



Veröffentlicht bei [www.gsc-research.de](http://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:**  
Ulv Michel  
Email: [info@omsag.de](mailto:info@omsag.de)

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

### HV-Bericht Online Marketing Solutions AG

#### Jahresüberschuss von 4 auf 73 TEUR erheblich verbessert

Die Hauptversammlung der Online Marketing Solutions AG (OMS) fand am 20. August 2020 wie gewohnt im Holiday Inn Hotel in der Nähe des Frankfurter Flughafens statt. Die in Corona-Zeiten schon fast ungewöhnliche Präsenzveranstaltung war mit Blick auf die regelmäßig überschaubare Teilnehmerzahl problemlos möglich. Auch in diesem Jahr hatte sich nur eine Handvoll Aktionäre und Gäste eingefunden, darunter Matthias Wahler für GSC Research.

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 Alleinvorstand Ulv Michel Platz genommen. Auf die Bestellung eines Notars hatte die Gesellschaft mit Blick auf die übersichtliche Tagesordnung verzichtet.

Nach Abhandlung der Formalien und einigen ergänzenden Worten zum Aufsichtsratsbericht übergab Herr von Schüssler das Wort an den Vorstand.

#### Bericht des Vorstands

Herr Michel begann seine Ausführungen mit einem Überblick über die Situation im Online-Marketing-Markt, der sich insgesamt weiterhin positiv entwickelt. Mit Online-Werbung wurde in Deutschland im Jahr 2019 nach seiner Aussage ein Umsatz von 3,6 Mrd. Euro erzielt, was ein Wachstum von 10 Prozent bedeutet.

Unverändert geht der Trend dabei in Richtung mobile Werbung. Die entsprechenden Werbeformate wuchsen noch stärker als der Gesamtmarkt. Der Anteil der Suchmaschinen blieb dabei weitgehend unverändert. Google kommt als Platzhirsch auf einen Anteil von sehr hohen 94 Prozent. Im mobilen Bereich ist Google mit einem Marktanteil von 98 Prozent fast allein.

Im Folgenden informierte der Vorstand über Markt- und Produkttrends. Wie er darlegte, hat die Social-Media-Plattform Pinterest ein eigenes Werbeprodukt gestartet. Damit kann diese reichweitenstarke Plattform jetzt auch vom Unternehmen genutzt und Werbung für die Kunden platziert werden.

Ein großes Thema war nach Angabe von Herrn Michel im vergangenen Jahr zudem die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Die Neuregelung betreffend die Nutzung von Cookies erwies sich hier für den gesamten Markt als Problem. Dass die Nutzer beim Besuch einer Website jedes Mal ihre Zustimmung geben müssen, verhindert zumindest in manchen Fällen ein optimales Tracking der Kampagnen.

Weiter informierte er, dass die Ergebnisseiten der Google-Suche im vergangenen Jahr um sogenannte Featured Snippets erweitert wurden. Dies führt dazu, dass die Anfragen direkt in der Google-Suche beantwortet werden können, ohne dass die Homepage aufgerufen werden muss. Damit gibt es keinen Klick mehr auf eine Werbeanzeige und die normale Homepage. Für die Nutzer ist dies möglicherweise positiv, die Auswirkung auf die Werbetreibenden sind aber enorm.

Ein großes Thema in der Branche ist der verstärkte Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) bei der Erstellung oder Optimierung von Kampagnen. Google hat mit „Smart Campaigns“ ein neues Feature gelauncht, welches dem Nutzer die Möglichkeit eröffnet, komplett durch KI generierte Kampagnen aufzusetzen. Die Eingriffsmöglichkeiten für Unternehmen wie OMS sind damit allerdings sehr begrenzt. Letztlich handelt es sich um eine Blackbox.

Deutlich spürbar war Herrn Michel zufolge im vergangenen Jahr eine stärkere Nachfrage der Kunden nach spezialisiertem B2B Social Media. Hierzu zählen insbesondere die Netzwerke Xing und LinkedIn. OMS hat besondere Produkte im Angebot, um die Kunden in diesem Bereich zu unterstützen und Social Media als Kanal zu nutzen.

Weiter berichtete der Vorstand, dass die OMS seit dem letzten Jahr zu den zertifizierten Partnern des Web-Shop-Herstellers Shopware gehört. Shopware ist ein großer Anbieter für E-Commerce-Lösungen. Damit können den Kunden jetzt auch entsprechende Lösungen angeboten werden, das Produktportfolio wurde also entsprechend erweitert.

