

Geschäftsbericht der Online Marketing Solutions AG
für das Geschäftsjahr 2014



OMSAG
ONLINE MARKETING SOLUTIONS

Inhaltsverzeichnis

Lagebericht der Online Marketing Solutions AG 2014	2
A. Allgemeine Entwicklung	3
Branchenperspektive.....	3
B. Wesentliche Ereignisse der Geschäftstätigkeit.....	5
C. Darstellung der Lage der Gesellschaft.....	6
Vermögenslage.....	6
Finanz- und Ertragslage.....	6
Beteiligungen	7
D. Chancen und Risiken	7
Unternehmensziel.....	7
Risikomanagement.....	S7
E. Prognosebericht.....	8
F. Abhängigkeitsbericht.....	9
Jahresabschluss	10
AKTIVA.....	11
PASSIVA.....	12
Gewinn- und Verlustrechnung.....	13
Anhang.....	14
1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden	14
2. Angaben und Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz.....	15
3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung.....	17
4. Sonstige Pflichtangaben	18
5. Ergebnisverwendungsvorschlag	19
Anlagenspiegel	20
Testat des Wirtschaftsprüfers	21

Lagebericht der Online Marketing Solutions AG zum Geschäftsjahr 2014

Im folgenden Bericht informieren wir Sie über die aktuelle Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2014 vom 01.01.2014 bis zum 31.12.2014. Er stellt die Entwicklung der Ertrags-, Finanz-, und Vermögenslage der Online Marketing Solutions AG in dem Geschäftsjahr 2014 dar und geht auf wesentliche Risiken und Chancen sowie die voraussichtliche Entwicklung des Geschäfts ein. Vorausschauende Aussagen beruhen auf derzeitigen Erkenntnissen, Einschätzungen und Annahmen. Sie bergen daher eine Reihe von Risiken und Ungewissheiten. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs der Online Marketing Solutions AG liegen, beeinflusst den Geschäftsverlauf und dessen Ergebnisse. Diese Faktoren können dazu führen, dass der tatsächliche, in Zukunft eintretende Geschäftsverlauf und die tatsächlich erzielten Ergebnisse von den dazu in die Zukunft gerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit gemachten Angaben wesentlich abweichen.

A. Allgemeine Entwicklung

Branchenperspektive

Die Digitale Wirtschaft wächst stabil und auf einem konstant hohen Niveau. Sie bietet große Chancen und Potenziale für die Zukunftsfähigkeit Deutschlands. Laut dem aktuellen Monitoring-Report Digitale Wirtschaft 2014 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie stellt die digitale Branche einen der bedeutendsten Zweige der deutschen Wirtschaft dar.¹

Der allgemeine Aufwärtstrend bei Marketing und Werbung scheint sich 2015 fortzusetzen. Für 2015 gehen die Experten von einem stabilen Wachstum in vergleichbarer Größenordnung zum Vorjahr aus.² Auch weitere aktuelle Studien zeigen auf, dass laut der Planung eines Großteils der Unternehmen die Digital-Marketing-Budgets international in 2015 steigen sollen. Während Gartner in einer Umfrage ermittelte, dass 51 Prozent der Befragten das Digital-Marketing-Budget in 2015 um durchschnittlich 17 Prozent erhöhen wollen³, spricht Econsultancy von einer prognostizierten, Budgeterhöhung von im Schnitt 14 Prozent bei fast dreiviertel der Befragten. Eine beträchtliche Zahl der von Econsultancy befragten Unternehmen erwartet zudem, dass ihre Investitionen im digitalen Bereich in den kommenden 5 Jahren einen Anteil von 50 Prozent erreichen werden, wobei der erwartete Durchschnittswert bei 40 Prozent liegt.⁴

Doch an diesem Trend sind nicht nur große Unternehmen und internationale Konzerne beteiligt, die dank größerer Innovations-Budgets digitale Vertriebskanäle schon seit langem ins Auge gefasst haben. Auch kleine und mittelständische Unternehmen investierten im Jahr 2014 zunehmend mehr Geld in beispielsweise Online-Werbung. Im Netz ergeben sich für KMU insbesondere Möglichkeiten zur nischengeeigneten und lokalen Werbung. In 2014 sind die Prognosen der vorausgegangenen Jahre bereits eine Selbstverständlichkeit: Laut eine Studie der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) besitzen 90 Prozent aller befragten KMU in Deutschland eine eigene Website. Von diesen nutzt ein Drittel das Potenzial der Suchmaschinenoptimierung für sich- Tendenz steigend. Knapp über 40 Prozent schalten zudem Anzeigen in Suchmaschinen und deren Werbenetzwerken, während 44 Prozent der teilnehmenden Unternehmen zudem angaben, soziale Netzwerke als Kommunikations- und Werbekanal zu nutzen.⁵

Die Digitalisierung schreitet global immer weiter voran: Immer mehr Nutzer verbringen immer mehr Zeit täglich mit modernen digitalen Medien, um z. B. einzukaufen, sich unterhalten zu lassen und nach Informationen zu recherchieren. Dementsprechend wachsen auch die Erlöse aus digital bzw. online vertriebenen Produkten und Dienstleistungen. Zwischen 2013 und 2018 wird laut einer Studie der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland PwC insbesondere im Bereich Werbung die zunehmende Dominanz der digitalen Medien deutlich. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geht zudem davon aus, dass die Umsätze mit Internetwerbung jährlich um etwa über 10 Prozent steigen.⁶ Das unterstreichen auch die Ergebnisse des Online-Vermarkterkreises (OVK) im BVDW. Das Internet sei in 2014 unverändert wachstumsstärkstes Werbemedium gewesen

¹ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014).

² Bundesverband für Digitale Wirtschaft (2015).

³ Gartner Inc. (2014).

⁴ Econsultancy.com Ltd. 2014

⁵ Schobelt, Frauke (2014).

⁶ PricewaterhouseCoopers (2014).

und die Werbeumsätze für Online und Mobile beliefen sich 2014 auf insgesamt 1,581 Milliarden Euro netto. Das entspricht einem Wachstum von 6,6 Prozent.⁷

Wichtiger Wachstumstreiber der Online-Werbeumsätze ist einmal mehr das Werbeformat Bewegtbild, das weiter deutlich zweistellige Wachstumsraten verzeichnet.⁸ Aus diesem Grund hat die Online Marketing Solutions AG gegen Ende 2014 und besonders für 2015 YouTube Advertising als neues Produkt in das Portfolio mit aufgenommen, um die eigene Dienstleistung im Bereich Online-Werbeformen optimal abzurunden.

