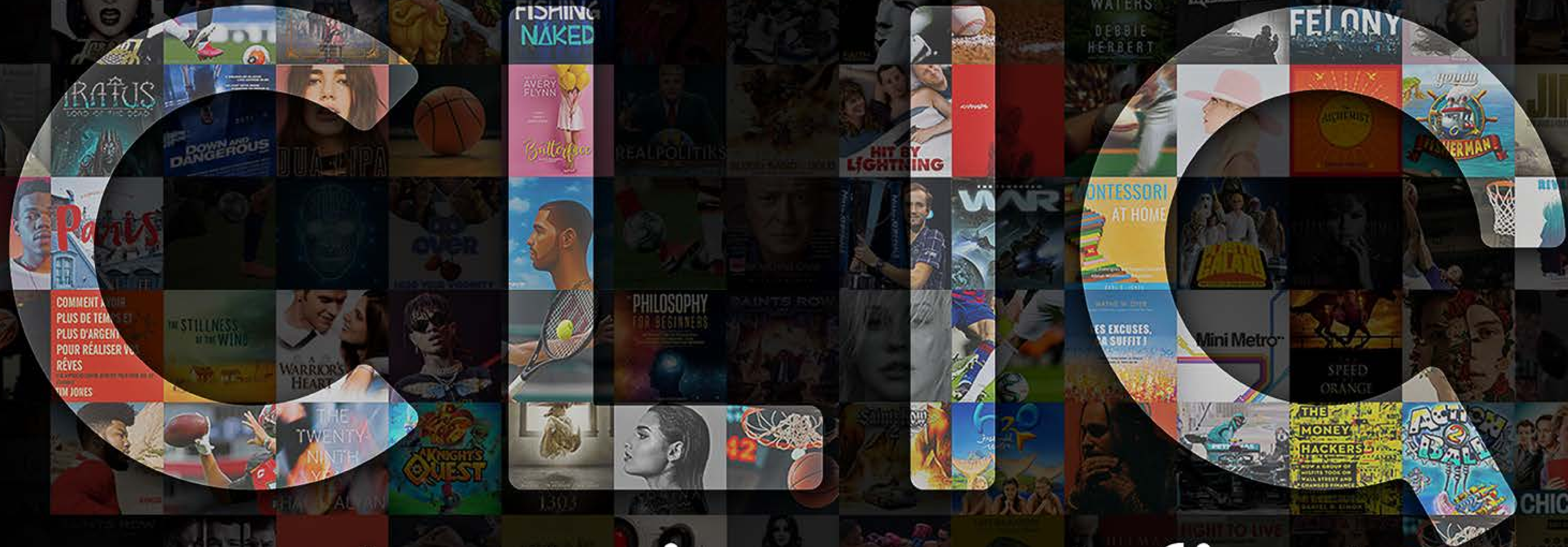




entertainment first

Ergebnisveröffentlichung GJ 2020

17. March 2021

ANNUAL REPORT 2020

DÜSSELDORF

CLIQ DIGITAL AG

CLIQ is at the centre of a booming industry!

GROWTH RATES OF MAJOR MEDIA AND ENTERTAINMENT SECTORS
CAGR 2020-2027

Audiobooks	+24.4%
Movies/Series	+20.4%
Music	+17.8%
Games	+12.9%

CLIQ's share performed +472% in 2020



MARCH 2021

CLIQ's success factors:

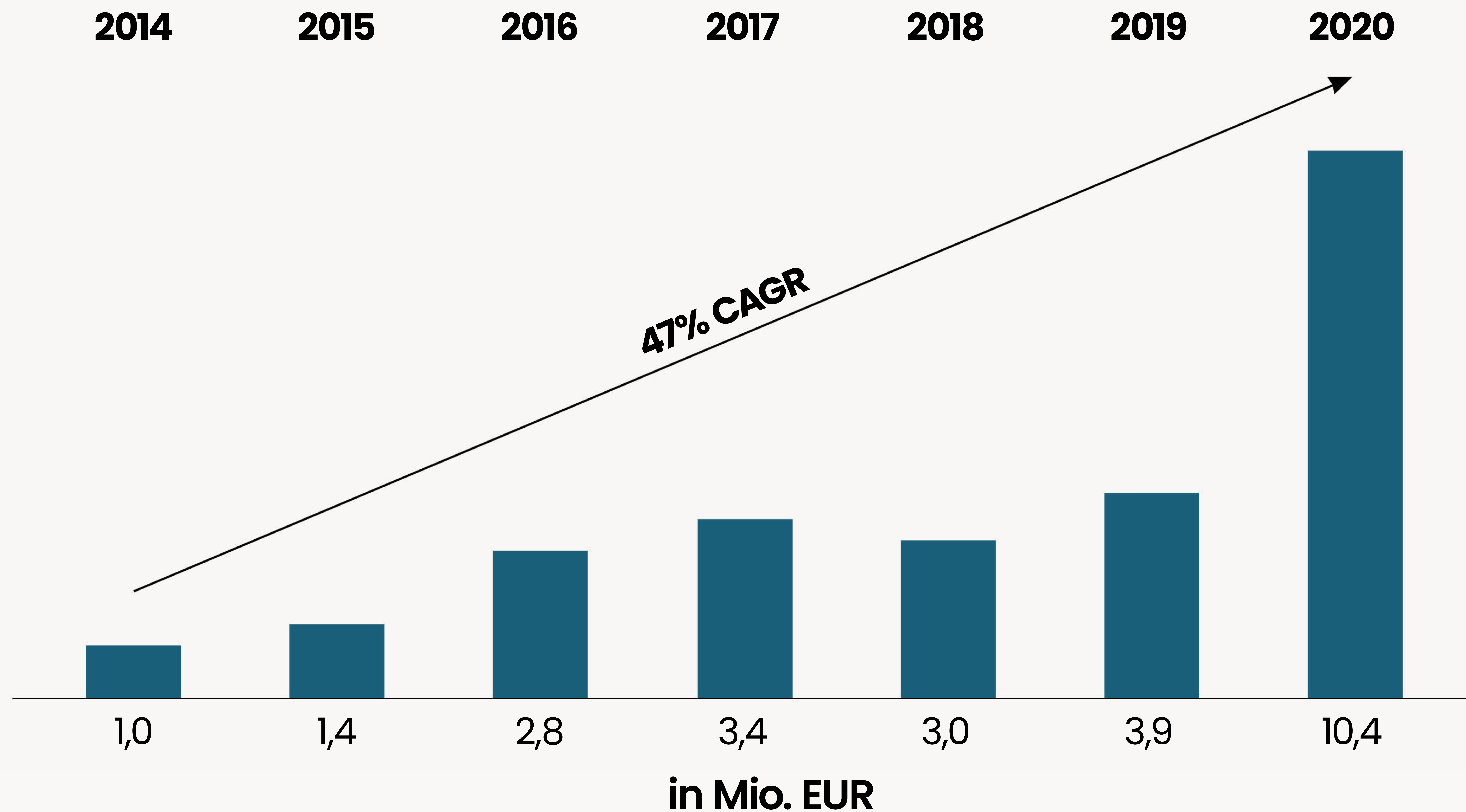
- Direct media buying
- Strong international footprint
- Dividend payor
- Innovative: ALL IN ONE streaming portal

CLIQ invests in user experience and customer satisfaction!

MARCH 2021

1. GESCHÄFTSZAHLEN 2020

03 KONZERNERGEBNIS



- Das Konzernergebnis stieg im Vergleich zum Vorjahr um 168% auf 10,4 Mio. EUR
- Gemäß der Dividendenpolitik des Unternehmens (40% Ausschüttungsquote) wird auf der nächsten Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende je Aktie von 0,46 EUR vorgeschlagen
- Die Dividendenrendite beträgt auf Basis des Schlusskurses am 30. Dezember 2020 2,8%

04 FINANZKENNZAHLEN

Mio, EUR,	GJ 2018	GJ 2019	GJ 2020	Δ GJ19/20
Bruttoumsatzerlöse	58,2	63,1	107,0	+69%
Marketingsausgaben	18,8	22,2	34,2	+54%
EBITDA	3,9	5,8	15,9	+177%
EBITDA-Marge	7%	9%	15%	+6%p
Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,35	0,36	1,16	+222%
Dividende je Aktie (in EUR)	–	0,28	0,46*	+64%

CLIQ-Faktor	1,36x	1,51x	1,68x
Kundenbasiswert	24	26	35

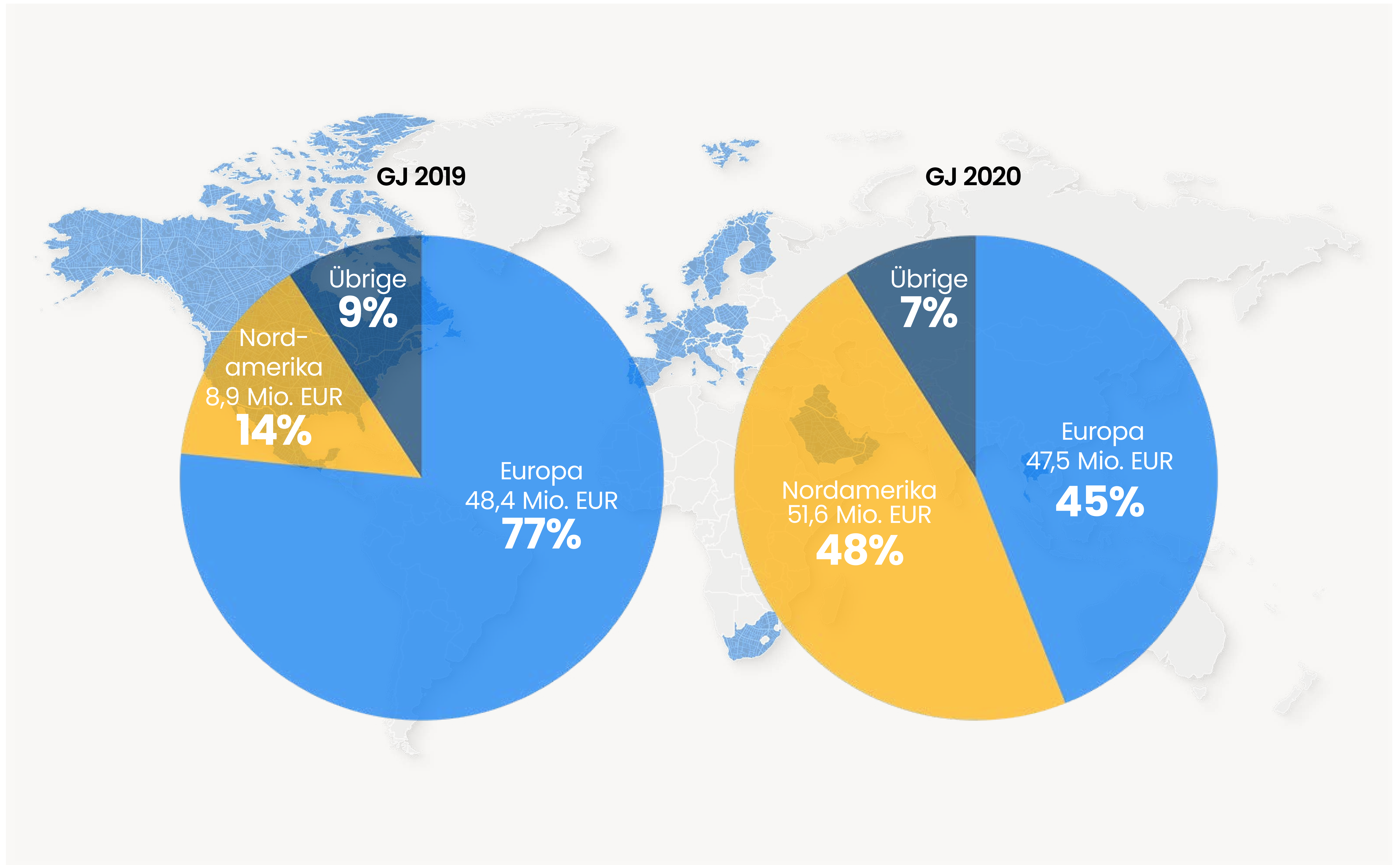
*vorbehaltlich der Genehmigung durch die HV

