	5.721
Personalbezogene Rückstellungen	1.211	-1.011	0	1.929	2.129
Sonstige Rückstellungen	169	-154	-15	322	322
Gesamt	4.240	-3.940	-30	7.902	8.172

3.12 Steuerverbindlichkeiten

Die Aufgliederung der Ertragssteuerverbindlichkeiten ist in folgender Tabelle dargestellt:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Amerikanische Ertragsteuer	890	0
Englische Ertragsteuer	120	159
Deutsche Ertragssteuer	117	0
Polnische Ertragsteuer	0	15
Gesamt	1.127	174

3.13 Sonstige Verbindlichkeiten

Im Folgenden sind die Bestandteile der sonstigen Verbindlichkeiten aufgeführt:

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Finanzielle Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreiszahlungen	2.342	3.477
Deutsche Umsatzsteuer	1.012	1.246
Sozialversicherung, Lohn- und Kirchensteuer	633	522
Englische Umsatzsteuer	383	151
Polnische Umsatzsteuer	-1	-60
Sonstige	358	237
Gesamt	4.727	5.573

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten und der sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2015:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Sonstige Verbindlichkeiten	2.385	2.342	0	0	4.727

Folgende Aufstellung zeigt die Fristigkeiten der sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten und der sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2014:

in TEUR	< 1 Jahr	1-5 Jahre	5-10 Jahre	Unbefristet	Gesamt
Sonstige Verbindlichkeiten	2.200	3.373	0	0	5.573

Die Verpflichtungen aus bedingten Kaufpreiszahlungen stellen finanzielle Verbindlichkeiten dar und sind der Bewertungskategorie Financial Liabilities at Fair Value through Profit or Loss zugehörig. Die übrigen sonstigen Verbindlichkeiten ohne Steuerverbindlichkeiten sind der Bewertungskategorie Financial Liabilities at Amortized Costs zugeordnet.

4. Segmentberichterstattung

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

Die SYZYGY AG als Holdinggesellschaft erbringt hauptsächlich Serviceleistungen an die operativen Einheiten und ist deshalb von diesen getrennt im Bereich Zentralfunktion zu betrachten. Das Segment Großbritannien umfasst SYZYGY UK, Unique Digital UK sowie Hi-ReSI LON. Das Segment Deutschland setzt sich aus Hi-ReSI BER, SYZYGY Deutschland, SYZYGY München und uniuqedigital zusammen. SYZYGY NY stellt seit 2015 das eigene Segment Vereinigte Staaten dar und Ars Thanea erfüllt nicht die Größenkriterien, um als geographisch eigenständiges Segment berichtet zu werden und ist daher im Bereich „Sonstige Segmente“ dargestellt.

Alle Segmente bieten Großunternehmen ein ganzheitliches Dienstleistungsspektrum rund um unternehmensrelevante Internet-Lösungen: von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung. Suchmaschinenmarketing und Online Media Planung komplettieren das Serviceangebot.

Die einzelnen Segmente wenden dieselben Rechnungslegungsgrundsätze wie der Gesamtkonzern an.

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

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

Die Segmentinvestitionen umfassen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

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

31.12.2015 in TEUR	Deutschland	Großbritannien	Vereinigte Staaten	Sonstige Segmente	Zentralfunktion	Konsolidierung	Summe
Billings	69.041	33.802	40.173	3.004	323	-2.424	143.919
Mediakosten	-36.354	-17.499	-32.755	0	0	0	-86.608
Umsatzerlöse	32.687	16.303	7.418	3.004	323	-2.424	57.311
davon Innenumsätze	517	1.730	0	177	0	-2.424	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	5.141	1.933	2.128	236	-4.389	219	5.268
Finanzergebnis	148	10	-28	-12	8.950	-7.093	1.975
Ergebnis vor Steuern (EBT)	5.289	1.943	2.100	224	4.561	-6.874	7.243
Vermögenswerte	22.392	21.120	7.306	8.101	59.748	-41.128	77.539
davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	9.657	0	6.582	0	0	25.080
Investitionen	894	72	44	42	23	1	1.076
Abschreibungen	722	221	89	101	16	0	1.149
Wertminderungsaufwand für Geschäfts- oder Firmenwert	0	973	0	0	0	0	973
Segmentschulden	12.470	6.257	6.434	942	9.465	-9.216	26.352
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	267	112	11	71	20	0	481

31.12.2014 in TEUR	Deutschland	Großbritannien	Vereinigte Staaten	Sonstige Segmente	Zentralfunktion	Konsolidierung	Summe
Billings	66.379	35.885	26.217	2.758	1.408	-3.088	129.559
Mediakosten	-39.602	-19.556	-23.326	0	0	0	-82.484
Umsatzerlöse	26.777	16.329	2.891	2.758	1.408	-3.088	47.075
davon Innenumsätze	778	1.054	41	203	1.012	-3.088	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	3.806	2.429	187	502	-4.359	1.278	3.843
Finanzergebnis	59	4	0	-9	7.350	-5.247	2.157
Ergebnis vor Steuern (EBT)	3.865	2.433	187	493	2.991	-3.969	6.000
Vermögenswerte	28.137	25.916	8.358	1.064	64.437	-44.459	83.453
davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.008	0	6.513	0	0	25.362
Investitionen	606	163	391	141	5	0	1.306
Abschreibungen	611	170	42	59	15	325	1.222
Wertminderungsaufwand für Geschäfts- oder Firmenwert	0	1.332	0	0	0	0	1.332
Segmentschulden	18.895	5.721	8.682	709	12.173	-13.761	32.419
Mitarbeiter am Bilanzstichtag	219	142	6	68	18	0	453

Die Vorjahreszahlen wurden an die neue Segmentaufteilung angepasst.

SYZGY hat, ebenso wie im Vorjahr, im Segment Deutschland mit einem Kunden mehr als 10 Prozent (EUR 5,8 Mio.) der konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns erzielt (Vorjahr: EUR 5,3 Mio.).

In 2015 wurde erstmalig auch im Segment Vereinigte Staaten mit einem Kunden ein Umsatz von mehr 10 Prozent (EUR 8,0 Mio.) der konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns (Vorjahr: EUR 2,0 Mio.) erzielt.

Im Segment Großbritannien wurde dagegen mit keinem Kunden mehr ein Umsatz von mehr als 10 Prozent der konsolidierten Umsatzerlöse des Konzerns (Vorjahr: ein Kunde mit EUR 5,3 Mio.) erzielt.

