



ZWISCHEN
BERICHT
ZUM 30.6.2010

H1.10

FINANZKENNZAHLEN DER SYZGY AG

ABB. 1, SEITE 2/3

NETTO-UMSATZERLÖSE UND EBIT-MARGE

IN TEUR

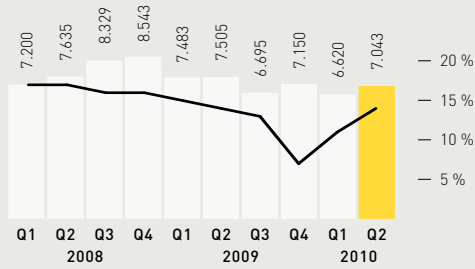


ABB. 2, SEITE 2/3

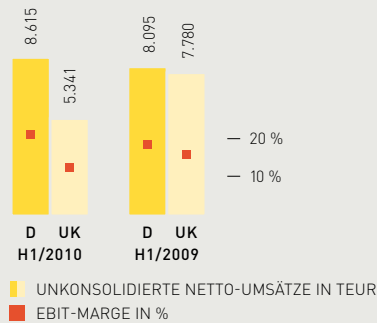


ABB. 3, SEITE 2

UMSATZVERTEILUNG NACH BRANCHEN

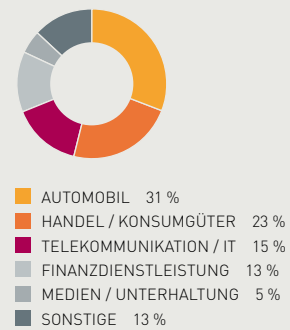


ABB. 4, SEITE 3

VERHÄLTNISS VON OPERATIVEM ERGEBNIS UND FINANZERGEBNIS

IN TEUR

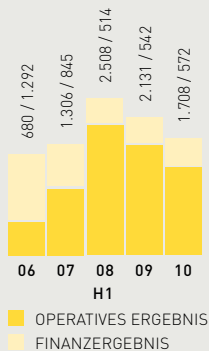


ABB. 5, SEITE 3

KONZERNERGEBNIS

IN TEUR

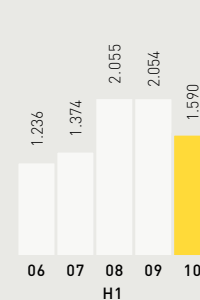


ABB. 6, SEITE 3
ERGEBNIS JE AKTIE
 IN EUR

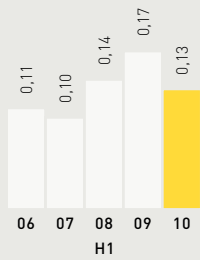


ABB. 7, SEITE 3
**ENTWICKLUNG DES
 OPERATIVEN CASHFLOWS**
 IN TEUR

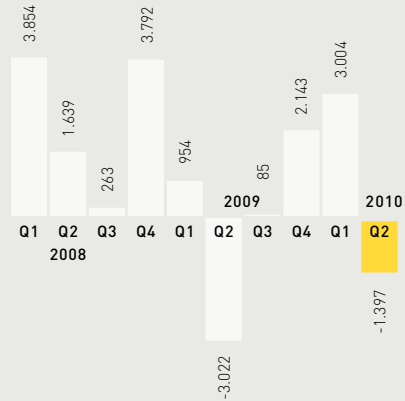


ABB. 8, SEITE 4
BILANZSTRUKTUR

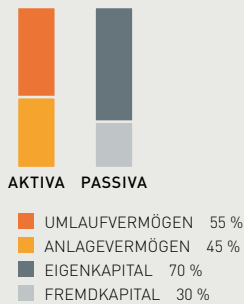


ABB. 9, SEITE 3
**ANLAGESTRUKTUR DER
 LIQUIDEN MITTEL UND
 WERTPAPIERE**

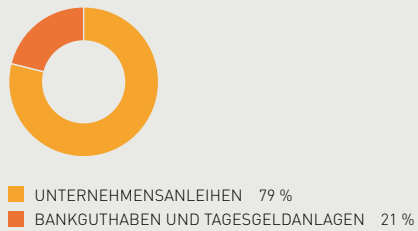


ABB. 10, SEITE 4
**MITARBEITERSPLIT
 NACH FUNKTIONEN**

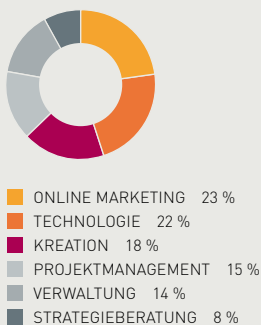
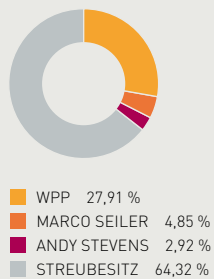


ABB. 11, SEITE 14
AKTIONÄRSSTRUKTUR



INHALT

1	/	GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS
1	/	GESCHÄFTSTÄTIGKEIT
1	/	MARKTUMFELD
1	/	ONLINE-WERBEMARKT
2	/	UMSATZERLÖSE
2	/	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG
3	/	BETRIBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN
3	/	OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT) UND EBIT-MARGE
3	/	LIQUIDE MITTEL UND WERTPAPIERE/FINANZERGEBNIS
3	/	KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE
3	/	OPERATIVER CASHFLOW
4	/	VERMÖGENS- UND BILANZLAGE
4	/	INVESTITIONEN, FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
4	/	MITARBEITER
5	/	AUSBLICK UND PROGNOSE
6	/	KONZERNBILANZ
7	/	KONZERNGESAMTERGEBNISRECHNUNG
8	/	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
9	/	KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
10	/	AUSGEWÄHLTE ANHANGANGABEN
17	/	FINANZKALENDER
17	/	KONTAKT

GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS



	2. QUARTAL			JANUAR-JUNI		
	2010	2009	VOR- JAHR	2010	2009	VOR- JAHR
	TEUR	TEUR	Δ	TEUR	TEUR	Δ
Brutto-Umsatzerlöse	21.202	20.540	3%	42.539	39.560	8%
Netto-Umsatzerlöse	7.043	7.505	-6%	13.663	14.988	-9%
EBITDA	1.195	1.207	-1%	2.096	2.461	-15%
EBITDA-Marge	17%	16%	1pp	15%	16%	-1pp
EBIT	1.006	1.026	-2%	1.708	2.131	-20%
EBIT-Marge	14%	14%	-	13%	14%	-1pp
Finanzergebnis	300	272	10%	572	542	6%
Konzernergebnis	910	1.061	-14%	1.590	2.054	-23%
Ergebnis je Aktie (EUR)	0,07	0,09	-22%	0,13	0,17	-24%
Zahl der Mitarbeiter (Ende Juni)	238	268	-11%	238	268	-11%
Liquide Mittel und Wertpapiere	17.573	17.781	-1%	17.573	17.781	-1%
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	-1.397	-3.022	n.a.	1.607	-2.068	n.a.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

Szygy ist eine Agenturgruppe für interaktives Marketing mit Standorten in Frankfurt, Hamburg und London. Die rund 260 Mitarbeiter des Konzerns erbringen für europäische Großunternehmen hochwertige Dienstleistungen in den Bereichen Webdesign („Design & Build“) und Online Marketing.

MARKTUMFELD

Weitgehend unbeeinflusst von der Schuldenkrise mehrerer europäischer Länder, setzte die Wirtschaft der Euro-Zone dank starker Auslandsnachfrage ihren wenn auch verhaltenen Aufschwung in der Berichtsperiode fort. Das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg in den ersten drei Monaten des Jahres um 0,2 Prozent, im zweiten Quartal legte es mit 0,5 Prozent noch einmal zu.

In Deutschland und Großbritannien, den beiden Kernmärkten der Szygy Gruppe, verlief die Entwicklung kongruent zum Durchschnitt: Während Deutschland im ersten Quartal 2010 mit einem Wirtschaftswachstum von 0,2 Prozent genau im europäischen Mittel lag, übertraf das besonders

krisengeschüttelte Großbritannien diesen Wert mit 0,3 Prozent leicht. Für die Zeit von April bis Juni konnte der Inselstaat sein BIP-Wachstum nach Schätzung der Britischen Handelskammer (British Chambers of Commerce) auf 0,6 Prozent verdoppeln.¹

Die Szygy Gruppe konnte den leichten Aufschwung für sich nutzen und erzielte im zweiten Quartal ein sehr gutes operatives Ergebnis.

ONLINE-WERBEMARKT

Einhergehend mit der sich stabilisierenden Konjunktur und getrieben durch den Werbedruck anlässlich der Fußball-Weltmeisterschaft, zeichnete sich am internationalen Werbemarkt eine positive Trendwende ab. Davon profitierte insbesondere das Internet, das seinen Marktanteil im Vergleich zu anderen Medien weiter ausbauen konnte. So prognostiziert die Media-agenturgruppe Zenithoptimedia, dass 2010 rund 14 Prozent der weltweiten Werbespendings auf das Internet entfallen werden, das ist ein Prozent mehr als noch im vergangenen Jahr.

¹ Q2-Zahlen für Deutschland waren zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Finanzberichts noch nicht verfügbar.

Auch in Deutschland wurde wieder deutlich mehr in Werbung investiert als im Krisenjahr 2009: Laut der Nielsen-Werbestatistik legte der Bruttoumsatz in klassische Medien – zu denen Nielsen seit Kurzem auch das Internet zählt – im ersten Halbjahr 2010 um rund 9 Prozent auf 11,6 Mrd. Euro zu. Der Online Vermarkterkreis im Bundesverband digitale Wirtschaft (OVK), dessen Prognose neben Bannerwerbung auch Suchwortvermarktung und Affiliate-Marketing umfasst, rechnet für das Gesamtjahr 2010 mit einem Anstieg der Bruttoumsätze in Internet-Werbung um 13,5 Prozent auf 4,7 Mrd. Euro.

Dem britischen Gesamt-Werbemarkt sagt die Advertising Association für 2010 ein Wachstum von 3,3 Prozent voraus, wobei das Internet mit einem Plus von 9,2 Prozent den dritten Platz hinter Außenwerbung und Fernsehen einnimmt. Die Schätzung des Marktforschungsinstituts emarketer ist mit einem 7-prozentigen Anstieg der Online-Werbung auf rund 3,8 Mrd. Pfund etwas konservativer.

Online-Werbung hat sich also auch im ersten Halbjahr 2010 als krisenresistent erwiesen und bleibt ein Wachstumsmarkt, der sowohl absolut als auch relativ gesehen immer mehr Werbeausgaben auf sich zu vereinen vermag.

