



ZWISCHEN
BERICHT
ZUM 31.3.2009

Q109

FINANZKENNZAHLEN DER SYZGY AG

ABB. 1, SEITE 2

NETTO-UMSATZERLÖSE UND EBITA-MARGE

IN TEUR

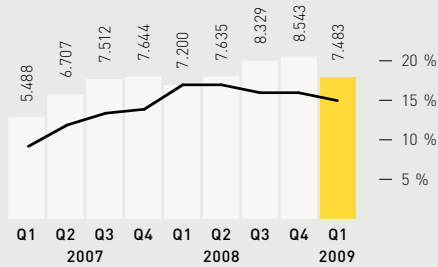
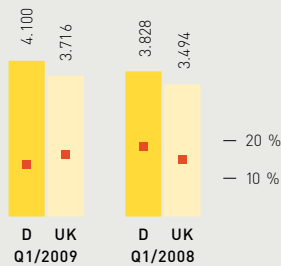


ABB. 2, SEITE 2/3

NETTO-UMSATZERLÖSE UND EBITA-MARGE NACH REGIONEN



■ UNKONSOLIDIERTE NETTO-UMSÄTZE IN TEUR
■ EBITA-MARGE IN %

ABB. 3, SEITE 3

UMSATZVERTEILUNG NACH BRANCHEN

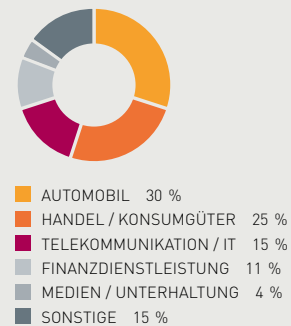
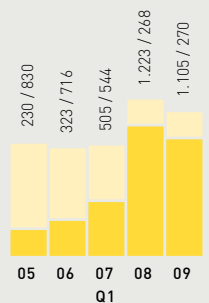


ABB. 4, SEITE 2/3

VERHÄLTNIS VON OPERATIVEM ERGEBNIS UND FINANZERGEBNIS

IN TEUR



■ OPERATIVES ERGEBNIS
■ FINANZERGEBNIS

ABB. 5, SEITE 4

KONZERNERGEBNIS

IN TEUR

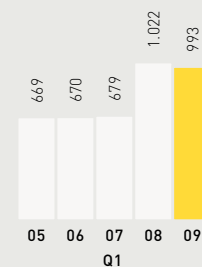


ABB. 6, SEITE 4
ERGEBNIS JE AKTIE
 IN EUR

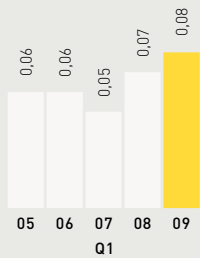


ABB. 7, SEITE 4
ENTWICKLUNG DES OPERATIVEN CASHFLOWS
 IN TEUR

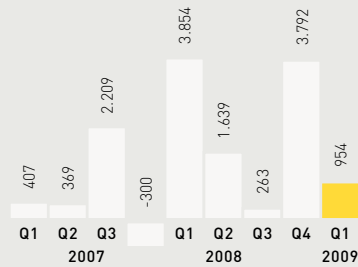


ABB. 8, SEITE 4
BILANZSTRUKTUR

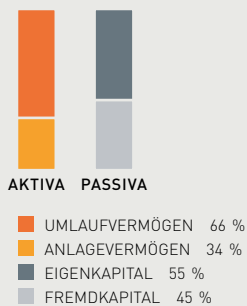


ABB. 9, SEITE 3
ANLAGESTRUKTUR DER LIQUIDEN MITTEL UND WERTPAPIERE

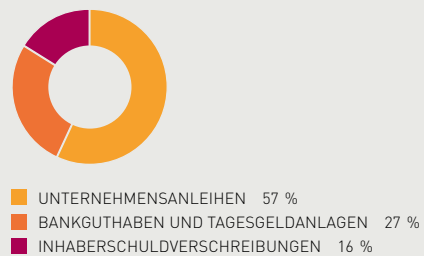


ABB. 10, SEITE 4
MITARBEITERSPLIT NACH FUNKTIONEN

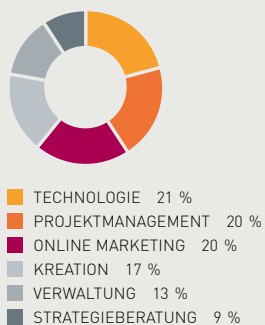
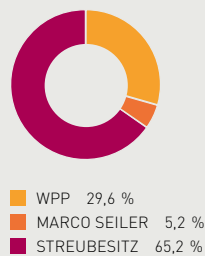


