

CLIQ Digital AG: 8 % Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorquartal und 15 Millionen € operativer freier Cashflow in den ersten neun Monaten 2023

9M 2023:

- Rekordumsatz, Anstieg um 25 % auf 242 Millionen €
- Rekord-EBITDA, Anstieg um 25 % auf 39 Millionen €
- 15 Millionen € operativer freier Cashflow
- 3,82 € Ergebnis je Aktie bei einem Konzernergebnis von 25 Millionen € (+16 %)

DÜSSELDORF, 2. November 2023 – Die CLIQ Digital AG veröffentlicht heute ihren ungeprüften Finanzbericht für das dritte Quartal und die ersten neun Monate 2023.

Finanzergebnisse

in Mio. €	9M 2023	9M 2022	Veränd.	Q3 2023	Q3 2022	Veränd.
Gebündelter Content	227	166	37 %	78	67	16 %
Single-Content	15	19	-22 %	5	7	-33 %
Werbefinanziert ¹	-	8	-	-	3	-
Nordamerika	143	111	29 %	53	45	18 %
Europa	84	71	18 %	25	27	-7 %
Lateinamerika	9	1	564 %	3	1	162 %
Übrige	6	10	-37 %	2	4	-56 %
Umsatzerlöse	242	193	25 %	83	77	8 %
Marketingausgaben	100	83	21 %	35	30	16 %
EBITDA	39	31	25 %	13	12	7 %
Konzernergebnis	25	21	16 %	9	9	-
Ergebnis je Aktie (in €)	3,82	3,30	+0,52	1,33	1,33	-

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

Corporate News

- **Umsatz:** In den ersten neun Monaten 2023 wuchs der Konzernumsatz um 25 % auf 242 Millionen € nach 193 Millionen € im Vorjahr. Dabei lag der Umsatz im dritten Quartal 2023 sowohl im Vergleich zum Vorquartal als auch zum Vorjahr jeweils um 8 % höher. Das Wachstum wurde durch verstärkte Online-Werbekampagnen für gebündelte Content-Streamingdienste vorangetrieben, die im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2022 um 37 % zulegten. Auf regionaler Ebene nahmen die Umsätze in Nordamerika und Europa in den ersten neun Monaten 2023 um 29 % bzw. 18 % zu. Das Marktumfeld in Europa blieb dabei wettbewerbsintensiv. In Lateinamerika stieg der Umsatz in den ersten neun Monaten 2023 hingegen deutlich auf 9 Millionen €.
- **Kundenakquisitionskosten (Marketingausgaben):** In den ersten neun Monaten 2023 wurden die Kundenakquisitionskosten um 21 % auf 100 Millionen € nach 83 Millionen € im Vorjahreszeitraum angehoben. Dieser Anstieg resultiert aus einer größeren Anzahl von Marketingkampagnen zur Gewinnung neuer Mitglieder mit einem höheren Lifetime-Value. Der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value (LTV) der neu akquirierten Mitglieder lag in den ersten neun Monaten 2023 mit 85 € höher als im Vorjahr (9M 2022: 72 €), da mehr gebündelte Content-Dienste als Single-Content-Dienste verkauft wurden.
- **EBITDA:** In den ersten neun Monaten des Jahres 2023 stieg das EBITDA trotz höherer Marketingaufwendungen im Einklang mit der Umsatzentwicklung um 25 % auf 39 Millionen € nach 31 Millionen € im Vorjahr. Die EBITDA-Marge lag wie bereits im Vorjahr bei 15,9 %.
- **Ergebnis je Aktie:** In den ersten neun Monaten 2023 erhöhte sich das unverwässerte Ergebnis je Aktie um 16 % auf 3,82 € nach 3,30 € im Vorjahreszeitraum. Das Konzernergebnis lag bei 25 Millionen € nach 22 Millionen € in den ersten neun Monaten sowie 29 Millionen € im Gesamtjahr 2022.
- **Cashflow und Liquidität:** Der operative freie Cashflow belief sich in den ersten neun Monaten 2023 auf 15 Millionen € nach 7 Millionen € im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Zum 30. September 2023 lag die Netto-Cash-Position des Konzerns bei 12 Millionen €, trotz der erhöhten Dividendenausschüttung von 12 Millionen € im zweiten Quartal 2023.

Stellungnahme des Vorstands

„Trotz gedämpfter Verbraucherstimmung aufgrund von Inflation, höheren Zinsen und beunruhigenden geopolitischen Spannungen, freue ich mich, berichten zu können, dass der Konzernumsatz in den ersten neun Monaten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 25 % und im Vergleich zum Vorquartal um 8 % gestiegen ist“, sagte Luc Voncken, CEO. „Die verbesserte Dynamik unseres Cashflows und der EBITDA-Generierung unterstreicht weiterhin unsere Wachstumsstory und ist ein Beweis für die Zukunftsfähigkeit unseres ziemlich einzigartigen Geschäftsmodells.“

Earnings Call

Um **14.00 Uhr MEZ** findet ein Live-Video-Webcast statt, der von Luc Voncken, CEO, und Ben Bos, Vorstandsmitglied, in **englischer** Sprache geleitet wird.

Um am Video-Webcast teilzunehmen, ist eine vorherige Registrierung mit Angabe der Kontaktdaten erforderlich unter

<https://quadia.live/6516dc0a21c4316ac14f1f3d/registration>

Fragen, die **heute vor 12.00 Uhr MEZ** per E-Mail an investors@cliqdigital.com eingereicht werden, werden nach den Vorträgen beantwortet.

Eine Aufzeichnung des Webcasts wird im Anschluss 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



Corporate News

Über CLIQ Digital

Der CLIQ Digital-Konzern vertreibt an Verbraucher weltweit abonnementbasierte Streamingdienste, die Filme und 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 Digital ist in über 40 Ländern tätig und beschäftigte zum 30. September 2023 173 Mitarbeiter aus 39 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 auf LinkedIn.