Mobile Nutzeransprache schreibt die hohen Wachstumsraten der letzten Jahre fort und wird auch in den kommenden Jahren signifikant wachsen bzw. einen steigenden Anteil am Media-Mix und den Werbeumsätzen ausmachen. Weit über die Hälfte der Verbraucher ist überzeugt, dass sich die Art des Kaufens in den vergangenen fünf Jahren weiterentwickelt hat. „Ein Großteil greift dabei stärker auf das Internet und mobile Technologien zurück (73 Prozent)“.⁹ Auch die PwC-Studie Global Entertainment und Media Outlook 2014-2018 prognostiziert weiteres Wachstum im Mobile-Bereich: „Im Jahr 2018 wird mehr als die Hälfte (55 Prozent) aller Verbraucher weltweit über einen mobilen Internetzugang verfügen.“¹⁰ Auch die OMSAG nimmt diesen Trend sehr ernst und hat bereits 2014 erste Grundsteine für die Eingliederung des neuen Produkt-bausteins „Webentwicklung“ gelegt und diesem vor allem mit einem Fokus auf die Optimierung von Web-präsenzen für die mobile Nutzung ausgerichtet.

Auch speziell das Consulting-Geschäft der digitalen Branchen soll laut Expertenmeinung in den kommenden Jahren einen Aufschwung erleben. Aufgrund des immer weiter steigenden Bedarfs an Spezialwissen im Online-Marketing, sieht auch die OMSAG einen steigenden Bedarf an Beratungsdienstleistung für Unternehmen. „Der Markt für internetbezogene Beratungsleistungen wird sich bis zum Jahr 2016 wieder positiver entwickeln. Während der Wirtschaftskrise wurde – wie im gesamten Beratungsmarkt – auch in der Internetbranche bei der Beratung gespart und ein schwächeres Wachstum verzeichnet, in den nächsten Jahren erwarten wir jedoch eine Erhöhung auf über neun Prozent.“ So stellt es der eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. in seinem Trendreport „Die deutsche Internetwirtschaft 2012 – 2016“ zusammenfassend dar.¹¹

Prognosen zeichnen ein sehr positives Zukunftsbild für die Digitalbranche. So zeigt sich in einer Umfrage unter Marketingverantwortlichen großer werbungstreibender Unternehmen, Agenturchefs sowie Managern von Medienunternehmen, dass die Werbebudgets in Deutschland auch in 2015 mindestens stabil bleiben. 39 Prozent geben an, im kommenden Jahr ähnliche Werbebudgets zu investieren, während 31 Prozent ihr Budget sogar erhöhen möchten.¹²

Die Online Marketing Solutions AG legt auf Basis der Umfragewerte und Statistiken auch in 2015 besonderen Wert auf ein möglichst breit gefächertes Produkt- und Dienstleistungsangebot. Das Produktportfolio bedient dabei effektiv die Bedürfnisse von KMUs im Online-Bereich ebenso wie von größeren und internationalen Unternehmen bis hin zu DAX-Konzernen. Dank einer sehr prozessorientierten Vorgehensweise kann die Online Marketing Solutions AG ihren Kunden zum einen ganzheitliche High Performance-Lösungen anbieten, zum anderen aber auch im Budgetbereich von kleineren Unternehmen marktfähige und überzeugende Angebote machen. Eine in 2014 geschlossene Kooperation als einer von wenigen „Google Ad-Words™ Premium-KMU-Partner in Deutschland“ hat diese Spezialisierung im KMU-Bereich noch weiter untermauert und der AG weitere Möglichkeiten eröffnet, noch besser auf die speziellen Bedürfnisse kleinerer Unternehmen beim Online-Marketing einzugehen.

Diese umfassende Wertschöpfung im Endkundengeschäft stellt ein Standbein für eine rentable und solide Basis zur Fortentwicklung des Unternehmens dar. Angeboten werden die gängigsten Dienstleistungen aus dem Online-Marketing um eine umfassende Full-Service-Betreuung zu bieten und Kunden zu überzeugen, die Wert auf eine enge und ineinandergreifende Abstimmung zwischen den eingesetzten Marketing-Instrumenten legen. In enger Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern besteht zudem das Ziel, dieses Angebot auch weiterhin entsprechend den Marktanforderungen konstant auf dem neusten Stand

⁷ Online-Vermarkterkreis (2014).

⁸ Online-Vermarkterkreis (2015).

⁹ Markt-Studie.de (2014).

¹⁰ PricewaterhouseCoopers (2014).

¹¹ Eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V. (2014).

¹² Statista (2015).

zu halten und die richtigen Kombinationen an Serviceleistungen unter Berücksichtigung der Effizienz eingesetzter Mittel für die Kunden zu identifizieren. Zudem wird angestrebt neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit Unternehmen – in erster Linie großen Konzernen und international agierenden Unternehmen – zu finden, die über einen Dienstleistervertrag mit kurzer Laufzeit hinausgehen.

B. Wesentliche Ereignisse der Geschäftstätigkeit

Der Vorstand der Online Marketing Solutions AG berief für den 17. März 2014 eine außerordentliche Hauptversammlung ein, um infolge eines Verlusts von über der Hälfte des Grundkapitals die Gesellschaftslage darzulegen.

Bedingt durch diese Situation wurden bereits am Anfang des Geschäftsjahres Maßnahmen beschlossen um die Profitabilität der Gesellschaft nachhaltig zu verbessern.

Nach Beschlussfassung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat gab der Dienstleister im Juli desselben Jahres die Aufhebung der Aktiennotierung an der Hamburger Börse zum 30. September bekannt.

Die Online Marketing Solutions AG wurde im April 2014 von Google als eine von 20 ausgewählten Top-Agenturen zur Pilotphase der Export Initiative „Weltweit Wachsen – Deutschland exportiert online“ ausgewählt. Mit dieser Initiative forciert Google die Bündelung von Expertenwissen, um auf diese Weise Unternehmen bei der Erschließung neuer ausländischer Märkte zu unterstützen. Durch die Beteiligung der OMSAG an der Pilotphase profitieren Kunden von unmittelbaren Wettbewerbsvorteilen. Dies schließt u. a. exklusives Wissen im Hinblick auf Auslandsexpansionen sowie im Rahmen der Erstellung und Durchführung von internationalen Online-Kampagnen mit ein.

