

HV-Bericht Online Marketing Solutions AG

Details zu Online Marketing Solutions AG

WKN: A0Z231	Straße, Haus-Nr.: Mergenthalerallee 35-37,	Telefon: +49 (0)6196-769 18 18	IR Ansprechpartner: Herr Ulv Michel
ISIN: DE000A0Z2318	D-65760 Eschborn, Deutschland	Internet: www.online-marketing-solutions.com	info@online-marketing-solutions.com

HV-Bericht Online Marketing Solutions AG - Jahresüberschuss stabil bei 108 (112) TEUR – trotz Bilanzgewinn noch keine Dividende

Die Online Marketing Solutions AG (OMS) hatte für den 11. Juli 2023 zur Hauptversammlung mit Vorlage des Jahresabschlusses 2022 eingeladen. Im Hotel Holiday Inn Frankfurt Airport nahe des Frankfurter Flughafens hatte sich hierzu 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 Dr. Kevin Grau und Jens Kleemann sowie Alleinvorstand Ulv Michel Platz genommen. Ein Notar war mit Blick auf die übersichtliche Tagesordnung nicht bestellt worden.

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

Bericht des Vorstands

Wie üblich startete Herr Michel seinen Vortrag mit einem Überblick über den Markt für Online-Werbung, der durch die Corona-Pandemie einen erheblichen Schub erfahren hat. Der positive Trend hält auch weiterhin an. Mittlerweile hat der mit Online-Werbung erzielte Umsatz die Marke von 5 Mrd. Euro überschritten. Allerdings spürt der Vorstand bei den Kunden zunehmend Unsicherheit über die weiteren konjunkturellen Aussichten und ein mögliches verändertes Nutzerverhalten.

Veränderungen gibt es im Bereich Suchmaschinenwerbung zu verzeichnen. Google ist zwar mit einem Marktanteil von rund 90 Prozent immer noch der Platzhirsch in diesem Bereich. Die Suchmaschine „Bing“ gewinnt aber dank einiger interessanter Neuerungen sukzessive an Bedeutung und kommt inzwischen auch schon auf 6 Prozent. Aus Sicht von OMS wertet es der Vorstand grundsätzlich positiv, dass es nun noch einen zweiten Player im Markt gibt, der an Relevanz gewinnt.

Spannend findet Herr Michel außerdem, dass das Thema künstliche Intelligenz im Marketingmarkt Einzug hält. Er hat sich mit den Möglichkeiten dieser neuen Technologie bereits beschäftigt und sieht darin eine gute Unterstützung der Arbeitsprozesse.

Ein Thema im Markt ist überdies, dass Google das bereits angekündigte Ende des Cookies nun doch verschiebt, da nicht so schnell wie erwartet eine alternative Technologie zur Nutzermessung aufgebaut werden konnte. Herr Michel sieht dies als Vorteil. Durch die Einschränkungen durch die Cookie-Banner können ohnehin schon weniger Nutzerdaten generiert werden. Das komplette Ende der Cookies käme da noch dazu.

Schließlich beobachtet der Vorstand, dass Facebook im Werbemarkt weiter an Relevanz verliert. Dieser Trend ist schon länger zu erkennen und er setzt sich fort. Die Nutzer von Facebook werden nun einmal älter und von der Gewinnung neuer Nutzer profitieren andere Plattformen.

Sodann kam Herr Michel auf wichtige Geschäftsereignisse aus Unternehmenssicht zu sprechen. Ein echter Einschnitt für OMS war Anfang 2021 gewesen, dass Google den Channel-Sales-Vertrag gekündigt hat. Mittlerweile ist die Suchmaschine bei allen Partnern ebenso verfahren, die Agenturen müssen sich damit neu aufstellen. Die OMS hat diese Veränderung hingegen schon verarbeitet.

Des Weiteren informierte der Vorstand über die Neuaufstellung des internen Marketings, also die Kundengewinnung in eigener Sache. Es hat sich nach seiner Aussage schon länger gezeigt, dass Veränderungen vorgenommen werden müssen. Nun wurde intern eine Trennung in einen Geschäftskundenbereich und einen Bereich für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) umgesetzt; vor allem in letzterem ist die OMS stark aufgestellt. Die inhaltliche Trennung war Herrn Michel zufolge wichtig, um die jeweilige Situation besser und schneller erkennen zu können.