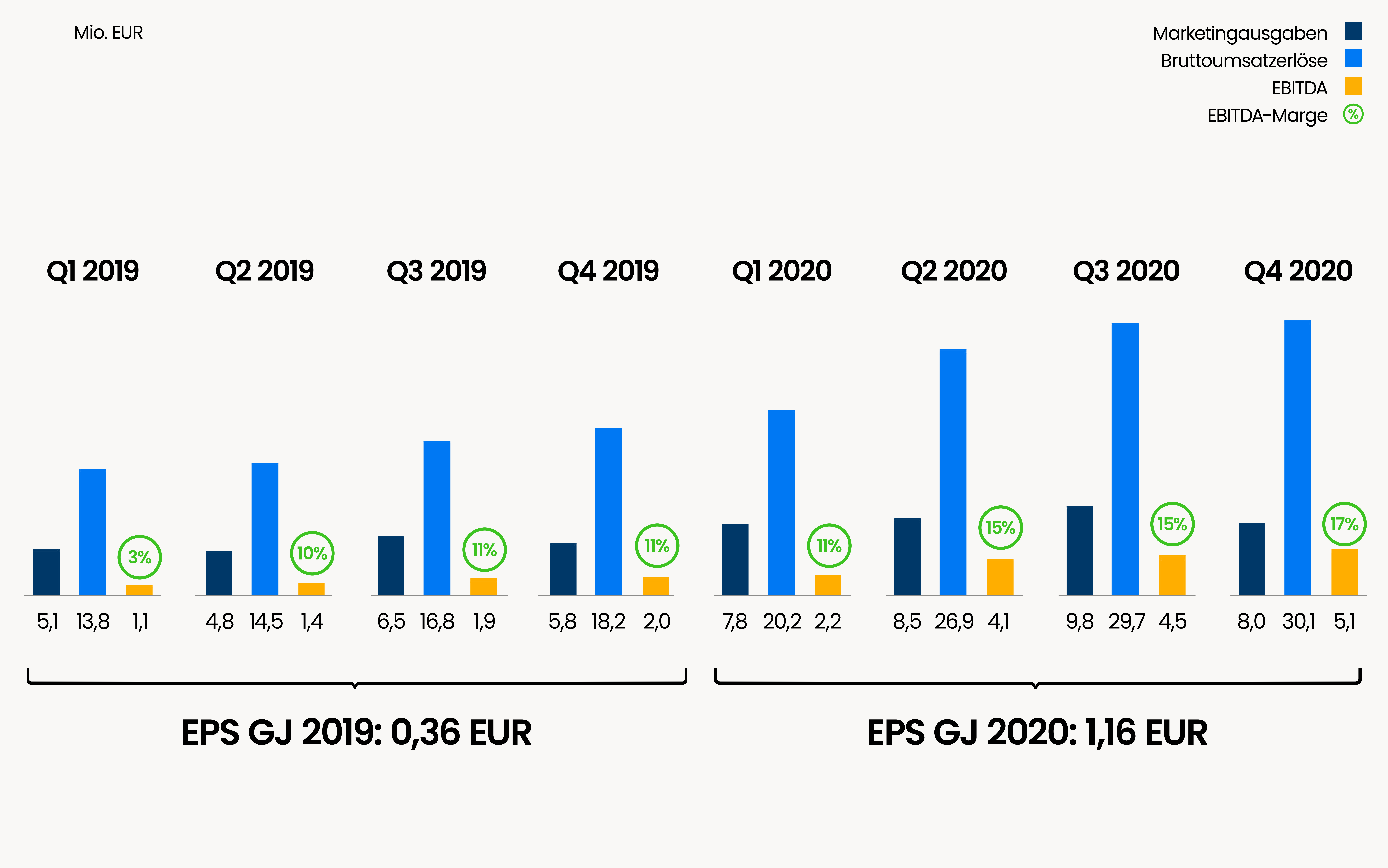
Q4 2019	Q4 2020	Δ Q419/20
18,2	30,1	+65%
5,8	8,0	+38%
2,0	5,1	+153%
11%	17%	+6%p
0,11	0,35	+214%

Highlights:

- 2020 war ein bahnbrechendes Jahr für CLIQ mit strukturellem Wachstum
- Alle Unternehmensziele deutlich übertroffen: Bruttoumsatzerlöse +69%, EBITDA +177%
- Operative Verbesserungen im Mediaeinkauf, neue Inhalte und Ausrollung des Portals
- EBITDA-Marge verbessert sich auf 15% (17% in Q4)
- 1,16 EUR Ergebnis je Aktie (+222%)

05 BRUTTOUMSATZERLÖSE NACH REGION





07 FINANZLAGE UND CASHFLOW

Mio. EUR	Zum 31.12.2019	Zum 31.12.2020	Δ
Bank- und Kassenguthaben	0,7	4,9	4,7
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-10,3	-4,0	5,8
Netto-Zahlungsmittel und -Zahlungsmitteläquivalente	-9,6	0,9	10,5

Mio. EUR	GJ 2019	GJ 2020	Δ
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	2,5	14,8	12,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-0,4	-0,7	-0,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-5,0	-3,6	1,4
Freier Cashflow	-2,9	10,5	13,4

- Netto-Cash-Position in Höhe von EUR 0,9 Millionen zum 31.12.2020
- Mehr als EUR 10 Millionen freier Cashflow erwirtschaftet (nach EUR 2 Millionen Dividendenausschüttung)
- Konsortialkredit in Höhe von EUR 13,5 Millionen verfügbar (2-2,9% Zinssatz p.a.)

08 BILANZ

AKTIVA			PASSIVA		
Mio. EUR	31.12.2019	31.12.2020		31.12.2019	31.12.2020
(Im)materielle Vermögenswerte	49,5	50,8	Eigenkapital	46,7	55,6
Andere langfristige Vermögenswerte	3,4	4,4	langfristige Verbindlichkeiten	2,8	4,7
Forderungen	8,2	9,1	Bankverbindlichkeiten	9,9	3,8
Andere kurzfristige Vermögenswerte	6,3	7,8	Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2,0	2,0
Bankguthaben	0,7	4,9	Andere kurzfristige Verbindlichkeiten	6,7	10,9
Konzernbilanzsumme	68,1	77,0	Konzernbilanzsumme	68,1	77,0

* Die Bankverbindlichkeiten beinhalten aktivierte Finanzverbindlichkeiten in Höhe von EUR 0,2 Millionen. Die Höhe der tatsächlichen Bankverbindlichkeiten beläuft sich auf EUR 4,0 Millionen

A world map with a light blue background and a network of white lines and dots. Several regions are highlighted in a darker blue: North America, Europe, the Middle East, and parts of South America and Africa. Concentric white circles are centered on these highlighted regions, suggesting a global or regional focus.

