B-OK Communications, Inc.

Internet-Start-Up mit erheblichem Potenzial dank Monitoring-Service PressWatch

spekulative Depotbeimischung

Executive Summary

Junges Internetunternehmen nach US-Recht. Die B-OK Communications, Inc. firmiert als Unternehmen nach amerikanischem Recht, das am 30.08.1999 mit Hauptsitz Sherwood, Oregon, USA, gegründet wurde. Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Entwicklung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen für Marketingtätigkeiten für das Internet.

Privatplatzierung zur Deckung des Kapitalbedarfs der weiteren Expansion. Für die Positionierung zahlreicher Nischenprodukte und Dienstleistungen sowie für die Expansion in den jeweiligen Märkten benötigt das Unternehmen weiteres Kapital. Im Rahmen einer Privatplatzierung werden 15.000 bzw. 30% der insgesamt 50.000 Aktien mit einem Nominalwert von 100 US-$ zur Zeichnung angeboten. Der Ausgabepreis beträgt 400 US-$. Als Mindestzeichnung sind 5 Aktien zum Ausgabepreis von insgesamt 2.000 US-$ vorgesehen.

Mittelfristiges IPO am Neuen Markt geplant. Ein Börsengang an den Neuen Markt soll voraussichtlich im Jahr 2001 durchgeführt werden. Die Umsetzung eines Börsenganges hängt jedoch von der allgemeinen Börsensituation und der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens ab, bis dahin findet kein Handel der Aktien in einem organisierten Markt statt.

Zeichnungserlös vor allem für Vertriebsausbau. Der Erlös aus der laufenden Zeichnung soll nach Unternehmensangaben zum einen für die Entwicklung und den Vertrieb des Internet-Medienbeobachtungsproduktes PressWatch, zum anderen für die Weiterentwicklung der sogenannten iSites sowie den Personalausbau im Hinblick auf die Intensivierung der Vermarktung in Europa und den USA verwendet werden.

Deutliches Übererfüllung der Planzahlen für das laufende Jahr. Im aktuellen Verkaufsprospekt nennt das Unternehmen eigene Einschätzungen für die wirtschaftliche Entwicklung in den nächsten Jahren. Bereits in den vergangenen Wochen konnte B-OK zahlreiche Kunden für sich gewinnen, so dass schon jetzt abzusehen ist, dass die Umsatz- und Gewinnschätzungen für das Jahr 2000 deutlich übertroffen werden.

Gute Chancen bei nicht zu unterschätzenden Risiken. Die Bewertung von etwa 40 Mio. DM auf Basis des Emissionspreises erscheint für ein Start-Up optisch hoch, wird allerdings durch die Alleinstellungsmerkmale und daraus resultierenden Wachstumschancen relativiert. Gelingt es B-OK, die Planzahlen der phantasieträchtigen Unternehmensbereiche „iSites“ und „PressWatch“ zu erreichen, so ist im Hinblick auf die geplante Börseneinführung eine deutliche Wertsteigerung der Aktie zu erwarten. Sollten sich die Ziele dagegen als nicht erreichbar herausstellen, droht im schlimmsten Fall der Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

Ausgabekurs
400 US-$
(1 US-$ = 2 DM)

WKN
927036

Handelsplatz
Kein börslicher Handel

Marktkapitalisierung
40 Mio. DM

Aktienzahl
50.000

Streubesitz
30% *(nach Platzierung)*

Herausgeber:
www.gsc-research.de

Autor:
Mario Hose

Kontakt:
info@gsc-research.de

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary 1

Inhaltsverzeichnis 2

1.) Das Unternehmen

Internet-Start-Up mit erheblichem Potenzial dank Monitoring-Service PressWatch 4

PressWatch revolutioniert Monitoring-Services 4

iSites für Internetseiten „prêt-à-porter“ 4

Renommierte Kunden im Bereich Marketing/PR 4

International besetzter Aufsichtsrat 5

Vorstand mit langjähriger Erfahrung im Bereich PR/Marketing 5

Kompetente Vertriebsleiterin gewonnen 5

2.) Geschäftsfelder

a) PressWatch: Langwierige und fehlerträchtige Begriffsuche von Hand entfällt 6

Gezieltere PR-Arbeit durch B-OK Internet-Services 6

Individuelle Preisgestaltung je nach Vorgabe 6

b) Online Marketing: mehr Traffic auf der Wesite durch erstklassige Position in den Top-Suchmaschinen 7

c) iSites: kinderleicht aktualisierbare Internet-Seiten 8

3.) Zukunftsplanung

Neben Kerngeschäftsfeld PressWatch explosives Umsatzwachstum durch iSites erwartet 9

Planzahlen aufgegliedert in Bereiche 9

Eingliederung der Agentur Kramer und Partner geplant 10

Internationale Expansion über Lizenzvergabe und Franchising 10

Umfangreiche Kooperation mit TV1 10

Erhebliches Potential durch iSites als Standardlösung 10

4.) Unternehmensumfeld und Marktstellung

Durch Alleinstellungsmerkmale erhebliches Wachstumspotenzial trotz zahlreicher Mitbewerber 12

