

CLIQ Digital veröffentlicht Geschäftszahlen 2022

- Umsatz stieg um 84 % auf 276 Millionen €
- 4,47 € Ergebnis je Aktie bei einem Konzernergebnis von 29 Millionen € (+63 %)
- Hauptversammlung wird 1,79 € Dividende je Aktie vorgeschlagen (VJ: 1,10 €)
- Ausblick 2023: Umsatz von mehr als 345 Millionen € und EBITDA von mehr als 50 Millionen €
- Mittelfristige Prognose: Umsatz von über 500 Millionen € bis Ende 2025

DÜSSELDORF, 21. Februar 2023 – Der CLIQ Digital-Konzern veröffentlicht heute seinen geprüften Jahresabschluss für das Jahr 2022 und stellt seinen Dividendenvorschlag für 2023 vor.

Finanzergebnisse

- **Umsatzerlöse:** Im 4. Quartal 2022 erzielte die Gruppe einen Umsatz von 82,8 Millionen € nach 46,8 Millionen € im Vorjahr. Das entspricht einer Wachstumsrate von 77 % gegenüber dem Vorjahr und 8 % gegenüber dem Vorquartal. Das Quartalswachstum ist auf den Anstieg des Umsatzes aus bezahlten Mitgliedschaften für gebündelte Streamingdienste zurückzuführen, der sich mehr als verdoppelt hat und auf 76,2 Millionen € nach 35,2 Millionen € im Vorjahr anstieg..

Übersicht:

in Millionen €	Q4 2022	Q4 2021	Δ	GJ 2022	GJ 2021	Δ
Gebündelter Content	76,2	35,2	116 %	242,4	107,9	125 %
Single-Content	6,6	8,3	-21 %	26,0	31,3	-17 %
Werbefinanzierte digitale Marketingdienste	0	3,3	-100 %	7,7	10,7	-28 %
Insgesamt	82,8	46,8	77 %	276,1	150,0	84 %

Nordamerika	47,2	23,7	99 %	157,9	74,7	111 %
Europa	30,2	19,7	53 %	101,6	62,6	62 %
Lateinamerika	2,0	0		3,4	0	
Übrige	3,3	3,4	-2 %	13,2	12,7	4 %

in Millionen €	Q4 2022	Q4 2021	Δ	GJ 2022	GJ 2021	Δ
Insgesamt	82,8	46,8	77 %	276,1	150,0	84 %

Der Umsatz für das Gesamtjahr 2022 stieg im Vergleich zum Vorjahr um 84 % (77 % in lokaler Währung) auf 276,1 Millionen € nach 150,0 Millionen € im Vorjahr, vor allem dank erfolgreicher Online-Werbekampagnen für gebündelte Content-Streamingdienste sowohl in Nordamerika als auch Europa.

- **Marketing:** Aufgrund eines höheren Werbevolumens wuchsen im 4. Quartal 2022 die Marketingausgaben im Vergleich zum Vorjahr um 52 % auf 29,8 Millionen € nach 19,5 Millionen € im Vorjahreszeitraum. Für das Gesamtjahr 2022 haben sich die Marketingausgaben im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt und beliefen sich auf 112,3 Millionen € (VJ: 54,4 Millionen €). Das Marketing-Wachstum ist auf die breiteren Targeting-Optionen der gebündelten Content-Dienste bei Google zurückzuführen. Die zahlreichen Streamingdienste von CLIQ bieten ein Produkt für die fünf beliebtesten Content-Kategorien. Das bedeutet, dass die Marketing-Möglichkeiten und Werbequellen des Konzerns umfassend genutzt werden können. Darüber hinaus war CLIQ in der Lage, global weitere Werbeplattformen, Medienquellen und Auktionen hinzuzufügen, um die Zielgruppen des Konzerns zu finden.
- **EBITDA:** Im 4. Quartal 2022 betrug die EBITDA-Marge 15,4 % nach 17,5 % im Vorjahr, wobei das EBITDA aufgrund der stetig wachsenden Anzahl bezahlter Mitgliedschaften um 55 % auf 12,7 Millionen € (VJ: 8,2 Millionen €) stieg. Im Geschäftsjahr 2022 wuchs das EBITDA im Vergleich zum Vorjahr um 60 % auf 43,5 Millionen € nach 27,2 Millionen € im Vorjahr. Die EBITDA-Marge lag 2022 bei 15,8 % nach 18,1 % im Vorjahr, was die vom Konzern prognostizierte Untergrenze der Marge von 15,2 % übertraf.
- **Ergebnis je Aktie:** Im 4. Quartal 2022 stieg das unverwässerte Ergebnis je Aktie um 30 % auf 1,17 € nach 0,90 € im Vorjahr. Für das Gesamtjahr 2022 stieg das Ergebnis je Aktie um 63 % auf 4,47 € nach 2,74 € im Vorjahr.
- **Dividende:** Im Rahmen der kontinuierlichen Dividendenpolitik des Konzerns (40 % Ausschüttungsquote) schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 6. April 2023 in Düsseldorf eine Dividende je Aktie in Höhe von 1,79 € vor nach einer Ausschüttung von 1,10 € im Vorjahr.
- **Cashflow:** Der operative freie Cashflow stieg im 4. Quartal 2022 um 81 % auf 8,0 Millionen € nach 4,4 Millionen € im Vorjahr. Im Jahr 2022 erwirtschaftete die Gruppe einen operativen freien Cashflow in Höhe von 15,4 Millionen € nach 16,0 Millionen € im Vorjahr. Dieser lag aufgrund höherer Marketingausgaben und Investitionen in die Plattformentwicklung (5,2 Millionen €) sowie in lizenzierten Content (3,7 Millionen €) leicht unter dem Vorjahresniveau.

