

Medienmitteilung

Halbjahresergebnis 2020

- Überdurchschnittliches Wachstum
- Fortsetzung der Innovationsaktivitäten zur Umsatzsteigerung
- Verbessertes EBITDA trotz schwieriger Situation angesichts der Gesundheitskrise
- Solide Finanzstruktur, um die Geschäftsentwicklung voranzutreiben
- Strategische Rekrutierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Stärkung des gesamteuropäischen Angebots

Zürich, 29. September 2020 – Invibes Advertising, ein auf die Einbettung von Werbung in die redaktionellen Inhalte von Medien-Websites (In-Feed) spezialisiertes Technologieunternehmen, gibt heute die Veröffentlichung seines Halbjahresabschlusses 2020 bekannt.

Der Halbjahresbericht ist verfügbar auf der Unternehmenswebsite
<https://www.invibes.com/de/de/investors.html>

Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro Nach IFRS-Normen	S1 2020	S1 2019	Δ
Umsatz	3 663	3 610	+1 %
Anschaffungen und Aufwendungen	-1 942	-2 038	-5 %
Personalkosten	-1 672	-1 715	-3 %
EBITDA¹	-58	-135	n.a.
Betriebsergebnis	-427	-398	n.a.
Reingewinn (Konzernanteil)	-515	-415	n.a.

Überdurchschnittliches Wachstum

Im ersten Semester 2020 verzeichnete Invibes Advertising einen konsolidierten Umsatz von 3,7 Mio. Euro und damit ein organisches Wachstum von +1,6 %. Diese Performance ist umso bemerkenswerter angesichts der Tatsache, dass der französische Markt für Bildschirm- und Videowerbung in diesem Zeitraum² einen Rückgang von 17 % verzeichnete, ein Trend, der sich auch in den anderen europäischen Märkten zeigte, in denen die Gruppe aktiv ist.

Zurückzuführen ist dieses Ergebnis auf eine aktive Geschäftsdynamik, die auf zwei strategischen Ansätzen basiert: Akquirierung von Neukunden, darunter viele grosse internationale Marken, und Erneuerung des Vertrauens der bestehenden Kundenbasis.

Fortsetzung der Innovationsaktivitäten zur Umsatzsteigerung

Um die starke Umsatzdynamik aufrechtzuerhalten, hat Invibes Advertising auch im ersten Halbjahr zahlreiche neue nicht invasive Werbeformate entwickelt, die ein stärkeres Engagement seitens der

¹ EBITDA = Laufendes Betriebsergebnis vor Abschreibungen und Rückstellungen.

² SRI – 24ème édition de l'observatoire de l'e-pub

Nutzer ermöglichen und die Wirksamkeit der für die Kunden durchgeführten Werbekampagnen erhöhen.

Invibes Advertising hat insbesondere Invibes Chatbot geschaffen, ein neues Format, über das die Nutzer mithilfe vorgegebener Mitteilungen kommunizieren und so einzigartige und interaktive Erfahrungen machen können.

Verbessertes EBITDA trotz schwieriger Situation angesichts der Gesundheitskrise

Im ersten Semester 2020 verzeichnete Invibes Advertising ein EBITDA von -58 Tsd. Euro und damit einen Anstieg von 77 Tsd. Euro gegenüber dem entsprechenden Vorjahresergebnis von -135 Tsd. Euro, was auf eine verbesserte Kontrolle der Betriebskosten im Berichtszeitraum zurückzuführen war. Diese Entwicklung ist umso bemerkenswerter angesichts der laufenden Umstrukturierung der Teams im Hinblick auf die Europaexpansion des Unternehmens. Zur Erinnerung: Das Unternehmen ist jetzt in acht Ländern vertreten (Frankreich, Spanien, Deutschland, Schweiz, Vereinigtes Königreich, Italien, Belgien und Luxemburg).

Im ersten Semester wurden 11 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt, sodass die Zahl der Beschäftigten Ende Juni bei 84 lag.

Nach Berücksichtigung der Zuführungen zu Abschreibungen in Höhe von 349 Tsd. Euro wies Invibes Advertising ein Betriebsergebnis von -427 Tsd. Euro aus, einen im Vergleich zum ersten Semester 2019 quasi unveränderten Wert.

Das Nettoergebnis betrug -515 Tsd. Euro.

Solide Finanzstruktur, um die Entwicklung voranzutreiben

Die Gruppe verfügt trotz fortlaufender Investitionen in ein beschleunigtes Unternehmenswachstum weiterhin über eine solide Finanzstruktur mit einem Eigenkapital von 6,8 Mio. Euro und einer Nettoliquidität von 2,4 Mio. Euro zum 30. Juni 2020.

