

CLIQ Digital berichtet über die Ergebnisse des zweiten Quartals 2024

- Stärkerer Fokus auf Ergebnis als auf Umsatzwachstum
- Im Vergleich zum Vorquartal verbesserte sich das EBITDA vor Sonderfaktoren (+4 %) und der Umsatzrückgang verlangsamte sich (-7 % gegenüber -13 %)
- Konzernweites Transformationsprogramm treibt weitere Diversifizierung der Umsatzerlöse und Innovationen voran
- 65 % des maximalen Aktienrückkaufvolumens bereits für 4,2 Millionen € zurückgekauft

DÜSSELDORF, 8. August 2024 – Die CLIQ Digital AG hat heute ihren ungeprüften Halbjahresfinanzbericht 2024 veröffentlicht. Der Bericht steht auf der Website des Unternehmens unter <https://cliqdigital.com/investors/financialreporting> zum Download bereit.

Performance

in Millionen €	Q2 2024	Q1 2024	Ver- änd.	H1 2024	H1 2023	Ver- änd.
Gebündelter Content	66	70	-6 %	136	149	-9 %
Single-Content	2	3	-20 %	5	11	-55 %
Nordamerika	47	48	-4 %	95	90	6 %
Europa	14	18	-19 %	32	59	-46 %
Lateinamerika	4	4	10 %	7	6	25 %
Übrige	3	3	2 %	7	4	53 %
Umsatzerlöse	68	73	-7 %	141	160	-12 %
Kundenakquisitionskosten der Periode	-28	-31	-12 %	-59	-65	1 %
EBITDA (vor Sonderfaktoren)	6	5	4 %	11	25	-57 %
EBITDA-Marge ¹	8 %	7 %		8 %	16 %	
Konzernergebnis¹	3	3	3 %	5	16	-66 %
Ergebnis je Aktie¹ (in €)	0.45	0.40	13 %	0.88	2.49	-65 %

- **Umsatzerlöse:** Im 2. Quartal 2024 verringerte sich der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorquartal um 7 % auf 68 Millionen € (Q1 2024: 73 Millionen €). Dies ist hauptsächlich auf die Senkung der CPA (Kosten pro Akquisition) zurückzuführen, nachdem das Management einen stärkeren Fokus auf profitable Umsätze gelegt hat. Die CPA wurden dementsprechend stärker an den niedrigeren Lifetime-Value (LTV) unserer Kunden angepasst, was zu weniger Neukundenakquisitionen führte. Der LTV verringerte sich wiederum aufgrund höherer Kündigungsraten, die auf neue Tools zur Kundenbetreuung bei den Kartensystemunternehmen zurückzuführen sind. Dies resultierte wiederum in einer kürzeren

¹ vor Sonderfaktoren

durchschnittlichen Kundenbindungsdauer. Regional gesehen verlangsamte sich der Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorquartal in Europa und Nordamerika im 2. Quartal 2024 und belief sich auf -19 % bzw. -4 % (1. Quartal 2024: -30 % bzw. -10 %). In Lateinamerika fiel das sequenzielle Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorquartal stärker aus als im Q1 2024.

- **Kundenakquisitionskosten der Periode:** Im 2. Quartal 2024 beliefen sich die Kundenakquisitionskosten der Periode auf 28 Millionen € nach 31 Millionen € im Vorquartal. Dies entspricht einem Anteil von 41 % am Umsatzerlös (Q1 2024: 43 %). Der Rückgang ist auf die Entscheidung des Konzerns zurückzuführen, sich auf die Rentabilität zu konzentrieren und infolgedessen die Zielvorgabe für die CPA (Kosten pro Akquisition) zu senken. Dies führte wiederum zu geringeren Umsätzen.
- **EBITDA:** Das EBITDA vor Sondereffekten stieg im 2. Quartal 2024 im Vergleich zum Vorquartal um 4 % von 5 Millionen € auf 6 Millionen € und die entsprechende EBITDA-Marge verbesserte sich auf 8 % nach 7 % im Vorquartal. Dies ist das Ergebnis der Senkung der Kundenakquisitionskosten und der betrieblichen Aufwendungen, die im Einklang mit dem Fokus des Konzerns auf Profitabilität durchgeführt wurde. Das berichtete EBITDA betrug 3 Millionen €. Die Sonderfaktoren betrafen Kosten, die im Rahmen des Transformationsprogramms „Fit for Future“ zur Restrukturierung und Optimierung der Geschäftsaktivitäten und der Organisationsstrukturen des Konzerns angefallen sind.
- **Ergebnis je Aktie:** Angesichts eines Konzernergebnisses vor Sonderfaktoren von 3 Millionen € im 2. Quartal 2024 (Q1 2024: 3 Millionen €), nahm das unverwässerte Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren um 13 % auf 0,45 € zu, nachdem es im Vorquartal bei 0,40 € lag. Das berichtete unverwässerte Ergebnis pro Aktie betrug 0,15 €.
- **Cashflow & Liquidität:** Der operative freie Cashflow im 2. Quartal 2024 betrug 0,2 Millionen € nach -4 Millionen € im 1. Quartal 2024. Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit enthielt 2 Millionen € für den Rückkauf von ca. 260 Tausend Aktien aus dem Aktienrückkaufprogramm des Konzerns und 0,3 Millionen € Dividendenausschüttung. Zum 30. Juni 2024 belief sich die Netto-Cash-Position des Konzerns auf 7 Millionen € nach 10 Millionen € zum Stichtag 31.03.2024.

