



CLIQ

UNTERNEHMENSPROFIL

Die CLIQ Digital AG ist ein führendes Vertriebs- und Marketingunternehmen für digitale Produkte mit einer eigenen Payment-Plattform. Das Kerngeschäft der Gruppe ist die Direktvermarktung und Abrechnung ihrer Produkte an Endkunden via Online- und Mobile-Marketing-Kanäle. CLIQ Digital bietet seinen Kunden attraktive Produkte und ist ein wertvoller strategischer Geschäftspartner für Netzwerke, Entwickler, Publisher und Werbetreibende. Die Gruppe mit Sitz in Düsseldorf und Amsterdam beschäftigt rund 101 Mitarbeiter und ist an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (ISIN DE000A0HHJR3).

Besuchen Sie CLIQ Digital auf:

www.cliqdigital.com

inhaltsverzeichnis

1

an die aktionäre

Brief an die Aktionäre	2
Bericht des Aufsichtsrats	6
Kennzahlen	9
Die Aktie	10
CLIQ auf einen Blick	13

2

konzernlagebericht

I. Grundlegende Informationen zur Gruppe	16
II. Wirtschaftsbericht	21
III. Prognosebericht	33
IV. Nachtragsbericht	41

3

konzernabschluss

Konzernbilanz	44
Konzerngesamtergebnisrechnung	46
Kapitalflussrechnung	47
Eigenkapitalveränderungsrechnung	48

4

konzernanhang

Anhang	52
Bestätigungsvermerk	100

An unsere Aktionäre

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

*Liebe Aktionärinnen,
liebe Aktionäre,*

Fleiß und Geduld zahlen sich aus. Das gilt im wahren Leben wie gleichsam an der Börse. Im Besonderen trifft es auf die Entwicklung der CLIQ Digital AG zu. Erneut konnten wir unter Beweis stellen, dass wir profitabel arbeiten und nachhaltig wachsen – und das in einem anspruchsvollen Marktumfeld.

Erneut zweistellige Zuwachsraten im Jahr 2016

Das Geschäftsjahr 2016 war erneut ein sehr erfolgreiches Jahr für die CLIQ Digital AG. Es ist uns gelungen, auf dem soliden Fundament, das wir bereits 2015 mit nachhaltigem Wachstum und günstigeren Refinanzierungsbedingungen gelegt haben, aufzubauen. Mehr noch, im abgelaufenen Geschäftsjahr konnten wir mit einem Umsatz von EUR 65,3 Mio. (plus 17,2 Prozent, 2015: EUR 55,7 Mio.) und einem Gewinn vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) von EUR 26,1 Mio. (plus 30,5 Prozent, 2015: EUR 20,0 Mio.) erneut zweistellige Zuwachsraten erreichen. Das Nettoergebnis verzeichnete 2016 einen Anstieg auf EUR 2,7 Mio. gegenüber EUR 1,4 Mio. im Jahr 2015. Die Bankverbindlichkeiten sanken um 29 Prozent von EUR 14,9 Mio. per Ende 2015 auf EUR 10,6 Mio. zum 31. Dezember 2016. Die Eigenkapitalquote lag zum Bilanzstichtag 2016 bei 69 Prozent gegenüber 65 Prozent im Vorjahr. Auf diese Weise wird die CLIQ Digital AG auch in Zukunft ihre ambitionierten Expansionsziele mit dem nötigen finanziellen Fundament ausdauernd verfolgen können.

Auch unsere KPI's entwickelten sich im abgelaufenen Geschäftsjahr positiv. Wir haben erneut die Ausgaben für Marketingmaßnahmen erhöht. Insgesamt flossen EUR 21,6 Mio. in diesen Bereich. Dies bedeutet eine Erhöhung um 23,4 Prozent gegenüber 2015 (17,5 Mio). Die Zahl der Verkaufsabschlüsse stieg im Berichtsjahr auf 2.599.389 gegenüber 2.263.852 im Vorjahr – dies entspricht einem Zuwachs um 14,8 %. Der von uns berechnete CLIQ-Factor, der durchschnittliche Netto-Umsatz pro Kunde in den ersten sechs Monaten im Verhältnis zu den Kosten je akquiriertem Kunden, stieg leicht 2016 auf 1,41 gegenüber 1,40 im Jahr 2015. Je höher der CLIQ-Factor ausfällt, desto eher erlangen wir unsere Marketingausgaben wieder. Mit EUR 11,73 Umsatz je Kunde im Jahr 2016 (Vorjahr: EUR 10,80) und einem gestiegenen CLIQ-Factor hat sich die Profitabilität der Gesamtgruppe weiter erhöht. Zugleich erhöhte sich der Kundenbasiswert, eine wichtige Kennzahl für die Schätzung des erwarteten Mittelzuflusses auf der Grundlage der aktuellen Kundenbasis. Zum Jahresende 2016 lag der Kundenbasiswert bei EUR 20,9 Mio. gegenüber EUR 19,2 Mio. zum Jahresende 2015 und hat sich damit im Geschäftsjahr 2016 um 8,9 Prozent erhöht.

Innovativ, benutzerfreundlich, beliebt - die Produkte der CLIQ Digital

Unsere finanzielle Leistungsfähigkeit bestätigt unsere Strategie und zeigt, dass unsere Produkte innovativ, benutzerfreundlich und beliebt sind. Unsere Strategie ist es, weltweit mobile Verbraucher mit unterhaltsamen, nützlichen Produkten zu versorgen, die ihr Leben in jedem Moment bereichern. Gleichzeitig wollen wir unsere Kunden mit der modernsten Bezahl- und Abrechnungsplattform überzeugen und es ihnen auf diesem Weg noch leichter machen, unsere Dienstleistungen zu bezahlen und zu nutzen.


Seit der Gründung von CLIQ Digital im Jahr 2005 haben wir einen umfassenden Erfahrungsschatz zur Digitalisierung, Social Media und Kommunikation erworben. Wir sind inzwischen in mehr als 34 Ländern tätig und erreichen mehr als 2,2 Milliarden potenzielle Kunden. Praktikable und passende lösungsorientierte Ansätze zu Fragen hinsichtlich Regulierungen, Compliance und Konsumverhalten der Kunden sind unsere Kernkompetenz. Das nachhaltige Wachstum von CLIQ Digital über mehrere Jahre ist Ausweis unserer Expertise in diesen wichtigen Kernpunkten.

Im abgelaufenen Jahr ist es uns gelungen, unsere starke Position im europäischen Markt auszubauen. In Europa waren wir in der Lage, deutlich stärker zu wachsen als in den Vorjahren. In dieser Region profitierten wir zudem von höheren Margen. Per Ende 2016 beträgt der Umsatzanteil des europäischen Marktes 82 Prozent gegenüber 69 Prozent im Vorjahr 2015. Die Erschließung dieses geographischen Marktes konnten wir weiter vorantreiben. In Südafrika erfreut sich speziell unsere Dating-App „XS2Date“ Beliebtheit. Die Tatsache auf allen Webbrowsern sowie den mobilen Zugangswegen vertreten zu sein, gepaart mit einer hohen Usability, machen den Erfolg dieser Dating-App aus.

Wir setzen auf einen weiteren starken neuen Trend: Emojis, kleine Bilder, die mit Hilfe von Symbolen Gefühle in Chat-Anwendungen auf Smartphones oder Tablet-PCs ausdrücken. Mit unseren CLIQMOJI wollen wir Kunden die Möglichkeit bieten, personalisierte Emojis ihrer Lieblingsstars zu verwenden. Bisher arbeiten wir bereits mit dem niederländischen Musiker/Rapper Lil` Kleine (Jorik Scholten) zusammen, der mittlerweile auch über eine wachsende Fanbase in Deutschland verfügt. Darüber hinaus haben wir auch erfolgreich Verhandlungen mit dem deutschen Popstar und dem ehemaligen Mitglied der renommierten Mädchengruppe Monrose, Senna Gammour abgeschlossen. CLIQMOJI untermauert die erfolgreiche Erweiterung der CLIQ-Dienstleistungen im Bereich Social Media.

Ausblick: Weitere Chancen im Wachstumsmarkt

Mit der zunehmenden Digitalisierung wird sich auch unsere Welt weiter verändern. Dieser neue Trend ist mit Sicherheit keine neue Erkenntnis, bietet aber weiterhin zahlreiche Chancen.

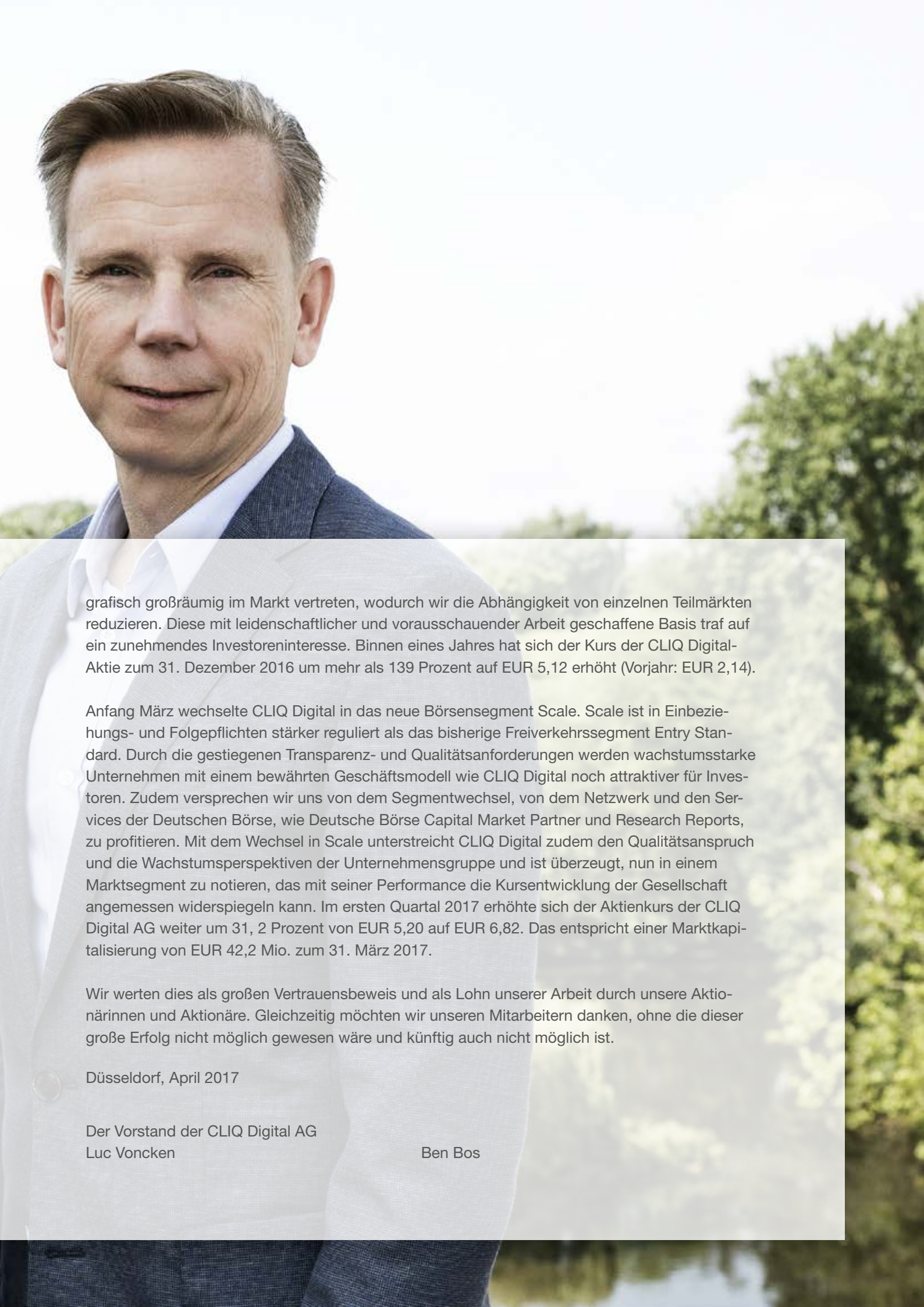


Die Durchdringung des Alltags unserer Kunden mit digitalen Anwendungen wird zunehmen. Beispielsweise gaben in einer vom britischen Meinungsforschungsinstitut durchgeführten Umfrage 34 Prozent der befragten Frauen ab 50 Jahren an, einen neuen Partner vorzugsweise via Single-Plattformen im Internet zu suchen. Damit belegt diese Möglichkeit der Partnersuche Platz drei in der Favoritenliste hinter den Optionen „Freundeskreis“ und „Veranstaltungen/Parties/Konzerte“ (Mehrfachnennungen waren möglich). Interessant dabei ist, dass es sich hierbei um eine Kundengruppe handelt, die nicht zu den Digital Natives gehört – also nicht per se eine hohe Online-Affinität aufweist.

Ein weiteres Beispiel: Das soziale Netzwerk Facebook ist im Februar 2016 dazu übergegangen, Emojis als Reaktion auf Beiträge seiner 1,7 Milliarden Nutzer einzuführen. Wer Facebook in die Google-Suche eingibt, bekommt als vierten Treffer „Smileys“ also synonym „Emojis“ angezeigt. Dies zeigt, wie Entwicklungen in der digitalen Welt selbst die menschliche Kommunikation von Worten zu Sinnbildern verändern.

Ein drittes Beispiel beweist, dass Spiele in Form von Apps auf mobilen Endgeräten weiterhin beliebt sind. Der Umsatz mit mobilen Apps belief sich per 2015 laut dem Branchendienst „www.appannie.com“ auf USD 41 Mrd. Bereits im Jahr 2020 soll er laut den Experten mit USD 101,1 Mrd. die Marke von USD 100 Mrd überschreiten. Innerhalb dieses Zeitraums würde er sich also verzweieinhalbfachen.

Dies sind nur Beispiele dafür, dass es sich in Sachen mobiler Software-Anwendungen, mobilem Bezahlen und Kommunikation via Smartphone und Tablet-PC nach wie vor um einen Wachstumsmarkt handelt. Daher blicken wir zuversichtlich in die Zukunft unseres Unternehmens. Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass die CLIQ Digital AG auf einem soliden Fundament steht. Der Bekanntheitsgrad unserer Produkte wächst, die Bankverbindlichkeiten sinken und wir sind geo-



grafisch großräumig im Markt vertreten, wodurch wir die Abhängigkeit von einzelnen Teilmärkten reduzieren. Diese mit leidenschaftlicher und vorausschauender Arbeit geschaffene Basis traf auf ein zunehmendes Investoreninteresse. Binnen eines Jahres hat sich der Kurs der CLIQ Digital-Aktie zum 31. Dezember 2016 um mehr als 139 Prozent auf EUR 5,12 erhöht (Vorjahr: EUR 2,14).

Anfang März wechselte CLIQ Digital in das neue Börsensegment Scale. Scale ist in Einbeziehungs- und Folgepflichten stärker reguliert als das bisherige Freiverkehrssegment Entry Standard. Durch die gestiegenen Transparenz- und Qualitätsanforderungen werden wachstumsstarke Unternehmen mit einem bewährten Geschäftsmodell wie CLIQ Digital noch attraktiver für Investoren. Zudem versprechen wir uns von dem Segmentwechsel, von dem Netzwerk und den Services der Deutschen Börse, wie Deutsche Börse Capital Market Partner und Research Reports, zu profitieren. Mit dem Wechsel in Scale unterstreicht CLIQ Digital zudem den Qualitätsanspruch und die Wachstumsperspektiven der Unternehmensgruppe und ist überzeugt, nun in einem Marktsegment zu notieren, das mit seiner Performance die Kursentwicklung der Gesellschaft angemessen widerspiegeln kann. Im ersten Quartal 2017 erhöhte sich der Aktienkurs der CLIQ Digital AG weiter um 31,2 Prozent von EUR 5,20 auf EUR 6,82. Das entspricht einer Marktkapitalisierung von EUR 42,2 Mio. zum 31. März 2017.

Wir werten dies als großen Vertrauensbeweis und als Lohn unserer Arbeit durch unsere Aktionärinnen und Aktionäre. Gleichzeitig möchten wir unseren Mitarbeitern danken, ohne die dieser große Erfolg nicht möglich gewesen wäre und künftig auch nicht möglich ist.

Düsseldorf, April 2017

Der Vorstand der CLIQ Digital AG
Luc Voncken

Ben Bos

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionäre,

der folgende Bericht des Aufsichtsrats informiert Sie über dessen Tätigkeit im Geschäftsjahr 2016 und das Ergebnis der Prüfung von Jahres- und Konzernabschluss 2016.

Im vergangenen Geschäftsjahr 2016 hat der Aufsichtsrat der CLIQ Digital AG seine Aufgaben nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung gewissenhaft wahrgenommen. Der Aufsichtsrat hat den Vorstand kontinuierlich begleitet und bei der strategischen Ausrichtung und Führung des Unternehmens beraten. Der Aufsichtsrat war in alle Entscheidungen von grundlegender und strategischer Bedeutung für die CLIQ-Digital-Gruppe rechtzeitig und angemessen eingebunden.

Im Geschäftsjahr 2016 hielt der Aufsichtsrat insgesamt 4 ordentliche Sitzungen ab. Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand regelmäßig über die Lage der Gesellschaft und ihre Entwicklung sowie über wichtige Geschäftsvorfälle informiert. Die Berichtspflichten nach § 90 Aktiengesetz (AktG) in diesem Zusammenhang wurden eingehalten. Die ordentlichen Sitzungen im Jahr 2016 wurden am 12. April, 29. Juni, 26. August und 9. Dezember abgehalten. An allen Aufsichtsratssitzungen haben die Mitglieder mindestens in der für Aufsichtsratsbeschlüsse gemäß Satzung erforderlichen Anzahl teilgenommen. Damit war der Aufsichtsrat jederzeit in der Lage, zu handeln und Entscheidungen treffen sowie den satzungsgemäßen und rechtlichen Pflichten entsprechen zu können.

Zusätzlich standen Vorstand und Aufsichtsrat im Laufe des Geschäftsjahres 2016 auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen in regelmäßigem und vertrauensvollem Kontakt, meist in Form von Telefonkonferenzen. Der Vorstand ist seinen Verpflichtungen nach Gesetz und Satzung nachgekommen und hat den Aufsichtsrat oder seinen Vorsitzenden regelmäßig umfassend und zeitnah in schriftlicher und mündlicher Form über alle Maßnahmen und Ereignisse von Bedeutung für das Unternehmen unterrichtet. In der Folge war der Aufsichtsrat stets über die Geschäftslage der Gesellschaft, die Geschäftsentwicklung, die beabsichtigte Geschäftspolitik und die kurz- und mittelfristige Planung, einschließlich der Investitions-, Finanz- und Personalplanung sowie über die Ertragslage, organisatorische Maßnahmen und die Gesamtlage des Konzerns unterrichtet. Die regelmäßige Unterrichtung über die Risikolage und das Risikomanagement des Unternehmens war ebenso Teil des Informationsaustauschs. Aufgrund der überschaubaren Größe des Unternehmens hat der Aufsichtsrat im Geschäftsjahr 2016 keine Ausschüsse gebildet.

Beratungsschwerpunkte der Aufsichtstätigkeit

In den 4 ordentlichen Sitzungen hat der Aufsichtsrat in intensiven Gesprächen die Berichte des Vorstands diskutiert und gemeinsam die Lage des Unternehmens, die Umsatz- und Ergebnisentwicklung sowie die Finanzlage der Gruppe erörtert. Abweichungen von den Plänen und Zielen wurden vom Vorstand erläutert und vom Aufsichtsrat geprüft.

Im Geschäftsjahr 2016 wurden darüber hinaus folgende wesentliche Punkte in den Sitzungen des Aufsichtsrats behandelt/genehmigt:

- Geschäftsplanung, Budgetierung, Konzernstrategie und Prognose
- Quartals- und Halbjahreszahlen 2016
- Finanzsituation und Finanzierung der Gesellschaft
- Tagesordnung und Termin der ordentlichen Hauptversammlung 2016
- Feststellung und Billigung des Jahresabschlusses der CLIQ Digital AG für das Geschäftsjahr 2015
- Billigung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2015
- Alternative Möglichkeiten in Mexiko und Abschluss einer Vereinbarung mit dem ehemaligen Service Provider der CLIQ Digital AG
- Beschluss der Eingliederung und bzw. Liquidierung verschiedener Konzern-Beteiligungen

Personalien und Zusammensetzung des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der CLIQ Digital AG besteht aus Dr. Mathias Schlichting (Vorsitzender), Karel Gustaaf Tempelaar and Niels Walboomers. Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats hat sich im Laufe des Jahres 2016 nicht verändert.

Jahres- und Konzernabschluss für das Jahr 2016

Der Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 sowie der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2016 wurden durch den Vorstand aufgestellt und durch den von der Hauptversammlung bestellten unabhängigen Abschlussprüfer Mazars GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Aufsichtsrat hat den Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016, den Lagebericht für den Konzern für das Geschäftsjahr 2016 sowie die von dem Vorstand vorgeschlagene Ergebnisverwendung der CLIQ Digital AG unter Berücksichtigung der Prüfungsberichte des Abschlussprüfers, die den Mitgliedern des Aufsichtsrats im Vorfeld der Sitzung zur Verfügung gestellt wurden, geprüft.



Der Vorstand erläuterte in der Bilanzaufsichtsratssitzung am 6. April 2017 den Jahres- und Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016, den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2016 sowie die von dem Vorstand vorgeschlagene Ergebnisverwendung der CLIQ Digital AG. In dieser Aufsichtsratssitzung hat der Abschlussprüfer über die wichtigsten Ergebnisse und Grundsätze seiner Prüfung berichtet und erläutert, dass gemäß seiner Prüfung keine wesentlichen Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagementsystem bestehen. Der Aufsichtsrat hat dementsprechend in seiner Sitzung am 6. April 2017 den Konzernjahresabschluss zum 31. Dezember 2016 sowie den Jahresabschluss zum 31. Dezember 2016 gebilligt. Der Jahresabschluss der CLIQ Digital AG ist damit gemäß § 172 Satz 1 AktG festgestellt.

Der Aufsichtsrat hat sich dem Vorschlag des Vorstands über die Ergebnisverwendung der CLIQ Digital AG, den Jahresüberschuss auf neue Rechnung vorzutragen, angeschlossen.

Dank und Anerkennung

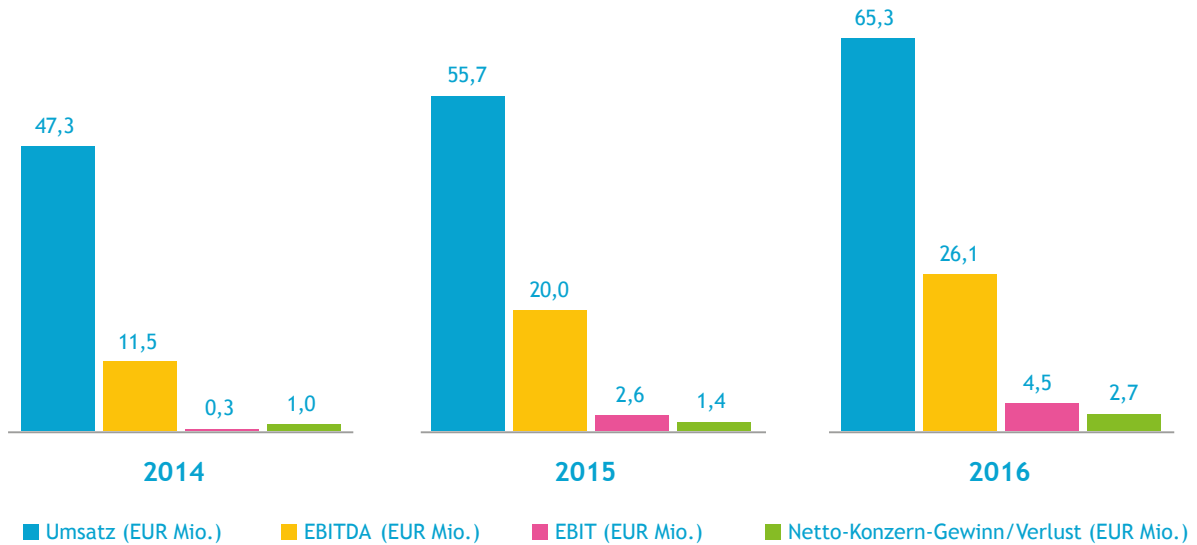
Der Aufsichtsrat spricht dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der CLIQ Digital AG seinen Dank für ihren erneut hohen Einsatz im vergangenen Geschäftsjahr aus. Den Aktionärinnen und Aktionären dankt der Aufsichtsrat für das Interesse an unserer Gesellschaft und für das entgegengebrachte Vertrauen.

