

Pressemitteilung

Jahresbilanz 2021: erheblicher Rentabilitätszuwachs bei Verdoppelung der Geschäftstätigkeit

Zürich, 22. März 2022 – Invibes Advertising, ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen, meldete im Rahmen seiner Jahresbilanz 2021 einen erheblichen Rentabilitätszuwachs bei Verdoppelung der Geschäftstätigkeit.

Der Jahresbericht ist auf der Unternehmenswebsite verfügbar:

www.invibes.com/de/de/investors.html

Konsolidierte Zahlen, geprüft, in Tsd. Euro	2021	2020*	Δ
Umsatz	23.201	11.530	+101 %
Anschaffungen und Aufwendungen	(13.595)	(6.781)	+100 %
Personalkosten	(8.184)	(4.513)	+81 %
EBITDA¹	1.422	236	+1.186 Tsd. Euro
Zuführungen zu Abschreibungen und Rückstellungen	(958)	(814)	+18 %
Betriebsergebnis	464	(578)	+1.042 Tsd. Euro
Finanzergebnis	(353)	(263)	+35 %
Außerordentliches Ergebnis	–	–	–
Steuern	259	(35)	–
Reingewinn	369	(876)	+1.245 Tsd. Euro

*Die Daten für 2020 wurden in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS) gemäss der neuen Rechnungslegungsmethode angegeben.

Verdoppelung des organischen Umsatzes auf 23,2 Mio. Euro

Am 17. Januar 2022 hat Invibes Advertising gemeldet, dass 2021 gegenüber 2020 eine rein organische Verdoppelung des Umsatzes auf 23,2 Mio. Euro erzielt wurde. Damit übertrifft die Gruppe das für das Geschäftsjahr 2021 angestrebte Ziel von 22 Mio. Euro.

Im Berichtszeitraum profitierte die Gruppe weiterhin von ML2Grow sowie von der Hausse (+69 %) in den bestehenden Ländern (Frankreich, Spanien und der Schweiz) und bestätigte damit, dass diese Länder auch in der Spätphase noch erhebliches Entwicklungspotenzial bergen.

Auch Länder in der Scale-up-Phase (Deutschland, Grossbritannien, Italien und Belgien) erzielten 2021, nur ein Jahr nach der Lancierung, ein sehr starkes Wachstum (× 5,2). Darin zeigt sich die Effizienz des internationalen Entwicklungsmodells von Invibes Advertising, das

¹EBITDA = laufendes Betriebsergebnis vor Zuführungen zu Abschreibungen und Rückstellungen.

sich in erprobter Manier auf die Fähigkeit zur raschen, erfolgreichen Umsetzung in neuen Ländern stützt, wo es die Geschäftstätigkeit fördert. Dementsprechend sollte sich das Wachstum in den kürzlich erschlossenen Ländern (Niederlande, Skandinavien, Südafrika und Vereinigte Arabische Emirate [VAE]), die sich derzeit in der Start-up-Phase befinden, rasch beschleunigen und 2022 seinerseits zum gruppenweiten Wachstum beitragen.

Unverändert hohes EBITDA im Jahr 2021

Die kräftige internationale Expansion, welche die Gruppe 2021 erlebte, zeichnete sich durch Bestrebungen zur wachstumsbegleitenden Neustrukturierung der Teams aus. Insgesamt hat sich der Vollzeitpersonalbestand durch Neuanwerbungen von 84 Mitarbeitenden im Jahr 2020 auf 124 Mitarbeitende im Jahr 2021 erhöht.

Die Erfahrung der Gruppe bei der erfolgreichen Geschäftslancierung in mittlerweile zehn Ländern weltweit sowie die kontrollierte und disziplinierte Verwaltung der Kostenstruktur im Berichtszeitraum schlugen sich in einem unverändert hohen EBITDA nieder. Dieses betrug 2021 1.422 Tsd. Euro im Vergleich zu 236 Tsd. Euro im Jahr 2020.

Die Aufschlüsselung des EBITDA gemäss Länderreife ergibt sich wie folgt:

<i>Konsolidierte Zahlen, geprüft, in Tsd. Euro</i>	2021	2020
Bestehende Länder¹		
Umsatz	17.802	10.504
EBITDA	5.080	2.969
EBITDA-Anteil in %	29 %	28 %
Scale-up²		
Umsatz	5.379	1.026
EBITDA	579	(685)
EBITDA-Anteil in %	11 %	n. a.
Neue (Start-up-)Länder³		
Umsatz	19	–
EBITDA	(479)	–
EBITDA-Anteil in %	n. a.	–
Gemeinkosten der Gruppe⁴	(3.758)	(2.048)
Konsolidiertes EBITDA	1.422	236

¹Frankreich, Spanien, Schweiz sowie ML2Grow.