- **Liquidität:** Zum Jahresende 2022 verbesserte sich die Netto-Cash-Position des Konzerns auf 9,9 Millionen €. Das entspricht einer Verbesserung um 7,6 Millionen € im Vergleich zum Vorjahr.

Übersicht der Geschäftstätigkeit

- **Bezahlte Mitgliedschaften:** Zum 31. Dezember 2022 lag die Zahl der bezahlten Mitgliedschaften für abonnementbasierte, gebündelte sowie Single-Content-Streamingdienste bei 1,9 Millionen nach 1,3 Millionen zum Stichtag des Vorjahres. Dies entspricht einem Anstieg von 45 % und ist auf erfolgreiche Werbekampagnen und die attraktiven Content-Angebote zurückzuführen. Im vierten Quartal stieg der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value eines neuen Mitglieds im Vergleich zum Vorquartal um 7 % von 72 € auf 77 €.
- **Lifetime-Value der Kundenbasis:** Der Lifetime-Value der Kundenbasis (LTVCB) stieg zum Jahresende 2022 sowohl sequentiell auf 141 Millionen € (30.09.2022: 131 Millionen €) als auch im Vergleich zum Vorjahr (31.12.2021: 87 Millionen €) um 8 % bzw. 62 %. Der LTVCB stellt den erwarteten Umsatz dar, der aus den bezahlten Mitgliedschaften zum Berichtszeitpunkt über deren geschätzte individuelle Restlaufzeit generiert wird.
- **Rentabilitätsindex:** Der sechsmonatige Rentabilitätsindex von CLIQ lag im vierten Quartal 2022 bei 1,44x, verglichen mit 1,56x im vierten Quartal 2021. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr war auf einen allgemeinen Anstieg der Kundenakquisitionskosten in allen Regionen zurückzuführen, einschließlich des neuen Markteintritts in Lateinamerika. Der sechsmonatige Rentabilitätsindex für das Gesamtjahr lag bei 1,45x (VJ: 1,59x) und damit unterhalb der Prognose des Unternehmens von etwa 1,51x. Grund hierfür ist ein Management-Beschluss, die Marketingausgaben weiter zu erhöhen, um eine höhere absolute Bruttomarge zu erzielen.

Ausblick 2023

Für das Gesamtjahr 2023 erwartet der Konzern einen Umsatz von mehr als 345 Millionen €, angetrieben durch starke Marketingaktivitäten (über 120 Millionen € Marketingausgaben erwartet) und Investitionen in zusätzlichen attraktiven Content. Das EBITDA wird voraussichtlich mehr als 50 Millionen € betragen und damit die starke Rentabilität der Gruppe fortsetzen.

Stellungnahme des Vorstands

„In 2023 wollen wir den Streaming-Markt weiter vereinfachen und weiter wachsen sowie unsere gebündelten Content-Dienste weltweit ausrollen. Darüber hinaus streben wir an, unseren Flaggschiff-Streamingdienst cliq.de in Deutschland zu einem

großen Erfolg zu führen", sagte Luc Voncken, Vorstandsvorsitzender. „Auch finanziell ist die Gruppe sehr gut aufgestellt, um unsere ehrgeizigen Wachstumspläne zu verwirklichen und unsere Versprechen einzulösen", sagte Ben Bos, Mitglied des Vorstands.

Earnings-Call

Heute um **13.00 Uhr MEZ** wird Ben Bos eine Live-Videokonferenz mit Webcast in **englischer** Sprache abhalten.

Um an der Videokonferenz teilzunehmen, ist eine vorherige Registrierung mit Angabe der Kontaktdaten unter

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_ds8RG3mMTPqokc2xtN9v9Q

erforderlich.

Ben Bos wird Fragen beantworten, die bis spätestens 60 Minuten vor der Telefonkonferenz per E-Mail an investors@cliqdigital.com eingereicht werden.

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

Ansprechpartner

Investor Relations:

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

Julián Palacios, j.palacios@cliqdigital.com, +49 151 18476600

Media Relations:

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

Finanzkalender

Hauptversammlung 2023 in Düsseldorf	Donnerstag	6. April 2023
Finanzbericht Q1 2023 und Videokonferenz	Donnerstag	4. Mai 2023
Halbjahresfinanzbericht 2023 und Videokonferenz	Donnerstag	3. August 2023
Finanzbericht Q3/9M 2023 und Videokonferenz	Donnerstag	2. November 2023

Über CLIQ Digital

Der CLIQ Digital-Konzern vertreibt an Verbraucher weltweit abonnementbasierte Streamingdienste, die Filme & Serien, Musik, Hörbücher, Sport und Spiele bündeln. Der Konzern lizenziert Streaming-Content von Partnern, bündelt ihn und vertreibt 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 ist in über 30 Ländern tätig und beschäftigte zum 31. Dezember 2022 164 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 37 verschiedenen Ländern. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf sowie Büros in Amsterdam, London, Paris und Toronto. CLIQ Digital ist im Scale-Segment der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (ISIN: DE000A0HHJR3, WKN: A0HHJR) und Mitglied des MSCI World Micro Cap Index.

Besuchen Sie unsere Website unter **<https://cliqdigital.com/investors>**. Hier finden Sie alle Veröffentlichungen sowie weitere Informationen über CLIQ Digital. Folgen Sie uns auf LinkedIn | Facebook | Instagram.