Bedeutung hochwertiger Internetangebote steigt 12

PressWatch als Cash Cow und zugleich Türöffner 12

Fragmentierter Markt ohne vergleichbar ausgerichtete Wettbewerber 13

Reihenweise international bekannte Referenzkunden 13

5.) Aktie und Bewertung

Bei erfolgreicher Umsetzung der Pläne deutliche Wertsteigerungs-Chancen 14

Gute Chancen bei nicht zu unterschätzenden Risiken 14

Sperrfristen bei Börsengang 14

Kontaktadresse 15

Haftungsausschluss 15

1.) Das Unternehmen

Internet-Start-Up mit erheblichem Potenzial dank Monitoring-Service PressWatch

Die B-OK Communications, Inc. wurde am 30.08.1999 nach US-amerikanischen Recht mit Hauptsitz in Oregon, USA, gegründet. Als Hintergrund für die Wahl des US-amerikanischen Firmensitzes sind vor allem strategische und steuerliche Vorteile zu sehen, da die Unternehmensgründung und die Vermarktung von Dienstleistungen und Produkte als US-Unternehmen an US-Unternehmen für den europäischen Raum so bedeutend einfacher sind. Des Weiteren spricht die Einkommenssteuer-Freiheit des US-Bundesstaates Oregon für die Wahl des Hauptsitzes. Das operative Geschäft wird jedoch vom Vorstandsvorsitzenden Jörg Kramer im norddeutschen Hamburg geleitet, die mittelfristige Umwandlung in eine deutsche Aktiengesellschaft (AG) wird angestrebt.

Die Geschäftsfelder der B-OK liegen vor allem im Bereich Marketing und Public Relations. Das Unternehmen nennt seine drei Geschäftsfelder „PressWatch", „Online-Marketing" und „iSites". Vom Monitoring - also der Überwachung - von Online-Medien über Internet-TV-Übertragungen bis zur Erstellung von dynamischen, interaktiven Webauftritten erhalten B-OK-Kunden alles aus einer Hand.

PressWatch revolutioniert Monitoring-Services

Als innovativ und bislang einzigartig sind die Tätigkeiten im Bereich PressWatch zu bezeichnen. Das gezielte Überwachen von Zeitschriften und Magazinen nach vorgegebenen Begriffen wird derzeit gemeinhin noch durch Menschen von Hand durchgeführt. Bis zu 13.000 vorgegebene Begriffe werden von „Ausschneidern" täglich gesucht, eine hohe Fehlerquote ist somit unvermeidbar und musste von den Kunden in der Vergangenheit mangels Alternativen akzeptiert werden.

B-OK hat sich jedoch nicht auf den traditionellen Bereich spezialisiert, sondern arbeitet bislang ohne ernsthafte Wettbewerber im Internet. Mit den eigenen technischen Entwicklungen wurde es möglich, die Fehlerquote der Suchbegriffe gegen Null zu reduzieren. Besonders PR-Agenturen und Pressestellen wissen diese Dienstleistung zu schätzen, da somit nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der gefundenen Erwähnungen erheblich verbessert werden kann.

iSites für Internetseiten „prêt-à-porter"

Mit datenbankbasierenden Websites, die von B-OK entwickelt werden, sollen kleine und mittelständische Unternehmen mit einem geringen Budget für einen Webauftritt eine pflegeleichte Lösung erhalten. Selbst Laien wird mit der B-OK-Technologie eine eigenständige Aktualisierung ermöglicht. Durch Zusammensetzung zahlreicher Produkte können auch komplexe e-commerce-Lösungen für umfangreiche Internetauftritte erstellt werden.

Renommierte Kunden im Bereich Marketing/PR

Als weiterer Bereich werden Produkte für die Umsetzung von Marketing und Public Relations Tätigkeiten kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut. Das Management verfügt nach eigenen Angaben über umfangreiches Marketing und IT-Know-how, was durch Referenzkunden der vom Vorstand geleiteten Werbeagentur Kramer und Partner GmbH wie beispielsweise Panasonic und Novartis eindrucksvoll belegt wird.

International besetzter Aufsichtsrat

Der Aufsichtsratsvorsitz wurde von Wolfgang Schumprecht aus Hamburg übernommen. Herr Schumprecht ist bei der Firma Panasonic in Los Angeles für die Betreuung der Großkunden verantwortlich. Für den Aufbau der B-OK Niederlassung in den USA steht er unterstützend zur Verfügung.

Als stellvertretender Vorsitzender ist der Rechtsanwalt Dittmar Lemke tätig. Sein juristisches Know-how wird von B-OK in sämtlichen rechtlichen Angelegenheiten beansprucht. Des weiteren befindet sich Bruno Bedholm im Aufsichtrat, der als Direktor des Dänisches Fremdenverkehrsamt für Deutschland, Österreich und die Schweiz seine Erfahrungen bei der Akquisition für neue B-OK-Kunden einbringt.

Vorstand mit langjähriger Erfahrung im Bereich PR/Marketing

Als CEO (Präsident) ist Jörg Kramer (42) federführend für die Bereiche Marketing, Vertrieb, Investor Relations, Personal und Finanzen bei B-OK zuständig. Herr Kramer hat nach eigenen Angaben Betriebswirtschaft und Deutsch studiert und danach ein PR-Volontariat absolviert. Anschließend war er als Geschäftsführer bei internationalen PR-/Marketing-Agenturen tätig, seit 1994 bei Kramer und Partner GmbH, Hamburg.
Im operativen Geschäft sind auch die Vorstandmitglieder Thomas Oppermann, (COO) und Michael Baumgart (CTO) tätig. Herr Oppermann ist für die Produktentwicklung der iSites, Herr Baumgart für die Produktentwicklung des Bereiches PressWatch zuständig.