ABB. 11, SEITE 13
AKTIONÄRSSTRUKTUR



INHALT

1	/	GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS
1	/	MARKTUMFELD
2	/	UMSATZERLÖSE
2	/	OPERATIVES ERGEBNIS (EBITA) UND EBITA-MARGE
2	/	SEGMENTBERICHTERSTATTUNG
3	/	BETRIEBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN
3	/	LIQUIDE MITTEL UND WERTPAPIERE – FINANZERGEBNIS
4	/	KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE
4	/	OPERATIVER CASHFLOW
4	/	BILANZSTRUKTUR
4	/	INVESTITIONEN, FORSCHUNG & ENTWICKLUNG
4	/	MITARBEITER
5	/	RISIKOMANAGEMENT
5	/	AUSBLICK UND STRATEGIE
6	/	KONZERNBILANZ
7	/	KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
8	/	KONZERNKAPITALFLUSSRECHNUNG
9	/	KONZERNEIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
10	/	KONZERNANHANG
14	/	FINANZKALENDER
14	/	KONTAKT

GESCHÄFTSENTWICKLUNG UND LAGE DES KONZERNS



	31.03.2009	31.03.2008	VORJAHR
	TEUR	TEUR	Δ
Brutto-Umsatzerlöse	19.020	16.807	13 %
Netto-Umsatzerlöse	7.483	7.200	4 %
EBITDA	1.254	1.371	-9 %
EBITA	1.105	1.223	-10 %
EBITDA-Marge	17 %	19 %	-2pp
EBITA-Marge	15 %	17 %	-2pp
Finanzergebnis	270	268	1 %
Konzernergebnis	993	1.022	-3 %
Ergebnis je Aktie (EUR)	0,08	0,07	14 %
Zahl der Mitarbeiter (Ende März)	272	243	12 %
Liquide Mittel und Wertpapiere	27.163	25.716	6 %
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	954	3.854	-75 %

MARKTUMFELD

Syzygy ist eine europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit Standorten in Frankfurt, Hamburg und London. Mit rund 300 Mitarbeitern erbringt der Konzern für europäische Großunternehmen hochwertige Dienstleistungen in den Bereichen Webdesign und Online Marketing. In beiden Geschäftsbereichen bestehen sehr gute Wachstumsaussichten, da Unternehmen ihre Marketingausgaben zunehmend von den klassischen Medien auf das Internet transferieren. Zum einen, da die Bedeutung des Internet im individuellen Medienmix der Menschen nach wie vor wächst, wie etwa die ARD/ZDF-Onlinestudie 2008 oder die internet facts 2008-III der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) eindrucksvoll belegen; zum anderen, da das Web aufgrund seiner hohen Transparenz gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten für Marketingverantwortliche attraktiv ist: Kein anderes Medium ist so performanceorientiert und erlaubt eine vergleichbar detaillierte Kontrolle der Werbeeffizienz und -wirkung.

Der Wachstumstrend für Online-Werbung wird in Deutschland daher weiterhin anhalten, wenn auch krisenbedingt mit gebremster Dynamik. So ermittelte Nielsen Media für das erste Quartal 2009 ein Umsatzplus von 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, während die Investitionen in klassische Medien wie Fernsehen und Publikumszeitschriften rückläufig waren (-2,5 Prozent). Für das Gesamtjahr 2009 prognostiziert der Online-Vermarkterkreis (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) ein Wachstum der Online-Werbung von 10 Prozent auf über EUR 4,0 Mrd.

Aufgrund der unsicheren Wirtschaftssituation geht das International Advertising Bureau in Großbritannien (iab UK) für 2009 von gleichbleibenden Werbeinvestitionen in den Online-Markt aus, während dem Werbemarkt als Ganzes ein zweistelliger Rückgang vorausgesagt wird. Das Internet wird seinen Anteil am gesamten Werbebudget also weiter ausbauen können. Bereits Ende 2008 verbuchte das Web in Großbritannien ein Fünftel aller Werbeausgaben für sich. In Deutschland lag dieser Wert laut OVK bei rund 15 Prozent.

