



Veröffentlicht bei www.gsc-research.de

Online Marketing Solutions AG (ISIN DE000A0Z2318)

Tel.: +49 (0) 6196 / 76918 - 18 **Kontakt Investor Relations:**
Mergenthalerallee 35 - 37 D-65760 Eschborn Fax: Dr. Niko Bardowicks
Deutschland +49 (0) 6196 / 76918 - 60 **Email:** info@omsag.de

Internet: <http://www.oms.ag>

HV-Bericht Online Marketing Solutions AG

Umsatz weiter rückläufig – operatives Ergebnis dennoch leicht positiv

Die Online Marketing Solutions AG (OMS) hatte für den 25. Oktober 2017 zur Hauptversammlung in das Holiday Inn Airport Hotel nahe dem Frankfurter Flughafen eingeladen. Der Andrang hielt sich mit nur fünf Aktionären, darunter über eine Vollmacht Matthias Wahler für GSC Research, in Grenzen. Zum Teil könnte dies dem Delisting der Aktie zum 30. September 2014 geschuldet sein. Das Interesse war jedoch auch zuvor schon gering gewesen.

Die OMS ist nach eigener Angabe ein technologieorientiertes Dienstleistungsunternehmen, das sich auf integrierte Online-Marketing-Lösungen spezialisiert. Sie deckt dabei das gesamte Leistungsportfolio ab. Das Spektrum reicht von Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) über Internet Public Relations (IPR) bis zu Social Media Marketing (SMM) und Conversion Rate-Optimierung (CRO) mit dem Ziel, die Sichtbarkeit im Internet zu steigern.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Riklef von Schüssler eröffnete die Veranstaltung um 10 Uhr und teilte mit, dass die Herren der Verwaltung vollzählig erschienen sind. Neben ihm hatten seine Aufsichtsratskollegen Kevin Grau und Jens Kleemann sowie Alleinvorstand Ulv Michel Platz genommen. Außerdem war Prof. Dr. Klaus Steiner als Rechtsberater der Gesellschaft anwesend.

Im Folgenden erläuterte Herr von Schüssler die Formalien und übergab das Wort dann an Herrn Michel.

Bericht des Vorstands

Herr Michel begann seinen Vortrag mit einem Überblick über den Online-Marketing-Markt, der sich

insgesamt weiterhin positiv entwickelt. Das Wachstum hat sich zuletzt insgesamt auf nur noch 2,6 Prozent abgeschwächt. Erhebliche Zuwächse gibt es jedoch im mobilen Bereich, der im vergangenen Jahr um mehr als 40 Prozent auf 517 Mio. Euro zulegen. Der Umsatz mit mobilen Endgeräten hat sich im Geschäftsjahr 2016 nahezu verdoppelt.

Als weiteren Trend sieht Herr Michel, dass die Kampagnen immer komplexer werden. Mittlerweile ist es nach seiner Aussage enorm wichtig, verschiedene Kanäle gleichzeitig zu bedienen. Auch im Bereich Social Media ist ein starkes Wachstum zu verzeichnen, unter anderem durch Plattformen wie Snapchat, Facebook und Instagram. Immer mehr an Bedeutung gewinnt zudem das Thema Influencer Marketing. Insbesondere für junge Leute ist dies inzwischen ein ernst zu nehmender Marketingkanal.

Im Agenturranking verfügt die OMS laut Herrn Michel weiterhin über eine sehr gute Positionierung. Die Partnerschaft mit Google, der mit einem Marktanteil von rund 95 Prozent in Deutschland führenden Suchmaschine, wurde weiter ausgebaut. Der Vorstand ist durchaus etwas stolz, dass OMS als eines von wenigen Unternehmen tatsächlich einen Vertrag mit dem US-Konzern hat.

Der regionale Vertrieb wird weiter ausgebaut. Ein Thema ist zunehmend auch die Internationalisierung. Die OMS gehört einem Agenturverbund an. So können den Kunden nach Aussage des Vorstands auch europaweit Kampagnen angeboten werden.

Herr Michel kam dann zu den Zahlen des Geschäftsjahres 2016, in dem der Umsatz nochmals um 5,9 Prozent auf 6,6 (Vorjahr: 7,0) Mio. Euro gesunken ist. Die Gesamtleistung reduzierte sich auf 6,8 (8,0) Mio. Euro. Die geringeren Erlöse konnten jedoch durch Einsparungen im Personal- und Materialaufwand sowie den Rechts- und Beratungskosten ausgeglichen werden, so dass mit 24 (91) TEUR dennoch ein positives Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zu Buche steht.