Kompetente Vertriebsleiterin gewonnen

In der derzeitigen Aufbauphase ist die Personalentwicklung von besonderer Bedeutung, da jede einzelne Fachkompetenz zum wirtschaftlichen Erfolg entscheidend beiträgt. Als Marketing- und Vertriebsleiterin ist Claudia Österdiekhoff für B-OK tätig, die zuvor bei Canon für den Vertrieb und das Marketing von Digitalkopierern zuständig war, bei denen ein Umsatzvolumen 400 Mio. DM entstand.

Das Unternehmen geht davon aus, dass in den nächsten Monaten 20 weitere Fachkräfte für die Umsetzung der eigenen Ziele benötigt werden.

2.) Geschäftsfelder

a) PressWatch: Langwierige und fehlerträchtige Begriffsuche von Hand entfällt

Unter dem Label PressWatch bietet B-OK umfangreiche eigene Monitoring- und Recherche-Dienstleistungen für das Internet an. Etwa 1.500 Online-Medien werden derzeit nach Stichwörtern durchsucht, gefundene Ergebnisse gesammelt und anwenderfreundlich verwaltet. Für PR-Agenturen und Pressestellen ist dieses Angebot besonders interessant, da somit eine umfassende Überprüfung der PR-Tätigkeiten durchgeführt werden kann. Sowohl die quantitative als auch die qualitative Auswertung sind für die Bewertung eines PR-Erfolges notwendig.

Im Gegensatz zur traditionellen Ausschnitttätigkeit bei Print-Medien von Hand durch Menschen, setzt B-OK im Internet ausschließlich auf die eigene Technologie. Im Gegensatz zum einzelnen Menschen, der nach bis zu 13.000 Begriffen sucht und dabei Fehler kaum vermeiden kann, beträgt die Fehlerwahrscheinlichkeit bei B-OK fast Null. Der Kunde erhält den gefundenen Begriff mit einem Link zur Quelle, so dass stets eine individuelle Überprüfung erfolgen kann.

Diese Art der Informationsbeschaffung wird daneben zunehmend zur Trendforschung eingesetzt. Neben der Wettbewerbsbeobachtung werden umfangreiche Recherchen mit geringem Aufwand und zugleich sehr hoher Treffergenauigkeit durchgeführt. Als Anwenderkreis kommen zum Beispiel auch Finanzportale in Frage. Die B-OK-Technologie eröffnet die Möglichkeit, kontinuierlich die aktuellsten Meldungen zu finden und zu sichern.

Gezieltere PR-Arbeit durch B-OK Internet-Services

Anhand von Presse-Datenbanken erhalten die B-OK-Kunden eine umfassende Übersicht über die bestehenden Medien mit den jeweiligen Ansprechpartnern, ein Email-Verteiler ermöglicht die direkte Kontaktaufnahme via Internet. Die Sammlung von Email-Adressen ist ein Bestandteil des dauerhaften Medienkontaktes, der beispielsweise für Kampagnen des Kunden eingesetzt wird.

Des weiteren bietet PressWatch gemeinsam mit Deutschlands führendem Internetfernsehsender TV-1 die Möglichkeit, Pressekonferenzen live zu übertragen. Der Zuschauer, z.B. Journalist, kann via Internet Fragen stellen, die dann mündlich beantwortet werden. Eine solche Veranstaltung kann anhand von diversen PressWatch-Tools vorbereitet werden. Neben einer Einladung und Remindern per Email bietet PressWatch auch zahlreiche Chat-Tools an. Der direkte Austausch mit der Zielgruppe trägt zur Intensivierung der PR-Tätigkeit bei. Neben dem käuflichen Erwerb sind diese Chat-Tools auch leihweise erhältlich.

Mit EasyPress bietet B-OK ein Informationstool an, mit dem der Anwender benutzerfreundlich Presseinformationen auf der Homepage pflegen kann. Neben Texten können auch Bilder rund um die Uhr für Redaktionen oder sonstigen Interessenten zur Verfügung gestellt werden.

Individuelle Preisgestaltung je nach Vorgabe

Für die angebotenen Monitoring-Services sind je nach Unternehmensgröße und Budget unterschiedliche Vorgaben möglich. Für die Einrichtung fallen einmalig 120 DM an, dazu kommen als monatliche Grundgebühr für ein Thema (z.B. Auto) 90 DM, pro Stichwort (z.B.: 911+Porsche+Auto) fallen monatlich 30 DM an. Als Gebühr pro gefundenem Artikel werden 0,80 DM erhoben.

Für einen Email-Verteiler mit 650 Adressen aus Fachbereichen verlangt B-OK 285 DM, die Software der EasyPress-Datenbank kostet 980 DM. Die Live-Übertragung einer Pressekonferenz ins Internet ist ab etwa 15.000 DM möglich.

b) Online Marketing: mehr Traffic auf der Website durch erstklassige Position in den Top-Suchmaschinen

Der eShop mit Bereich Online-Marketing enthält umfassende Dienstleistungen und Produkte zur Steigerung des Bekanntheitsgrades von Unternehmen und ihrer Websites. Unter www.publicrelationsonline.de werden zahlreiche Hinweise, Tools und Tricks angeboten, die zu einem erfolgreichen Marketing im Internet führen. Neben Beratung und Entwicklung von Marketing-Strategien bietet B-OK auch Dienstleistungen zum Aufbau von Vertriebsnetzen im Internet an.