UMSATZERLÖSE

Die Brutto-Umsatzerlöse, in denen die durchlaufenden Kosten der beiden Online Marketing-Gesellschaften enthalten sind, entwickelten sich auch im ersten Quartal 2009 sehr positiv. Sie beliefen sich zum Quartalsende auf TEUR 19.020, das sind 13 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum (TEUR 16.807).

Demgegenüber fiel der Anstieg der Netto-Umsatzerlöse mit 4 Prozent auf TEUR 7.483 schwächer aus. Dieses geringere Wachstum hat im Wesentlichen zwei Gründe: Auf der einen Seite wirkten sich der Rückgang des Umrechnungskurses GBP / EUR negativ auf die Entwicklung der Netto-Umsatzerlöse aus. Im Berichtszeitraum wurden die Umsatzerlöse mit einem Durchschnittskurs von EUR 1,10 zu einem britischen Pfund umgerechnet, im Vorjahresquartal wurde ein Kurs von EUR 1,32 zugrundegelegt. Bei konstanten Währungskursen hätte das Wachstum 13 Prozent betragen.

Darüber hinaus kam es im Geschäftsbereich Online Marketing zu Umsatzeinbußen, da sich der Suchmaschinenanbieter Google seine Monopolstellung zu Nutze gemacht hat und Agenturen seit Jahresbeginn keine Rückvergütungen nach dem Best-Practice-Funding-Modell mehr zahlt.

OPERATIVES ERGEBNIS (EBITA) UND EBITA-MARGE

Währungseffekte und der Wegfall der Google-Rückvergütungen machten sich auch beim operativen Ergebnis negativ bemerkbar. Das EBITA betrug TEUR 1.105 und lag damit 10 Prozent unter dem Wert des Vergleichszeitraums (TEUR 1.223). Auf Basis konstanter Währungskurse wäre das operative Ergebnis leicht um 1 Prozent gestiegen. Bei gleichzeitigem Anstieg der Betriebskosten sank die EBITA-Marge um zwei Prozentpunkte auf 15 Prozent.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Syzygy unterscheidet in der Segmentberichterstattung nach geographischen Kriterien (Primärsegment) sowie nach den Geschäftsbereichen Online Marketing und Design & Build (Sekundärsegment).

Im Primärsegment entwickelten sich die Brutto-Umsatzerlöse der britischen Gesellschaften besonders dynamisch und stiegen um 26 Prozent auf TEUR 9.229. Dieses Wachstum ist vor allem auf deutlich höhere Umsätze im Online Marketing-Geschäft (Billings) zurückzuführen. Die deutschen Agenturen erwirtschafteten im gleichen Zeitraum Brutto-Umsatzerlöse von TEUR 10.124, das entspricht im Jahresvergleich einem Plus von 5 Prozent.

Da sich ein Zuwachs der Billings nicht im gleichen Maße in den Netto-Umsatzerlösen widerspiegelt, fielen hier die Wachstumsraten ausgeglichener aus: Sie betragen 7 Prozent für Deutschland (TEUR 4.100) bzw. 6 Prozent für Großbritannien (TEUR 3.716).

Hinsichtlich ihrer Profitabilität haben sich die beiden Segmente weiter angeglichen: Unter Berücksichtigung der Holdingkosten ergaben sich EBITA-Margen von 16 Prozent (UK) bzw. 14 Prozent (Deutschland).

Bei der Betrachtung des Sekundärsegmentes macht sich der Wegfall der Google-Rückvergütungen besonders bemerkbar: Das Geschäftsfeld Online Marketing verzeichnet im Jahresvergleich Einbußen der Netto-Umsatzerlöse von über 8 Prozent auf nunmehr TEUR 1.979. Durch die positive Entwicklung im Design & Build-Bereich konnten diese jedoch leicht überkompensiert werden. Hier betrug das Wachstum rund 11 Prozent auf TEUR 5.749.

Die Umsätze mit Kunden aus dem Bereich Automobil sind im Zuge der Wirtschaftskrise deutlich zurückgegangen. In der Verteilung nach Branchen machten sie im ersten Quartal des Jahres 30 Prozent der Umsatzerlöse aus. 2008 lag dieser Wert noch bei 41 Prozent.

Die Bedeutung von Kunden aus Telekommunikation und IT blieb mit 15 Prozent nahezu konstant, eine leichte Steigerung auf 11 Prozent verzeichnete der Bereich der Finanzdienstleistungen.

