

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR

Medienmitteilung

Zürich, 15. März 2022

CREALOGIX: Höhere Investitionen belasten die Profitabilität, eröffnen aber neue Geschäftsfelder

CREALOGIX verzeichnet im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2021/2022 einen Umsatrückgang. Die fortlaufende Umstellung des Geschäftsmodells von Lizenzien auf das SaaS-Mietmodell (Software as a Service) und höhere Investitionen in die Produktentwicklung haben die Profitabilität belastet. Gleichzeitig konnte der Anteil an wiederkehrenden Umsätzen auf 56% des Gesamtumsatzes gesteigert werden. Mittelfristig eröffnen das SaaS-Geschäft und die Investitionen dem Fintech-Spezialisten neue Geschäftsfelder.

Der Gesamtumsatz hat sich im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahrs um CHF 7,2 Millionen auf CHF 45,4 Millionen reduziert. Die wiederkehrenden Umsätze lagen bei CHF 25,4 Millionen, was einem Anteil von 56% am Gesamtumsatz entspricht. Damit konnte CREALOGIX den Anteil wiederkehrender Umsätze zum wiederholten Mal steigern (Vorjahr: 50%). Auch der SaaS-/Hosting-Umsatz legte um 8% zu und machte 32% des Gesamtumsatzes aus. Die höheren Einnahmen aus dem SaaS-Geschäft sind hauptsächlich auf die Aufträge der Förderbanken in Deutschland zurückzuführen.

Um die Entwicklung des Funding Portals für die deutschen Förderbanken und anderer strategischer Produkte voranzutreiben, hat CREALOGIX die Investitionen in die Produktentwicklung (R&D) deutlich erhöht und insgesamt 30% des Umsatzes investiert. Im Vorjahr waren es im selben Zeitraum 18% gewesen. Die hohen Entwicklungsausgaben belasteten das EBITDA: Dieses lag bei CHF -3,8 Millionen. Selbst zusätzliche Sparmassnahmen konnten die hohen Ausgaben nicht vollständig kompensieren. Darüber hinaus erschwerten die anhaltenden Reisebeschränkungen aufgrund der Covid-19-Pandemie die Neukundenakquisition in allen Regionen und dämpften die Wachstumsziele von CREALOGIX.

Im ersten Halbjahr 2021/2022 verzeichnete CREALOGIX einen Nettoverlust von CHF -7,7 Millionen vor Goodwill-Abschreibung. Der Free Cash Flow lag bei CHF -15,4 Millionen und damit deutlich tiefer als im Vorjahr: CHF -1,5 Millionen. Auch der Barmittelbestand reduzierte sich auf CHF 22,7 Millionen (30. Juni 2021: CHF 27,7 Millionen). Die Bilanzierung erfolgt weiterhin konservativ, indem der Goodwill aus vergangenen Akquisitionen konstant amortisiert wird und die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (R&D) direkt der Erfolgsrechnung belastet werden.

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR**Erfolgreiche Inbetriebnahmen von Kundenlösungen**

Die hohen Produktinvestitionen im ersten Halbjahr 2021/2022 trugen massgeblich dazu bei, neue Kundenlösungen – etwa das Funding Portal bei den Förderbanken in Deutschland – erfolgreich in Betrieb zu nehmen. Bei fünf Förderbanken verantwortet CREALOGIX zusätzlich das Hosting und den Betrieb. Weitere Institute sollen in den kommenden Monaten dazukommen. Darüber hinaus konnte CREALOGIX den Kundenstamm im Nahen Osten erfolgreich erweitern und bestehende Kunden in der Schweiz von signifikanten Lösungserweiterungen überzeugen.

Mit einer optimierten Kostenstruktur, der Konsolidierung des Produktportfolios und dem Aufbau von Nearshore-Zentren hat CREALOGIX Kosten gesenkt und den Personalbestand reduziert. Im zweiten Halbjahr wird das Unternehmen weiterhin an der Kostenbasis arbeiten, um die Profitabilität fortlaufend zu steigern. CEO Oliver Weber sagt: «Wir halten an der Umsetzung unserer SaaS-Strategie fest. Durch die getätigten Produktinvestitionen und die Fokussierung unseres Portfolios werden wir unsere finanziellen Ziele erreichen, insbesondere eine substanzIELL verbesserte EBITDA-Marge.»

Verbessertes zweites Halbjahr

CREALOGIX geht davon aus, dass im 2. Halbjahr 2021/2022 ein höherer Umsatz im Vergleich zum ersten Halbjahr erzielt wird. Die zweite Jahreshälfte ist generell umsatzstärker und die getätigten Zusatzinvestitionen in das Produktportfolio laufen aus. Für das Geschäftsjahr 2022/2023 erwartet CREALOGIX eine substanzIELL verbesserte EBITDA-Marge, vorausgesetzt, dass die geopolitische Situation sich nicht weiter verschlechtert.

Den vollständigen Halbjahresbericht 2021/2022 können Sie hier herunterladen:

<https://crealogix.com/en/about-us/investor-relations>

Ad hoc-Mitteilung gemäss Art. 53 KR**Über CREALOGIX**

Die [CREALOGIX Gruppe](#) ist ein Schweizer Fintech-Top-100-Unternehmen und gehört weltweit zu den Marktführern im Digital Banking. CREALOGIX entwickelt und implementiert innovative Fintech-Lösungen für die Finanzinstitute von morgen. Mit den Lösungen von CREALOGIX antworten Banken, Vermögensverwaltungsfirmen und andere Finanzinstitute besser auf die sich ändernden Kundenbedürfnisse im Bereich der digitalen Transformation. Die 1996 gegründete Gruppe beschäftigt weltweit rund 600 Mitarbeitende. Die Aktien der CREALOGIX Gruppe (CLXN) werden an der SIX Swiss Exchange gehandelt.

Medienkontakt

CREALOGIX Gruppe
Medienstelle
E-Mail: media@crealogix.com
Telefon: +41 44 295 90 41

Kontakt Investor Relations

Daniel Bader
CFO
E-Mail: daniel.bader@crealogix.com
Telefon: +41 58 404 81 81

Die vorliegende Pressemitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die keinerlei Gewähr bezüglich zukünftiger Leistungen bieten. Diese Aussagen beruhen auf Informationen, die dem Management derzeit zur Verfügung stehen, sowie auf aktuellen Annahmen und Prognosen des Managements. Es gibt zahlreiche Risiken und Ungewissheiten, von denen sich viele unserer Kontrolle entziehen, die dazu führen könnten, dass unsere tatsächlichen Ergebnisse, unsere Finanzlage und unsere Leistung erheblich von den in dieser Präsentation enthaltenen zukunftsgerichteten Informationen und Aussagen abweichen. Jede zukunftsgerichtete Aussage bezieht sich nur auf das Datum der jeweiligen Aussage und CREALOGIX ist nicht verpflichtet, zukunftsgerichtete Aussagen oder andere Informationen zu aktualisieren oder zu revidieren.

Diese Pressemitteilung ist nicht als Aufforderung oder Empfehlung für den Verkauf, Kauf oder das Halten von Wertpapieren gedacht und ist weder ein Angebot noch eine Angebotseinhaltung für den Erwerb von Wertpapieren in irgendeinem Land, einschliesslich den Vereinigten Staaten von Amerika. Ein derartiges Angebot würde ausschliesslich in Form eines Verkaufsprospekts gemäss den geltenden Wertschrifengesetzen publiziert.