

Umsatzwachstum von 8 % in Q3 2023

Zürich, 25. Oktober 2023 – Invibes Advertising (Invibes), ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen, veröffentlicht seine Umsätze für das 3. Quartal 2023 sowie für die ersten neun Monate des Jahres 2023.

Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro	2023	2022	Δ
1. Quartal	5419	5766	-6 %
2. Quartal	7023	7501	-6 %
3. Quartal	5985	5523	+8 %
TOTAL 9 Monate	18 427	18 790	-2 %

Im 3. Quartal 2023 verzeichnete Invibes einen konsolidierten Umsatz von 6,0 Mio. Euro, dies entspricht einem Plus von 8 % gegenüber der Vorjahresperiode. Dank diesem erneuten Wachstum im Laufe des Quartals zeigte der kumulierte Umsatz der ersten neun Monate 2023 nur einen leichten Rückgang von -2 % auf 18,4 Mio. Euro.

Nach einem allgemeinen Abschwung des digitalen Werbesektors in ganz Europa seit der zweiten Hälfte 2022 hat der Markt in den letzten Monaten allmählich wieder an Stärke gewonnen, weshalb Invibes wieder auf Wachstumskurs ist.

Invibes' Fähigkeit sich zu erholen, sobald wieder günstige Marktbedingungen herrschen, ist Zeichen seines einzigartigen Wertversprechens. Dieses wird charakterisiert durch seine voll integrierte Technologieplattform, die im Ökosystem ein bedeutendes Unterscheidungsmerkmal ist und die das konsistente Innovationspotenzial von Invibes sicherstellt, das bei den weltweit führenden Marken Anklang findet.

Während dieser Zeit profitierte Invibes ausserdem von einem Wachstum bei den Services und Lösungen, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Geschäftsbereiche von Werbetreibenden zugeschnitten sind. Diese Angebote machten im September 15 % des Umsatzes aus und erhöhten die Bruttogewinnmarge der ersten neun Monate 2023 um 5 Punkte, was in diesem Zeitraum einem Gesamtwachstum von 10,5 % entspricht. Dieser Wachstumstrend sollte in den kommenden Monaten anhalten, während Invibes die Fähigkeit beweist, seine Innovationen monetarisieren zu können.

Seit seiner Lancierung Anfang 2023 haben viele Werbetreibende das Carbon-Neutral-Label von Invibes übernommen

Seit Anfang 2023 bietet Invibes seinen Kunden eine Kampagne an, die 100 % CO₂-neutral ist. Sie widerspiegelt den Wunsch des Unternehmens, eine verantwortungsvollere Art der Werbung zu entwickeln und die Praktiken der Werbeindustrie radikal zu verändern. Um den CO₂-Fussabdruck seiner Kampagnen auszugleichen und eine klimaneutrale Bilanz zu erreichen, investiert Invibes in nach Gold Standard zertifizierte Projekte für die Installation von Solaranlagen, und stellt so sicher, dass seine Kunden wirklich nachhaltig und verantwortungsvoll handeln können.

Diese Alternative ist einzigartig auf dem Markt und ein Beweis für Invibes' Fähigkeit, in seiner Branche konstant zu innovieren. Sie wurde von grossen Einzelhändlern sehr begrüsst, da sie

den Werbetreibenden erlaubt, ihre Verpflichtungen im Bereich soziale Unternehmensverantwortung zu unterstreichen und die hohen Erwartungen der Kundinnen und Kunden zu erfüllen, die sich zunehmend um die Umwelt sorgen.

Die Banque des Territoires (Caisse-des-Dépôts-Gruppe) führte die Lösung im Frühling mit einer CO₂-neutralen Werbekampagne ein, die die Geschichte ihrer Rolle und ihrer Aktivitäten im Rahmen der ökologischen Transformation erzählt. Die sieben In-Feed-Formate, einschliesslich fünf Videoformaten, waren darauf ausgerichtet, ihr Publikum zu packen und eine Verbindung mit ihren Partnern herzustellen.

Im 3. Quartal 2023 haben unter anderem die folgenden Werbetreibenden das Label für ihre Kampagnen übernommen: ENGIE, Neste, National Trust Scotland, Polestar, Cofidis, The Very Group, Zespri und MUSE.