Deutlichen Zuwachs gab es im Segment „Handel und Konsumgüter“. Dieses umfasst seit dem Geschäftsbericht 2008 auch Kunden der Lebensmittelbranche, die bislang unter der Rubrik „Sonstige“ zusammengefasst worden waren. Der Anstieg des Umsatzanteils von 8 Prozent auf 25 Prozent ist sowohl auf die modifizierte Verteilung, als auch auf signifikante Neukundengewinne wie De Beers und Jägermeister zurückzuführen.

Um der zunehmenden Diversifikation des Kundenportfolios gerecht zu werden, wurde zusätzlich der Sektor „Medien und Unterhaltung“ eingeführt. In dieser Branche konnten im Berichtszeitraum 4 Prozent der Umsätze erwirtschaftet werden.

Kunden, die keinem dieser fünf Kernbereiche angehören, trugen 15 Prozent zu den Umsatzerlösen des Konzerns bei.

Insgesamt entfallen auf die zehn größten Kunden des Syzygy Konzerns rund 62 Prozent der Umsätze.

BETRIEBSAUSGABEN UND ABSCHREIBUNGEN

Das Verhältnis zwischen Herstellungskosten und Netto-Umsatzerlösen lag mit 68 Prozent über dem Vorjahreswert. Aufgrund der allgemein unsicheren Wirtschaftssituation hat die Syzygy Gruppe im ersten Quartal vermehrt freie Mitarbeiter beschäftigt, wodurch es zu einem Anstieg der Einstandskosten auf TEUR 5.113 kam. Die Höhe der Abschreibungen entsprach mit TEUR 149 dem Wert der Vergleichsperiode.

LIQUIDE MITTEL UND WERTPAPIERE / FINANZERGEBNIS

Das Finanzergebnis ist im Vergleich zum Vorjahresquartal marginal auf TEUR 270 gestiegen (Vorjahr: TEUR 268). Das leichte Wachstum ergibt sich aus dem höheren Cashbestand von TEUR 27.163 (+6 Prozent) bei gleichzeitigem Rückgang der Tagesgeldzinsen.

Die liquiden Mittel und Wertpapiere setzten sich zum Bilanzstichtag aus 27 Prozent Tagesgelder und Bankguthaben, 57 Prozent Unternehmensanleihen und 16 Prozent Inhaberschuldverschreibungen zusammen.

KONZERNERGEBNIS, STEUERAUFWAND, ERGEBNIS JE AKTIE

Das Geschäftsergebnis in Höhe von TEUR 1.375 ergibt sich aus dem operativen Ergebnis (TEUR 1.105) und dem Finanzergebnis (TEUR 270). Nach Abzug der Steuern verbleibt ein Konzernergebnis von TEUR 993, das knapp unter dem Vorjahreswert (TEUR 1.022) liegt.

Mit TEUR 382 fällt die Steuerbelastung im Vergleich zum ersten Quartal 2008 um rund ein Fünftel geringer aus. Dieser deutliche Rückgang ist auf einen Ergebnisabführungsvertrag zurückzuführen, den die Syzygy AG am 21. April 2009 mit der unquedigital GmbH, Hamburg, geschlossen hat. Die Vereinbarung entfaltet ihre Wirksamkeit rückwirkend zum 1. Januar 2009 und ermöglicht eine Steueroptimierung im Konzern.¹

Da die Syzygy AG am 17. Dezember 2008 die ausstehenden 49 Prozent der Anteile an der unquedigital GmbH übernommen hat, bestehen im Berichtszeitraum keine Minderheitenanteile mehr. Das Konzernergebnis ist daher voll den Aktionären der Syzygy AG zuzurechnen, wodurch sich ein Ergebnis je Aktie von EUR 0,08 ergibt.

OPERATIVER CASHFLOW

Der Cashflow aus operativer Tätigkeit belief sich zum 31. März 2009 auf TEUR 954 und war damit deutlich geringer als im sehr starken ersten Quartal 2008 (TEUR 3.854). Negativ wirkten sich Steuerzahlungen in Höhe von TEUR 803 sowie ein Rückgang der Kundenanzahlungen von TEUR 766 aus. Positiv wurde der Cashflow vom Netto-Ergebnis (TEUR 993) sowie von einem Forderungsrückgang in Höhe von TEUR 1.262 beeinflusst.

BILANZSTRUKTUR

Die Eigenkapitalquote des Syzygy Konzerns hat sich in den ersten drei Monaten des Jahres um 3 Prozentpunkte auf 55 Prozent verbessert. Ausschlaggebend hierfür ist in erster Linie der um rund EUR 1 Mio. gestiegene Bilanzgewinn (TEUR 7.914).

