



Veröffentlicht bei www.gsc-research.de

Online Marketing Solutions AG (ISIN DE000A0Z2318)

Mergenthalerallee 35 - 37
D-65760 Eschborn
Deutschland

Tel.: +49 (0) 6196 / 76918 - 18
Fax: +49 (0) 6196 / 76918 - 60

Kontakt Investor Relations:
Ulrich Michel
Email: info@omsag.de

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

HV-Bericht Online Marketing Solutions AG

Kapitalschnitt 5 zu 1 beschlossen – Perspektiven der Gesellschaft bleiben unsicher

Die Online Marketing Solutions AG (OMS) hatte für den 29. August 2019 zur Hauptversammlung in das Holiday Inn Frankfurt Airport Hotel nahe dem Frankfurter Flughafen eingeladen. Obwohl diesmal ein Kapitalschnitt im Verhältnis 5 zu 1 auf der Tagesordnung stand, hielt sich das Interesse an der Veranstaltung in Grenzen. Neben Matthias Wahler als Berichterstatter für GSC Research hatte sich nur ein außenstehender Aktionär eingefunden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Riklef von Schüssler eröffnete die Veranstaltung um 10 Uhr und teilte mit, dass die Herren der Verwaltung vollzählig anwesend sind. Neben ihm hatten seine Aufsichtsratskollegen Kevin Grau und Jens Kleemann sowie Alleinvertretender Ulrich Michel Platz genommen. Das Protokoll führte Notarin Sabrina Rokuss. Außerdem hatte sich Prof. Dr. Klaus Steiner als rechtlicher Berater eingefunden.

Im Folgenden erläuterte Herr von Schüssler die Formalien, sprach einige ergänzende Worte zum Aufsichtsratsbericht und übergab sodann an Herrn Michel.

Bericht des Vorstands

Herr Michel begann seinen Vortrag mit einem Überblick über den Markt für Online-Marketing, der sich weiterhin positiv entwickelt. Im vergangenen Jahr war ein Wachstum von 8,8 Prozent zu verzeichnen gewesen, wobei der Bereich Social Media mit einem Plus von 41 Prozent am stärksten zulegte. In der Suchmaschinenwerbung ging es mit 0,8 Prozent nur leicht voran. Der Marktanteil von Google liegt mittlerweile bei 95 Prozent. Insbesondere die mobile Suche wird von diesem Anbieter nahezu völlig dominiert.

Betreffend die Markt- und Produktrends berichtete Herr Michel, dass das Thema künstliche Intelligenz

(KI) auch im Digitalmarketing Einzug hält. Werbekampagnen werden mittlerweile mit Unterstützung von KI optimiert. Die OMS sieht er in diesem Bereich mit eigenem Know-how und eigenen Tools gut aufgestellt. Ein großer Trend ist daneben die Automatisierung. Verschiedene Aufgaben werden inzwischen automatisiert abgehandelt. Der Mensch greift nur noch in Ausnahmesituationen ein.

Dennoch gestaltete sich das Umfeld in den Bereichen des Online-Marketing, in dem die OMS tätig ist, herausfordernd. Der Vorstand berichtete von einer angespannten Marktlage, einem wachsenden Konkurrenzdruck sowie zurückhaltenden Käufern. Als wichtiges Thema des vergangenen Jahres benannte er die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung. Die Unternehmen wurden gezwungen, personalisierte Werbung anzupassen. Letztlich eröffnet sich daraus aber wieder neues Geschäft in der Beratung.

Als ein wesentliches Ereignis aus Sicht von OMS sieht Herr Michel die Erweiterung des Produktportfolios. Neben den Kernleistungen werden neu auch Web-Applikationen und mobile Applikationen angeboten sowie Apps für mobile Endgeräte. Sehr wichtig für OMS ist, dass der Partnervertrag mit Google erneut verlängert wurde. Die OMS ist nach wie vor eine der wenigen Agenturen, die über einen solchen Vertrag verfügen.