Düsseldorf, 6. April 2017

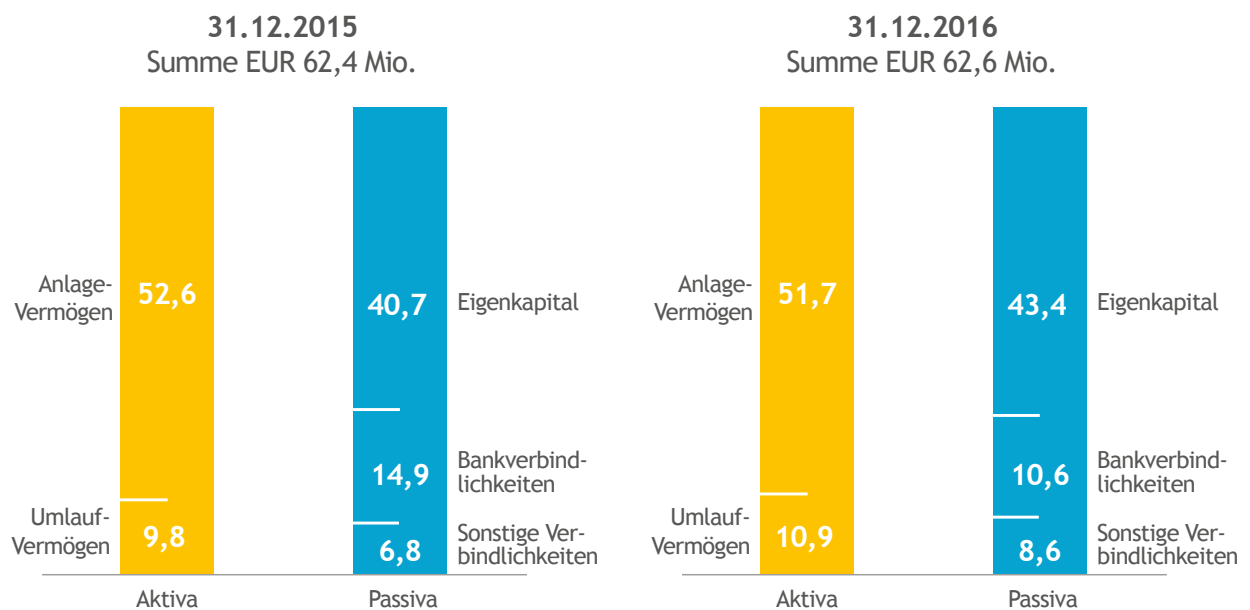
Dr. Mathias Schlichting
Vorsitzender des Aufsichtsrats

KENNZAHLEN

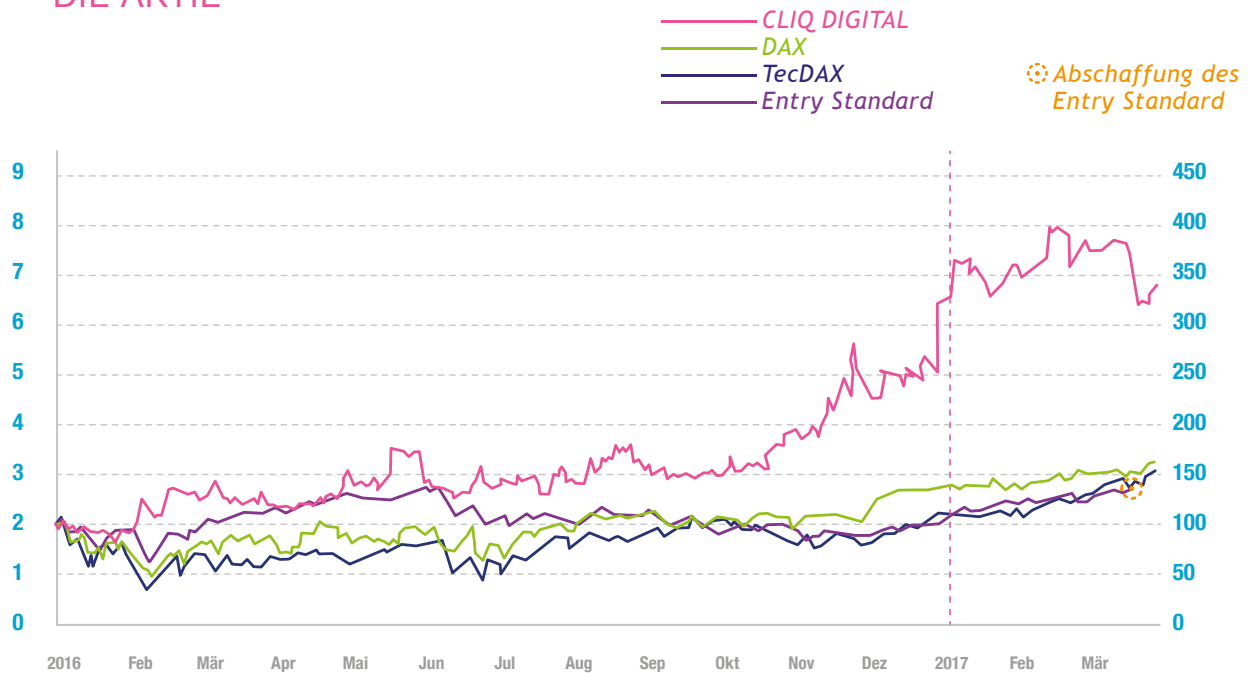
ERGEBNISSE



BILANZ



DIE AKTIE



Der deutsche Leitindex DAX verzeichnete im Jahr 2016 ein Plus von 9,5 %. In der ersten Jahreshälfte war der deutsche Aktienmarkt aufgrund schlechter Wirtschaftsdaten und eines anhaltenden Ölpreisverfalls von einer rückläufigen Kursentwicklung geprägt. Die Entwicklung an den internationalen Aktienmärkten war im ersten Halbjahr 2016 von ausgeprägter Volatilität bestimmt. Ausnahmen bilden die Börsen in den USA und den Schwellenländern. Im dritten Quartal 2016 verbesserten sich wichtige Einflussfaktoren für die Aktienmärkte wieder. Die zu Jahresbeginn aufgeflamten Sorgen vor einer erneuten Rezession verflüchtigten sich im Laufe des Börsenjahres 2016. In den Schwellenländern verbesserte sich die Lage dank einer Erholung der Rohstoffpreise, aber auch in den Industrieländern signalisierten die Frühindikatoren einen wirtschaftlichen Aufschwung. Besonders positiv fielen die Daten aus Deutschland aus. Neben den konjunkturellen Rahmenbedingungen waren auch die Unternehmensgewinne mehrheitlich positiver als erwartet.

Im Berichtsjahr legte der Index der mittelgroßen Unternehmen MDAX um 7,5 % zu und der deutsche Nebenwerteindex SDAX konnte einen Zugewinn von 5,3 % verzeichnen. Der Technologiewerte-Index TecDAX hingegen musste ein Minus von 0,4 % verbuchen. Der Entry Standard Index, in dem auch die Aktie der CLIQ Digital bis Anfang März 2017 notierte, verzeichnete ein Minus von 0,1 %.

Kursentwicklung im Jahr 2016

Die Aktie der CLIQ Digital AG verzeichnete im Berichtsjahr einen überproportionalen Kursanstieg von 139,3 % und outperfmte mit einer erfolgreichen Unternehmensentwicklung sowie einer Kapitalmarktkommunikation die deutschen Aktienindizes. Nach einem Jahresschlusskurs 2015 von EUR 2,14 starteten die Anteilsscheine am 4. Januar mit einem Kurs von EUR 2,14 unverändert in das Börsenjahr 2016. Ihren Tiefststand erreichte die CLIQ Digital-Aktie in einem allgemein schwachen Marktumfeld bereits am 26. Januar 2016 bei EUR 1,92. In der Folge konnte sich die Aktie der CLIQ Digital dem allgemeinen Negativtrend entziehen und einen nachhaltigen Wertzuwachs erzielen. Das Jahreshoch markierte die CLIQ Digital-Aktie am 29. November 2016 bei EUR 5,37. Zum Jahresschluss beendete die Aktie der CLIQ Digital AG den Börsenhandel am 30. Dezember 2016 bei einem Kurs von EUR 5,12. Die Marktkapitalisierung der CLIQ Digital AG erhöhte sich zum Bilanzstichtag 2016 auf EUR 31,7 Mio. auf der Basis von 6.188.714 im Umlauf befindlichen Aktien. Zum Abschlussstichtag 2015 lag der Börsenwert bei gleicher Aktienanzahl und einem Jahresschlusskurs von EUR 2,14 bei EUR 13,2 Mio. (alle Angaben auf Basis von Xetra-Kursen). Das durchschnittliche tägliche Handelsvolumen mit CLIQ Digital-Aktien im abgelaufenen Geschäftsjahr belief sich an allen deutschen Börsen auf 9.526 Stück gegenüber 10.688 Aktien im Vorjahr.

Investor Relations

Auch im Berichtsjahr 2016 kommunizierte die CLIQ Digital über die gesetzlichen und börsenrechtlichen Pflichten hinaus transparent und kontinuierlich mit institutionellen Investoren, Privatanlegern und Analysten über die aktuelle Geschäftsentwicklung und über Vorgänge von Bedeutung für die Kursentwicklung des Unternehmens. Zudem präsentierte das Management die Gesellschaft auf der Oddo Seydler Small and Mid Cap Konferenz im Februar 2016, der DVFA Frühjahrskonferenz im Mai 2016 in Frankfurt am Main und auf der Münchner Kapitalmarkt Konferenz MKK im Dezember 2016 sowie auf Roadshows. Der Vorstand der CLIQ Digital AG tauschte sich darüber hinaus auch aktiv mit der Finanz- und Wirtschaftspresse zur Darstellung des Unternehmens gegenüber dem Kapitalmarkt aus. Auch im laufenden Geschäftsjahr 2017 wird CLIQ Digital die transparente und kontinuierliche Kommunikation mit den Teilnehmern des Kapitalmarkts weiter intensivieren, um die Aktie der CLIQ Digital AG einem umfassenderen Investorenkreis als attraktives Investment zu präsentieren.

Die Aktie der CLIQ Digital AG gehört dem Entry Standard Marktsegment im Freiverkehr der Frankfurter Wertpapierbörse bis Ende März 2017 an, da dieses Segment von der Deutschen Börse abgeschafft wurde. CLIQ Digital hat sich dann entschlossen, in das neu gegründete Scale-Segment der Deutschen Börse beizutreten. Da Scale in den Zulassungs- und Folgepflichten stärker reguliert ist als das bisherige Open Marketsegment Entry Standard, gehen wir davon aus, mit dem Wechsel für Investoren noch attraktiver zu werden. Darüber hinaus können wir vom Netzwerk und den Dienstleistungen der Deutschen Börse, wie Deutsche Börse Capital Market Partner und Research Reports, profitieren.

Als Designated Sponsoren fungieren die Oddo Seydler Bank AG sowie die Lang & Schwarz Broker GmbH und sorgen in der Bereitstellung verbindlicher Geld- und Briefkurse für eine angemessene Liquidität und entsprechende Handelbarkeit der CLIQ-Aktie.

Ordentliche Hauptversammlung

Am 26. August 2016 informierte der Vorstand der CLIQ Digital AG die Aktionäre auf der ordentlichen Hauptversammlung in Düsseldorf über den Verlauf des Geschäftsjahres 2015 und stellte sich deren Fragen. Zum Zeitpunkt der Abstimmung 75,09 % des Grundkapitals vertreten. Die Aktionäre zeigten sich mit der Entwicklung des Unternehmens zufrieden und entlasteten Vorstand und Aufsichtsrat. In allen Tagesordnungspunkten wurden die Vorschläge der Verwaltung nahezu einstimmig angenommen. Die Abstimmungsergebnisse der ordentlichen Hauptversammlung können auf <https://www.cliqdigital.com> unter Investor Relations / Hauptversammlung 2016 eingesehen werden.

Aktionärsstruktur

Die Aktionärsstruktur der CLIQ Digital AG hat sich im Berichtszeitraum nicht wesentlich verändert. Die Mitglieder des Vorstands sowie des Aufsichtsrats verfügen unmittelbar über 26 % der Stimmrechte. Im Streubesitz nach Definition der Deutschen Börse mit Stimmrechtsanteilen von unter 5 % befinden sich nach eigenen Schätzungen noch über 40 % der Unternehmensanteile.



Kursentwicklung im ersten Quartal 2017

Im ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 2017 verzeichnete die Aktie der CLIQ Digital AG eine deutlich positive Kursentwicklung mit einem Plus von über 31,2 %. Die Anteilsscheine starteten am 2. Januar mit einem Kurs von EUR 5,20 in das Börsenjahr und beendeten das erste Quartal 2017 am 31. März mit einem Kurs von EUR 6,82. Der Börsenwert der CLIQ Digital betrug EUR 42,2 Mio. am Ende des ersten Quartals 2017.

Research Coverage

Mit der Warburg Research GmbH wird die CLIQ Digital-Aktie von einem renommierten Researchhaus analysiert und bewertet. In dem zuletzt erfolgten Research-Update vom 16. Februar 2017 bekräftigte Analyst Felix Ellmann die Kaufempfehlung der CLIQ Digital-Aktie mit einer Erhöhung des Kursziels von auf EUR 9,60. Aktuelle Analysen und Bewertungen erfolgen mit auf Grundlage der veröffentlichten Zahlen dieses Geschäftsberichts und werden nach Erhalt auf der Website der Gesellschaft veröffentlicht. Aufgrund des Wechsels in das neue Marktsegment Scale wird CLIQ Digital künftig von zwei weiteren renommierten Researchhäusern wie Edison Research und Morning Star gecovered. Informationen stehen interessierten Anlegern auf der Investor Relations-Seite der Homepage <https://www.cliqdigital.com/ir> zur Verfügung. Darüber hinaus stehen Ansprechpartner per E-Mail (sh@crossalliance.de) und telefonisch (+49 (0) 89 898 27-227) zur Verfügung.

Stammdaten der CLIQ Digital-Aktie (Stand: 31. Dezember 2016)

WKN	A0HHJR
ISIN	DE000A0HHJR3
Bloomberg-Kürzel	CLIQ
Anzahl und Art der Aktien	6.188.714 nennwertlose Inhaberaktien
Höhe des Grundkapitals	EUR 6.188.714,00
Marktsegment	Scale
Designated Sponsor	Lang & Schwarz AG Oddo Seydler Bank AG
Capital Market Partner	Lang & Schwarz Broker GmbH
Ende des Geschäftsjahres	31. Dezember

CLIQ auf einen Blick

101

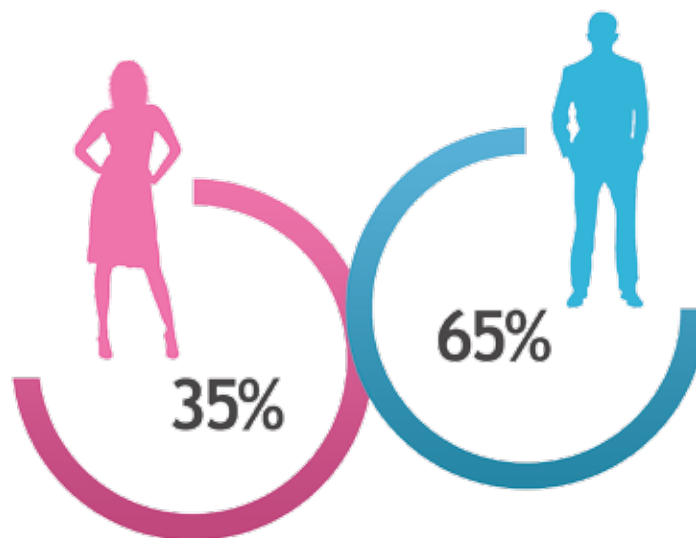
Mitarbeiter

34

Durchschnittsalter

27

Nationalitäten



2

KONZERN- LAGEBERICHT





konzernlagebericht

I. GRUNDLEGENDE INFORMATIONEN ZUR GRUPPE

A. Geschäftsmodell der Gruppe

Die CLIQ Digital AG ist ein führendes Vertriebs- und Marketingunternehmen für digitale Produkte mit einer eigenen Payment-Plattform. Das Kerngeschäft der Gruppe ist die Direktvermarktung und Abrechnung ihrer Produkte an Endkunden via Online- und Mobile-Marketing-Kanäle. CLIQ Digital bietet seinen Kunden attraktive Produkte und ist ein wertvoller strategischer Geschäftspartner für Netzwerke, Entwickler, Publisher und Werbetreibende. Die Gruppe beschäftigt 101 Mitarbeiter (31. Dezember 2016). CLIQ Digital AG, die Muttergesellschaft der Gruppe, hat ihren Hauptsitz in Düsseldorf und ist im Scale Segment der Frankfurter Wertpapierbörse notiert (ISIN DE000A0HHJR3).

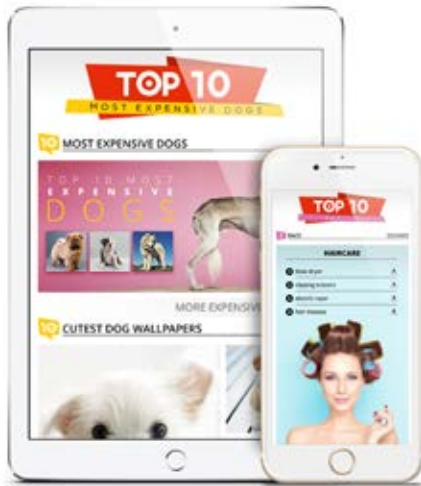
Aus seinen bisherigen Geschäftstätigkeiten und seinen kontinuierlichen Marktanalysen hat CLIQ Digital erkannt, dass die Monetarisierung digitaler Produkte durch Direct Response Marketing die effektivste Form der Vermarktung darstellt, zum Beispiel im Vergleich mit Markenmarketing oder viralem Marketing, auch wenn derzeit Marktanalysen mit Online Social (viral) Marketing durchgeführt werden. Direct Response Marketing umfasst die Platzierung von

Anzeigen auf (mobilen) Internet-Websites, mit dem Ziel, eine direkte Kaufentscheidung auszulösen. Für CLIQ Digital wird dies auch zukünftig die dominierende Marketingmethode sein. Den größten Teil der Verkaufszahlen erzielt CLIQ Digital über Affiliate-Marketing, wobei der Affiliate-Partner für jeden Kunden belohnt wird, der sich für einen CLIQ Digital-Service anmeldet. Neben Affiliate-Marketing wird eine wachsende Zahl von Kunden über den Inhouse Media-Einkauf akquiriert, wobei CLIQ Digital für die Akquisition des Internet-Verkehrs und der Umwandlung von Besuchern in Kunden verantwortlich ist.

Durch gezielte Anstrengungen ist das Produkt-Team der CLIQ Digital AG in der Lage, den Vertriebs- und Marketing-Teams die neuesten und beliebtesten Produkte anzubieten. Vertrieb und Marketing wiederum verkaufen die Produkte auf direktem Weg besonders effizient an die Verbraucher. Die aktuelle Produktpalette teilt sich in die folgenden sechs Gruppen auf:

CLIQ DIGITAL - PRODUKT GRUPPEN

ENTERTAINMENT



APPS



SOFTWARE



GAMES



EMOJI



DATING



ENTERTAINMENT

Die „Entertainment“-Produktgruppe vertreibt mithilfe von länderspezifischen Portalen digitale Premium-Produkte und -Dienstleistungen, die Verbraucher mit lokalen Inhalten versorgen und ihnen unterhaltsame und informative Dienste bieten. Dazu gehören beispielsweise: themenbezogene Livestreaming-Videoportale, Musik, Infotainment, Bilder und mehr. Auf die sich verändernden Präferenzen der Kunden reagiert CLIQ Digital kurzfristig mit neuen, innovativen Digitalen-Entertainment-Produkten.

Für die Produkte wird u. a. mithilfe von Internet-Bannern geworben. Wenn der Kunde auf ein Banner klickt, wird er auf die Landing Page der Kampagne umgeleitet, wo er ein Abonnement abschließen und Zugang zum Content-Fulfillment-Portal erhalten kann. Jedes Land hat ein oder mehrere kundenspezifische Content-Fulfillment-Portale.

GAMES

Die „Games“-Produktgruppe generiert einen bedeutenden Anteil am Umsatz von CLIQ Digital. Das Spiele-Angebot konzentriert sich auf eine breite Auswahl an HTML5-Spielen sowie besonderen Spielen für einfache Mobiltelefone. Zusätzlich umfasst das „Games“-Angebot Spiele als Apps für iOS und Android Geräte. Insgesamt können sich Verbraucher mit einer Vielzahl an unterschiedlichen Geräten unterhalten lassen. Die „Games“-Produkte werden in einer ähnlichen Weise wie die „Entertainment“-Produkte vermarktet und darüber hinaus auch über Spieleportale und externe digitale Shops angeboten. CLIQ Digital hat ihr Produktportfolio im Bereich „Games“ verstärkt, in dem die Gesellschaft neue Distributionsvereinbarungen mit führenden Spiele-Publishern unterzeichnete. Diese beinhalteten eine Vereinbarung mit Softgames, Unacell LLC und Anuman Interactive SA.

APPS

Die „App“-Angebote für Android sowie iOS Geräte kauft CLIQ Digital weltweit mit einem eigenen Lizenzierungs-Team ein. Diese Apps werden den Verbrauchern in verschiedenen Anwendungspaketen sowie einzeln angeboten. Der Schwerpunkt der „Apps“-Produktgruppe liegt auf „Fun“ und auf Anwendungen, die nur auf Smartphone-Geräte heruntergeladen werden können. Die Apps umfassen eine breite Palette von Genres, wie zum Beispiel Unterhaltung, Dating, Discovery, Produktivität, Lifestyle, Reise, Sport und soziale Medien. CLIQ Digital hat ihr Portfolio in der Produktgruppe „APPS“ mit der Unterzeichnung neuer Vertriebsverträge für Emoji-Apps verstärkt.

SOFTWARE

Die „Software“-Produktgruppe umfasst funktionale Software-Anwendungen für Smartphones, Laptops und Desktop PCs. Die Software-Anwendungen wurden von Kooperationspartnern entwickelt, die eine Partnerschaft mit CLIQ Digital eingegangen sind, um von dessen speziellen Marketing-Kompetenzen zu profitieren und in zahlreichen Märkten mehr Kunden zu gewinnen. Beispiele für Software-Anwendungen, die dieser Kategorie zuzurechnen sind, sind sowohl Sicherheitsprodukte, wie zum Beispiel AVG, Kaspersky-Software, Bullguard, iolo System Mechanic, Mc Secure and VIP Security.

DATING

CLIQ Digital bietet verschiedene Dating-Produkte für die weltweite Single-Community auf mobilen Geräten und Desktops sowie über Apps an. In Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Dating-Unternehmen hat CLIQ eine eigene HTML-basierte Dating-Plattform entwickelt, die ihren Nutzern hilft, den perfekten Partner in einer ständig wachsenden Benutzerdatenbank

zu finden. Mit der Unterstützung von Desktop- und Mobil-Geräten zielt dieser Multi-Plattform-Service mit zwei unterschiedlichen Marken einerseits auf eine allgemeine Zielgruppe sowie andererseits auf die besonderen Bedürfnisse erwachsener, männlicher Nutzer. Darüber hinaus hat CLIQ inhouse verschiedene mobile "Freunde finden"-Services für Instant Social Messengers wie WhatsApp oder Snapchat entwickelt. Diese einzigartigen HTML-basierten Dienste ermöglichen es, Gleichgesinnte zu finden und mit ihnen über WhatsApp und Snapchat in Verbindung zu treten.

EMOJI

Die „Cliqmoji“ Gruppe vertreibt eine schlüsselfertige Full-Service-Lösung für Marken, um die Kommunikation der Social Media Follower mit innovativen Emoji-Apps & Software-Tastaturerweiterungen zu monetarisieren. CLIQ Digital bietet Marken damit eine vollständig an deren Bedürfnisse angepasste Emoji-App auf iOS und Android, einschließlich ihrer Veröffentlichung im App Store, die dazugehörige Vermarktung und die Entwicklung der Emoji-Designs. Die Apps enthalten jeweils Hunderte von einzigartigen markenspezifischen Emojis, die mit anderen Personen über Instant Messenger, wie WhatsApp, Twitter, Instagram und Facebook Messenger geteilt werden können. Der erste Künstler, der seine eigene Emoji App von CLIQ Digital erhalten hat, ist der niederländische Rapper Lil Kleine. Zusätzlich zu den Entwicklungen für verschiedene Marken hat CLIQ Digital auch eine eigene Emoji App mit dem Namen „MojiMania“ entwickelt. „MojiMania“ bietet über 1.000 neue Emoji und ist als eigenständige App für iOS & Android sowie als HTML-Content-Portal verfügbar.

Darüber hinaus sind wir auch in laufenden Verhandlungen mit Senna Gammour, dem deutschen Popstar und ehemaligen Mitglied der renommierten Mädchengruppe Monroe.

CLIQMOJI ist ein weiterer Beweis dafür, wie erfolgreich CLIQ ihre Dienstleistungen auch im Bereich Social Media erweitert hat.

CLIQ Digital bietet den Verbrauchern alle Produktgruppen in erster Linie gegen eine tägliche, wöchentliche oder monatliche Abonnementgebühr, bei dem die Kunden einen uneingeschränkten Zugang erlangen. Nur in Ausnahmefällen bietet CLIQ Digital Produkte gegen eine einmalige Gebühr an. Die Kunden können ihre Zahlung je nach Land in Form einer Premium SMS (PSMS), durch Direct Carrier Billing (DCB), Appstore Billing, Credit Card Billing oder PayPal leisten.

Seit über zehn Jahren vermarktet und vertreibt die CLIQ Digital Gruppe ihre Produkte und Dienstleistungen in verschiedenen Ländern auf jedem Kontinent. Vor dem Eintritt in einen neuen Markt analysiert CLIQ Digital die Marktbedingungen als auch die rechtlichen Rahmenbedingungen des betreffenden Landes. Darüber untersucht die Unternehmensgruppe kontinuierlich den Wandel der Kundenpräferenzen, Änderungen in der Gesetzeslage und alle weiteren Entwicklungen in diesen Märkten. Dabei hat sich die CLIQ Digital Gruppe ein umfangreiches Wissen und große Erfahrung in diesen Ländern angeeignet, inklusive fundierter Kenntnisse des lokalen und regulatorischen Umfelds von Online- und Mobile Advertising sowie Mobile Payment. Die CLIQ Digital Gruppe ist daher der Auffassung, dass sie sich auf der Grundlage solcher Kenntnisse und Erfahrungen in einer guten Position befindet, um erfolgreich im Wettbewerb zu bestehen und das Geschäft in diesen Märkten nachhaltig auszubauen.

CLIQ Digital entwickelt seine Kerntechnologie inhouse um seine Produkte zu bewerben, zu liefern und zu berechnen. Das Unternehmen arbeitet zusammen mit externen Partnern daran weitere Verbindungen mit Mobilfunknetzbetreibern zu knüpfen und individuelle Abrechnungs-

methoden umzusetzen. Die Produktentwicklung (mobile Dienste und Spiele) wird fast vollständig extern betrieben, teilweise beauftragt durch CLIQ Digital. Fertige und fast fertige Produkte werden überwiegend gekauft und lizenziert.

Die Vorstandsmitglieder Luc Voncken und Ben Bos halten zusammen zum 31. Dezember 2016 indirekt ungefähr 9 % der Aktien der CLIQ Digital AG.