Für die Angabe der Umsatzerlöse von externen Kunden für jede Gruppe vergleichbarer Dienstleistungen verweisen wir auf die Ausführungen unter 5.1 Umsatzerlöse.

5. Angaben zur Gesamtergebnisrechnung

5.1 Umsatzerlöse

In den Umsatzerlösen sind Umsätze aus den Produktbereichen Online Marketing und Design & Build enthalten. Die Umsatzerlöse ergeben sich aus den Billings abzüglich der Mediakosten, die bei den Online Marketing-Gesellschaften als durchlaufende Posten anfallen. Billings enthalten alle Abrechnungen an Dritte, d. h. sowohl eigene (im Produktbereich Design & Build) als auch solche auf eigenen Namen und für fremde Rechnung (Online Marketing). In 2015 erzielte die SYZGY Gruppe Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 40.156 im Bereich Design & Build (Vorjahr: TEUR 35.792) und Billings in Höhe von TEUR 104.311 (Vorjahr: TEUR 95.671) im Bereich Online Marketing. Der Bereich Online Marketing enthält Mediakosten in Höhe von TEUR 86.608 (Vorjahr: TEUR 82.484), so dass dort Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 17.703 (Vorjahr: TEUR 13.187) erzielt wurden. Zwischen den Produktbereichen gab es Innenumsätze in Höhe von TEUR 424 (Vorjahr: TEUR 317) sowie Umsätze von oder mit dem Mutterunternehmen in Höhe von TEUR 447 (Vorjahr: TEUR 1.587), die im Konzernabschluss vollständig eliminiert wurden

5.2 Sonstige betriebliche Erträge und Aufwendungen

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

in TEUR	2015	2014
Abwertung Earn-Out Verbindlichkeit	1.031	0
Währungskurseffekte	364	166
Auflösung von Rückstellungen	185	30
Investitionszulage	154	0
Erträge aus der KFZ-Nutzung von Arbeitnehmern	103	96
Erstattung Krankenkassen	58	56
Nebenkostenerstattung	20	18
Untervermietung	8	11
EU-Subventionen im Rahmen von Kundenprojekten	0	10
Erträge aus der Neubewertung der Alt-Anteile Ars Thanea	0	2.032
Aufwand aus Liquidation mediopoly	0	-315
Impairment des Geschäfts- und Firmenwertes der Hi-ReSI London	-973	-1.332
Lineare Abschreibung Marke Ars Thanea	-25	-25
Sonstige	3	-233
Gesamt	928	514

5.3 Materialaufwand

Der Materialaufwand, welcher in der Position Einstandskosten der erbrachten Leistungen in der Gesamtergebnisrechnung enthalten ist, besteht überwiegend aus Aufwendungen für freie Mitarbeiter und extern vergebene Dienstleistungen:

in TEUR	2015	2014
Aufwendungen für bezogene Leistungen	10.027	7.970

5.4 Personalaufwand

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

in TEUR	2015	2014
Löhne und Gehälter	29.243	22.923
Sozialabgaben	3.759	3.001
Gesamt	33.002	25.924

Im Jahr 2015 betrug die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten der SYZGY Gruppe 483 Mitarbeiter (Vorjahr: 420).

Zum 31. Dezember 2015 hat sich die Gesamtzahl der SYZGY Mitarbeiter auf insgesamt 481 (Vorjahr: 453) erhöht. Die Mitarbeiter verteilen sich auf folgende Funktionsbereiche im Unternehmen:

Anzahl in Personen	2015	2014	Durch-	Durch-
			schnitt	schnitt
	2015	2014	2015	2014
Strategie/Beratung/ Projektmanagement	133	110	128	106
Technologie	109	102	112	84
Kreation	95	88	97	80
Online Marketing/ Online Media	91	98	92	96
Administration	53	55	54	54
Gesamt	481	453	483	420

5.5 Abschreibungen

Die Abschreibungen, welche in verschiedenen Posten innerhalb der Gesamtergebnisrechnung enthalten sind, setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2015	2014
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	1.065	1.720
Abschreibungen auf Sachanlagen	1.057	834
Gesamt	2.122	2.554

5.6 Finanzergebnis

in TEUR	2015	2014
Zinsen und ähnliche Erträge	1.128	1.143
Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren, saldiert	848	1.034
Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen	-1	-10
Erträge aus At-Equity-Beteiligungen	0	-10
Gesamt	1.975	2.157

Die Zinsen und ähnlichen Erträge enthalten eingegangene Zinszahlungen in Höhe von TEUR 1.129 (Vorjahr: TEUR 1.103).

Das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren enthält Gewinne in Höhe von TEUR 1.252 (Vorjahr: TEUR 1.237) sowie Verluste in Höhe von TEUR 404 (Vorjahr: TEUR 203).

Die Zinsen und ähnlichen Erträge, Zinsaufwendungen und ähnliche Aufwendungen sowie das Ergebnis aus dem Verkauf von Wertpapieren resultieren in voller Höhe aus der Bewertungskategorie available-for-sale.

Die im Vorjahr enthaltenen Aufwendungen aus den At-Equity-Beteiligungen entfielen vollständig auf das der SYZGY AG zustehende Ergebnis nach Steuern von Ars Thanea für den Monat Januar 2014.

5.7 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

in TEUR	2015	2014
Ausländische laufende Steuern	1.362	572
Inländische laufende Steuern	392	172
Zwischensumme laufende Steuern	1.754	744
Latente Steuern	625	517
Gesamt	2.379	1.261

In Deutschland gilt ein einheitlicher Körperschaftsteuersatz von 15 Prozent. Unter Berücksichtigung des Solidaritätszuschlags von 5,5 Prozent zur Körperschaftsteuer ergibt sich ein Steuersatz von 15,8 Prozent. Der Steuersatz für die Gewerbesteuer hat sich für den Organkreis der SYZYGY AG gegenüber dem Vorjahr nicht verändert. Die Gewerbesteuererlegung zwischen den Standorten Bad Homburg, Frankfurt am Main und Hamburg ist gewichtet nach der Gehaltssumme der jeweiligen Standorte bei unveränderten Gewerbesteuerhebesätzen. Der anzuwendende Steuersatz für die Konzernmutter beträgt daher wie im Vorjahr 31 Prozent.