Im Folgenden präsentierte der Vorstand das Zahlenwerk. Der Umsatz entwickelte sich im Geschäftsjahr 2022 um 1,3 Prozent auf 5,02

(Vorjahr 5,08) Mio. Euro leicht rückläufig. Unter Hinzurechnung der sonstigen betrieblichen Erträge von 114 (219) TEUR und der Bestandsveränderung ergibt sich eine Gesamtleistung von 5,18 (5,30) Mio. Euro. Der größte Teil des Geschäfts entfiel mit 3,94 Mio. Euro unverändert auf das Inland, 804 TEUR auf die EU und 276 TEUR auf den Rest der Welt.

Der Materialaufwand stieg auf 1,49 (1,34) Mio. Euro. Der Personalaufwand blieb mit 2,77 (2,73) Mio. Euro hingegen in etwa auf Vorjahresniveau und die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen auf 748 (785) TEUR zurück. Ursächlich waren hier vor allem niedrigere Miet- und Kfz-Kosten. Dagegen standen infolge der Neuaufstellung des internen Marketings erhöhte Werbeaufwendungen.

Letztlich wird der Jahresüberschuss mit 108 (112) TEUR wenig verändert ausgewiesen. Sondereinflüsse waren im Geschäftsjahr 2022 nicht zu verzeichnen. Das Ergebnis je Aktie errechnet sich mit 0,16 (0,17) Euro.

Nachdem im Vorjahr der Bilanzverlust ausgeglichen werden konnte, erhöhte sich der Bilanzgewinn mit dem erneuten Jahresüberschuss auf 138 (30) TEUR. Das Eigenkapital ging auf 868 (760) TEUR nach oben, woraus sich bei einer Bilanzsumme von 1,63 (1,50) Mio. Euro eine Eigenkapitalquote von 53,3 (50,7) Prozent ergibt.

Allgemeine Aussprache

Ein Aktionärsvertreter stellte in der folgenden Aussprache verschiedene Fragen für seinen Vollmachtgeber. Als erstes wollte er wissen, warum die Gesellschaft trotz des erneuten Jahresüberschusses und einem Bilanzgewinn von mittlerweile 138 TEUR nicht zumindest die gesetzliche Mindestdividende von 4 Prozent, also 0,04 Euro je Aktie, ausschüttet. Bei insgesamt nur 664.000 Aktien wären dies gerade einmal 26 TEUR.

Die betreffend verwies Herr Michel auf den vorliegenden Beschluss, der es erlaubt, bis zum Jahr 2024 die Kapitalreserven aufzufüllen, ohne dass dafür die Zustimmung der Hauptversammlung erforderlich wäre. Notwendig ist nur die Zustimmung des Aufsichtsrats. Diese Ermächtigung wurde entsprechend genutzt. Nach Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat ist die Ertragslage des Unternehmens nicht stark genug ist, um eine Dividende auszuschütten.

Befragt nach der Investitionsplanung für die nächsten Jahre teilte Herr Michel mit, dass permanent am Ausbau der bestehenden und der Erschließung von neuen Geschäftsfeldern gearbeitet wird. Ein großes Thema ist in Zeiten von Fachkräftemangel auch die Mitarbeitergewinnung. Die Finanzierung der Investitionen soll aus dem operativen Cashflow erfolgen. Auch das ist ein Grund dafür, dass auf eine Dividendenzahlung verzichtet werden soll.

Der Bilanz hatte der Aktionär entnommen, dass Verbindlichkeiten in Höhe von 32 (54) TEUR gegenüber verbundenen Unternehmen existieren. Diese betreffen, wie der Vorstand auf seine Nachfrage ausführte, ausschließlich das operative Geschäft, sind also nicht längerfristiger Natur, sondern bestanden nur über den Jahreswechsel. Eine Verzinsung wurde nicht vereinbart. Ebenso verhält es sich bei den Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 10 (41) TEUR.

Ein weiteres Thema waren die Vertriebsprovisionen, die sich trotz des leichten Umsatzrückgangs auf 86 (57) TEUR deutlich erhöht haben. Befragt nach Details informierte der Vorstand, dass an dieser Stelle keine Veränderung in der Berechnung vorgenommen wurde. Die Position kann sich auch gegenläufig zum Umsatz entwickeln, da die Provisionen erst im Nachhinein bezahlt werden, also wenn der Kunde die Rechnung bezahlt hat. Die Grundlage sind vergangene Geschäfte.

Des Weiteren hatte der Aktionär dem Jahresabschluss entnommen, dass die Reputeer GmbH, Eschborn, an der die OMS mit 50 Prozent beteiligt ist, nach einem Verlust von 4.694 Euro im Geschäftsjahr 2022 nun ein negatives Eigenkapital von 432 Euro ausweist. Er wollte wissen, welche Maßnahmen der Vorstand plant, um diese Lücke zu schließen. Zudem interessierte ihn, in welchem Umfang die Reputeer GmbH Geschäfte tätigt und wer die anderen 50 Prozent an dieser Gesellschaft hält.