Der Aufsichtsrat der CLIQ Digital AG setzt sich zusammen aus den Mitgliedern Dr. Mathias Schlichting (Vorsitzender), Karel Gustaaf Tempelaar und Niels Walboomers. Die Zusammensetzung des Aufsichtsrats hat sich im Laufe des Jahres 2016 nicht verändert.

B. Struktur der CLIQ Digital-Gruppe und Beteiligungen

Die Muttergesellschaft der Gruppe ist die CLIQ Digital AG, Düsseldorf, Deutschland. Sie leitet alle Holding-Aktivitäten des Unternehmens von Düsseldorf aus. Durch die Zentralisierung ist die Unternehmensgruppe in der Lage, Synergien innerhalb der Beteiligungen auszuschöpfen und dadurch die Unternehmensgruppe einfacher und effizienter zu strukturieren.

Im Jahr 2016 wurde das irische Unternehmen Blink Mobile Ltd, Dublin, Irland, aufgelöst. Im Laufe des Jahres 2016 wurden drei niederländische Unternehmen (CPay B.V., VIPMOB B.V. und CMind B.V.) gegründet sowie eine deutsche Gesellschaft (Claus Mobi GmbH) erworben. Alle vier Beteiligungen wurden der Gruppe hinzugefügt.

Weitere Informationen zu den konsolidierten Beteiligungen befinden sich im Abschnitt Konsolidierungskreis unter Allgemeine Angaben im Anhang zum Konzernabschluss.

BETEILIGUNGEN

	Kapitalanteil in %
CLIQ Digital AG, Düsseldorf, Deutschland	
C Formats GmbH (vormals Bob Mobile Deutschland GmbH), Düsseldorf, Deutschland	100,00
Bob Mobile Hellas S.A., Attiki, Griechenland	100,00
Cructiq AG, Baar, Schweiz	100,00
Rheinkraft Production GmbH, Düsseldorf, Deutschland	100,00
Just A Game Hellas S.A., Attiki, Griechenland	100,00
Bluetiq GmbH (vormals Just A Game GmbH), Düsseldorf, Deutschland	100,00
Guerilla Mobile Asia Pacific Pte. Ltd, Singapur	100,00
CLIQ B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Artiq Mobile B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
TMG Singapore PTE Ltd., Singapur	100,00
The Mobile Generation Americas Inc., Toronto, Ontario, Kanada	100,00

	Kapitalanteil in %
GIM Global Investments Munich GmbH, München, Deutschland	100,00
iDNA B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Grumbl Media B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
CMind B.V., Amsterdam, Niederlande	66,67
CPay B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Claus Mobi GmbH, Düsseldorf, Deutschland	100,00
VIPMOB B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00

II. WIRTSCHAFTSBERICHT

A. Wirtschaftliches Umfeld

1. MACRO-ECONOMIC TRENDS.

Die globale Konjunktur entwickelte sich 2016 nach Prognosen des Internationalen Währungsfonds (IWF) mit einem Wachstum von 3,1 Prozent weiterhin moderat. Eine gegenüber der Prognose im April 2016 um 0,1 Prozentpunkte für 2016 und 2017 nach unten korrigierte Erwartung der konjunkturellen Entwicklung spiegelt einen verhalteneren Ausblick für die fortgeschrittenen Volkswirtschaften wider. Ursächlich waren der britischen EU-Austritt (Brexit) und ein schwächer als erwartetes Wachstum in den Vereinigten Staaten. Obwohl sich die Kapitalmärkte nach dem unerwarteten Brexit wieder stabilisiert haben, sind die Auswirkungen auf die institutionellen Rahmenbedingungen und die Handelsvereinbarungen zwischen dem Vereinigten Königreich und der Europäischen Union noch ungewiss. Diese Entwicklungen belasten die globalen Zinssätze, sodass die Geldpolitik voraussichtlich weiterhin expansiv ausgerichtet bleiben wird. Die Einschätzung der Marktteilnehmer gegenüber den aufstrebenden Volkswirtschaften indes verbesserte sich in Erwartung niedrigerer Zinsen in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften wieder. Dazu trugen auch die Stabilisierung der Rohstoffpreise und die Festigung der Konjunktur in China bei. Dennoch

sehen sich die Schwellen- und Entwicklungsländer angesichts der niedrigen Rohstoffpreise strukturellen Herausforderungen ausgesetzt. 2017 wird mit einer langsamen Erholung ein Anstieg des globalen Wirtschaftswachstums auf 3,4 Prozent erwartet.¹

Für die Eurozone prognostizierte der Internationale Währungsfonds ein Wirtschaftswachstum von 1,7 Prozent im Jahr 2016. Die Inlandsnachfrage, insbesondere die Investitionen, ging im zweiten Quartal des abgelaufenen Jahres in einigen der größeren Volkswirtschaften des Euroraums nach mehreren Quartalen eines unerwartet stärkeren Wachstums wieder zurück. Für 2017 wird ein Anstieg der Wirtschaftsleistung in der Eurozone von 1,6 Prozent erwartet, eine Korrekturanhebung im 0,1 Prozentpunkte gegenüber der Prognose im Oktober 2016. Die Inflation im gemeinsamen Währungsraum zog 2016 langsam an und stieg auf 0,3 Prozent. Für 2017 rechnet der Internationale Währungsfonds mit einem Anstieg auf 1,1 Prozent.²

In Deutschland stieg die Wirtschaftsleistung 2016 nach Angabe des Statistischen Bundesamtes (Destatis) um 1,9 Prozent und setzte ihr moderates Wachstum fort. Die deutsche Wirtschaft wurde vom privaten Konsum und den staatlichen Ausgaben getragen. Der deutlichen Anhebung der Staatsausgaben, stand nur eine leichte Konsumerhöhung der privaten

¹ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01/>

² <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01/>

³ https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/01/PD17_003_611.html

⁴ https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2017/01/PD17_037_132.html

⁵ <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Infodienst/2017/01/2017-01-26-jahreswirtschaftsbericht/2017-01-26-jahreswirtschaftsbericht-2017.html?sessionid=45BA117ACCFDEF18AF26ACAAE74FC44D.s1t2>

⁶ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/pdf/c1.pdf>

⁷ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01/>

⁸ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/pdf/c1.pdf>

⁹ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2017/update/01/>

Haushalte gegenüber. Darüber hinaus entwickelten sich die Investitionen insbesondere in der Bauwirtschaft positiv. Während der Export von Waren und Dienstleistungen um 2,5% über dem Vorjahr lag, stiegen die Einfuhren im gleichen Zeitraum mit 3,4% noch stärker an. Neben der Situation am Arbeitsmarkt bestimmte die Entwicklung der Energiekosten weitgehend die Kaufkraft der Verbraucher im Jahr 2016. Die Inflationsrate stieg 2016 auf 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert von 0,3 Prozent.^{3 4} Für das laufende Jahr rechnet die Bundesregierung mit einem Anstieg des BIP um 1,4 Prozent.⁵

Die Wirtschaft in den USA entwickelte 2016 laut IWF weniger Zugkraft als erwartet. Im Berichtszeitraum stieg die Wirtschaftsleistung in den USA mit 1,6 Prozent geringer als im Vorjahr mit 2,6 Prozent. Dabei belasteten vor allem sinkende Ausrüstungsinvestitionen im Energiesektor und die Stärke des Dollars in der exportorientierten Industrie. Nach einem schwachen ersten Halbjahr 2016 erholte sich die wirtschaftliche Aktivität in den Vereinigten Staaten stark und nähert sich inzwischen der Vollbeschäftigung. 2017 erwartet der IWF nun ein Wachstum von 2,3 Prozent in Erwartung fiskalischer Impulse durch die neue Regierung, nach zuvor prognostizierten 2,2 Prozent.^{6 7}

Die Wirtschaftsleistung der Volksrepublik China legte 2016 nach Prognosen des IWF um 6,7 Prozent zu, nach 6,9 Prozent im Vorjahr. Das Wachstum bewegte sich gestützt durch konjunkturelle Maßnahmen und eine Ausweitung des Kreditvolumens innerhalb der von der chinesischen Regierung angepeilten Spanne von 6,5 bis 7,0 Prozent. Der stabile Konsum und die Verschiebung der Aktivität von der Industrie in den Dienstleistungsbereich zeigen die Fortsetzung der wirtschaftlichen Neuausrichtung. Für das laufende Jahr rechnen die Experten des IWF mit einem Anstieg der chinesischen Wirtschaftsleistung von nur noch 6,2 Prozent, eine Zunahme von 0,3 Prozentpunkten im Vergleich

zu den Prognosen im Oktober 2016.^{8 9}

2. ENTWICKLUNGEN IM BEREICH MOBILE CONTENT

Mehr und mehr Menschen rund um die Welt nutzen das Internet. Bis Ende 2016 werden laut dem Marktforschungsunternehmen eMarketer Inc. fast 47 % der Menschen weltweit das Internet – entweder über einen Personal Computer oder ein mobiles Endgerät - nutzen. Das ist ein Anstieg um 6,8 % gegenüber 2015. Im Berichtsjahr wuchs die Zahl der Internetnutzer weltweit auf 3,4 Milliarden nach 3,2 Milliarden im Jahr 2015. Bis 2017 wird ein Wachstum des Nutzungsgrads auf 49 % oder 3,6 Milliarden erwartet. eMarketer schätzt, dass im Jahr 2018 mehr als die Hälfte der Menschen weltweit das Internet nutzen werden, wenn 51,1% der Weltbevölkerung oder 3,8 Milliarden Menschen einen Onlinezugang haben.¹⁰

Während das Internetwachstum in Nordamerika und Westeuropa die Sättigungsphase erreicht hat, haben Nutzer in den Entwicklungsländern von Asien-Pazifik über Lateinamerika, bis nach Mittel- und Osteuropa sowie den Mittleren Osten und Afrika erstmals über mobiles Breitbandnetz und Smart-Devices einen Online-Zugang.¹¹

Im Jahr 2016 nutzten 72 % der Menschen weltweit ein Mobiltelefon für den Internetzugang, ein Anstieg von 11,9 Prozentpunkten gegenüber 2015. Die Smartphone-Verbreitung verzeichnete auch 2016 ein zweistelliges Wachstum auf 2,10 Milliarden Menschen oder 28,7 % der Weltbevölkerung. eMarketer nimmt an, dass 47,4 % der Nutzer von Mobiltelefonen weltweit bis Ende 2016 über ein Smartphone verfügen werden. Für 2017 wird ein Sprung über die Marke von 50 % erwartet. Die Verfügbarkeit von kostengünstigen Low-End-Smartphones wird zur weiteren Verbreitung in den nächsten Jahren vor allem in den Entwicklungsländern beitragen.¹² Dementsprechend prognostiziert das Netzwerkunternehmen Cisco Systems in sei-

¹⁰ <https://www.emarketer.com/Article/Slowing-Growth-Ahead-Worldwide-Internet-Audience/1014045>

¹¹ <https://www.emarketer.com/Article/Slowing-Growth-Ahead-Worldwide-Internet-Audience/1014045>

¹² <https://www.emarketer.com/Article/Slowing-Growth-Ahead-Worldwide-Internet-Audience/1014045>

¹³ <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/hyperconnectivity-wp.html>

¹⁴ <http://www.business2community.com/mobile-apps/future-mobile-content-google-amp-01735308#9obJSoc2iw8FQFv1.97>

¹⁵ <http://www.zenithmedia.com/mobile-forecasts-75-internet-use-will-mobile-2017/>

nem Visual Networking Index auch eine Zunahme des mobilen Datenverkehrs zwischen 2015 und 2020 um das Achtfache mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 53 %. Der weltweite Mobilfunk-Datenverkehr wird von 2015 bis 2020 fast dreimal so schnell wie der kabelgebundene Internet-Verkehr wachsen. Bis 2020 wird die Datenübertragung von Smartphones die von PCs übertreffen, die dann nur noch 29 % der Datennutzung ausmachen werden. Smartphones werden 2020 bis zu 30 % des gesamten Datenverkehrs in Anspruch nehmen, nach 8 % im Jahr 2015.¹³ Gleichzeitig wird das Erlebnis mobiler Inhalte mit Google Accelerated Mobile Pages (AMP) durch die Optimierung der Suchmaschinenergebnisse, einen Besucheranstieg auf Websites sowie eine Verbesserung der Ladegeschwindigkeit von mobilen Websites auf die nächste Stufe gebracht. Website-Anbieter, die bereits auf Google AMP umgestellt worden sind, verzeichnen bemerkenswerte Verbesserungen bei der Leistung ihrer Websites mit einer erhöhten Anzahl neuer Besucher und der Gesamtbesucherzahl pro Monat, längerer Nutzungszeiten der Websites sowie höherer Klickraten auf Anzeigen und Suchergebnisse.¹⁴

Da mobile Geräte weltweit bereits heute der wichtigste Zugang zum Internet darstellen, erwartet Zenithmedia, dass diese 2017 auch das zentrale Medium für die Werbung im Internet sein werden. Die mobile Werbung wird so ihren Anteil an der weltweiten Internetwerbung von 44 % im Jahr 2016 auf 52 % bis 2017 steigern.¹⁵ Zudem verschieben Anwender während des Tages den Fokus in der Nutzung zwischen Tablet, Desktop und Smartphone, zum Teil sogar während des Fernsehens. Dabei werden die Geräte zunehmend zielgerichtet verwendet, so dass Werbetreibende die Möglichkeit haben, die Lebensumstände ihrer Kunden präzise anzusprechen. 2017 wird die Werbeindustrie weltweit USD 99,3 Mrd. für mobile Internetwerbung ausgeben im Vergleich zu USD 97,4 Mrd.

für Desktop-Internetwerbung. Mobile Werbung wird im Jahr 2016 voraussichtlich um 46 % wachsen sowie um 29 % im Jahr 2017.¹⁶ Zwischen 2015 und 2018 werden indes die Ausgaben für Desktop-Werbung um USD 10,7 Mrd. schrumpfen, mehr als Zeitungen mit USD 9,6 Mrd. und Zeitschriften mit USD 4,4 Mrd. Im gleichen Zeitraum werden die Ausgaben für mobile Werbung um USD 81,3 Mrd. steigen, siebenmal mehr als Fernsehen mit USD 7,3 Mrd., Radio mit USD 0,9 Mrd. und Kino mit USD 0,7 Mrd. zusammen.¹⁷ Unter dem Strich liegt die mobile Werbung noch hinter der Fernseherwerbung zurück und wird es zumindest auch für die nächsten Jahre bleiben: 2018 sollen die Ausgaben für mobile Werbung insgesamt USD 127,8 Mrd. betragen, verglichen mit USD 192,2 Mrd. für Werbung im Fernsehen.¹⁸

Die traditionelle digitale Werbung auf Displays wie Banner-Anzeigen wird im Jahr 2016 um 3,1 % schrumpfen und resultiert aus dem rasanten Übergang zur mobilen Werbung. Die Werbung mit Online-Videos wird von 2015 bis 2018 um durchschnittlich 20,1 % pro Jahr auf USD 30,1 Mrd. wachsen.¹⁹ Der Anteil der Online-Videos an den Ausgaben für digitale Werbung auf Displays wird von 26,7 % im Jahr 2015 auf 31,3% im Jahr 2018 wachsen. Banner sind auf mobilen Endgeräten deutlich weniger wirksamer als auf Desktops - die Nutzer empfinden sie als störend und klicken eher zufällig auf sie als durch das Design beabsichtigt. Online-Videos profitieren hingegen von der zunehmenden Verfügbarkeit qualitativ hochwertiger Inhalte und dem Anstieg des Bilderlebnisses durch bessere Displays und schnellere Datenverbindungen. Darüber hinaus ist es für eine Vielzahl von Nutzern inzwischen üblich, die Social-Media-Anwendungen ihrer mobilen Geräte regelmäßig auf Neuigkeiten zu überprüfen. Dabei verschmelzen Social Media-Anzeigen nahtlos mit den Newsfeeds ihrer mobilen Apps.²⁰ Gleichzeitig übernehmen mobile Geräte auch die Bedeutung von stationären Geräten als wichtigste

¹⁶ <http://www.zenithmedia.com/mobile-internet-advertising/>

¹⁷ <http://www.zenithmedia.com/global-ad-market-strengthens/>

¹⁸ <http://www.zenithmedia.com/mobile-internet-advertising/>

¹⁹ <http://www.zenithmedia.com/mobile-online-video/>

²⁰ <http://www.zenithmedia.com/mobile-internet-advertising/>

²¹ <http://www.zenithmedia.com/mobile-online-video/>

Plattform für die Anzeige von Online-Videos. Bis 2017 wird der Anteil von Online-Videos auf mobilen Geräten weltweit 39 % betragen. Das rasante Wachstum des mobilen Video-Konsums wird durch die steigende Beliebtheit von mobilen Geräten getragen, insbesondere durch Low-Cost-Geräte in einkommensschwachen Ländern, die Entwicklung besserer Displays in mobilen Geräten und die Verbreitung von High-Speed-Datenverbindungen. Der Konsum mobiler Videos soll 2017 um 33 % wachsen.²¹

Das Jahr 2016 war für Verleger ein Jahr der Innovation und des Wandels. Während die maßgeblichsten Herausforderungen und Trends insgesamt keine Überraschungen zeigten, kamen auch Neuerungen dazu. Nach wie vor sind Ad-frauds ein großes Problem, da sich dadurch die Umsatzerlöse auf Vertriebskanäle verschieben könnten, die über ein größeres Involvement und Akzeptanz auf Seiten der Kunden verfügen wie mobile Apps und E-Mails. Inzwischen hat dessen Bedeutung für die Verleger zu Veränderungen in deren Angeboten geführt. Die Verlage entfernen riskante und potenziell betrügerische Inhalte von sich aus. Dementsprechend wurden 2016 branchenweit zusätzliche Standards und Initiativen eingeführt. Wie in den Jahren zuvor ist die Datenanalyse weiterhin entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg von Verlagen. Mit mehr als 92 % Informationen über Kunden oder Interessenten sammelnder Anbieter von Inhalten im Jahr 2016 ist die datenbasierte Vermarktung inzwischen ein industrieweiter Standard. Gleichzeitig nutzen die Branchenunternehmen diese Informationen nicht über Datenerfassung hinaus. Im Jahr 2016 fanden Skaleneffekte durch die Datennutzung nur ansatzweise statt und zeigten keine wesentlichen Fortschritte. Ursächlich sind noch immer die nicht vorhandenen internen Strukturen sowie mangelnde Erfahrungen im Umgang mit Marketing-Software. Indes werden Fortschritte durch leichter selbst zu bedienende Marketing-Programme und zunehmende Leistungsfähigkeit des maschinellen

Lernens erwartet, die eine Live-Nutzung der Kundendaten bieten. Das komplizierte Kundenverhalten im Internet bedingt durch die Zunahme an Kontaktpunkten und die Datenmenge, erfordert einfachere Marketing-Software. 2016 begann auch die Nutzung standortbezogener Daten für die Zukunft einer post-mobilen Welt weg von traditionellen Kanälen wie E-Mails hin zu den aktuellsten Plattformen, beispielsweise AR, VR und 360-Grad-Video. Standortdaten ermöglichen Erkenntnisse für die ideale personalisierte Kundenansprache über mobile Anwendungen. Mit 55 Millionen Nutzern im ersten Monat zeigte Pokémon Go, dass standortbasierte Daten der Schlüssel für das Verständnis von Kundenbedürfnisse in einer Welt sind, in der die Bildschirme mobiler Geräte das Nutzungsverhalten bestimmen.²²

Der mobile Content-Markt für Carrier-Billing soll weltweit bis 2020 USD 47 Mrd. erreichen. Laut Juniper Research entspricht das mehr als einer Vervielfachung gegenüber dem Stand von 2015 mit knapp USD 11,3 Mrd.²³ Carrier Billing bietet Content-Anbietern und Shops die Möglichkeit, Zahlungen mit Kunden, die nicht über eine Kredit- oder Debit-Karte verfügen, über einen zuverlässigen und einfachen Zahlungsmechanismus abzuwickeln. Dabei kommen bereits vorhandene, vertrauenswürdige Abrechnungsbeziehungen mit Mobilfunkanbietern zum Einsatz, die es den Verbrauchern ermöglichen, Einkäufe über das Abrechnungssystem des Betreibers zu tätigen. Content-Anbieter, die Carrier-Billing als Zahlungsmethode anbieten, werden demnach Kunden über die einfache Zahlungsmöglichkeit für sich gewinnen und damit die Umsätze der Carrier-Billing-Unternehmen steigern können. Da die ständig mit dem Internet verbundenen Verbraucher dauernd auf der Suche nach besseren Zahlungsmöglichkeiten sind, werden Unternehmen, die digitale Dienste und Inhalte anbieten, Carrier-Billing zunehmend als bevorzugte Zahlungsmethode anbieten. So öffnet sich ein Marktsegment mit

²² <http://www.econtentmag.com/Articles/Editorial/Industry-Insights/Five-Big-Trends-Marketers-Faced-in-2016-115132.htm>

²³ <https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/operators-eye-content-revenues-as-billing>

²⁵ <https://www.mobilepaymentstoday.com/blogs/5-trends-shaping-mobile-payments-worldwide-in-2016/>

²⁶ <http://www.strategymrc.com/report/mobile-payment-transaction-services-market>

²⁷ <http://www.dimoco.at/artikel/dimoco-unveils-top-trends-in-carrier-billing-for-2017.html>

einer technisch versierten Kundengruppe, die dauerhaft online ist, aber nur eine geringe Kreditkartenverbreitung aufweist. Dazu kommen noch flexible neue Abo-Modelle, wie Einmalkäufe und tägliche, wöchentliche oder monatliche Abonnements, die direkt auf der Telefonrechnung des Kunden belastet werden. Schließlich werden auch Gesetzesänderungen auf europäischer Ebene, den Unternehmen neue Möglichkeiten eröffnen, zusätzliche Dienstleistungen über Carrier-Billing anzubieten. Dazu gehören Online-Tickets, Spenden per Handy sowie der Warenbezug beispielsweise von Geschenkkarten. Mit dem Vormarsch der Abrechnung digitaler Inhalte über die Telefonanbieter als eine der beliebtesten Zahlungsmethoden, zeichnet sich das Carrier-Billing für physische Waren bereits ab. Mit der direkten Abrechnung über die Mobilfunkanbieter profitieren physische Waren unter anderem durch Umsatzwachstum, umfangreichere Zielmärkte oder bessere Konvertierungsraten. Mit der andauernden Änderung einer Vielzahl von Rahmenbedingungen werden die Margen der Mobilfunkanbieter zunehmend wettbewerbsfähiger. In verschiedenen Märkten weist Carrier Billing gegenüber anderen Zahlungsmöglichkeiten überlegene Gewinnspanne aus. Auch wird die direkte Abrechnung über die Telefonanbieter zunehmend als Möglichkeit wahrgenommen, die finanzielle Teilhabe voranzutreiben. Dabei war Direct Carrier Billing von Anfang eine Möglichkeit, Finanzdienstleistungen in Regionen ohne Zugang zu Banken anzubieten.²⁴ Das Marktforschungsinstitut Euromonitor schätzt, dass 2016 der Mobilfunk-basierte Handel einen Umfang von USD 972 Mrd. hatte. Bis 2021 wird ein Anstieg des mobile Zahlungsverkehrs auf rund USD 3 Mrd. erwartet, was einem geschätzten Wachstum des Anteils von 5 % im Jahr 2016 auf dann 11 % an allen Kreditkartenzahlungen entspricht.²⁵ Laut Statistics MRC wächst der globale Markt für Zahlungstransaktionen im Prognosezeitraum 2015 bis 2022 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 39,6 %.²⁶

Mobile Games werden weiterhin den größten Anteil am Carrier Billing digitaler Inhalte haben. Indes wird Video on Demand (VoD) 2017 deutlich wachsen. Dabei nutzen die Kunden zunehmend die Vorteile des sofortigen, zeit- und ortsunabhängigen Kaufs und Konsums ihrer Entertainment Produkte.²⁷

2016 wuchs der globale Umsatz mit Mobile Games laut dem internationalen Marktforschungs- und Beratungsunternehmen Newzoo weiter auf rund USD 37 Mrd., ein Wachstum von 24 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die weltweiten Umsatzerlöse für mobile Spiele werden demnach weiter steigen auf USD 43 Mrd. im Jahr 2017, 2018 auf USD 47 Mrd. und im Jahr 2019 auf USD 53 Mrd. Spiele für die Nutzung auf dem Computerbildschirm sind mit einem Umsatz von fast USD 32 Mrd. noch immer am profitabelsten. Das Segment des persönlichen Bildschirms, oder Smartphones, entwickelt sich hingegen mit einer Wachstumsrate von 23,7 % am schnellsten und wird bis 2018 weltweit an der Spitze stehen. Der sogenannte schwebende Bildschirm von Tablets und Handheld-Konsolen bleibt mit einem Umsatz von USD 11,6 Mrd. das kleinste Segment des Gaming-Screens. Für 2016 wird ein weiterer Rückgang von 24 % der Handheld-Einnahmen erwartet. Die Spieleindustrie zeigt nach der globalen Ausrichtung ihrer Geschäftsmodelle und Plattformen anhaltend Anzeichen eines beschleunigten Wachstums. Der größte Zukunftstreiber ist die Konvergenz von Spielen und Videos auf globaler Ebene. Dieser Trend verwandelt die Spiele in Allround-Unterhaltungs-Franchise, eröffnet neue Wege und ergänzende Einnahmequellen. Das ist eine gute Nachricht für die Spiele-Industrie, die sich aufgrund des Handy Erfolges bereits auf einer gesunden Wachstumskurve befindet.²⁸

Mit Erreichen der USD 100 Mrd.-Schwelle des globalen Spielmarkts im Jahr 2016, rechnet Newzoo mit einem Anteil der mobilen Spiele von

²⁸ <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>

²⁹ <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>

37 % an den Umsatzerlösen und rechnet aufgrund dessen damit, dass mobiles Gaming erstmals einen größeren Umsatzanstieg als das PC-Gaming mit 21,3 % auf USD 37 Mrd. verzeichnete. Der Wachstumstreiber für mobile Inhalte ist auch auf globaler Ebene das Zusammenwachsen von Spielen und Videos. Dieser Trend verwandelt Spiele in ein Allround-Entertainment-Franchise, eröffnet neue Wege der Kundenbindung und zusätzliche Einnahmequellen. Der lateinamerikanische Markt

Entwicklung wichtiger Leistungskennzahlen im Geschäftsjahr 2016:

Mio. EUR	2016	2015	2016 in % von 2015
Brutto Umsatzerlöse	65,3	55,7	
Umsatzkosten	-28,7	-27,2	
Bruttomarge	36,6	28,5	128%
% der Umsatzerlöse	56%	51%	
Personalaufwand	-7,7	-6,3	
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2,8	-2,2	
Betriebliche Gesamtaufwendungen	-10,5	-8,5	
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)	26,1	20,0	131%
Abschreibungen auf Kundengewinnung (1)	-21,0	-15,4	
Angepasst Betriebliches Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)	5,1	4,6	111%
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Umlaufvermögen (1)	-0,6	-2,0	
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)	4,5	2,6	173%
Finanzergebnis	-0,9	-0,8	
Ergebnis vor Steuern (EBIT)	3,6	1,8	
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-0,9	-0,4	
Konzern-Gesamtergebnis	2,7	1,4	
Ergebnisanteil von Minderheiten	0,0	-	
Ergebnisanteil der Aktionäre der CLIQ Digital AG	2,7	1,4	193%

(1) 'Abschreibungen und Wertminderungen auf Kosten' für die Kundenakquise und 'Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Umlaufvermögen' werden innerhalb der Konzerngesamtergebnisrechnung als 'Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, auf Sachanlagen und auf Umlaufvermögen' ausgewiesen.

für mobile Spiele ist dabei der nach wie vor am schnellsten wachsende mit einem Anstieg von 20 % im Jahr 2016 gegenüber 2015. Der westeuropäische Markt für mobile Spiele bleibt mit einem Anstieg von 7 % im Jahr 2016 gegenüber dem Vorjahr einer der Märkte mit der langsamsten Wachstumsrate.²⁹

3. MARKTPPOSITION

Der Digitale-Content-Markt zeichnet sich durch eine Vielzahl unterschiedlicher Typen von Unternehmen aus, wobei jedes von ihnen seine eigene Rolle im Digitalen-Content-Markt spielt. Einige Unternehmen konzentrieren sich darauf, digitalen Content oder Lösungen für das digitale Bezahlen zu generieren, während sich andere Anbieter auf den Vertrieb von digitalem Content oder, wie CLIQ Digital, auf das Direktmarketing von digitalem Content spezialisiert haben. Im Vergleich zu anderen Unternehmen, die an der Direktvermarktung von digitalen Inhalten beteiligt sind, versteht sich CLIQ Digital in diesem Markt als einer der bedeutendsten Akteure weltweit; die größten Wettbewerber sind u.a. Buongiorno SpA, Acotel Group SpA, NeoMobile SpA, Zed Worldwide, Freenet digital, Sam-Media Group, Crowd Mobile and TIM W.E. SGPS.

