

21 % Umsatzwachstum im Jahr 2022

Zürich, 25. Januar 2023 – Invibes Advertising, ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen, hat seine Umsätze für das 4. Quartal sowie für das Geschäftsjahr 2022 veröffentlicht.

Konsolidierter Umsatz nach Quartalen

Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro	2022	2021	Δ
1. Quartal	5766	3445	+67,4 %
2. Quartal	7501	5338	+40,5 %
3. Quartal	5523	5096	+8,4 %
4. Quartal	9190	9322	-1,4 %
JAHRESTOTAL	27 980	23 201	+20,6 %

21 % Umsatzwachstum im Jahr 2022

Nachdem das 3. Quartal von einem Abschwung im digitalen Werbemarkt und einem Rückgang der Investitionen der Werbetreibenden aufgrund der Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem schwierigeren wirtschaftlichen Umfeld in Europa geprägt war, setzte sich die Verlangsamung auch im 4. Quartal fort. Gemäss dem jüngsten Dentsu Global Ad Spend Forecast¹ werden die Ausgaben für digitale Werbung in der EMEA-Region im Jahr 2022 um 4,3 % wachsen, verglichen mit 15,9 % im Jahr 2021.

Obwohl Invibes Advertising im 4. Quartal einen leichten Rückgang verzeichnete, konnte das Unternehmen im Jahr 2022 ein Gesamtwachstum von 21 % erzielen.

Konsolidierter Umsatz nach Länderlaufzeiten

Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro	2022	2021	Δ
Bestehende Länder ⁽¹⁾	19 880	17 840	+12,0 %
Scale-up-Länder ⁽²⁾	7512	5398	+39,2 %
Neue Länder (Start-ups) ⁽³⁾	588	23	k. A.
JAHRESTOTAL	27 980	23 201	+20,6 %

(1) Frankreich, Spanien, Schweiz und ML2Grow.

(2) Deutschland, Grossbritannien, Italien und Belgien.

(3) Schweden, Norwegen, Dänemark, Südafrika, Niederlande, VAE, Polen und Tschechische Republik.

Eine einzigartige und herausragende firmeneigene Technologie

Zur Unterstützung seiner Entwicklung kann Invibes Advertising auf eine einzigartige Technologie zurückgreifen, die auf einem integrierten Ökosystem namens «**Connected Walled Garden**» basiert.

¹ <https://www.dentsu.com/news-releases/growing-but-slowing-dentsu-ad-spend-forecast-2023>

Diese Plattform ermöglicht es, die gesamte Wertschöpfungskette vom Werbetreibenden bis hin zum Publisher zu kontrollieren und der Kundschaft alle Vorteile der programmatischen Werbung (Markensicherheit, transparente Anzeigenüberprüfung, Nutzung externer Daten) zu bieten. Gleichzeitig gewährleistet sie die gleiche Servicequalität, die man von den grossen Plattformen der sozialen Netzwerke in Bezug auf Innovation, Effizienz und Einfachheit erwartet.

Die auf firmeneigenen Algorithmen basierende Technologie ist ein bedeutender Vorteil und ein Unterscheidungsmerkmal, das es dem Unternehmen ermöglicht, sich im Ökosystem der digitalen Werbung als einzigartiger Akteur abzuheben.

Diese Entwicklung ist ein direktes Ergebnis der bei der Gründung beschlossenen Politik der ständigen Innovation: Invibes Advertising investiert jedes Jahr durchschnittlich 10 % seines Umsatzes in Forschung und Entwicklung, was das Unternehmen auch in Zukunft fortsetzen will.

Optimierte Kostenstruktur für profitables Wachstum

Für das Jahr 2023 rechnet Invibes Advertising mit weiterem Wachstum in allen Geschäftsbereichen, sofern sich die Marktbedingungen wieder verbessern.

Dieses Wachstum wird jedoch nicht zulasten der Rentabilität gehen, die das Unternehmen beibehalten will.