In Großbritannien gilt seit dem 01. April 2014 ein allgemeiner Steuersatz von 21 Prozent, ab dem 1. April 2016 von 20 Prozent.

In den Vereinigten Staaten gilt eine allgemeine Federal Tax von 34 Prozent. Durch zusätzliche kommunale Steuern im Bundesstaat New York ergibt sich wie im Vorjahr ein effektiver Steuersatz von 45 Prozent für das Jahr 2015.

In Polen ist seit dem 1. Januar 2014 ein einheitlicher Steuersatz von 19 Prozent auf die Gewinne der Gesellschaft anzuwenden.

Im Geschäftsjahr 2015 hat SYZYGY Ertragsteuern in Höhe von netto TEUR 144 (Vorjahr: TEUR 352) erstattet bekommen. Aufgrund der Nutzung von Verlustvorträgen ergab sich eine Minderung des Steueraufwands in Höhe von TEUR 608 (Vorjahr: TEUR 825).

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

in TEUR	2015	2014
Aktive latente Steuern		
Verlustvorträge der SYZYGY AG	1.242	1.850
Rückstellungen	62	65
Anlagevermögen	8	19
Wertpapiere Umlaufvermögen	-53	-696
Gesamt	1.259	1.238

in TEUR	2015	2014
Passive latente Steuern		
Marke Hi-ReSI	63	48
Anlagevermögen	38	15
Marke Unique Digital	31	38
Marke Ars Thanea	14	19
Gesamt	146	120

Bei der SYZYGY AG als Organträger sind die aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und auf die unterschiedliche Bewertung von Rückstellungen erfasst; diese wurden saldiert mit passiven latenten Steuern aus Bewertungsunterschieden der Wertpapiere.

Weitere aktive latente Steuern ergeben sich aus unterschiedlichen Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen den Wertansätzen nach IFRS und der Steuerbilanz bei der SYZYGY Deutschland GmbH.

Die SYZYGY AG hat steuerlich nutzbare Verlustvorträge in Höhe von TEUR 3.228 bei der Körperschaftsteuer (Vorjahr: TEUR 5.142) und TEUR 4.861 bei der Gewerbesteuer (Vorjahr: TEUR 6.831), die in den nächsten fünf Jahren verbraucht werden, für die in voller Höhe aktive latente Steuern gebildet worden sind.

Die passiven latenten Steuern ergeben sich aus der Erstkonsolidierung der Ars Thanea, Hi-ReSI LON und Unique Digital UK sowie in Höhe von TEUR 38 durch unterschiedliche Nutzungsdauern beim Anlagevermögen zwischen den Wertansätzen nach IFRS und der Steuerbilanz bei Ars Thanea, SYZYGY UK sowie Unique Digital UK.

Der Steueraufwand für das Geschäftsjahr kann wie folgt auf den Periodenerfolg übergeleitet werden:

in TEUR	2015	2014
Ergebnis vor Ertragsteuern	7.243	6.000
Ertragsteueraufwand bei einem Steuersatz von 31 Prozent (Vorjahr: 31%)	2.245	1.860
Steuerlich nicht abzugsfähige Aufwendungen	401	-91
Unterschiede in den Steuersätzen	78	-305
Nutzung steuerlicher Verlustvorträge und Veränderung	-158	-252
Sonstige	99	-14
Tatsächlicher Steueraufwand	2.379	1.261

Die Unterschiede aus Steuersätzen ergeben sich aus einem durchschnittlichen Steuersatz von 31 Prozent in Deutschland gegenüber 45 Prozent in den Vereinigten Staaten, 20,3 Prozent in Großbritannien und 19 Prozent in Polen. Die latenten Steuern wurden unter Berücksichtigung zukünftiger Steuersätze gerechnet.

Im Geschäftsjahr 2015 entfallen passive latente Steuern in Höhe von TEUR 37 (Vorjahr: TEUR 666) auf Posten, die direkt mit dem Eigenkapital verrechnet worden sind. Die Veränderung der Bewertungsunterschiede in Höhe von TEUR -629 werden im Übrigen Gesamtergebnis erfasst (Vorjahr: TEUR 102). Die Beträge resultieren im Wesentlichen aus der erfolgsneutralen Berücksichtigung von Kursgewinnen und -verlusten auf die Wertpapiere des Umlaufvermögens.

Zum Bilanzstichtag bestehen steuerpflichtige temporäre Differenzen im Zusammenhang mit Anteilen an Tochtergesellschaften in Höhe von TEUR 177 (Vorjahr: TEUR 118), auf welche keine latenten Steuern passiviert worden sind.

5.8 Angaben zur Währungsumrechnung

Gemäß IAS 21.52 in Verbindung mit IAS 39.9 wurden Umrechnungsdifferenzen in Höhe von TEUR 1.029 (Vorjahr: TEUR 1.169) erfolgsneutral im Übrigen Gesamtergebnis erfasst.

6. Sonstige Angaben

6.1 Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Geschäftsbereichen – verwässert und unverwässert – berechnet sich gemäß IAS 33 wie folgt:

	2015	2014
Durchsch. Aktienanzahl (in Tsd.) verwässert und unverwässert	12.689	12.723
Konzernergebnis der Aktionäre der SYZYGY AG in TEUR	4.639	4.399
Ergebnis je Aktie – verwässert und unverwässert (in EUR)	0,37	0,35

6.2 Kapitalflussrechnung

Bei der Aufstellung der Kapitalflussrechnung gemäß IAS 7 wird der Cashflow aus operativer Geschäftstätigkeit nach der indirekten Methode und der Cashflow aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit nach der direkten Methode erstellt. Der operative Cashflow des Geschäftsjahres 2015 beträgt EUR -2,4 Mio. gegenüber EUR 14,4 Mio. im Vorjahr. Der Finanzmittelfonds umfasst ausschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente mit einer vertraglichen Restlaufzeit von weniger als 3 Monaten.

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

- Der Konzern hat Erträge in Höhe von TEUR 1.031 aus der Reduktion der Earn-Out-Verbindlichkeit im Rahmen des Erwerbs von Ars Thanea erzielt.

6.3 Risiko- und Kapitalmanagement

SYZYGY unterliegt hinsichtlich der Vermögenswerte, Verbindlichkeiten und geplanten Transaktionen Risiken aus der Veränderung von Währungskursen und Zinssätzen sowie der Bonität von Wertpapieremittenten.