Ein Thema war ferner die Stärkung der Beratung im Digitalmarketing, die zu den wichtigen Dienstleistungen der OMS AG zählt. Unter anderem geht es um die Optimierung des Kundenerlebnisses. Im Jahr 2019 wurde eine eigene Methodik entwickelt, um für jeden Kunden eine optimale Aufstellung im Internet zu ermöglichen.

Im Folgenden präsentierte Herr Michel die wesentlichen Zahlen des Geschäftsjahres 2019. Wie er aufzeigte, ging der Umsatz um 7 Prozent auf 5,8 (Vorjahr: 6,2) Mio. Euro zurück. Dennoch konnte das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf 73 (4) TEUR verbessert werden. Wesentliche Faktoren waren ein veränderter Produktmix, ein niedrigerer Personalaufwand sowie geringere Mietaufwendungen. Der Jahresüberschuss konnte auf 73 (4) TEUR ebenfalls deutlich verbessert werden.

Die Gesamtleistung reduzierte sich auf 5,9 (6,5) Mio. Euro. Die regionale Aufteilung veränderte sich hingegen nur leicht. In Deutschland wurden 84 (78) Prozent der Gesamtleistung erwirtschaftet, im restlichen Europa und der Schweiz 12 (18) Prozent und in den übrigen Ländern unverändert 4 Prozent. Nach

Produktgruppen entfielen 55 (61) Prozent auf die Suchmaschinenoptimierung (SEO), 34 (28) Prozent auf die Suchmaschinenwerbung (SEA) und unverändert 11 Prozent auf sonstige Leistungen.

Das Eigenkapital erhöhte sich mit dem positiven Ergebnis auf 622 (549) TEUR. Und mit der Durchführung der von der letztjährigen Hauptversammlung beschlossenen Kapitalherabsetzung im Verhältnis 5 zu 1 (*Details finden Sie im [HV-Bericht 2019](#)*) verbesserten sich auch alle anderen Bilanzkennzahlen. Die Bilanzsumme blieb mit 1,56 Mio. Euro unverändert.

Speziell kam der Vorstand noch auf die aktiven latenten Steuern zu sprechen, die unverändert mit 250 TEUR in der Bilanz stehen. Wie er darlegte, wurde die Werthaltigkeit getestet und der Wertansatz durch die Betriebsprüfung für die Jahre 2014 bis 2017 bestätigt. Die liquiden Mittel werden zum Bilanzstichtag mit 258 (221) TEUR ausgewiesen.

### Allgemeine Aussprache

Lediglich der Verfasser dieses Berichts richtete für einen Aktionär einige Fragen an die Verwaltung. Zunächst ging es um die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie, die der Vorstand in seiner Rede überhaupt nicht erwähnt hatte. Möglicherweise könne man daraus schließen, dass die Branche nicht so stark von der Krise getroffen ist.

Wie Herr Michel darlegte, lassen sich die Auswirkungen der Pandemie noch nicht abschließend beurteilen. Die OMS hat Kunden in Branchen, die stark betroffen sind, aber auch Kunden aus weniger betroffenen Bereichen. Auswirkungen gibt es insofern, dass schon aus Eigeninteresse kulante Lösungen mit den Kunden gesucht werden. Es bringt nichts, sie zur Zahlung zu drängen und damit schlimmstenfalls zu gefährden.

Aktuell ist nach Aussage des Vorstands vor allem eine Zurückhaltung der Kunden bei Neuinvestitionen zu spüren. Vielfach handelt es sich um kleine mittelständische Unternehmen, die selbst erst einmal abwarten wollen, wie es weitergeht. Herr Michel hofft, dass im weiteren Jahresverlauf wieder mehr Nachfrage zu verzeichnen ist.

Als erfreulich wertete der Verfasser, dass sich nach der oftmals unbefriedigenden Ertragslage in der Vergangenheit das Ergebnis im Geschäftsjahr 2019 deutlich nach oben entwickelt hat. Ein Jahresüberschuss von 73 TEUR bedeutet immerhin ein Ergebnis je Aktie von 0,11 Euro. Damit stellt sich die Frage, ob der Vorstand die Chance sieht, den Gewinn auf diesem Niveau zu stabilisieren, also künftig ein nachhaltig positives Ergebnis zu erwirtschaften.

In seiner Antwort informierte Herr Michel, dass die Geschäftsentwicklung im laufenden Jahr stark davon abhängig ist, wie es mit der Pandemie weitergeht. Auf jeden Fall arbeite man daran, die Ertragsentwicklung zu stabilisieren. Insbesondere im laufenden Jahr lässt sich dies aber nicht abschätzen.

