

HV-Bericht

Syzygy AG

WKN 510480 ISIN DE0005104806

virtuelle HV am 05.07.2022

***Bestes operatives Ergebnis der Firmengeschichte –
Dividende steigt auf 0,20 Euro***

Tagesordnung

1. Vorlage des festgestellten Jahresabschlusses und des gebilligten Konzernabschlusses nebst Lagebericht und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2021, des Berichts des Aufsichtsrats und des erläuternden Berichts des Vorstands zu den Angaben gemäß §§ 289a und 315a HGB
2. Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2021
(Vorschlag: Ausschüttung von 0,20 EUR Dividende je dividendenberechtigter Stückaktie)
3. Entlastung des Vorstands für das Geschäftsjahr 2021
4. Entlastung des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2021
5. Ergänzungswahl zum Aufsichtsrat
(Vorschlag: Frau Antje Mecklenbeck-Neubauer, Düsseldorf)
6. Vergütung des Aufsichtsrats
7. Wahl des Abschlussprüfers und des Konzernabschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2022
(Vorschlag: BDO AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Frankfurt am Main)
8. Beschlussfassung über die Billigung des nach § 162 AktG erstellten und geprüften Vergütungsberichts für das Geschäftsjahr 2021

HV-Bericht Syzygy AG

Die Hauptversammlung der SYZGY AG mit Vorlage des Jahresabschlusses 2021 fand am 5. Juli 2022 statt. Mit Blick auf die anhaltende Covid-19-Pandemie hatten sich Vorstand und Aufsichtsrat erneut zum Abhalten einer virtuellen Veranstaltung ohne physische Präsenz der Aktionäre entschieden. Für GSC Research berichtet Matthias Wahler über den Verlauf der Versammlung.

Die neue Aufsichtsratsvorsitzende Antje Mecklenbeck-Neubauer eröffnete die Versammlung um 10 Uhr und startete mit einer persönlichen Vorstellung. Sie ist nach der Amtsniederlegung ihres Vorgängers Wilfried Beeck am 7. September 2021 gerichtlich als neues Aufsichtsratsmitglied bestellt worden. Den Vorsitz übernahm sie neun Tage später. Unter TOP 5 stand sie zur Wahl durch die Hauptversammlung auf der Tagesordnung.

Nachfolgend teilte Frau Neubauer mit, dass neben ihr selbst von der Verwaltung die drei Vorstandsmitglieder Franziska von Lewinski (CEO), Frank Ladner (CTO) und Erwin Greiner (CFO) anwesend sind. Die beiden Aufsichtsratskollegen verfolgten die Versammlung über das Internet. Das Protokoll führte Notar Roland Bergfeld aus Frankfurt. Zudem war Thomas Wagner als Stimmrechtsvertreter vor Ort zugegen.

Nachfolgend erläuterte die Vorsitzende die Formalien und informierte über die wesentlichen Punkte aus Sicht des Aufsichtsrats. Das Kontrollgremium hat sich im Geschäftsjahr 2021 zu insgesamt sechs ordentlichen Sitzungen jeweils unter Beisein des Vorstands zusammengefunden und zudem einen Beschluss im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst.

Nach diesen Erläuterungen übergab sie das Wort an den Vorstand.

Bericht des Vorstands

CEO Franziska von Lewinski zeigte sich zufrieden mit dem Verlauf des Geschäftsjahres 2021. Die Gruppe entwickelte sich kraftvoll und ist zurück auf Wachstumskurs. Mit einem EBIT von 6,4 Mio. Euro wird das beste operative Ergebnis der Unternehmensgeschichte ausgewiesen und alle Tochtergesellschaften leisteten ihren Beitrag zu dem Erfolg. Auch das internationale Geschäft entwickelte sich gut. „Die Strategie greift“, freute sich die Vorstandsvorsitzende.

Erstmals positionierte sich SYZGY nach ihrer Angabe im vergangenen Jahr mit der Marke „SYZGY GROUP“ als Gruppe am Markt. Für die Kunden wird es damit noch einfacher, die integrierten Angebote in Anspruch zu nehmen. Mit dieser neuen Aufstellung konnten auch schon Neukunden gewonnen werden. Die einzelnen Tochtergesellschaften positionieren sich weiterhin als Spezialisten, organisieren sich jedoch zusätzlich in integrierten Teams. Als vorteilhaft erachtet Frau von Lewinski das Auftreten als SYZGY GROUP auch bei der Mitarbeitergewinnung.