6.3.1 Währungsrisiken

SYZYGY erzielt rund ein Drittel der Umsatzerlöse außerhalb Deutschlands. Aufgrund von Währungsschwankungen des Britischen Pfunds, des US-Dollars und des Polnischen Zloty zum Euro können Wertpapiere und Verbindlichkeiten, denominated in diesen Währungen, sowie Umsatzerlöse und der Jahresüberschuss je nach Kursentwicklung gegenüber der Planung sowohl positiv als auch negativ beeinflusst werden. Die Vermögenswerte und Schulden der operativen ausländischen Gesellschaften werden zum Stichtag jeweils in die Berichtswährung umgerechnet und unterliegen daher einem Translationsrisiko. Währungsrisiken werden derzeit im SYZYGY Konzern nicht mittels Kurssicherungsgeschäften abgesichert. Im operativen Bereich wickeln die Konzerngesellschaften ihre Aktivitäten überwiegend in ihrer jeweiligen funktionalen Währung ab. Auch für diese Cashflows hat sich SYZYGY gegen eine Kursabsicherung entschieden, da Kosten und Nutzen solcher Cashflow-Hedges als nicht angemessen erscheinen und das Risiko für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns als unwesentlich zu betrachten ist.

Zur Darstellung von Marktrisiken verlangt IFRS 7 Sensitivitätsanalysen, welche die Auswirkungen hypothetischer Änderungen von relevanten Risikovariablen auf Ergebnis und Eigenkapital zeigen. Dabei wird unterstellt, dass der Bestand zum Abschlussstichtag als repräsentativ für das Gesamtjahr ist.

Den Währungssensitivitätsanalysen liegen die folgenden Annahmen zugrunde:

Die meisten Wertpapiere, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind unmittelbar in Euro, der funktionalen Währung der SYZYGY AG, denominiert.

Die Earn-Out Verpflichtung an die Altgesellschafter der Ars Thanea ist dagegen (im Jahr 2019) in polnischen Zloty fällig. Das Währungsrisiko bei dieser Verbindlichkeit wurde weitgehend durch den Ankauf von ebenfalls in Zloty denominierten polnischen Staatsanleihen kompensiert. Bei einer Abwertung des polnischen Zloty von ca. 10 Prozent entstünde ein zusätzlicher Aufwand von TEUR 115.

SYZYGY hält als Teil des Portfolios auch Anleihen, die in US Dollar ausgegeben wurden. Sollte der US Dollar gegenüber dem Euro 10 Prozent an Wert verlieren, so müsste SYZYGY beim Verkauf oder bei einer erneuten Marktbewertung dieser Anleihen Währungsverluste in Höhe von TEUR 288 tragen.

Schließlich erhält SYZYGY regelmäßig in ausländischer Währung Gewinnausschüttungen seiner ausländischen Teilbereiche, im Wesentlichen aus Großbritannien. Diese Ausschüttungen werden im Zeitpunkt ihrer Vereinnahmung in Euro umgetauscht.

6.3.2 Zinsrisiken

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

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

Zum Bilanzstichtag waren rund EUR 22,9 Mio. (Vorjahr: EUR 22,2 Mio.) in einem Wertpapierportfolio angelegt, das eine Duration von rund 7,2 Jahren (Vorjahr: 7,3 Jahre) aufweist. Eine Zinsänderung um 100 Basispunkte hinsichtlich der Anlagen hätte dann eine Änderung des Zeitwertes des Portfolios um rund 7,2 Prozent (Vorjahr: 7,3%) zur Folge. Dies würde zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 1.649 (Vorjahr: TEUR 1.621) führen.

Zinserhöhungen wirken sich hierbei negativ und Zinsrückgänge positiv auf die Wertentwicklung des Portfolios aus.

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

SYZYGY ist aus dem operativen Geschäft und hinsichtlich der Wertpapieranlagen Bonitäts- und Ausfallrisiken ausgesetzt. Bei den Wertpapieren reduziert SYZYGY Ausfallrisiken, indem bei Neuanlagen grundsätzlich ein Kreditrating von mindestens BBB- (sog. Investment Grade) vorliegen sollte. Alle Anlagen werden bezüglich der Entwicklung des Ratings fortlaufend beobachtet, und die Investment-Entscheidung wird überprüft. Grundsätzlich wird von einem Emittenten maximal eine Position von EUR 2,0 Mio. eingegangen. Alle Wertpapiere unterliegen darüber hinaus Kursveränderungen in Abhängigkeit der Veränderung der Credit Spreads, kombiniert mit der Restlaufzeit. Eine Ausweitung der Credit

Spreads in einer Risikoklasse führt dann in Abhängigkeit zur Duration eines Wertpapiers zu einem entsprechenden Kursrückgang. Bei einer Duration des Wertpapierportfolios von 7,2 Jahren und einer Ausweitung der durchschnittlichen Credit Spreads um 100 Basispunkte würde der Wert des Portfolios um 7,2 Prozent sinken. Dies würde bei SYZGY zu einer Veränderung des Zeitwertes um TEUR 1.649 (Vorjahr: TEUR 1.621) führen.

Im operativen Geschäft werden die Ausfallrisiken auf der Ebene der Gesellschaften fortlaufend dezentral überwacht. SYZGY arbeitet überwiegend für Großkunden hervorragender Bonität und hat daher in der Regel keine Forderungsausfälle zu verzeichnen. Auch ist das Forderungsvolumen mit einzelnen Kunden nicht so groß, als dass sie außerordentliche Risikokonzentrationen begründen würden.

Das maximale Ausfallrisiko wird durch die Buchwerte der in der Bilanz angesetzten finanziellen Vermögenswerte wiedergegeben.

6.3.4 Derivative Finanzinstrumente

Ebenso wie im Vorjahr setzte SYZGY auch im Geschäftsjahr 2015 keine derivativen Finanzinstrumente zur Risikodiversifizierung und Portfoliostrukturierung ein.