B. Geschäftsverlauf

ALLGEMEINE ENTWICKLUNG

Die Entwicklung der Ergebnisse im Jahr 2016 gegenüber 2015 lässt sich wie folgt zusammenfassen:

2016 war ein erfolgreiches Jahr für CLIQ Digital, bei dem das Umsatzwachstum, das (bereinigte) EBITDA und das EBIT im Vergleich zum Vorjahr ein zweistelliges Wachstum verzeichneten. Das Nettoergebnis verdoppelte sich im Berichtsjahr im Vergleich zu 2015. Angesichts eines deutlichen Anstiegs der Marketingausgaben des Unternehmens (+ 23,4 % gegenüber 2015) erzielte die CLIQ Digital Gruppe im Jahr 2016 einen

Umsatz von EUR 65,3 Mio. (2015: EUR 55,7 Mio.). Das entspricht einem Anstieg von 17,2 %. Die Profitabilität des Konzerns insgesamt wurde durch margenstärkere Marketingkampagnen und eine verstärkte Fokussierung auf den europäischen Kontinent deutlich erhöht, wo der ARPU (Durchschnittlicher Umsatz pro Nutzer) höher ist als auf anderen Kontinenten.

Die EBITDA-Marge stieg von 35,9 % im Vorjahr auf 40,0 % im Berichtszeitraum. Im Geschäftsjahr 2016 belief sich das EBITDA auf EUR 26,1 Mio. (2015: EUR 20,0 Mio.), was einer Steigerung um 30,5 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das bereinigte EBITDA (EBITDA bereinigt um Abschreibungen und Wertminderungsaufwendungen auf aktivierte Kundenakquisitionskosten), ein wichtiger Indikator für die Wertentwicklung von CLIQ Digital, stieg ebenfalls deutlich um rund 11 % auf EUR 5,1 Mio. nach EUR 4,6 Mio. im Vorjahreszeitraum.

Das EBIT verzeichnete einen noch stärkeren Anstieg um 73,1 % auf EUR 4,5 Mio. (2015: EUR 2,6 Mio.). Dies entspricht dem Anstieg der EBIT-Marge von 4,7 % im Vorjahr auf 6,9 % im Berichtszeitraum.

Das Ergebnis nach Minderheitsanteilen verdoppelte sich im Berichtszeitraum auf rund EUR 2,7 Mio. nach EUR 1,4 Mio. im Vorjahr (+ 92,9 %).

Der Kundenbasiswert stieg im Jahr 2016 um 8,9 % auf EUR 20,9 Mio. im Vergleich zu EUR 19,2 Mio. im Vorjahr. Der Kundenbasiswert ist ein wichtiger Faktor für die Schätzung zukünftiger Erlöse aus aktuellen Kunden.

Darüber hinaus ermöglichte die erfolgreiche Geschäftsentwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr dem Unternehmen, ihre Schulden gegenüber ihrem Finanzinstitut in erheblich höherem Maße zu reduzieren als erwartet. Die beliefen sich zum 31. Dezember 2016 auf EUR 10,6 Mio., was gegenüber dem Vorjahreswert einem Rückgang um 28,9 % entspricht (31. Dezember 2015: EUR 14,9 Mio.).

C. Entwicklung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft

1. GESCHÄFTSERGEBNIS

(1) Umsatzentwicklung

Die CLIQ Digital Gruppe erwirtschaftete im Jahr 2016 einen Umsatz von EUR 65,3 Mio. (2015: EUR 55,7 Mio.). Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 17,2 % im Vergleich zum Jahr 2015. Aufgrund einer Verschiebung der Fokussierung des Vertriebs auf andere, insbesondere europäische Märkte hat CLIQ Digital seit dem zweiten Quartal 2016 ein Quartalsumsatzwachstum erzielt.

Umsatz nach Kontinent:

Kontinent	Umsatz in 2016 EUR Mio.	% des Bruttoumsatzes	Umsatz in 2015 EUR Mio.	% des Bruttoumsatzes
Europa	53,5	82%	38,6	69%
Asien	3,9	6%	2,8	5%
Australien	2,8	4%	1,5	3%
Afrika	4,9	8%	5,2	9%
Südamerika	-	0%	0,4	1%
Nordamerika	0,2	0%	7,2	13%
GESAMT	65,3	100%	55,7	100%

Weitere Informationen zu den Wechselkursrisiken, die sich aus der internationalen Aufstellung von CLIQ Digital ergeben, befinden sich in Anmerkung 19 des Anhangs unter Berichterstattung zu Finanzinstrumenten.

(2) Bruttomarge

CLIQ Digital erzielte im Jahr 2016 eine Bruttomarge von EUR 36,6 Mio. (2015: EUR 28,5 Mio.). Die Bruttomarge und die Umsatzkosten stellen sich wie folgt dar:

Mio. EUR	2016	2015
Umsatzerlöse	65,3	55,7
Marketingaufwendungen	-21,6	-17,5
Aktiviert Marketingaufwendungen	21,1	17,2
Umsatzanteile Dritter	-24,7	-23,9
Sonstige Umsatzkosten	-3,5	-3,0
Bruttomarge	36,6	28,5

Marketingausgaben und aktivierte Marketingausgaben

Effizientes Marketing ist für CLIQ Digital von großer Bedeutung. Es umfasst eine der wichtigsten Variablen für den Erwerb neuer Kunden, die Effizienz der Neukundengewinnung und sorgt damit für Umsatzwachstum und Profitabilität im Konzern. Die Nutzung der mobilen Internet-Werbung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Verfügbare, effiziente Werbemengen werden immer größer.

Im Jahr 2016 verzeichnete CLIQ Digital erneut einen deutlichen Anstieg der Marketingausgaben (+ 23,4 % gegenüber 2015), was im Jahr 2016 zu einem direkten Anstieg des Umsatzes im Vergleich zum Jahr 2015 führte.

Die Marketingausgaben für die Kundengewinnung werden als immaterieller Vermögenswert bilanziert und mit einer maximalen Amortisationszeit von 18 Monaten über den Lebenszyklus des Kunden abgeschrieben. Aufgrund der gestiegenen Marketingausgaben im Jahr 2016 erhöhten sich die aktivierten Marketingaufwendungen gegenüber dem Vorjahr.

Umsatzanteile Dritter

Die Umsatzanteile Dritter entfallen auf Netzbetreiber und Gateways, die die technischen Verbindungen mit den Netzbetreibern herstellen. Die Kosten sind fast vollständig variabel und schwanken erheblich zwischen den Ländern. Der Anteil der Einnahmen von Endkunden, der an die Netzbetreiber und Gateways geht, liegt zwischen 25 % in einigen Ländern und über 70 % in einigen anderen Ländern. In Europa belief sich der durchschnittliche Netzbetreiber- und Gateway-Anteil auf 37 % im Jahr 2016 (2015: 39 %), in Asien betrug der durchschnittliche Netzbetreiber- und Gateway-Anteil 54 % im Jahr 2016 (2015: 51 %). Aufgrund der Tatsache, dass CLIQ Digital einen größeren Teil ihrer Einnahmen in europäischen Ländern (2016: 82 %, 2015: 69 %) erwirtschaftete, mit einem entgegengesetzten Trend in Nordamerika (2016: 0 %, 2015: 13 %), führte ein positiver Länder-Mix im Berichtsjahr zu einer Verringerung der Umsatzanteile Dritter (37,8 %) gegenüber 2015 (42,9 %). Infolge der Umsatzsteigerungen erhöhen sich die Gesamtkosten 2016 dennoch (EUR 24,7 Mio.) im Vergleich zu 2015 (EUR 23,9 Mio.).

Sonstige Umsatzkosten

Die sonstigen Umsatzkosten bestehen im Wesentlichen aus Kosten für Kundenbetreuung, Kosten für Inhalte sowie Gateway- und Zahlungskosten. Der Großteil der sonstigen Umsatzkosten ist variabel und variiert zwischen den Ländern.

Im Fokus des Interesses steht hier die Kundenzufriedenheit. In diesem Zusammenhang zeigt sich das Unternehmen generell flexibel und entgegenkommend in Bezug auf Rückerstattungen. Es ist besonders wichtig, Kundenwünsche zu beachten und diese in die Entwicklung und Lizenzierung neuer Produkte mit einzubeziehen.

Die Produkte, die von CLIQ Digital vertrieben werden, werden hauptsächlich von Dritten lizenziert. Andere Produkte werden unternehmensintern oder im Auftrag von CLIQ Digital von anderen Unternehmen entwickelt. Ein engagiertes Team von CLIQ Digital sondiert und erkundet den Markt für digitale mobile Produkte und hat die Aufgabe, Parteien auszuwählen, die für CLIQ Digital relevante mobile digitale Produkte liefern können und mit diesen Verträge zu schließen. Infolge der Lizenzierung von Inhalten anstelle der Entwicklung von proprietären Inhalten entwickeln sich die Lizenzierungskosten in demselben Maße wie der Umsatz von CLIQ Digital.

Die sonstigen Umsatzkosten stiegen 2016 um EUR 0,5 Mio. auf EUR 3,5 Mio. (2015: EUR 3,0 Mio.). Der Anteil der sonstigen Umsatzkosten an den Umsatzerlösen betrug 2016 unverändert gegenüber dem Vorjahr bei 5,4 %.

(3) Aufwendungen, Abschreibungen und Amortisationen

Personalaufwendungen

Der Personalaufwand belief sich im Jahr 2016 auf EUR 7,7 Mio. im Vergleich zu EUR 6,3 Mio. im Jahr 2015 und lag damit bei 73,3 % der gesamten Betriebskosten (2015: 74,1 %). Die gesteigerten Aktivitäten des Konzerns führten auch zu einer Zunahme der Vollzeitstellen (Full Time Equivalents, FTE). 2016 waren im Durchschnitt 95 Mitarbeiter beschäftigt, nach 85 Beschäftigten im Jahr davor.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von EUR 2,8 Mio. (2015: 2,2 Mio.) beinhalten insbesondere folgende Positionen:

Mio. EUR	2016	2015
Raumaufwendungen	0,4	0,4
Reiseaufwendungen	0,5	0,4
Beratungsaufwendungen	1,3	1,0
Aufsichtsratsvergütungen	0,1	0,1
IT-Aufwendungen	0,5	0,4
Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	-	-0,1
Gesamt	2,8	2,2

Abschreibungen und Wertminderungen

Die Abschreibungen erhöhten sich 2016 auf EUR 21,6 Mio. (EUR 17,4 Mio. im Jahr 2015), die überwiegend die erhöhten Abschreibungen auf Kosten der Kundenakquisition in Höhe von EUR 21,0 Mio. (2015: EUR 15,4 Mio.) widerspiegeln. Der deutliche Anstieg der Abschreibungen im Jahr 2016 (EUR 21,1 Mio.) ergibt sich direkt aus der Aktivierung der gegenüber 2015 gestiegenen Marketingausgaben (EUR 17,2 Mio.).

(4) Finanzergebnis

Das negative Ergebnis aus Finanzerträgen und -aufwendungen belief sich im Jahr 2016 auf EUR 0,9 Mio. (2015: EUR 0,8 Mio.). Die Finanzerträge und -aufwendungen setzten sich Jahr 2016 im Wesentlichen aus Zinsaufwendungen (2016: EUR 0,4 Mio.; 2015: EUR 0,5 Mio.) und sonstigen Finanzaufwendungen (2016: 0,5 Mio. EUR; 2015 EUR 0,4 Mio.) zusammen.

(5) Ertragssteuern

Der effektive Steuersatz wird von den unterschiedlichen nationalen Steuerbestimmungen der Länder, in denen es Tochtergesellschaften von CLIQ Digital gibt, beeinflusst. Darüber hinaus wird der effektive Steuersatz von steuerlichen Verlustvorträgen beeinflusst. Insgesamt beträgt der effektive Steuersatz 2016 23,6 % (2015: 21,9 %). Eine detaillierte Analyse der steuerlichen Lage ist Anmerkung (7) des Konzernanhangs zu entnehmen.

Im Jahr 2016 haben die niederländischen Steuerbehörden die Körperschaftsteuer- und Mehr-

wertsteuerprüfung für das Geschäftsjahr 2013 für die niederländischen Geschäftseinheiten abgeschlossen. Diese Prüfung führte zu einer Anpassung der fortzuführenden Quellensteuern (WHT) für die Jahre 2011-2013, die von den Gateways zu den Auszahlungen an mehrere niederländische CLIQ-Beteiligungen abgezogen wurden. Die Auswirkung dieser Anpassung für die Jahre 2011-2013, aber auch für die Jahre nach 2015, ist vollumfänglich im Geschäftsjahr 2016 unter der Position Abschreibungen auf das Umlaufvermögen in der Gewinn- und Verlustrechnung enthalten und beträgt EUR 0,5 Mio. Die einzige Feststellung ergaben die fortzuführenden Quellensteuern (WHT), die von den Gateways von den Auszahlungen an mehrere niederländische CLIQ-Beteiligungen abgezogen wurden. Keine weiteren Diskrepanzen wurden von den niederländischen Steuerbehörden festgestellt.

Im Jahr 2016 haben die deutschen Finanzbehörden die Lohnabschlussprüfung für alle deutschen Gesellschaften in den Geschäftsjahren 2013 und 2014 abgeschlossen. Es wurden keine Diskrepanzen von den deutschen Finanzbehörden festgestellt.

2) NETTOVERMÖGEN

(1) Immaterielle Vermögenswerte

CLIQ Digital verfügte zum 31. Dezember 2016 über immaterielle Vermögenswerte von EUR 49,5 Mio. (2015: EUR 49,6 Mio.). Die wichtigste Komponente der immateriellen Vermögenswerte stellt der Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von EUR 43,2 Mio. dar, der durch einen Impairment-Test bestätigt wurde und gegenüber dem Vorjahr unverändert geblieben ist.

Die immateriellen Nettovermögenswerte, speziell für Marketingausgaben zur Kundengewinnung, beliefen sich zum 31. Dezember 2016 auf EUR 5,9 Mio. (2015: EUR 5,8 Mio.).

Die selbst erstellten immateriellen Vermögenswerte verringerten sich von EUR 0,5 Mio. zum 31. Dezember 2015 auf EUR 0,4 Mio. zum 31. Dezember 2016.

(2) Sachanlagevermögen

Die CLIQ Digital-Gruppe verfügte zum 31. Dezember 2016 über Sachanlagevermögen von EUR 0,4 Mio. (2015: EUR 0,5 Mio.). Dies betrifft insbesondere die IT-Ausstattung. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden TEUR 80 (2015: TEUR 33) in Sachanlagen investiert.

(3) Aktive latente Steuern

Zum Abschlussstichtag 2016 beliefen sich die aktiven latenten Steuern von CLIQ Digital auf EUR 1,8 Mio. im Vergleich zu EUR 2,5 Mio. zum 31. Dezember 2015. Auch im Geschäftsjahr 2016 wurde eine ausführliche Analyse der Werthaltigkeit der Steuerlatenz erstellt. Daraus geht hervor, dass die latenten Steuern zukünftig realisiert werden können. Es wurden keine aktiven latenten Steuern auf steuerliche Verlustvorträge gebildet, bei denen die Verwendung mit Unsicherheiten behaftet ist.

(4) Forderungen und sonstige Vermögenswerte

Zum 31. Dezember 2016 erhöhten sich die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen infolge gesteigerter Umsatzerlöse auf EUR 5,2 Mio. nach EUR 4,7 Mio. im Vorjahr. Dementsprechend erhöhten sich auch die Forderungen aus noch nicht in Rechnung gestellten Leistungen auf EUR 5,3 Mio. (2015: EUR 3,9 Mio.). Andere sonstige Vermögenswerte mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr, die Forderungen aus Dienstleistungen beinhalten, die noch nicht in Rechnung gestellt worden sind, summierten sich zum 31. Dezember 2016 auf EUR 5,7 Mio. (2015: EUR 5,1 Mio.). Vorauszahlungen erhöhten sich auf EUR 0,3 Mio. (2015: EUR 0,2 Mio.).

(5) Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente

Der Kassenbestand und das Guthaben bei Kreditinstituten beliefen sich zum 31. Dezember 2016 auf TEUR 49. (2015: TEUR 66).

3) FINANZLAGE

(1) Prinzipien und Ziele des Finanzmanagements

Das Finanzmanagement der Gruppe ist zentral auf der Ebene des Konzerns organisiert. Das Unternehmen verfolgt wertorientierte Finanzprinzipien, um zu jeder Zeit die Liquidität des Unternehmens sicherzustellen und die finanziellen Risiken minimieren zu können. Zudem strebt CLIQ Digital eine ausgewogene Relation in Bezug auf Fälligkeiten und Laufzeiten an. Der Finanzierungsbedarf wird durch Budget- und Cashflow-Planungen ermittelt und anhand aktueller Zahlen fortlaufend angepasst. Die Aktivitäten von CLIQ Digital konzentrieren sich derzeit auf Investitionen in das Wachstum und die Kernkompetenzen.

(2) Kapitalflussrechnung

CLIQ Digital erwirtschaftete 2016 einen Cashflow aus dem operativen Geschäft in Höhe von EUR 25,9 Mio. (2015: EUR 18,2 Mio.). Der Anstieg des Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit resultiert im Wesentlichen durch den Anstieg des EBITDA sowie einem Anstieg des Working Capital sowie sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten. Der Cashflow aus der Investitionstätigkeit belief sich 2016 auf minus EUR 21,2 Mio. (2015: minus EUR 17,3 Mio.) und ist hauptsächlich zurückzuführen auf die Erhöhung der Investitionen in immaterielle Vermögenswerte als Folge der Erhöhung der Marketingausgaben für die Kundengewinnung, die als immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen werden. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeiten betrug 2016 minus EUR -4,1 Mio. (2015:

EUR -4,8 Mio.) und ist das Ergebnis der Tilgung von Finanzkrediten der Commerzbank der damit verbundenen bezahlten Zinsen.

Die positive zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds betrug im Jahr 2016 EUR 0,5 Mio. (2015: EUR -3,9 Mio.). Im gleichen Zeitraum reduzierte sich der verwendete Kontokorrentkredit um EUR 0,6 Mio.

(3) Eigenkapital

CLIQ Digital verfügte zum 31. Dezember 2016 über ein Konzerneigenkapital von EUR 43,4 Mio. (2015: EUR 40,7 Mio.). Das Stammkapital von EUR 6.188.714,00 setzt sich aus 6.188.714 Aktien zusammen.

Zum 31. Dezember 2016 hielt das Unternehmen 4.000 eigene Aktien (Vorjahr: 4.000 Aktien). Die Kapitalrücklagen belaufen sich zum Bilanzstichtag 2016 auf EUR 46,6 Mio. (2015: EUR 46,6 Mio.).

Das negative erwirtschaftete Konzerneigenkapital des Mutterunternehmens von EUR 12,1 Mio. zum 31. Dezember 2015 ging aufgrund eines 2016 erzielten Konzern-Gesamtergebnisses in Höhe von EUR 2,7 Mio. auf EUR 9,3 Mio. zum 31. Dezember 2016 zurück. Für das Geschäftsjahr 2015 wurde keine Dividende gezahlt. Auf eine Dividendenzahlung wurde aufgrund von erhöhten Marketingausgaben und der Schuldenrückzahlungen verzichtet.

(4) Bankverbindlichkeiten

Die zum 31. Dezember 2016 festgestellten Bankverbindlichkeiten entsprechen vollumfänglich dem Kontokorrent Darlehen der Commerzbank AG, da der im März 2016 neu verhandelte Kreditvertrag mit einem ursprünglichen Betrag von EUR 3,00 Mio. und einem geltenden 1M-Euribor-Zinssatz von plus 2,85 % im Jahr 2016 vollständig zurückgezahlt wurde.

Die von der Commerzbank AG bereitgestellte Kontokorrent Kreditvereinbarung enthält (1) eine Fremdfinanzierung mit einem Zinssatz von 3M-Euribor plus 2,1 % und (2) einen Höchstbetrag mit einem Fixum von EUR 7,0 Mio. mit einem Zinssatz von 3M-Euribor plus 3,3 %. Das Fixum in Höhe von EUR 7,0 Mio. ist ab Januar 2017 zu 12 monatlichen Teilen von jeweils EUR 167 Tsd. zu tilgen, was per Dezember 2017 in einem Fixum von EUR 5,0 Mio. resultiert. Das gesamte Darlehen (1) und (2) der Commerzbank AG beträgt EUR 13,0 Mio.

Per 31. Dezember 2016 wurde für das Darlehen ein Betrag von EUR 10,6 Mio. genutzt.

Die Finanzierungsvereinbarungen mit der Commerzbank enthalten Finanzvereinbarungen mit einer Mindest-Eigenkapitalquote, einer Zinsdeckungsquote und einer Nettoverschuldung. Für das Geschäftsjahr 2016 sind alle Vereinbarungen erfüllt.

(5) Andere Verbindlichkeiten

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen stiegen von EUR 2,4 Mio. per 31. Dezember 2015 auf EUR 2,9 Mio. per 31. Dezember 2016 aufgrund der erhöhten Aktivitäten im Jahr 2016. Die sonstigen Verbindlichkeiten betragen EUR 4,2 Mio. (2015: EUR 3,4 Mio.) und bestehen im Wesentlichen aus Rückstellungen für Marketingausgaben und andere COS, die beide im Jahr 2016 gestiegen sind.

(6) Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Der Nettofinanzierungsbedarf bei Investitionen in das immaterielle Anlagevermögen betrug 2016 EUR 21,2 Mio. (2015: EUR 17,3 Mio.). Dieser setzt sich im Geschäftsjahr 2015 fast vollständig zusammen aus Marketingausgaben für die Kundengewinnung in Höhe von EUR 21,1 Mio. (2015: 17,2 Mio.).

Ein Betrag von TEUR 28,4 wurde in Software für die Bereitstellung und Fakturierung von Dienstleistungen (selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte, 2015: TEUR 82,1) investiert.

Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich im Jahr 2016 auf TEUR 80,2 (2015: TEUR 33,3) und betreffen im Wesentlichen Hardwareinvestitionen.

D. Finanzielle und nichtfinanzielle Kennzahlen

CLIQ Digital verwendet sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Kennzahlen, um sein Geschäft zu überwachen und zu führen. Die finanziellen und die nichtfinanziellen Leistungskennzahlen werden fortwährend gemessen und sind Teil der Monatsberichte an den Vorstand. Diese Berichte beinhalten eine Analyse der tatsächlichen Zahlen und ihrer Abweichungen von den geplanten Zahlen für jedes einzelne Land. Zusätzliche spezifische Analysen werden ereignisbezogen durchgeführt.

Die finanziellen Leistungskennzahlen, die verwendet werden, um die Geschäftsentwicklung von CLIQ Digital zu steuern, sind Umsatz und Marketingausgaben. Darüber hinaus sind der durchschnittliche Nettoumsatz pro User in den ersten sechs Monaten (ARPU), die Kosten pro Kundenakquisition (CPA), das Verhältnis von ARPU zu CPA (der sog. CLIQ-Factor) sowie der Kundenbasiswert (die Nettoeinnahmen, die durch die vorhandene Kundenbasis generiert werden) die wichtigsten Leistungskennzahlen. Der durchschnittliche Nettoumsatz pro User in den ersten sechs Monaten und die Kosten pro Kundenakquisition sind die bestimmenden Faktoren im Prozess der Entscheidungsfindung bezüglich der Frage, ob in bestimmte Produkte/Märkte investiert wird oder nicht. Im Berichtsjahr hat CLIQ Digital seine Konzentration auf Länder mit hohen Einnahmen erhöht, folglich ist der ARPU um 8,6 % von EUR 10,80 in 2015 auf EUR 11,73 in 2016 gestiegen. Der CPA ist im gleichen Zeitraum um 7,5 % gestiegen. Als

Ergebnis ist das Verhältnis von ARPU zu CPA (CLIQ-Faktor) von 1,40 im Jahr 2015 auf 1,41 im Jahr 2016 gestiegen. Dies unterstreicht die Steigerung der Kundenprofitabilität. Der Kundenbasiswert hat sich von EUR 19,2 Mio. zum 31. Dezember 2015 auf EUR 20,9 Mio. zum 31. Dezember 2016 erhöht.

