

CLIQ Digital berichtet über die Ergebnisse des dritten Quartals 2024

- Deutliche Verbesserung des Cashflows im Vergleich zum Vorquartal
- EBITDA stabilisiert sich trotz Umsatzrückgang bei 6 Mio. € je Quartal dank Rentabilitätsfokus
- Konzernweites Transformationsprogramm mit weiteren Fortschritten bei Kostensenkung, neuen Produkten und Diversifizierung der Umsatzerlöse
- 84% des maximalen Aktienrückkaufvolumens für 5 Mio. € per 01.11.2024 zurückgekauft

DÜSSELDORF, 7. November 2024 – Die CLIQ Digital AG hat heute ihren ungeprüften Finanzbericht für Q3/9M 2024 veröffentlicht. Der Bericht steht auf der Website des Unternehmens unter <https://cliqdigital.com/investors/financialreporting> zum Download bereit.

Performance

in Millionen €	Q3 2024	Q2 2024	Ver- änd.	9M 2024	9M 2023	Ver- änd.
Gebündelter Content	52	66	-21 %	188	227	-17 %
Single-Content	2	2	-19 %	7	15	-56 %
Nordamerika	38	47	-18 %	134	143	-6 %
Europa	12	14	-19 %	43	84	-48 %
Lateinamerika	3	4	-29 %	10	9	10 %
Übrige	1	3	-59 %	8	6	33 %
Umsatzerlöse	54	68	-21 %	195	242	-19 %
Kundenakquisitionskosten der Periode	-21	-28	-26 %	-80	-92	-13 %
EBITDA (vor Sonderfaktoren)	6	6	2 %	17	39	-57 %
EBITDA-Marge ¹	11 %	8 %		9 %	16 %	
Konzernergebnis¹	3	3	-3 %	8	25	-67 %
EPS¹ (in €)	0,45	0,45	0 %	1,36	3,82	-64 %

- **Umsatzerlöse:** Der Konzernumsatz ging in dritten Quartal 2024 im Vergleich zum Vorquartal um 21 % von 68 Millionen € auf 54 Millionen € zurück. Zurückzuführen ist dies hauptsächlich auf reduzierte CPA (Kosten pro Akquisition), die der Fokussierung und Steigerung der Profitabilität dienen und gemäß einer Managemententscheidung konsequent umgesetzt wurden. Die CPA wurden dadurch besser an den niedrigeren erwarteten durchschnittlichen Lifetime-Value (LTV) unserer Kunden angepasst, was zu weniger Neukundenakquisitionen führte. Der LTV verringerte sich aufgrund höherer Kündigungsraten, die sich aus den neuen Kundenbetreuungs-Tools bei den Kartensystemunternehmen ergaben, was wiederum zu einer kürzeren durchschnittlichen Kundenbindungsdauer führte. Daher setzte sich der Umsatzrückgang in Europa und Nordamerika in Q3 2024 fort und betrug im Vergleich zum Vorquartal 19 % bzw. 18 % (Q2 2024: -19 % bzw. -4 %).

¹ vor Sonderfaktoren

- **Kundenakquisitionskosten der Periode:** Die Entscheidung des Konzerns, sich strategisch stärker auf die Rentabilität zu konzentrieren, war für die Senkung der Ziel-CPA verantwortlich. Folglich sanken die Kundenakquisitionskosten der Periode Q3 2024 im Vergleich zum Vorquartal um 26 % von 28 Millionen € auf 21 Millionen €, was einem Anteil von 38 % vom Umsatz entspricht (Q2 2024: 41 %).
- **EBITDA:** Das EBITDA vor Sonderfaktoren in Q3 2024 stieg im Vergleich zum Vorquartal um 2 % auf 5,7 Millionen € nach 5,6 Millionen € in Q2 2024. Die entsprechende EBITDA-Marge stieg jedoch im Vergleich zum Vorquartal auf 11 % nach 8 % im Vorquartal, was auf (1) eine Senkung der Kundenakquisitionskosten zur Gewinnung neuer Abonnenten und (2) geringere betriebliche Aufwendungen zurückzuführen ist, die im Einklang mit dem Fokus des Konzerns auf Rentabilität getätigt wurden. Das berichtete EBITDA betrug im Berichtszeitraum 3 Millionen € und lag damit auf dem gleichen Niveau wie in Q2 2024. Die Sonderfaktoren betrafen hauptsächlich Kosten, die im Zusammenhang mit dem Transformationsprogramms "Fit For Future" zur Restrukturierung und Optimierung der operativen und organisatorischen Strukturen des Konzerns entstanden sind.
- **Ergebnis je Aktie:** Bei einem Konzernergebnis vor Sonderfaktoren von 3 Millionen € (Q2 2024: 3 Millionen €) blieb das unverwässerte Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren in Q3 2024 mit 0,45 € stabil auf Vorquartalsniveau. Das berichtete unverwässerte Ergebnis je Aktie betrug 0,13 € nach 0,15 € in Q2 2024.
- **Cashflow und Liquidität:** Der operative freie Cashflow verbesserte sich in Q3 2024 deutlich und belief sich auf 3 Millionen € nach -0,2 Millionen € im zweiten Quartal 2024. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit enthielt 1,2 Millionen € für den Rückkauf von 183 Tausend Aktien aus dem Aktienrückkaufprogramm des Konzerns. Zum 30. September 2024 belief sich die Netto-Cash-Position des Konzerns auf 9 Millionen € (30.06.2024: 7 Millionen €).