Operative Indikatoren

- **Kundenbasis:** Aufgrund der stärkeren Ausrichtung des Konzerns auf Profitabilität, ging die Anzahl der zahlenden Kunden per 30. Juni 2024 für gebündelte und Single Content-Streamingdienste im Vergleich zum Vorquartalsende auf 1,0 Millionen (30.03.2024: 1,1 Millionen) zurück.
- **Lifetime-Value eines Kunden:** Im 2. Quartal 2024 sank der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value eines Kunden (LTV) für gebündelte und Single Content-Dienste im Vergleich zum Vorquartal um 4 % auf 78 € nach 81 € im Vorquartal.
- **Lifetime-Value der Kundenbasis:** Zum 30. Juni 2024 verringerte sich der Lifetime-Value der Kundenbasis (LTVCB) im Vergleich zum Ende des Vorquartals von 136 Millionen € auf 128 Millionen €. Die Verringerung stand im Zusammenhang mit dem Rückgang der zahlenden Kunden. Der LTVCB ist der künftige Umsatzerlös, der von den bestehenden Kunden über deren geschätzte individuelle Rest-Lebenszykluszeit zum Berichtszeitpunkt zu erwarten ist.

Strategisches Update

- **„Fit for Future“:** Der Konzern hat ein konzernweites Transformationsprogramm („Fit for Future“) eingeleitet, um sowohl die Kosteneffizienz als auch die Produktivität zu steigern. Das Hauptziel des Programms ist es, den Konzern grundlegend umzugestalten, um fokussierter, schlanker und zielorientierter zu werden. Zu den Kostensenkungsmaßnahmen im 2. Quartal 2024 gehörte die Kündigung durch den Konzern von drei nicht wertsteigernden Sell-Side-Research Coverage-Verträgen. Produktivitätssteigerungen werden durch die volle Konzentration auf die erforderlichen operativen Verbesserungen im gesamten Konzern erzielt. Der Konzern wird sich auf neue Vertriebskanäle (die ‚Glorreichen Sieben‘) konzentrieren, um neue und innovative Marketing-Ansätze zur Steigerung von Umsatz und Ergebnis zu verfolgen.
- **cliq.de:** Nach einer strategischen Überprüfung des Flaggschiff-Dienstes in Deutschland wurde beschlossen, die Vermarktung von cliq.de auf dem deutschen Markt nicht fortzuführen. In Zukunft wird der Dienst anders betrieben werden, um schneller profitabel zu werden und in anderen Märkten als dem deutschen Streaming-Markt relevanter zu sein.
- **Commercial Director:** Das Unternehmen hat Bas Drogdrop zum neuen Commercial Director ernannt. Herr Drogdrop ist für alle kommerziellen Aktivitäten sowie das Marketing verantwortlich und ist Mitglied des Management Teams des Konzerns. Er wird alle gegenwärtigen und künftigen umsatzgenerierenden Aktivitäten innerhalb des Konzerns beaufsichtigen. Als einer der Change-Manager des Konzerns wird er zudem seine Expertise sowohl aus kommerzieller als auch aus Führungsperspektive in den konzernweiten Transformationsprozess einbringen. Mit seinem fundierten Wissen über künstliche Intelligenz wird Herr Drogdrop darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur KI-Expertengruppe des Konzerns und zu Innovationsprojekten leisten.
- **Vorstand:** Am 22. April 2024 hat der Aufsichtsrat der CLIQ Digital AG die Bestellung von Luc Voncken als CEO und Ben Bos als Vorstandsmitglied um fünf Jahre bis zum 31. Mai 2029 verlängert.