INVESTITIONEN, FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die Investitionssumme betrug in den ersten drei Monaten des Jahres TEUR 137 und lag damit unter dem Vorjahreswert von TEUR 154. 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 prinzipiell keine Aufwendungen für Forschung und Entwicklung.

MITARBEITER

Zum Ende des ersten Quartals 2009 beschäftigte die Agenturgruppe insgesamt 272 feste Mitarbeiter, das sind 12 Prozent mehr als im Vergleichszeitraum. Aufgeteilt nach Funktionen arbeitete jeweils rund ein Fünftel der Belegschaft in den Bereichen Technologie, Projektmanagement und Online Marketing, 17 Prozent waren für die Kreation verantwortlich und 9 Prozent für die Strategieberatung. 13 Prozent der Beschäftigten waren in der Verwaltung tätig. Zusätzlich zur festen Belegschaft beschäftigte die Gruppe zur Bewältigung von Auftragsspitzen bis zu 10 freie Mitarbeiter. Auf Jahresbasis betrug der Pro-Kopf-Umsatz damit TEUR 105.

¹ Voraussetzung für das endgültige Inkrafttreten des Vertrages ist die Zustimmung der Hauptversammlung am 29. Mai 2009.

RISIKOMANAGEMENT

Die Identifizierung von Einzelrisiken wird in verschiedene Risikobereiche untergliedert. Risiken werden über ein einheitliches, konzernweit angewandtes Management-, Planungs- und Berichtswesen identifiziert, quantifiziert und qualitativ bewertet.

Auf Grundlage der gegenwärtig verfügbaren Informationen sind keine Risiken feststellbar, die den Fortbestand der Syzygy AG und deren Tochtergesellschaften gefährden würden. Risikofaktoren beziehen sich auf die konjunkturelle Entwicklung im Allgemeinen, die Art des Dienstleistungsgeschäftes und die Dynamik des Marktes für Internet-Dienstleistungen.

Ausführliche Erläuterungen zu den einzelnen Risikofaktoren finden Sie im Geschäftsbericht für das Jahr 2008

AUSBLICK UND STRATEGIE

Das Jahr 2009 wird auch weiterhin von den Folgen der Immobilien- und Finanzkrise geprägt sein, deren weitere Auswirkungen sich jedoch nicht valide voraussagen lassen. Allerdings spricht vieles dafür, dass das Internet als Marketing- und Vertriebskanal gestärkt aus der Krise hervorgehen wird. Denn internetbasiertes performanceorientiertes Marketing, das eine sehr präzise Kosten-Nutzen-Analyse ermöglicht, gewinnt gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten für viele Unternehmen an Bedeutung.

Zusätzliche Attraktivität gewinnt das Internet durch die Tatsache, dass seine technischen und inhaltlichen Potenziale noch längst nicht ausgeschöpft sind. Sowohl die Anzahl der Nutzer als auch die tägliche Nutzungsdauer verzeichnen weiterhin Zuwächse, deutsche Jugendliche verbringen mittlerweile mehr Zeit im Web als

vor dem Fernseher. Und auch die Generation 60+ wird mit dem noch verhältnismäßig jungen Medium zunehmend vertrauter.

Obgleich sich die Wachstumsdynamik der Investitionen in Online-Werbung im Vergleich zu den Vorjahren abgeschwächt hat, ist sie im Vergleich zu den klassischen Medien weiterhin überdurchschnittlich. Syzygy ist davon überzeugt, dass der Markt für Internet-Lösungen mittel- und langfristig zu den interessantesten Wachstumsmärkten im Bereich professioneller Dienstleistungen gehört. Hier sehen wir uns sehr gut positioniert, da der Konzern sowohl das Webdesign-Geschäft als auch den Bereich des Online Marketings auf höchstem technischen, fachlichen und kreativen Niveau abdeckt. Auszeichnungen und Finalistenplätze bei nationalen und internationalen Wettbewerben zeugen dabei von der hohen Qualität unserer Arbeit.

Trotz der wirtschaftlich schwierigen Rahmenbedingungen ist die Agenturgruppe positiv in das neue Geschäftsjahr gestartet: Umsatzeinbußen im Kundensegment Automobil und der Wegfall der Google-Rückvergütungen konnten durch Neukunden-Gewinne und die gute Entwicklung von Bestandskunden kompensiert werden. Die Syzygy AG geht daher davon aus, auch im laufenden Geschäftsjahr Wachstum generieren zu können.

