

CLIQ Digital steigert Umsatz im zweiten Quartal um 94 %

- 1,7 Millionen bezahlte Mitgliedschaften zum 30. Juni (ggü. Vorquartalsende: +205 Tsd.); 121 Millionen EUR Kundenbasiswert (+16 % ggü. Vorquartalsende)
- 94 % Umsatzwachstum auf 64 Millionen EUR im 2. Quartal 2022, getrieben von Multi-Content-Portalen und Nordamerika
- Quartals-EBITDA steigt um 60 % auf über 10 Millionen Euro bei einer Marge von 16 %
- 1,97 EUR Ergebnis je Aktie in H1 2022 (Anstieg um 73 % von 1,14 EUR in H1 2021)
- Auf gutem Weg zu einem Rekordjahr 2022 mit bekräftigter Prognose

DÜSSELDORF, 2. August 2022 – Die CLIQ Digital AG veröffentlicht heute den ungeprüften Finanzbericht für das zweite Quartal und das erste Halbjahr 2022.

Q2/H1 2022 Finanzergebnisse

- **Umsatz:** Entgegen dem aktuellen Marktumfeld verzeichnete CLIQ Digital im 2. Quartal 2022 ein sehr starkes organisches Umsatzwachstum von 94 % und einen Gesamtumsatz von 64,2 Millionen Euro nach 33,1 Millionen Euro im 2. Quartal 2021. Im Vergleich zum Vorquartal stieg der Umsatz um 22 %, was den starken Wachstumskurs des Unternehmens unterstreicht.

Übersicht:

Mio. EUR	Q2 2022	Q2 2021	Veränd.	H1 2022	H1 2021	Veränd.
Multi-Content	56,2	23,3	141 %	99,1	43,2	129 %
Single-Content	5,7	7,2	-21 %	12,7	15,7	-19 %
Anzeigenfinanziert	2,3	2,6	-10 %	5,0	4,3	17 %
Umsatzerlöse	64,2	33,1	94 %	116,8	63,2	85 %
Nordamerika	38,0	16,0	138 %	66,3	30,9	114 %
Europa	23,4	14,1	66 %	44,6	26,5	68 %
Übrige	2,8	3,1	-10 %	5,9	5,8	2 %
Umsatzerlöse	64,2	33,1	94 %	116,8	63,2	85 %

Das Quartalswachstum ist vor allem auf eine Erhöhung der Marketingausgaben zurückzuführen, die insbesondere zu mehr bezahlten Mitgliedschaften für unsere Multi-Content-Portale führten. Multi-Content stieg dabei um 141 % auf einen Umsatz

von 56,2 Millionen EUR nach 23,3 Millionen EUR im 2. Quartal 2021. In allen wichtigen Regionen wuchs der Umsatz deutlich, in Nordamerika und Europa um 138 % bzw. 66 % im Vergleich zum Vorjahr.

- **Marketingausgaben:** Im 2. Quartal 2022 stiegen die Marketingausgaben deutlich um 149 % auf 29,6 Millionen EUR nach 11,9 Millionen EUR im Vergleichszeitraum des Vorjahres, was auf ein höheres Werbevolumen zurückzuführen ist. Der Anteil des eigenen Medieneinkaufs belief sich auf 90 % gegenüber 77 % im Jahr 2021.
- **EBITDA:** Im 2. Quartal 2022 wuchs das EBITDA um 60 % auf 10,1 Millionen EUR nach 6,3 Millionen EUR im 2. Quartal 2021. Die EBITDA-Marge betrug 16 % nach 19 % im Vorjahr. Der Anstieg ist auf höhere Investitionen in Marketingkampagnen und Content zur Erweiterung der Kundenbasis zurückzuführen.
- **Ergebnis je Aktie:** Das Ergebnis je Aktie nahm im 2. Quartal 2022 um 71 % auf 1,07 EUR (Vorjahr: 0,63 EUR) zu, dank eines zugrunde liegenden Konzernergebnisses in Höhe von 7,0 Millionen EUR nach 4,1 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Im ersten Halbjahr 2022 stieg das Ergebnis je Aktie um 73 % und betrug 1,97 EUR gegenüber 1,14 EUR in H1 2021.
- **Cashflow:** Aufgrund höherer Marketingausgaben und Investitionen von 2,4 Millionen EUR sowohl in Content (1,1 Millionen EUR) als auch in die CLIQ.de-Plattform (1,3 Millionen EUR), betrug der operative freie Cashflow im 2. Quartal 2022 -1,1 Millionen EUR nach 1,8 Millionen EUR im Vorjahreszeitraum. Auswirkungen auf den Cashflow hatte die Dividendenausschüttung im 2. Quartal 2022: Sie war um 133 % höher als im Vorjahr und belief sich auf 7,2 Millionen Euro nach 3,1 Millionen Euro im 2. Quartal 2021.