Aktienrückkaufprogramm

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2024 kaufte der Konzern 323.912 eigene Aktien zu einem durchschnittlichen Aktienkurs von 11,03 € zurück. Dies entspricht 50 % des maximalen Rückkaufvolumens und 5 % des gesamten ausgegebenen Aktienkapitals. Vom 1. Juli bis zum 2. August 2024 (einschließlich) kaufte CLIQ weitere 93.912 eigene Aktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 6,57 € zurück.

Der Konzern setzt den Rückkauf von Aktien im Rahmen des im Februar dieses Jahres begonnenen Aktienrückkaufprogramms fort. Dieses Programm zeigt, dass CLIQ Digital von seiner operativen Stärke und den Zielen seiner Wachstumsstrategie überzeugt ist.

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2024 wird ein organischer Umsatzerlös des Konzerns zwischen 260 und 280 Millionen € erwartet. Die Kundenakquisitionskosten insgesamt werden voraussichtlich zwischen 80 und 100 Millionen € betragen und das EBITDA wird voraussichtlich zwischen 10 und 20 Millionen € liegen.

Darüber hinaus wird für das Gesamtjahr 2025 ein Umsatzerlös von rund 325 Millionen € erwartet.

Das mittelfristige Umsatzziel des Konzerns ist, im vierten Quartal 2026 eine Run-Rate zu erreichen, die künftig einen Jahresumsatz von mehr als 400 Millionen € ermöglicht.

Stellungnahme des Vorstands

„Wir sind in den letzten Jahren sehr schnell gewachsen, und jetzt ist es Zeit für eine effektivere und fokussiertere Konzernstruktur“, sagte Luc Voncken, CEO. „Im ersten Halbjahr haben wir damit begonnen, unser Geschäft zu optimieren und anzupassen, wie es die Marktlage erforderte. Wir haben uns auf Marge und nicht auf Umsatzwachstum konzentriert. Wir haben erhebliche Fortschritte bei der Transformation unserer Organisation gemacht und die Weichen für ein nachhaltiges Wachstum in den kommenden Jahren gestellt.“

Earnings-Call

Ein Live-Audio-Webcast in englischer Sprache wird **heute** um **14.00 Uhr MESZ** mit Präsentationen von Luc Voncken, CEO, und Ben Bos, Vorstandsmitglied, stattfinden.

Um am Audio-Webcast teilzunehmen, ist eine vorherige Anmeldung erforderlich unter:

https://cliqdigital.zoom.us/webinar/register/WN_m54Ks5oLQ0urBDQ35Q9UMg

Bis 12.00 Uhr MESZ per E-Mail an investors@cliqdigital.com eingereichte Fragen werden nach den Präsentationen beantwortet.

Eine Aufzeichnung des Webcasts wird im Anschluss an die Telefonkonferenz unter: <https://cliqdigital.com/investors/financials> verfügbar sein.

Ansprechpartner

Investor Relations:

Sebastian McCoskrie, s.mccoskrie@cliqdigital.com, +49 151 52043659

Media Relations:

Daniela Münster, daniela.muenster@h-advisors.global, +49 174 3358111

Finanzkalender

Finanzbericht Q3/9M 2024 und Videokonferenz	Donnerstag	7. November 2024
---	------------	------------------



Corporate News

Über CLIQ Digital

Der CLIQ Digital-Konzern ist ein führendes Online-Performance-Marketing-Unternehmen, das abonnementbasierte Streamingdienste, die Filme & Serien, Musik, Hörbücher, Sport und Spiele bündeln, an Verbraucher weltweit vertreibt. Der Konzern lizenziert Streaming-Content von Partnern, bündelt ihn und verkauft den Content über seine zahlreichen Streamingdienste. Im Laufe der Jahre hat sich CLIQ zu einem Spezialisten für Online-Werbung und die Gestaltung von Streamingdiensten entwickelt, die auf spezifische Verbrauchergruppen zugeschnitten sind. CLIQ Digital ist in über 40 Ländern tätig und beschäftigte zum 30. Juni 2024 155 Mitarbeiter aus 41 verschiedenen Ländern. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf und Büros in Amsterdam, Paris und Toronto. CLIQ Digital ist im Scale-Segment der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (WKN: A35JS4, ISIN: DE000A35JS40) und Mitglied des MSCI World Micro Cap Index.

Besuchen Sie unsere Website <https://cliqdigital.com/investors>. Hier finden Sie alle Veröffentlichungen sowie weitere Informationen über CLIQ Digital. Folgen Sie uns auch gern auf LinkedIn.