Ein weiteres Thema waren die Folgen der Kapitalherabsetzung im Verhältnis 5 zu 1. Mit Umsetzung dieser Maßnahme dürfte vermutlich eine ganze Reihe von Kleinaktionären ausgeschieden sein. Die daran anschließende Frage, über wie viele Aktionäre die OMS AG noch verfügt, konnte Herr Michel nicht beantworten. Die Gesellschaft hat Stückaktien, nicht Namensaktien.

Um zumindest eine grobe Richtung zu erhalten, erkundigte sich der Verfasser nach der Zahl der Einladungen, die die Gesellschaft für die Hauptversammlung verschickt hat. Damit ließe sich zumindest die Obergrenze abstecken. Der Vorstand ließ dies recherchieren und teilte mit, dass die Banken insgesamt 297 Einladungen angefordert haben. Diese Zahl schien ihm aber ebenso wie dem Aufsichtsratsvorsitzenden deutlich zu hoch zu sein. Die Zahl der Aktionäre dürfte sich eher im mittleren zweistelligen Bereich

bewegen.

Außerdem drängte sich mit Blick auf die Aktionärsstruktur die Frage auf, ob Pläne für einen Squeeze-out bestehen. Die M5 Invest GmbH hält bekanntlich schon länger mehr als 95 Prozent der Anteile. Dem Vernehmen nach gibt es auch Aktionäre, die einen Squeeze-out begrüßen würden, weil sie ihre Aktien sonst nicht verkaufen können. Zwar wird die Aktie außerbörslich bei Valora gehandelt. Dort finden sich aber nur Taxkurse.

Nach Aussage des Vorstands gibt es keine Pläne in Richtung Squeeze-out. Der anwesende Großaktionär bestätigte dies. Wenn sich Aktionäre von ihren Anteilen trennen wollen, können sie sich gerne über die Gesellschaft an den Großaktionär wenden. Kleinere Stückzahlen wurden auf diesem Weg auch schon gehandelt. Über den Preis müsse man sich einigen. Die bei Valora aufgerufenen Taxkurse sind sicherlich deutlich zu hoch.

### **Abstimmungen**

Vor Eintritt in die Abstimmungen verkündete der Vorsitzende die Präsenz. Vom gesamten Grundkapital, nach Durchführung der Kapitalherabsetzung in Höhe von 664.000 Euro und eingeteilt in ebenso viele Aktien, waren 641.855 Aktien vertreten. Dies entsprach einer Quote von 96,66 Prozent.

Die Großaktionärin M5 Invest GmbH vertrat 641.016 Stimmen. Dies waren, bereinigt um die Auswirkungen des Kapitalschnitts, knapp 40 Aktien mehr als im vergangenen Jahr. Auf die anderen anwesenden Aktionäre entfielen damit in Summe nur etwas mehr als 800 Stimmen.

Sämtliche Beschlüsse, im Einzelnen waren dies die Entlastung von Vorstand (TOP 2) und Aufsichtsrat (TOP 3) sowie die Wiederwahl der Herren Riklef von Schüssler, Dr. Kevin Grau und Jens Kleemann in den Aufsichtsrat (TOP 4), wurden einstimmig gefasst.

Um 10:30 Uhr schloss der Vorsitzende die Versammlung.

### **Fazit**

Die Online Marketing Solutions AG (OMS) kann vom anhaltenden Wachstum des Markts für Online-Werbung weiterhin nicht profitieren. Im Geschäftsjahr 2019 ging der Umsatz um 7 Prozent auf nur noch 5,8 Mio. Euro zurück. Dennoch konnte der Jahresüberschuss dank eines veränderten Produktmixes und insgesamt niedrigerer Kosten auf 73 (4) TEUR deutlich verbessert werden. Nach Umsetzung des Kapitalschnitts ist das Unternehmen auch bilanziell solide aufgestellt.

Große Perspektiven sind allerdings weiterhin nicht zu erkennen. Für ein Investment kommt die OMS aber ohnehin nicht infrage. Die Aktie ist seit Jahren nicht mehr börsennotiert. Zudem ist der Streubesitz mit 3,5 Prozent sehr gering. Rechnerisch sind nur etwas mehr als 20.000 Aktien überhaupt frei verfügbar. Ein Squeeze-out ist offenbar dennoch nicht geplant.

Will sich ein Aktionär von seinen Anteilen trennen, kann er dies über Valora ([www.valora.de](http://www.valora.de)) versuchen. Auf der außerbörslichen Handelsplattform kommt aber nur selten ein Handel zustande. Selbst die Geld- und Briefkurse sind nur getaxt. Grundsätzlich wäre auch der Großaktionär bereit, weitere Anteile zu übernehmen. Der Buchwert der Aktie erhöhte sich mit dem positiven Jahresergebnis auf immer noch überschaubare 0,94 (0,83) 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](http://www.omsag.de)

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