An der Aufstellung mit sechs Spezialisten-Marken hat sich nichts geändert. In der SYZGY selbst mit ihren Standorten in Frankfurt, London, München, Warschau und New York geht es um die digitale Transformation schwerpunktmäßig in Marketing und Vertrieb. Daneben gibt es die Strategieberatung „different“ in Berlin, die Kreativereinheit Ars Thanea in Warschau sowie die Einheit SYZGY XRealities, die sich mit Themen wie Virtual Reality oder Augmented Reality beschäftigt.

SYZGY Techsolutions mit Sitz in Bad Homburg beschäftigt eine Vielzahl von Entwicklern, die tief in die digitale Transformation einsteigen mit dem Ziel, Prozesse zu verbessern. Sie entwickeln auch Online-Shops, Internetplattformen und CRM-Systeme. Die Einheit SYZGY Performance an den Standorten Hamburg und München ist stark in den Bereichen Performance Marketing, Media und Daten unterwegs. Schließlich ist es wichtig, dass die Angebote auch sichtbar werden und Reichweite generieren. Zentrale Bedeutung hat es für die Vorstandsvorsitzende aber vor allem, die einzelnen Spezialisten zusammenzubringen. Sie ist überzeugt, dass sich in Summe mehr ergibt als die einzelnen Teile.

Die folgende Folie enthielt eine Liste mit den größten Fullservice-Anbietern in der digitalen Transformation im deutschen Markt. In diesem Ranking ist SYZGY um drei Plätze auf Rang 13 nach hinten gerutscht. Als wesentlichen Grund sieht die Firmenchefin, dass sich viele Mitbewerber in der Marktkonsolidierung anorganisch verstärkt haben, während SYZGY derzeit auf organisches Wachstum setzt. In den Rankings „digitale Transformation und Strategie“ sowie „digitale Werbung und Kommunikation“ ist SYZGY mit Platz fünf und sechs hingegen nach wie vor gut positioniert.

Sodann präsentierte Frau von Lewinski einige konkrete Arbeitsbeispiele, um aufzuzeigen, was SYZYGY eigentlich macht. So ist SYZYGY unter anderem bereits seit sechs Jahren digitale Lead-Agentur für BMW Motorrad und begleitet das Unternehmen bei der Transformation von einer technologiebasierten hin zu einer Lifestyle-Marke. Die Prozesse wurden angepasst und weiterentwickelt. Die Tätigkeit umfasst das gesamte digitale Ökosystem.

Auch Wempe, einer der führenden Juweliere für Luxusuhren und Luxusschmuck, befindet sich mitten in der Transformation. Das Unternehmen möchte seine Produkte künftig verstärkt online verkaufen, dabei aber auch die Filialen mit einbeziehen. Auf diesem Weg wurde Wempe von SYZYGY begleitet. Es gelang, die Online-Anwendungen spürbar sichtbarer zu machen und die Online-Umsätze zu steigern, ohne dabei die Filialen aus dem Blick zu lassen.

Eine andere Herausforderung ergab sich bei Solarwatt. Der Photovoltaik-Hersteller ist im B2B-Bereich bereits gut positioniert und wollte nun zusätzlich stärker in das Endkundengeschäft einsteigen. SYZYGY begleitete ihn bei dieser Neupositionierung. Und beim polnischen Unternehmen iTaxi ging es darum, die App so zu gestalten, dass die Kunden noch schneller und einfacher zur Buchung kommen. Schließlich entscheidet sich in den ersten Minuten, ob sie das Angebot wirklich nutzen.

An dieser Stelle präsentierte Frau von Lewinski eine Übersicht mit den großen Kunden der Gruppe, auf der sich viele namhafte Unternehmen wie Paypal, die Deutsche Bank, Mazda, BMW, die Lufthansa Group, O2, Continental und Kyocera finden. Stolz ist die Firmenchefin insbesondere auf die vielen langjährigen Partnerschaften, die sich für beide Seiten lohnen. Bei einer langen Zusammenarbeit werden die Prozesse und Projekte immer besser.

Natürlich ist aber auch kontinuierliches Neugeschäft wichtig, um organisches Wachstum zu erreichen. Neben den bereits genannten Unternehmen Solarwatt und iTaxi konnten hier im vergangenen Jahr weitere große Namen wie Hilti, Hymer, Miles & More, der Elektrobike-Hersteller RAD Power Bikes aus Seattle sowie die Frankfurter Buchmesse und das Bundespresseamt neu als Kunden gewonnen werden.

Insgesamt sieht die Vorstandsvorsitzende SYZYGY mit der Fokussierung auf das Digitale bestens aufgestellt. Zwar gibt es auch andere Anbieter in diesem Bereich, die aber noch stärker spezialisiert sind. SYZYGY bietet hingegen alle Services an, die für digitale Erlebnisse heute wichtig sind, und ist damit in einer Welt, in der sich die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens letztlich im Digitalen entscheidet, sehr gut positioniert. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend noch einmal verstärkt.