Zur Generierung von „Traffic“ auf Websites analysiert B-OK die Seiten inhaltlich. Neben der Optimierung des Content werden auch Anmeldungen bei Suchmaschinen angeboten. Eine gute Positionierung des Inhalts trägt dazu bei, dass die jeweiligen Suchbegriffe auf die entsprechenden Websites verweisen. Laut Untersuchungen gelangen 80% der User durch sogenannte Top-8-Suchmaschinen (Lycos, AOL Netfind, MSN, AltaVista, Yahoo, Fireball, Goto, Infoseek und Excite) auf Websites. Eine hohe Rangposition in einer Suchmaschine ist somit von großer Bedeutung, damit besonders viele User weitergeleitet werden.

Hier ein Beispiel für die erfolgreiche Platzierung des Kunden Panasonic auf der ersten Seite in zweiter Position bei lycos.de durch B-OK:



Als weitere Methode zur Weiterleitung auf eine Homepage bietet B-OK die Durchführung eines Award-Programmes an. Durch eine Preisverleihung, zum Beispiel „Homepage des Monats“, eines B-OK-Kunden an einen anderen Homepagebetreiber kommt es zur Nennung des Verleihers. Vorteil des Preisträgers ist die erhaltene Auszeichnung für seine Seite, der Verleiher erhält quasi eine kostenlose Verlinkung.

Das „Affiliate-Programm“ von B-OK sieht eine Partizipation des Vermittlers an den durch ihn generierten Umsätzen vor. Dieses Tool ist für die Implementierung in Websites entwickelt worden. Dadurch ist es e-commerce-Unternehmen möglich, eine vermittlerbezogene Abrechnung zu erstellen.

Die Durchführung von Email-Kampagnen ist Bestandteil der Bindung von Kunden und Mitgliedern. Durch den Versand von Newslettern wird der Kontakt zum Empfänger dauerhaft gepflegt. B-OK ist mit der eigenen Technologie auch in der Lage, die Zielgruppe durch interaktive Einbindung in Geschehnisse, wie zum Beispiel Chats, dauerhaft zu binden. Die Verweildauer auf einer Homepage spielt besonders bei der Akquisition von Bannerwerbekunden eine bedeutende Rolle: je länger der Besucher bleibt, desto höher die Einnahmen.

Die individuelle Beratungstätigkeit der B-OK in unterschiedlichen Marketingbereichen ist neben der Nutzung als Einnahmequelle auch als besonders wichtige Kundenbindung zu sehen, da somit weitere Dienstleistungen und Produkte an den Kunden verkauft werden können. Die Möglichkeit des „Cross-Selling“ wird somit erfolgreich umgesetzt.

c) iSites: kinderleicht aktualisierbare Internet-Seiten

Die Erstellung sogenannter iSites ergibt den dritten Bereich des Unternehmens. Die intelligenten datenbankbasierenden Webseiten von B-OK sind im modularen Aufbau und der Struktur so angelegt, dass auch technische Laien eine selbständige Aktualisierung durchführen können, ohne über besondere Fachkenntnisse zu verfügen. Bereits nach kurzer Einführung sind sowohl Bilder als auch Texte denkbar einfach einzupflegen. Das verwendete LAMP-System (Linux, Apache, MySQL, PHP) soll die Anbindung an bereits vorhandene Systeme und Datenbanken ermöglichen, um kostspielige Änderungen des Formates zu vermeiden.

Als „eOutsourcing“ beschreibt B-OK das Angebot eines kompletten Website-Managements und deren Vermarktung. Zielgruppe für solche Service-Dienstleistungen sind kleine und mittelständische Unternehmen, die sich ausschließlich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren wollen, ohne sich mit der Website-Erstellung beschäftigen zu müssen. Eine weitere Dienstleistung in diesem Bereich ist die übersichtliche Gestaltung von Websites, da ein Großteil der Betrachter nur selten die komplette Seite durchliest, sondern sie nur überfliegt („scannt“). Hierbei kommt es besonders auf die Übersichtlichkeit und die Hervorhebung wichtiger Inhalte an.

Eine komplette e-commerce-Lösung setzt sich aus zahlreichen Modulen unterschiedlichster Funktionalität zusammen. Ein einfache Serienstandardlösung wird in Kürze erhältlich sein, außerdem werden Komfort- und Individuallösungen angeboten. Neben dem Erstellungsaufwand und -umfang unterscheiden sich diese Lösungen von der Zielgruppe und dem Erstellungspreis.

Die Standardlösung für monatlich 200 DM wird neu eingeführt und war bislang noch nicht im Vertrieb. Dieser Internetauftritt ist an eine Mindestlaufzeit von drei Jahren gebunden, zu Beginn wird die Zahlung des Beitrages der ersten sechs Monate fällig.

Im Bereich „Komfortlösung“ mit einmaligen Erstellungskosten zwischen 20.000 und 100.000 DM konnten bisher etwa 30 Aufträge gewonnen werden, aus denen rund 600.000 DM Umsatz realisiert wurden. Darüber hinaus wurden für drei Kunden Individuallösungen mit im Einzelfall über 100.000 DM Volumen erstellt, woraus bereits eine Mio. DM Umsatz erzielt wurde.