Vom Umsatz wurde mit 76 Prozent der größte Teil in Deutschland erwirtschaftet. Im restlichen Europa waren es 13 Prozent und 11 Prozent in weiteren Ländern, vor allem betrifft dies die Schweiz. Geordnet nach Geschäftsbereichen dominiert weiterhin das Segment SEO mit einem Anteil von 76,5 Prozent, das sich allerdings rückläufig entwickelte. Das Segment SEA legte kräftig zu und kommt auf einem Umsatzanteil von 15,1 Prozent.

Unter dem Strich steht für das Geschäftsjahr 2016 ein negatives Jahresergebnis von minus 132 (plus 180) TEUR. Dies ist Herrn Michel zufolge der Neubewertung der aktiven latenten Steuern infolge der Kapitalerhöhung im vergangenen Jahr geschuldet, mit der ein Darlehen mit Rangrücktritt in Eigenkapital umgewandelt worden ist. Dies hatte einen Aufwand von 154 TEUR aus latenten Steuern zur Folge.

Allgemeine Aussprache

Die erste Wortmeldung kam von Rechtsanwalt Marvin Müller-Blom als Vertreter der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW). Er forderte den Vorstand auf, die Gründe für den erneuten Umsatzrückgang um 413 TEUR, den Anstieg der aktivierten Eigenleistung auf 83 (51) TEUR und insbesondere den massiven Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge auf 112 (939) TEUR näher zu erläutern.

Wie der Vorstand darlegte, resultiert der Umsatzrückgang aus dem Segment SEO, in dem die Erlöse sich um 787 TEUR reduziert haben. Im Bereich SEA war ein Umsatzzuwachs von 305 TEUR zu verzeichnen. Die sonstigen Erträge reduzierten sich um 69 TEUR. Der Anstieg der aktivierten Eigenleistung ist mit 28 TEUR zum größten Teil dem Aufwand aus der Einführung des ERP-Systems geschuldet und der deutliche Rückgang der sonstigen betrieblichen Erträge einem Sondereffekt aus der

Auflösung von Rückstellungen im Jahr 2015, der sich im Berichtszeitraum nicht wiederholt hat.

Weitere Fragen kamen von Aktionär Gerhard Mayer. Er bat zunächst um die Erläuterung verschiedener Abkürzungen, die er zumindest auf Anhieb nicht recht zuordnen konnte. Dies betreffend verwies Herr Michel auf die neu gestaltete Homepage, auf der alle Fachbegriffe im Detail erläutert sind. PPC steht demnach für Pay Per Click, SEA für Search Engine Advertising, FEA für Facebook Engine Advertising und SEO für Search Engine Optimization. Nähere Erläuterungen finden sich auf der Homepage.

Interesse hatte Herr Mayer ferner an einigen aktuellen Zahlen und einem Ausblick auf das laufende Jahr. Mittlerweile ist schließlich schon das dritte Quartal des Geschäftsjahres 2017 abgeschlossen. Nach Aussage des Vorstands bewegt sich das laufende Jahr in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Entscheidend ist allerdings das vierte Quartal, welches in der Branche regelmäßig das stärkste ist.

Grundsätzlich stellte sich für Herrn Mayer mit Blick auf den kontinuierlichen Umsatzschwund die Frage, wie die Gesellschaft in Zukunft Geld verdienen will. Hier zeigte sich der Vorstand insbesondere mit Blick auf das deutliche Wachstum im Bereich der bezahlten Werbeformen überzeugt, dass dies mit dem Geschäft, das die OMS heute betreibt, durchaus möglich ist.

Allerdings gibt es Herrn Michel zufolge einen ständigen Wandel, an den sich die Gesellschaft immer wieder anpassen muss. Auch in Zukunft werden sich immer neue Netzwerke und Werbeformen entwickeln, darauf gilt es zu reagieren. Ihren Schwerpunkt wird die OMS nach seiner Aussage weiterhin auf integrierte Kampagnen legen, bei denen mehrere Komponenten zusammengeführt werden. Ein großes Thema ist außerdem die Umstellung in Richtung SEO.

Weiterhin bat der Aktionär um nähere Erläuterungen zu der Kapitalerhöhung im vergangenen Jahr, die der Vorstand in seinem Bericht nur kurz erwähnt hat. Immerhin hat sich das Grundkapital durch diese Maßnahme von 750.000 Euro auf 3.320.000 Euro mehr als vervierfacht.