2. STRATEGIE

10 ENTWICKLUNG VON CLIQ

2. Strategie

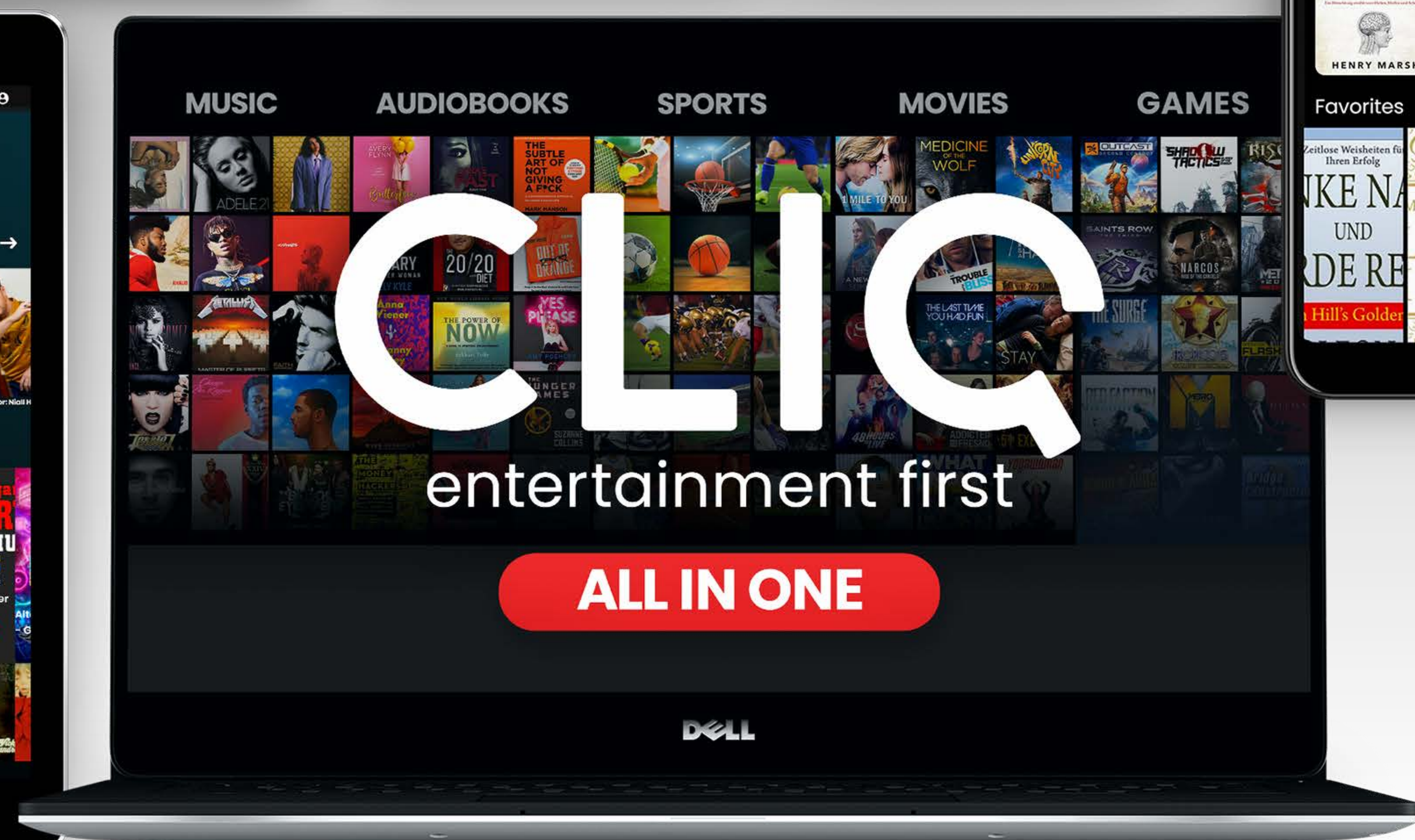
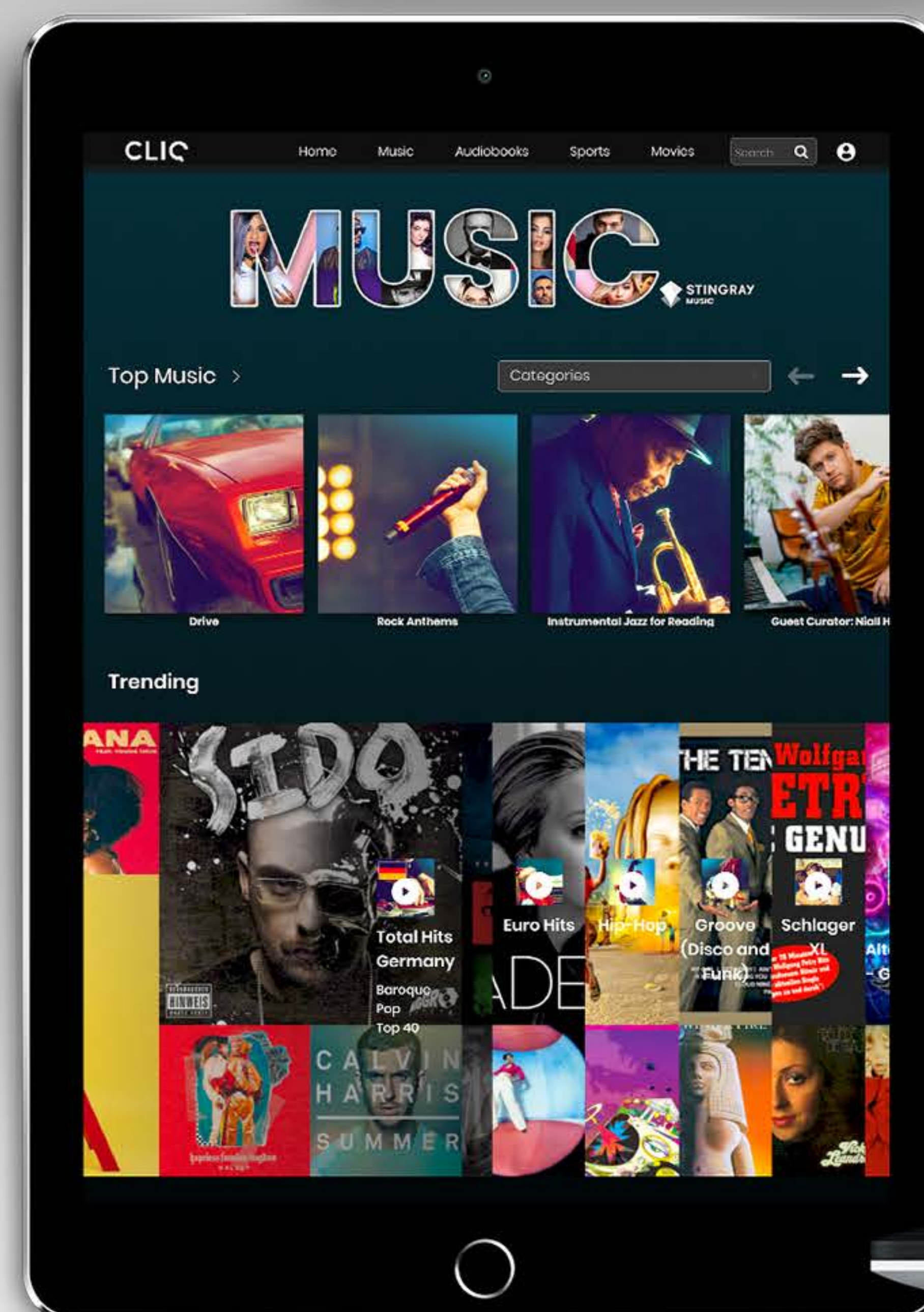
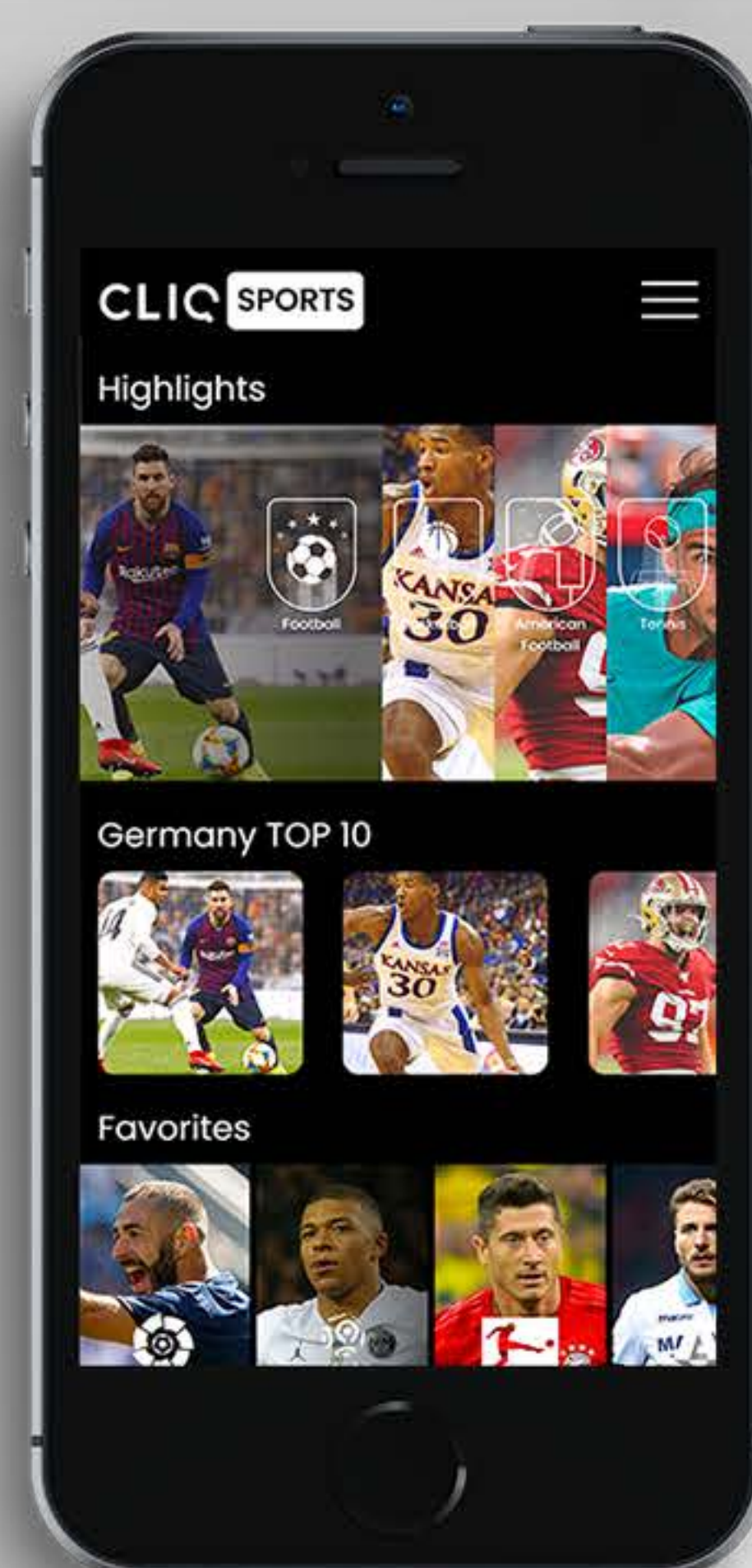
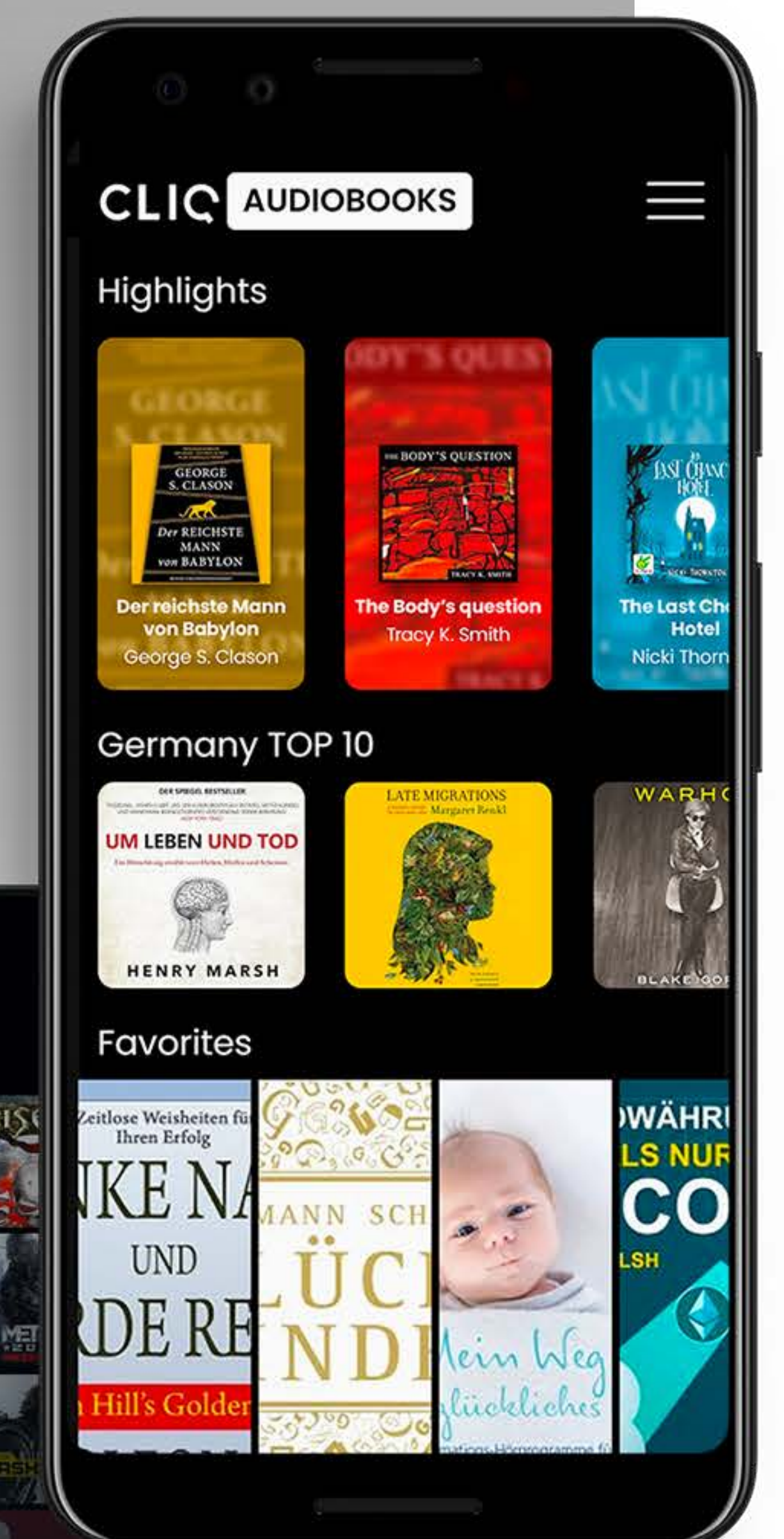
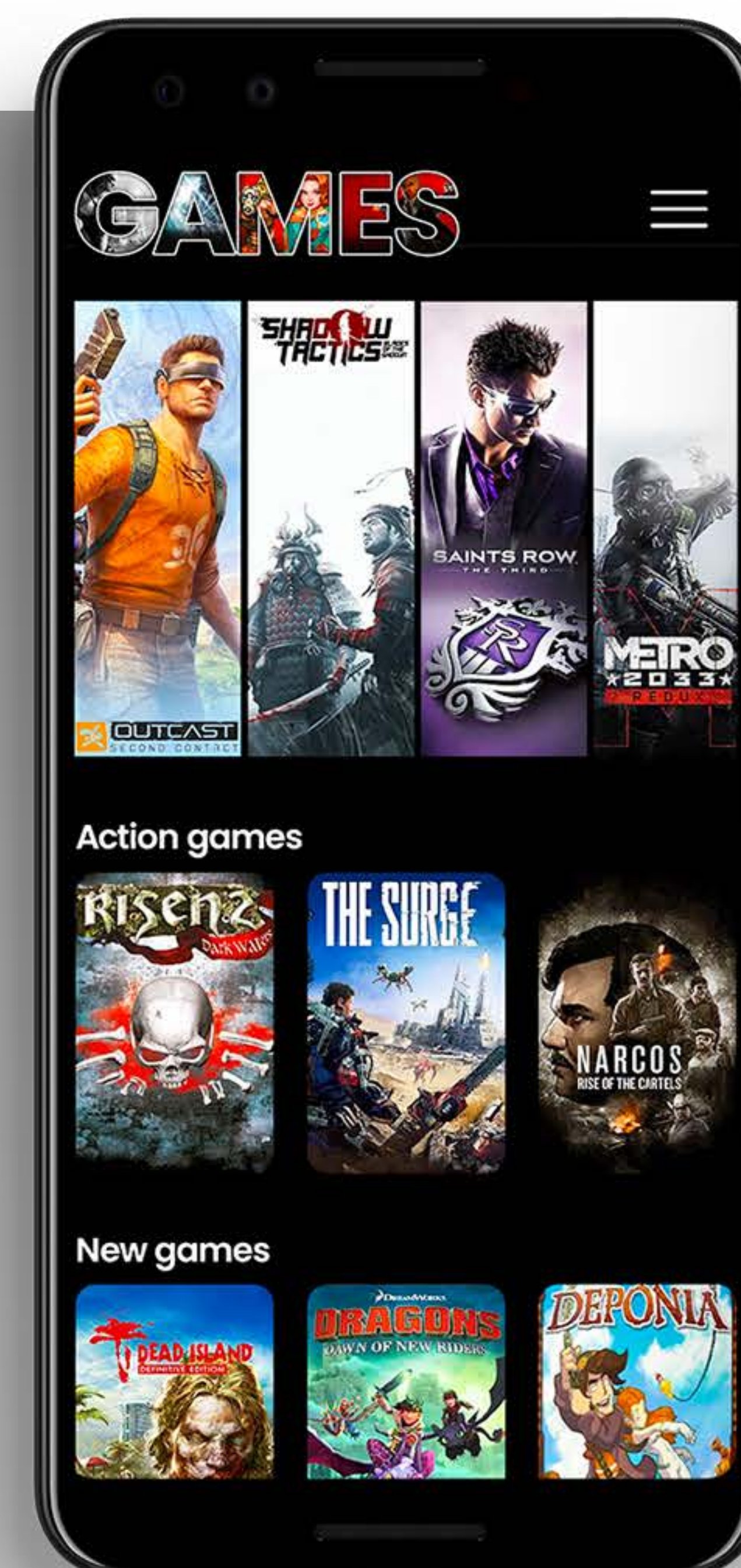