In der Regel bestellen die Kunden im ersten Schritt Lösungen für ca. 20.000 bis 30.000 DM, einige Wochen später dann die Zusatzfeatures für weitere 15.000 bis 20.000 DM. In den Folgejahren können weitere Tools angeboten werden, so dass quasi ein „Ersatzteilgeschäft" entsteht. Beispielsweise wurde für Panasonic zunächst ein Auftrag mit einem Volumen von etwa 50.000 DM umgesetzt, der später nachfolgende zweite Auftrag umfasste rund 140.000 DM.

3.) Zukunftsplanung

Neben Kerngeschäftsfeld PressWatch explosives Umsatzwachstum durch iSites erwartet

B-OK erwartet nach der erst vor wenigen Monaten erfolgten Aufnahme der Geschäftstätigkeit ein hohes Wachstum, wobei sich die geplanten Umsätze zu mehr als der Hälfte auf das Produkt PressWatch als Zugpferd stützen. In diesem Bereich will B-OK die eigenen Vorteile als First Mover nutzen, um sich dauerhaft als Marktführer etablieren zu können.

Die Größe des bisherigen „Offline"-Monitoring-Marktes in Deutschland beziffert das Unternehmen mit rund 60 Mio. DM. Für den Bereich Internet geht B-OK bis ins Jahr 2004 von derselben Größe aus, wovon man selbst einen Marktanteil von rund 50 Prozent erreichen will. Vor dem Hintergrund der bereits erkennbaren guten Akzeptanz des Produktes im Markt sowie der Möglichkeit, die B-OK-Technologie auch in anderen Bereichen wie etwa bei Finanzportalen oder für die Trendforschung zu nutzen, erscheint diese Zielsetzung durchaus realistisch.

Zudem konnte bereits jetzt das für das Gesamtjahr 2000 gesteckte Ziel von 85 PressWatch-Kunden mit aktuell mehr als 120 übertroffen werden, wöchentlich kommen 10 weitere dazu - darunter zahlreiche bekannte Namen wie etwa IBM, Karstadt, Dresdner Bank oder McDonald's. Schon jetzt ist durch die über Plan liegende Entwicklung aus diesem Geschäftsfeld ein Jahresumsatz von 1,6 DM gesichert, insgesamt visiert B-OK inzwischen rund 2,6 DM als Jahresumsatz an.

Gespräche für Partnerschaften des Bereiches PressWatch werden zur Zeit mit Verlagsgesellschaften und anderen Dienstleistungsunternehmen wie Ausschnitt-Agenturen geführt. Hierbei stehen die Schaffung von Vertriebsstrukturen und das Angebot von Mehrwert-Diensten im Vordergrund. Die damit verbundene Kundenbindung trägt zur Steigerung der langfristigen ausgerichteten Ertrages bei.

Planzahlen aufgegliedert in Bereiche

(in TDM)	2000	2001	2002	2003	2004
PressWatch	500	4.000	9.000	18.000	32.000
eCommerce	680	1.900	3.500	9.500	20.000
eOutsourcing	100	1.000	2.000	5.000	8.000
eShop	20	380	700	1.900	4.000
Summe	**1.300**	**7.280**	**15.200**	**34.400**	**64.000**

(Angaben aus dem Verkaufsprospekt)

Laut Unternehmensangabe des Verkaufsprospektes beruhen die genannten Steigerungsraten auf den erwarteten Marktwachstum und prognostizierte Marktanteilsgewinne. Die Ziele der jeweiligen Unternehmensbereiche sind nach den aktuellen Markteinschätzungen des Unternehmens erreichbar. Von besonderer Bedeutung wird dabei die technische Umsetzung des Massengeschäftes sein, zum Beispiel die Internet-Standardlösung, sowie die Vermarktung hochwertiger Features.

Mit dem für das Jahr 2001 geplanten Börsengang soll neben der Steigerung des Bekanntheitsgrades auch das Wachstum weiter forciert werden, insbesondere im Ausland. Dort will B-OK bis 2002 lediglich 15 Prozent der Umsätze erzielen, dieser Anteil soll sich in den Folgejahren dann verdoppeln.

Eingliederung der Agentur Kramer und Partner geplant

Die Kramer und Partner GmbH ist eine auf Marketing und Public Relations spezialisierte Agentur. Geschäftsführer ist seit 1994 Jörg Kramer (CEO bei B-OK), der einen 90prozentigen Anteil an der Gesellschaft besitzt. Im Jahr 2002 soll die Kramer und Partner GmbH von B-OK übernommen werden; schon jetzt teilen sie sich die Räumlichkeiten in Hamburg. Die Eingliederung ist sinnvoll, da beide Gesellschaften von den Synergien profitieren.

Der Kaufpreis steht noch nicht fest, er soll von einem Wirtschaftprüfer mit einem Gutachten unter Kontrolle des Aufsichtsrates festgestellt werden. Kramer und Partner wird in diesem Jahr voraussichtlich einen Umsatz von drei Mio. DM erzielen, nach zwei Mio. DM im letzten Jahr. Die Agentur verfügt über zahlreiche Referenzen in den Bereichen PR, Werbung und Marketing. Realisiert wurden z.B. Projekte für PriceWaterhouseCooper, Novartis, Hermes, Panasonic u.a.

Derzeit laufen weitere Verhandlungen über neue Beteiligungen durch B-OK.