Strategische Rekrutierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Stärkung des gesamteuropäischen Angebots

Um den grossen Erwartungen der internationalen Marken auf der Suche nach europaweiten Kampagnenlösungen gerecht zu werden, hat Invibes Advertising Yuri Loburets ausgewählt, um den neu geschaffenen Posten des Group Sales Director zu besetzen. Seine Aufgabe wird darin bestehen, kurzfristig ein Vertriebsteam aufzustellen und eine gesamteuropäische Lösung zu entwickeln. Unterstützung erhält er dabei von den Standorten der Gruppe in acht europäischen Ländern. Dieser horizontale Ansatz fördert das nach Sektor vertikalisierte Angebot, das sich an die grossen internationalen Marken richtet, unabhängig davon, ob sie bereits zur Kundenbasis der Gruppe zählen. Die baldige Umsetzung dieser europaweiten Lösungen dürfte ein natürliches Wachstum des durchschnittlichen Kampagnenbudgets bewirken.



Yuri Loburets blickt auf 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Werbung, Medien und Werbetechnologien zurück und ist auf den strategischen Vertrieb und die Entwicklung von internationalen Partnerschaften spezialisiert. Vor seinem Wechsel zu Invibes Advertising arbeitete er bei Egta – einer Branchenorganisation mit Sitz in Brüssel, die mehr als 150 grosse Werbeunternehmen aus dem TV-, Video-, Radio- und Audio-Bereich weltweit vertritt. Davor bekleidete er Positionen in der Vertriebsleitung in grossen TV-, Radio- und Online-Medienunternehmen wie Communicorp Group und International Commercial Television (ICTV).

Ernennung eines Leiters Sales in Hamburg zur Unterstützung der Geschäftsentwicklung in Deutschland

Invibes Advertising ist seit 2018 in Deutschland präsent und deckt mit seinen vier Standorten in München, Düsseldorf, Frankfurt und Hamburg den gesamten Markt ab. Dieser ist für die Gruppe von hoher strategischer Bedeutung, weil Deutschland in Bezug auf die Werbeinvestitionen zu den führenden Ländern in Europa gehört.

Zur Stärkung seiner Vertriebskapazitäten hat Invibes Advertising Ravi Ahluwalia zum Leiter Sales für den Standort Hamburg ernannt.



Ravi Ahluwalia verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Vertriebsentwicklung, insbesondere in den Bereichen Werbung, Marketing und soziale Netzwerke. Vor seinem Wechsel zu Invibes Advertising war Ravi Ahluwalia Head of Sales bei Emetriq, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom, spezialisiert auf das Retargeting und die Monetarisierung von Daten. Davor war er Director und Mitglied der Geschäftsleitung von Facelift, einem weltweit führenden Unternehmen im Social Media Management. Ravi Ahluwalia war auch in der Geschäftsleitung von Rosenzweig & Schwarz, einem auf Markenmanagement spezialisiertes Unternehmen, tätig. Ein weiteres Unternehmen, das er mitgegründet und geleitet hat, war das Marketingdienstleistungsunternehmen CleverFox.

Prognose für 2020

Noch ist es schwierig, die genauen Auswirkungen der Pandemie auf die Geschäftstätigkeit abzuschätzen. Doch Invibes Advertising treibt seine Entwicklungen aktiv voran, damit es von einer Erholung des Werbemarktes vollumfänglich profitieren kann, während sich die Situation schrittweise zu normalisieren scheint. Das Unternehmen verfügt über alle Hebel, sofern sich die Situation im Zusammenhang mit der Pandemie stabilisiert, um auch künftig hohe Performanzenwerte zu erzielen und den auf langfristiges Wachstum ausgerichteten Trend fortzusetzen.

Über Invibes Advertising

Invibes Advertising ist ein 2011 gegründetes Technologieunternehmen, das sich auf Digitalwerbung spezialisiert hat.

Das Unternehmen entwickelt Werbelösungen mithilfe eines in Mediencontents eingebetteten In-Feed-Formats, dem ein den sozialen Netzwerken ähnelndes Prinzip zugrunde liegt. Das Format ist für die Verbreitung innerhalb eines geschlossenen Netzwerks von Medienwebsites optimiert und wird unter anderem von Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer sowie zahlreichen anderen Unternehmen verwendet. Zu den Kunden von Invibes Advertising zählen führende Marken wie Mercedes, Samsung, Levis und IBM.

Invibes Advertising ist an Euronext Growth Paris gelistet (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316).

Unsere neuesten Medienmitteilungen finden Sie unter:

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

Erfahren Sie stets alle Neuigkeiten rund um Invibes Advertising:

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



Ansprechpartner für Financial und Corporate:

Invibes Advertising

Kris Vlaemynck, CFO

kris.vlaemynck@invibes.com

Listing Sponsor

Atout Capital

Rodolphe Ossola

rodolphe.ossola@atoutcapital.com

+33 (0)1 56 69 61 80

Investor Relations der Gruppe

Actifin

Alexandre Commerot

acommerot@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 11

Financial Media Relations

Actifin

Jennifer Jullia

jjullia@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 19