11 MULTIBRAND-PORTALE | MULTICONTENT FÜR ALLE

One-Stop-Shop:

Unbegrenzter Zugang zu einer riesigen Auswahl an Streaming-Inhalten wie Filmen, Musik, Sport, Hörbüchern und Games.

Mitglieder in über 30 Ländern haben Zugriff auf unser Content-Portal



12 ALL-IN-ONE-PRODUKTANGEBOT | LIZENZIERTE INHALTE

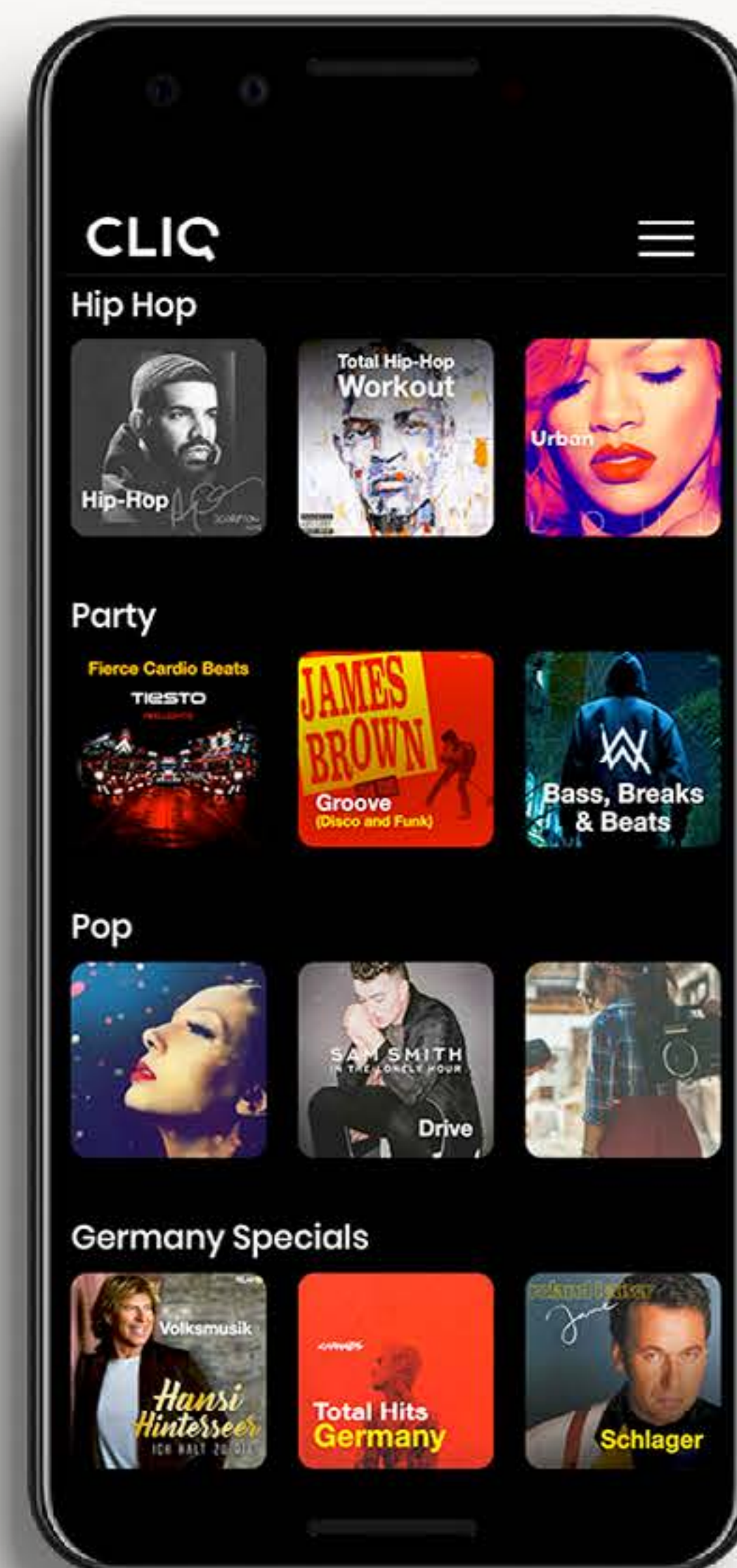
EIN PORTAL FÜR FÜNF KATEGORIEN

FILME



- Überarbeitete Bibliothek mit über 1.000 ausgewählten Filmen
- Hollywood-Blockbuster, internationale sowie lokale Kinofilme und TV-Serien
- Alle relevanten Genres und Filmunterhaltung für die ganze Familie

MUSIK



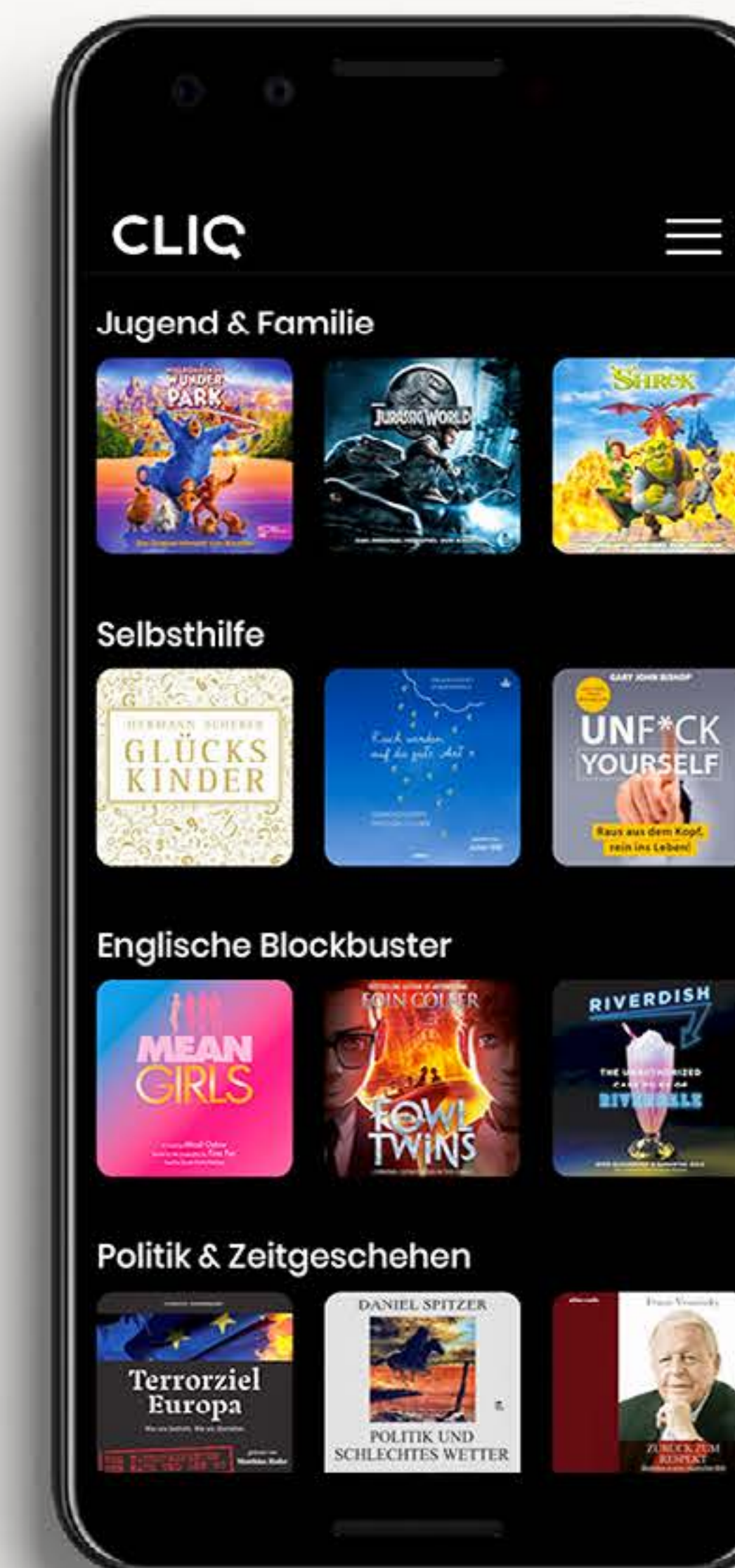
- Hunderte von thematisch kuratierten Wiedergabelisten
- Globaler Musikkatalog, der sowohl große internationale Künstler als auch Nachwuchskünstler enthält

