

Jahresergebnis 2023 deutlich gestiegen EBITDA und Nettoergebnis sind wieder positiv

München, 27. März 2024 – Invibes Advertising (Invibes), ein auf digitale Werbung spezialisiertes Hightech-Unternehmen, veröffentlicht seine Ergebnisse für das Jahr 2023 und verzeichnet dank starkem Wachstum erneut positive Zahlen bei EBITDA und Nettogewinn.

Der Jahresbericht ist auf der Website des Unternehmens einsehbar:

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

Konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro	2023	2022	Δ
Umsatzzahlen	28.913	27.966	+3,4 %
Einkäufe und externe Aufwände	(16.497)	(17.873)	-7,7 %
Personalaufwände	(10.389)	(11.227)	-7,5 %
REBITDA¹	2.027	(1.134)	+3.161 €
Langfristige Aufwendungen	(56)	(3.374)	-98 %
EBITDA	1.971	(4.508)	+6.479 €
Abschreibungen, Amortisationen und Rückstellungen	(1.383)	(1.419)	-2,5 %
Laufendes operatives Ergebnis	588	(5.927)	+6.515 €
Außerordentliche Wertminderungen	–	(1.766)	k. A.
Operatives Ergebnis	588	(7.693)	+8.281 €
Finanzergebnis	(594)	(469)	+26,7 %
Latente Steuern	563	190	+196,3 %
Nettoergebnis	557	(7.972)	+8.529 €

Umsatzwachstum von +3,4 % im Jahr 2023

Für das Jahr 2023 verzeichnet Invibes ein Umsatzwachstum von +3,4 %. Das erste Halbjahr 2023 war geprägt vom Abschwung im Markt für digitale Werbung. Daran schlossen im zweiten Halbjahr zwei aufeinander folgende Quartale mit einer Umsatzsteigerung an, die von der Erholung des Sektors profitierten.

In den Ländern, in denen Invibes am längsten präsent ist (Frankreich, Spanien und Schweiz), blieb das Geschäft in der zweiten Jahreshälfte stabil. Dies ist nach den schwierigen Bedingungen im ersten Halbjahr eine bemerkenswerte Leistung. Dadurch blieb der Rückgang für das Jahr auf 13 % begrenzt.

¹ REBITDA: wiederkehrendes EBITDA, d. h. Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Amortisationen, Rückstellungen und nicht wiederkehrenden Ausgaben, wie in Abschnitt 1.3 „Hauptaktivitäten“ des Jahresabschlusses 2023 erläutert.

Länder in der Scale-up-Phase (Deutschland, Großbritannien, Italien und Belgien) verzeichneten vom ersten zum zweiten Halbjahr ein beschleunigtes Wachstum, wodurch sie 2023 ein Gesamtwachstum von +32 % erreichten.

Die neuen Länder in der Start-up-Phase (Schweden, Norwegen, Dänemark, Südafrika, Niederlande, Vereinigte Arabische Emirate, Polen und Tschechische Republik) erreichten 2023 erstmals die Marke von knapp einer Million Euro Umsatz.

EBITDA und Nettogewinn 2023 wieder positiv

Die raschen Maßnahmen zur Kostensenkung, die Invibes ab der zweiten Jahreshälfte 2022 umsetzte, um den Abschwung des Werbemarkts in diesem Zeitraum auszugleichen, haben im Jahr 2023 Früchte getragen. Dank dieser Maßnahmen in Kombination mit der erneuten Umsatzsteigerung ab dem 3. Quartal 2023 konnte Invibes sein Ziel erreichen, im Jahr 2023 zu profitablen Wachstum zurückzukehren.

Das wiederkehrende EBITDA (REBITDA) belief sich 2023 auf 2,0 Mio. Euro, verglichen mit – 1,1 Mio. Euro im Jahr 2022. Dies entspricht einem Wachstum von 3,2 Mio. Euro zwischen den beiden Geschäftsjahren.

Nach Berücksichtigung der langfristigen Aufwendungen lag das EBITDA im Jahr 2023 bei 2,0 Mio. Euro. Im Vergleich hatte es 2022 bei –4,5 Mio. Euro gelegen, wobei die Kosten für die Umstrukturierung in der zweiten Hälfte des Jahres 2022 in diesem Betrag enthalten waren.

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

<i>Konsolidierte Zahlen, in Tsd. Euro</i>	2023	2022	Δ
Bestehende Länder⁽¹⁾			
Umsatzzahlen	17.267 ⁽²⁾	19.892	–13,2 %
EBITDA	5.198	5.131	+1,3 %
EBITDA-Marge	30 %	26 %	
Scale-up-Länder⁽³⁾			
Umsatzzahlen	9.927	7.538	+31,7 %
EBITDA	1.902	(640)	k. A.
EBITDA-Marge	19 %	k. A.	
Neue Länder (Start-ups)⁽⁴⁾			
Umsatzzahlen	973	536	+81,5 %
EBITDA	(579)	(1.529)	k. A.
EBITDA-Marge	k. A.	k. A.	
Eingestellte Geschäftsbereiche⁽⁵⁾			
Umsatzzahlen	701	–	k. A.
EBITDA	17	–	k. A.
Gemeinkosten der Gruppe⁽⁶⁾			
	(4.567)	(7.470)	–38,9 %
Konsolidiertes EBITDA	1.971	(4.508)	+6.479 €

⁽¹⁾ Frankreich, Spanien, Schweiz.