Entwicklung wichtiger Leistungskennzahlen im Geschäftsjahr 2016

	2016	2015
Zahl der Verkaufsabschlüsse	2.599.389	2.263.852
ARPU (Netto-Umsatz pro User in den ersten 6 Monaten) in EUR	11,73	10,8
CPA (Kosten pro Akquisition) in EUR	8,32	7,74
ARPU/CPA (CLIQ-factor)	1,41	1,40
Marketingaufwendungen in EUR Mio.	21,6	17,5
Kundenbasiswert in EUR Mio.	20,9	19,2
Umsatz in EUR Mio.	65,3	55,7

III. PROGNOSE-, CHANCEN- UND RISIKOBERICHT

A. Prognosebericht

Im laufenden Geschäftsjahr plant die Unternehmensgruppe eine deutliche Erhöhung ihrer Marketingausgaben. In der Folge rechnet CLIQ Digital mit einem zweistelligen prozentualen Anstieg der Verkaufszahlen und erwartet ein prozentual zweistelliges Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr. Im zweiten Halbjahr 2016 rechnet CLIQ Digital damit, dass ein zunehmender Teil der Einnahmen außerhalb Europas generiert werden. Daher erwartet CLIQ Digital, dass ARPU und CPA (der sog. CLIQ-Factor) abnehmen werden, wobei das Verhältnis zwischen

ARPU und CPA mindestens auf dem Niveau 2015 gehalten werden soll.

Entwicklung von wichtigen Leistungskennzahlen

	2016	Ziel 2017
Zahl der Verkaufsabschlüsse	2.599.389	Zweistelliges Wachstum
ARPU (Netto-Umsatz pro User in den ersten 6 Monaten) in EUR	11,73	(Leichter) Rückgang
CPA (Kosten pro Akquisition) in EUR	8,32	(Leichter) Rückgang
ARPU/CPA (CLIQ-factor)	1,41	Stabil
Marketingaufwendungen in EUR Mio.	21,6	Zweistelliges Wachstum
Kundenbasiswert in EUR Mio.	20,9	Zweistelliges Wachstum
Umsatz in EUR Mio.	65,3	Zweistelliges Wachstum

B. Chancenbericht

BENUTZUNG VON SMARTPHONES

Der Markt für mobilen Content wird in einem beträchtlichen Umfang beeinflusst von den technischen Möglichkeiten der Smartphones, dem Anstieg der verfügbaren Bandbreite und der Möglichkeit für immer mehr Menschen weltweit, immer online zu sein. Dass Smartphones eine immer wichtigere Rolle im Leben vieler Menschen spielen, ist eine große Chance für CLIQ Digital als Vermarkter und Vertreiber von Content und funktionaler Software für Smartphones. CLIQ Digital verfolgt die Strategie, Inhalte von Dritten zu beziehen, anstatt sich auf ein eigenes Entwicklungsteam zu beschränken. Dies gibt CLIQ Digital die Möglichkeit, sein Produktportfolio kurzfristig und flexibel zu erweitern, wobei der Markt innerhalb kürzester Zeit erschlossen wird und nicht die Notwendigkeit

besteht, detaillierte Kenntnisse zu erlangen, die erforderlich sind, um erfolgreiche Produkte in neuen Segmenten zu entwickeln. Die Erfahrung, die CLIQ Digital mit der Lizenzierung von Inhalten von Dritten hat, macht CLIQ Digital zu einem Unternehmen, das gut aufgestellt ist, um ein breites Spektrum neuer Bereiche zu erschließen.

VERFÜGBARKEIT VON INHALTEN

Der heterogene Zielmarkt von CLIQ Digital verlangt, dass die Gesellschaft ein breites Spektrum an Produkten anbietet. Anstatt eine große Kreativ- und Produktentwicklungsabteilung aufzubauen, konzentriert sich CLIQ Digital schwerpunktmäßig auf die Vermarktung und den Verkauf von lizenzierten Inhalten und in einem geringeren Ausmaß von gekauften Inhalten. Ein engagiertes Team bei CLIQ Digital sondiert und erkundet fortwährend den Markt für digitale mobile Produkte. Deren Aufgabe ist es, Parteien auszuwählen, die für CLIQ Digital relevante mobile digitale Produkte liefern können, und mit diesen Verträge abzuschließen.

Insbesondere aufgrund der wachsenden Marktdurchdringung von Smartphones und der Zunahme von Mobilfunknetzanbietern, wie 4G und 5G, erwartet CLIQ Digital eine erhöhte Auslieferung und Nachfrage bei funktionalen Software-Anwendungen für Mobilgeräte. Daher wird CLIQ Digital bei seinen ihren Bemühungen, die richtigen Inhalte für ihre Kunden auszuwählen und zu lizenzieren, seinen Schwerpunkt noch stärker auf dieses Segment des Marktes für digitale Produkte legen.

In den letzten Jahren hat CLIQ Digital umfassende Erfahrungen beim Ausbau ihrer Marktanteile, insbesondere auf neue Märkte, gesammelt. CLIQ Digital hat etablierte Methoden und Instrumente entwickelt, um zuverlässig neue Märkte auszuwählen, zu analysieren und in diese erfolgreich

einzutreten. Die Gesellschaft wird weiterhin ihre Erfahrung nutzen, um ihr Geschäft in anderen Ländern zu erweitern, die eine vielversprechende Kundenbasis für nachhaltige Gewinne bieten.

Insgesamt sieht CLIQ Digital in ausreichendem Umfang Möglichkeiten für das profitable Direktmarketing von digitalen Produkten in zahlreichen geographischen Märkten.

DIRECT MEDIA BUYING

CLIQ Digital erwartet eine Steigerung der Bruttomarge und einen stärkeren Zugriff auf die Wertschöpfungskette durch den Umstieg auf Direct Media Buying sowie auf das eigene CLIQ Affiliate Marketing. Die Herausnahme von Affiliate-Partnern ermöglicht CLIQ eine bessere Kontrolle ihres eigenen Marketings.

BUSINESS TO BUSINESS (BTB)

CLIQ hat damit begonnen, seine Dienstleistungen in den Bereich Business-to-Business zu erweitern, indem es seine Infrastruktur für Dritte öffnet. Damit bietet CLIQ Content-Anbietern und Distributoren die Möglichkeit, CLIQ als Zahlungsplattform zu nutzen sowie weitere CLIQ-Services und Know-how beim Vertrieb und der Verkaufsförderung digitaler Inhalte und Services zu nutzen.

C. Risikobericht

VERSCHÄRFTES WETTBEWERBSUMFELD

Das wirtschaftliche Umfeld im Markt der digitalen mobilen Produkte ist durch einen harten Wettbewerb gekennzeichnet. CLIQ Digital hat in seinem gesamten Geschäft mehrere Wettbewerber. Das Unternehmen ist mit der Gefahr eines härteren Wettbewerbs durch andere Unternehmen konfrontiert, die aktuell in

angrenzenden Märkten aktiv sind und/oder sich entschließen, ihr Geschäft aufgrund der zu erwartenden hohen Wachstumsraten in diesem Markt auf die direkte Vermarktung von digitalen mobilen Produkten auszuweiten. Es ist möglich, dass einige der Wettbewerber von CLIQ Digital deutlich mehr finanzielle Mittel, bessere Finanzierungsmöglichkeiten oder größere technische Ressourcen zur Verfügung haben und daher in der Lage sind, Marktanteile zu Lasten von CLIQ Digital zu gewinnen. Darüber hinaus ist es möglich, dass Wettbewerber Produkte beziehen, entwickeln und anbieten, die den Produkten und Dienstleistungen von CLIQ Digital überlegen sind oder eine größere Marktakzeptanz erreichen. Einige Wettbewerber verfügen möglicherweise auch über mehr Erfahrung mit der Vermarktung dieser Produkte.

Zudem sind die Hemmnisse für den Eintritt in den Markt für digitale mobile Produkte gering, da nicht unbedingt umfangreiche Investitionen oder eine komplexe technische Infrastruktur erforderlich sind, um solche Produkte zu beziehen, zu entwickeln und anzubieten.

ABHÄNGIGKEIT VON TECHNISCHEN ENTWICKLUNGEN

Der Markt für digitale Produkte ist ein Geschäftsfeld, das sich schnell verändert. Es ist von sich schnell ändernden Technologien, der häufigen Einführung von neuen oder veränderten Produkten und sich schnell ändernden Kundenbedürfnissen gekennzeichnet. Der Erfolg von CLIQ Digital ist stark abhängig von der Fähigkeit des Unternehmens, neue Tendenzen und Entwicklungen bei der Benutzung digitaler Produkte richtig zu antizipieren und zu erkennen, die angebotenen digitalen Produkte ständig zu verbessern, um deren Attraktivität aufrechtzuerhalten, zur richtigen Zeit neue Produkte anzubieten, schnell auf sich verändernde Kundenbedürfnisse zu reagieren und insbesondere eine beträchtliche Zahl von Kunden, die bereit sind,

für die von CLIQ Digital angebotenen Produkte zu zahlen, zu gewinnen und zu behalten. Zu diesem Zweck muss CLIQ Digital beträchtliche Mittel sowohl für die Marktforschung und -Analyse als auch für das Marketing zur Einführung neuer digitaler Produkte aufwenden. Entscheidungen in diesen Angelegenheiten müssen oft weit vor der Produktfreigabe getroffen werden, um diese rechtzeitig umsetzen zu können. Daher hängt der Erfolg von CLIQ Digital teilweise von unvorhersehbaren und volatilen Faktoren ab, die für das Unternehmen nicht steuerbar sind, wie Konsumentenpräferenzen, konkurrierende digitale Produkte, neue mobile Bezahl-Plattformen und Verfügbarkeit anderer Unterhaltungsangebote. Zudem ist CLIQ Digital von Entwicklern und von der Qualität ihrer Produkte sowie deren Wille und Fähigkeit, diese ständig zu verbessern, abhängig.

ABHÄNGIGKEIT VON NETZBETREIBERN, TECHNISCHEN DIENSTLEISTERN UND ABRECHNUNGSPARTNERN

Bei der Vermarktung seiner Produkte ist CLIQ Digital von externen Dienstleistern abhängig. Insbesondere spielen Mobilnetzbetreiber eine wichtige Rolle bei der Bereitstellung und Fakturierung von mobilen und interaktiven Dienstleistungen. Die Dienstleistungen der Netzbetreiber umfassen bis zu einem Grad die Abrechnung der digitalen Produkte von CLIQ Digital über Telefonrechnungen und Prepaid-Konten, für die sie einen beträchtlichen Teil der Gesamtzahlungen erhalten, die von den Endkunden geleistet werden. Wenn solche Netzbetreiber die technischen Voraussetzungen oder die finanziellen Bedingungen ihrer Dienstleistungen zum Nachteil von CLIQ Digital ändern, kann CLIQ Digital diese Nachteile möglicherweise nicht an seine Kunden weitergeben. Zusätzliche Risiken, die sich aus der Zusammenarbeit mit Netzbetreibern ergeben, sind Vertragsstrafen und temporäre oder strukturelle Ausfälle von Plattformen, Systemen, Daten und Abrechnungssystemen.

Zusätzlich birgt die Beteiligung von technischen Dienstleistern (zum Beispiel Gateways, welche die Verbindung zu den Netzbetreibern bereitstellen) immer das Risiko temporärer oder struktureller Ausfälle von Plattformen und Systemen. Zudem stellt die Zahlungsfähigkeit der Dienstleister selbst ein gesondertes Risiko dar, das sich insbesondere auf die Möglichkeit von CLIQ Digital, Zahlungen über die Kundenabrechnungsverfahren des Netzbetreibers zu erhalten, auswirken könnte.

CLIQ Digital nutzt neben Mobilnetzbetreibern auch andere Zahlungsarten und Zahlungspartner, z. B. PayPal, die auch Risiken im Zusammenhang mit Umsatzausfällen oder Haftungsrisiken mit sich bringen, beispielsweise aufgrund von Abwicklungsfehlern, Hackerangriffen oder der Nichterfüllung der finanziellen Verpflichtungen der Dienstleister gegenüber CLIQ Digital.

VERSCHÄRFUNG DER RECHTLICHEN ANFORDERUNGEN UND REGULIERUNG

CLIQ Digital ist mit einer wachsenden Zahl von Vorschriften gemäß den Telekommunikationsgesetzen und -bestimmungen sowie strengeren Vorschriften für werbliche Aussagen konfrontiert, insbesondere mit einer wachsenden Zahl von Verbraucherschutzgesetzen. Die Märkte für digitale mobile Produkte sind jung, zeichnen sich durch ständige technische und wirtschaftliche Innovationen aus und weisen ein starkes Wachstum auf. Es gibt bei bestimmten Regierungen, Gesetzgebern, Verbraucherschutzorganisationen, Mobilnetzbetreibern, Datenschutzbehörden und anderen Behörden in einigen Ländern, in denen CLIQ Digital seine Produkte vertreibt, eine Tendenz, in einigen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeiten von CLIQ Digital relevant sind, Bestimmungen zunehmend zu intensivieren. Hier besteht das Risiko der Überregulierung oder gar des Wegfalls oder des Verbots bestimmter Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle. Aufgrund der fort-

schreitenden Verschärfung der Bestimmungen muss CLIQ Digital auf diese Veränderungen reagieren und teilweise sein eigenes Geschäftsmodell entsprechend anpassen. Schließungen, Geldstrafen oder Verbote sind in dieser Hinsicht besondere Risiken. Es ist auch wichtig, schnell und angemessen auf solche sich schnell ändernden Bestimmungen zu reagieren.

ABHÄNGIGKEIT VON ENDVERBRAUCHERN UND TRENDS

Endverbraucher, insbesondere junge Menschen, folgen gern neuen Trends. Das heißt, dass es möglich ist, dass Kunden Produkte, die heute beliebt sind, morgen nicht mehr angenommen werden. Dies kann sich unter anderem negativ auf Medieneffizienzen (z. B. Kosten pro Neukunde), Preissensitivität, Kündigungsraten, Prepaid-Guthaben, Umsatz pro Kunde sowie Marktakzeptanz von Produkten auswirken. Auch die allgemeine wirtschaftliche Lage kann einen starken Einfluss auf Saisonalität, Preissensitivität sowie die Kaufkraft der Zielgruppen haben. Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage, beispielsweise durch eine Ausweitung der Finanzkrise oder einen Einbruch des Konsumentenvertrauens, kann sich negativ auf den Umsatz und die Profitabilität des Unternehmens auswirken. Durch die Abnahme der Kaufkraft der (potenziellen) Kunden kann das Unternehmen unter Druck geraten. Durch die Konvergenz der Technik kann es auch passieren, dass Konsumenten auf andere Produkte oder Angebote ausweichen.

ABHÄNGIGKEIT VON INHALTELIEFERANTEN

Inhaltelieferanten haben in bestimmten Bereichen eine starke Machtposition inne und können das Geschäft und seine Profitabilität beeinflussen. Insbesondere im Bereich der Musik herrschen in einigen Ländern unterschiedliche Meinungen vor, was die Inhaberschaft an Rechten zur Vermarktung von Klingeltönen und von

Musik-Clips und Musik-Videos angeht und was verschiedene Marktteilnehmer (Musikverlage, die GEMA, Unternehmen der Musikindustrie und Aggregatoren) angeht. Unternehmensfusionen und internationale Konzentration treten auch unter Inhaltelieferanten auf. Einige individuelle Marktteilnehmer sind Eigentümer wichtiger und erfolgreicher Rechte (z. B. Spielelizenzen, Namensrechte, technische Patente). In Abhängigkeit vom Lieferanten können immer Preiserhöhungen, Mindestpauschalen oder gar Beschränkungen oder Ausschlüsse bestimmter Lieferanten auftreten. Im Bereich der Online-Spiele und der mobilen Spiele werden Spiele verwendet, die von Dritten lizenziert werden. Lizenzbedingungen, die Zusammenarbeit und insbesondere weitere technische Entwicklungen sind in diesem Zusammenhang wichtige Elemente. Sie alle können zu Komplikationen führen.

ABHÄNGIGKEIT VON MARKETINGUNTERNEHMEN

Die Kooperation mit Marketingpartnern und der Kauf von Werbeflächen sind sehr wichtig für das Geschäft von CLIQ Digital. Rechtliche oder tatsächliche Veränderungen bei der Verfügbarkeit von Medien- und Werbeflächen (darin eingeschlossen durch Programmgestaltung, Ausrichtung der Rundfunkunternehmen, Regulierung) könnten sich nachteilig auf das Geschäft von CLIQ Digital auswirken. Auch muss CLIQ Digital sich darauf verlassen, dass die von seinen Marketingpartnern verwendeten Marketingmaterialien mit den örtlichen Gesetzen im Einklang stehen, um Geldstrafen, Schließungen oder andere negative Folgen zu vermeiden. Zudem könnte es durch einen Anstieg der Kosten für Werbeflächen für CLIQ Digital nötig werden, entweder sein Marketing- und Werbebudget zu erhöhen oder seine Marketingaktivitäten zu reduzieren, was zu einer geringeren Sichtbarkeit für die Kunden führen könnte. Auch könnten intensivere Marketing- und Werbeaktivitäten

der Wettbewerber eine Herausforderung für die Fähigkeit von CLIQ Digital sein, seine Marktstellung zu verteidigen.

ABHÄNGIGKEIT VON SOFTWARE, IT-SYSTEMEN UND NETZWERKEN

Die Geschäftstätigkeiten, insbesondere die Steuerung der Dienstleistungspalette, beruhen im Wesentlichen auf unternehmensintern entwickelter Software und externer Software. Sie beruhen zudem sowohl auf zentralisierten, standardisierten informationstechnischen Systemen und Netzwerken zur Unterstützung von Geschäftsprozessen als auch auf internen und externen Kommunikationssystemen. Software, Systeme und Netzwerke sind potenziell anfällig für Fehler, Angriffe mit Viren, Schäden, Störungen und Sicherheitsbedrohungen von einer Vielzahl von Quellen. Die Präventivmaßnahmen, die CLIQ Digital ergriffen hat, könnten sich als unzureichend herausstellen, um die Risiken auszuschließen, die mit der Software, den Systemen, Netzwerkstörungen und -bedrohungen, Unterbrechungen in einem von den Systemen von CLIQ Digital verwendeten Datenzentrum und/oder einem Telekommunikationsnetzwerk, Sicherheitslücken oder anderen ähnlichen Umständen verbunden sind.

ABHÄNGIGKEIT VON FÜHRUNGSKRÄFTEN UND PERSONAL

Die zukünftige Erreichung der strategischen und operativen Ziele von CLIQ Digital hängt von der Fähigkeit ab, qualifizierte fachlich kompetente Mitarbeiter und Führungskräfte einzustellen und diese langfristig im Unternehmen zu halten. Ein intensiver Wettbewerb im Markt für digitale mobile Produkte hat zu einem Mangel an qualifizierten Angestellten mit den erforderlichen Marktkenntnissen geführt und das Unternehmen befindet sich mit seinen Konkurrenten in einem harten Wettbewerb um qualifizierte Angestellte.

RISIKEN IM ZUSAMMENHANG MIT AKQUISITIONEN

CLIQ Digital beabsichtigt, auch durch weitere Akquisitionen von Unternehmen, Gesellschaften und Kapitalanteilen an Gesellschaften zu wachsen. Solche Transaktionen, insbesondere die Akquisition von Unternehmen, bergen das Risiko, dass CLIQ Digital – trotz einer sorgfältigen Due Diligence-Prüfung – den potentiellen Nutzen und Synergien überschätzt und die Transaktionsrisiken und die damit einhergehenden Transaktions- und Integrationskosten unterschätzt und einen übermäßig hohen Kaufpreis zahlt.

CASHFLOW-RISIKO

CLIQ Digital betätigt sich in einem kapitalintensiven Markt, in dem ausreichende Marketingbudgets benötigt werden, um das prognostizierte Umsatzwachstum zu erreichen. Der prognostizierte operative Cashflow ist ausreichend, sowohl um die Tilgungszahlungen zu leisten, die mit dem laufenden Darlehensvertrag mit der Commerzbank verbunden sind als auch um die notwendigen Marketinginvestitionen zu tätigen. Wenn jedoch der operative Cashflow – aus welchem Grund auch immer – nicht ausreicht, könnte der mit der Commerzbank vereinbarte Tilgungsplan CLIQ Digital darin beschränken, in ausreichendem Umfang Mittel in das Marketing zu reinvestieren, was sich auf das Wachstumspotenzial von CLIQ Digital auswirken würde.

FORDERUNGS AUSFALL

Ein Großteil der Forderungen von CLIQ Digital bestehen gegenüber einigen technischen Dienstleistern bzw. Netzbetreibern. In dem Fall, dass einer dieser Partner in Zahlungsschwierigkeiten kommt oder aus sonstigen Gründen nicht zahlt, kann dies zu finanziellen Engpässen oder Problemen führen. Auch der potenzielle

Zahlungsausfall von anderen Kunden (im In- und Ausland) sowie eine mögliche Zahlungsverweigerung von Endkunden beinhalten ein Forderungsausfallrisiko.

FINANZIERUNG DES WORKING CAPITAL DURCH VORAUSZAHLUNG

CLIQ Digital muss Marketingausgaben im Allgemeinen im Voraus bezahlen. Die Netzbetreiber, Zahlungsanbieter und technischen Service Provider zahlen allerdings grundsätzlich später. Ein Teil dieser Finanzierungslücke wird mit der Grundfinanzierung durch die Commerzbank finanziert. Ein ersatzloser Wegfall der Vorauszahlungen beziehungsweise der Grundfinanzierung würde die Umsetzung der Wachstumsstrategie von CLIQ Digital beeinträchtigen und könnte wesentliche negative Auswirkungen auf die Finanz- und Ertragslage des Unternehmens haben.

WÄHRUNGSRISENEN

Ein erheblicher Teil der Einnahmen von CLIQ Digital werden in einer anderen Währung als der Basiswährung EURO berechnet. Eine ungünstige Entwicklung des Wechselkurses der Landeswährung im Verhältnis zum Euro könnte sich auf die Rentabilität von CLIQ Digital in dem jeweiligen Land auswirken.

KREDITFINANZIERUNG

Die Geschäftstätigkeiten von CLIQ Digital werden in einem beträchtlichen Ausmaß fremdfinanziert. Daher kann sich ein Anstieg der Zinssätze negativ auf die CLIQ Digital auswirken. Zudem ist CLIQ Digital darauf angewiesen, dass das Unternehmen auch künftig in der Lage ist, eine Refinanzierung zu angemessenen Konditionen zu erhalten.

ABHÄNGIGKEIT VON MAKRO-ÖKONOMISCHEN ENTWICKLUNGEN

CLIQ Digital ist mit makroökonomischen Risiken konfrontiert, die durch die Unbeständigkeit der weltweiten wirtschaftlichen Bedingungen hervorgerufen werden. Beispielsweise gibt es weiterhin Bedenken im Hinblick auf die Schuldenlast bestimmter Länder der Eurozone und deren Fähigkeit, zukünftigen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Risikobedenken gibt es auch bezogen auf die generelle Stabilität des Euro und die Geeignetheit des Euro als Einheitswährung angesichts der vielfältigen wirtschaftlichen und politischen Umstände in den einzelnen Mitgliedstaaten. Eine ungünstige wirtschaftliche Entwicklung auf regionaler oder weltweiter Ebene könnte zu einem schwachen Wachstum oder gar Marktabschwüngen, hoher Arbeitslosigkeit, Währungsinstabilität, einem erhöhten Kreditrisiko bei den Vertragspartnern und einem hohen Maß an wirtschaftlicher Unbeständigkeit sowie zu anderen Konsequenzen führen, die sich nachteilig auf das Geschäft von CLIQ Digital auswirken könnten und einem hohen Maß an wirtschaftlicher Unbeständigkeit sowie zu anderen Konsequenzen führen, die sich nachteilig auf das Geschäft von CLIQ Digital auswirken könnten.

JUNGE MÄRKTE

Statistische Daten zu Marktanteilen, Wachstumsraten und Umsätzen von Anbietern von mobilen und interaktiven Mehrwertdienstleistungen beruhen hauptsächlich auf Schätzungen von Marktforschungsinstituten oder auf Studien, welche die Anbieter selbst durchgeführt haben. Da die Märkte jung und dynamisch sind, ist es relativ schwierig, genaue Schätzungen vorzunehmen. Dies ist auch auf den Umstand zurückzuführen, dass es keine genauen Definitionen der Marktgebiete gibt. Daher gibt es keine exakten Informationen über die Marktgröße, die Wachstumsraten, tatsächliche oder potenzielle Wettbewerber oder Markttendenzen.

RISIKEN IM ZUSAMMENHANG MIT RECHTEN DRITTER

CLIQ Digital vertreibt digitale Produkte für Mobilgeräte, die meist von externen Personen und Unternehmen entwickelt werden. Da CLIQ Digital in den meisten Fällen nicht direkt am Entwicklungsprozess beteiligt ist, ist die Fähigkeit des Unternehmens, Verletzungen der Rechte des geistigen Eigentums Dritter zu verhindern, begrenzt. Dies betrifft insbesondere Patente, Urheberrechte und Warenzeichen, aber auch jegliche andere Rechte des geistigen Eigentums.

Beim Vertrieb digitaler Produkte, die solche Rechte verletzen, könnte auch CLIQ Digital versehentlich Rechte des geistigen Eigentums von Dritten verletzen.