Tatsächlich erfolgt die Kontaktaufnahme zwischen Kunde und Unternehmen heute oftmals rein digital. Das Digitale entscheidet also über die Positionierung am Markt. Entsprechend wachsen die weltweiten Ausgaben für digitale Werbung kontinuierlich an und überstiegen im vergangenen Jahr erstmals die Ausgaben für klassische Werbung. Als Vorteil sieht die Vorstandsvorsitzende auch, dass SYZYGY mit der Fokussierung auf das Digitale in Krisenzeiten relativ resilient ist.

Insgesamt sieht Frau von Lewinski SYZYGY gut im Markt positioniert. Allerdings entwickeln sich auch die Wettbewerber weiter. Selbst viele klassische Agenturen bauen immer mehr Digital-Know-how auf. Insofern ist es wichtig, täglich daran zu arbeiten, die Services weiterzuentwickeln.

An dieser Stelle übernahm CTO Frank Ladner und ging näher auf verschiedene technische Details ein. Er bestätigte die Einschätzung der Vorstandsvorsitzenden, dass es vielfältige Fähigkeiten und eine ständige Weiterentwicklung der Angebote braucht, um den Kunden, Stichwort „Customer Journey Management“, jeweils eine optimale Leistung bieten zu können. Nur so kann es gelingen, namhafte Neukunden zu gewinnen.

Große Bedeutung hat nach seiner Aussage in diesem Kontext die Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen. Als größte benannte er Google, Facebook, Xing und LinkedIn sowie die Cloud-Sparten von Microsoft und Amazon. Mit diesen Unternehmen werden auch gemeinsame Vertriebsaktivitäten getätigt. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl weiterer Technologiepartner wie Salesforce, Adobe oder Shopify, deren Technologien eingesetzt werden.

SYZYGY Techsolutions sieht Herr Ladner als das Systemhaus der SYZYGY GROUP, das Technologien implementiert und betreibt. Letztlich geht es darum, individualisierte Softwarelösungen für die jeweiligen Kunden zu entwickeln, auszurollen und gegebenenfalls auch zu managen. Im Zuge der Strategieanpassung wurde die Marke „Techsolutions“ im vergangenen Jahr gelauncht, um dem Implementierungs- und Betriebsgeschäft ein eigenes Gesicht zu geben. Die Technologie-Hubs in Bad Homburg und Warschau zeigen eine dynamische Entwicklung.

Im Anschluss informierte Frau von Lewinski über die aktuelle Situation betreffend den Krieg in der Ukraine. Wie sie darlegte, hat SYZGY nach wie vor Partner in der Ukraine, die auch weiterhin arbeitsfähig sind. Und sie haben einhellig klargestellt, dass sie gerne weiterhin mit SYZGY zusammenarbeiten wollen. Genau das werde man tun und sie unterstützen, wo man könne.

Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf kann die Vorstandschefin nicht erkennen. Allenfalls spürt sie Stand heute eine leichte Zurückhaltung in der Automobilbranche. Projektstopps wurden allerdings noch nicht ausgesprochen und insgesamt gibt es weiterhin viele Anfragen, was das Thema Digitalisierung angeht. Sie sieht an der nach wie vor soliden Entwicklung, dass das Geschäftsmodell relativ resilient ist.

Als große Herausforderung sieht Frau von Lewinski allerdings die Mitarbeitergewinnung. Der Personalengpass, der sich seit Jahren abzeichnet, hat sich in den letzten Monaten noch verschärft. Wenn es einen limitierenden Faktor für das weitere Wachstum gibt, ist dies ihrer Meinung nach das Thema Talente. Sie hofft, dass sich die Stärkung der Marken am Markt nicht nur positiv auf die Kundengewinnung, sondern auch auf die Mitarbeitergewinnung auswirkt.

Den Finanzteil übernahm der langjährige CFO Erwin Greiner. Er freute sich, für das Geschäftsjahr 2021 von einem Wachstum von 8 Prozent auf 60,1 (Vorjahr: 55,5) Mio. Euro berichten zu können. Das Niveau vor der Corona-Krise von rund 65 Mio. Euro wurde damit allerdings noch nicht wieder erreicht. Er hofft, dass es im laufenden Jahr gelingt, wieder an diese Werte anzuknüpfen.

Das EBIT konnte deutlich überproportional um 60 Prozent auf 6,4 (4,0) Mio. Euro ausgeweitet werden und erreichte damit das höchste Niveau seit der Gründung. Positiv wirkte sich aus, dass das Pandemie-Jahr in der Gruppe genutzt wurde, um Strukturen zu vereinfachen, Gesellschaften zu fusionieren und insgesamt Kosten zu senken. Die EBIT-Marge erreichte mit 10,6 (7,2) Prozent erstmals den schon seit Langem angestrebten zweistelligen Wert.

