

## JAHRESERGEBNIS 2019

### Steigerung des EBITDA um das Sechsfache

- **Umsatzplus von +59%**
- **Steigerung des EBITDA um das Sechsfache bei einer EBITDA-Marge von 13,8%**
- **Verbesserte Finanzlage zur Flankierung der starken Entwicklung**
- **Zuversichtlicher Start ins Geschäftsjahr 2020**

München, 9. März 2020 - INVIBES ADVERTISING, ein auf digitale Werbung spezialisiertes Technologieunternehmen, hat heute sein testiertes Jahresergebnis 2019 bekanntgegeben.

Geprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro Nach IFRS	2019	2018	Δ
<b>Umsatz</b>	<b>9.699</b>	<b>6.075</b>	<b>+59%</b>
Anschaffungen und Aufwendungen	(5.491)	(3.626)	+51%
Personalkosten	(2.869)	(2.193)	+31%
<b>EBITDA<sup>1</sup></b>	<b>1.339</b>	<b>230</b>	<b>+482%</b>
<i>In % des Umsatzes</i>	<i>13,8%</i>	<i>3,8%</i>	
Zuführungen zu Abschreibungen und Rückstellungen	(656)	(428)	+53%
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>686</b>	<b>(198)</b>	<b>n.a.</b>
Finanzergebnis	(117)	(83)	+41%
Außerordentliches Ergebnis <sup>2</sup>	23	940	n.s.
<b>Reingewinn</b>	<b>591</b>	<b>661</b>	<b>-11%</b>

#### • Umsatzplus von +59%

2019 konnte INVIBES ADVERTISING seinen konsolidierten Umsatz<sup>3</sup> um +59% auf 9,7 Mio. Euro steigern und damit ein organisches Wachstum (ML2GROW 2019 nicht eingerechnet) von +56% erzielen. Bei der eigentlichen Betriebsleistung<sup>4</sup> entspricht der Anstieg von 5,0 Mio. Euro auf 9,5 Mio. Euro nahezu einer Verdopplung (+91%).

Dieses starke Wachstum ist einer Reihe an Faktoren zu verdanken, insbesondere der äußerst dynamischen Geschäftsentwicklung in Frankreich, aber auch der Auslandsexpansion, die im Berichtszeitraum mit einer Geschäftspräsenz in nunmehr sechs europäischen Ländern kräftig an Fahrt gewonnen hat. Ende 2019 zählte die Gruppe 83 Mitarbeiter.

#### • Steigerung des EBITDA um das Sechsfache

2019 ist es INVIBES ADVERTISING gelungen, sein EBITDA auf 1,3 Mio. Euro nahezu zu versechsfachen, nachdem diese Gewinnkennzahl 2018 noch bei 230 Tsd. Euro gelegen hatte. Mit einem Anstieg um 10 Punkte gegenüber der Vorperiode legte auch die EBITDA-Marge im Berichtszeitraum deutlich auf 13,8% Punkte zu.

<sup>1</sup> EBITDA = Laufendes Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Rückstellungen.

<sup>2</sup> Gewinn aus Transaktionen in Verbindung mit der DREICOM-Übernahme.

<sup>3</sup> Unter Einbeziehung der Übernahme von DREICOM, konsolidiert seit dem 01.01.2018, und der Beteiligung an ML2Grow, konsolidiert seit dem 01.01.2019.

<sup>4</sup> Alternativer Erfolgsindikator, den INVIBES ADVERTISING für die Überwachung seiner operativen Geschäftstätigkeit gewählt hat. Die Berechnung erfolgt, mit Blick auf die Akquisitionen, ohne Berücksichtigung der Entwicklung des Konsolidierungskreises im betreffenden Zeitraum, d. h. 2018 ohne Erfassung des Beitrags von Dreicom und 2019 ohne den Beitrag von ML2Grow. Diese Kennzahl dient dazu, den Betriebserfolg des Konzerns für den betreffenden Zeitraum zu messen.

Diese eindrucksvolle Entwicklung der betrieblichen Rentabilität ist namentlich auf das Zusammenspiel von zwei Faktoren zurückzuführen:

- dem Beitrag bestimmter Länder wie der Schweiz und Spanien, in denen die Rentabilitätsschwelle 2019 überwunden werden konnte;
- und dem gedrosselten Kostenanstieg insbesondere im Hinblick auf die Personalkosten. Diese entwickelten sich langsamer als die Geschäftstätigkeit, was von der Fähigkeit der Teams zeugt, schnell uneingeschränkt einsatzbereit und produktiv zu sein.