SPORT



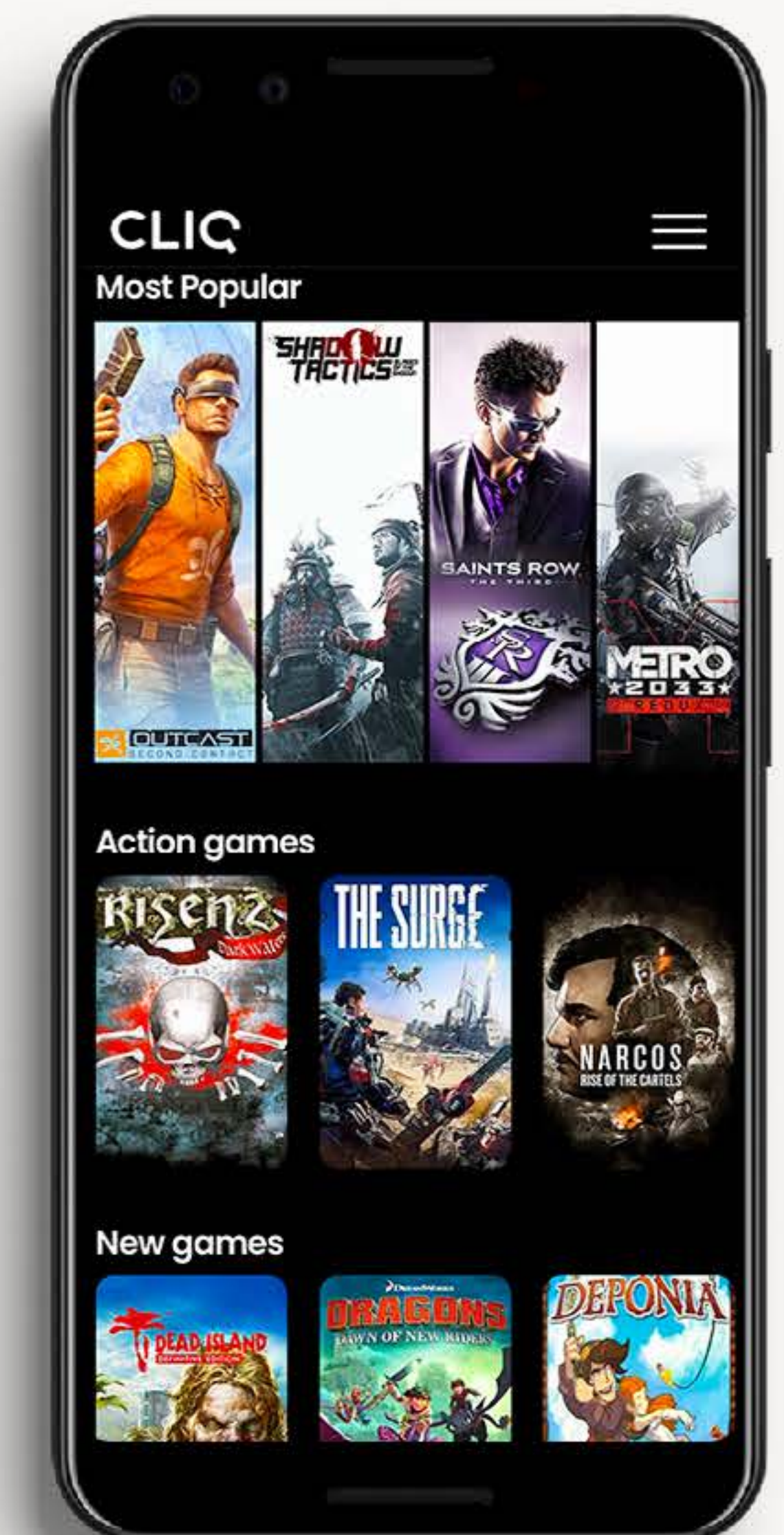
- Aktuelle, hochwertige Programme zu den beliebtesten Sportarten und ihren führenden Ligen, z. B. Premier League, Bundesliga, Champions League, NBA, MMA, NFL und Formel 1
- Neueste Nachrichten, Highlights, Interviews und Hintergrundinformationen zu allen relevanten Sportarten

HÖRBÜCHER



- Über 150.000 Premium-Hörbücher
- Inhalte in über 10 Sprachen

GAMES



- Ständig aktualisierter Katalog mit >1.200 Premium-Games
- Unbegrenztes Spielen von hochwertigen Titeln führender Publisher und Indie-Games über alle Genres hinweg
- Breiter Mix aus Core & Casual Games für alle Altersgruppen und alle Geschlechter

z.B. 14,99 EUR PRO MONAT

											
Filme & Serien	✓	✓			✓			✓	✓	✓	✓
Musik				✓	✓	✓	✓		✓		✓
Hörbücher				✓	✓	✓	✓				✓
Ebooks					✓						✓
Sport			✓		✓					✓	✓
Games					✓				✓		✓
PREIS IN EUR	6,99	6,99	11,99	14,99	14,99	14,99	14,99	17,99	19,95	29,99	7,99
PREIS IN EUR Exemplarischer Preis inklusive	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.	14,99	k.A.	k.A.	k.A.	23,94	k.A.	40,87
											

Per 11. März 2021

- **Preisbewusst** – Unsere Mitglieder sind wertorientiert und vermeiden es, Dinge zu kaufen, die sie für zu teuer erachten
- **Bequemlichkeit** – Ein One-Stop-Shop mit einem umfassenden Multicontent-Angebot und anderen mitgliederfreundlichen Funktionen
- **Geschlechtsunabhängig** – Männer zwischen 35 und 54 Jahren und Frauen ab 25 Jahren
- **Familien** – Bis zu fünf Bildschirme gleichzeitig
- **Inhalte** – Fans von lokalen Programmen, Filmen und Serien in ihrer eigenen Sprache sowie von zuvor produzierten Inhalten
- **Ergänzung** – Unser Multicontent-Angebot ergänzt oft bestehende Single-Content-Angebote von Mitbewerbern für Musikliebhaber, Filmfans usw.

Zukünftige Entwicklung – Unsere umfangreiche Auswahl an Hollywood-Blockbustern sowie Core- und Casual-Games sollte ein viel breiteres CLIQ-Publikum ansprechen