KONZERNBILANZ

AKTIVA	31.03.2009	31.03.2008	31.12.2008
	TEUR	TEUR	TEUR
Langfristige Aktiva			
Geschäftswert	18.147	16.851	18.127
Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	2.117	1.852	2.103
Sonstige langfristige Vermögensgegenstände	448	654	435
Summe langfristige Aktiva	20.712	19.357	20.665
Aktive latente Steuern	103	116	110
Kurzfristige Aktiva			
Liquide Mittel	7.417	7.800	10.991
Wertpapiere	19.746	17.916	15.223
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9.481	8.706	11.251
Sonstige Vermögensgegenstände und Rechnungsabgrenzungsposten	3.013	2.028	2.505
Summe kurzfristige Aktiva	39.657	36.450	39.970
Summe Aktiva	60.472	55.923	60.745
PASSIVA	31.03.2009	31.03.2008	31.12.2008
	TEUR	TEUR	TEUR
Eigenkapital			
Grundkapital*	12.078	12.078	12.078
Kapitalrücklage	18.385	18.385	18.385
Eigene Aktien	-116	-116	-116
Ergebnisneutrale Eigenkapitalveränderungen	-5.191	-1.562	-5.382
Bilanzgewinn	7.914	5.518	6.921
Minderheitenanteile	0	902	0
Summe Eigenkapital	33.070	35.205	31.886
Passive latente Steuern	139	0	139
Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und sonstige Rückstellungen	11.407	8.451	10.751
Erhaltene Anzahlungen	1.387	305	2.153
Steuerrückstellungen und -verbindlichkeiten	2.427	2.506	3.237
Sonstige Verbindlichkeiten	12.042	9.456	12.579
Summe Verbindlichkeiten und Rückstellungen	27.263	20.718	28.720
Summe Passiva	60.472	55.923	60.745

* Bedingtes Kapital TEUR 1.122

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG



	Q1/2009	Q1/2008	VORJAHR
	TEUR	TEUR	Δ
Brutto-Umsatzerlöse	19.020	16.807	13%
Netto-Umsatzerlöse	7.483	7.200	4%
Einstandskosten der erbrachten Leistungen	-5.113	-4.413	16%
Vertriebs- und Marketingkosten	-488	-574	-15%
Allgemeine Verwaltungskosten	-817	-1.039	-21%
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen, netto	40	49	-18%
Operatives Ergebnis	1.105	1.223	-10%
Finanzergebnis	270	268	1%
Ergebnis vor Steuern und Minderheitenanteilen	1.375	1.491	-8%
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-382	-469	-19%
Konzernergebnis	993	1.022	-3%
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	0	209	-100%
Ergebnisanteil der Aktionäre der Syzygy AG	993	813	22%
Ergebnis je Aktie aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	0,08	0,07	14%

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNKAPITALFLUSS- RECHNUNG

	31.03.2009	31.03.2008	31.12.2008
	TEUR	TEUR	TEUR
Konzernergebnis	993	1.022	4.267
Anpassungen um nicht liquiditätswirksame Effekte:			
- Abschreibungen auf Anlagevermögen	149	148	694
- sonstige nicht liquiditätswirksame Effekte	0	0	491
Veränderungen der:			
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und anderer Aktiva, die nicht der Investitions- und Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	1.262	4.653	966
- erhaltenen Anzahlungen	-766	-97	1.740
- Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	119	-1.755	974
- Steuerrückstellungen, latenten Steuern und Steuerverbindlichkeiten	-803	-117	416
Cashflow aus der operativen Tätigkeit	954	3.854	9.548
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens und der immateriellen Vermögensgegenstände	123	5	16
Veränderung der langfristigen Aktiva	-13	41	260
Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-137	-460	-1.036
Erwerb von Wertpapieren des Umlaufvermögens	-5.393	-2.760	-3.217
Verkauf von Wertpapieren des Umlaufvermögens	870	1.000	1.945
Erwerb von konsolidierten Unternehmen	0	-1.938	-1.938
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-4.550	-4.112	-3.970
Auszahlungen an Minderheitsgesellschafter	0	0	-1.276
Dividende	0	0	-1.205
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	0	0	-2.481
Cashflow gesamt	-3.596	-258	3.097
Liquide Mittel zum Jahresanfang	10.991	8.024	8.024
Konsolidierungskreisänderungen	0	34	55
Währungsveränderungen	22	0	-185
Liquide Mittel zum Periodenende	7.417	7.800	10.991