Das Finanzergebnis war mit minus 1,0 (minus 0,7) Mio. Euro negativ. Zum Teil liegt dies nach Angabe von Herrn Greiner an Währungseffekten und zum Teil an den Vorgaben der Bilanzierung nach IFRS. Dennoch konnten das Konzernergebnis und das Ergebnis je Aktie auf 4,1 (2,1) Mio. Euro bzw. 0,30 (0,15) Euro verdoppelt werden. Es gelang jedoch noch nicht, an die früheren Rekordwerte anzuschließen. Die Eigenkapitalrendite erreichte wieder 7 (4) Prozent. Nach wie vor ist es das Ziel, diese Kennzahl auf 10 Prozent zu steigern.

Nachfolgend ging der Finanzchef näher auf die regional gegliederten Segmente ein. Der Kernmarkt von SYZGY ist nach wie vor Deutschland mit einem Anteil von 78 Prozent am Gesamtumsatz. Weitere 12 Prozent entfallen auf Großbritannien und die restlichen 10 Prozent verteilen sich auf die USA, Polen und die sonstigen Märkte.

In Deutschland entwickelt sich das Geschäft weiterhin positiv. Die EBIT-Marge erreichte mit 14 Prozent sogar ein neues Rekordniveau. In Großbritannien ist nach der tiefen Restrukturierung der beiden Vorjahre, die mit Verlust abgeschlossen worden waren, der Turnaround gelungen. Nach der Fokussierung auf Performance und Strategie war das Geschäft im Berichtsjahr wieder profitabel und der Ausblick ist positiv. Die Umsätze bewegen sich allerdings auf einem niedrigeren Niveau.

In den USA ging ein Großkunde verloren. Jedoch gelang es, durch Restrukturierungsmaßnahmen die Kosten zu senken. Zugleich gelang es, neues Geschäft aufzubauen, womit das Segment wieder deutlich profitabel war. Sehr gut lief es in Polen und den übrigen Märkten mit einem starken Wachstum und hoher Profitabilität. Der Turnaround ist auch hier nachhaltig gelungen.

Aus der Bilanz griff Herr Greiner insbesondere die Geschäfts- und Firmenwerte heraus, die mit 55,0 (57,3) Mio. Euro annähernd die Hälfte der Bilanzsumme von 113,3 (112,6) Mio. Euro ausmachen. Wie er darlegte, ist dieser Vermögenswert in den letzten 15 Jahren durch Akquisitionen entstanden. Die Werthaltigkeit wird jedes Jahr neu geprüft. Auf dieser Basis wurde im vergangenen Jahr eine Abschreibung von 2,8 Mio. Euro vorgenommen.

Die liquiden Mittel reduzierten sich auf 2,1 (5,6) Mio. Euro. Im Wesentlichen resultiert dies daraus, dass mit Blick auf die aktuelle Zinssituation bewusst Fremdkapital abgebaut wurde. Die Verbindlichkeiten gingen auf 57,1 (59,0) Mio. Euro leicht zurück. Das Eigenkapital erhöhte sich mit dem positiven Ergebnis auf 56,2 (53,6) Mio. Euro. Die Eigenkapitalquote stieg auf 50 (48) Prozent. Zufrieden ist der Finanzvorstand auch mit dem operativen Cashflow, der sich mit 8,1 (10,0) Mio. Euro auf einem sehr guten Niveau bewegt.

Als wichtige Kennzahl außerhalb der Bilanz sieht der Vorstand den Umsatz pro Mitarbeiter, der mit einem Anstieg auf 108 (99) TEUR den höchsten Wert seit Langem erreichte. Auch hier spiegelt sich die erhöhte Profitabilität wider.

Mit den zehn größten Kunden erwirtschaftete SYZYGY im Berichtszeitraum 45 (46) Prozent der Umsätze. Wie Herr Greiner erläuterte, sind große Kunden wichtig, weil mit diesen besonders effizient gearbeitet werden kann. Auf der anderen Seite soll eine zu starke Abhängigkeit vermieden werden. Angestrebt wird deshalb eine ausreichende Diversifizierung. In den letzten Jahren entwickelte sich der Wert relativ stabil mit leicht abnehmender Tendenz.

Im ersten Quartal 2022 setzte sich die positive Entwicklung fort. Der Umsatz legte um 13 Prozent auf 17,0 (15,1) Mio. Euro zu und die EBIT-Marge erreichte nahezu 10 Prozent. Eine sehr dynamische Entwicklung war besonders in Polen zu verzeichnen. Herr Greiner bestätigte die Prognose, wonach im Gesamtjahr ein organisches Umsatzwachstum von 10 Prozent bei einer EBIT-Marge von 10 Prozent vor Sondereffekten erreicht werden soll.

