

CLIQ Digital meldet Finanzergebnisse für das Gesamtjahr 2023

- Rekordumsatz und -EBITDA von 326 Millionen € (+18 %) bzw. 50 Millionen € (+16 %).
- 4,90 € EPS bei einem Konzernergebnis von 32 Millionen € (+10 %)
- Aktienrückkauf eingeleitet
- Ausblick 2024: 360-380 Millionen € Umsatz und 52-58 Millionen € EBITDA

DÜSSELDORF, 22. Februar 2024 – Die CLIQ Digital AG veröffentlicht heute ihren geprüften Jahresabschluss für das Jahr 2023.

Finanzergebnisse

in Millionen €	GJ 2023	GJ 2022	Δ	Q4 2023	Q4 2022	Δ
Gebündelter Content	307	242	27 %	80	76	5 %
Single-Content	19	26	-27 %	4	7	-41 %
Werbefinanziert ¹	-	8	-100 %	-	-	-
Nordamerika	197	158	25 %	54	47	15 %
Europa	109	102	7 %	25	30	-17 %
Lateinamerika	13	3	269 %	3	2	61 %
Übrige	8	13	-40 %	5	3	49 %
Umsatzerlöse	326	276	18 %	84	83	2 %
Kundenakquisitionskosten	135	112	21 %	35	30	19 %
EBITDA	50	44	16 %	12	13	-8 %
EBITDA-Marge	15 %	16 %	-40 bps	14%	15%	-140 bps
Konzernergebnis	32	29	10 %	7	8	-6 %
Ergebnis je Aktie (in €)	4,90	4,47	10 %	1,07	1,17	-7 %

- **Umsatz:** Im Geschäftsjahr 2023 wuchs der Konzernumsatz um 18 % auf 326 Millionen € nach 276 Millionen € im Vorjahreszeitraum, wobei der Umsatz im 4. Quartal 2023 sowohl im Quartals- als auch im Jahresvergleich um 2 % höher lag. Das Wachstum wurde durch verstärkte Online-Werbekampagnen für Streamingdienste mit gebündeltem Content vorangetrieben, die gegenüber 2022 um 27 % zulegten. Auf regionaler Ebene stiegen die Umsatzerlöse in Nordamerika und Europa im Geschäftsjahr 2023 um 25 % bzw. 7 %, wobei das Marktumfeld in Europa wettbewerbsintensiv blieb. Da das Umsatz-Ramp-up länger dauerte als erwartet, wurde die Umsatzprognose für 2023 leicht verfehlt, obwohl im vierten Quartal ein Rekordumsatz von 84 Millionen € erzielt wurde.

¹ Im Zuge einer strategischen Neuausrichtung wurden die Geschäftsaktivitäten im Zusammenhang mit den (werbefinanzierten) digitalen Marketingdienstleistungen zum 3. Quartal 2022 eingestellt.

- **Kundenakquisitionskosten (CAC):** Im Geschäftsjahr 2023 stiegen die Kundenakquisitionskosten um 21 % auf 135 Millionen € nach 112 Millionen € im Vorjahr. Dieser Anstieg resultierte aus einer größeren Anzahl von Marketingkampagnen, die darauf abzielten, neue Mitglieder mit einem höheren Lifetime-Value zu gewinnen. Die höheren CAC spiegeln auch das wettbewerbsintensivere Preisumfeld wider, in dem die Angebotspreise für die Gewinnung neuer Mitglieder, insbesondere in Europa, weiterhin hoch waren.
- **EBITDA:** Trotz erhöhter Kundenakquisitionskosten im Jahr 2023 und höherer einmaliger sonstiger betrieblicher Aufwendungen im vierten Quartal stieg das EBITDA für das Geschäftsjahr 2023 im Rahmen der Prognose um 16 % auf 50 Millionen € nach 44 Millionen € im Vorjahr. Die EBITDA-Marge war mit 15,4 % (Vorjahr: 15,8 %) geringfügig niedriger.
- **Ergebnis je Aktie:** Dank eines Konzernergebnisses von 32 Millionen € nach 29 Millionen € im Jahr 2022, belief sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie im Geschäftsjahr 2023 auf 4,90 € (Vorjahr: 4,47 €), was einer Steigerung von um 10 % entspricht. Wie bereits angekündigt, hat der Konzern beschlossen, im Rahmen seiner Kapitalrückführungsstrategie 2024 ein Aktienrückkaufprogramm zu initiieren und keine Dividende aus dem Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2023 auszuschütten.
- **Cashflow:** Im Geschäftsjahr 2023 stieg der operative freie Cashflow um 21 % auf 19 Millionen € nach 15 Millionen € im Vorjahr, trotz erhöhter Kundenakquisitionskosten für die Gewinnung neuer Mitglieder sowie höherer Investitionen von 7 Millionen € in Plattform und technische Entwicklungen und weiteren 4 Millionen € in neu lizenzierten Content. Der Mittelabfluss aus der Finanzierungstätigkeit belief sich im Jahr 2023 auf 13 Millionen € (nach 8 Millionen € im Vorjahreszeitraum und beinhaltete eine Dividendenausschüttung von 12 Millionen € (2022: 7 Millionen €)).
- **Liquidität:** Zum Jahresende 2023 wies der Konzern keine Bankverbindlichkeiten aus (31.12.2022: 7 Millionen €), so dass sich die Nettoliquidität auf 16 Millionen € belief. Das entspricht einem Anstieg um 6 Millionen € im Vergleich zum Vorjahr, ungeachtet der im Jahr 2023 ausgezahlten Dividende in Höhe von 12 Millionen €.