Internationale Expansion über Lizenzvergabe und Franchising

B-OK plant derzeit nicht, weitere Niederlassungen außerhalb von Deutschland und den USA zu errichten. Die internationale Expansion soll vorrangig durch die Vergabe von Lizenzen und Franchisekonzepten erfolgen. Als Partner-Unternehmen kommen PR-Agenturen im europäischen Ausland in Frage.

Nach Unternehmensangaben stehen Franchise-Verträgen mit Partnern in Spanien, Italien, Frankreich und Großbritannien bereits unmittelbar vor der Unterzeichnung. Genaue Angaben zum Umfang dieser Verträge können im aktuellen Stadium jedoch noch nicht gemacht werden.

Umfangreiche Kooperation mit TV1

B-OK konnte am 20. Mai 2000 einen Kooperationsvertrag mit dem führenden deutschen Internetfernsehsender TV1 (www.TV1.de) abschließen. TV1 betreute unter anderem die Ausstrahlung der RTL2-Kultserie BigBrother. B-OK wird die Vermarktung von Live-Pressekonferenzen, Events, Radiosendungen und Chats im Internet gegenüber Marketingabteilungen, Pressestellen und PR-Agenturen übernehmen.

Am 10.11.2000 wird voraussichtlich das gemeinsame Projekt „Erotic-Portal“ online gehen. Das Erotic-Portal hat für B-OK ein Auftragsvolumen von 40 bis 50 TDM. Des weiteren erhält B-OK für die Vermittlung von Aufträgen an TV1 eine Provision von ca. 20% des jeweiligen Volumens. Für die Kundenvermittlung verwendet B-OK eine sogenannte Bonuskarte, mit der eigene Kunden einen Rabatt von 5% bei TV1 erhalten. Die Vermittlungsprovision verringert sich gleichzeitig um diesen Prozentsatz, so dass B-OK abschließend rund 15% erhält.

Erhebliches Potential durch iSites als Standardlösung

Der Vertrieb von iSites soll zukünftig durch Partnerschaften mit Internetprovidern unterstützt werden. Ebenso haben einige Vertriebsgesellschaften Interesse, die B-OK-Technologien zu vertreiben. Ab September rechnet B-OK mit ersten Umsätzen durch die Zusammenarbeit mit Vertriebsgesellschaften. Für jede vermittelte Standardlösung (Kosten: 200 DM monatlich) der iSites erhält B-OK ca. 150 DM monatlich.

In den bisherigen Planzahlen war dieser Geschäftsbereich nur im Hinblick auf die eigene Vermarktung berücksichtigt. Die Kalkulation für die Vermarktung der Standard-iSites durch Internet-Provider und Vertriebsgesellschaften wird unter der Berücksichtigung der aktuellen Situation folgendermaßen prognostiziert:

(alle Zahlen außer den kursiv gedruckten sind Angaben in DM)

Jahr	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Std.je Installation	*10*	*8*	*4*	*3*	*2*
Anzahl der Installat.	*500*	*2.500*	*10.000*	*30.000*	*60.000*
Monatl.Preis je Inst.	200	150	120	100	80
Jahresumsatz	**1,2 Mio.**	**4,5 Mio.**	**14,4 Mio.**	**36 Mio.**	**57,6 Mio.**
Arbeitsstunden	*5.000*	*20.000*	*40.000*	*90.000*	*120.000*
Benöt.Mitarbeiter *)	*3,33*	*13,33*	*26,67*	*60*	*80*
Kosten je Stunde	100	100	100	100	100
Kosten Produktion	500.000	2 Mio.	4 Mio.	9 Mio.	12 Mio.
Deckungsbeitrag 1	700.000	2,5 Mio.	10,4 Mio.	27 Mio.	45,6 Mio.
Provision Handel	*20%*	*25%*	*30%*	*35%*	*35%*
Vertriebskosten	240.000	1,125 Mio.	4,32 Mio.	12,6 Mio.	20,16 Mio.
Deckungsbeitrag 2	460.000	1,375 Mio.	6,08 Mio.	14,4 Mio.	25,44 Mio.
Werbekosten (fix)	500 .000	500.000	500.000	500.000	500.000
Gewinn/Verlust	**-40.000**	**875.000**	**5,58 Mio.**	**13,9 Mio.**	**24,94 Mio.**

*) 1 Mitarbeiter = 1.500 Jahresarbeitstunden

4.) Unternehmensumfeld und Marktstellung

Durch Alleinstellungsmerkmale erhebliches Wachstumspotenzial trotz zahlreicher Mitbewerber

In den USA hat sich das Internet in den vergangenen Jahren zunehmend als Handelsplattform für Produkte und Dienstleistungen entwickelt. Besonders der Mittelstand zeigt zunehmend mehr Interesse an einem Zugang und Ausbau des Multimedialen Handels. Eine jüngst veröffentlichte Studie besagt, dass diese Unternehmen teilweise bis zu 30% eines Jahresumsatzes für einen Webauftritt investieren.

Der deutsche Mittelstand zieht nach einem zögerlichen Engagement nach. In den vergangen zwei Jahren ist die Anzahl der Unternehmen mit einem Internetzugang von ca. 50 auf bereits 75% gestiegen. Das Thema e-commerce scheint somit immer offensichtlicher an Bedeutung zu gewinnen. Im Rahmen der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Internets werden auch zukünftig Innovationen und Trends sowie Moden in Websites angewandt und verarbeitet.