Operative Indikatoren

- **Kundenbasis:** Die Zahl der zahlenden Kunden per 30.09.2024 für gebündelte und Single-Content-Streamingdienste ist im Vergleich zum Vorquartal stark auf 0,7 Millionen (30.06.2024: 1,0 Millionen) gesunken, was auf die stärkere Fokussierung auf Profitabilität zurückzuführen war.
- **Lifetime-Value eines Kunden:** In Q3 2024 sank der erwartete durchschnittliche Lifetime-Value eines Kunden (LTV) für gebündelte und Single-Content-Dienste im Vergleich zum Vorquartal um 8 % von 78 € auf 72 €.
- **Lifetime-Value der Kundenbasis:** Zum 30.09.2024 sank der Lifetime-Value der Kundenbasis (LTVCB) im Vergleich zum Vorquartalsende deutlich auf 97 Millionen € nach 128 Millionen € zum 30.06.2024. Die Reduzierung stand im Zusammenhang mit dem starken Rückgang der zahlenden Kunden. Der LTVCB stellt die erwarteten Umsatzerlöse dar, die mit den zum Berichtszeitpunkt zahlenden Kunden über deren geschätzte individuelle Rest-Lebenszykluszeit erzielt werden.

Strategisches Update

- **"Fit For Future":** In den ersten neun Monaten 2024 umfassten die Kosteneinsparungen Maßnahmen, um den ungünstigen Marktbedingungen zu begegnen und die

Geschäftsaktivitäten und die Verwaltung des Konzerns zu straffen. Beispiele hierfür sind eine umfassende strategische Überprüfung der Personalressourcen des Konzerns, der Unterstützung durch externe Dienstleister sowie der allgemeinen Verwaltungskosten und betrieblichen Aufwendungen. Produktivitätssteigerungen wurden – und werden weiter – durch die volle Konzentration auf die erforderlichen operativen Verbesserungen im gesamten Konzern erzielt. Der Konzern konzentriert sich darauf, die Diversifizierung seiner Vertriebskanäle (die "Glorreichen Sieben") zu beschleunigen und solide Rahmenbedingungen zu schaffen, um stärkere globale Ergebnisse zu erzielen.

- **Neue Produkte:** Ab Q3 2024 hat der Konzern in verschiedenen Regionen neue digitale Produkte getestet und erfolgreich eingeführt. Darüber hinaus testet der Konzern neue Vertriebskanäle in sozialen Medien sowie neue Monetarisierungsmodelle, um sein Performance-Marketing zu diversifizieren und zu optimieren.

Aktienrückkaufprogramm

In den ersten neun Monaten des Jahres 2024 kaufte der Konzern 507.245 eigene Aktien zu einem durchschnittlichen Aktienkurs von 9,40 € zurück, was 78 % des maximalen Rückkaufvolumens und 8 % des gesamten ausgegebenen Aktienkapitals entsprach. Vom 1. Oktober bis zum 1. November 2024 (einschließlich) kaufte CLIQ weitere 34.389 eigene Aktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 6,58 € zurück.

CLIQ Digital setzt den Rückkauf von Aktien im Rahmen des im Februar dieses Jahres begonnenen Aktienrückkaufprogramms fort. Dieses Programm ist ein Beweis für die Überzeugung des Konzerns von seiner operativen Stärke und den Zielen seiner Wachstumsstrategie.

Stellungnahme des Vorstands

„Unsere Aktionspläne und Gegenmaßnahmen zeigen gute und stetige Fortschritte“, sagte Luc Voncken, CEO. „Der stark verbesserte operative freie Cashflow des Konzerns, die Gesamtliquidität sowie die Ausweitung der EBITDA-Marge zeugen von unserem Fokus auf Cash-Generierung und Rentabilität. Wir freuen uns, dass wir neue und spannende digitale Produkte gelauncht, die Diversifizierung unserer Vertriebskanäle weiter beschleunigt und die Rationalisierung und Umstrukturierung unseres Unternehmens mit unserem Transformationsprogramm „Fit For Future“ verstärkt vorangetrieben haben. Wir sind jetzt in einer besseren Position, um zu unserem Wachstumspfad künftig zurückzukehren.“

Earnings-Call

Ein Live-Webcast in englischer Sprache wird **heute** um **14:00 Uhr MEZ** mit Präsentationen von Luc Voncken, CEO, und Ben Bos, Vorstandsmitglied, stattfinden.

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

https://cliqdigital.zoom.us/webinar/register/WN_rrfKlu48SjObcmMPmvFPpw

Fragen, die **vor 12:00 Uhr MEZ per E-Mail** an investors@cliqdigital.com eingereicht werden, werden nach den Präsentationen beantwortet.

Eine Aufzeichnung des 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

Vorläufige Finanzergebnisse für das Geschäftsjahr 2024	Donnerstag	30. Januar 2025
Geschäftsbericht 2024 und Telefonkonferenz	Donnerstag	20. Februar 2025
Hauptversammlung 2025	Freitag	11. April 2025
Finanzbericht Q1 2025 und Telefonkonferenz	Donnerstag	8. Mai 2025
Halbjahresfinanzbericht 2025 und Telefonkonferenz	Donnerstag	7. August 2025
Finanzbericht Q3/9M 2025 und Telefonkonferenz	Donnerstag	6. November 2025

Über CLIQ

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 30. September 2024 144 Mitarbeiter/innen aus 37 verschiedenen Ländern. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf und Büros in Amsterdam, 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.

Besuche unsere Website <https://cliqdigital.com/investors>. Hier finden Sie alle Veröffentlichungen sowie weitere Informationen über CLIQ Digital. Folgen Sie uns auch gern auf LinkedIn.