Ein wichtiges Thema sind Herrn Michel zufolge Agenturpartnerschaften. Die OMS kann und will nicht jede Dienstleistung selbst anbieten, insbesondere wenn das Angebot über Partner ergänzt und erweitert werden kann. Zudem gewinnt die strategische Digitalmarketing-Beratung an Bedeutung. Viele Kunden fragen sogar nur noch die Beratung nach und führen die Kampagnen selbst durch. Außerdem wurde laut Herrn Michel die Website relauncht.

Sodann leitete der Vorstand über zu den Zahlen des Geschäftsjahres 2018, in dem sich der Umsatz um 10 Prozent auf 6,2 (Vorjahr: 6,9) Mio. Euro rückläufig entwickelte. Inklusive der sonstigen betrieblichen Erträge von 343 (197) TEUR errechnet sich die Gesamtleistung mit 6,6 (7,1) Mio. Euro.

Die Umsatzaufteilung blieb weitgehend unverändert. 78 Prozent der Erlöse entfielen auf Deutschland, 18 Prozent auf das restliche Europa und die Schweiz und 4 Prozent auf Drittländer. Nach Produktgruppen steuerte die Suchmaschinenoptimierung 61 Prozent zu den Umsätzen bei, die Suchmaschinenwerbung 28 Prozent und sonstiges Geschäft 11 Prozent.

Der Materialaufwand reduzierte sich parallel zum Umsatz auf 1,8 (2,1) Mio. Euro, der Personalaufwand verminderte sich auf 3,4 (3,6) Mio. Euro. Zum Bilanzstichtag waren 79 (95) Personen im Unternehmen beschäftigt, im Jahresdurchschnitt waren es 88 (86) Mitarbeiter. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen blieben mit 1,2 Mio. Euro unverändert.

Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit sank insbesondere infolge der geringeren Umsatzerlöse auf 6 (159) TEUR. Der Jahresüberschuss wird mit plus 4 TEUR ausgewiesen, nachdem er im Vorjahr mit minus 170 TEUR noch negativ gewesen war. Ursächlich war damals eine Änderung der Bilanzierungsregeln bei den latenten Steuern mit einem negativen Effekt von 330 TEUR gewesen (*siehe [HV-Bericht 2018](#)*). Ohne diese Belastung konnte das Jahresergebnis entsprechend verbessert werden.

Herr Michel kam dann auf die Eigenkapitalentwicklung zu sprechen. Wie er in Erinnerung rief, war es im Geschäftsjahr 2013 durch einen außerordentlichen Verlust zu einer Kapitalunterdeckung gekommen. Erst 2017 wurde der nicht durch Eigenkapital gedeckte Fehlbetrag durch eine Kapitalerhöhung ausgeglichen. Seither beläuft sich das Grundkapital auf 3,32 Mio. Euro.

Dagegen stand zum 31. Dezember 2017 allerdings ein Bilanzverlust von 2,77 Mio. Euro. Dieser war damit höher als die Bilanzsumme, die sich zu diesem Stichtag mit 1,90 Mio. Euro errechnete. Um die Bilanzrelationen zurechtzurücken, lautete der Vorschlag an die Hauptversammlung, eine Kapitalherabsetzung im Verhältnis 5 zu 1 zu beschließen.

Da dies rückwirkend zum 31. Dezember 2018 durchgeführt werden sollte, war es notwendig, dass die Hauptversammlung den Jahresabschluss feststellt. Nach Durchführung dieser Maßnahme beträgt das Grundkapital 664 TEUR und der Bilanzverlust wird bei einer Bilanzsumme von 1,56 Mio. Euro noch mit 181 TEUR ausgewiesen.

Allgemeine Aussprache

Lediglich der Verfasser, der zugleich zwei Aktionäre vertrat, hatte einige Fragen an den Vorstand. Zunächst interessierte ihn eine Prognose für das laufende Jahr, nachdem die Entwicklung in den letzten Jahren so gar nicht zufriedenstellen kann. Nachdem bereits acht Monate vorüber sind, müsste der Vorstand doch einen gewissen Überblick haben.