Bedeutung hochwertiger Internetangebote steigt

Das Marktpotential von B-OK entsteht in diesem fortgeschrittenen Stadium. Zunehmend werden die Unternehmen sich darauf konzentrieren, den qualitativen Inhalt ihrer Website steigern. Neben der Unternehmensdarstellung wird zukünftig die Funktionalität von wesentlich größerer Bedeutung sein. Die Anbindung an Datenbanken ermöglicht erst die effiziente Nutzung des Internets als Vertriebsweg. Die Umsetzung in Eigenregie ist für die meisten Unternehmen jedoch zu kostenintensiv, weshalb günstigere Dienstleistungen und fertige Module von Agenturen wie B-OK in Anspruch genommen werden.

Zur Zeit nutzt bereits etwa ein Viertel der Unternehmen mit Internetanschluss diesen zum Verkauf von Leistungen. Durch die positiven Erfahrungen beim Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen via Internet legen die Unternehmen erhöhten Wert auf eine Intensivierung der e-commerce-Aktivitäten. In Deutschland werden etwa 3 Mio. Websites von Unternehmen betrieben bzw. in naher Zukunft benötigt. Derzeit kann davon ausgegangen werden, dass ca. 30% dieser Unternehmen mehr als 20.000 DM in ihre Website investieren. Der Anteil, den B-OK an diesem Markt gewinnen wird, ist abhängig vom Erfolg der zukünftigen Marketingmaßnahmen und der technischen Unternehmensentwicklung.

PressWatch als Cash Cow und zugleich Türöffner

Der Monitoring-Markt von PressWatch ist im klassischen Sinne grob auf die Zahl der PR-Agenturen und Pressestellen reduziert. In Deutschland gibt es derzeit etwa 1.500 PR-Agenturen und ca. 20.000 Pressestellen. Durch die Kooperation mit TV1 werden jedoch auch anderen Zielgruppen angesprochen, so dass zum Beispiel auch jedes Unternehmen, das eine Pressekonferenz durchführt, auf die Dienstleistungen und Produkte von PressWatch zurückgreifen kann.

Derzeit verzeichnet B-OK zu den rund 120 bereits vorhandenen PressWatch-Kunden einen wöchentlichen Neuzugang von 10 weiteren Kunden. Auch zeigen Informationsdienste zunehmend Interesse an der B-OK-Technologie, da mit dieser eine Automatisierung beispielsweise der Einstellung von Unternehmensmeldungen auf Websites ermöglicht werden kann, was Zeit und Geld spart.

Fragmentierter Markt ohne vergleichbar ausgerichtete Wettbewerber

B-OK ist in einem Dienstleistungsbereich tätig, der von dynamischen Veränderungen lebt. Dies gilt ebenso für die Wettbewerber. Für den Bereich PressWatch gibt es in Deutschland bislang keinen ernstzunehmenden Wettbewerber. In der traditionellen Überwachung von Printmedien gibt es zahlreiche Anbieter, die an der Internettätigkeit von B-OK interessiert sind. Das Unternehmen geht zwar von mittelfristig aufkommender Konkurrenz aus, verfügt jedoch bereits über einen beachtlichen Vorsprung.

Im Bereich Online-Marketing existieren keine Wettbewerber für B-OK, die über ein vergleichbares Know-how verfügen. Dagegen ist der Wettbewerb im Bereich Websiteerstellung groß, wobei sich die Akzente der jeweiligen Konkurrenten jedoch von B-OK unterscheiden.

Das Image und die Vorgehensweise der Kabel New Media AG gleicht stark der einer Unternehmensberatung. Die Pixelpark AG hingegen wird von Branchenkennern als marketingorientiert bewertet. IconMedialab hat sich vor allem als Designschmiede einen Ruf verschafft, Strato hingegen gilt nicht als sonderlich kreativ bzw. hochwertig und bietet nur standardisierte Lösungen an.

Neben den hier beispielhaft genannten existieren zahlreiche kleinere und mittlere Agenturen, wobei viele sich als regionale oder branchenspezifische Anbieter spezialisiert haben und oftmals nicht wie B-OK als Fullservice-Anbieter tätig sind, sondern lediglich eigene mit eingekauften Dienstleistungen kombiniert umsetzen.

Reihenweise international bekannte Referenzkunden

Sehr wichtig für die erfolgreiche Vermarktung – gerade im Hinblick auf die zahlreichen Wettbewerber – ist die Möglichkeit, namhafte Referenzen vorweisen zu können. B-OK verfügt bereits über eine große Anzahl von Kunden. Das Umsatzvolumen der Geschäftsbeziehung zu den folgenden Unternehmen wurden von B-OK genannt:

- Bucher Reisen (ca. 8 TDM)
- Dansk Familieferie AS (ca. 50 TDM)
- Dänisches Fremdenverkehrsamt (ca. 40 TDM)
- DaimlerChrysler (ca. 18 TDM)
- Deltec Automotive (ca. 100 TDM)
- Deutsche Post AG (ca. 20 TDM)
- IBM (ca. 20 TDM)
- Jungheinrich AG (ca. 40 TDM)
- Juragent AG (ca. 15 TDM)
- Lufthansa (ca. 8 TDM)
- Marseille-Kliniken AG (ca. 5 TDM)
- Mars (ca. 10 TDM)
- McDonalds (ca. 10 TDM)
- Novasol AS (ca. 300 TDM)
- Panasonic Industrial Europe GmbH (ca. 500 TDM)
- Panasonic Robot Sales Unit (ca. 50 TDM)
- Pfizer GmbH (ca. 8 TDM)
- Steigenberger Hotels (ca. 5 TDM)
- Sony Deutschland GmbH (ca. 5 TDM)
- Wikinger-Reisen (ca. 2 TDM)

Die Unternehmen mit genannten Beträgen von unter 20.000 DM sind weitestgehend PressWatch-Kunden, diejenigen mit über 20.000 DM nehmen auch andere Dienstleistungen in Anspruch.