UMSATZERLÖSE

Die Syzygy AG berichtet Brutto- und Nettoumsatzerlöse, wobei die Bruttoangaben die Mediakosten („Billings“) der Online Marketing-Gesellschaften enthalten.

Auf Halbjahresbasis steigerten sich die Brutto-Umsatzerlöse um 8 Prozent auf 42,5 Mio. Euro. Positiv wirkten sich signifikante Neukundengewinne von unquedigital Hamburg aus, darunter der Online-Fashionstore yalook und das Spieleportal king.com.

Nach Abzug der Mediakosten von 28,8 Mio. Euro verblieben Netto-Umsatzerlöse in Höhe von 13,7 Mio. Euro. Das entspricht einem Rückgang von 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Beeinträchtigt wurde das Ergebnis durch ein rückläufiges Design & Build-Geschäft in Großbritannien.

Mit den zehn größten Kunden erwirtschaftete die Syzygy Gruppe 65 Prozent ihrer Umsätze, das sind 2 Prozentpunkte mehr als im ersten Halbjahr 2009.

In der Umsatzverteilung nach Branchen ging der Anteil der Automobilindustrie leicht auf 31 Prozent zurück. Der Bereich Handel & Konsumgüter stellte mit 23 Prozent die zweitwichtigste Branche, gefolgt von Telekommunikation / IT (15%) und Finanzdienstleistungen (13%). 5 Prozent der Umsätze entfielen auf Medien & Unterhaltung, 13 Prozent ließen sich keinem dieser fünf Kernbereiche zuordnen.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

In Anwendung des neu gefassten IFRS 8 berichtet die Syzygy AG entsprechend der internen Steuerung des Konzerns („Management Approach“) und damit nach geographischen Kriterien.

In Deutschland entwickelten sich sowohl das Design & Build- als auch das Online Marketing-Geschäft sehr positiv. Bei hoher Profitabilität führte die Steigerung der Netto-Umsatzerlöse auf 8,6 Mio. Euro (+ 6%) zu einem EBIT von 1,8 Mio. Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 17 Prozent sowie einer EBIT-Marge von 21 Prozent. Maßgeblichen Einfluss hatten die bereits erwähnten Neukundengewinne yalook und king.com sowie der Ausbau des Bestandskundengeschäfts.

Demgegenüber verlief die Entwicklung der britischen Gesellschaften weniger zufriedenstellend. Umsatzeinbußen bei Syzygy UK konnten bis dato nicht angemessen durch Neukundengewinne kompensiert werden.

Auch die Umsätze im britischen Online Marketing-Geschäft gingen deutlich zurück, nachdem große Kunden ihre Budgets in signifikanter Höhe gekürzt haben. In der Folge lagen die Netto-Umsatzerlöse mit 5,3 Mio. Euro knapp ein Drittel unter dem Wert des Vorjahres, das operative Ergebnis verringerte sich um 46 Prozent und betrug zum 30. Juni 656.000 Euro. Die sich hieraus ergebende EBIT-Marge von 12 Prozent lag vier Prozentpunkte unter dem Vorjahreswert, jedoch weiterhin in einem akzeptablen Bereich.

BETRIEBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN

Höhere Margen in den deutschen Gesellschaften und die Reduktion der Einstandskosten um rund ein Zehntel auf 9,3 Mio. Euro resultierten in einer Verbesserung der Rohmarge auf 32 Prozent. Die allgemeinen Verwaltungskosten bewegten sich mit 1,6 Mio. Euro auf Vorjahresniveau, die Abschreibungen erhöhten sich von 330.000 Euro auf 388.000 Euro.

OPERATIVES ERGEBNIS (EBIT) / EBIT-MARGE

Beeinträchtigt vom schwachen ersten Quartal belief sich das operative Ergebnis des ersten Halbjahres auf 1,7 Mio. Euro, das sind 20 Prozent weniger als im Vorjahr. Die gesonderte Betrachtung des zweiten Quartals zeigt jedoch ein anderes Bild: In dieser Zeit konnte mit einem EBIT von 1,0 Mio. Euro das Niveau des zweiten Quartals 2009 nahezu erreicht werden (-2%).

Mit einer EBIT-Marge von 13 Prozent war die Profitabilität in der Berichtsperiode weiterhin sehr zufriedenstellend.

LIQUIDE MITTEL UND WERTPAPIERE / FINANZERGEBNIS

Die liquiden Mittel und Wertpapiere reduzierten sich im Vergleich zum 31. Dezember 2009 um 14 Prozent auf 17,6 Mio. Euro. Ursächlich hierfür sind Mittelabflüsse in einer Gesamthöhe von 5,3 Mio. Euro, die nur teilweise durch den positiven Cashflow kompensiert werden konnten.

Die Mittelabflüsse resultieren zum einen aus der Ausschüttung der ordentlichen Dividende im Mai 2010, zum anderen aus der Zahlung von Earn-Out-Verpflichtungen im Rahmen der Übernahme von unquedigital UK. Letztere wurden jeweils zur Hälfte in Aktien und in Bargeld geleistet.

Mit den durchschnittlich vorhandenen liquiden Mitteln und Wertpapieren konnte ein Finanzergebnis von 572.000 Euro erzielt werden, was einer annualisierten Rendite von 5,6 Prozent entspricht. Die Anlagen hatten zum Stichtag eine durchschnittliche Restlaufzeit von 5,3 Jahren und setzten sich aus 79 Prozent Unternehmensanleihen und 21 Prozent Bankguthaben und Tagesgeldanlagen zusammen.

KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE

Das starke zweite Quartal mit einem EBIT auf Vorjahresniveau und einem sehr guten Finanzergebnis konnte die Schwächen des ersten Quartals nur bedingt auffangen. Darüber hinaus wirkten sich in der Berichtsperiode Steuerbelastungen in Höhe von 690.000 Euro (+ 11%) negativ auf das Halbjahresergebnis aus. In Summe konnte die Syzygy Gruppe in den ersten sechs Monaten des Jahres ein Konzernergebnis von 1,6 Mio. Euro erwirtschaften, das sind 23 Prozent weniger als im H1-2009.

Aus diesem Wert ergibt sich ein Gewinn je Aktie von 0,13 Euro, welcher die 750.000 neuen Aktien bereits berücksichtigt, die im Rahmen des Earn-Outs an die ehemaligen Gesellschafter der unquedigital UK ausgegeben wurden.

OPERATIVER CASHFLOW

Der operative Cashflow belief sich zum Bilanzstichtag auf 1,6 Mio. Euro, wobei er von zwei gegenläufigen Effekten beeinflusst wurde: Positive Wirkung hatte neben dem Konzernergebnis (1,6 Mio. Euro) und den erhaltenen Anzahlungen (0,5 Mio. Euro) eine Reduktion des Forderungsbestands bei unquedigital UK.

Dieser war im Rahmen des dynamischen Weihnachtsgeschäfts 2009 entstanden und wurde im Verlauf der Berichtsperiode um 3,7 Mio. Euro abgebaut.

Parallel hierzu kam unquedigital Verbindlichkeiten gegenüber Vermarktern und anderen Kooperationspartnern in Höhe von 4,8 Mio. Euro nach, was sich negativ auf den Cashflow auswirkte.

VERMÖGENS- UND BILANZLAGE

Die Bilanzsumme der Syzygy AG verringerte sich im Vergleich zum Jahresende 2009 um 10 Prozent auf 55,3 Mio. Euro.

Auf der Aktivseite der Bilanz entfällt rund die Hälfte dieses Rückgangs auf den Abbau von Forderungsbeständen aus Lieferungen und Leistungen (-3,3 Mio. Euro). Darüber hinaus führte die Earn-Out-Zahlung sowie die Ausschüttung der ordentlichen Dividende zu einer Reduktion der liquiden Mittel und Wertpapiere um 3 Mio. Euro.

Bei den Passiva ergibt sich der Rückgang der Bilanzsumme vorrangig aus Veränderungen in den kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich um 5,4 Mio. Euro oder 44 Prozent auf 7 Mio. Euro. Im Zuge der Earn-Out-Zahlungen gingen außerdem die sonstigen Verbindlichkeiten deutlich um 5,3 Mio. Euro auf nunmehr 728.000 Euro zurück.

Demgegenüber wurde das Eigenkapital durch die Ausgabe von 750.000 neuen Aktien als Bestandteil des Earn-Outs gestärkt. Das Grundkapital erhöhte sich in der Folge auf 12,8 Mio. Euro, die Eigenkapitalquote verbesserte sich im Vergleich zum ersten Halbjahr 2009 um 6 Prozentpunkte auf 70 Prozent.

INVESTITIONEN, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Das Investitionsvolumen belief sich im Berichtszeitraum auf TEUR 181 und lag damit 50 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Investiert wurde primär in Software und Hardware zur Optimierung der firmeninternen Infrastruktur sowie in die Ausrüstung der eigenen Mitarbeiter.

Als Dienstleistungsunternehmen, das keine eigenen Produkte anbietet, hat Syzygy grundsätzlich keine Aufwendungen für Forschung und Entwicklung.

MITARBEITER

Die Syzygy Gruppe beschäftigte zum Bilanzstichtag 238 fest angestellte Mitarbeiter, das sind 13 Prozent weniger als zum 30. Juni 2009. In den drei deutschen Gesellschaften waren 155 Personen tätig, in den Londoner Agenturen 83.

Darüber hinaus beschäftigte die Gruppe im Durchschnitt 20 Freelancer, um Auftragsspitzen abzufedern und die Auslastung zu optimieren.

Im Mitarbeitersplit nach Funktionen gab es im Vergleich zum Vorjahr nur marginale Veränderungen: Mit 22 bzw. 23 Prozent stellten die Bereiche Technologie und Online Marketing weiterhin die meisten Angestellten. 18 Prozent waren mit der Kreation betraut, 15 Prozent waren im Projektmanagement, 8 Prozent in der Strategieberatung tätig. 14 Prozent der Belegschaft arbeitete in der Verwaltung.

Hochgerechnet auf das Gesamtjahr und unter Einbezug der freien Mitarbeiter betrug der Pro-Kopf-Umsatz 109.000 Euro.

AUSBLICK UND PROGNOSE

Obgleich die Stimmung unter Managern zur Jahresmitte gut war, rechnet das ifo-Institut für die Euro-Zone mit einem Abflachen der wirtschaftlichen Erholung im zweiten Halbjahr 2010. Als belastende Faktoren wurden vor allem auslaufende Impulse der Fiskalpolitik, die weiterhin restriktive Kreditvergabe sowie die anhaltende Finanzmarktunsicherheit identifiziert.