Nach Berücksichtigung der Zuführungen zu Abschreibungen in Höhe von 656 Tsd. Euro verzeichnet INVIBES ADVERTISING ein positives Betriebsergebnis von 686 Tsd. Euro, nachdem 2018 noch ein operativer Verlust von (198) Tsd. Euro ausgewiesen wurde.

Der Reingewinn beläuft sich auf 591 Tsd. Euro. Dieser leichte Rückgang ist einer ungünstigen Vergleichsbasis geschuldet. So war 2018 ein außergewöhnlicher Ertrag von 940 Tsd. Euro im Zusammenhang mit der Übernahme von DREICOM zu verbuchen, dessen Verkaufspreis unter seinem Nettobuchwert lag (Badwill).

#### • **Verbesserte Finanzstruktur zum 31. Dezember 2019**

Die Gruppe erfreut sich einer soliden Finanzstruktur. Zum 31. Dezember 2019 beliefen sich das Eigenkapital auf 6,9 Mio. Euro und die Nettoliquidität auf 2,5 Mio. Euro (gegenüber 2,4 Mio. Euro zum 31. Dezember 2018) unter Einbeziehung des Bruttoerlöses von 1 Mio. Euro aus der im November 2019 erfolgten ersten Tranche der Kapitalerhöhung zugunsten von Generis Capital Partners.

INVIBES ADVERTISING verfügt somit über einen komfortablen finanziellen Spielraum, um sein starkes Wachstum inner- und außerhalb Frankreichs vorantreiben zu können.

#### • **Zuversichtlicher Start ins Geschäftsjahr 2020**

2020 wird sich INVIBES ADVERTISING auf sein Modell der skalierbaren Entwicklung stützen und seine in Frankreich bewährten Erfolgsfaktoren in allen neuen Ländern einsetzen, in denen das Unternehmen bereits agiert oder eine Präsenz vorbereitet:

- eine einzigartige Technologieplattform für die Umsetzung disruptiver Werbelösungen, die kontinuierlich um neue, nichtintrusive Formate ergänzt wird;
- die Verwendung eigener Algorithmen, die eine optimale Zielgruppenansprache jeder einzelnen Kampagne gewährleisten und damit zu überlegenen *KPIs* für die Werbetreibenden führen;
- und die Einbindung großer Mediengruppen der einzelnen Länder in das Netzwerk von Verlagspartnern, um über ein breites und zugkräftiges Inventar für die Veröffentlichung der Werbekampagnen zu verfügen.

Weitere Stärken sind erfahrene und engagierte Vertriebsteams, auf denen in den einzelnen Ländern jeweils ein tragfähiges digitales Ökosystem aufgebaut wird, sowie ein treuer Kundenstamm aus namhaften Werbetreibenden, die uns ihre Kampagnen immer wieder aufs Neue anvertrauen.

Abgesehen von diesen entscheidenden Erfolgsfaktoren und zur Verstärkung seiner Dynamik wird INVIBES ADVERTISING demnächst europaweite Kampagnenlösungen anbieten, die ein natürliches Wachstum des durchschnittlichen Kampagnenbudgets bewirken dürften.

### **Über INVIBES ADVERTISING**

INVIBES ADVERTISING ist ein 2011 gegründetes Tech-Unternehmen der digitalen Werbebranche, das nicht-intrusive, effiziente Kommunikationslösungen entwickelt hat. Diese Lösungen stützen sich auf ein von den sozialen Netzwerken inspiriertes In-Feed-Format, das in den medialen Content integriert und für die Verbreitung in einem geschlossenen Netzwerk von Medienseiten wie Bertelsmann, Hearst, Lagardère – um nur ein paar zu nennen – optimiert ist. Zu den Kunden zählen verschiedene große Marken, darunter Mercedes, Samsung, Air France und IBM. INVIBES ADVERTISING ist an der Euronext Growth in Paris gelistet (mnemonischer Code: ALINV, ISIN: BE0974299316).

*Hier finden Sie aktuelle Pressemitteilungen von INVIBES ADVERTISING:*

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

Folgen Sie INVIBES ADVERTISING, um auf dem Laufenden zu bleiben:

LinkedIn: [@Invibes\\_advertising](#) Twitter: [@Invibes\\_adv](#) Facebook: [@Invibes\\_advertising](#)

**Finanz- und Unternehmenskontakte**

---

**INVIBES ADVERTISING**

Kris VLAEMYNCK, CFO

kris.vlaemynck@invibes.com

**ATOUC CAPITAL, Listing Sponsor**

Rodolphe OSSOLA

rodolphe.ossola@atoutcapital.com

+33 (0)1 56 69 61 80

**ACTIFIN, Investor Relations**

Alexandre COMMEROT

acommerot@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 11

**ACTIFIN, Financial Media Relations**

Jennifer JULLIA

jjullia@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 19