5.) Aktie und Bewertung

Bei erfolgreicher Umsetzung der Pläne deutliche Wertsteigerungs-Chancen

Emittiert werden 15.000 Aktien zu 400 US-$, entsprechend 30% des Grundkapitals von insgesamt 50.000 Aktien. Beim für die Zeichnung festgesetzten Umrechnungskurs 1 $ = 2 DM entspricht dies einer Unternehmensbewertung von 40 Mio. DM. Dies erscheint für ein Start-Up-Unternehmen auf den ersten Blick viel, relativiert sich jedoch durch die Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens und den Vorteil als First Mover im Kernbereich PressWatch.

Die Unternehmensziele für das Jahr 2000, wie sie im aktuellen Verkaufsprospekt genannt sind, wurden teilweise schon zur Jahresmitte übertroffen, weshalb die Einschätzungen für die Startphase als konservativ zu betrachten sind. Die Prognose zur Entwicklung in den nächsten Jahren ist dagegen schwer einschätzbar, denn in den unternehmenseigenen Tätigkeitsbereichen des Internet kann es rasch zu wesentlichen Veränderungen kommen, die sowohl positiv als auch negativ ausfallen können.

Gute Chancen bei nicht zu unterschätzenden Risiken

Auf Basis der Unternehmensplanung erscheint das Kurs-Umsatz-Verhältnis für 2001 mit etwa 5,5 als fair. Potential ergibt sich durch ein mögliches Übertreffen der Ziele, wie beispielsweise die Planung für die Vermarktung der iSites über Kooperationspartner zeigt. Werden diese Vorgaben erreicht, so ergeben sich Chancen auf eine deutliche Höherbewertung im Falle der Börseneinführung.

Keinesfalls unterschätzt werden darf jedoch das Risiko einer Investition: B-OK ist ein junges Unternehmen, dass sich noch etablieren muss. Zwar gibt es noch keine vergleichbar ausgerichteten Konkurrenten, der Markteintritt von Mitbewerbern ist jedoch zu erwarten, wodurch mit Preisdruck und sinkendem Marktanteil von B-OK zu rechnen ist. Aufgrund der Schnelllebigkeit des Geschäfts im Internet sind die Planungen des Unternehmens nicht als gesichert zu sehen, im Falle des Verfehlens der Ziele droht im „worst case“ der Totalverlust des eingesetzten Kapitals.

Für B-OK sprechen die langjährigen Erfahrungen des Vorstandsvorsitzenden Jörg Kramer im Metier sowie zahlreiche namhafte Referenzkunden, innovative Produkte und Alleinstellungsmerkmale. Gelingt es dem Unternehmen, seinen Vorteil als First Mover in eine dauerhafte Marktführerschaft umzusetzen, so steht der planmäßigen Börseneinführung nichts im Wege.

Aufgrund des fehlenden liquiden Handels von Anteilen der B-OK Aktien sollte ein Erwerb von Unternehmensanteilen nicht über Kredite finanziert werden. Zudem sollte der Depotanteil wie allgemein bei vorbörslichen Beteiligungen nur gering gehalten werden. Als Anlagezeitraum muss mit einer Dauer von etwa 2 bis 3 Jahren gerechnet werden.

Sperrfristen beim Börsengang

Nach der Emission der 15.000 von 50.000 Aktien werden die Altaktionäre noch 70% der Unternehmensanteile halten. Die Altaktionären haben sich dazu verpflichtet, nach Aufnahme der Notierung am Neuen Markt ihre Aktien innerhalb des ersten Jahres nicht zu veräußern. Des Weiteren sind Aktionäre, die an der aktuellen vorbörslichen Kapitalerhöhung teilnehmen, durch die derzeitige Zulassungsverordnung der Deutschen Börse AG dazu verpflichtet, innerhalb von 6 Monaten nach einem Gang an den Neuen Markt keine Anteile zu veräußern.

Kontaktadresse

Ansprechpartner:
Jörg Kramer

B-OK Communications, Inc.
Deichstraße 48
20459 Hamburg

Tel.: 040 / 37 85 48-0
Fax: 040 / 37 85 48-20

Email: investor@b-ok.de
Internet: www.b-ok.de

Haftungsausschluss

Diese Studie dient nur der Information und stellt keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf der Aktien dar. Die Studie ist teilweise eine subjektive Betrachtung bzw. Einschätzung des Autors und beruht auf Quellen, die wir für vertrauenswürdig und verlässlich halten. Für Fehler jeglicher Art kann dennoch keine Haftung übernommen werden. Zahlen, Daten und Fakten stammen großteils aus Unternehmensangaben. Vor einer Investition in B-OK Communications, Inc. ist ein genaues Studium des offiziellen Verkaufsprospekts unerlässlich. Dieser steht auf der Internetseite des Unternehmens zum Download bereit.