Als neuer Verbundpartner im Bundesverband Medien und Marketing e.V. (BVMM) ist die AG seit Mai 2014 Teil des branchenübergreifenden Netzwerks, das die Förderung digitaler Medien und Marktakteure in diesem Umfeld zum Ziel hat. Digitale Medien gewinnen im Marketing-Mix von Unternehmen unabhängig ihrer Größe und Branchenzugehörigkeit an Bedeutung. Als Partner im BVMM eröffnen sich der Online Marketing Solutions AG vielfältige Optionen, weitreichende Kontakte aufzubauen bzw. potenzielle Kooperationspartner aus der gesamten DACH-Region zu aktivieren.

Mit der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ im Juli 2014 hat der Online-Marketing-Dienstleister offiziell ein Zeichen für Vielfalt (Diversity), Chancengleichheit und Toleranz als wichtigen Bestandteil einer jeden Unternehmenskultur gesetzt. Gleichzeitig hat er sich damit der Verantwortung verpflichtet, die in der Charta enthaltenen Wertegrundlagen dauerhaft in seinen internen und externen Dialog zu integrieren. Als Unterzeichner der Initiative unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel unterstützt die OMSAG den gesellschaftswirtschaftlichen Ansatz, dass Unternehmenserfolg nur unter Beachtung vielfältiger Mitarbeiter-Potenziale sowie verschiedener Bedürfnisse von Kunden und Geschäftspartnern möglich ist.

Der Online-Marketing-Experte ist seit 2014 Partner des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft e.V. (BVMW). Der BVMW ist ein parteiunabhängiger Verband, der als „Stimme des Mittelstands“ die wirtschaftspolitischen Interessen von KMU vertritt. Der Verband fördert und organisiert den gegenseitigen Erfahrungsaustausch seiner Mitglieder durch Arbeits- und Expertenkreise und gemeinsame Projekte. Die Online Marketing Solutions AG erhält als Partner branchen- bzw. unternehmensrelevante Informationen mit Bezug zu wichtigen Mittelstandsthemen vom Verband zur Verfügung.

Seit dem 01. Oktober 2014 trägt die Online Marketing Solutions AG als eine von derzeit lediglich 19 Agenturen die Zertifizierung „Google AdWords™ Premium-KMU-Partner in Deutschland“. Ein wichtiger strategischer Schritt, mit dem der erfahrene Dienstleister eine weitere, sehr wertvolle Kooperation zur Erhöhung seiner Service- und Beratungskompetenz gegenüber KMU-Kunden für Suchmaschinenwerbung (SEA) eingegangen ist. Die Zertifizierung als Premium-KMU-Partner setzt die Erfüllung spezieller Anforderungen seitens der Agenturen voraus: Dazu zählt u. a. ein Kundenvolumen von mindestens mehreren hundert bzw. tausenden Werbetreibenden sowie die notwendige Infrastruktur, um dieses Kundenvolumen bedienen zu können.

Als Google AdWords Premium-KMU-Partner hat die OMSAG Zugriff auf Beta-Programme von Google noch vor offizieller Markteinführung und kann diesen Wissensvorsprung als exklusiven Vorteil frühzeitig an Kunden weitergeben.

Im Rahmen dieser strategischen Allianz entstanden zudem innovative Google AdWords Retail-Produkte, die dem Zweck einer noch passgenaueren Abstimmung von SEA-Produktlösungen auf individuelle Kundenbedürfnisse dienen.

Im vierten Quartal 2014 startete die Online Marketing Solutions AG einen umfassenden Relaunch der eigenen Homepage, um den Auftritt des Unternehmens im Internet zu professionalisieren und in Abstimmung mit Webdesign- und User-Experience-Trends auf den neusten Stand zu bringen.

C. Darstellung der Lage der Gesellschaft

Vermögenslage

Die um den Kapitalfehlbetrag bereinigte Bilanzsumme verminderte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr um T€ 323 auf T€ 2.620 (-12,3%).

Das Anlagevermögen erhöhte sich durch Investitionen vornehmlich in Geschäftsausstattung um einen Wert von T€ 204. Darin enthalten ist die Aktivierung von selbst geschaffenen immateriellen Vermögensgegenständen von T€ 46. Anlageabgänge wurden in Höhe von T€ 6 verzeichnet. Die planmäßigen Abschreibungen betragen im Geschäftsjahr T€ 62.

Das gesamte Umlaufvermögen verminderte sich um T€ 1.181 oder 43 % auf T€ 1.569.

Die kurzfristigen Forderungen (T€ 1.264) liegen mit T€ 799 oder 38,8 % unter dem Vorjahreswert. Die sonstigen Vermögensgegenstände verminderten sich von T€ 30 (Vorjahr) auf T€ 13 im laufenden Jahr. Die liquiden Mittel reduzierten sich um T€ 365 (-25 %) auf T€ 292 zum Bilanzstichtag (Vorjahr: T€ 657).

Im Geschäftsjahr 2014 wurden aktive latente Steuern mit einem Betrag von T€ 639 aktiviert.

Der nicht durch Eigenkapital gedeckte Fehlbetrag beträgt zum Bilanzstichtag T€ 1.903. Er liegt somit um T€ 410 oder 21,5% unter dem Vorjahresansatz von T€ 2.313.

Auf der Passivseite verminderten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um T€ 696 auf T€ 428. Die Reduzierung der Verbindlichkeiten resultiert unter anderem aus der Zahlung von fälligen Ausgleichszahlungen. Die Rückstellungen reduzierten sich nur marginal um T€ 57 oder 5,4 %.

Eine ausreichende Liquiditätsausstattung ist vorhanden. Diese wurde durch Darlehensgewährung eines Aktionärs in Höhe von T€ 2.388 im Vorjahr ermöglicht.

Wir waren im Berichtsjahr jederzeit in der Lage, sämtlichen finanziellen Verpflichtungen zeitgerecht nachzukommen.

Finanz- und Ertragslage

Die Gesellschaft erwirtschaftete Umsatzerlöse in Höhe von T€ 8.371, die damit um T€ 2.824 bzw. 25,2 % unter denen des Vorjahres liegen.