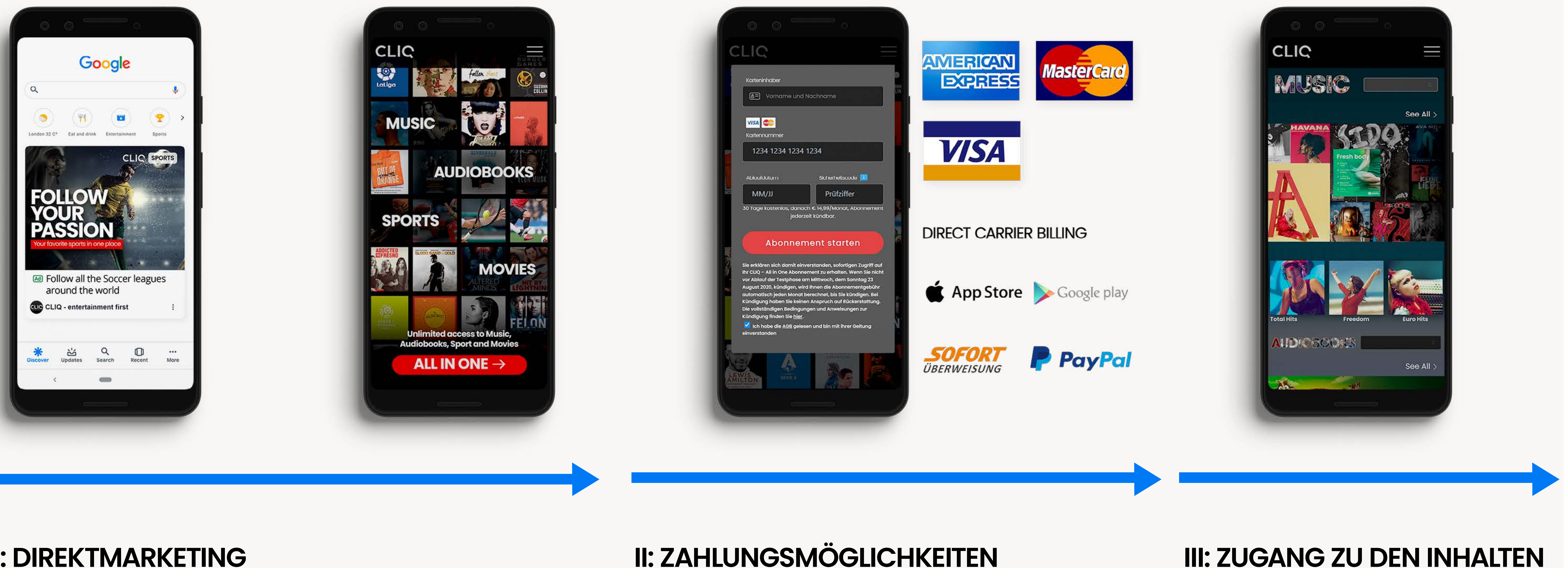


CLIQ
ALL IN ONE

- MOVIES
- MUSIC
- AUDIOBOOKS
- SPORTS
- GAMES

3. MARKETING

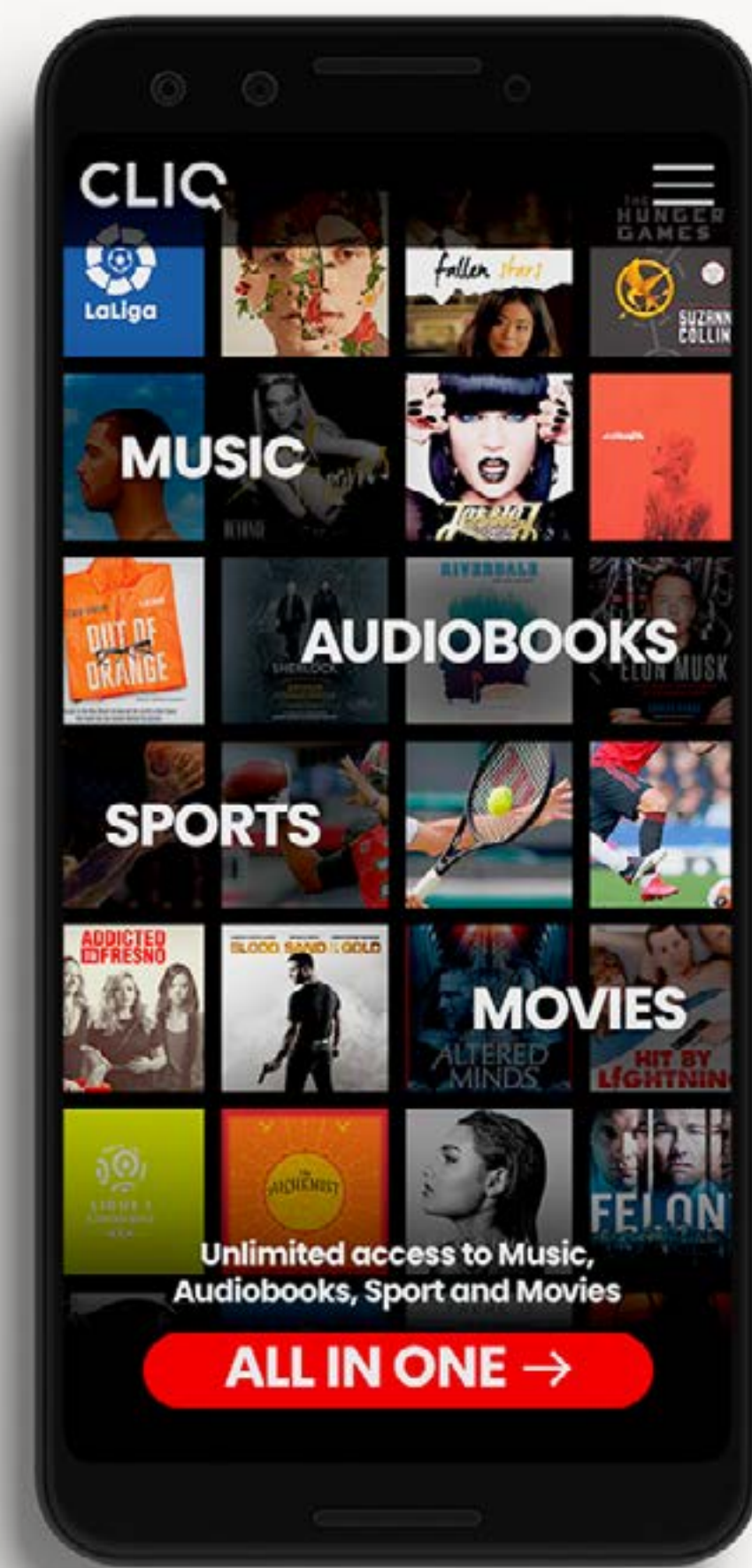




CLIQ's Kundenakquise basiert auf direkten (impulsiven) Marketing über:

- Suchmaschinen (z.B. Google, Bing)
- Social Media (z.B. Facebook, Instagram)
- Große Herausgeber
- Weitere Kanäle