Invibes betont, dass die Kohlenstoffemissionen seiner Kampagnen zu den niedrigsten der Werbebranche gehören: Mit 26,1 g CO₂ pro 1000 Aufrufe liegen sie 96 % unter dem Industriedurchschnitt.

Weitere Innovationen und Lancierung einzigartiger intelligenter Targeting-Lösungen

Im 3. Quartal 2023 hob sich Invibes durch die anhaltende Integration technologischer Services und Lösungen, die auf die Geschäftsbereiche von Werbetreibenden zugeschnitten sind, sowie durch noch intelligentere Targeting-Lösungen auf Basis von Big Data und innovativen, hochwirksamen In-Feed-Formaten weiterhin von seinen Mitbewerbern ab.

Um die Nutzerbindung auf einem hohen Niveau beizubehalten, entwickelt Invibes stets innovative Lösungen, die Kontext- und Verhaltens-Targeting kombinieren, um durch effektivere Kampagnen einen Mehrwert für seine Kunden zu generieren. Dieser multidimensionale Ansatz garantiert, dass die Kunden mit den richtigen Werbeprofis das richtige Zielpublikum im richtigen Umfeld und zur richtigen Zeit erreichen und dies so effektiv wie möglich.

Zu den beachtenswerten interaktiven Targeting-Lösungen, die in diesem Quartal lanciert wurden, gehören:

- **Drive-to-Dealership:** Diese Lösung verstärkt die Wirkung nationaler Kampagnen, indem lokal relevante, kreative Botschaften übermittelt werden, zum Beispiel die Adresse des nächsten Geschäfts oder lokale Produktverfügbarkeiten, und indem die Invibes-Call-Funktion angeboten wird, die es den Interessierten ermöglicht, ihr lokales Geschäft direkt von der Anzeige aus anzurufen. Volkswagen nutzte diese Lösung als Teil einer Online-Werbekampagne zur neuen VW-ID-Elektrofahrzeugalette, in der über 100 ihrer Händler einbezogen waren.
- **Eyewear:** Die Zielgruppe dieser Lösung sind Personen, die möglicherweise eine Sehhilfe benötigen. Basierend auf der Analyse des Nutzerverhaltens aus dem Invibes ID Network kann Invibes aktive Userinnen und User erkennen, die beim Lesen von Online-Inhalten häufig zoomen, was darauf hinweisen kann, dass sie Produkte oder Dienstleistungen zur Erhöhung der Sehkraft benötigen. Specsavers, eine britische multinationale Optikerkette, interessierte sich für diese neue Lösung und verwendete sie zusammen mit der Drive-to-Dealership-Lösung, was zu einer erhöhten Kundenfrequenz in ihren Geschäften führte.

Ausblick: Rückkehr zu positivem EBITDA im Jahr 2023 bestätigt

Nachdem die Ende 2022 von der Gruppe umgesetzten Massnahmen zur Kostenreduktion im 1. Halbjahr zu einer Rückkehr des EBITDA in den positiven Bereich geführt haben und im 3. Quartal das Wachstum wiederhergestellt wurde, ist Invibes nach wie vor zuversichtlich, im gesamten Geschäftsjahr 2023 ein positives EBITDA zu erreichen.

Nächste Veröffentlichung: Umsatz für das Geschäftsjahr 2023 am 1. Februar 2024 nach Börsenschluss.

Über Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) ist ein internationales Technologieunternehmen, das sich auf innovative Digitalwerbung spezialisiert hat.

Das Unternehmen basiert auf der Philosophie, dass Werbung nur dann effizient ist, wenn sie wirklich innovativ ist und die Userinnen und User auf natürliche Weise anspricht. Invibes hat eine integrierte Technologieplattform entwickelt, mit der Marken Konsumentinnen und Konsumenten durch wirksame In-Feed-Werbung erreichen können.

Durch die Nutzung von Big Data, innovativen In-Feed-Werbeformaten, grosser Reichweite und umfangreichen Informationsdiensten sorgt Invibes für Werbung, die positive Aufmerksamkeit schafft.

Als Pionier im Bereich der nachhaltigen Werbung bietet Invibes mit seinem Carbon-Neutral-Label auch eine einzigartige Lösung zum Ausgleich von Kampagnenemissionen.

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](#) [X @Invibes_adv](#)

Ansprechpartner für Financial und Corporate:

Kris Vlaemynck, Co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com