⁽²⁾ Das ML2Grow-Geschäft wird nach seiner Veräußerung im März 2024 als eingestellter Geschäftsbereich ausgewiesen.

⁽³⁾ Deutschland, Großbritannien, Italien und Belgien.

⁽⁴⁾ Schweden, Norwegen, Dänemark, Südafrika, Niederlande, VAE, Polen und Tschechische Republik.

⁽⁵⁾ Entspricht dem im März 2024 veräußerten ML2Grow.

⁽⁶⁾ Ohne CAPEX.

Trotz eines Rückgangs der Aktivitäten in den Ländern, in denen Invibes am längsten präsent ist (Frankreich, Spanien, Schweiz), nahm das EBITDA leicht zu, sodass die EBITDA-Marge um 4 Prozentpunkte auf 30 % stieg. Dies zeigt die Widerstandsfähigkeit des Modells in einem Markt, der reif und etabliert ist und in dem auch bei schwierigen Bedingungen alle Grundlagen aktiviert werden.

Das EBITDA in den Scale-up-Ländern stieg 2023 stark an und erreichte 19 % des Umsatzes. Dies verdeutlicht die Stärke des internationalen Entwicklungsmodells von Invibes; dieses beruht darauf, dass das Unternehmen seine Aktivitäten in einem neuen Land schnell und erfolgreich einführen kann, sodass dieses bereits innerhalb von zwei Jahren nach der Erschließung zur Profitabilität beiträgt.

Nachdem 2023 die Marke von knapp einer Million Euro Umsatz erreicht wurde, werden die neu erschlossenen Start-up-Länder ebenso wie die Scale-up-Länder schnell von der Stärke des Modells profitieren und einen erhöhten Beitrag zur Profitabilität der Gruppe leisten.

Es ist zu beachten, dass ML2Grow im März 2024 veräußert wurde und daher als eingestellter Geschäftsbereich ausgewiesen wird. Das Unternehmen war 2019 akquiriert worden, um die Kompetenzen von Invibes im Bereich des maschinellen Lernens zur weiteren Analyse von Daten mithilfe von KI zu stärken. Durch den Wissenstransfer hat uns das ML2Grow-Team geholfen, unsere KI-Initiativen voranzubringen. Wir danken allen Mitarbeitenden von ML2Grow und wünschen ihnen alles Gute.

Auch das operative Ergebnis und das Nettoergebnis fielen wieder positiv aus.

Einschließlich der Abschreibungen und Amortisationen in Höhe von 1,3 Mio. Euro verzeichnete Invibes einen operativen Gewinn von 0,6 Mio. Euro. Nach Berücksichtigung eines Finanzierungsaufwands von 0,6 Mio. Euro und einer Steuergutschrift von 0,6 Mio. Euro im Zusammenhang mit der Aktivierung latenter Steuern belief sich der Nettogewinn auf 0,6 Mio. Euro.

Zwischen 2022 und 2023 sind das operative Ergebnis und das Nettoergebnis um 8,3 Mio. Euro bzw. 8,5 Mio. Euro gestiegen. Dies zeigt, dass die Gruppe in der Lage ist, ihre Kosten schnell an sich verändernde Geschäftsbedingungen anzupassen und eine nachhaltige Rentabilität aufrechtzuerhalten, ohne ihre Innovationskraft oder ihre Fähigkeit, neue Aufträge zu generieren, zu beeinträchtigen.

Per 31. Dezember 2023 verfügte Invibes über eine solide Finanzstruktur mit einer Nettoliquidität von 10,8 Mio. Euro und einem Eigenkapital von 21,7 Mio. Euro.

Ausblick für 2024

Erneut gestützt vom sich erholenden Markt für digitale Werbung, geht Invibes mit günstigeren Voraussetzungen ins Jahr 2024.

Um die Dichte seines marktübergreifenden Angebots zu erhöhen und die Nachfrage internationaler Großkunden zu bedienen, die ein globales Angebot suchen, beabsichtigt Invibes, seine geografische Präsenz mit der Erschließung von drei neuen Märkten – den Vereinigten Staaten, Mexiko und Singapur – zu erweitern.

Aufgrund seiner Fähigkeit, bei der Erschließung eines neuen Landes den ROI berechnen zu können, geht Invibes davon aus, dass diese neuen Märkte bereits innerhalb weniger Monate zur Geschäftsentwicklung und innerhalb von zwei Jahren zur Profitabilität der Gruppe beitragen werden.

Invibes ist zuversichtlich, dass das Geschäft 2024 weiter wachsen wird und gleichzeitig die positive Rentabilität des Unternehmens aufrechterhalten werden kann.

Nächste Veröffentlichung: Umsatz Q1 2024 am 25. April 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/de/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