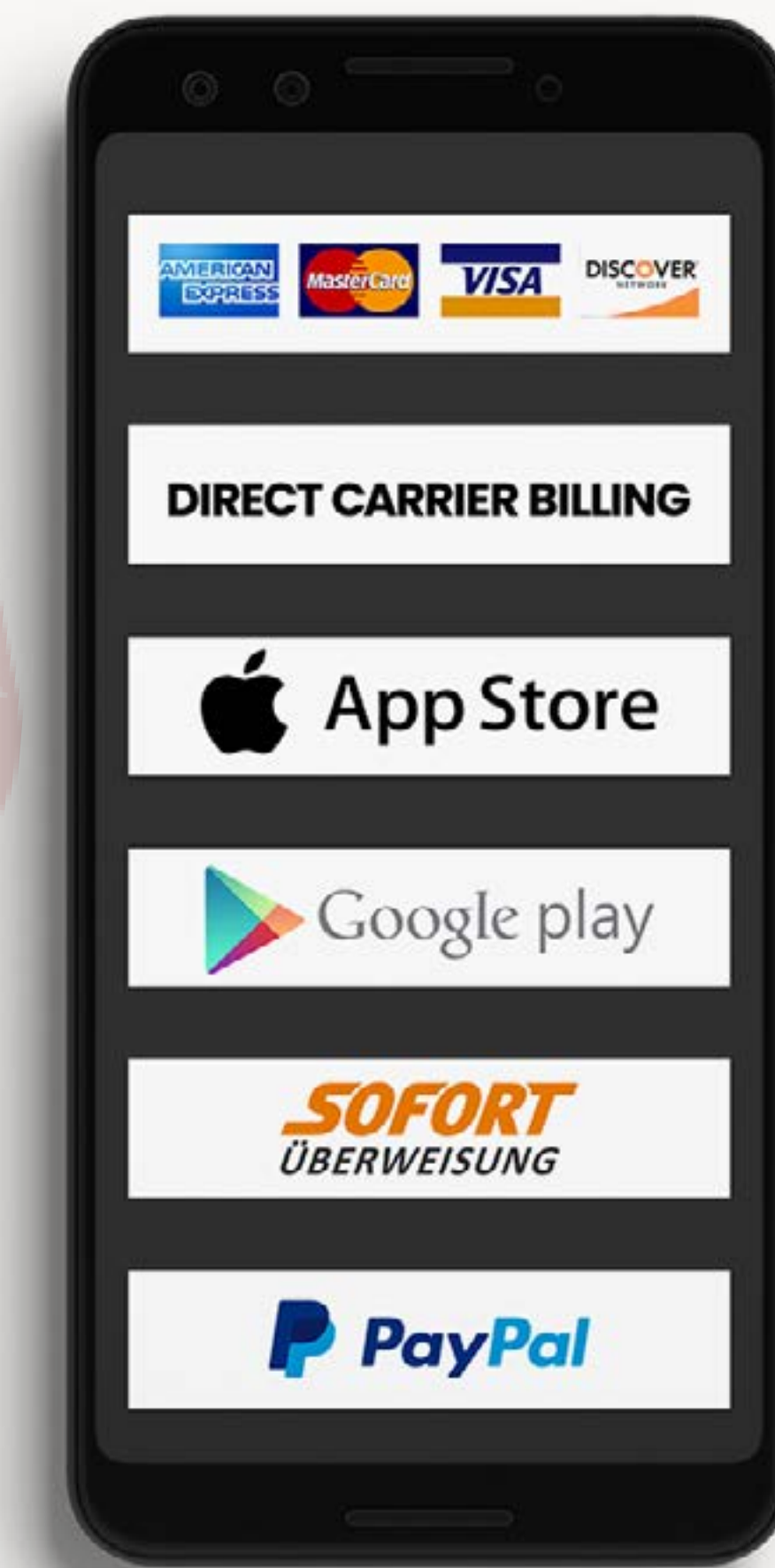
1 MARKETING



CPA

Durchschnittliche
Akquisitionskosten pro
Mitglied: **50 EUR**

2 ZAHLUNGEN



ARPU

Durchschnittlicher Erlös pro
Mitglied innerhalb der ersten
6 Monate: **75 EUR**

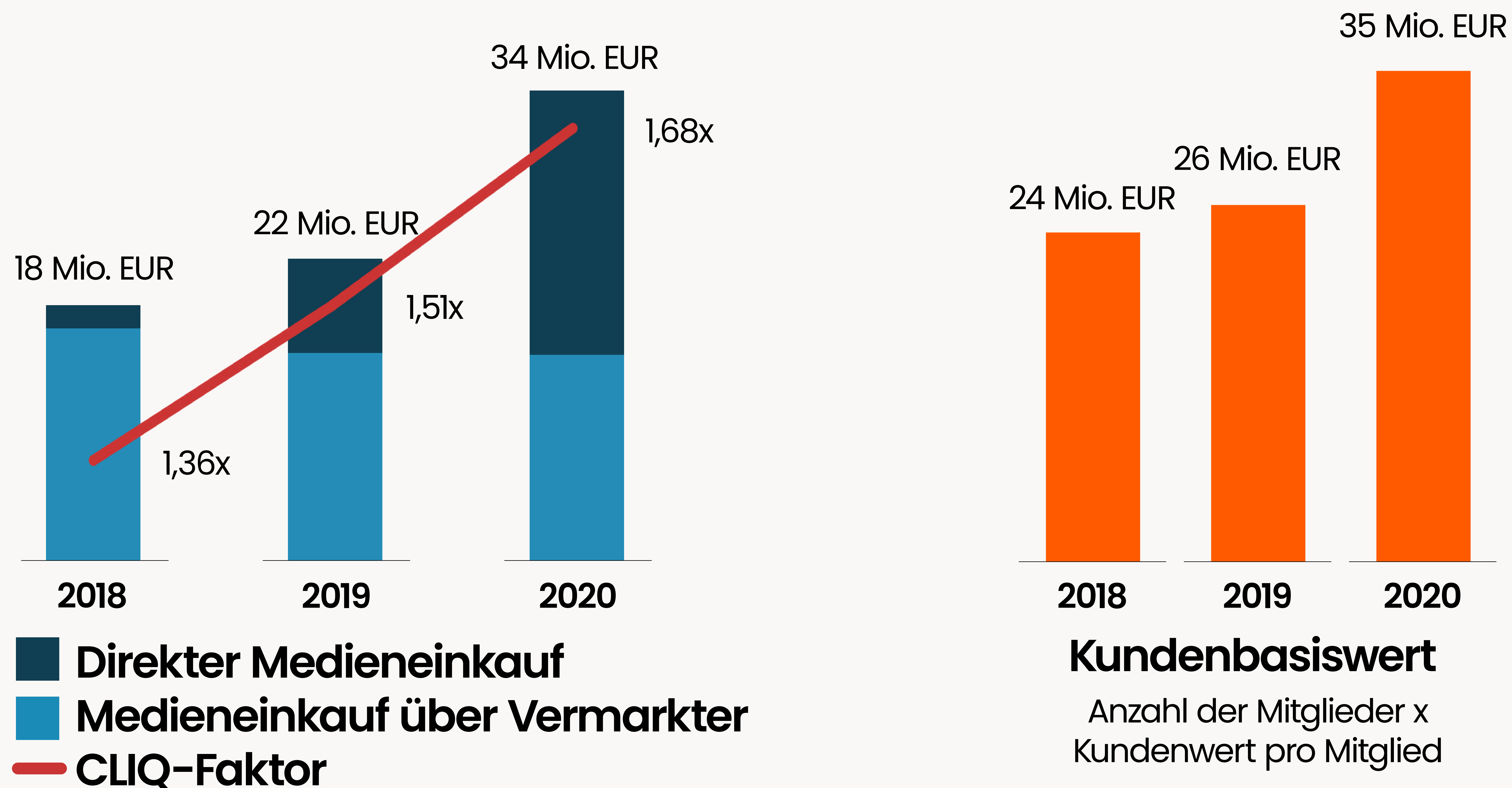
2 6-Monats-Umsatz :75 EUR

1 CPA : 50 EUR

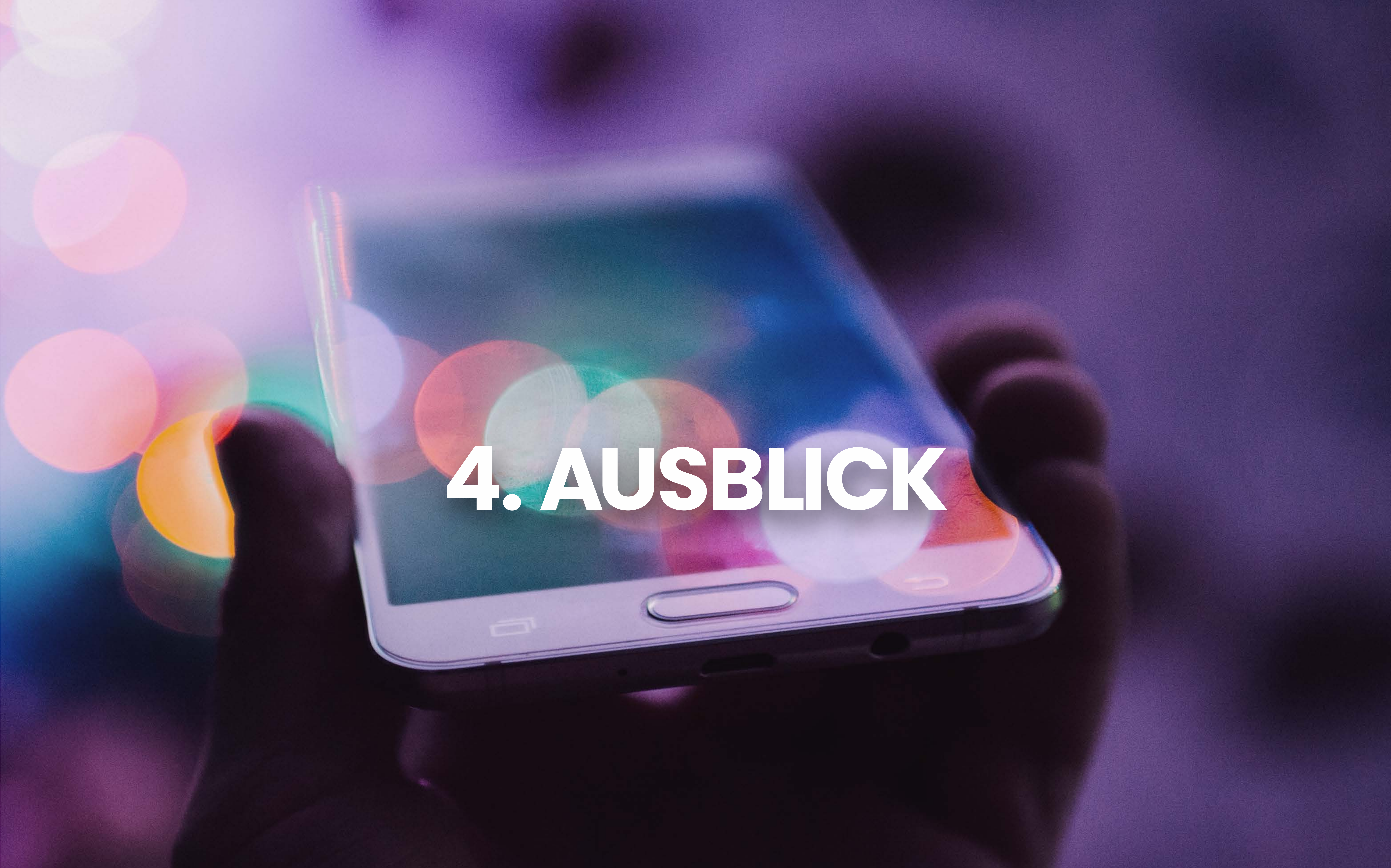
= **CLIQ-Faktor 1,5x**

- Jeder Euro, der in Marketing investiert wird, resultiert in einem Umsatz von 1,50 EUR pro Mitglied innerhalb der ersten 6 Monate
- Der minimal erforderliche CLIQ-Faktor beträgt 1,4x, was einer Bruttomarge von etwa 30% entspricht
- Wir können innerhalb weniger Augenblicke analysieren, ob ein neues Mitglied profitabel sein wird

18 MEHR MARKETING, MEHR MITGLIEDER, MEHR UMSATZ



- Die Profitabilität der Marketingausgaben wird auf täglicher Basis überwacht (großer Wettbewerbsvorteil)
- Die Marketingaufwendungen korrelieren mit den zukünftigen Umsätzen, da CLIQ'S Medieneinkauf leistungsbezogen gesteuert wird
- CLIQ's Business Intelligence-Abteilung ist in der Lage, den Kundenbasiswert unter Berücksichtigung anfallender Kosten für weitere Dienstleister präzise auf Basis historischer und aktueller Trends zu kalkulieren

A hand holding a smartphone, with the screen displaying a blurred image of colorful bokeh lights. The background is dark with out-of-focus light circles in shades of pink, orange, and blue. The text "4. AUSBLICK" is overlaid in white, bold, sans-serif font.

4. AUSBLICK

\$414Mrd.
(normals \$255 Mrd.)

Globale Umsatzprognose für digitale Medien in 2025

Statista Digital Market Outlook 2020 (Update March 2021)

1,1 Mrd.
GLOBALE STREAMING
KONTEN BIS 2021
(+174% seit 2017)

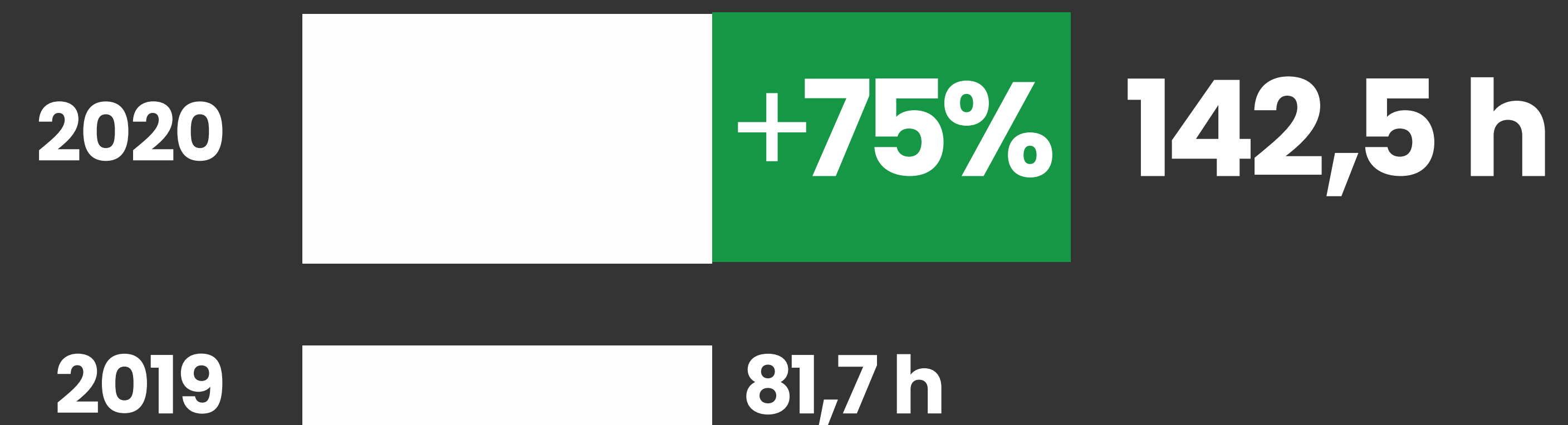
GlobalData: Internet TV – Thematic Research 2020

WACHSTUMSRATEN DER GROSSEN MEDIEN- UND UNTERHALTUNGSSEGMENTE CAGR 2020-2027



Grand Review Research – Market Analysis Report, June 2020

ZEIT, DIE MIT VIDEO-STREAMING VERBRACHT WURDE VOR COVID-19



The Nielsen Audience Report August 2020; First quarter y/y comparison U.S.A.