Übersicht der Geschäftstätigkeit

- **Mitglieder:** Zum 30.06.2022 betrug die Anzahl der bezahlten Mitgliedschaften für Multi- und Single-Content-Angebote 1,7 Millionen. Die Zahl stieg im Vorquartalsvergleich von 1,5 Millionen zum 31.03.2022 weiter um 0,2 Millionen, zurückzuführen ist das auf die Zunahme der erfolgreichen Marketing-Kampagnen und das attraktive Content-Angebot. Der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value eines neuen Mitglieds stieg im Berichtsquartal auf 72,41 EUR nach 71,27 EUR im ersten Quartal.
- **Lifetime-Value der Kundenbasis:** Der Lifetime-Value der Kundenbasis (LTVCB) wuchs bis Ende Juni 2022 nachhaltig auf 121 Millionen Euro nach 104 Millionen Euro zum Stichtag 31.03.2022. Der LTVCB errechnet sich aus der Anzahl der Mitglieder multipliziert mit dem individuellen Wert ihrer Rest-Mitgliedschaftsdauer und stellt den Gesamtumsatzerlös dar, der durch die bestehende Kundenbasis voraussichtlich generiert werden kann.

- **Rentabilitätsindex:** Der sechsmonatige Rentabilitätsindex von CLIQ Digital für das zweite Quartal 2022 betrug 1,45x, verglichen mit 1,62x im zweiten Quartal 2021. Der Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist auf einen allgemeinen Anstieg der Akquisitionskosten in allen Regionen zurückzuführen.

Strategische Updates

- **CLIQ.de:** Auf einer virtuellen Veranstaltung am Mittwoch, den 15. Juni, präsentierte das Management ein aufgewertetes Multi-Content-Portal mit neuen Funktionen und Content-Highlights. Im September 2022 wird cliqdigital.com/allinone als CLIQ.de in Deutschland zu einem reduzierten Mitgliedsbeitrag von 6,99 EUR neu eingeführt und im Web und auf allen Plattformen mit einer nativen App (Mobile und TV) online gehen.
- **Brand-Marketing:** Unter dem Titel "best of alles" wird eine Brand-Marketing-Kampagne zur Steigerung der Markenbekanntheit und zur Ergänzung des Performance-Marketings von CLIQ.de durchgeführt. Die Kampagne wird die Positionierung der Marke als einfach und erschwinglich untermauern, um insbesondere wertorientierte Verbraucher anzuziehen, die derzeit durch hohe Energie- und Haushaltspreise belastet sind.
- **Content:** Im Mai kündigte CLIQ Digital eine zweijährige Lizenzvereinbarung mit Sportdigital für internationalen Live-Fußball (Sportdigital Fußball), Fun- und Actionsportarten sowie Outdoor-Sportarten, Motorsport (EDGEsport) und Reiten (ClipMyHorse.TV) an.

Ausblick 2022

Der Vorstand bestätigt den Ausblick für 2022: Die Zahl der bezahlten Mitgliedschaften soll bis Ende des Jahres die 2-Millionen-Marke überschreiten, der Umsatz mindestens 250 Millionen EUR betragen, das EBITDA 2022 mehr als 38 Millionen EUR erreichen und die gesamten Marketingausgaben 90 Millionen EUR übersteigen.

Stellungnahme des Vorstands

„Wieder einmal haben wir unsere Kundenbasis, unseren Umsatz und unser Ergebnis nachhaltig gesteigert. Die Performance von CLIQ Digital im zweiten Quartal ist eine fantastische Teamleistung. Jede Minute kamen fast zwei neue Mitglieder zu unserer Kundenbasis hinzu – das ist das erfreuliche Ergebnis harter Arbeit und einer konsequenten Strategie“, sagte Ben Bos, Mitglied des Vorstands. *„Wir sind zuversichtlich, dass wir unseren Wachstumskurs fortsetzen und für unsere Mitglieder immer attraktiver werden.“*

Earnings-Call

Um **10.00 Uhr MESZ** wird Ben Bos eine Live-Videokonferenz mit Webcast für Investoren und Analysten in **englischer** Sprache abhalten.

Um an der Videokonferenz teilzunehmen und Fragen während der Live-Fragerunde zu stellen, ist eine vorherige Registrierung mit Angabe der Kontaktdaten unter

https://us02web.zoom.us/webinar/register/WN_93ER6CvMQaax2nnCthDKQ

erforderlich.

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@deekeling-arndt.com, +49 174 3358111

Finanzkalender

Finanzbericht Q3/9M 2022 und Videokonferenz	Donnerstag	3. November 2022
---	------------	------------------

Über CLIQ Digital

CLIQ Digital ist ein globaler Streaming-Anbieter, der sich auf das Performance Marketing von Unterhaltungsprodukten für den Massenmarkt spezialisiert hat und seinen Mitgliedern unbegrenzten Zugang zu Filmen, Serien, Musik, Hörbüchern, Sport und Spielen bietet. CLIQ Digital kann auf eine lange und erfolgreiche Unternehmensgeschichte im Bereich des digitalen Marketings zurückblicken und bietet Nischenprodukte für den Massenmarkt zu wettbewerbsfähigen Preisen an. Das Unternehmen ist in über 30 Ländern tätig und beschäftigte zum 30. Juni 2022 168 Mitarbeiter aus 34 verschiedenen Ländern. CLIQ Digital ist ein wertvoller strategischer Geschäftspartner für Netzwerke, Content-Produzenten sowie für Verlage und Zahlungsdienstleister. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf und Büros in Amsterdam, London, Paris, Barcelona, Toronto und Florida. 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.