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

KONZERNEIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG



	GRUND- KAPITAL	KAPITAL- RÜCKLAGE	EIGENE AKTIEN	KUMUL. ÜBRIGES COMPRE- HENSIVE INCOME	BILANZ- GEWINN	MINDER- HEITEN- ANTEILE	SUMME EIGEN- KAPITAL
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
01. Januar 2008	12.078	18.385	-116	-983	4.496	639	34.499
Konzernergebnis					3.630		3.630
Fremdwährungsdifferenzen				-2.686			-2.686
Unrealisierte Gewinne aus Wert- papieren des Umlaufvermögens				-1.713			-1.713
Dividende					-1.205		-1.205
Erwerb Minderheitenanteile						-639	-639
31. Dezember 2008	12.078	18.385	-116	-5.382	6.921	0	31.886
01. Januar 2009	12.078	18.385	-116	-5.382	6.921	0	31.886
Konzernergebnis					993		993
Fremdwährungsdifferenzen				151			151
Unrealisierte Gewinne aus Wert- papieren des Umlaufvermögens				40			40
Dividende							0
31. März 2009	12.078	18.385	-116	-5.191	7.914	0	33.070

Der nachfolgende Anhang ist integraler Bestandteil des Konzernabschlusses.

GRUNDLAGEN FÜR DEN QUARTALS- ABSCHLUSS DES SYZYGY KONZERNS

Der nicht geprüfte Konzernabschluss für das erste Quartal des Jahres 2009 der Syzygy AG wurde nach den Vorschriften der International Financial Reporting Standards (IFRS), des International Accounting Standard Board (IASB) sowie den Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) erstellt. Die Rechnungslegungs- und Konsolidierungsgrundsätze werden wie im Konzernanhang zum Geschäftsbericht 2008 beschrieben angewendet. Ebenso werden die einzelnen Positionen der Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zu den gleichen Bewertungsgrundsätzen dargestellt, wie sie im Geschäftsbericht 2008 beschrieben und angewendet wurden. Die vorliegenden Geschäftszahlen und -angaben sind daher im Zusammenhang mit dem Geschäftsbericht zum Konzernabschluss 2008 zu lesen.

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 31. März 2009 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 befinden sich im Geschäftsbericht des Jahres 2008 ab Seite 46.

WÄHRUNGSEFFEKTE

Die Syzygy Gruppe erzielt rund 50 Prozent der Umsatzerlöse in Großbritannien. Daher wirkt sich ein steigender Euro-Kurs gegenüber dem britischen Pfund negativ auf die Entwicklung der Umsatzerlöse aus. Im ersten Quartal 2009 wurden die Umsatzerlöse mit einem Durchschnittskurs von EUR 1,10 zu einem britischen Pfund umgerechnet, während im Vorjahresquartal der Durchschnittskurs EUR 1,32 zu einem britischen Pfund betragen hat. Wären die Vorjahreswerte zum gleichen Kurs wie im Berichtsquartal umgerechnet worden, so wären die Netto-Umsatzerlöse im ersten Quartal 2008 um TEUR 582 niedriger gewesen.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Das Geschäftsfeld der Gesellschaft erstreckt sich auf den europäischen Markt. Die operativen Gesellschaften des Syzygy Konzerns werden lokal geführt und operieren in ihrem Markt weitgehend unabhängig. Vor diesem Hintergrund berichtet Syzygy das Primär-Segment gemäß IAS 14 nach geographischen Kriterien. 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 Syzygy AG als Holdinggesellschaft erbringt Serviceleistungen an die operativen Einheiten und ist deshalb von diesen getrennt zu betrachten.

Primär-Segment zum 31. März 2009

	DEUTSCHLAND	GROSS-BRITANNIEN	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Brutto-Umsatzerlöse	10.124	9.229	-333	19.020
Netto-Umsatzerlöse	4.100	3.716	-333	7.483
Operatives Ergebnis (EBITA)	769	789	-453	1.105
Finanzergebnis	19	20	231	270
Jahresüberschuss	688	637	-332	993
Vermögenswerte	18.391	23.602	18.479	60.472
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	8.842	9.305	0	18.147
Investitionen	85	71	1	157
Abschreibungen	92	54	3	149
Segmentschulden	13.677	13.652	-66	27.263