Zielsetzung: Nachhaltiges Umsatzwachstum in bestehenden und neuen Regionen

Fokus: Kundenzufriedenheit und Brand Equity

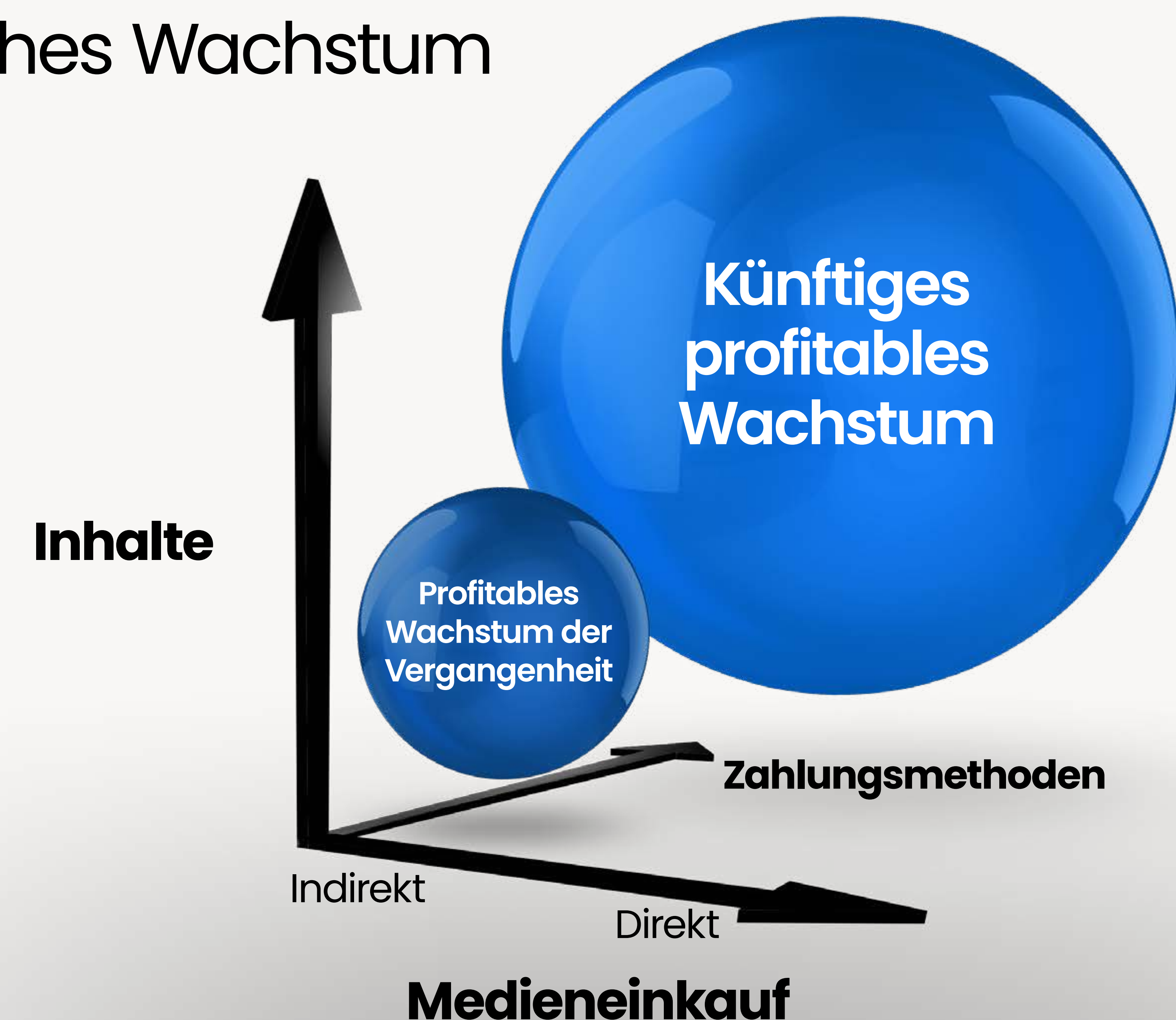
Kompetenz: Steigerung der Conversions mit Direktmarketing

Produktportfolio: Verbesserung der Inhalte und Erweiterung der Kategorien

M&A: Opportunistischer Ansatz für nicht-organisches Wachstum

Wachstumstreiber: Direkter Medieneinkauf

Dividende: Attraktive 40% Ausschüttungsquote



Marktentwicklung

- Starkes Marktwachstum für Streaming-Unterhaltungsdienste
- Verbesserte Technologien
- Wachsende Nachfrage nach kostengünstigen Streaming-Diensten
- Konsum von Inhalten auf Abruf
- Gesellschaftliche & Verhaltensänderungen in Bezug auf digitale Unterhaltung
- Neue, innovative Produkte

Geschäftsentwicklung

- Mehr Marketing durch eigenes Medieneinkaufsteam
- Zusätzliche Zahlungsmethoden
- Ergänzende Zukäufe (Content & Streaming Entertainment Services)
- Verbesserung und Erweiterung von Inhalten
- Neue Zielgruppen durch neue (lokalisierte) Inhaltskategorien
- All-in-One-Portal-Rollout in neue Geografien
- Höhere Umsatzdichte in bestehenden Regionen & Ländern

	2020	2021e
Bruttoumsatz	107 Mio. EUR	≥ 140 Mio. EUR
Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	16 Mio. EUR	~ 22 Mio. EUR
EBITDA-Marge	15%	~ 16%
Marketingausgaben	34 Mio. EUR	~ 46 Mio. EUR
CLIQ-Faktor	1,68x	~ 1,60x

- Umsatzwachstumstreiber: Medieneinkauf und Content-Erweiterung
- Profitables, organisches Wachstum in allen Regionen prognostiziert
- Skalierbares Geschäftsmodell
- Mehr Marketing, mehr Mitglieder, mehr Umsatz
- Organisches Expansionsprogramm mit unserem All-in-One-Portal (Start in neuen Territorien)

ANHANG

Umwelt

- „Grüne“ Reiserichtlinie
 - Volle Subventionierung öffentlicher Verkehrsmittel
 - Richtlinie zum Fahrradprogramm und zum Verzicht auf Firmenwagen
- Energiesparen und Ressourcenschonung
 - Amsterdamer Büro mit neuesten Energiesparstandards aufgerüstet
 - Förderung des papierlosen Büros (z. B. DocuSign)
- Unterstützung von umweltfreundlichen Lieferanten
 - Kaffee aus fairem Handel, Bio-Obst und -Gemüse in den Niederlassungen

Ziel:

Erreichen der Klimaneutralität, d. h. Netto-Null-Kohlendioxid-Emissionen, durch Ausgleich oder Beseitigung der CO₂-Emissionen bis Ende 2029



Soziales

- Unternehmenskultur
 - Chancengleichheit, Diversität und Inklusion (d. h. vielfältige Nationalitäten beschäftigt, auch mit Flüchtlingshintergrund))
- Talent-Management
 - Schulung und Entwicklung
- Mitarbeiterzufriedenheit
 - Wettbewerbsfähige, leistungsgerechte und faire Vergütung
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
 - Wohlbefinden der Mitarbeiter im Fokus (z. B. Home-Office-Richtlinie auch nach der Pandemie)
 - Zuschüsse zu Sportvereinsmitgliedschaften und hauseigenen Fitnessstudios

Ziel:

Geschlechterparität im Management bis Ende 2029



Governance

- Verhaltenskodex
- Berichtssystem: adäquate Berichterstattung an alle Stakeholder
- Transparente Verfahren und Praktiken
- Effektives und regelmäßiges Monitoring und Controlling
- Grundsatz der Aufgabentrennung
- Whistleblower-Richtlinie

Der Vorstand von CLIQ verpflichtet sich zur Einhaltung geltender Gesetze, Regelungen und Vorschriften





Luc Voncken
(*1970)

Seit 2012	: CLIQ Digital AG (CEO)
2010 – 2012	: CLIQ B.V.
2003 – 2010	: Gründer und CEO von Blink International B.V. (Vorgänger von CLIQ)



Visionärer Gründer und Game-Changer mit tiefgreifendem Wissen über die digitale Marketing-Arena und einer Fülle von Erfahrungen und emotionalem Verständnis. Er ist wahrlich authentisch und genießt dadurch den Respekt, die Freundschaft und die Unterstützung von allen, mit denen er in Kontakt tritt.



Ben Bos
(*1962)

Seit 2014	: Mitglied des Vorstands
2000 – 2014	: Unabhängiger M&A- und Vorstandsberater
1993 – 2000	: Arcade Entertainment Holdings (Finanzdirektor) / ID&T (CEO)



Ben ist ein leidenschaftlicher Macher und liebt es, seine Begeisterung und Motivation mit seinen Teams zu teilen. Seine langjährige Erfahrung im Unterhaltungssektor in Verbindung mit seiner Tatkraft, das Unternehmen zur Erreichung seiner Ziele voranzutreiben, ergeben bedeutende und lohnende Gespräche.





Sebastian McCoskrie

Head of Investor Relations

+49 151 520 436 59

s.mccoskrie@cliqdigital.com



Michael Kriszun

Deputy Director Investor Relations

+49 151 5220 7955

m.kriszun@cliqdigital.com



cliqdigital.ag/investors

7. Jan.	ODDO BHF Forum
9. Feb.	Veröffentlichung vorläufiger Zahlen 2020
17. März	Berichterstattung 2020
24. März	Metzler MicroCap Days
14.-15. April	CF&B SmallCap Event
29. April	Hauptversammlung
4. Mai	MKK Münchner Kapitalmarkt Konferenz
6. Mai	Quartalsmitteilung 1. Quartal 2021
17.-19. Mai	German Spring Conference
19. Mai	CF&B Tech Sector Day
27. Mai	Goldman Sachs Small Wonders Conference
10. Juni	Quirin Champions-Konferenz
22.-23. Juni	CF&B Spring European MidCap Event
3. August	Halbjahresfinanzbericht 2021
25.-26. Aug.	Montega HIT Hamburger Investorentag
6.-7. Sep.	German Fall Conference
20. Sept.	CF&B European MidCap Event
24. Sept.	Baader Small-Cap Day
12.-13. Okt.	CF&B MidCap Event
2. Nov.	Quartalsmitteilung 3. Quartal 2021
22.-24. Nov.	Deutsches Eigenkapitalforum
1.-2. Dez.	CF&B MidCap Event

Diese Präsentation dient ausschließlich zu Informationszwecken und stellt weder ein öffentliches Angebot zum Kauf oder Verkauf oder eine öffentliche Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren der CLIQ Digital AG dar. Weder diese Präsentation noch ein anderer Inhalt dieser Präsentation stellt die Grundlage für den Abschluss eines Vertrages oder einer sonstigen Verpflichtung der CLIQ Digital AG dar. Diese Präsentation dient ausschließlich der Information der Aktionäre der CLIQ Digital AG und darf weder ganz noch auszugsweise vervielfältigt oder an andere Personen weitergegeben werden.

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, d.h. Aussagen, die sich auf den zukünftigen Geschäftsverlauf Geschäftsverlauf und die zukünftige finanzielle Entwicklung der CLIQ Digital AG und ihrer Gruppe (CLIQ Digital) sowie zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen im Zusammenhang mit CLIQ Digital. Solche Aussagen beruhen auf den aktuellen Erwartungen und bestimmten Annahmen der Unternehmensleitung von CLIQ Digital, von denen viele außerhalb des Einflussbereich von CLIQ Digital liegen, und unterliegen daher einer Vielzahl von Risiken, Ungewissheiten und Faktoren die in Veröffentlichungen, insbesondere im Risikobericht, der Teil des Lageberichts ist, aufgeführt sind des Jahres- und Konzernabschlusses 2020, aufgeführt sind, aber nicht auf solche beschränkt sind. Sollte sich eines dieser Risiken oder Ungewissheiten eintreten, oder sollten die zugrunde liegenden Erwartungen nicht eintreffen oder Annahmen nicht korrekt sein, können die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen und Erfolge von CLIQ Digital (sowohl negativ als auch positiv) wesentlich von denen abweichen, die ausdrücklich oder implizit in der zukunftsgerichteten Aussage enthalten sind. CLIQ Digital ist nicht verpflichtet sich nicht und beabsichtigt nicht, diese zukunftsgerichteten Aussagen zu aktualisieren oder sie in einem anderen als dem erwarteten Ergebnis zu korrigieren.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in dieser Präsentation und anderen von CLIQ Digital veröffentlichten Dokumenten Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in dieser Präsentation und anderen von CLIQ Digital veröffentlichten Dokumenten nicht genau zur angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Werte widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Werte widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

Die Verteilung dieses Dokuments in anderen Rechtsordnungen kann gesetzlich eingeschränkt sein und Personen, in deren Personen, in deren Besitz dieses Dokument gelangt, sollten sich dieser Beschränkungen bewusst sein und sie einhalten. Jedes Versäumnis Die Nichteinhaltung dieser Beschränkungen kann einen Verstoß gegen die geltenden Wertpapiergesetze darstellen.

Hinweis: Im Zweifelsfall ist die englische Version maßgebend.