Herr Greiner schloss mit einigen Anmerkungen zur Aktie. An der Aktionärsstruktur hat sich nichts verändert. Mehrheitsgesellschafterin ist unverändert die britische WPP plc. mit einer Beteiligung von 50,33 Prozent.

Auch die Dividendenpolitik hat sich nicht verändert. SYZYGY verfolgt das Ziel, die Aktionäre angemessen am wirtschaftlichen Erfolg zu beteiligen und Dividendenkontinuität zu wahren. Der Vorschlag an die Hauptversammlung lautete, die Ausschüttung auf 0,20 (0,15) Euro anzuheben.

Beantwortung der eingereichten Fragen

Insgesamt waren in der vorgegebenen Frist 88 Fragen von sechs Aktionären eingegangen und damit doppelt so viele wie im vergangenen Jahr. Die Beantwortung übernahmen die jeweils zuständigen Vorstandsmitglieder. Die Fragesteller wurden nicht namentlich genannt.

Eine Frage zielte auf die größten Herausforderungen, denen sich die neue Vorstandsvorsitzende in ihrem ersten Jahr gegenübergesehen hat. Hier nannte Frau von Lewinski zuvorderst ihren Einstieg während der Corona-Krise und damit ohne persönliche Kontakte. Bis heute fehlt ihr die persönliche Begegnung mit vielen Mitarbeitern. Ansonsten freut sich die Firmenchefin, dass die Strategie von SYZYGY sich auch in diesen schwierigen Zeiten bestätigt hat und das Unternehmen sich zurück auf einem Wachstumskurs befindet.

Die Frage nach der aktuellen Positionierung von SYZYGY im Ranking der Internetagenturen auf dem deutschen Markt hatte Frau Lewinski in ihrem Vortrag bereits beantwortet. Das Abrutschen aus den Top 10 auf Rang 13 resultiert vor allem daraus, dass sich Mitbewerber anorganisch verstärkt haben, während SYZYGY auf organisches Wachstum setzt. In den Subrankings konnte die Position hingegen wie dargelegt verbessert werden.

Auch zu möglichen Auswirkungen auf das Geschäft durch den Ukraine-Krieg hatte die Vorstandsvorsitzende schon einige Angaben gemacht. Sie spürt allenfalls punktuell eine leichte Zurückhaltung bei Kunden aus der Automobilbranche. Andere Branchen weisen hingegen hohe Wachstumsraten auf und die Bestandskunden entwickeln sich sehr positiv. Schwierigkeiten hat ihrer Angabe nach vor allem ein Fintech-Unternehmen in Großbritannien, an dem eine Beteiligung besteht und das sich mit dem Schürfen von Kryptowährungen in der Ukraine beschäftigt.

Thematisiert wurde ferner die erhebliche Bedeutung der Automobilindustrie, die bisher fast 30 Prozent zum Umsatz beiträgt. Diese Branche befindet sich bekanntlich unter Druck. Vermutlich ist ein Nachfrage-rückgang zu spüren. Der fragende Aktionär schlug vor, die Aufstellung des Geschäfts aus Gründen der Risikostreuung noch mehr zu verbreitern.

In ihrer Antwort bestätigte Frau Lewinski, dass in der Automobilindustrie eine leichte Zurückhaltung zu spüren ist. Dafür gibt es hohe Wachstumsraten in anderen Bereichen. Insgesamt sieht die Firmenchefin das Geschäft ausreichend breit aufgestellt. Es gibt bei SYZYGY keine Branchenfokussierung. Die Neukunden kommen aus den unterschiedlichsten Branchen und nicht aus der Automobilindustrie. Damit reduziert sich Schritt für Schritt die Abhängigkeit von dieser Branche.

Von Interesse war ferner, ob sich der Vorstand nach Akquisitionen umschaute und welche Bereiche gegebenenfalls im Fokus liegen. Nach Aussage von Frau Lewinski sind Übernahmen nach wie vor Teil der Strategie. Das Team schaut sich regelmäßig Opportunitäten an. Wichtig ist, dass eine nahtlose Integration

gewährleistet ist, um das Risiko kalkulieren zu können. Grundsätzlich ginge es bei einer Akquisition darum, das Angebot aktuell zu halten, auszubauen oder zu verstärken.