Auch für Deutschland und Großbritannien gehen die Finanzexperten des Zentrums für europäische Wirtschaftsforschung davon aus, dass das Wachstum der beiden Ökonomien noch in diesem Jahr einen Dämpfer erhalten wird.

Allerdings hat die Wirtschafts- und Finanzkrise die positive Entwicklung des Internets als Werbemedium bislang nicht maßgeblich gebremst. Auch wenn die steile Wachstumskurve der vergangenen Jahre mittlerweile abgeflacht ist, sorgen immer neue technologische Möglichkeiten, steigende Nutzerzahlen und längere Nutzungszeiten für ein nachhaltiges Wachstumspotenzial. So geht die Mediaagenturgruppe Zenithoptimedia davon aus, dass der Anteil des Online-Mediums an den weltweiten Werbeausgaben bis zum Jahr 2012 um weitere drei Prozent auf 17 Prozent steigen wird.

Angetrieben durch die rasant wachsende Beliebtheit sozialer Netzwerke, beziehen immer mehr Menschen das Internet immer stärker in ihr Leben ein. Im März konnte der Social-Web-Platzhirsch Facebook im Kampf um US-Marktanteile dem Suchgiganten Google erstmals den Rang ablaufen. Und auch in Großbritannien vereinten soziale Netzwerke im vergangenen Mai mehr Traffic auf sich als Suchmaschinen.

Forciert wird dieser Trend durch technologische Fortschritte bei mobilen Endgeräten wie Smartphones und Netbooks, die den Zugriff auf das Internet quasi zu jeder Zeit und an jedem Ort ermöglichen - bei kontinuierlich sinkenden Datentarifen. Laut dem Branchenverband Bitkom surft in Deutschland bereits jeder vierte Internetnutzer auch mobil.

Hierdurch hat sich ein weiterer, attraktiver Wachstumsmarkt eröffnet: die Entwicklung von Anwendungsprogrammen für mobile Endgeräte, sogenannter Apps (kurz für „Applications“), die kostenlos oder gegen Gebühr heruntergeladen werden können. Allein der App-Store für das iPhone bietet über 200.000 Applikationen für nahezu jedes Anliegen und zu jedem Thema. Als ein Baustein der digitalen Marketingstrategie bieten Apps Unternehmen schier unendliche Möglichkeiten, vertriebs- oder imageorientiert mit Kunden in Kontakt zu treten und zu bleiben.

Für die werbetreibende Industrie stellt die digitale Welt angesichts ihrer schier Dimensionen und permanenten technologischen Weiterentwicklungen, aber auch hinsichtlich ihrer hohen Eigendynamik und komplexen Spielregeln ein ebenso attraktives wie herausforderndes Werbeumfeld dar.

Die Syzygy Gruppe sieht sich gut positioniert, um Blue Chips dabei zu unterstützen, diese Herausforderungen professionell zu meistern, und die Möglichkeiten des Internets zu monetarisieren.

Für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres erwartet die Syzygy AG im Vergleich zum ersten Halbjahr 2010 steigende Erlöse und ein deutliches Wachstum beim operativen Ergebnis.

KONZERNBILANZ

AKTIVA	30.06.2010	30.06.2009	31.12.2009
	TEUR	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäfts- oder Firmenwert	19.691	18.611	19.249
Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	1.975	2.149	2.182
Sonstige langfristige Vermögenswerte	507	485	462
Sonstige langfristige Wertpapiere	2.599	0	2.578
Aktive latente Steuern	68	103	68
Summe langfristige Aktiva	24.840	21.348	24.539
Kurzfristige Aktiva			
Liquide Mittel	3.634	4.005	5.747
Wertpapiere	11.340	13.776	12.211
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	13.416	11.387	16.788
Sonstige Vermögenswerte und Rechnungsabgrenzungsposten	2.111	2.494	2.430
Summe kurzfristige Aktiva	30.501	31.662	37.176
Summe Aktiva	55.341	53.010	61.715
PASSIVA	30.06.2010	30.06.2009	31.12.2009
	TEUR	TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Grundkapital*	12.828	12.078	12.078
Kapitalrücklage	20.207	18.385	18.385
Eigene Aktien	-116	-116	-116
Übriges Konzernergebnis	-1.609	-3.469	-2.936
Bilanzgewinn	7.473	7.167	8.444
Summe Eigenkapital	38.783	34.045	35.855
Langfristige Verbindlichkeiten			
Passive latente Steuern	67	139	67
Langfristige Verbindlichkeiten	1.226	1.226	1.226
Summe langfristige Verbindlichkeiten	1.293	1.365	1.293
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7.006	7.019	12.450
Sonstige Rückstellungen	2.557	2.858	1.838
Erhaltene Anzahlungen	2.196	1.347	1.721
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	2.778	962	2.545
Sonstige Verbindlichkeiten	728	5.414	6.013
Summe kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	15.265	17.600	24.567
Summe Passiva	55.341	53.010	61.715

