

## Halbjahresergebnis 2023: EBITDA in erster Jahreshälfte wieder im positiven Bereich

München, 20. September 2023 – Invibes Advertising (Invibes), ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen, veröffentlicht sein Halbjahresergebnis 2023 und kehrt zu einem positiven EBITDA zurück.

Der Halbjahresbericht ist in englischer Sprache auf der Website des Unternehmens verfügbar: <https://www.invibes.com/de/de/investors.html>

Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro	S1 2023	S1 2022	Δ
<b>Umsatzzahlen</b>	<b>12.441</b>	<b>13.265</b>	<b>-6 %</b>
Einkäufe und externe Aufwände	(7.136)	(7.274)	-2 %
Personalaufwände	(5.113)	(6.958)	-27 %
<b>EBITDA</b>	<b>192</b>	<b>(967)</b>	<b>+1.159</b>
Abschreibungen, Amortisationen und Rückstellungen	(599)	(630)	-5 %
<b>Operatives Ergebnis</b>	<b>(407)</b>	<b>(1.597)</b>	<b>+1.190</b>
Finanzergebnis	(36)	(141)	+74 %
Steuern	(3)	(1)	-
<b>Nettogewinn</b>	<b>(446)</b>	<b>(1.739)</b>	<b>+1.293</b>

### Stabiler Umsatz in der ersten Jahreshälfte 2023, Rückgang von 6 % gegenüber der Vorjahresperiode

Invibes verzeichnete im ersten Halbjahr 2023 einen Umsatz von 12,4 Millionen Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 6 % gegenüber der Vorjahresperiode und spiegelt die unterschiedlichen Tendenzen in den einzelnen Ländern wider.

In den ersten sechs Monaten dieses Jahres blieb das Geschäftsumfeld in den **bestehenden Ländern**, in denen Invibes am längsten präsent ist (Frankreich, Spanien, Schweiz), weiter angespannt.

Im Gegensatz dazu haben sich die **Länder in der Scale-up-Phase** (Deutschland, Großbritannien, Italien und Belgien) mit einem Umsatzwachstum von 23 % im selben Zeitraum als stabil erwiesen.

### EBITDA in erster Jahreshälfte wieder im positiven Bereich

Nach dem signifikanten Abschwung im Werbemarkt im Sommer 2022 hat Invibes schnell reagiert und in der zweiten Jahreshälfte umgehende Maßnahmen zur Optimierung der Kostenstruktur eingeleitet, insbesondere die Reduktion des Personals um 15 % im zweiten Halbjahr 2022, mit dem Ziel, 2023 wieder profitabel zu werden.

Durch diese zügigen Maßnahmen zur Kostenreduktion konnte die Gruppe ihre Kostenstruktur dem verschlechterten wirtschaftlichen Umfeld anpassen und gleichzeitig die für das Wachstum benötigten Vertriebskräfte in allen strategischen Wachstumsländern beibehalten.

Dank dieser Maßnahmen in Kombination mit der konsequenten Kontrolle anderer Schlüsselparameter wie der Bruttogewinnmarge konnte in der ersten Jahreshälfte 2023 wieder ein positives EBITDA erzielt werden.

Die Aufschlüsselung des EBITDA nach Länderlaufzeiten stellt sich wie folgt dar:

<i>Ungeprüfte konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro</i>	<b>S1 2023</b>	<b>S1 2022</b>	<b>S1 2021</b>
<b>Bestehende Länder<sup>(1)</sup></b>			
Umsatzzahlen	8.332	10.148	7.014
EBITDA	2.543	3.316	2.078
% EBITDA	31 %	33 %	30 %
<b>Scale-up-Länder<sup>(2)</sup></b>			
Umsatzzahlen	3.584	2.918	1.691
EBITDA	133	(446)	(283)
% EBITDA	4 %	-15 %	-17 %
<b>Neue Länder (Start-ups)<sup>(3)</sup></b>			
Umsatzzahlen	524	199	10
EBITDA	(392)	(753)	(40)
% EBITDA	-	-	-
<b>Gemeinkosten der Gruppe<sup>(4)</sup></b>			
	<b>(2.094)</b>	<b>(3.084)</b>	<b>(1.252)</b>
<b>Konsolidiertes EBITDA</b>	<b>192</b>	<b>(967)</b>	<b>503</b>

Frankreich, Spanien, Schweiz und ML2Grow.

<sup>(2)</sup> Deutschland, Großbritannien, Italien und Belgien.