6.3.5 Kapitalmanagement

Das Kapitalmanagement von SYZGY verfolgt primär das Ziel, sowohl organisches als auch anorganisches Wachstum zu finanzieren sowie die Unternehmensfortführung in den operativen Gesellschaften sicherzustellen. Dabei strebt SYZGY eine hohe Eigenkapitalquote im Zielkorridor zwischen 60-80 Prozent an, da dies die Wettbewerbsfähigkeit eines

Dienstleistungsunternehmens wie SYZGY stärkt. Darüber hinaus ist es das mittelfristige Ziel des Kapitalmanagements, die Eigenkapitalrendite nachhaltig auf über 10 Prozent zu heben. Zur Zielerreichung strebt SYZGY organisches und anorganisches Wachstum sowie eine Steigerung der Profitabilität an.

Die Kennzahlen zum Kapitalmanagement setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2015	2014
Eigenkapital laut Bilanz	51.187	51.034
Fremdkapital	26.352	32.419
Gesamtkapital	77.539	83.453
Eigenkapitalquote	66%	61%
Konzernergebnis der Periode	4.864	4.739
Eigenkapitalrendite	10%	9%

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

6.3.6 Liquiditätsrisiko

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

6.4 Haftungsverhältnisse

Angabepflichtige Haftungsverhältnisse der Gesellschaft bestanden zum Bilanzstichtag in Höhe von TEUR 362 (Vorjahr: TEUR 319) aus der Übernahme von Mietbürgschaften für die Mietflächen in Bad Homburg, Berlin, Frankfurt a. M., Hamburg und München. Das Risiko der Inanspruchnahme aus den Bürgschaften hängt von der Fähigkeit der in den Mietflächen ansässigen Gesellschaften ab, ihre Verpflichtungen aus dem Mietverhältnis und ihrem Geschäftsbetrieb bedienen zu können. Darüber hinaus hat SYZGY eine Bürgschaft aus dem operativen Geschäftsverkehr gegenüber einem Kunden einer Tochtergesellschaft in Höhe von TEUR 175 (Vorjahr: TEUR 175) gewährt. Derzeit gibt es keine Anzeichen dafür, dass die Tochtergesellschaften ihre Verträge nicht erfüllen könnten. SYZGY hat einen unbefristeten Avalkredit in Höhe von TEUR 537 (Vorjahr: TEUR 494) bei einem Kreditinstitut abgeschlossen, für den jährlich eine Provision in Höhe von 0,3 Prozent berechnet wird. Als Sicherheit dient ein Wertpapierdepot von SYZGY, das einen Buchwert in Höhe von TEUR 6.996 (Vorjahr: TEUR 8.604) hat.

6.5 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

in TEUR	31.12.2015	31.12.2014
Innerhalb eines Jahres	2.746	2.309
1-5 Jahre	3.927	5.812
Mehr als 5 Jahre	0	149
Gesamt	6.673	8.270

Der gesamte Mietaufwand des Jahres 2015 belief sich auf TEUR 2.851 (Vorjahr: TEUR 2.634). Im Jahr 2015 wurden Erträge in Höhe von TEUR 8 aus Untervermietung erzielt (Vorjahr: TEUR 4). Für Leasingverpflichtungen wurden in 2015 TEUR 154 (Vorjahr: TEUR 143) aufgewendet.

6.6 Bilanzierte finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten nach Bewertungsstufen

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

Stufe 1:

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

Stufe 2:

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

Stufe 3:

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

Die Bewertung der Wertpapiere erfolgt auf Basis beobachtbarer Notierung der einzelnen Anleihen. Der Bewertung der bedingten Kaufpreisverbindlichkeiten liegen Ergebnisprognosen der Tochtergesellschaft Ars Thanea für den Earn-Out-Zeitraum zugrunde.

Die nachstehenden Tabellen stellen weitere finanzielle Vermögenwerte und Verbindlichkeiten der Gesellschaft dar. Sie enthalten keine Informationen zum beizulegenden Zeitwert der finanziellen Vermögenwerte und Verbindlichkeiten, die nicht zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, da in allen Fällen der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert darstellt.

31.12.2015	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Wertpapiere	22.946	–	–	22.946
Finanzielle Vermögenwerte gesamt	22.946	–	–	22.946
Bedingte Kaufpreisverpflichtung	–	–	2.342	2.342
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	–	–	2.342	2.342

31.12.2014	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Gesamt
Wertpapiere	22.157	–	–	22.157
Finanzielle Vermögenwerte gesamt	22.157	–	–	22.157
Bedingte Kaufpreisverpflichtung	–	–	3.373	3.373
Finanzielle Verbindlichkeiten gesamt	–	–	3.373	3.373

in TEUR	2015		2014	
	Loans and Receivables	Financial Liabilities at Amortized Costs	Loans and Receivables	Financial Liabilities at Amortized Costs
Sonstige langfristige Vermögenwerte	674		635	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3.841		13.017	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	18.632		16.039	
Zinsforderungen in den sonstigen kurzfristigen Vermögenwerten	570		543	
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		7.797		11.467
Gesamt	23.717	7.797	30.234	11.467

6.7 Aufstellung der Beteiligungen der SYZYGY AG

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

	Anteil	Eigenkapital	Jahresergebnis
	%	TEUR	TEUR
Ars Thanea s.k.a., Warschau, Polen	70	501	145
Hi-ReSI Berlin GmbH, Berlin, Deutschland	60	405	453
Hi-ReSI London Ltd, London, UK	100	-439	-636
SYZYGY Deutschland GmbH, Bad Homburg, Deutschland ²	100	409	0
SYZYGY Digital Marketing Inc., New York City, USA	100	872	1.212
SYZYGY München GmbH	100	25	0
SYZYGY UK Ltd, London, UK ¹	100	2.436	1.034
Unique Digital Marketing Ltd, London, UK ¹	100	7.532	2.223
uniquedigital GmbH, Hamburg, Deutschland ³	100	40	0

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

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

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

6.8 Honorar des Abschlussprüfers

Für Abschlussprüferleistungen bezogen auf den Konzernabschluss sowie des Jahresabschlusses des Mutterunternehmens berechnet die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft insgesamt ein Honorar einschließlich Auslagen von TEUR 105 (Vorjahr: TEUR 95). Ferner sind sonstige Prüfungsleistungen zu einem Honorar von TEUR 7 durch die BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft erbracht worden.