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

KONZERNGESAMTERGEBNIS- RECHNUNG



	2. QUARTAL			JANUAR - JUNI		
	2010	2009	VOR- JAHR	2010	2009	VOR- JAHR
	TEUR	TEUR		TEUR	TEUR	
Umsatzerlöse, brutto	21.202	20.540	3%	42.539	39.560	8%
Mediakosten	-14.159	-11.515	23%	-28.876	-24.572	18%
Umsatzerlöse, netto	7.043	7.505	-6%	13.663	14.988	-9%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen	-4.763	-5.247	-9%	-9.346	-10.360	-10%
Vertriebs- und Marketingkosten	-513	-544	-6%	-1.119	-1.032	8%
Allgemeine Verwaltungskosten	-815	-795	3%	-1.639	-1.612	2%
Sonstige betriebliche Erträge/ Aufwendungen, netto	54	107	-50%	149	147	1%
Operatives Ergebnis	1.006	1.026	-2%	1.708	2.131	-20%
Finanzergebnis	300	272	10%	572	542	6%
Ergebnis vor Steuern	1.306	1.298	1%	2.280	2.673	-15%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-396	-237	67%	-690	-619	11%
Konzernergebnis	910	1.061	-14%	1.590	2.054	-23%
Ergebnisanteil der Aktionäre der Syzygy AG	910	1.061	-14%	1.590	2.054	-23%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit (unverwässert in EUR)	0,07	0,09	-22%	0,13	0,17	-24%
Konzernergebnis der Periode	910	1.061	-14%	1.590	2.054	-23%
Differenzen aus Fremdwährungs- umrechnung	1.288	1.022	26%	1.273	1.173	9%
Erfolgsneutrale Änderung unrealisierter Gewinne und Verluste aus Wertpapieren	-291	700	n.a.	54	740	-93%
Übriges Gesamtergebnis der Periode	997	1.722	-42%	1.327	1.913	-31%
Gesamtergebnis	1.907	2.783	-31%	2.917	3.967	-26%

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNKAPITALFLUSS- RECHNUNG

	30.06.2010	30.06.2009	31.12.2009
	TEUR	TEUR	TEUR
Konzernergebnis der Periode	1.590	2.054	3.331
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:			
- Abschreibungen auf Anlagevermögen	388	330	710
Veränderungen der:			
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	3.691	-125	-5.414
- erhaltenen Anzahlungen	475	-806	-432
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-4.770	-1.253	2.498
- Steuerrückstellungen, latenten Steuern und Steuerverbindlichkeiten	233	-2.268	-533
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	1.607	-2.068	160
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und immateriellen Vermögensgegenständen	44	1	5
Veränderung der langfristigen Aktiva	-110	-50	-26
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-181	-377	-6.127
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-10.784	2.700	-5.515
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	11.655	0	8.061
Erwerb von konsolidierten Unternehmen	-5.240	-5.560	0
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-4.616	-3.286	-3.602
Kapitalerhöhung	2.572	0	0
Dividende	-2.561	-1.808	-1.808
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	11	-1.808	-1.808
Cashflow gesamt	-2.998	-7.162	-5.250
Liquide Mittel zum Jahresanfang	5.747	10.991	10.991
Währungsveränderungen	885	1.429	6
Liquide Mittel zum Periodenende	3.634	5.258	5.747

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG



	ANZAHL AKTIEN	GRUNDKAPITAL	KAPITALRÜCKLAGE	EIGENE AKTIEN	BILANZGEWINN	ÜBRIGES KONZERN- ERGEBNIS		SUMME EIGENKAPITAL
	in 1.000	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	WÄHRUNGSSUMRECHNUNG TEUR	UNREALISIERTE GEWINNE UND VERLUSTE TEUR	TEUR
01. Januar 2009	12.078	12.078	18.385	-116	6.921	-2.925	-2.457	31.886
Gesamtergebnis					3.331	334	2.112	5.777
Dividende					-1.808			-1.808
Erwerb Minderheitenanteile								0
31. Dezember 2009	12.078	12.078	18.385	-116	8.444	-2.591	-345	35.855
01. Januar 2010	12.078	12.078	18.385	-116	8.444	-2.591	-345	35.855
Gesamtergebnis					1.590	1.273	54	2.917
Dividende					-2.561			-2.561
Kapitalerhöhung	750	750	1.822					
30. Juni 2010	12.828	12.828	20.207	-116	7.473	-1.318	-291	38.783

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

RECHNUNGSLEGUNG

Der Halbjahres-Finanzbericht der Syzygy AG umfasst nach den Vorschriften des § 37 y WpHG i.V.m. § 37 w Abs. 2 WpHG einen Konzernzwischenabschluss und einen Konzernzwischenlagebericht sowie die Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 297 Abs. 2 Satz 4, § 315 Abs. 1 Satz 6 HGB. Der Konzernabschluss wurde für das erste Halbjahr des Jahres 2010 nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS) für die Zwischenberichterstattung, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt. Dabei wurde der Zwischenabschluss unter Beachtung der Regelungen des IAS 34 aufgestellt. Dementsprechend wurde ein verkürzter Berichtsumfang gegenüber dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2009 gewählt. Der Lagebericht wurde unter den anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt.

Die Rechnungslegungs- und Konsolidierungsgrundsätze werden angewendet, wie im Konzernanhang zum Geschäftsbericht 2009 beschrieben. Ebenso werden die einzelnen Positionen der Bilanz und der Konzerngesamtergebnisrechnung zu den gleichen Bewertungsgrundsätzen dargestellt, wie sie im Geschäftsbericht 2009 beschrieben und angewendet wurden. Die vorliegenden Geschäftszahlen und -angaben sind daher im Zusammenhang mit dem Geschäftsbericht zum Konzernabschluss 2009 zu lesen.