Operative Indikatoren

- **Lifetime-Value eines Kunden:** Im Jahr 2023 stieg der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value eines Kunden (LTV) für gebündelte und Single-Content-Dienste um 17 % auf 85 € nach 73 € im Jahr 2022. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr ist auf die Konzentration des Konzerns auf den Verkauf von gebündelten Streamingdiensten und den daraus resultierenden wachsenden Anteil von Mitgliedschaften bei gebündelten Content-Diensten zurückzuführen.
- **Bezahlte Mitgliedschaften:** Die Zahl der individuell-zahlenden Mitgliedschaften für gebündelte und Single-Content-Streamingdienste sank leicht auf 1,2 Millionen zum 31. Dezember 2023 (31.12.2022: 1,3 Millionen). Als Reaktion auf die Herausforderungen, die sich aus den hohen Kosten für die Kundenakquise ergeben, hat sich der Konzern strategisch auf die Gewinnung neuer Mitglieder mit einem höheren durchschnittlichen Lifetime-Value konzentriert, was für die Aufrechterhaltung gesunder Gewinnmargen entscheidend ist. Dieser Ansatz hat zwar zu einer etwas geringeren Anzahl neuer und berichteter Mitglieder im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geführt, doch hat sich die Konzentration auf die

Gewinnung von Mitgliedern mit einem größeren Potenzial für einen langfristigen Wert als wirksam erwiesen.

- **Lifetime-Value der Kundenbasis:** Zum 31. Dezember 2023 wuchs der Lifetime-Value der Kundenbasis (LTVCB) im Vergleich zum Vorjahr um 23 Millionen € auf 164 Millionen € nach 141 Millionen € im Jahr 2022. Der höhere LTVCB resultiert aus dem Anstieg des erwarteten durchschnittlichen Lifetime-Value eines Kunden aufgrund des höheren Anteils von gebündelten Streamingdiensten am Gesamt-Konzernumsatz. Der LTVCB stellt die erwarteten Umsätze dar, die aus bezahlten Mitgliedschaften zum Stichtag über deren geschätzte individuelle Rest-Lebenszykluszeit erzielt werden.

Ausblick

Für das Gesamtjahr 2024 wird ein Konzernumsatz zwischen 360 und 380 Millionen € erwartet, der durch verstärkte Marketingaktivitäten (Kundenakquisitionskosten zwischen 150 und 170 Millionen €) getrieben wird. Das EBITDA wird dabei voraussichtlich zwischen 52 und 58 Millionen € liegen.

Das mittelfristige Ziel für den Konzernumsatz ist es, eine Run-rate im vierten Quartal 2025 zu erreichen, die einen jährlichen Umsatzerlös von mehr als 500 Millionen Euro in Zukunft ermöglicht.

Stellungnahme des Vorstands

„2023 war ein weiteres Jahr mit deutlichem Wachstum für unseren Konzern und insgesamt ein sehr profitables Jahr. Wir haben erneut sehr gute Fortschritte bei der Stärkung unseres Geschäfts gemacht und unser bewährtes und erfolgreiches Geschäftsmodell auf neue Länder und Regionen ausgeweitet“, sagte Luc Voncken, CEO. „Im Jahr 2024 konzentrieren wir uns weiterhin konsequent auf die Verbesserung der Konversionen sowie darauf, dass unser Geschäft weiterwächst und zukunftsicherer wird“, sagte Ben Bos, Mitglied des Vorstands.

Earnings Call

Ein Live-Video-Webcast in englischer Sprache wird **heute** um **14.00 Uhr MEZ** mit Präsentationen von Luc Voncken, CEO, und Ben Bos, Mitglied des Vorstands, stattfinden.

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

<https://quadia.live/65b7cf602408295a9c0d71b5/registration>

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

Eine Aufzeichnung des Video-Webcasts wird im Anschluss an den Webcast verfügbar sein unter: <https://cliqdigital.com/investors/financials>.

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

Hauptversammlung 2024	Donnerstag	4. April 2024
Finanzbericht Q1 2024 und Videokonferenz	Mittwoch	8. Mai 2024
Halbjahresfinanzbericht 2024 und Videokonferenz	Donnerstag	8. August 2024
Finanzbericht Q3/9M 2024 und Videokonferenz	Donnerstag	7. November 2024

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 31. Dezember 2023 170 Mitarbeiter aus 40 verschiedenen Ländern. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf und Büros in Amsterdam, London, 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.