6.9 Angaben zu nahestehenden Unternehmen und Personen

Zu den nahestehenden Personen zählen die Organe der SYZYGY AG sowie Unternehmen, auf die SYZYGY einen wesentlichen Einfluss ausüben kann. Seit November 2015 ist die SYZYGY AG ein beherrschtes und vollkonsolidiertes Unternehmen der WPP plc, St. Helier, Jersey, nachdem die WPP Gruppe im Rahmen eines freiwilligen Übernahmeangebots ihre Anteile von knapp unter 30 Prozent auf 50,5 Prozent an der SYZYGY AG erhöht hat. Daher sind alle Unternehmen der WPP Gruppe ebenfalls als nahestehende Person und Unternehmen zu qualifizieren.

Salden und Geschäftsvorfälle zwischen der SYZYGY AG und ihren Tochtergesellschaften, die nahestehende Unternehmen und Personen sind, wurden im Zuge der Konsolidierung eliminiert und werden nicht weiter erläutert. Einzelheiten zwischen dem Konzern und anderen nahe stehenden Unternehmen und Personen sind nachfolgend angegeben. Grundsätzlich werden alle Transaktionen mit nahestehenden Unternehmen und Personen zu marktüblichen Konditionen abgewickelt.

In 2015 hat SYZYGY mit der WPP Gruppe für Kundenprojekte Umsatzerlöse in Höhe von TEUR 78 erzielt, davon waren Forderungen in Höhe von TEUR 47 am Bilanzstichtag noch offen. Darüber hinaus nahm SYZYGY im Geschäftsjahr administrative Leistungen des WPP Konzerns mit einem Wert von TEUR 14 in Anspruch. Die daraus resultierenden Verbindlichkeiten wurden noch im selben Jahr beglichen.

In den Jahren 2015 und 2014 haben mit Ausnahme der Bezüge an Vorstände und der Vergütung an den Aufsichtsrat keine Transaktionen mit nahestehenden Personen stattgefunden, die nicht in den Konzernabschluss einbezogen wurden.

6.10 Befreiung gemäß §264 Abs. 3 HGB

Die SYZYGY Deutschland GmbH sowie die unquedigital GmbH machen von der Befreiung gemäß §264 Abs. 3 HGB Gebrauch.

6.11 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Marco Seiler, Vorstandsvorsitzender der SYZYGY AG, hat am 22. Februar 2016 seinen Rücktritt mit Wirkung zum 31. August 2016 erklärt. Herr Lars Lehne wird zum 1. April 2016 als Vorstandsmitglied bestellt und mit Wirkung zum 1. September 2016 den Vorstandsvorsitz übernehmen. Ein wesentlicher Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft wird dadurch nicht erwartet.

6.12 Organe des Mutterunternehmens

6.12.1 Vorstand

Marco Seiler, Bad Homburg

Vorsitzender

Geschäftsführung SYZYGY Deutschland GmbH

Geschäftsführung Hi-ReSI Berlin GmbH

Andrew P. Stevens, London

Vorstand

Director Unique Digital Marketing Ltd

Director SYZYGY UK Ltd

Director Hi-ReSI New York Inc.

Erwin Greiner, Bad Nauheim

Vorstand

Geschäftsführung SYZYGY München GmbH

Director SYZYGY UK Ltd

Director Unique Digital Marketing Ltd

Director Hi-ReSI London Ltd

Die Vorstandsmitglieder sind in keinem Aufsichtsrat oder vergleichbarem Gremium Mitglied.

Die im Geschäftsjahr zugeflossenen Gesamtbezüge des Vorstands beliefen sich im Jahr 2015 auf TEUR 2.536. Marco Seiler bezog ein Grundgehalt von TEUR 263, Nebenleistungen von TEUR 15 sowie ein variables Gehalt von TEUR 37. Andrew P. Stevens bezog ein Grundgehalt von TEUR 290, Nebenleistungen von TEUR 18 sowie ein variables Gehalt von TEUR 41. Erwin Greiner bezog ein Grundgehalt von TEUR 168, Nebenleistungen von TEUR 12 sowie ein variables Gehalt von TEUR 10.

Marco Seiler und Andrew P. Stevens haben in 2012 jeweils 120.000 Optionen erhalten, Erwin Greiner erhielt 60.000 Optionen in 2012, die zu 40 Prozent nach zwei Jahren und 60 Prozent nach drei Jahren ausgeübt werden können.

Marco Seiler hat in 2015 72.000 Optionen, Andrew P. Stevens hat 120.000 und Erwin Greiner hat 24.000 Optionen ausgeübt. Zum Stichtag waren daher noch 36.000 Optionen ausstehend, davon 36.000 zugunsten von Erwin Greiner. Für die daraus entstehenden Aufwendungen wurden in 2015 Rückstellungen in Höhe von TEUR 205 (Vorjahr TEUR 715) gebildet.

Ferner wurde ein Phantom Stock Programm in 2015 neu aufgelegt. Hierbei erhält der Berechtigte die Differenz zwischen dem Aktienkurs bei Gewährung und dem Aktienkurs bei Ausübung der Phantom Stocks als Sonderzahlung. 40 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 1) können frühestens nach 2 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 3 Jahren, 60 Prozent der gewährten Phantom Stocks (Tranche 2) können frühestens nach 3 Jahren ausgeübt werden und verfallen spätestens nach 4 Jahren. Die maximale Kurssteigerung ist bei der Tranche 1 auf 60 Prozent, und bei der Tranche 2 auf 90 Prozent begrenzt.

Marco Seiler und Andrew P. Stevens erhielten im Berichtszeitraum jeweils 120.000 Phantom Stocks mit einem Aktienkurs bei Gewährung von EUR 8,02, Erwin Greiner erhielt 75.000 Phantom Stocks mit einem Aktienkurs bei Gewährung von EUR 6,23. Auf Grund des Übernahmeangebots durch die WPP Jubilee Ltd konnten die Phantom Stocks innerhalb einer Frist von 6 Wochen nach Abschluss des Übernahmeangebots außerordentlich ausgeübt werden (change of control-Klausel). Alle Vorstände haben ihre Phantom Stocks außerordentlich ausgeübt.