Der Konzernzwischenabschluss ist nicht einer prüferischen Durchsicht gem. § 37 w Abs. 5 WpHG unterzogen worden.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DER SYZYGY GRUPPE

Syzygy ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing. Die fünf operativen Gesellschaften des Syzygy Konzerns mit Niederlassungen in Deutschland und Großbritannien bieten europäischen Großunternehmen ein ganzheitliches Dienstleistungsspektrum von der strategischen Beratung über Projektplanung, Konzeption und Gestaltung bis hin zur technischen Realisierung. Suchmaschinenmarketing und Online Media Planung komplettieren das Serviceangebot. So ermöglicht es Syzygy seinen Kunden, das Internet als leistungsstarkes Kommunikations- und Vertriebsmedium zu nutzen und die Interaktion mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern zu vertiefen und zu verbessern.

KONSOLIDIERUNGSKREIS UND -GRUNDSÄTZE

In den Konzernabschluss zum 30. Juni 2010 wurden neben der Syzygy AG folgende Tochterunternehmen vollkonsolidiert:

- (1) Hi-ReS! London Ltd., Großbritannien
- (2) Mediopoly Ltd., Großbritannien
- (3) Syzygy Deutschland GmbH, Deutschland
- (4) Syzygy UK Ltd., Großbritannien
- (5) unquedigital GmbH, Deutschland
- (6) Unique Digital Marketing Ltd., Großbritannien

Angaben zu den allgemeinen Konsolidierungsgrundsätzen finden sich im Geschäftsbericht des Jahres 2009 ab Seite 49.

EIGENKAPITAL

Das Grundkapital der Gesellschaft zum 30. Juni 2010 wurde mit Wirkung zum 20. Mai 2010 um TEUR 750 auf EUR 12.828.450 erhöht und ist eingeteilt in 12.828.450 auf den Inhaber lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Wert von EUR 1,00. Davon befanden sich 25.000 Stückaktien im eigenen Bestand.

GENEHMIGTES UND BEDINGTES KAPITAL

Im Rahmen der Hauptversammlung am 30. Juni 2006 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 30. Juni 2011 auszugeben.

Von dieser Ermächtigung haben Vorstand und Aufsichtsrat Gebrauch gemacht und eine Kapitalerhöhung um TEUR 750 beschlossen.

Das genehmigte Kapital beträgt nach der Kapitalerhöhung nunmehr TEUR 5.250.

Außerdem wurde der Vorstand im Rahmen der Hauptversammlung am 29. Mai 2009 im Zusammenhang mit dem Mitarbeiterbeteiligungsprogramm zu einer bedingten Kapitalerhöhung ermächtigt, in deren Rahmen bis zu 1.200.000 zusätzliche Aktien ausgegeben werden können. Im ersten Halbjahr 2010 wurden, ebenso wie im Vorjahr, keine Optionen ausgeübt. Am Stichtag bestanden keine Aktienoptionen.

KAPITALRÜCKLAGE

Aufgrund der durchgeführten Kapitalerhöhung hat sich die Kapitalrücklage um TEUR 1.822 erhöht, da die neuen Aktien zu Marktpreisen emittiert wurden. Der den rechnerischen Nennwert von EUR 1,00 übersteigende Betrag wird gem. § 272 Abs. 2 HGB als Agio in der Kapitalrücklage erfasst.

EIGENE AKTIEN

Am 28. Mai 2010 hat die Hauptversammlung den Vorstand ermächtigt, bis zum 27. November 2015 insgesamt bis zu 10 Prozent der ausstehenden Aktien der Gesellschaft zu erwerben. Der Gesellschaft stehen aus eigenen Aktien keine Dividenden- oder Stimmrechte zu. Syzygy 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 30. Juni 2010 befanden sich 25.000 eigene Aktien im Bestand des Unternehmens.

ÜBRIGES KONZERNERGEBNIS

Die im übrigen Konzernergebnis zusammengefassten erfolgsneutralen Eigenkapitalveränderungen belaufen sich im ersten Halbjahr 2010 auf TEUR 1.327 (Stand zum 31. Dezember 2009: TEUR 2.446) und sind im Wesentlichen auf Kursgewinne aus Währungsumrechnungen (TEUR 1.273) sowie nicht realisierte Gewinne aus Wertpapieren (TEUR 54) zurückzuführen.

BILANZGEWINN

Grundlage für Dividendenausschüttungen ist das im deutschen handelsrechtlichen Einzelabschluss ausgewiesene ausschüttungsfähige Eigenkapital. Die Hauptversammlung beschloss am 28. Mai 2010 eine Dividende in Höhe von EUR 0,20 je Aktie, die ab dem 31. Mai 2010 ausgeschüttet wurde. Der verbleibende Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 6.320 wurde auf neue Rechnung vorgetragen und führt zu einem entsprechenden Ausweis im Einzelabschluss der Syzygy AG.

Im Konzernabschluss wird zum 30. Juni 2010 ein Bilanzgewinn in Höhe von TEUR 7.473 ausgewiesen.