Der Materialaufwand reduzierte sich um T€ 120 (3,2 %) auf T€ 3.757. Die Materialaufwandsquote (Materialaufwand bezogen auf die Betriebsleistung) erhöhte sich um 8 %-Punkte auf 42,6 %. Aufgrund der geänderten Aufwandszuordnung von Kosten der Warenabgabe ist ein Vorjahresvergleich nur bedingt möglich.

Wie bereits im Vorjahr berichtet, wurden bis November 2013 vergebene Leistungen an Dienstleister wieder durch eigene Ressourcen ersetzt.

Die Reduzierung der sonstigen betrieblichen Aufwendungen von T€ 9.675 im Vorjahr auf T€ 1.557 im Berichtsjahr bestand im Wesentlichen aus folgenden Positionen: Erhöhung der Raumkosten von T€ 152 bedingt durch den Umzug in ein neues Bürogebäude; KFZ-Kosten + T€ 39; Erhöhung von operativen Kosten wie Rechts- und Beratungskosten; Buchhaltungskosten sowie Kommunikationskosten in Höhe von T€ 42. An Forderungsverlusten wurden T€ 422 realisiert. Dementgegen standen signifikante Kosteneinsparungen in Höhe von T€ 8.868. Ein im Vorjahr angefallene Einmalbetrag ist im Berichtsjahr nicht mehr angefallen. Die Umgliederung von Kosten der Warenabgabe in die sonstigen Leistungen sind die weiteren Gründe.

Aufgrund dauernder Wertminderung wurde im Jahr 2013 der Beteiligungsbuchwert der PR SEO GmbH, Eschborn, mit Euro 26.999,00 auf einen Wert von Euro 1,00 abgeschrieben. Zusätzlich wurde ein an die PR SEO GmbH, Eschborn, gegebenes Darlehen mit T€ 246 wertberichtigt. Auch im laufenden Jahr wurden die berechneten Zinsen wieder aus den gleichen Gründen wertberichtigt.

Beteiligungen

Die PR SEO GmbH (www.prseo.de) ist eine einhundertprozentige Tochtergesellschaft der Online Marketing Solutions AG. Die Gesellschaft wurde im Berichtsjahr in eine GmbH und Co. KG umgewandelt.

Der Geschäftsbetrieb der Gesellschaft befindet sich in der Phase der Inangsetzung. Es wurden schon Investitionen getätigt um innerhalb kurzer Zeit wieder mit einer eigenen Produktpalette im Online-Marketing-Markt tätig zu werden.

Die Beteiligung an der Tochtergesellschaft wurde aus Gründen der vorsichtigen Bewertung bereits im Vorjahr auf € 1,00 abgeschrieben. Wir werden weiterhin das Unternehmen für die zukünftige strategische Ausrichtung der Unternehmensgruppe nutzen.

D. Chancen und Risiken

Unternehmensziel

Die Online Marketing Solutions AG verfolgt das strategische Ziel, im Bereich ihrer Kernkompetenz der oben genannten Geschäftsfelder ihre Position als ein in Deutschland führender Anbieter zu sichern und weiter auszubauen. Im laufenden Geschäftsjahr wurden gleichzeitig verschiedene Aktivitäten gestartet, um unsere Position im Online-Marketing-Markt zu verbessern.

Risikomanagement

Wie bereits im Vorjahr berichtet, fußt das Geschäftsmodell der Online Marketing Solutions AG zum Großteil auf der Suchmaschinenoptimierung (SEO) von Webseiten für Google. Dadurch ergibt sich eine gewisse Abhängigkeit von Google. Bereits im Geschäftsjahr 2014 wurden neue Strategien entwickelt, um die Abhängigkeit zu minimieren. Seit Oktober 2014 besitzen wir die Zertifizierung als „Google AdWords™ Premium-KMU-Partner in Deutschland“. Diese Partnerschaft mit Google eröffnet uns Möglichkeiten, um neue Marktanteile zu gewinnen. Wir können dieses Produkt in beiden Geschäftsfeldern „KMU“ und „Key Account“ einsetzen und kontinuierlich ausbauen. Bereits jetzt haben wir mit Google AdWords (SEA) bereits einen Anteil von 10% unseres Gesamtumsatzes erzielt. Die Komplexität von SEO wird immer mehr zum Hindernis für kleinere Gesellschaften, dieses Produkt professionell zu vermarkten. Bedingt durch unsere Betriebsgröße und die Partnerschaft mit Google sehen wir uns für zukünftige Herausforderungen im SEO- und SEA-Bereich gut aufgestellt. Die Gesellschaft investiert permanent in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2014 sind wir für SEO von der BVDW zertifiziert worden.

Im Geschäftsjahr 2014 haben wir verstärkt damit begonnen, Messeauftritte durchzuführen. Die Verbandsarbeit sowie der Vertrieb über Partneragenturen/Marken wurden intensiviert. Der Aufbau eines eigenen Vertriebs wird im Wirtschaftsjahr 2015 forciert. Weiterhin wurde der Aufbau weiterer Vermarktungsgesellschaften für preisgünstige Produkte beschlossen. In Planung befinden sich der Ausbau von bestehenden Vertriebskanälen sowie das Inbound-Marketing. Wir befinden uns ebenso in der Planungsphase bezüglich eines neuen Geschäftsfeldes „Managed Services“. Auch hier können wir unsere vorhandenen Ressourcen und unser Know-how einsetzen, um mit größeren Partnern im Bereich SEO und SEA intensiv zusammen-zuarbeiten.

Für im Klageweg geltend gemachte Provisionsansprüche von zwei im Berichtsjahr 2013 gekündigten Handelsvertretern wurden vorsorglich nach kaufmännischen Gesichtspunkten entsprechende Rückstellungen im gleichen Jahr gebildet. Das Verfahren ist noch anhängig.

Um unsere Geschäftsprozesse an die zukünftigen hohen Marktanforderungen anzupassen, haben wir im Berichtsjahr 2014 ein umfangreiches Controlling aufgebaut. Monatlich werden in einem Reporting die Ergebnisse und wichtige Kennzahlen aufbereitet und analysiert. Cash Management und Forderungsmanagement wurde optimiert. Für das Geschäftsjahr 2015 besteht die Planung eine ERP-Software einzuführen. Wir erhoffen uns davon, dass unsere Ablauforganisation weiter verbessert und effizienter gestaltet wird.