Tabellarisch stellen sich die im Geschäftsjahr gewährten Zuwendungen wie folgt dar:

<i>Gewährte Zuwendungen Marco Seiler, CEO</i>	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	263	250	263	263
Nebenleistungen	15	15	15	15
Summe	278	265	278	278
Einjährige variable Vergütung	39	37	0	39
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	155	–	0	751
Summe	194	37	0	790
Versorgungsaufwand	12	12	12	12
Gesamtvergütung	484	314	290	1.080

<i>Gewährte Zuwendungen Andrew P. Stevens, COO</i>	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	290	231	290	290
Nebenleistungen	18	16	18	18
Summe	308	247	308	308
Einjährige variable Vergütung	41	37	0	41
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	155	–	0	751
Summe	196	37	0	792
Versorgungsaufwand	15	14	15	15
Gesamtvergütung	519	298	323	1.115

<i>Gewährte Zuwendungen Erwin Greiner, CFO</i>	2015	2014	2015 Minimum	2015 Maximum
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Festvergütung	168	–	168	168
Nebenleistungen	12	–	12	12
Summe	180	–	180	180
Einjährige variable Vergütung	25	–	0	25
Mehrjährige variable Vergütung				
Phantom Stock Programm 2015	81	–	0	364
Summe	106	–	0	390
Versorgungsaufwand	15	–	15	15
Gesamtvergütung	301	–	195	585

6.12.2 Aufsichtsrat

Michael Mädel

Aufsichtsratsvorsitzender

Wilfried Beeck

Aufsichtsrat

CEO, ePages Software GmbH, Hamburg

Thomas Strerath (bis 29. Mai 2015)

Aufsichtsrat

Vorstand Jung von Matt AG, Hamburg

Ralf Hering (seit 1. Juni 2015)

Aufsichtsrat

Principal Partner Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH, Düsseldorf

Die Aufsichtsräte erhalten für das Geschäftsjahr 2015 eine Vergütung von jeweils TEUR 25 (Vorjahr: TEUR 25), davon sind jeweils TEUR 20 (Vorjahr: TEUR 20) fix und wie im Vorjahr TEUR 5 variabel. Die Vergütung für Thomas Strerath und Ralf Hering wird hierbei pro rata temporis nach Monaten aufgeteilt.

6.13 Wertpapiergeschäfte der Organe (Directors' Dealings)

Vorstände: Aktien [Stückzahl]	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	-538.121	-325.000	0	-863.121
Stand 31.12.2015	0	0	0	0
Aufsichtsräte: Aktien [Stückzahl]	Michael Mädel	Wilfried Beeck	Ralf Hering	Summe
Stand 31.12.2014	20.000	120.000	0	140.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	-20.000	-120.000	0	-140.000
Stand 31.12.2015	0	0	0	0
Vorstände: Optionen [Stückzahl]	Marco Seiler	Andrew P. Stevens	Erwin Greiner (seit 1.1.2015 Vorstand)	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 31.12.2015	0	0	36.000	36.000
Vorstände: Aktien [Stückzahl]		Marco Seiler	Andrew P. Stevens	Summe
Stand 31.12.2013		538.121	325.000	863.121
Käufe		0	0	0
Verkäufe		0	0	0
Stand 31.12.2014		538.121	325.000	863.121
Aufsichtsräte: Aktien [Stückzahl]	Michael Mädel	Wilfried Beeck	Thomas Strerath	Summe
Stand 31.12.2013	12.000	120.000	0	132.000
Käufe	8.000	0	0	8.000
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 31.12.2014	20.000	120.000	0	140.000
Vorstände: Optionen [Stückzahl]		Marco Seiler	Andrew P. Stevens	Summe
Stand 31.12.2013		120.000	120.000	240.000
Zugänge		0	0	0
Abgänge		-48.000	0	-48.000
Stand 31.12.2014		72.000	120.000	192.000

Die Aufsichtsräte halten keine Optionen.

**6.14 Angaben gemäß §160 Abs. 1 Nr. 8 AktG
Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG
mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung**
Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung
am 21.10.2015

Die Share Value Stiftung, Erfurt, DEU hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 19.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 15.10.2015 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 1,56% (das entspricht 200.000 Stimmrechten) betragen hat.

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung
am 21.10.2015

Frau Christiane Weispfenning, DEU hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 19.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 15.10.2015 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 1,56% (das entspricht 200.000 Stimmrechten) betragen hat.

**Korrektur der Veröffentlichung vom
21.10.2015, 12:20 Uhr MEZ – Veröffent-
lichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem
Ziel der europaweiten Verbreitung**
Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung
am 22.10.2015

Frau Christiane Weispfenning, Deutschland hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 19.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 15.10.2015 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 1,56% (das entspricht 200.000 Stimmrechten) betragen hat.

1,56% der Stimmrechte (das entspricht 200.000 Stimmrechten) sind Frau Weispfenning gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen. Zugerechnete Stimmrechte werden dabei gehalten über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt: Share Value Stiftung.

**Korrektur der Veröffentlichung vom
22.10.2015, 13:19 Uhr MEZ – Korrektur der
Veröffentlichung vom 21.10.2015, 12:20 Uhr
MEZ – SYZYGY AG: Veröffentlichung gemäß
§26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europa-
weiten Verbreitung**

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung
am 23.10.2015

Frau Christiane Weispfenning, Deutschland hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 19.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 15.10.2015 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 1,56% (das entspricht 200.000 Stimmrechten) betragen hat. 1,56% der Stimmrechte (das entspricht 200.000 Stimmrechten) sind Frau Weispfenning gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

**Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG
mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung**
Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung
am 23.10.2015

Herr Marco Seiler, DEU hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 19.10.2015 mitgeteilt, dass sein Stimmrechtsanteil an der SYZYGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 14.10.2015 die Schwelle von 3% der Stimmrechte unterschritten hat und an diesem Tag 0% (das entspricht 0 Stimmrechten) betragen hat.

Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 23.10.2015

Die WPP Jubilee Limited, London, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 21.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 21.10.2015 die Schwelle von 30% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 46,97% (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) betragen hat.

46,97% der Stimmrechte (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG über die WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LN Limited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV und DSBK Activate GmbH zuzurechnen.

Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 23.10.2015

Die WPP plc, St. Helier, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 21.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 21.10.2015 die Schwelle von 30% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 46,97% (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) betragen hat.

46,97% der Stimmrechte (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG über die WPP Jubilee Limited, WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LN Limited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV und DSBK Activate GmbH zuzurechnen.

Korrektur der Veröffentlichung vom 23.10.2015, 11:10 Uhr MEZ – Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 26.10.2015

Die WPP Jubilee Limited, London, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 21.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 21.10.2015 die Schwelle von 30% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 46,97% (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) betragen hat.

29,9998% der Stimmrechte (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugerechnete Stimmrechte werden dabei gehalten über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt: WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LN Limited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square

BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV, DSBK Activate GmbH.