Herr Michel bat um Verständnis, dass eine konkrete Prognose in dem unsicheren Umfeld sehr schwierig ist. Aus heutiger Sicht geht er davon aus, dass das Geschäftsjahr 2019 in etwa auf Vorjahresniveau abschließen wird. Größere Veränderungen nach oben oder unten sind nicht zu erwarten.

Ferner kam die Frage auf, wie viele Aktionäre es bei der OMS noch gibt. Allzu viele können es ja nicht mehr sein, nachdem die Großaktionärin M5 Invest GmbH mit 96,5 Prozent beteiligt ist. Rechnerisch können damit nach Umsetzung der Kapitalherabsetzung nur noch rund 23.000 Aktien von anderen Investoren gehalten werden.

Eine exakte Zahl konnte der Vorstand hier nicht nennen. Die Gesellschaft verfügt über Inhaberaktien. Er stimmte aber zu, dass es nicht mehr besonders viele Aktionäre sein können und sich die Zahl mit der Kapitalherabsetzung wohl nochmals reduzieren wird.

Abstimmungen

Vor Eintritt in die Abstimmungen verkündete Herr von Schüssler die Präsenz. Vom Grundkapital von 3.320.000 Euro, eingeteilt in ebenso viele Aktien, waren 3.207.110 Aktien vertreten. Dies entsprach einer Quote von 96,60 Prozent.

Die Großaktionärin M5 Invest GmbH vertrat 3.204.886 Stimmen. Auf die anderen anwesenden Aktionäre entfielen damit in Summe nur etwas mehr als 2.000 Stimmen.

Sämtliche Beschlüsse wurden einstimmig gefasst. Im Einzelnen waren dies die Herabsetzung des Grundkapitals im Verhältnis 5 zu 1 auf 664.000 Euro (TOP 2), die Feststellung des Jahresabschlusses 2018 mit rückwirkender Berücksichtigung der Kapitalherabsetzung (TOP 3), die Entlastung von Vorstand (TOP 4) und Aufsichtsrat (TOP 5) sowie die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals (TOP 6).

Um 10:35 Uhr schloss der Vorsitzende die Versammlung.

Fazit

Bei der Online Marketing Solutions AG (OMS) geht es nicht voran. Nachdem es im Vorjahr noch so ausgesehen hatte, als könnte der seit Jahren rückläufige Umsatztrend gestoppt werden, gingen die Erlöse im Geschäftsjahr 2018 um satte 10 Prozent zurück. Das Jahresergebnis konnte mit 4 TEUR zumindest leicht im Plus gehalten werden. Es ist aber sehr enttäuschend, dass die OMS von dem insgesamt wachsenden Markt für Online-Marketing nicht profitieren kann.

Um zumindest den hohen Bilanzverlust verschwinden zu lassen, beschloss die Hauptversammlung rückwirkend zum 31. Dezember 2018 einen Kapitalschnitt im Verhältnis 5 zu 1. Bei einem Eigenkapital

von rund 550 TEUR beträgt das Grundkapital nun nur noch 664 TEUR. Nach Umsetzung der Maßnahme errechnet sich der Buchwert der Aktie mit 0,83 Euro und viel mehr Wert ist mit Blick auf die wenig überzeugende Geschäftsentwicklung auch nicht zu erkennen.

Die OMS-Aktie wird seit 2014 nur noch außerbörslich bei Valora (www.veh.de) gehandelt. Umsätze finden dort allerdings, bei einem Streubesitz von lediglich 3,5 Prozent wenig verwunderlich, kaum statt. Vor Umsetzung der Kapitalherabsetzung wird ein Briefkurs von 5,50 Euro aufgerufen. Damit hat sich das Kursniveau in den letzten zwölf Monaten erwartungsgemäß weiter reduziert und die Notierung dürfte weiter nachgeben. Nach der Kapitalmaßnahme entspräche dies einem Kurs von 27,50 Euro.

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)