Nachdem im 1. Halbjahr 2022 die Strukturkosten erhöht worden waren, um den kommerziellen Anlauf zu Beginn des Jahres zu unterstützen, führte die Verlangsamung des Marktes ab dem Sommer dazu, dass Invibes Advertising sein Vertriebs- und Support-Personal im 4. Quartal 2022 reduzieren musste. Diese Massnahme verursachte 2022 zusätzliche Kosten, wird sich aber ab 2023 günstig auf die Ausgaben auswirken. Dem Geschäft wird dies nicht schaden, da die Innovationsfähigkeit des Unternehmens und seine Fähigkeit, sich weiter zu differenzieren und Marktanteile zu gewinnen, weiterhin erhalten sind.

Darüber hinaus hat Invibes Advertising die Einführung von Adspark, seiner Selbstbedienungsplattform für KMU, aufgeschoben, da die Einführung der Plattform zu viele kurzfristige Ausgaben verursacht hätte, ohne dass eine sofortige Rentabilität gegeben gewesen wäre.

Strategische Ausrichtung und Prioritäten

Angesichts der in den letzten Monaten erfolgten Anpassungen an einen anspruchsvolleren Markt hat Invibes Advertising beschlossen, seine Strategie auf drei vorrangige Bereiche auszurichten, um Wachstum zu erzielen und gleichzeitig Profit zu erwirtschaften.

Der neue Entwicklungsplan basiert auf drei Schlüsselfaktoren, die es dem Unternehmen ermöglichen werden, sich von den alternativen Angeboten auf den aktiven Märkten abzuheben, indem es seinen Kunden ein einzigartiges, leistungsstarkes und massgeschneidertes Wertversprechen bietet:

- **Nutzung der Grundlagen**, die den Erfolg des Unternehmens seit seiner Gründung ausmachen:
 - Innovation als Quelle für Leistung und Effizienz von Werbekampagnen sowie Nutzerengagement

- Ein internationales Netzwerk in 15 Ländern, das einen marktübergreifenden Ansatz und die Implementierung von europaweiten Systemen ermöglicht, die von den grossen internationalen Marken gewünscht werden
- Ein Publisher-Netzwerk, das eine unvergleichliche Reichweite für Kampagnen bietet
- Erfahrene und kundenorientierte Teams
- **Entwicklung vertikaler Angebote – Industrielösungen –**, die auf die spezifischen Bedürfnisse bestimmter Branchen zugeschnitten sind (Automobilindustrie, Luftfahrt und Tourismus, Nachhaltigkeit)
- **Bereitstellung von Technologieleistungen mit Mehrwert** für strategische Kunden mit dem Hauptziel, langfristige vertragliche Verpflichtungen einzugehen und die Dienstleistungen des Unternehmens für diese Kunden zu erweitern

Nächste Veröffentlichung: Jahresergebnis 2022 am 28. März 2023 nach Börsenschluss

Über Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) ist ein internationales Technologieunternehmen, das sich auf innovative Digitalwerbung spezialisiert hat. Das von den Co-CEOs Kris Vlaemynck und Nicolas Pollet gegründete Unternehmen basiert auf der Philosophie, dass digitale Werbung nur dann effizient ist, wenn sie wirklich innovativ ist und die User auf natürliche Weise anspricht. Invibes hat eine integrierte Technologieplattform entwickelt, mit der Marken Konsumentinnen und Konsumenten durch In-Feed-Werbeerlebnisse erreichen können.

Durch die Nutzung von Big Data, innovativen In-Feed-Werbeformaten, grosser Reichweite und umfangreichen Informationsdiensten sorgt Invibes für ein hohes Nutzerengagement und grosse Aufmerksamkeit für Marken.

Bei unseren Partnerschaften mit einigen der bedeutendsten Marken der Welt, wie Amazon, Bacardi, Dell, IKEA und Toyota, verlassen wir uns auf noch grossartigere Menschen. Bei Invibes sind wir bestrebt, ein dynamisches, offenes Arbeitsumfeld zu pflegen, das eine Unternehmenskultur der Ideenfindung, des Wachstums und der #GoodVibes fördert, was sich auch auf unsere Kunden auswirkt.

Sie wollen mehr über Invibes erfahren? Besuchen Sie www.invibes.com

Invibes Advertising ist an der Euronext gelistet (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316)

Lesen Sie unsere neuesten Medienmitteilungen unter:

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

Folgen Sie den Neuigkeiten rund um Invibes Advertising:

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes_adv](#)

Ansprechpartner für Financial und Corporate:

Kris Vlaemynck, Co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com