Zur Situation am Markt führte sie auf entsprechende Nachfrage aus, dass weiterhin eine Konsolidierung zu beobachten ist. Kleine Spezialisten werden von größeren Einheiten übernommen. Dieser Trend dürfte nach ihrer Einschätzung noch zunehmen. Im Markt gibt es viele stark spezialisierte Anbieter. Sehr breit aufgestellte Unternehmen wie SYZYGY gibt es nicht so viele, worin sie eine Art Alleinstellungsmerkmal erkennt. Zudem ist zu spüren, dass sich alle Agenturen, organisch oder durch Übernahmen, in Richtung Digital entwickeln.

Ein Aktionär fragte nach etwaigen Überlegungen, eigene Softwarelösungen zu entwickeln. Nach seiner Überlegung würde dies die Marge erhöhen. Wie Technikvorstand Frank Ladner darlegte, ist und bleibt das Kerngeschäft von SYZYGY der Bereich Professional Services. Um diese liefern zu können, laufen viele Technologielösungen im Hintergrund. SYZYGY wird sich aber nicht zu einem Softwareanbieter entwickeln. Allenfalls werden Basistechnologien weiterentwickelt und miteinander verbunden, um individualisierte Lösungen zu erstellen.

Der gleiche Aktionär wollte wissen, ob es derzeit größere Festpreisprojekte gibt, die mit Blick auf die aktuell vielfältigen Unwägbarkeiten am Markt ein Ertragsrisiko darstellen könnten. Dies ist nach Aussage von Herrn Ladner nicht der Fall.

Ein weiteres Thema der virtuellen Aussprache war die Personalsituation. Hier stimmte die Vorstandsvorsitzende zu, dass der Personalengpass in der Branche groß ist, auch bei den Mitbewerbern. Letztlich ist dies der limitierende Faktor für das weitere Wachstum. Als Reaktion versuche man, die Prozesse soweit möglich zu optimieren. Immerhin gelingt es bei SYZYGY, neue Mitarbeiter zu gewinnen; dies ist nicht bei jedem Unternehmen der Branche der Fall. Die Fluktuation bewegt sich im Branchendurchschnitt.

Mehrfach wurden die Geschäfts- und Firmenwerte angesprochen, die mit 55 Mio. Euro fast die Hälfte der Bilanzsumme ausmachen. Die Aktionäre äußerten die Befürchtung, dass hieraus mit Blick auf das schwierigere Marktumfeld Abschreibungen drohen könnten. Auch aus den steigenden Zinsen könnte sich ein Abwertungsrisiko ergeben.

Finanzvorstand Greiner bat um Verständnis, dass er diese Fragen zum Zeitpunkt der Hauptversammlung nicht abschließend beurteilen könne. Ein sogenannter Impairment-Test, also die Überprüfung der Werthaltigkeit der Firmenwerte, wird erst zum Bilanzstichtag durchgeführt. Heute schon eine Zahl zu nennen, wäre reine Spekulation. Natürlich ist es richtig, dass die Werthaltigkeit auch vom Zinsniveau beeinflusst wird, neben der Geschäftsplanung und dem Beta-Faktor; die entsprechenden Parameter für den Impairment-Test werden jeweils zum Bilanzstichtag ermittelt und daraus der Firmenwert berechnet. Auf Nachfrage ergänzte er, dass im vergangenen Jahr eine Abschreibung von 2,8 Mio. Euro vorgenommen wurde.

Ein weiteres Thema war die Dividendenpolitik. Nach Auffassung eines Aktionärs könnte die Ausschüttungsquote noch erhöht werden. Wie Herr Greiner darlegte, verfolgt SYZYGY eine langfristige und nachhaltige Dividendenpolitik mit gleichen oder steigenden Dividenden. Die Höhe ist nicht nur abhängig vom Ergebnis, sondern auch von der verfügbaren Liquidität und dem erzielten Cashflow. Eine feste Ausschüttungsquote gibt es nicht. Als grober Parameter nannte der Finanzvorstand eine Ausschüttungsquote von mindestens 50 Prozent des Gewinns.

Die Frage, welche Maßnahmen der Vorstand ergreifen will, um den Aktienkurs wieder steigen zu lassen, konnte der Finanzchef nicht beantworten. Er verwies auf das schwierige Marktumfeld, dem man sich nicht entziehen und nicht beeinflussen könne. Der Vorstand könne lediglich das operative Geschäft voranbringen, gute Ergebnisse liefern und für attraktive Dividenden sorgen. Langfristig wird sich dies im Aktienkurs niederschlagen. Die Vorstände sind alle stark über Phantom Shares incentiviert und haben großes Interesse, dass die Aktie steigt.