<sup>(3)</sup> Schweden, Norwegen, Dänemark, Südafrika, Niederlande, VAE, Polen und Tschechische Republik.

<sup>(4)</sup> Ohne CAPEX.

Trotz eines Rückgangs der Aktivitäten in den Ländern, in denen Invibes am längsten präsent ist (Frankreich, Spanien, Schweiz), hielt sich die EBITDA-Marge stabil auf über 31 %. Dies zeigt die Widerstandsfähigkeit des Modells in einem Markt, der reif und etabliert ist und in dem auch in schwierigen Bedingungen alle Grundlagen aktiviert werden.

In den Ländern in der Scale-up-Phase (Deutschland, Großbritannien, Italien und Belgien) ging das Umsatzwachstum mit einer erhöhten Profitabilität einher, und das EBITDA entwickelte sich in diesem Zeitraum positiv.

Unter Berücksichtigung von Abschreibungen in Höhe von 599.000 Euro verzeichnete Invibes einen Betriebsverlust von 407.000 Euro – dies entspricht mehr als dem Vierfachen im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2022.

Der Nettoverlust wiederum konnte in diesem Zeitraum um fast das Vierfache reduziert werden und betrug 446.000 Euro.

## Solide Bilanz unterstützt Wachstum

Mit einer Bruttoliquidität von 17,3 Millionen Euro (einschließlich 5,3 Millionen Euro entkonsolidierter Factoring-Finanzierung) und einer Nettoliquidität von 10,5 Millionen Euro per 30. Juni 2023 hat die Gruppe die nötige Kapazität, ihre zukünftige Entwicklung zu finanzieren und ein hohes Niveau an F&E-Investitionen aufrechtzuerhalten, da Innovation nach wie vor die treibende Kraft für das Modell von Invibes ist.

## **Starke Wettbewerbsdifferenzierung dank intelligenter, noch innovativerer und einzigartiger Targeting-Lösungen**

Die Maßnahmen zur Kostenreduktion wurden mit dem Ziel umgesetzt, die Innovationsfähigkeit von Invibes und somit seine Fähigkeit, sich innerhalb des digitalen Marketing-Ökosystems weiter zu differenzieren und Marktanteile zu gewinnen, beizubehalten.

Aufgrund der Stärke dieser ständigen Innovation setzt sich Invibes mit einem einzigartigen Wertversprechen aus technologischen Services und Lösungen, die auf die Geschäftsbereiche von Werbetreibenden zugeschnitten sind, sowie aus noch intelligenteren Targeting-Solutions auf Basis von Big Data und innovativen, hochwirksamen In-Feed-Formaten von seinen Mitbewerbern ab.

Invibes führte beispielsweise in der ersten Jahreshälfte Invibes Survey ein, eine interaktive, bei den Werbetreibenden äußerst beliebte Targeting-Lösung, die die Kraft des Branding mit dem Einholen von direktem Nutzerfeedback zu jeglichen Themen kombiniert und somit Schlüsseldaten sammelt, um zukünftige Kampagnen zu optimieren und das Kundenerlebnis zu verbessern.

Diese neue Lösung wird einer Kampagne vorgelagert und nutzt die Befragung einer Gruppe von Menschen, um eine präzise Identifizierung der Zielgruppensegmente basierend auf Charakteristika, die jenen der Umfrageteilnehmenden ähneln, zu ermöglichen. So kann die Reichweite der Werbekampagne vergrößert und neue Kunden gewonnen werden.

Am Ende einer Kampagne können die Werbetreibenden zudem eine Umfrage zur Messung der Kampagnenwirksamkeit und -wirkung (Bewusstsein, Image, Kaufintentionen, Konsumgewohnheiten usw.) durchführen.

Zahlreiche Werbetreibende haben diese innovative Lösung in den letzten Monaten bereits erfolgreich eingesetzt, darunter Nissan, Universal Pictures und Amazon Prime Video.

## **Ausblick: Ziel des positiven EBITDA für 2023 bestätigt**

Nachdem die Ende 2022 umgesetzten Maßnahmen zur Kostenreduktion im ersten Halbjahr 2023 zu einer Rückkehr des EBITDA in den positiven Bereich geführt haben, ist Invibes nach wie vor zuversichtlich, im gesamten Geschäftsjahr 2023 ein positives EBITDA zu erreichen.

## **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](http://www.invibes.com)

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

**Lesen Sie unsere neuesten Medienmitteilungen unter:**

<https://www.invibes.com/de/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](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)