RISIKEN BEI DER UMSATZSTEUER, BEI GEWERBESTEUERLICHEN UND BEI KÖRPERSCHAFTSTEUERLICHEN VERLUSTVORTRÄGEN

CLIQ Digital ist in zahlreichen Ländern umsatzsteuerpflichtig. Aufgrund des Geschäftsmodells von CLIQ Digital können Zweifelsfragen in der Anwendung der jeweiligen Umsatzsteuervorschriften bestehen. Dabei können die Finanzverwaltungen der Länder, in denen der Konzern tätig ist, abweichende Auffassungen zu denen des Managements von CLIQ Digital haben, die zu umsatzsteuerlichen Mehrbelastungen führen können. Zudem könnten Änderungen des Steuerrechts, das CLIQ Digital in den verschiedenen Rechtsräumen zu beachten hat, insbesondere im Hinblick auf eine mögliche Beschränkung

der Verrechnung von Verlustvorträgen, nachteilige Auswirkungen für CLIQ Digital haben. Auch wenn diese keine Auswirkungen auf die Liquidität haben, können der latente Steuerertrag und der latente Steueraufwand einen wesentlichen Einfluss auf den Gewinn haben. Latente Steuererträge können sich auch aus der Aktivierung von Verlustvorträgen als Vermögenswert in der Konzernbilanz ergeben

HOLDING- UND HAFTUNGSRISIKO

Die CLIQ Digital AG haftet auf der Basis eines Gewinnabführungsvertrages für die Bob Mobile Deutschland GmbH, Artiq Mobile B.V., Bluetiq GmbH, Guerilla Mobile Asia Pacific Pte. Ltd., Bob Mobile Deutschland GmbH, Bob Mobile Hellas S.A., CLIQ B.V., Blinck Mobile Ltd., TMG Singapore PTE Ltd., The Mobile Generation Americas Inc., Cructiq AG, Just A Game Hellas S.A., Rheinkraft Production GmbH, GIM Global Investments Munich GmbH, iDNA B.V. und Grumbl Media B.V. sind 100-%ige Tochtergesellschaften. Die CLIQ Digital AG agiert als Zulieferer für diese Unternehmen und in einzelnen Fällen – z. B. bei internationalen Rahmenverträgen mit Dienstleistern – als Hauptvertragspartner. Die CLIQ Digital AG übernimmt als Muttergesellschaft auch teilweise die Haftung bzw. Bürgschaften sowie Verlustübernahmen. Das Geschäft der CLIQ Digital AG bringt auch diverse Haftungsrisiken mit sich. Haftungsrisiken können z. B. von Seiten der Kunden und Partner durch nicht erhaltene oder mangelhafte Produkte entstehen. Von Seiten der Lizenzgeber, der Rechteinhaber, der Inhalteverkäufer, der Inhalteproduzenten und Markeninhaber ergeben sich Risiken durch nicht rechtmäßig erworbene oder nicht geklärte Lizenzen/Rechte. Von Seiten der Medien, der Netzbetreiber und der übrigen Partner bestehen Risiken durch fehlerhafte Abrechnungen, Systemausfälle, Nichteinhalten von Medien- oder sonstigen Vorgaben und/oder von Verträgen. Auch von Seiten der

Regulierer sowie Verbraucherverbänden kann es zu Haftungstatbeständen kommen.

Die oben genannten Risiken werden regelmäßig durch das Risikomanagementsystem überwacht und im monatlichen Berichtssystem von CLIQ Digital dargestellt. CLIQ Digital erwartet zunehmende Auswirkungen von strengeren rechtlichen Vorschriften und Bestimmungen für seinen Geschäftsbetrieb. Diesem Thema wird besondere Aufmerksamkeit gewidmet, um das Risiko zu minimieren.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass die Risiken keine negativen Folgen für den Fortbestand von CLIQ Digital haben werden.

IV. NACHTRAGSBERICHT

Nach dem Abschlussstichtag 31. Dezember 2015 sind keine Ereignisse eingetreten, die für die CLIQ Digital Gruppe von wesentlicher Bedeutung sind und zu einer veränderten Beurteilung des Unternehmens führen könnten.

3. April 2017

Der Vorstand

Luc Voncken
Ben Bos

3

KONZERN- ABSCHLUSS



konzernbilanz

NACH IFRS ZUM 31. DEZEMBER 2016

AKTIVA in TEUR	Anmerkung	31.12.2016	31.12.2015
LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Immaterielle Vermögenswerte		49.498,8	49.573,8
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	9	357,3	525,0
Kundengewinnung	9	5.924,9	5.832,2
Geschäfts- oder Firmenwert	9	43.216,6	43.216,6
Sachanlagen		379,4	497,1
Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10	379,4	497,1
Aktive latente Steuern	11	1.795,9	2.514,3
Langfristige Vermögenswerte gesamt		51.674,1	52.585,2
KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
Forderungen		5.152,0	4.679,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12	5.152,0	4.679,9
Sonstige Vermögenswerte	13	5.730,4	5.112,7
Sonstige Vermögenswerte (sofern Restlaufzeit < 1 Jahr)		5.730,4	5.112,7
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	14	49,4	65,9
Kurzfristige Vermögenswerte gesamt		10.931,8	9.858,5
Bilanzsumme		62.605,9	62.443,7

PASSIVA in TEUR	Anmerkung	31.12.2016	31.12.2015
Konzerneigenkapital			
GEZEICHNETES KAPITAL	15	6.188,7	6.188,7
Abzüglich: eigene Anteile	15	-4,0	-4,0
Summe gezeichnetes Kapital	15	6.184,7	6.184,7
Kapitalrücklage	15	46.556,4	46.639,8
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital des Mutterunternehmens	15	-9.320,9	-12.076,7
Minderheitsanteile		6,4	-
Summe Eigenkapital		43.426,6	40.747,8
SCHULDEN			
Langfristige Schulden			
Passive latente Steuern	11	459,0	92,2
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (sofern Restlaufzeit > 1 Jahr)	18	5.000,0	7.000,0
		315,8	-
Sonstige Verbindlichkeiten (sofern Restlaufzeit > 1 Jahr)	18	9,3	46,5
Langfristige Schulden gesamt		5.784,1	7.138,7
Kurzfristige Schulden			
Sonstige Rückstellungen	17	724,0	823,1
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (sofern Restlaufzeit < 1 Jahr)	18	5.638,0	7.920,8
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (sofern Restlaufzeit < 1 Jahr)	18	2.851,5	2.392,2
Sonstige Verbindlichkeiten (sofern Restlaufzeit < 1 Jahr)	18	4.181,7	3.421,1
Kurzfristige Schulden gesamt		13.395,2	14.557,2
Summe Schulden		19.179,3	21.695,9
Bilanzsumme		62.605,9	62.443,7

konzerngesamtergebnisrechnung

NACH IFRS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR
VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2016

in TEUR	Anmerkung	2016	2015
Brutto Umsatzerlöse	1	65.295,9	55.707,9
Umsatzkosten	2	-28.659,5	-27.171,9
Bruttomarge		36.636,4	28.536,0
Personalaufwand	3	-7.686,1	-6.355,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	4	-2.823,8	-2.194,1
Betriebliche Gesamtaufwendungen	2	-10.509,9	-8.549,9
Betriebliches Ergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBITDA)		26.126,5	19.986,1
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, auf Sachanlagen und auf Umlaufvermögen	5	-21.643,3	-17.391,3
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	5	-21.233,8	-15.746,0
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	-197,9	-213,7
Abschreibungen auf das Umlaufvermögen	5	-211,6	-1.431,6
Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)		4.483,2	2.594,8
Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		-	15,9
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-880,8	-878,6
Finanzergebnis	6	-880,8	-862,7
Ergebnis vor Steuern (EBT)		3.602,4	1.732,1
Steuern	7	-850,2	-379,0
Konzern-Gesamtergebnis		2.752,2	1.353,1
Gewinn Anteil Minderheiten		6,4	-
Ergebnisanteil der Aktionäre der CLIQ Digital AG		2.745,8	1.353,1
Anzahl der Aktien für die Berechnung unverwässertes Ergebnis je Aktie (in tausend Stück)		6.188,7	6.188,7
Anzahl der zusätzlichen Aktien für die Berechnung verwässertes Ergebnis je Aktie (in tausend Stück)		163,6	175,1
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	8	0,44	0,22
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	8	0,43	0,21

kapitalflussrechnung

NACH IFRS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR VOM
1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2016

in TEUR	2016	2015
1. Periodenergebnis (einschließlich Ergebnisanteile von Minderheitsgesellschaftern)	2.745,8	1.353,1
2. + Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Finanzanlagen	21.431,7	15.959,7
3. + Zunahme der Rückstellungen	-99,1	-504,7
4. - Sonstige zahlungsunwirksame Erträge/Aufwendungen	1.317,7	111,0
5. +/- Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Aktiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	-1.089,8	-245,8
6. -/+ Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie anderer Passiva, die nicht der Investitions- oder Finanzierungstätigkeit zuzuordnen sind	1.219,9	1.034,0
7. +/- Zinsaufwendungen / Zinserträge*	364,9	474,5
8. = Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	25.891,1	18.181,8
9. + Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Sachanlagevermögens	-	0,3
10. - Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagevermögen	-80,2	-33,3
11. - Einzahlungen aus Abgängen von immateriellen Vermögenswerten	-0,9	18,5
12. - Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte	-21.158,0	-17.295,9
13. = Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-21.239,1	-17.310,4
14. + Einzahlungen aus Eigenkapitalzuführungen	16,4	62,4
15. + Einzahlungen aus der Aufnahme von Finanzkrediten	-	-
16. - Auszahlungen aus der Tilgung von Finanzkrediten	-3.756,0	-4.352,5
17. - Gezahlte Zinsen*	-364,9	-474,5
18. = Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-4.104,5	-4.764,6
19. Zahlungswirksame Veränderungen der Finanzmittelfonds	547,5	-3.893,2
20. + Finanzmittelfonds am Anfang der Periode	-11.136,1	-7.242,9
21. = Finanzmittelfonds am Ende der Periode**	-10.588,6	-11.136,1

* Der Überziehungskredit in Höhe von TEUR 10.638,0 (2015: TEUR 11.202,0) wurde in den Finanzmittelfonds mit eingerechnet.

eigenkapitalveränderungsrechnung

NACH IFRS ZUM 31. DEZEMBER 2016

Mutterunternehmen			
in TEUR	Gezeichnetes Kapital		Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital
	Stammaktien	Kapitalrücklage	
Konzerneigenkapital 1. Januar 2015	6.188,7	46.528,8	-13.492,2
Ausgabe von Anteilen	-	-	-
Aktienoptionen	-	111,0	-
Übrige Veränderungen	-	-	62,4
Periodenergebnis	-	-	1.353,1
Konzerneigenkapital Stand am 31.12.2015	6.188,7	46.639,8	-12.076,7
Ausgabe von Anteilen	-	-	-
Aktienoptionen	-	-83,4	-
Übrige Veränderungen	-	-	10,0
Periodenergebnis	-	-	2.745,8
Konzerneigenkapital Stand am 31.12.2016	6.188,7	46.556,4	-9.320,9

Eigenkapital	Mutterunternehmen		Minderheitsgesellschafter	
	Eigene Anteile, die nicht zur Einziehung bestimmt sind	Eigenkapital gemäß Konzernbilanz	Minderheitsbeteiligungen	Konzerneigenkapital
39.225,3	-4,0	39.221,3	-	39.221,3
-	-	-	-	-
111,0	-	111,0	-	111,0
62,4	-	62,4	-	62,4
1.353,1	-	1.353,1	-	1.353,1
40.751,8	-4,0	40.747,8	-	40.747,8
-	-	-	-	-
-83,4	-	-83,4	-	-83,4
10,0	-	10,0	-	10,0
2.745,8	-	2.745,8	6,4	2.752,2
43.424,2	-4,0	43.420,2	6,4	43.426,6

4

KONZERNANHANG





Anhang zum Konzernjahresabschluss

ALLGEMEINE ANGABEN

Die CLIQ Digital AG ist ein führendes Vertriebs- und Marketingunternehmen für digitale Produkte mit einer eigenen Payment-Plattform. Das Kerngeschäft der Gruppe ist die Direktvermarktung und Abrechnung ihrer Produkte an Endkunden via Online- und Mobile-Marketing-Kanäle. CLIQ Digital bietet seinen Kunden attraktive Produkte und ist ein wertvoller strategischer Geschäftspartner für Netzwerke, Entwickler, Publisher und Werbetreibende.

Der Konzern führt seine Entwicklungstätigkeiten in vielen Ländern aus.

Die Muttergesellschaft des Konzerns ist die CLIQ Digital Aktiengesellschaft (im Folgenden „CLIQ Digital“) mit Sitz in der Immermannstraße 13, 40210 Düsseldorf, Deutschland. Die Gesellschaft ist eingetragen in das Handelsregister des Amtsgerichts Düsseldorf (HR B 69068). Die Aktie der CLIQ Digital AG ist an der Frankfurter Börse im Open Market (Freiverkehr) gelistet und Bestandteil des Scale Segments der Deutschen Börse. Der Open Market stellt gemäß § 2 Abs. 5 WpHG (Wertpapierhandelsgesetz) keinen organisierten bzw. geregelten Markt dar. Die Basis für die Einbeziehung von Wertpapieren in den Open Market bilden die Freiverkehrsrichtlinien der Deutsche Börse AG. Infolgedessen ist die CLIQ Digital AG kein kapitalmarktorientiertes Unternehmen gemäß § 264d HGB und ebenfalls nicht gemäß § 315a HGB zur Erstellung eines nach International Financial Accounting Standards (IFRS) erstellten Konzernabschlusses verpflichtet. Wegen der Größenmerkmale ist die CLIQ Digital AG insgesamt weder nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften noch nach IFRS gesetzlich verpflichtet, einen Konzernabschluss zu erstellen. Dieser IFRS-Konzernabschluss wird freiwillig erstellt, um Investoren entsprechend den Erwartungen des Marktes zusätzliche Finanzdaten zur Verfügung zu stellen und die Offenlegungspflichten gegenüber der Deutsche Börse AG gemäß deren Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Freiverkehr an der Frankfurter Wertpapierbörse zu erfüllen.

Das Geschäftsjahr des Konzerns beginnt am 1. Januar und endet am 31. Dezember des Kalenderjahres.

Die funktionale Währung und die Berichtswährung der CLIQ Digital AG ist der Euro. Der Konzernabschluss wird in Euro aufgestellt, da dies die Währung ist, in der die Mehrzahl der Transaktionen des Konzerns durchgeführt werden. Alle Beträge sind in tausend Euro (TEUR) ausgewiesen, soweit nicht anderweitig angegeben.

Um die Klarheit der Darstellung zu verbessern, werden verschiedene Posten der Konzernbilanz sowie der Konzerngesamtergebnisrechnung zusammengefasst ausgewiesen. Diese Posten werden im Konzernanhang gesondert dargestellt und erläutert. Die Gesamtergebnisrechnung ist nach dem Gesamtkostenverfahren gegliedert. Die Struktur der Konzerngesamtergebnisrechnung wurde im Vergleich zum Vorjahr geändert, um ein besseres Verständnis der Geschäftstätigkeit zu ermöglichen. Damit entspricht die Struktur nun auch dem internen Berichtswesen. Im Wesentlichen betreffen die Änderungen eine Aufspaltung der "Umsatzkosten" aus den "Sonstigen betrieblichen Aufwendungen" heraus (2016: TEUR 28.659,5 und 2015: TEUR 27.171,9).

Anwendung der internationalen Rechnungslegungsstandards (INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS, IFRS)

Der Konzernabschluss entspricht in der vorliegenden Fassung der Vorschrift des § 315a des Handelsgesetzbuchs (HGB). Sie bildet die Rechtsgrundlage für die Konzernrechnungslegung nach internationalen Standards in Deutschland zusammen mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 19. Juli 2002 betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards und gilt für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2005 beginnen.

CLIQ Digital erstellt den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 nach „Full“-IFRS. In diesem Konzernabschluss kamen alle IFRS zur Anwendung, die relevant und zum 31. Dezember 2015 von der Europäischen Kommission im Rahmen des hierfür vorgesehenen „Endorsement“-Verfahrens zur verpflichtenden Anwendung zugelassen waren.

Die folgenden Standards und Überarbeitungen von Standards des IASB, die in der aktuellen oder in vergangenen Berichtsperioden vom IASB verabschiedet worden sind, waren für die aktuelle Berichtsperiode noch nicht verpflichtend anzuwenden und werden im Geschäftsjahr 2015 nicht berücksichtigt:

Standard/ Inter- pretation	Inhalt der Änderung
IFRS 9	Finanzinstrumente: Die Neuerung behandelt den Ansatz, die Klassifizierung und die Bewertung von Finanzinstrumenten und ersetzt IAS 39. Der Standard führt ein Bewertungsmodell mit nur zwei Klassifizierungskategorien ein: fortgeführte Anschaffungskosten und beizulegender Zeitwert.
IFRS 15	Der Standard regelt, wann und in welcher Höhe Erlöse zu erfassen sind. IFRS 15 ersetzt IAS 18, 'Erlöse', IAS 11, 'Fertigungsaufträge' und eine Reihe von erlösbezogenen Interpretationen.
IFRS 10 / IAS 28	Durch die Änderungen wird klargestellt, dass bei Transaktionen mit einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture das Ausmaß der Erfolgserfassung davon abhängt, ob die veräußerten oder eingebrachte Vermögenswerte einen Geschäftsbetrieb darstellen.
IFRS 9 *	Der Standard regelt umfassend die Bilanzierung von Finanzinstrumenten.
IFRS 16	Leasingverhältnisse: Neukonzeption der Leasingbilanzierung. IFRS 16 ersetzt die bisherigen Regelungen zur Leasingbilanzierung in IAS 17 und den dazugehörigen Interpretationen.
IAS 7	Kapitalflussrechnungen: Verpflichtende Angabe einer Überleitungsrechnung vom Fremdkapitalposten, deren Cashflows innerhalb der Finanzierungstätigkeit ausgewiesen werden oder ausgewiesen werden könnten.
IAS 12	Ertragsteuern: Die Änderung enthält eine Klarstellung, dass Abwertungen auf zum beizulegenden Zeitwert bewertete Schuldinstrumente zum Ansatz von aktiven latenten Steuern für nicht realisierte Verluste führen, wenn der steuerliche Wert seinen Anschaffungskosten entspricht.
IFRS 2	Anteilsbasierte Vergütung: In IFRS 2 werden folgende Aspekte klargestellt: Berücksichtigung von Ausübungsbedingungen bei der Bilanzierung von in bar erfüllten anteilsbasierten Vergütungen. Klassifizierung anteilsbasierter Vergütungen, die zum Nettobetrag erfüllt werden, ohne Steuereinbehalt. Bilanzierung eines Wechsels von in bar erfüllten anteilsbasierten Vergütungen zu in Eigenkapitaltiteln erfüllten anteilsbasierten Vergütungen.

Wir beabsichtigen, die in der obigen Tabelle dargestellten Standards, Interpretationen und Ergänzungen in dem Geschäftsjahr in unserem Konzernabschluss zu berücksichtigen, ab dem diese gemäß den Vorgaben der Europäischen Union verpflichtend anzuwenden sind. Wir erwarten zum Zeitpunkt der Aufstellung dieses Konzernanhangs keine materiellen Auswirkungen aus den einzelnen noch nicht vorzeitig angewendeten Regelungen auf den Konzernabschluss der CLIQ Digital AG.

Veröffentlichung durch das IASB	Verpflichtende Anwendung	Übernahme durch die EU	Voraussichtliche Auswirkungen auf CLIQ Digital
11/2013	1/1/2018	Nein	Keine
5/2014	1/1/2018	Ja	Keine
9/2014	auf unbestimmte Zeit verschoben	Nein	Keine
7/2014	1/1/2018	Nein	Keine
1/2016	1/1/2017	Ja	Nicht wesentlich
9/2014	1/1/2016	Nein	Nicht wesentlich
1/2016	1/1/2017	Ja	Keine
6/2016	1/1/2018	Ja	Nicht wesentlich

Konsolidierungsmethoden

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2016 beinhaltet alle Tochtergesellschaften, die vom Konzern beherrscht werden. Beherrschung besteht dann, wenn die Gesellschaft die Verfügungsmacht über das Beteiligungsunternehmen ausüben kann, schwankenden Renditen aus ihrer Beteiligung ausgesetzt ist und die Renditen aufgrund ihrer Verfügungsmacht der Höhe nach beeinflussen kann. Die Einbeziehung der Einzelabschlüsse solcher Gesellschaften in den Konzernabschluss beginnt mit dem Datum, ab dem CLIQ Digital die Beherrschung übernommen hat, und endet an dem Datum, an dem eine solche Beherrschung nicht mehr ausgeübt wird.

Im Geschäftsjahr 2016 hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt verändert:

- Blink Mobile Ltd., Dublin, Irland, wurde am 5. August 2016 liquidiert
- Folgende Gesellschaften wurden im Jahr 2016 gegründet und erworben und der Gruppe hinzugefügt:

Name und Sitz der Gesellschaft	Eigenkapitalanteil in %	Gründungsdatum	Kaufdatum
Claus Mobi GmbH, Düsseldorf, Deutschland	100,00		14.01.2016
CPay B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00	11.02.2016	
VIPMOB B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00	27.06.2016	
CMind B.V., Amsterdam, Niederlande	66,67	10.10.2016	

Der Konsolidierungskreis veränderte sich im Geschäftsjahr somit 2016 wie folgt:

	Deutschland	Niederlande	Übrige Länder	Gesamt
1. Januar 2016	4	4	7	15
Übernahmen	1	-	-	1
Errichtung	-	3	-	3
Liquidationen	-	-	-1	-1
31. Dezember 2014	5	7	6	18

Siehe auch die Auflistung der Beteiligungen des Konzerns nach §313 (2) HGB in Anmerkung 24 dieses Anhangs zum Konzernabschluss.

KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

Grundlage für den Konzernabschluss sind die nach konzerneinheitlichen Regeln zum 31. Dezember 2016 und für die Vergleichsperiode zum 31. Dezember 2015 aufgestellten Jahresabschlüsse der in den Konzern einbezogenen Gesellschaften.

Unternehmenszusammenschlüsse werden gemäß IFRS 3 behandelt. Nach IFRS 3 sind solche Unternehmenszusammenschlüsse nach der Erwerbsmethode zu bilanzieren, wonach die erworbenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten zum beizulegenden Zeitwert anzusetzen sind. Der positive Unterschiedsbetrag zwischen den Anschaffungskosten des Unternehmenszusammenschlusses und dem Anteil am beizulegenden Nettozeitwert der angesetzten Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten wird als Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen.

Bei ab 1. Januar 2010 (Zeitpunkt des Übergangs auf IFRS) entstehenden Unternehmenszusammenschlüssen werden Minderheitsanteile ebenfalls mit den anteiligen beizulegenden Zeitwerten der Vermögenswerte, Schulden und Eventualverbindlichkeiten ermittelt (Full-Goodwill-Methode).

Wechselseitige Forderungen und Verbindlichkeiten zwischen den in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, konzerninterne Erträge und Aufwendungen sowie Zwischenergebnisse aus konzerninternen Lieferungen werden eliminiert. Auf ergebniswirksame Konsolidierungsvorgänge werden, sofern erforderlich, latente Steuern angesetzt.

WÄHRUNGSUMRECHNUNG

In den in lokaler Währung erstellten Einzelabschlüssen werden Fremdwährungstransaktionen mit den zum Zeitpunkt der Transaktion geltenden Devisenkursen erfasst. Monetäre Posten in fremder Währung (Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen sowie Verbindlichkeiten) werden am Abschlussstichtag zum Devisenkassamittelkurs bewertet. Die sich aus der Bewertung oder Abwicklung der monetären Posten ergebenden Kursgewinne oder Kursverluste werden in der Gesamtergebnisrechnung ausgewiesen. Nicht monetäre Posten werden mit historischen Kursen angesetzt.

Die Umrechnung von in fremder Währung erstellten Jahresabschlüsse in Euro erfolgt gemäß IAS 21 nach dem Konzept der funktionalen Währung. Die funktionale Währung ist die Währung, in der eine ausländische Gesellschaft überwiegend ihre Mittel erwirtschaftet und Zahlungen leistet. Da die Gesellschaften des Konzerns ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbstständig betreiben, sind die funktionalen Währungen grundsätzlich identisch mit den jeweiligen Landeswährungen. Die jeweilige Landeswährung der in den Konzernabschluss von CLIQ Digital AG einbezogenen Tochtergesellschaften ist der Euro. Infolgedessen wird bei der CLIQ Digital AG und bei den in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen der Euro als funktionale Währung verwendet.

Allgemeine Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Der Konzernabschluss wird auf der Grundlage konzerneinheitlicher Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden erstellt. Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze entsprechen denen des Vorjahres.

Die Vermögenswerte und Schulden wurden mit den historischen Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten

ten bewertet. Ausgenommen hiervon, soweit relevant, sind Finanzinstrumente, die als „erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten“ klassifiziert wurden sowie Derivate, die ebenfalls mit dem beizulegenden Zeitwert erfasst wurden.

ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen und Schätzungen zu treffen, die sich auf die Höhe und den Ausweis der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden, der Erträge und Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten auswirken.

Die Annahmen beziehen sich im Wesentlichen auf die konzerneinheitliche Festlegung wirtschaftlicher Nutzungsdauern von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen.

Die verwendeten Schätzungen haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ermittlung abgezinster Cashflows im Rahmen von Werthaltigkeitstests, sonstigen Rückstellungen sowie die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen.

Schätzungen beruhen dabei auf Erfahrungswerten und Prämissen, die zum Abschlussstichtag Gültigkeit haben und die unter den gegebenen Umständen als angemessen erachtet werden. Zugrunde gelegt wird die künftige Geschäftsentwicklung, für die die größte Wahrscheinlichkeit unterstellt wird. Ebenso wird die Entwicklung der Banken und der Anbieter ähnlicher Leistungen sowie des Unternehmensumfelds berücksichtigt. Die Schätzungen und die zugrunde liegenden Annahmen werden fortlaufend überprüft. Allerdings können die tatsächlichen Werte in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen, wenn sich die genannten Rahmenbedingungen anders als erwartet zum Abschlussstichtag entwickeln. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis erfolgswirksam berücksichtigt und die Prämissen entsprechend angepasst.