Die Frage, ob sich mit dem Brexit das Verhältnis zum Großaktionär WPP verändert hat, verneinte Frau von Lewinski. Es gibt nach wie vor zahlreiche gemeinsame Projekte, teilweise in einer durchaus relevanten Größenordnung. Dass SYZYGY und WPP in Ausschreibungen gegeneinander antreten, passiert kaum. Es gibt mehr eine Kultur der Kooperation. Grundsätzlich erachtet die Vorstandsvorsitzende die enge Verbindung als hilfreich. Mit Dominic Grainger gibt es im Aufsichtsrat auch einen direkten Ansprechpartner, mit dem sie sich regelmäßig austauscht.

Ein weiterer Aktionär wollte wissen, ob der Großaktionär nach Kenntnis des Vorstands eine Anteilserhöhung anstrebt. Dies ist Frau von Lewinski zufolge nicht der Fall. Es gab keine Gespräche in diese Rich-

tung. Die Beteiligung beläuft sich schon seit dem Jahr 2015 unverändert auf 50,33 Prozent. Letztlich muss die Frage nach der Strategie, die die WPP mit SYZYGY verfolgt, aber an den Großaktionär gerichtet werden.

Die von einem Fragesteller geäußerte Meinung, dass aus Unternehmenssicht der Abschluss eines Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag mit WPP von Vorteil wäre, teilte Finanzvorstand Greiner nicht. Die Erstellung des Abhängigkeitsberichts ist nicht sonderlich aufwendig und dass aus einem Beherrschungsvertrag Effizienzgewinne resultieren, kann er nicht erkennen. Vielmehr ist es so, dass SYZYGY eigenständig schneller auf Marktgegebenheiten reagieren und Chancen besser nutzen kann.

In diesem Zusammenhang wurde die Frage gestellt, in welchem Volumen Geschäfte mit Unternehmen aus dem WPP-Netzwerk abgewickelt werden und inwieweit SYZYGY davon profitiert. Hier teilte Herr Greiner mit, dass mit einzelnen Gesellschaften der Gruppe schon seit Jahren zusammengearbeitet wird. Das Volumen war zuletzt mit 2,1 Mio. Euro in Relation zum Gesamtumsatz überschaubar. Zusammengefasst wird in der Regel dann, wenn die Unternehmen komplementär aufgestellt sind.

Ein Aktionär interessierte sich für die Peergroup. Insbesondere ging es ihm um die börsennotierten Gesellschaften, die wie SYZYGY Zahlen veröffentlichen. Hier fiel Herrn Greiner kein vergleichbares Unternehmen ein. Der letzte relevante Branchenvertreter war die SinnerSchrader AG, die sich inzwischen per Squeeze-out von der Börse verabschiedet hat. Andere Unternehmen wie Pixelpark und I-D Media wurden schon länger aufgekauft und sind vom Markt verschwunden.

Ein Aktionär wollte wissen, wie Vorgänge wie in Berlin künftig vermieden werden sollen. Die dortige Niederlassung hatte einen großen Etat verloren und musste daraufhin geschlossen werden. Wie der Finanzvorstand ausführte, war bei dieser Gesellschaft das Problem gewesen, dass ein Kunde für 95 Prozent der Umsätze stand, was sehr riskant ist. Grundsätzlich arbeite man daran, die Kundenbasis bei den einzelnen Gesellschaften möglichst breit aufzustellen. Aktuell gibt es in der Gruppe keine Unternehmen mit einer solchen Abhängigkeit.

Angefragt wurde ferner, warum Aufsichtsratsmitglied Wilfried Beeck sein Mandat zum 30. Juni 2021 niedergelegt hat. Nach Angabe von Herrn Greiner war Herr Beeck bereits seit dem Jahr 2005 mit großer Leidenschaft im Aufsichtsrat tätig gewesen, davon die letzten fünf Jahre als Vorsitzender. Mit über 60 Jahren hat er sich nun aus persönlichen Gründen entschieden, auszuscheiden. Herr Greiner dankte ihm für seine langjährige Unterstützung.

Für die Suche nach einem Nachfolger hat sich der stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende verschiedene Kandidaten angeschaut. Schwerpunktthemen waren Geschäftsverständnis, Branchenkenntnis, Diversity und komplementäre Kompetenz. Im Ergebnis wurde dann Antje Mecklenbeck-Neubauer als Kandidatin ausgewählt.

Gefragt wurde ferner, ob der Vorstand das Geschäft auf Kurs sieht, um die Planung für das laufende Jahr zu erreichen. Dies bestätigte Herr Greiner. Nach dem erfolgreichen ersten Quartal bewegt sich auch das zweite Quartal im Plan. Eine Verifizierung der Prognose erfolgt immer nach den Quartalsberichten. Das nächste Mal wird es Ende Juli so weit sein.