E. Prognosebericht

Mit der im Geschäftsjahr 2014 eingeleiteten Neuausrichtung des Unternehmens werden wir bereits in Kürze erste Erfolge verzeichnen können. Für das laufende Geschäftsjahr 2015 gehen wir davon aus, dass das Umsatzvolumen auf dem Niveau des Vorjahres verbleibt. Das Produkt Google AdWords entwickelt sich schon heute außerordentlich gut. Der Anteil von SEO-Produkte im KMU-Segment Umsatz erwarten wir gegenüber dem Geschäftsjahr 2014 unverändert. Der Bereich Key Account wird sich in den nächsten Monaten weiter positiv entwickeln. Die Investitionen in neue Geschäftsfelder und Vertriebsstrukturen werden sich im neuen Geschäftsjahr erstmals in gesteigerten Umsätzen auswirken. Die Kündigungsquote geht kontinuierlich zurück. Unsere Kostenstrukturen haben wir in den letzten Monaten an das reduzierte Umsatzvolumen angepasst. Trotz höherer Finanzierungskosten und der weiterhin existierenden Risikovorsorge für Wertberichtigungen erwarten wir eine zufriedenstellende Gewinnsituation. Die Liquidität der Gesellschaft ist durch das aufgenommene Darlehen gesichert. Vor diesem Hintergrund sind wir bei der Aufstellung des Jahresabschlusses trotz der bilanziellen Unterdeckung von der Beibehaltung der Annahme der Fortführung der Geschäftstätigkeit ausgegangen.

F. Abhängigkeitsbericht

Der Vorstand hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehung zu verbundenen Unternehmen aufgestellt und erklärt:

Unsere Gesellschaft unterhielt wie in vergangenen Geschäftsjahren Beziehungen zu verbundenen Unternehmen. Für die aufgeführten Rechtsgeschäfte wurden angemessene Gegenleistungen erbracht. Durch die im Bericht angegebenen getroffenen oder unterlassenen Maßnahmen wurden die Gesellschaften nicht benachteiligt. Diese Beurteilung unterliegt den Umständen, dass uns keine nachteiligen berichtspflichtigen Vorgänge zum Zeitpunkt der Bilanzierung bekannt waren.

Eschborn, den 18. Mai 2015

Online Marketing Solutions AG

Ulv Michel

Vorstand

Jahresabschluss

Bericht über die Erstellung
des Jahresabschlusses
zum 31. Dezember 2014

der

Online Marketing Solutions AG
Marketing, Consulting im IT- Dienstleistungsbereich
Niederurseler Allee 8-10
65760 Eschborn

AKTIVA

	2014 €	Vorjahr €
A. Anlagevermögen		
I. Immaterielle Vermögensgegenstände		
1. selbst geschaffene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	45.696,12	0,00
2. entgeltliche erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	98.482,00	100.297,00
II. Sachanlagen		
1. technische Anlagen und Maschinen	18.836,00	21.348,00
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	165.086,20	55.186,00
3. geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	16.097,89
III. Finanzanlagen		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	12.501,00	1,00
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	71.469,06	0,00
B. Umlaufvermögen		
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände		
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	1.013.515,47	1.206.592,08
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	175.221,99	71.469,06
3. sonstige Vermögensgegenstände	74.588,07	785.498,08
II. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	292.412,09	656.577,06
C. Rechnungsabgrenzungsposten	13.178,71	30.394,72
D. Aktive latente Steuern	638.999,62	0,00
E. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	1.902.503,43	2.313.082,44
AKTIVSEITE	4.522.489,76	5.256.543,33

PASSIVA

	2014 €	Vorjahr €
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	750.000,00	750.000,00
II. Bilanzverlust	-2.652.503,43	-3.063.082,44
III. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag	1.902.503,43	2.313.082,44
B. Rückstellungen		
1. Steuerrückstellungen	980,00	155.671,38
2. sonstige Rückstellungen	1.057.048,11	958.869,33
C. Verbindlichkeiten		
1. Anleihen	0,00	5.450,00
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 0,00; Vj.: € 5.450,00		
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.254,20	8.970,53
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 1.254,20; Vj.: € 8.970,53		
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	427.742,99	1.123.753,85
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 427.742,99; Vj.: € 1.123.753,85		
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.388.241,70	2.388.241,70
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 0,00; Vj.: € 0,00		
5. sonstige Verbindlichkeiten	100.519,90	57.519,54
- davon mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr: € 100.519,90; Vj.: € 57.519,54		
- davon aus Steuern: € 67.676,88; Vj.: € 36.246,58		
- davon im Rahmen der sozialen Sicherheit: € 0,00 Vj.: € 0,00		
D. Rechnungsabgrenzungsposten	546.702,86	558.067,00
PASSIVSEITE	4.522.489,76	5.256.543,33

Gewinn- und Verlustrechnung

	2014 €	Vorjahr €
1. Umsatzerlöse	8.370.786,54	11.195.072,98
2. andere aktivierte Eigenleistung	45.696,12	0,00
3. sonstige betriebliche Erträge	405.872,48	161.332,12
4. Materialaufwand		
a) Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	92.649,37	120.987,29
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	3.663.360,36	3.756.170,46
5. Personalaufwand		
a) Löhne und Gehälter	2.956.515,35	1.265.760,91
b) soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung - davon für Altersversorgung: € 12.128,32; i.Vj.: € 11.860,93	601.404,91	238.064,25
6. Abschreibungen		
a) auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen	62.473,45	68.831,61
b) auf Vermögensgegenstände des Umlaufvermögens, soweit diese die in der Kapitalgesellschaft üblichen Abschreibungen überschreiten	0,00	245.982,01
7. sonstige betriebliche Aufwendungen	1.556.933,80	9.675.245,80
8. sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	29.004,63	7.397,40
9. Abschreibungen auf Finanzanlagen	25.970,97	26.999,00
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen - davon an verbundene Unternehmen: € 126.318,36; i.Vj.: € 4.152,69	126.137,89	11.753,25
11. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	-234.086,33	-4.045.992,08
12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag - davon latente Steuern: € 638.999,62; i.Vj.: € 0,00	-644.889,34	-98.834,64
13. sonstige Steuern	224,00	246,00
14. Jahresüberschuss / -fehlbetrag	410.579,01	-3.947.403,44
15. Verlustvortrag/Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	-3.063.082,44	774.321,00
16. Entnahmen aus der Kapitalrücklage	0,00	60.000,00
17. Entnahme aus der gesetzlichen Rücklage	0,00	50.000,00
18. Einstellungen in Gewinnrücklagen	0,00	0,001
19. Bilanzverlust	-2.652.503,43	-3.063.082,44

Anhang

1. Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Allgemeine Angaben und Erläuterungen

Der Jahresabschluss der Online Marketing Solutions AG, Eschborn, im Folgenden kurz „OMS AG“ genannt für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 wurde unter Anwendung der Vorschriften des Handelsgesetzbuches (§ 242 ff. und 264 ff HGB) aufgestellt. Ergänzend zu diesen Vorschriften waren die Regelungen des Aktiengesetzes zu beachten.