Hinsichtlich der getroffenen Annahmen und der verwendeten Schätzungen verweisen wir auf die weiteren Ausführungen in diesem Abschnitt sowie auf die weiter gehenden Erläuterungen zur Gesamtergebnisrechnung und Konzernbilanz sowie auf die Sonstigen Angaben.

● **Umsatzerlöse**

Umsätze aus der Überlassung von Nutzungsrechten für Mobile Anwendungen werden erfasst, sobald der Zufluss eines wirtschaftlichen Nutzens aus dem Verkauf hinreichend wahrscheinlich ist und die Höhe der Erlöse verlässlich bestimmt werden kann. Keine Umsätze werden ausgewiesen, wenn wesentliche Risiken bezüglich des Erhalts der Gegenleistung bestehen oder das Nutzungsrecht durch den Kunden aus Gründen, die er nicht zu vertreten hat, nicht wahrgenommen werden kann.

Umfasst die Überlassung von Nutzungsrechten einen bestimmbaren Teilbetrag für mehrere oder aufeinander folgende Leistungen (Mehrkomponentenverträge), werden die darauf entfallenden Umsatzerlöse abgegrenzt und über die Laufzeit des Nutzungsrechts erfolgswirksam aufgelöst. Die Auflösung erfolgt in der Regel entsprechend der Leistungserbringung.

Die Umsätze wurden grundsätzlich nach Abzug von Umsatzsteuern und anderen Steuern sowie nach Abzug von Erlösschmälerungen wie Boni oder Rabatten zum beizulegenden Zeitwert der erhaltenen bzw. zu erhaltenden Gegenleistung ausgewiesen.

● **Forschungs- und Entwicklungskosten**

Nach IAS 38 besteht für Forschungskosten ein Aktivierungsverbot. Entwicklungskosten sind nur bei Vorliegen bestimmter, genau bezeichneter Voraussetzungen aktivierungspflichtig. Eine Aktivierung ist demnach immer dann erforderlich, wenn die Entwicklungstätigkeit mit hinreichender Wahrscheinlichkeit zu künftigen Finanzmittelzuflüssen führt, die über die normalen Kosten hinaus auch die entsprechenden Entwicklungskosten abdecken. Zusätzlich müssen hinsichtlich des Entwicklungsprojekts oder der zu entwickelnden Applikation oder der zu entwickelnden Plattformkomponenten verschiedene, in IAS 38.57 genannte Kriterien, kumulativ erfüllt sein. Entwicklungskosten für Applikationen oder Plattformkomponenten werden zu Herstellungskosten aktiviert, soweit die zurechenbaren Ausgaben verlässlich bewertbar und sowohl die technische Realisierbarkeit als auch die erfolgreiche Vermarktung sichergestellt sind. Die Entwicklungstätigkeit muss ferner mit hinreichender Wahrscheinlichkeit einen künftigen wirtschaftlichen Nutzen erzeugen. Die aktivierten Entwicklungskosten umfassen alle direkt dem Entwicklungsprozess zurechenbaren Kosten einschließlich entwicklungsbezogener Gemeinkosten. Aktivierte Entwicklungskosten werden ab dem Produktionsstart planmäßig über den erwarteten Produktlebenszyklus von in der Regel drei bis fünf Jahren abgeschrieben.

Innerhalb des Konzerns betrifft ein wesentlicher Teil der Entwicklungskosten Weiterentwicklungen und Verbesserungen von bereits existierenden Applikationen und Plattformkomponenten, die die Kriterien für eine separate Aktivierung als Entwicklungskosten nach IAS 38 nicht erfüllen. Weiterhin unterliegen einzelne Entwicklungsprojekte häufig Genehmigungs- und Zertifizierungsverfahren, so dass die Bedingungen für eine Aktivierung der vor der Genehmigung entstandenen Kosten regelmäßig nicht erfüllt sind.

● **Fremdkapitalkosten**

Fremdkapitalkosten werden im Zeitpunkt ihres Anfalls aufwandswirksam erfasst. Eine Zuordnung von Fremdkapitalkosten direkt zum Erwerb oder zu der Herstellung eines qualifizierten immateriellen Vermögenswerts, das insofern zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten dieses Vermögenswerts führen könnte, liegt nicht vor.

● **Steuern**

Die Ertragsteuern umfassen sowohl laufende als auch latente Steuern. Diese werden in der Gesamtergebnisrechnung erfasst, es sei denn, sie betreffen Posten, die direkt im Eigenkapital zu erfassen sind. In solchen Fällen werden auch die entsprechenden Steuern erfolgsneutral im Eigenkapital gebucht.

Laufende Ertragsteuern sind die erwarteten, für das Jahr zu zahlenden Steuern auf der Grundlage der in dem betreffenden Jahr geltenden Steuersätze sowie etwaige Korrekturen von Steuern früherer Jahre.

Latente Steuern werden angesetzt für temporäre Differenzen zwischen den steuerlichen Werten von Vermögenswerten und Schulden und deren Wertansätzen im Konzernabschluss. Darüber hinaus werden auch aktive latente Steuern für die künftige Nutzung steuerlicher Verlustvorträge angesetzt. Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen sowie Verlustvorträge werden in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass zukünftig ausreichend zu versteuerndes Einkommen zur Verfügung stehen wird, um diese nutzen zu können. Der Ansatz der latenten Steuern erfolgt mit den Steuersätzen, die in den einzelnen Ländern zum Bilanzstichtag für den Zeitraum derzeit gültig oder zukünftig anwendbar sind und zu dem sich die temporären Differenzen voraussichtlich umkehren bzw. zu dem die Verlustvorträge voraussichtlich genutzt werden können.

Eine Saldierung von latenten Steueransprüchen mit latenten Steuerschulden erfolgt, wenn ein Recht zur Aufrechnung tatsächlicher Steuern besteht und sich die Positionen auf Ertragsteuern beziehen, die von den gleichen Steuerbehörden erhoben werden und die bei der gleichen Gesellschaft beziehungsweise im gleichen Organkreis entstehen.

● Immaterielle Wirtschaftsgüter

Immaterielle Vermögenswerte werden zu Anschaffungskosten aktiviert und, da die Nutzungsdauern (mit Ausnahme der Geschäfts- oder Firmenwerte) als endlich eingestuft werden können, planmäßig über die jeweilige Nutzungsdauer nach der linearen Methode abgeschrieben. Das gilt nicht für den Kundenbestand und die Marketingausgaben für die Kundengewinnung; diese werden über die Nutzungsdauer der Kundenbeziehung abgeschrieben, so dass die Abschreibung zeitlich mit den zu erwartenden Einnahmen aus der Kundenbeziehung über die durchschnittliche Nutzungsdauer von 18 Monaten zusammenfällt. Ergeben sich Anhaltspunkte für eine Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten, werden diese daraufhin überprüft, ob eine Wertminderung vorliegt und gegebenenfalls ein Wertminderungsaufwand erfasst. Sind die Gründe für die Wertminderungen entfallen, werden entsprechende erfolgswirksame Wertaufholungen bis maximal zur Höhe der um planmäßige Abschreibungen geminderten Anschaffungskosten vorgenommen.

Die Abschreibungsdauer für gewerbliche Schutzrechte und Lizenzen beträgt maximal fünf Jahre.

Die Abschreibungen sowie die Wertminderungen auf die immateriellen Vermögenswerte werden in der Konzerngesamtergebnisrechnung im Posten „Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte“ ausgewiesen.

Wertaufholungen bei den immateriellen Vermögenswerten sind wie im Vorjahr nicht vorgenommen worden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden für Immaterielle Vermögenswerte keine Fremdkapitalkosten aktiviert.

Bei Unternehmenszusammenschlüssen werden in Einklang mit IFRS 3 anzusetzende Geschäfts- oder Firmenwerte nicht planmäßig abgewertet, sondern nur, sofern ein Wertminderungsbedarf fest-

gestellt wird. Es wird bereits zum jetzigen Zeitpunkt darauf verwiesen, dass ein für den Geschäfts- oder Firmenwert erfasster Wertminderungsaufwand in den nachfolgenden Berichtsperioden nicht aufgeholt werden darf.

● Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige nutzungsbedingte Abschreibungen sowie Wertminderungen, angesetzt. Eine Neubewertung der Sachanlagen entsprechend dem Wahlrecht des IAS 16 ist nicht erfolgt.

Ergeben sich Anhaltspunkte für eine Wertminderung von Sachanlagen, werden diese daraufhin überprüft, ob eine Wertminderung vorliegt und gegebenenfalls ein Wertminderungsaufwand erfasst. Sind die Gründe für die Wertminderungen entfallen, werden entsprechende erfolgswirksame Wertaufholungen bis maximal zur Höhe, der um planmäßige Abschreibungen geminderten Anschaffungskosten vorgenommen.

Die Anschaffungskosten setzen sich aus dem Anschaffungspreis, den Anschaffungsnebenkosten und nachträglichen Anschaffungskosten abzüglich erhaltener Anschaffungspreisminderungen zusammen.

Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung werden überwiegend über drei bis fünf Jahre abgeschrieben. Gemäß dem wirtschaftlichen Nutzungsverlauf werden die Sachanlagen linear abgeschrieben.

Die Abschreibungen im Geschäftsjahr werden ebenso wie die Wertminderungen in der Gesamtergebnisrechnung im Posten „Abschreibungen auf Sachanlagen“ ausgewiesen.

Kosten für die Reparatur von Sachanlagen, wie zum Beispiel laufende Unterhaltungsaufwendungen, werden grundsätzlich erfolgswirksam erfasst.

Wertaufholungen bei den Sachanlagen ergaben sich wie im Vorjahr nicht. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden für Sachanlagen keine Fremdkapitalkosten aktiviert.

● Wertminderung

Die Buchwerte der Vermögenswerte des Konzerns mit Ausnahme der aktiven latenten Steuern (siehe Steuern) sowie der finanziellen Vermögenswerte (siehe Finanzinstrumente) werden zum Abschlussstichtag daraufhin überprüft, ob gemäß IAS 36 Anhaltspunkte für eine Wertminderung (Impairment) vorliegen. Wenn solche Anhaltspunkte vorliegen, wird der erzielbare Betrag (recoverable amount) der Vermögenswerte geschätzt und gegebenenfalls eine Abwertung erfolgswirksam vorgenommen.

Der aus dem Erwerb von Unternehmen entstehende Geschäfts- oder Firmenwert ist das Ergebnis der Fusion mit CLIQ B.V. im Geschäftsjahr 2012. Die Beibehaltung der Höhe dieses Geschäfts- oder Firmenwertes mit unbestimmter Nutzungsdauer (2016: TEUR 43.216,6; 2015: TEUR 43.216,6) wird

anhand eines jährlichen Wertminderungstests zum Abschlussstichtag geprüft, der auf Annahmen bezüglich der Zukunft basiert. Der Wertminderungstest basiert auf der Bestimmung der erzielbaren Beträge der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten (ZGE) im Vergleich zu ihren Buchwerten im Rahmen des jährlichen Wertminderungstests. Die erzielbaren Beträge wurden auf der Basis des Ertragswertverfahrens (Income Approach) bestimmt und mit dem Marktwertverfahren (Market Approach), genauer gesagt dem Verfahren der vergleichbaren Unternehmen (Comparable Companies Approach), verglichen. Der Wertminderungstest berücksichtigt bezüglich des erzielbaren Betrags auch verschiedene sensible Faktoren, wie im Ertragswertverfahren angegeben, um die Belastbarkeit des Ergebnisses des Wertminderungstests zu überprüfen.

Zum Zweck der Überprüfung auf Wertminderung wird jeder zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen ziehen soll, ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet. Jede Einheit oder Gruppe von Einheiten, der der Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wird, stellt die niedrigste Ebene innerhalb der Einheit dar, auf der der Geschäfts- oder Firmenwert für interne Managementzwecke überwacht wird. Innerhalb von CLIQ Digital haben wir die folgenden zahlungsmittelgenerierenden Einheiten festgelegt:

- „CLIQ AG“ (vormals Aktivitäten der Bob Mobile AG): deckt die deutschsprachigen Länder (Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH)) ab;
- „CLIQ B.V.“ (vormals Aktivitäten der Cliq B.V.): deckt die restlichen Länder mit Mexiko, Frankreich, Polen und den Niederlanden als Schwerpunktländern ab.

Die Managementplanung für die nächsten zwei Jahre, die im Rahmen des Ertragswertverfahrens herangezogen wird, ist von Entwicklungen der Vergangenheit und den Erwartungen im Hinblick auf künftige Marktentwicklungen abgeleitet und umfasst weder Restrukturierungsmaßnahmen, zu denen sich die Gruppe noch nicht verpflichtet hat, noch Ausgaben im Zusammenhang mit ihrer gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, die die Einnahmen der geprüften zahlungsmittelgenerierenden Einheiten steigern. Wesentliche Planungsannahmen beziehen sich auf das Wachstum der Umsatzerlöse und der Medienausgaben pro Land und die Entwicklung des durchschnittlichen Umsatzerlöses pro Nutzer (Average Revenue per User – ARPU) und der Kosten für die Kundenakquise (Customer Acquisition Costs – CPA). Die über den zweijährigen Planungszeitraum hinausgehenden Cashflows werden basierend auf einem konservativen Ansatz anhand der geschätzten Wachstumsraten, wie nachstehend aufgeführt, extrapoliert:

Werttreiber	2018-2024	Endwertperiode
Brutto-Umsatzerlöse (Wachstumsrate)	0,0%	0,0%
Externe Umsatzerlöse	2018 % der Brutto Umsatzerlöse	
Summe Medienausgaben	2017 % der Netto Umsatzerlöse	
Personalaufwand	2018 % der Netto Umsatzerlöse	
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2018 % der Netto Umsatzerlöse	
Körperschaftssteuersatz	CLIQ A.G.: 29,7% CliQ B.V.: 27,2%	
Netto-Working-Capital	2018 % der Netto-Umsatzerlöse (10,7%)	
Sonstige Abschreibungen - Sonstige Investitionskosten	2018 % der Netto-Umsatzerlöse (sonstige Investitionskosten und sonstige Abschreibungen auf jährlich 136.000 auf Konzernebene festgelegt)	
WACC	CLIQ A.G.: 8,0% CliQ B.V.: 9,0%	

Die Cashflow-Prognosen werden anhand der Discounted-Cashflow-Methode (DCF-Methode) zu den Zinssätzen vor Steuern (WACC – Weighted Average Cost of Capital / gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten), wie in der vorstehenden Tabelle angegeben (8,0 % für CGU “CLIQ A.G.” und 9,0 % für CGU “CLIQ B.V.”), abgezinst.

● Bemessung des beizulegenden Zeitwerts

Gemäß IFRS 13: Bemessung des beizulegenden Zeitwerts ist für Finanzinstrumente, die mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet werden, die Bewertungsmethode offenzulegen. Die verschiedenen Stufen sind in IFRS 13 wie folgt definiert:

- Stufe 1: Auf aktiven, für das Unternehmen am Abschlussstichtag zugänglichen Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für identische Vermögenswerte oder Schulden.
- Stufe 2: Für den Vermögenswert oder die Schuld unmittelbar (als Preise) oder mittelbar (aus Preisen abgeleitet) beobachtbare Inputfaktoren, bei denen es sich nicht um in Stufe 1 enthaltene notierte Preise handelt.
- Stufe 3: Inputfaktoren für Vermögenswerte und Schulden, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten beruhen (nicht beobachtbare Inputfaktoren).

Der beizulegende Zeitwert von Finanzinstrumenten, die nicht auf einem aktiven Markt gehandelt werden, wird unter Verwendung von Bewertungstechniken ermittelt. Diese Bewertungstechniken maximieren, soweit verfügbar, die Verwendung beobachtbarer Marktdaten und stützen sich so wenig wie möglich auf unternehmensspezifische Schätzungen. Wenn alle erheblichen, zur Zeitwertbewertung eines Instruments erforderlichen Inputfaktoren beobachtbar sind, wird das Instrument in Stufe 2 eingeordnet.

Konkrete Bewertungstechniken, die zur Bewertung von Finanzinstrumenten verwendet werden:

- Notierte Marktpreise oder Händlernerotierungen für gleichartige Instrumente;
- Andere Techniken, wie zum Beispiel die Discounted Cashflow- (DCF-) Methode, werden zur Bewertung der übrigen Finanzinstrumente herangezogen.

Für die zu Rechnungslegungszwecken erforderliche Bewertung der maßgeblichen Vermögenswerte und Schulden ist der Finance Director verantwortlich. Der Finance Director untersteht unmittelbar dem Vorstand. Unter Beachtung der Quartalsstichtage des Konzerns finden mindestens einmal im Vierteljahr Besprechungen über die Bewertungsprozesse und -ergebnisse zwischen dem Finance Director und dem Vorstand statt.

● **Leasing**

Als Leasingverhältnis gemäß IAS 17 gilt eine Vereinbarung, bei der der Leasinggeber dem Leasingnehmer gegen eine Zahlung oder eine Reihe von Zahlungen das Recht auf Nutzung eines Vermögenswerts für einen vereinbarten Zeitraum überträgt. Es wird zwischen Finanzierungsleasing und Operating Leasing unterschieden. Als Finanzierungsleasing werden Leasingtransaktionen behandelt, bei denen der Leasingnehmer im Wesentlichen alle mit dem Eigentum des Vermögenswerts verbundenen Risiken und Chancen trägt. Alle anderen Leasingverhältnisse werden als Operating Leasing bezeichnet.

Bei einem Operating Leasing erfasst CLIQ Digital die als Leasingnehmer zu zahlende Leasingrate als Aufwand.

Ist CLIQ Digital Leasingnehmer in einem Finanzierungsleasing, wird in der Bilanz der niedrigere Wert aus beizulegendem Zeitwert und dem Barwert der Mindestleasingzahlungen zu Beginn des Leasingverhältnisses aktiviert und gleichzeitig unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten passiviert. Die Mindestleasingzahlungen setzen sich im Wesentlichen aus Finanzierungskosten und dem Tilgungsanteil der Restschuld zusammen. Der Leasinggegenstand wird linear über die geschätzte Nutzungsdauer oder die kürzere Vertragslaufzeit abgeschrieben. Die zu zahlenden Leasingraten werden nach der Effektivzinsmethode in einen Tilgungsanteil und in einen Zinsaufwand aufgeteilt.

Zum Zeitpunkt der Umstellung auf IFRS und danach werden alle Leasingverhältnisse als Operating Leasing eingestuft.

● **Sonstige Forderungen und Schulden**

Nichtfinanzielle Vermögenswerte und Schulden sowie Abgrenzungen und Vorauszahlungen werden mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

● Finanzinstrumente

Grundlagen

Finanzielle Vermögenswerte werden erfasst, wenn CLIQ Digital ein vertragliches Recht zusteht, Zahlungsmittel oder andere finanzielle Vermögenswerte von einer anderen Partei zu erhalten. Finanzielle Verbindlichkeiten werden erfasst, sobald CLIQ Digital eine Pflicht hat, Zahlungsmittel oder andere finanzielle Vermögenswerte auf eine andere Partei zu übertragen. Marktübliche Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden grundsätzlich zum Erfüllungstag bilanziert. Hingegen werden Wertpapierkäufe und -verkäufe mit dem Abrechnungskurs des Kreditinstituts zum Handelstag und derivative Geschäfte mit ihren Anschaffungskosten am Handelstag bilanziert.

Die erstmalige Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Bei Finanzinstrumenten, deren Folgebewertung nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfolgt, umfasst der Buchwert dabei auch die direkt zurechenbaren Transaktionskosten.

Die Folgebewertung der im Konzern bilanzierten Finanzinstrumente erfolgt anhand der in IAS 39 Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung definierten Bewertungskategorien:

- Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Fair Value Option - FVO und zu Handelszwecken gehalten (Held for Trading, „HfT“)): beizulegender Zeitwert
- Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen (Held-to-Maturity Investments (HtM)): fortgeführte Anschaffungskosten
- Kredite und Forderungen (Loans and Receivables (LaR)): fortgeführte Anschaffungskosten
- Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte (Available-for-Sale Financial Assets (AfS)): beizulegender Zeitwert
- Finanzielle Verbindlichkeiten (Financial Liabilities (FLAC)): fortgeführte Anschaffungskosten

Weder im Berichtsjahr (2016) noch im Vergleichsjahr (2015) wurden Übertragungen zwischen den verschiedenen Bewertungskategorien des IAS 39 vorgenommen.

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten werden nicht miteinander verrechnet ausgewiesen.

Gemäß IAS 39 werden in den Fällen, in denen objektive substantielle Hinweise auf eine Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten gegeben sind, entsprechende Wertminderungen vorgenommen. Dabei werden die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, individuell mittels Einzelwertberichtigung hinsichtlich des Wertminderungsbedarfs untersucht. Objektive Hinweise können zum Beispiel erhebliche finanzielle Schwierigkeiten des Schuldners, der Wegfall eines aktiven Markts sowie signifikante Änderungen des technologischen, marktbezogenen, wirtschaftlichen oder rechtlichen Umfelds sein. Bei Eigenkapitalinstrumenten ist eine signifikante oder länger anhaltende Abnahme des beizulegenden Zeitwerts ein objektiver Hinweis auf eine Wertminderung. Der Ausweis der Aufwendungen aus

Wertminderungen erfolgt in der Gesamtergebnisrechnung in dem Posten „Sonstige betriebliche Aufwendungen“. Allen erkennbaren Ausfallrisiken wurde durch entsprechende Risikovorsorge in ausreichender Höhe Rechnung getragen. Das theoretisch maximal verbleibende Ausfallrisiko aus finanziellen Vermögenswerten entspricht den bilanzierten Werten.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte auf Zahlungen aus den finanziellen Vermögenswerten auslaufen oder eine Übertragung der finanziellen Vermögenswerte mit allen wesentlichen Chancen und Risiken erfolgt. Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, sobald die vertraglichen Verpflichtungen beglichen, aufgehoben oder ausgelaufen sind.

Angaben zum Risikomanagement finden sich sowohl unter Anmerkung 19 als auch in der Risikoberichterstattung des Konzernlageberichts.

Finanzanlagen

Die Regelungen des IAS 39 sehen für Finanzinstrumente die Unterteilung in „Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte“, „Bis zur Endfälligkeit gehaltene Finanzinvestitionen“, „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ oder „Kredite und Forderungen“ vor. Beteiligungen, deren beizulegender Zeitwert verlässlich bestimmt werden kann, werden als „Erfolgswirksam zu beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte“ eingestuft. Kann der beizulegende Zeitwert nicht verlässlich bestimmt werden, werden die Beteiligungen als „Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte“ eingestuft und zu Anschaffungskosten bewertet.

Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte unterteilen sich in „Forderungen aus Lieferungen und Leistungen“ sowie „Sonstige Vermögenswerte“.

Bei der erstmaligen Bilanzierung werden „Forderungen aus Lieferungen und Leistungen“ zum beizulegenden Zeitwert unter Berücksichtigung direkt zurechenbarer Transaktionskosten angesetzt. In den Folgeperioden erfolgt die Bewertung aufgrund der Klassifizierung als „Kredite und Forderungen“ zu fortgeführten Anschaffungskosten.

In dem Posten „Sonstige Vermögenswerte“ werden sowohl nichtfinanzielle Vermögenswerte als auch finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen. Die finanziellen Vermögenswerte sind mit Ausnahme der derivativen Finanzinstrumente der Bewertungskategorie „Kredite und Forderungen“ des IAS 39 zugeordnet, die im Zeitpunkt der erstmaligen Bilanzierung zum beizulegenden Zeitwert unter Berücksichtigung direkt zurechenbarer Transaktionskosten angesetzt werden und in den Folgeperioden zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode bewertet werden. Die nichtfinanziellen Vermögenswerte werden entsprechend den jeweils anzuwendenden Standards bewertet.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Unter dieser Position werden Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten ausgewiesen. Die Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten werden der Bewertungskategorie „Kredite und Forderungen“ des IAS 39 zugeordnet und im Zeitpunkt der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert unter Berücksichtigung direkt zurechenbarer Transaktionskosten angesetzt und anschließend zu fortgeführten Anschaffungskosten unter Berücksichtigung der Effektivzinsmethode bilanziert. Fremdwährungsbestände sind zum Mittelkurs am Abschlussstichtag bewertet. Die Guthaben bei Kreditinstituten weisen bei Erwerb eine Restlaufzeit von bis zu drei Monaten auf.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Originäre Finanzinstrumente umfassen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie nicht-derivative sonstige finanzielle Verbindlichkeiten. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie die nicht-derivativen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten beinhalten zum Abschlussstichtag bestehende Schulden für noch nicht ausgeglichene Rechnungen, Darlehensverpflichtungen sowie Schulden gegenüber Mitarbeitern und damit verbundenen Verpflichtungen. Originäre finanzielle Verbindlichkeiten werden nach IAS 39 bei der erstmaligen Erfassung zum beizulegenden Zeitwert angesetzt. Dabei werden direkt zurechenbare Transaktionskosten berücksichtigt. In den Folgeperioden erfolgt die Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten.

● **Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer**

Der Konzern unterhält keinen Pensionsvorsorgeplan für die deutschen Gesellschaften, nur einen Pensionsvorsorgeplan mit einer niederländischen Gesellschaft für Angestellte, die in den Niederlanden arbeiten. Der niederländische Pensionsvorsorgeplan wird über Beiträge zu Rentenversicherern, etwa Versicherungsgesellschaften, finanziert. Die anderen ausländischen Pensionsvorsorgepläne sind in Konzept und Funktionen mit denen des niederländischen Rentensystems vergleichbar. Die Pensionsverpflichtungen aus den niederländischen und den anderen ausländischen Pensionsvorsorgeplänen werden gemäß dem „Bewertungsansatz für Pensionsvermögen“ angesetzt. Dieser Ansatz erfasst die an die Rentenversicherer zu leistenden Beiträge aufwandswirksam in der Konzerngesamtergebnisrechnung.

● **Sonstige Rückstellungen**

Sonstige Rückstellungen werden für rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten, die aus Ereignissen aus der Vergangenheit resultieren, sowie für belastende Verträge angesetzt, wenn der Mittelabfluss zur Begleichung der Verpflichtungen wahrscheinlich und zuverlässig schätzbar ist.