²Deutschland, Grossbritannien, Italien, Belgien und Invibes International.

³Schweden, Norwegen, Dänemark, Südafrika, Niederlande, Dubai.

⁴Gemeinkosten ohne Investitionsausgaben.

Nach Berücksichtigung von Zuführungen zu Abschreibungen in Höhe von 958 Tsd. Euro wies Invibes Advertising ein Betriebsergebnis von 464 Tsd. Euro aus gegenüber einem Betriebsverlust von 578 Tsd. Euro im Jahr 2020.

Nach Abzug einer Finanzlast in Höhe von 354 Tsd. Euro im Jahr 2021 und eine Steuergutschrift von 259 Tsd. Euro in Zusammenhang mit der Aktivierung von latenten Steuern, verbleibt ein Nettogewinn von 369 Tsd. Euro gegenüber einem Nettoverlust in Höhe von 876 Tsd. Euro im Jahr 2020.

Ehrgeiz: Erreichung eines Umsatzziels von 100 Mio. Euro bis 2024

Bei der Fortführung ihrer Entwicklung kann sich die Gruppe auf eine Finanzstruktur mit einer Nettoliquidität² in Höhe von 8,4 Mio. Euro per Dezember 2021 stützen. Diese hat sich im Berichtszeitraum gegenüber 3,9 Mio. Euro per Ende 2020 mehr als verdoppelt. Der Betrag versteht sich exklusive einer Bruttokapitalerhöhung um 17 Mio. Euro, die im vergangenen Januar durch Privatplatzierungen realisiert wurde.

Diese Aufstockung ihrer finanziellen Ressourcen verschafft der Gruppe die Mittel, ihre ehrgeizigen Pläne voranzutreiben, die auf sechs strategischen Hebeln basieren:

- Beschleunigung in den bestehenden Ländern;
- Erschliessung neuer Länder;
- Stärkung der Technologieplattform;
- Einführung von Technologiedienstleistungen für strategische Kunden;
- Lancierung einer Plattform mit 100 % Selfservice für KMU;
- Entwicklung ihres Tochterunternehmens ML2Grow, spezialisiert auf Unternehmensdienstleistungen für Projekte in den Bereichen Big Data und künstliche Intelligenz.

Mit dieser offensiven Strategie dürfte Invibes Advertising bis 2024 einen Umsatz von 100 Mio. Euro erreichen. Das entspricht zwischen 2020 und 2024 einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) in der Grössenordnung von 72 %. Obwohl ein solcher Zuwachs überwiegend durch organisches Wachstum erzielt wird, kann es auch einen geringen Anteil an anorganischem Wachstum enthalten.

Nächste Veröffentlichung: Umsatzzahlen des ersten Quartals 2022 am 20. April 2022 nach Börsenschluss.

Über Invibes Advertising

Invibes Advertising ist ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen. Seine innovativen Kommunikationslösungen stützen sich auf in Content integrierte In-Feed-Formate.

Invibes nutzt Werbung auf den sozialen Netzwerken als Inspiration und entwickelt eigene Technologielösungen, die den Marken helfen, besser mit ihren Kunden zu kommunizieren. Die Lösungen sind für die Verbreitung in einem geschlossenen Netzwerk von Mediengruppen optimiert, darunter: Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer und viele andere. Zu den Kunden zählen führende Marken wie Mercedes, Samsung, Levi's und IBM.

²Liquidität – Schulden mit einer Laufzeit von mehr als einem Jahr.



Invibes Advertising wurde 2011 gegründet und ist an Euronext gelistet (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316). Weitere Informationen auf www.invibes.com.

Unsere neuesten Medienmitteilungen finden Sie unter:

<https://www.invibes.com/ch/de/investors.html>

Erfahren Sie stets alle Neuigkeiten rund um Invibes Advertising:

LinkedIn @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes_adv

Ansprechpartner für Financial und Corporate:

Audrey Mela, Vizepräsidentin Investor Relations

audrey.mela@invibes.com

Nicolas Pollet, Co-CEO

nicolas.pollet@invibes.com

Kris Vlaemynck, Co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com