Primär-Segment zum 31. März 2008

	DEUTSCHLAND	GROSS-BRITANNIEN	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Brutto-Umsatzerlöse	9.629	7.300	-122	16.807
Netto-Umsatzerlöse	3.828	3.494	-122	7.200
Operatives Ergebnis (EBITA)	974	760	-511	1.223
Finanzergebnis	43	47	178	268
Jahresüberschuss	682	593	-253	1.022
Vermögenswerte	22.183	21.177	12.563	55.923
Davon Geschäfts- und Firmenwerte	7.922	8.929	0	16.851
Investitionen	137	16	1	154
Abschreibungen	90	57	1	148
Segmentschulden	11.851	8.032	835	20.718

Darüber hinaus lassen sich in der Syzygy Gruppe die zwei wesentlichen Dienstleistungen „Design & Build“ und „Online Marketing“ als Sekundär-Segment abbilden. Das Design & Build-Geschäft wird im Wesentlichen durch Syzygy Deutschland GmbH, Hi-ReS! London Ltd, und Syzygy UK Ltd. repräsentiert, während die Online Marketing-Dienstleistungen im Wesentlichen von unique-digital GmbH und Unique Digital Marketing Ltd. erbracht werden.

Die einzelnen Segmente wenden dieselben Rechnungslegungsgrundsätze wie der Gesamtkonzern an. Transaktionen zwischen den Segmenten wurden eliminiert.

Sekundär-Segment zum 31. März 2009

	DESIGN & BUILD	ONLINE MARKETING	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Netto-Umsatzerlöse	5.749	1.979	-245	7.483
Segmentvermögen	10.278	31.325	18.869	60.472
Segmentinvestitionen	128	28	1	157

Sekundär-Segment zum 31. März 2008

	DESIGN & BUILD	ONLINE MARKETING	ZENTRAL-FUNKTIONEN UND KONSOLIDIERUNG	SUMME
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
Netto-Umsatzerlöse	5.158	2.164	-122	7.200
Segmentvermögen	12.951	12.245	30.727	55.923
Segmentinvestitionen	146	7	1	154

EIGENE AKTIEN

Zum 31. März 2009 befanden sich 25.000 eigene Aktien im Bestand des Unternehmens. Syzygy ist berechtigt, die eigenen Aktien wieder zu veräußern, einzuziehen oder Dritten eigene Aktien 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.

DIRECTORS' DEALINGS

Wertpapiergeschäfte des Managements von börsennotierten Aktiengesellschaften mit Aktien des eigenen Unternehmens bezeichnet man als Directors' Dealings. Im Berichtszeitraum wurden von den Organmitgliedern Syzygy Aktien weder erworben noch veräußert.

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

Vorstände: Aktien

	MARCO SEILER	FRANK WOLFRAM	SUMME
	Stück	Stück	Stück
Stand 31.12.2008	622.279	5.500	627.779
Käufe	0	0	0
Verkäufe	0	0	0
Stand 31.03.2009	622.279	5.500	627.779

Die Vorstandsmitglieder halten keine Optionen.

Aufsichtsräte: Aktien

	MICHAEL MÄDEL	ADRIAAN RIETVELD	WILFRIED BEECK	SUMME
	Stück	Stück	Stück	Stück
Stand 31.12.2008	0	10.000	120.000	130.000
Käufe	0	0	0	0
Verkäufe	0	0	0	0
Stand 31.03.2009	0	10.000	120.000	130.000

AKTIONÄRSSTRUKTUR

Die Aktionärsstruktur zum 31. März 2009 hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verändert. Die WPP-Gruppe hält 29,6 Prozent und Marco Seiler 5,2 Prozent der Aktien, so dass der Streubesitz nunmehr 65,2 Prozent beträgt. Die Gesamtzahl der Aktien betrug zum Stichtag 12.078.450 Stück.

Bad Homburg v. d. H., den 30. April 2009

Syzygy AG

Der Vorstand

FINANZKALENDER 2009 DER SYZYGY AG

HAUPTVERSAMMLUNG 2009

29. Mai 2009

HALBJAHRESBERICHT 2009

31. Juli 2009

SMALL CAP CONFERENCE, FRANKFURT

31. August – 2. September 2009

9-MONATSBERICHT 2009

29. Oktober 2009

DEUTSCHES EIGENKAPITALFORUM, FRANKFURT

9.-11. November 2009

MKK – MÜNCHNER KAPITALMARKTKONFERENZ

8.-9. Dezember 2009

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

www.syzygy.net