In seiner Antwort teilte Herr Michel mit, dass es einen Nachschuss der Gesellschafter geben wird, um das negative Eigenkapital auszugleichen. Hinsichtlich der weiteren Geschäftsentwicklung des Unternehmens werden laufend die strategischen Optionen geprüft. Die anderen 50 Prozent der Anteile hält die Strateco-Gruppe aus Bad Homburg. Die Geschäftsführer der Reputeer GmbH sind er selbst und Aufsichtsratsmitglied Jens Kleemann.

Des Weiteren erkundigte sich der Aktionärsvertreter nach dem Hintergrund der vorgenommenen Einzelwertberichtigungen von immerhin 73 (61) TEUR. Nach Aussage von Herrn Michel handelt es sich um Wertberichtigungen auf Forderungen gegenüber Kunden, die gemäß dem Vorsichtsprinzip aufgrund ihres Alters vorgenommen wurden.

Gefragt wurde schließlich nach dem bisherigen Geschäftsverlauf im laufenden Jahr 2023 und der Planung für das Gesamtjahr und in der mittelfristigen Sicht. Wie Herr Michel darlegte, werden für die laufende Periode aus heutiger Sicht Umsatz und Ergebnis auf einem ähnlichen Niveau wie 2022 erwartet. Mittelfristig gibt es Ideen und Überlegungen, die nicht öffentlich kommuniziert werden.

Abstimmungen

Vor Eintritt in die Abstimmungen verkündete Herr von Schüssler die Präsenz. Auf der Hauptversammlung waren 641.119 Aktien vertreten. Bezogen auf das gesamte Grundkapital in Höhe von 664.000 Euro und eingeteilt in ebenso viele Aktien, entsprach dies einer Quote von 96,55 Prozent.

Alle Beschlüsse, im Einzelnen waren dies der Vortrag des gesamten Bilanzgewinns in Höhe von 138 TEUR auf neue Rechnung (TOP 2) sowie die Entlastung von Vorstand (TOP 3) und Aufsichtsrat (TOP 4), wurden einstimmig beschlossen.

Nach etwa einer Stunde war die Versammlung beendet.

Fazit

Nachdem die Ertragslage der Online Marketing Solutions AG (OMS) viele Jahre lang sehr zu wünschen übriggelassen hat, entwickelt sich das Geschäft nun doch recht erfolgreich. Im Geschäftsjahr 2022 wurde ähnlich wie in der Vorperiode bei einem Umsatz von etwas mehr als 5 Mio. Euro ein Jahresüberschuss von rund 110 TEUR erwirtschaftet. Der Bilanzverlust hat sich mittlerweile in einen Bilanzgewinn verwandelt. Auf eine Dividendenzahlung soll vorerst dennoch verzichtet werden.

Die Gesellschaft profitiert davon, dass der Markt für Online-Werbung durch die Corona-Pandemie einen erheblichen Schub erfahren hat und der positive Trend anhält. Auf der anderen Seite ist bei den Kunden inzwischen eine gewisse Verunsicherung durch die unklaren konjunkturellen Aussichten zu spüren. Grundsätzlich scheint sich die Gesellschaft aber auf dem richtigen Weg zu befinden.

Wäre die Aktie börsennotiert, hätte die aktuelle Entwicklung möglicherweise einen positiven Kurseffekt. Tatsächlich wird das Papier aber seit nunmehr neun Jahren nur noch außerbörslich bei Valora gehandelt (www.veh.de). Umsätze finden allerdings, bei einem Streubesitz von gerade einmal 3,5 Prozent wenig verwunderlich, kaum statt. Tatsächlich ist, soweit dies den vorliegenden Informationen zu entnehmen ist, seit vielen Jahren kein Stück umgegangen.

Bei Valora werden aktuell lediglich 740 Aktien zu einem Preis von 78,65 Euro angeboten, was doch erheblich übertrieben erscheint. Bei insgesamt 664.000 Aktien würde dies einer Marktkapitalisierung von mehr als 52 Mio. Euro entsprechen – für ein Unternehmen mit einem Umsatz von 5 Mio. Euro, einem Eigenkapital von nicht einmal 1 Mio. Euro und einem Gewinn von 100 TEUR. Der wahre Wert dürfte um Längen niedriger zu suchen sein.

Kontaktadresse

Online Marketing Solutions AG
Mergenthaleralle 35-37
D-65760 Eschborn

Tel.: +49 (0)61 96 / 769 18 18

Internet: www.online-marketing-solutions.com

Veröffentlichungsdatum: 13.07.2023 - 18:16

Redakteur: mwa