Die Gesellschaft ist zum Abschluss-Stichtag 31. Dezember 2014 eine kleine Kapitalgesellschaft i. S. von § 267 Abs.1 HGB. Größenabhängige Erleichterungen gemäß § 288 Abs.1 HGB wurden teilweise in Anspruch genommen.

Die Gliederung der Bilanz erfolgt nach den Vorschriften des § 266 Abs.2 und 3 HGB. Für die Gewinn- und Verlustrechnung wurde im Berichtsjahr das Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB angewandt.

Anlagevermögen

Erworbene immaterielle Vermögensgegenstände sind zu Anschaffungskosten angesetzt und, sofern sie der Abnutzung unterlagen, um planmäßige Abschreibungen vermindert.

Im Berichtsjahr wurden erstmalig selbst geschaffene immaterielle Wirtschaftsgüter nach § 248 II HGB aktiviert. Es handelt sich hierbei um ein Standardsoftwareprojekt. Das Softwareprojekt ist zum Bilanzstichtag noch nicht vollständig abgeschlossen. Auf eine planmäßige Abschreibung wurde des-halb im Berichtsjahr verzichtet.

Das Sachanlagevermögen ist zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen angesetzt. Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend der voraussichtlichen Nutzungsdauer linear vorgenommen.

Bei abnutzbaren beweglichen Wirtschaftsgütern des Anlagevermögens, die einer selbständigen Nutzung fähig sind und deren Anschaffungskosten den Betrag von netto € 410,00 nicht übersteigen, wurde für Neuzugänge im Berichtsjahr, von dem Wahlrecht der Sofortabschreibung nicht Gebrauch gemacht.

Die unter Finanzanlagen ausgewiesenen Anteile an verbundenen Unternehmen werden zu Anschaffungskosten bilanziert. Bei voraussichtlich dauerhaften Wertminderungen werden entsprechende Abschreibungen vorgenommen. Sofern die Gründe für die Wertminderungen nicht mehr bestehen, erfolgt eine Zuschreibung, höchstens jedoch auf die historischen Anschaffungskosten.

Forderungen

Die Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände wurden mit dem Nennbetrag angesetzt. Allen risikobehafteten Forderungen und sonstigen Vermögensgegenständen wird durch die Bildung angemessener Wertberichtigungen Rechnung getragen.

Liquide Mittel

Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten werden zum Nennwert bewertet.

Rückstellungen

Die Steuerrückstellungen beinhalten Werte für noch nicht veranlagte Steuern aus den Vorjahren.

Bei der Bemessung der Rückstellungen sind alle erkennbaren Einzelrisiken und ungewissen Verbindlichkeiten berücksichtigt. Die Rückstellungen sind in Höhe des Erfüllungsbetrags angesetzt, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Bei den sonstigen Rückstellungen sind alle zum Bilanzstichtag erkennbaren Risiken und Verpflichtungen angemessen berücksichtigt worden und bei einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr abgezinst.

Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten wurden mit dem Erfüllungsbetrag passiviert

2. Angaben und Erläuterungen zu einzelnen Posten der Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist unter Angabe der Abschreibungen des Geschäftsjahres im Anlagenspiegel (Anlage zum Anhang) dargestellt.

Im Geschäftsjahr wurden insgesamt € 203.769,68 für Forschungs- und Entwicklungskosten aufgewendet. Davon entfielen € 45.696,12 auf die selbst geschaffenen immateriellen Vermögensgegenstände des Anlagevermögens, die nach Maßgabe von § 255 Abs. 2 a HGB aktiviert wurden.

Angaben zum Anteilsbesitz

Unternehmen	Eigenkapital in €	Anteil am Kapital	Jahresergebnis in €
PR SEO GmbH & Co.KG, Eschborn	26.999 (Kommanditkapital)	99,97 %	-30.036,42
PR SEO Verwaltungs GmbH, Eschborn	25.000 Davon eingezahlt € 12.500	100 %	-2.746,70

Mit dem Umwandlungsbeschluss vom 12.08.2014 wurde die PR SEO GmbH in eine Kommanditgesellschaft umgewandelt.

Der Anteil am Kommanditkapital der Gesellschaft PR SEO GmbH & Co.KG, Eschborn, beträgt 99,97%. Aufgrund der negativen Eigenkapitalentwicklung wurde der Bilanzansatz der Beteiligung an der PR SEO GmbH & Co. KG zum Erinnerungswert beibehalten. Der Jahresfehlbetrag der PR SEO GmbH & Co. KG betrug im Jahr 2014 € -30.036,42 (Vorjahr: Jahresfehlbetrag €- 274.061,60).

Das Eigenkapital der PR SEO GmbH & Co. KG ist zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 weiterhin aufgebraucht. Die Bilanz zeigt einen nicht durch Eigenkapital gedeckten Fehlbetrag in Höhe von € 273.645,78 (Vorjahr: Ein nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag in Höhe von € 243.609,36).

Ausleihungen an verbundene Unternehmen

Der PR SEO GmbH & Co. KG wurde im Vorjahr ein langfristiges Darlehen von € 315.000 gewährt, das aufgrund des gewährten Rangrücktritts und der bestehenden Unterbilanz der Beteiligungsgesellschaft mit € 71.469,06 bewertet wurde.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Sämtliche Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind wie im Vorjahr innerhalb eines Jahres fällig. Bestehende Ausfallrisiken wurden durch Einzelwertberichtigungen berücksichtigt.

Forderungen gegen verbundene Unternehmen

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen resultieren aus Darlehen sowie Dienstleistungen und sind wie im Vorjahr sämtlich innerhalb eines Jahres fällig.

Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände in Höhe von € 74.588,07 (Vorjahr € 785.498,08) resultieren im Wesentlichen aus einer Vergütungszusage eines Dienstleisters, Darlehensforderungen sowie Forderungen an Mitarbeiter. Sie haben eine Laufzeit von bis zu einem Jahr.

Aktive Rechnungsabgrenzungsposten

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält geleistete Zahlungen für Leistungen nach dem Abschlussstichtag.

Aktive latente Steuern

Die latenten Steuern wurden nach Maßgabe § 274 Abs.1 HGB aktiviert. Sie beruhen auf Differenzen der handelsrechtlichen Wertansätze zu den Wertansätzen in der Steuerbilanz bei den Bilanzpositionen selbstgeschaffene immaterielle Vermögensgegenstände, Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und sonstigen Rückstellungen. Die Bewertung der latenten Steuern wurde mit einem Steuersatz von 25,6 % kalkuliert.

Eigenkapital

Das voll eingezahlte Grundkapital der Gesellschaft beträgt nach der im Jahr 2012 erfolgten Kapitalerhöhung von € 250.000,00 durch Ausübung der Option aus der am 7. Dezember 2010 begebenen Optionsschuldverschreibung zum Bilanzstichtag € 750.000,00. Das Grundkapital ist in 750.000 Inhaber-Stückaktien im rechnerischen Nennwert von je € 1,00 je Stückaktie eingeteilt.

Der Vorstand ist ermächtigt, das Grundkapital bis zum 30. November 2015 mit Zustimmung des Aufsichtsrates durch Ausgabe neuer Aktien gegen Bar- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um bis zu insgesamt € 250.000,00 zu erhöhen.

Die m5Invest GmbH, Bad Homburg v.d.H. hat uns gemäß § 20 Abs. 5 AktG mitgeteilt, dass ihr an unserer Gesellschaft 78,42% der Aktien (Beteiligung nach § 20 Abs. 1 und 3 AktG) gehören. Weitere Mitteilungen nach § 20 AktG liegen nicht vor. Die Gesellschaft musste im Geschäftsjahr 2013 einen Jahresfehlbetrag von € 3.947.403,44 ausweisen. Bedingt durch die Auflösung der vorhandenen Gewinnvorräte in Höhe von € 774.321,00 sowie die Entnahme aus der Kapitalrücklage von € 60.000 und die Entnahme aus der gesetzlichen Rücklage in Höhe von € 50.000 bestand zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2013 ein negatives Eigenkapital in Höhe € 2.313.082,44. Dieser Betrag wurde unter der Bilanzposition „Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag“ auf der Aktivseite der Bilanz ausgewiesen.

Im laufenden Geschäftsjahr 2014 konnte die Gesellschaft einen Gewinn nach Steuern in Höhe von € 410.579,01 erwirtschaften. Dadurch reduzierte sich der nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag auf € 1.902.503,43.

Der in der Bilanz ausgewiesene nicht gedeckte Kapitalfehlbetrag wird durch Gesellschafterdarlehen mit Rangrücktrittsvereinbarung vollständig überkompensiert. Die Darlehen valutieren zum Bilanzstichtag mit € 2.388.241,70.

Die Liquidität der Gesellschaft wurde bis zum Tag der Jahresabschlusserstellung jeweils durch Geldzuflüsse aus der operativen Geschäftstätigkeit sichergestellt.

Rückstellungen

Die sonstigen Rückstellungen enthalten Rückstellungen für Vertriebsprovisionen in Höhe von € 802.050,33 (Vorjahr € 802.050,33), Rückstellungen für Personalkosten in Höhe von € 35.319,12 (Vorjahr € 52.472,00), Rückstellungen für Abschluss- und Prüfungskosten in Höhe von € 25.000,00 (Vorjahr € 32.183,00) sowie Rückstellungen für gesetzliche

Aufbewahrungspflichten in Höhe von € 13.200,00 (Vorjahr 13.200,00) und sonstige Rückstellungen in Höhe von € 30.367,20 (Vorjahr € 58.964,00).

Im Berichtsjahr wurden erstmalig Rückstellungen für drohende Verluste in Höhe von € 151.111,46 zur Abdeckung von Risiken aus einem langfristigen Gebäudemietvertrag bilanziert.

Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen reduzierten sich von € 1.123.753,85 (Vorjahr 2013) auf € 427.742,99 im laufenden Jahr.

Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen (€ 2.388.241,70) bestehen aus zwei Darlehen zu denen der Darlehensgeber den Rangrücktritt hinter sämtliche Forderungen der Gläubiger der OMS AG erklärt hat.

Passive Rechnungsabgrenzungsposten

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält erhaltene Kundenzahlungen für Leistungen nach dem Abschlussstichtag sowie Abgrenzungen von bereits fakturierten noch zu erbringenden Leistungen.

3. Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die Gesellschaft erzielte im Berichtsjahr Umsatzerlöse in Höhe von € 8.370.786,54 (Vorjahr: € 11.195.072,98). Davon wurden ausländische Umsätze in Höhe von € 1.837.734,10 oder 22 % erwirtschaftet. Im Vorjahreszeitraum konnten noch Umsatzerlöse in Höhe von € 2.228.949,40 oder 20 % vom Gesamtumsatz im Ausland erzielt werden.

Andere aktivierte Eigenleistungen

Als Erträge aus aktivierten Eigenleistungen wurden € 45.696,12 realisiert. Der Ertrag wurde durch die Aktivierung von Entwicklerstunden für eine selbst geschaffene Anwendersoftware (Online Portal) realisiert.

Sonstige betriebliche Erträge

Unter den sonstigen betrieblichen Erträgen werden Erträge aus Weiterberechnungen von Overheadkosten, verrechnete sonstige Sachbezüge und Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen ausgewiesen. Erträge aus dem Eingang abgeschriebener Forderungen, der Auflösung von Einzelwertberichtigungen sowie der Herabsetzung der Pauschalwertberichtigung auf Forderungen werden hier ebenfalls verbucht.

Aufwendungen für bezogene Leistungen

In der Aufwandsposition sind erstmalig Kosten der Warenabgabe in Höhe von € 3.579.700,13 enthalten, die im Vorjahr unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen ausgewiesen wurden. Die in der Position Aufwendungen für bezogene Leistungen erfassten Personalüberlassungskosten vielen im Berichtsjahr nicht mehr an.