SONSTIGE VERBINDLICHKEITEN

Die sonstigen Verbindlichkeiten haben sich im ersten Halbjahr 2010 aufgrund der erfolgten nachgelagerten Kaufpreiszahlung (Earn-Out-Zahlung) für die Anteile an Unique Digital Marketing deutlich auf TEUR 728 (TEUR 6.013 am 31. Dezember 2009) reduziert. Annähernd die Hälfte des Kaufpreises wurde durch die Ausgabe neuer Aktien getilgt, während der verbleibende Teil in bar abgegolten wurde.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

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

Die Syzygy AG als Holdinggesellschaft erbringt Serviceleistungen an die operativen Einheiten und ist deshalb von diesen getrennt zu betrachten. Das Segment Großbritannien umfasst Syzygy UK Ltd, Unique Digital Marketing Ltd, Hi-ReS! London Ltd und Mediopoly Ltd. Das Segment Deutschland enthält die Syzygy Deutschland GmbH und die unquedigital GmbH. Die einzelnen Segmente wenden dieselben Rechnungslegungsgrundsätze wie der Gesamtkonzern an.

Die Syzygy AG beurteilt die Leistungen der Segmente unter anderem anhand des Umsatzes und des operativen Gewinns (EBIT). 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 und gemindert um die Forderungen, die auf Unternehmen des gleichen Segments entfallen.

Die Segmentinvestitionen umfassen Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die Segmentschulden entsprechen der Summe aller Passiva ohne Eigenkapital, gemindert um die Verbindlichkeiten, die auf Unternehmen des gleichen Segments entfallen.

30. Juni 2010

[TEUR]	DEUTSCHLAND	GROSSBRITANNIEN	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
Umsatzerlöse, brutto	24.297	18.535	-293	42.539
Mediakosten	-15.682	-13.194	0	-28.876
Umsatzerlöse, netto	8.615	5.341	-293	13.663
Innenumsätze	25	0	0	25
Operatives Ergebnis (EBIT)	1.795	656	-743	1.708
Finanzergebnis	25	5	542	572
Jahresüberschuss	1.818	382	-610	1.590
Vermögenswerte	21.227	21.803	12.311	55.341
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.841	10.850	0	19.691
Investitionen	98	38	3	139
Abschreibungen	267	117	4	388
Segmentschulden	10.145	6.290	123	16.558

30. Juni 2009

[TEUR]	DEUTSCHLAND	GROSSBRITANNIEN	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
Umsatzerlöse, brutto	19.513	20.934	-887	39.560
Mediakosten	-11.418	-13.154	0	-24.572
Umsatzerlöse, netto	8.095	7.780	-887	14.988
Innenumsätze	0	0	0	0
Operatives Ergebnis (EBIT)	1.530	1.215	-614	2.131
Finanzergebnis	29	38	475	542
Jahresüberschuss	1.317	876	-139	2.054
Vermögenswerte	17.762	23.712	11.536	53.010
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.842	9.770	0	18.611
Investitionen	143	141	5	289
Abschreibungen	212	112	8	330
Segmentschulden	7.180	12.675	-891	18.965

DIRECTORS' DEALINGS

Wertpapiergeschäfte des Managements von börsennotierten Aktiengesellschaften mit Aktien des eigenen Unternehmens bezeichnet man als Directors' Dealings. Im Berichtszeitraum haben die Organmitglieder keine Syzygy Aktien erworben oder veräußert. Andy Stevens hat im Rahmen der Earn-Out-Zahlung für Unique Digital Marketing 375.000 Aktien zu Marktpreisen erhalten.

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

Vorstände: Aktien

[Stückzahl]	MARCO SEILER	FRANK WOLFRAM	ANDREW STEVENS	SUMME
Stand 31.12.2009	622.279	5.500	0	627.779
Käufe	0	0	375.000	375.000
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 30.06.2010	622.279	5.500	375.000	1.002.779

Aufsichtsräte: Aktien

[Stückzahl]	MICHAEL MÄDEL	ADRIAAN RIETVELD	WILFRIED BEECK	SUMME
Stand 31.12.2009	0	10.000	120.000	130.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 30.06.2010	0	10.000	120.000	130.000

Die Vorstandsmitglieder und Aufsichtsratsmitglieder halten keine Optionen.

AKTIONÄRSSTRUKTUR

Die Aktionärsstruktur zum 30. Juni 2010 hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert. Die WPP-Gruppe hält 27,91 Prozent, Marco Seiler 4,85 Prozent und Andrew Stevens 2,92 Prozent der Aktien, so dass der Streubesitz nunmehr 64,32 Prozent beträgt. Die Gesamtzahl der Aktien betrug zum Stichtag 12.828.450 Stück.

**VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
GEMÄSS §37Y WPHG I. V. M. §37W ABS. 2 NR. 3
WPHG**

„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 29. Juli 2010

Syzygy AG

Der Vorstand



SMALL CAP CONFERENCE, FRANKFURT

30. August – 1. September 2010

9-MONATSBERICHT 2010

29. Oktober 2010

DEUTSCHES EIGENKAPITALFORUM, FRANKFURT

22.-24. November 2010

MÜNCHENER KAPITALMARKTKONFERENZ

8. Dezember 2010

SYZYGY AG

Investor Relations
Im Atzelnest 3
61352 Bad Homburg
Tel +49 (0)6172 9488 251
Fax +49 (0)6172 9488 272
E-Mail ir@syzygy.net
syzygy.net

SYZYG.NET



Mix

Produktgruppe aus vorbildlich
bewirtschafteten Wäldern und
anderen kontrollierten Herkünften

Zert.-Nr. SGS-COC-007192
www.fsc.org
©1996 Forest Stewardship Council