Eine Antwort auf die Frage nach dem mittelfristigen Potenzial bei der EBIT-Marge fiel Herrn Greiner schwer. Vor einem Jahr hätte er gesagt, dass durchaus noch mehr als 10 Prozent erreicht werden können. Seither haben sich die Marktbedingungen aber deutlich verschlechtert und die Kosten steigen, was die Marge tendenziell unter Druck bringt. Unter diesen Umständen hält er 10 Prozent schon für einen respektablen Wert.

Abstimmungen

Vor Verkündung der Abstimmungsergebnisse informierte Frau Mecklenbeck-Neubauer über die aktuelle Präsenz. Während der Abstimmung vertraten die Stimmrechtsvertreter 1.233.023 Aktien. Bezogen auf das gesamte Grundkapital von 13.500.026 Euro, eingeteilt in ebenso viele Aktien, entsprach dies einer Quote von 9,13 Prozent. Darüber hinaus waren 6.981.103 Aktien im Wege der Briefwahl angemeldet. Insgesamt erreichte die Präsenz damit 60,85 Prozent.

Die Dividende von 0,20 Euro (TOP 2) wurde mit einer Zustimmungsquote von 98,6 Prozent beschlossen. Bei der Entlastung des Vorstands (TOP 3) waren es sogar mehr als 99,9 Prozent. Bei der Entlastung des Aufsichtsrats (TOP 4), der Nachwahl von Antje Mecklenbeck-Neubauer in den Aufsichtsrat (TOP 5), der Vergütung des Aufsichtsrats (TOP 6), der Wahl der BDO AG zum Abschlussprüfer (TOP 7) sowie der Billigung des Vergütungsberichts (TOP 8) lagen die Zustimmungsquoten zwischen 86 und 89 Prozent.

Nach etwa dreieinhalb Stunden schloss die Vorsitzende die Versammlung.

Fazit

Die SYZYG AG hat das Geschäftsjahr 2021 sehr erfolgreich abgeschlossen. Zwar stieg der Umsatz „nur“ um 8 Prozent auf 60 Mio. Euro und bewegt sich damit noch unter dem Vor-Corona-Niveau. Das EBIT verbesserte sich jedoch um satte 60 Prozent auf 6,4 Mio. Euro und erreichte damit den höchsten Wert der Unternehmensgeschichte. Positiv wirkte sich aus, dass das Unternehmen das Pandemie-Jahr genutzt hatte, um die Strukturen in der Gruppe zu vereinfachen und Kosten zu senken. Die EBIT-Marge erreichte erstmals einen zweistelligen Wert.

Die Aussichten sind ebenfalls positiv. Mit der Aufstellung als Fullservice-Anbieter im stark wachsenden Bereich der digitalen Transformation verfügt die Digital-Agentur über einen Vorteil gegenüber vielen Wettbewerbern, die stärker spezialisiert sind. Dank dieser starken Positionierung konnten im vergangenen Jahr weitere interessante Neukunden wie Miles & More, die Frankfurter Buchmesse und das Bundespresseamt gewonnen werden.

Größere negative Auswirkungen durch den Krieg in der Ukraine sind nicht zu erkennen. Allenfalls spürt der Vorstand punktuell eine leichte Zurückhaltung bei Kunden aus der Automobilbranche. Andere Branchen weisen hingegen hohe Wachstumsraten auf, womit der bislang recht hohe Anteil der Automobilindustrie sukzessive zurückgeht. Auch dies ist positiv zu werten. Die wesentliche Herausforderung ist derzeit die Gewinnung von neuen Mitarbeitern.

Die Aktionäre können sich über eine Dividendenerhöhung auf 0,20 (0,15) Euro freuen. Beim aktuellen Kurs von 5,60 Euro bedeutet dies eine attraktive Rendite von 3,6 Prozent. Und mit Blick auf die ebenfalls positive Entwicklung im ersten Quartal und den optimistischen Ausblick ist im kommenden Jahr mindestens eine stabile Ausschüttung zu erwarten. Damit sollte der Aktienkurs nach unten weitgehend abgesichert sein, während sich auf der anderen Seite Chancen für Kursgewinne eröffnen.

Kontaktadresse

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

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

Internet: www.syzygy-group.net

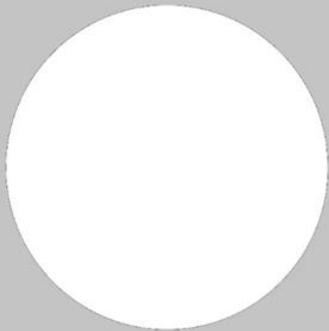
E-Mail: ir@syzygy.de

Ansprechpartnerin Investor Relations

Susan Wallenborn

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

E-Mail: susan.wallenborn@syzygy.de



GSC Research GmbH
Tiergartenstr. 17
D-40237 Düsseldorf

Postanschrift:
Postfach 48 01 10
48078 Münster

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

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