Personalaufwand

Die Erhöhung des Personalaufwandes im Geschäftsjahr 2014 in Höhe von € 2.054.095,10 gegenüber dem Vorjahr auf € 3.557.920,26 ist im Wesentlichen durch die Übernahme aller Mitarbeiter aus einer Personalüberlassung begründet.

Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögen und Sachanlagen

Im Geschäftsjahr 2014 wurde auf die Sofortabschreibung der geringwertigen Wirtschaftsgüter verzichtet. Die Abschreibungen auf aktivierte GWG im laufenden Jahr betragen € 4.749,04.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen entfallen auf Raumkosten € 319.059,26 (Vorjahr € 167.149,34). Die Erhöhung der Kosten ist mit dem Umzug in ein größeres Büro in Eschborn begründet. Wesentliche Veränderungen gegenüber dem Vorjahr resultieren aus der Ausweisänderung der Kosten der Warenabgabe, die erstmalig in der Position „Aufwendungen für bezogene Leistungen“ erfasst wurden. Die Kosten reduzierten sich gegenüber dem Vorjahr durch nicht mehr vorhandenen Sondereinfluss sowie durch den allgemeinen Umsatzrückgang. Alle anderen Kosten (Versicherungen, Beiträge, KFZ-Kosten, Werbe- und Reisekosten sowie Rechts- und Beratungskosten, Kosten der Buchführung) blieben gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert.

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

Die Zinsaufwendungen bestehen aus Zinsaufwendungen nach §§ 233a AO sowie mit € 126.318,36 aus Gesellschafterdarlehen.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die Position Steuern vom Einkommen und Ertrag setzt sich zusammen aus dem Ertrag aus der erstmaligen Aktivierung von latenten Steuern von € 638.999,62 sowie einem Gewerbesteuerminderaufwand von € 5.888,26 nach durchgeführter Veranlagung für den Erhebungszeitraum 2013.

4. Sonstige Pflichtangaben

Namen der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Vorstand

Während des abgelaufenen Geschäftsjahres gehörten die folgenden Personen dem Vorstand an:

Ulv Michel Kaufmann Bad Homburg

Auf die Angabe der Gesamtbezüge des Vorstandes wird gemäß § 286 Abs. 4 HGB verzichtet.

Aufsichtsrat

Dem Aufsichtsrat gehörten folgende Personen an:

Rouven Friess	Dipl. Betriebswirt (FH)	Überlingen	Vorsitzender	
Kevin Grau		Rechtsanwalt	Wiesbaden	
Günter Ruffer		Kaufmann	Leeheim	bis 31.05.2014
Riklef von Schüssler	Vermögensberater	Bad Homburg		ab 23.06.2014

Die Vergütung für die Mitglieder des Aufsichtsrats betrug im Berichtsjahr netto € 9.000.

Gegenüber dem Vorstand bestehen die nachfolgenden Rechte und Pflichten:

Die Forderungen gegenüber dem Vorstand aus dem Jahr 2013 bestand zum Bilanzstichtag nicht mehr.

	Betrag
Ausleihungen	0,00 €
Forderungen	0,00 €
Verbindlichkeiten	0,00 €

<u>Stand 01.01.2014</u>	<u>Zugang</u>	<u>Abgang</u>	<u>Stand 31.12.2014</u>
599,00 €	0,00 €	599,00 €	0,00 €

Mitarbeiter

Die Gesellschaft beschäftigte im Geschäftsjahr durchschnittlich 96 Mitarbeiter (Vorjahr: 46 Mitarbeiter)

Sonstige finanzielle Verpflichtungen aus Miet- und Leasingverträgen

Bürräume Niederurseler Allee 8-10	€ 2.361.450,00
KFZ-Leasing	€ 50.497,60
Total	€ 2.411.947,80

5. Ergebnisverwendungsvorschlag

Der Jahresüberschuss von € 410.579,01 wird mit dem Verlustvortrag verrechnet. Der verbleibende Bilanzverlust in Höhe von € 2.652.503,43 wird auf neue Rechnung vorgetragen.

Unterschrift der Geschäftsleitung



Eschborn, 18. Mai 2015

Ort, Datum

Unterschrift
Ulv Michel, Vorstand

Anlagenspiegel

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Abschreibungen			Restbuchwert	Restbuchwert	
	01.01.2014	Zugänge / Umgliederungen	Abgänge	31.12.2014	01.01.2014	Zugänge	Abgänge	31.12.2014	31.12.2014	Vorjahr
	€	€	€	€	€	€	€	€	€	€
I. Immaterielle Vermögensgegenstände										
1. selbst geschaffene gewerbl. Schutzrechte und ähnl. Rechte und Werte	0,00	45.696,12	0,00	45.696,12	0,00	0,00	0,00	0,00	45.696,12	0,00
2. Konzessionen, gewerbl. Schutzrechte und ähnl. Rechte u. Werte	153.109,46	12.450,00	0,00	165.559,46	52.812,46	14.265,00	0,00	67.077,46	98.482,00	100.297,00
II. Sachanlagen										
1. Technische Anlagen und Maschinen	27.628,70	0,00	0,00	27.628,70	6.280,70	2.512,00	0,00	8.792,70	18.836,00	21.348,00
2. andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	248.481,15	161.911,65	6.969,96	403.422,84	193.295,15	45.696,45	654,96	238.336,64	165.086,20	55.186,00
3. geleistete Anzahlungen	16.097,89	0,00	16.097,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16.097,89
III. Finanzanlagen										
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	27.000,00	12.500,00	1,00	39.499,00	26.999,00	0,00	1,00	26.998,00	12.501,00	1,00
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	340.970,97	0,00	340.970,97	0,00	269.501,91		269.501,91	71.469,06	0,00
	472.317,20	573.528,74	23.068,85	1.022.777,09	279.387,31	331.975,36	655,96	610.706,71	412.070,38	192.929,89

Testat des Wirtschaftsprüfers


ICS REVISION Intracommerz + Schif GmbH
 Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Steuerberatungsgesellschaft

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

„Wir haben den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung der Online Marketing Solutions AG, Eschborn (Hessen), für das Geschäftsjahr vom 01. Januar bis zum 31. Dezember 2014 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt.

Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.“

Frankfurt am Main, den 19. Mai 2015


ICS REVISION Intracommerz + Schif GmbH
 Wirtschaftsprüfungsgesellschaft · Steuerberatungsgesellschaft


HARALD SCHIF
 Wirtschaftsprüfer