Korrektur der Veröffentlichung vom 26.10.2015, 09:40 Uhr MEZ – Korrektur der Veröffentlichung vom 23.10.2015, 11:10 Uhr MEZ – Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 26.10.2015

Die WPP Jubilee Limited, London, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 21.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 21.10.2015 die Schwelle von 30% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 46,97% (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) betragen hat.

29,9998% der Stimmrechte (das entspricht 3.848.514 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugerechnete Stimmrechte werden dabei gehalten über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt: WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LNLimited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV, DSBK Activate GmbH.

Korrektur der Veröffentlichung vom 23.10.2015, 11:19 Uhr MEZ – Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 26.10.2015

Die WPP plc, St. Helier, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 21.10.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 21.10.2015 die Schwelle von 30% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 46,97% (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) betragen hat.

46,97% der Stimmrechte (das entspricht 6.025.979 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG über die WPP Jubilee Limited, WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LN Limited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV und DSBK Activate GmbH zuzurechnen.

Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung
Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 10.11.2015

Die WPP Jubilee Limited, London, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 09.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZYG AG, Bad Homburg, Deutschland am 09.11.2015 die Schwelle von 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 50,48% (das entspricht 6.475.846 Stimmrechten) betragen hat.

29,99% der Stimmrechte (das entspricht 3.848.514 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG zuzurechnen.

Zugerechnete Stimmrechte werden dabei gehalten über folgende von ihr kontrollierte Unternehmen, deren Stimmrechtsanteil an der SYZGY AG jeweils 3 Prozent oder mehr beträgt: WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LNLimited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV, DSBK Activate GmbH.

Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 10.11.2015

Die WPP plc, St. Helier, Großbritannien hat uns gemäß §21 Abs. 1 WpHG am 09.11.2015 mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der SYZGY AG, Bad Homburg, Deutschland am 09.11.2015 die Schwelle von 50% der Stimmrechte überschritten hat und an diesem Tag 50,48% (das entspricht 6.475.846 Stimmrechten) betragen hat.

50,48% der Stimmrechte (das entspricht 6.475.846 Stimmrechten) sind der Gesellschaft gemäß §22 Abs. 1, Satz 1, Nr. 1 WpHG über die WPP Jubilee Limited, WPP Madrid Square Limited, WPP 2005 Limited, WPP LN Limited, WPP Group (UK) Limited, Lexington International BV, Arbour Square BV, WPP Luxembourg Europe S.a.r.l., Vincent Square Holding BV, WPP Luxembourg Germany Holdings 3 S.a.r.l., WPP Luxembourg Germany Holdings S.a.r.l., WPP Deutschland Verwaltungs GmbH, WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, WPP Marketing Communications Germany BV und DSBK Activate GmbH zuzurechnen.

Veröffentlichung gemäß §26 Abs. 1 WpHG mit dem Ziel der europaweiten Verbreitung

Veröffentlichung einer Stimmrechtsmitteilung am 18.12.2015

1. Emittent: SYZGY AG
2. Grund der Mitteilung: Erwerb/Veräußerung von Aktien mit Stimmrechten
Sonstiger Grund: Freiwillige Konzernmitteilung
3. Angaben zum Mitteilungspflichtigen:
WPP plc, St. Helier, Jersey
4. Namen der Aktionäre mit 3% oder mehr Stimmrechte, wenn abweichend von 3:
WPP Jubilee Limited
5. Datum der Schwellenberührung: 14.12.2015

6. Gesamtstimmrechtsanteile

	Anteil Stimmrechte	Anteil Instrumente	Summe Anteile	Gesamtzahl der Stimmrechte des Emittenten
Neu	50,48%	0%	50,48%	12.828.450
Letzte Mitteilung	50,48%	–	–	

7. Einzelheiten zu den Stimmrechtsbeständen

Stimmrechte (§21, §22 WpHG)	absolut		in %	
	direkt (\$21 WpHG)	zugerechnet (\$22 WpHG)	direkt (\$21 WpHG)	zugerechnet (\$22 WpHG)
ISIN				
DE0005104806	0	6.475.846	0	50,48
Summe	6.475.846		50,48	

8. Informationen in Bezug auf den Mitteilungspflichtigen:

Vollständige Kette der Tochtergesellschaften beginnend mit der obersten beherrschenden Person oder dem obersten beherrschenden Unternehmen

Unternehmen	Stimmrechte in %, wenn 3% oder höher	Instrumente in %, wenn 5% oder höher	Summe in %, wenn 5% oder höher
WPP plc	–	–	–
WPP Jubilee Limited	50,48	0	50,48

6.15 Erklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex nach §161 AktG

Die Entsprechenserklärung zum Corporate Governance Kodex gemäß §161 AktG wurde am 14. Dezember 2015 abgegeben und den Aktionären über die Website der Gesellschaft zugänglich gemacht.

6.16 Zeitpunkt und Freigabe der Veröffentlichung

Der Vorstand hat den Konzernabschluss am 24. März 2016 zur Veröffentlichung freigegeben.

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

„Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des

Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.“

Bad Homburg v. d. H., den 24. März 2016
SYZYGY AG

Der Vorstand



Marco Seiler



Andrew P. Stevens



Erwin Greiner

Bestätigungsvermerk

Wir haben den von der SYZGY AG, Bad Homburg v. d. Höhe, aufgestellten Konzernabschluss — bestehend aus Bilanz, Gesamtergebnisrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang — sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2015 geprüft.

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

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

internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasste die Beurteilung der Rechnungslegungsinformationen der in den Konzernabschluss einbezogenen Teilbereiche, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach §315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Frankfurt am Main, 24. März 2016
BDO AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Wendt gez. Gebhardt
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Finanzkalender 2016

Zwischenbericht zum 31.03.2016	/	29. April
Jahreshauptversammlung, Frankfurt	/	8. Juli
Zwischenbericht zum 30.06.2016	/	29. Juli
Zürcher Kapitalmarktkonferenz, Zürich	/	7. September
Zwischenbericht zum 30.09.2016	/	28. Oktober
Deutsches Eigenkapitalforum, Frankfurt	/	21.-23. November

SYZYG AG

Investor Relations

Im Atzelnest 3

61352 Bad Homburg

t +49 6172 9488-252

f +49 6172 9488-270

e ir@syzygy.net

i ir.syzygy.net

ir.syzygy.net