Wie Herr Michel ausführte, hatte die M5 Invest GmbH der Gesellschaft ein Darlehen über 2,57 Mio. Euro mit Rangrücktritt gewährt. Dieses wurde gegen Ende des Geschäftsjahres 2016 im Zuge einer Kapitalerhöhung in Eigenkapital umgewandelt, womit ab dem laufenden Jahr rund 150 TEUR p.a. an Zinsen gespart werden. Die neuen Aktien wurden dabei rechnerisch zu 1 Euro ausgegeben.

Von dieser Aussage zeigte sich Herr Mayer verwundert. Nach seiner Recherche werden für die OMS-Aktie außerbörslich bei Valora Kurse um 14 Euro aufgerufen. Wie diese Notierung zustande kommt, konnte sich der Vorstand auch nicht erklären. Bei den Berechnungen, die im Zuge der Umwandlung der Darlehen in Eigenkapital vorgenommen worden sind, hat sich eine faire Bewertung von 1 Euro je Aktie ergeben.

Abstimmungen

Herr von Schüssler verkündete die Präsenz mit 584.107 Aktien. Bezogen auf das gesamte Grundkapital, seit der Umwandlung von Darlehen in Eigenkapital in Höhe von 3.320.000 Euro und eingeteilt in ebenso viele Aktien, entsprach dies einer Quote von 17,59 Prozent.

Die M5 Invest GmbH aus Bad Homburg hatte 581.767 Aktien angemeldet. Die nächstgrößere Position vertrat der Vertreter der DSW mit 1.808 Aktien.

Die Entlastung von Vorstand (TOP 2) und Aufsichtsrat (TOP 3) wurde bei jeweils 532 Enthaltungen und ohne Gegenstimmen beschlossen.

Nach einer Stunde schloss der Vorsitzende die Versammlung.

Fazit

Seit Jahren entwickelt sich der Umsatz der Online Marketing Solutions AG kontinuierlich rückläufig. Im Geschäftsjahr 2016 wurden nur noch 6,6 (7,0) Mio. Euro Erlöst. Durch Einsparungen vor allem beim Personal- und Materialaufwand konnte dies jedoch ausgeglichen werden, so dass das operative Ergebnis dennoch leicht positiv blieb. Unter dem Strich steht aber infolge der Neubewertung der aktiven latenten Steuern ein Fehlbetrag von 132 TEUR.

Die Neubewertung der latenten Steuern resultierte aus einer Kapitalerhöhung, mit der Ende 2016 ein Darlehen des Großaktionärs über 2,57 Mio. Euro in Eigenkapital gewandelt wurde. Grundsätzlich ist dies positiv zu werten. Damit konnte der nicht durch Eigenkapital gedeckte Fehlbetrag beseitigt werden und es entfallen künftig Zinsen in Höhe von rund 150 TEUR p.a. Allerdings verteilen sich etwaige Gewinne nun nicht mehr auf 750.000, sondern auf 3,32 Millionen Aktien.

Bei der Kapitalerhöhung wurden die neuen Aktien zu 1 Euro ausgegeben. Nach Auffassung der Verwaltung ist dies der faire Kurs und in Anbetracht der mauen Ertragslage und der unsicheren Perspektiven lässt sich dem nicht völlig widersprechen. Insofern scheinen die Kurse, die für die von der Börse genommene Aktie außerbörslich bei Valora (www.veh.com) aufgerufen werden, völlig überzogen. Dort finden sich ein Geldkurs von 13,96 Euro und ein Briefkurs von 14,18 Euro.

Bei aktuell 3,32 Millionen Aktien ergibt sich daraus rechnerisch eine Bewertung von mehr als 45 Mio. Euro für das Unternehmen – bei einem Umsatz von 6,6 Mio. Euro und einem gerade noch positiven operativen Ergebnis. Und es sieht nicht danach aus, als ob auf absehbare Zeit Gewinne erwirtschaftet werden, die dieses Niveau rechtfertigen würden. Allerdings befindet sich nach der Kapitalerhöhung der größte Teil der Aktien in den Händen des Mehrheitsgesellschafters.

Kontaktadresse

Online Marketing Solutions AG
Niederurseler Allee 6-10
D-65760 Eschborn

Tel.: +49 (0)61 96 / 78 08 00

Fax: +49 (0)61 96 / 78 08 99

Internet: www.omsag.de

E-Mail: [info\(at\)omsag.de](mailto:info(at)omsag.de)