Die Bewertung der sonstigen Rückstellungen erfolgt nach IAS 37 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen. Der Wertansatz der Rückstellungen basiert dabei auf bestmöglichen Schätzungen. Wegen der kurzfristigen Laufzeit der Rückstellungen wurde keine Abzinsung vorgenommen. Erstattungsansprüche gegenüber Dritten werden getrennt von den Rückstellungen aktiviert, soweit ihre Realisation nahezu sicher ist.

● **Aktienbasierte Vergütungstransaktionen**

Aktienoptionen, d. h. aktienbasierte Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente, werden im Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert der Verpflichtung wird über den Erdienungszeitraum als Personalaufwand und im Eigenkapital bzw. Rückstellungen erfasst. Der beizulegende Zeitwert der Aktienoptionen wird mit der international anerkannten Black-Scholes-Merton-Formel ermittelt.

Das aktienbasierte Programm zur Vorstands- und Mitarbeitervergütung sieht ein Wahlrecht aufseiten der CLIQ Digital AG vor, eine Erfüllung der Optionen in bar oder in Stammaktien der CLIQ Digital AG vorzunehmen. Zum Bilanzstichtag beabsichtigt das Unternehmen die aktienbasierte Vergütung für den so genannten "Aktienoptionsplan 2008" nicht in bar zu erfüllen. Für den so genannten "Aktienoptionsplan 2012" verpflichtet sich die Gesellschaft, eine aktienbasierte Vergütung in bar zu erfüllen. Der beizulegende Zeitwert des "Aktienoptionsplans 2012" ist daher in der Bilanz als langfristige Rückstellung enthalten.

ERGÄNZENDE INFORMATIONEN ZU DEN POSTEN DER GESAMTERGEBNISRECHNUNG, DER BILANZ, DER KAPITALFLUSSRECHNUNG UND DER EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

(1) Umsatzerlöse

Alle Einnahmen werden mit mobilen Mehrwehrdiensten realisiert. Die Aufteilung der Einnahmen pro Kontinent sind im im Abschnitt C.1 in Konzernlagebericht angegeben.

(2) Umsatzkosten

Der Posten beinhaltet in 2014 im Wesentlichen Personalaufwendungen im Zusammenhang mit der Aktivierung von Entwicklungskosten für die Plattform Cerebro.

in TEUR	2016	2015
Marketingaufwendungen	21.624,9	17.537,1
Aktivierte Marketingaufwendungen	-21.129,6	-17.191,0
Umsatzteile Dritter	24.664,9	23.947,9
Sonstige Umsatzkosten	3.499,3	2.877,9
Gesamt	28.659,5	27.171,9

(3) Personalaufwand

Im Personalaufwand werden die Verpflichtungen gegenüber Lohn- und Gehaltsempfängern erfasst. In den beiden Geschäftsjahren 2016 und 2015 wurden keine Entwicklungskosten aktiviert. Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2016	2015
Löhne und Gehälter	6.957,9	5.744,2
Versorgungsbeiträge	21,8	30,1
Soziale Abgaben	706,4	581,5
Gesamt	7.686,1	6.355,8

(4) Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die Sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten folgende Aufwendungen:

in TEUR	2016	2015
Raumaufwendungen	393,1	387,9
Reiseaufwendungen	500,1	454,7
Beratungsaufwendungen	1.317,0	1.037,8
Aufsichtsratsvergütungen	52,0	52,0
IT Aufwendungen	469,4	389,3
Übrige sonstige betriebliche Aufwendungen	92,2	-127,7
Gesamt	2.823,8	2.194,1

(5) Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen

Hinsichtlich der Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen verweisen wir auf die Erläuterungen zu den immateriellen Vermögenswerten (Anmerkung 9) und Sachanlagen (Anmerkung 10).

Die Abschreibungen der kurzfristigen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen die Abschreibung der Forderungen aus Quellensteuern infolge der von den niederländischen Finanzbehörden im Jahr 2016 durchgeführten Steuerprüfung (siehe auch Anmerkung 7) und eine Aufhebung der teilweise gebuchten Abschreibungen des Umlaufvermögens im Jahr 2015 betreffend Saudi Arabia.

(6) Finanzerträge und Finanzaufwendungen

Die Finanzerträge und Finanzaufwendungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2016	2015
Finanzerträge		
Zinserträge	-	15,9
Sonstige Finanzerträge	-	-
	-	15,9
Finanzaufwand		
Zinsaufwendungen	-364,9	-490,4
Sonstige Finanzaufwendungen	-515,9	-388,2
	-880,8	-878,6
Gesamt	-880,8	-862,7

(7) Ertragsteuern

in TEUR	2016	2015
Laufende Ertragsteuern - Deutschland		
Körperschaftsteuern	110,1	46,3
Gewerbsteuern	-	-
	110,1	46,3
Laufende Ertragsteuern - Niederlande		
Körperschaftsteuern	-333,8	4,6
Gewerbsteuern	-	-
	-333,8	4,6
Laufende Ertragsteuern - Ausland	-10,9	67,6
Gesamt Laufende Ertragsteuern	-234,6	118,5
Gesamt Latente Ertragsteuern	1.084,8	260,5
Gesamt Ertragsteuern	850,2	379,0

Der Ausweis der laufenden Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Deutschland und den Niederlanden umfasst Ertragsteuern für das Geschäftsjahr 2016, aber auch Erträge aus der teilweisen Auflösung von im Vorjahr gebildeten Steuerrückstellungen. Dies gilt auch für die laufenden Ertragsteuern der im Ausland (d. h. nicht in Deutschland oder den Niederlanden) ansässigen Tochtergesellschaften, die nach den für die einzelnen Gesellschaften maßgeblichen nationalen Steuervorschriften ermittelt werden.

Die latenten Steuern resultieren aus zeitlich abweichenden Wertansätzen zwischen den Steuerbilanzen der Einzelgesellschaften und den Wertansätzen in der Konzernbilanz entsprechend der Liability-Methode sowie aus steuerlichen Verlustvorträgen. Ausschlaggebend für die Beurteilung

der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern ist die Einschätzung der Wahrscheinlichkeit der Umkehrung der Bewertungsunterschiede und der Nutzbarkeit der Verlustvorträge, die zu aktiven latenten Steuern geführt haben. Dies ist abhängig von der Entstehung künftiger steuerpflichtiger Gewinne während der Perioden, in denen sich steuerliche Bewertungsunterschiede umkehren und steuerliche Verlustvorträge geltend gemacht werden können. Aufgrund der Erfahrung aus der Vergangenheit und der zu erwartenden steuerlichen Einkommenssituation geht CLIQ Digital davon aus, dass die entsprechenden Vorteile aus den aktivierten latenten Steuern zum Teil realisiert werden können. Daher werden Latenten in dem Umfang angesetzt, in dem die Verwendung der steuerlichen Verluste in den nächsten Jahren wahrscheinlich ist. Zum 31. Dezember 2016 bestehen steuerliche Verlustvorträge in Höhe von TEUR 9.007 (2015: TEUR 10.151) sowie temporäre Differenzen die zu aktiven latenten Steuern führen von TEUR 1.304 (2015: TEUR 2.363) und temporäre Differenzen die zu passiven latenten Steuern führen von TEUR 6.078 (2015: TEUR 3.988). Keine aktiven latenten Steuern wurden für steuerliche Verluste angesetzt, deren Vortrag ungewiss ist. Die deshalb nicht berücksichtigten steuerlichen Verlustvorträge belaufen sich auf TEUR 33.

Zum 31. Dezember 2016 wurden alle deutschen und niederländischen latenten Steuern auf temporäre Differenzen unverändert gegenüber dem Vorjahr auf der Basis eines kombinierten Steuersatzes von gerundet 30 % (für Deutschland) und 25 % (für die Niederlande) sowie zwischen 20 % und 25 % für ausländische (d. h. nicht deutsche oder niederländische) latente Steuern ermittelt. Für den Ansatz der latenten Steuern auf Verlustvorträge in Deutschland wurden analog zum Vorjahr durchgängig Steuersätze von 14 % für die Gewerbesteuer und von 16 % für Körperschaftsteuer und Solidaritätszuschlag zugrunde gelegt.

Im Jahr 2016 haben die niederländischen Steuerbehörden die Körperschaft- und Mehrwertsteuerprüfung für das Geschäftsjahr 2013 für die niederländischen Beteiligungen abgeschlossen. Diese Prüfung ergab eine Anpassung für die Jahre 2011-2013 hinsichtlich der aktivierten Erstattungsansprüche aus abgeführter Quellensteuer (WHT), die von den Gateways auf die Auszahlungen an mehrere niederländische CLIQ-Einheiten abgezogen wurden. Die Auswirkung dieser Anpassung für die Jahre 2011-2013, aber auch für die Jahre danach bis zum Jahr 2015, ist im Geschäftsjahr 2016 vollständig in der Gewinn- und Verlustrechnung unter der Position Abschreibungen auf die kurzfristigen Vermögenswerte enthalten und beläuft sich auf 0,5 Mio. Die einzige Feststellung ergaben die fortzuführenden Quellensteuern (WHT), die von den Gateways von den Auszahlungen an mehrere niederländische CLIQ-Beteiligungen abgezogen wurden. Keine weiteren Diskrepanzen wurden von den niederländischen Steuerbehörden festgestellt. Im Jahr 2016 haben die deutschen Finanzbehörden die Lohnsteueraussonprüfung für alle deutschen Beteiligungen für die Geschäftsjahre 2013 und 2014 abgeschlossen. Von den deutschen Finanzbehörden wurden keine größeren Diskrepanzen festgestellt.

Allgemeine Angaben

Die Überleitung des erwarteten Steueraufwands auf den tatsächlichen Steueraufwand zeigt die folgende Tabelle:

in TEUR	2016	2015
Gewinn (+)/Verlust (-) aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	3.602,4	1.732,1
Erwarteter Steueraufwand (+)/-ertrag (-) bei einem Steuersatz von 30 %	1.080,7	519,6
Abweichungen vom erwarteten Steueraufwand		
a. Aktivierte Verlustvorträge	-24,0	-
b. Steuern aus Vorjahren (laufend)	-456,6	-113,9
c. Steuern aus Vorjahren (latent)	107,8	46,3
d. Steuern aus Vorjahren (latent Bewertungsunterschied)	278,1	130,1
e. Besteuerungsunterschiede zwischen in- und ausländischen Unternehmen	-123,3	-29,0
f. Steuereffekt von nicht zu versteuernden Einkommen und steuerlich nicht abzugsfähige Kosten	-0,3	-117,1
g. Sonstige	-12,3	-57,0
Summe der Anpassungen	-230,5	-140,6
Tatsächlicher Steuerertrag (-)/-aufwand (+)	850,2	379,0

Der effektive Steuersatz beträgt 23,6 % (2015: 21,9 %, in Bezug auf den Betrag des negativen Ergebnisses).

Der Steuerabgrenzungen sind folgenden Bilanzposten zuzuordnen:

in TEUR	2016		2015	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögenswerte	384,4	1.674,8	639,6	1.181,9
Steuerliche Verlustvorträge	2.627,3	-	2.964,4	-
	3.011,7	1.674,8	3.604,0	1.181,9
Saldierung aktive und passive latente Steuern	1.795,9	459,0	2.514,3	92,2

(8) Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird ermittelt, indem der Ergebnisanteil der Aktionäre der CLIQ Digital AG durch den gewichteten Durchschnitt der Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien dividiert wird. Das verwässerte Ergebnis je Aktie berücksichtigt zusätzlich alle aufgrund von Aktienoptionsprogrammen (Anmerkung 15) möglicherweise auszugebenden Aktien.

	2016	2015
Ergebnisanteil der Aktionäre der CLIQ Digital AG (in TEUR)	2.745,8	1.353,1
Anzahl der Aktien, die sich zum 1. Januar im Umlauf befanden	6.188.714	6.188.714
Anzahl der Aktien, die sich zum 31. Dezember im Umlauf befanden	6.188.714	6.188.714
Gewichteter Durchschnitt der Aktien im Umlauf	6.188.714	6.188.714
Unverwässerte Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,44	0,22
Anzahl der potenziell verwässerten Stammaktien (in Stück)	163.550	175.050
Gewichteter Durchschnitt der Aktien für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie	6.352.264	6.363.764
Verwässertes Ergebnis je Aktie (in EUR)	0,43	0,21
Anzahl der Aktien, die sich zum 31. Dezember im Umlauf befanden	6.188.714	6.188.714
Unverwässerte Ergebnis je Aktie (in EUR) dividiert durch die Anzahl der Aktien zum Jahresende	0,44	0,22
Anzahl der potenziell verwässerten Stammaktien (in Stück) zum Jahresende	163.550	175.050
Anzahl der Aktien für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie zum Jahresende	6.352.264	6.363.764
Verwässerte Ergebnis je Aktie (in EUR) dividiert durch die Anzahl der Aktien zum Jahresende	0,43	0,21

(9) Immaterielle Vermögenswerte

Die immateriellen Vermögenswerte entwickelten sich wie folgt:

in TEUR	Selbst erstellte immateri- elle Vermö- genswerte	Sonstige immateri- elle Vermö- genswer- te	Kunden- gewin- nung	Kunden- stamm	Geleistete Anzahlungen und sonstige immaterielle Vermögens- gegenstände	Ge- schäfts- oder Firmen- wert	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten							
Stand 1.1.2015	3.626,0	11.720,8	13.366,9	243,2	-	43.322,2	72.279,1
Zugänge	82,1	-	17.213,8	-	-	-	17.295,9
Abgänge	1.871,1	-	-7.306,1	-243,2	-	-	-5.678,2
Stand 31.12.2015	5.579,2	11.720,8	23.274,6	-	-	43.322,2	83.896,8
Stand 1.1.2016	5.579,2	11.720,8	23.274,6	-	-	43.322,2	83.896,8
Zugänge	28,4	-	21.129,6	-	-	-	21.158,0
Abgänge	0,1	-11.720,8	-15.063,9	-	-	-	-26.784,6
Stand 31.12.2016	5.607,7	-	29.340,3	-	-	43.322,2	78.270,2
Abschreibungen und Wertminderungen							
Stand 1.1.2015	2.921,3	11.629,4	9.337,2	243,2	-	105,6	24.236,7
Zugänge des Geschäftsjahres	261,9	91,4	15.392,7	-	-	-	15.746,0
Wertberichtigung	-	-	-	-243,2	-	-	-
Abgänge	1.871,0	-	-7.287,5	-	-	-	-5.659,7
Stand 31.12.2015	5.054,2	11.720,8	17.442,4	-	-	105,6	34.323,0
Stand 1.1.2016	5.054,2	11.720,8	17.442,4	-	-	105,6	34.323,0
Zugänge des Geschäftsjahres	196,1	-	21.037,7	-	-	-	21,233,8
Wertberichtigung	-	-	-	-	-	-	-
Abgänge	0,1	-11.720,8	-15.064,7	-	-	-	-26,785,4
Stand 31.12.2016	5.250,4	-	23.415,4	-	-	105,6	28,771,4
Buchwert 31. Dezember 2015	525,0	-	5.832,2	-	-	43.216,6	49.573,8
Buchwert 31. Dezember 2016	357,3	-	5.924,9	-	-	43.216,6	49.498,8

Der Geschäfts- oder Firmenwert und der Kundenstamm stammen aus dem Erwerb der CLIQ B.V. Im Geschäftsjahr haben keine Ereignisse stattgefunden, die eine gesonderte Berichterstattung nach IFRS 3.B67d erfordern würden.

(10) Sachanlagen

Die Sachanlagen entwickelten sich wie folgt:

in TEUR	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand am 1.1.2015	1.751,9
Zugänge	33,3
Abgänge	644,2
Stand am 31.12.2015	2.429,4
Stand am 1.1.2016	2.429,4
Zugänge	80,2
Abgänge	-2,2
Stand am 31.12.2016	2.507,4
Abschreibungen und Wertminderungen	
Stand am 1.1.2015	1.074,1
Zugänge des Geschäftsjahres	213,7
Wertberichtigung	-
Abgänge	644,5
Stand am 31.12.2015	1.932,3
Stand am 1.1.2016	1.932,3
Zugänge des Geschäftsjahres	197,9
Wertberichtigung	-
Abgänge	-2,2
Stand am 31.12.2016	2.128,0
Buchwert 31. Dezember 2015	497,1
Buchwert 31. Dezember 2016	379,4

Die Zugänge bei den Sachanlagen belaufen sich auf TEUR 80,2 (2015: TEUR 33,3). TEUR 67,3 der Zugänge betreffen neue Hardware (2015: TEUR 33,3).

(11) Latente Steuern

Die Abgrenzung latenter Steuern erfolgt gemäß dem „Liability-Methode“ des IAS 12 Ertragsteuern. Dabei finden die am Abschlussstichtag geltenden bzw. beschlossenen und bekannten Steuersätze Anwendung.

Die latenten Steuern in Höhe von TEUR 1.795,9 (2015: TEUR 2.514,3) resultieren überwiegend aus der wahrscheinlichen zukünftigen Nutzung von steuerlichen Verlustvorträgen. Weitere Erläuterungen zu den latenten Steuern können der Anmerkung 7 „Ertragsteuern“ entnommen werden.

(12) Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2016	2015
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, brutto	5.506,7	6.190,1
Abzüglich: Wertberichtigungen	-354,7	-1.510,2
	5.152,0	4.679,9

Die ausgewiesenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

Die ausgewiesenen Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entwickelten sich wie folgt:

in TEUR	Einzelwertberichtigungen		Portfoliowertberichtigungen		Gesamt	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
1. Januar	1.510,2	452,6	-	-	1.510,2	452,6
Ergebniswirksame Veränderungen der Wertberichtigungen	-6,5	1.057,6	-	-	-6,5	1.057,6
Veränderungen bei Wertberichtigungen für Abschreibungen	-1.149,0	-	-	-	-1.149,0	-
31. Dezember	354,7	1.510,2	-	-	354,7	1.510,2

Zum Abschlussstichtag bestehen überfällige, nicht wertberichtigte Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in folgender Höhe:

in TEUR	Überfällig 1-30 Tage	Überfällig 30-180 Tage	Überfällig mehr als 180 Tage
Stand am 31.12.2016	4,7	66,5	158,6
Stand am 31.12.2015	1.406,8	467,7	56,2

Bezüglich der Forderungen, die nicht überfällig und nicht wertgemindert oder überfällig und nicht wertgemindert sind, gibt es basierend auf der Kredithistorie und den aktuellen Bonitätseinstufungen keine Hinweise, dass die Kunden nicht in der Lage sind, ihren Verpflichtungen nachzukommen.

(13) Sonstige Vermögenswerte

Die sonstigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR	Stand am 31.12.2016	Stand am 31.12.2015
Umsatzsteuer	131,5	456,4
Forderungen aus noch nicht abgerechneten Leistungen	5.252,5	3.904,2
Kautionen	45,1	46,6
Rechnungsabgrenzungsposten	276,7	241,4
Steuerrückerstattungsansprüche gegenüber griechischen Steuerbehörden	-	19,0
Sonstiges	24,6	445,1
Gesamt	5.730,4	5.112,7

Die ausgewiesenen sonstigen Vermögenswerte haben eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr.

(14) Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Dieser Posten enthält Bankguthaben von TEUR 48,8 (2015: TEUR 65,8) und einen Kassenbonstand von TEUR 0,6 (2015: TEUR 0,1).

(15) Konzerneigenkapital

Das Konzerneigenkapital und seine einzelnen Bestandteile sind in der "Eigenkapitalveränderungsrechnung" gesondert ausgewiesen.

- **Ausschüttungen**

CLIQ Digital setzt die bisherige Dividendenpolitik weiter fort: Gewinne werden nur dann ausgeschüttet, wenn sie nicht zur Tilgung des Schuldenstands und/oder für die weitere Finanzausstattung des Unternehmens verwendet werden. Die CLIQ Digital AG hat beschlossen, den Cashflow 2016 zur Reduzierung ihres hauptsächlich aus der Übernahme der CLIQ B.V. stammenden Schuldenstands zu verwenden.

- **Kapitalmanagement**

CLIQ Digital verfolgt grundsätzlich das Ziel, eine angemessene Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erwirtschaften. Das buchhalterische Kapital des Konzerns dient dabei jedoch lediglich als passives Steuerungskriterium. Als aktive Steuerungsgrößen werden der Umsatz und das bereinigte EBITDA (EBITDA -/- Abschreibungen und Wertminderungen auf aktivierte Kundenakquisitionskosten) genutzt. Allerdings ist die CLIQ Digital AG in ihrer heutigen Form ein junges, noch im Wachstum befindliches Unternehmen. Es ist das Ziel, hohe Investitionen, die in einem nicht unbeträchtlichen Umfang die kurzfristige Ertragsfähigkeit des Unternehmens belasten, in den Aufbau der Unternehmensgruppe zu tätigen. Diese Wachstumsziele führen dazu, dass in dieser Wachstumsphase klassische Renditekriterien nicht immer im Vordergrund stehen. Die in diesem Zusammenhang stehenden



Investitionen sind die Basis für den langfristigen Unternehmenserfolg. Die CLIQ Digital AG strebt danach, kurz- und langfristig eine profitable Unternehmensgruppe zu werden

● **Gezeichnetes Kapital**

Das Grundkapital änderte sich im Geschäftsjahr 2016 nicht und beträgt zum 31. Dezember 2016 unverändert EUR 6.188.714 und ist in 6.188.714 Stückaktien (nennwertlose Inhaberaktien) eingeteilt, jeweils mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von EUR 1,00. Alle bis zum 31. Dezember 2016 ausgegebenen Aktien sind voll eingezahlt. Jede Aktie gewährt ein Stimmrecht sowie einen Dividendenanspruch, die jeweils ihrem Anteil am Grundkapital entsprechen:

in EUR	
Stand am 1.1.2016	6.188.714 ¹⁾
Ausgabe neuer Aktien	
infolge Kapitalerhöhung	-
infolge Pflichtwandlung	-
Stand am 31.12.2016	6.188.714
Gewichteter Durchschnitt der Aktien im Geschäftsjahr 2015	6.188.714

¹⁾ Einschließlich 4.000 von der Gesellschaft gehaltener eigener Aktien.

● **Eigene Anteile**

Der Vorstand war durch Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung vom 22. Dezember 2011 ermächtigt, im Zeitraum bis zum 21. Dezember 2016 eigene Aktien der Gesellschaft zu erwerben. Die Ermächtigung ist im Geschäftsjahr 2016 nicht ausgeübt worden und ist mit Ablauf des 21. Dezember 2016 erloschen.

Der gesamte Bestand an eigenen Aktien beläuft sich zum 31. Dezember 2016 auf 4.000 Stück. Dies entspricht 0,06 % des Grundkapitals. Die Anschaffungskosten in Höhe von TEUR 15,48 (inklusive Anschaffungsnebenkosten in Höhe von TEUR 0,0) wurden in einer Summe vom Eigenkapital abgezogen.

● **Genehmigtes Kapital**

Die ordentliche Hauptversammlung vom 28. August 2014 schuf ein genehmigtes Kapital in Höhe von höchstens EUR 2.222.849,00 („genehmigtes Kapital 2014“). Der Vorstand wurde vorbehaltlich der Zustimmung des Aufsichtsrats ermächtigt, das eingetragene Grundkapital einmal oder mehrere Male durch die Ausgabe von bis zu 2.222.849 neuen Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlagen um einen Gesamtbetrag von höchstens EUR 2.222.849,00 zu erhöhen. Auf diesen Betrag war jedoch der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf neue Aktien entfiel, die nach Einberufung der Hauptversammlung vom 28. August 2014 aufgrund des von der ordentlichen Hauptversammlung

der Gesellschaft vom 24. August 2012 beschlossenen genehmigten Kapitals 2012 ausgegeben wurden. Durch die Ausnutzung des genehmigten Kapitals 2012, in deren Rahmen am 6. November 2014 1.480.349 neue Aktien ausgegeben wurden, reduzierte sich das genehmigte Kapital 2014 um EUR 1.480.349,00. Das verbleibende genehmigte Kapital 2014 betrug zuletzt EUR 742.500,00. Es ist durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 26. August 2016 aufgehoben worden; die Aufhebung wurde mit Eintragung im Handelsregister am 6. Oktober 2016 wirksam.

Die ordentliche Hauptversammlung vom 26. August 2016 beschloss, den Vorstand zu ermächtigen, das Grundkapital der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 25. August 2021 durch einmalige oder mehrmalige Ausgabe von bis zu 1.547.178 neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage um bis zu EUR 1.547.178,00 zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016). Das genehmigte Kapital 2016 ist durch Eintragung im Handelsregister am 6. Oktober 2016 wirksam geworden. Es ist im Geschäftsjahr 2016 nicht ausgeübt worden.

● **Bedingtes Kapital**

Die ordentliche Hauptversammlung vom 14. August 2008 beschloss eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft um bis zu EUR 133.366,00, aufgeteilt in 133.366 neue Stückaktien („Bedingtes Kapital II“). Das bedingte Kapital II dient ausschließlich der Erfüllung von Bezugsrechten aus Aktienoptionen der Vorstandsmitglieder und Mitarbeiter der Gesellschaft sowie der Vorstandsmitglieder und Mitarbeiter von derzeit oder in Zukunft verbundenen Gesellschaften im Sinne der §§ 15 ff. AktG, die gemäß der Ermächtigung durch die ordentliche Hauptversammlung vom 14. August 2008 innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach Eintragung des bedingten Kapitals II gewährt wurden. Die Erhöhung durch das bedingte Kapital II wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber ausgegebener Optionsrechte von ihrem Optionsrecht Gebrauch machen und die Gesellschaft zur Erfüllung keine eigenen Aktien oder Barzahlung wählt. Die neuen Aktien nehmen ab Beginn des Geschäftsjahres, für das zum Zeitpunkt der Ausübung der Optionsrechte noch kein Beschluss über die Verwendung des Bilanzgewinns gefasst wurde, am Gewinn teil.

Die ordentliche Hauptversammlung vom 24. August 2012 beschloss eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft um bis zu EUR 250.000,00, aufgeteilt in 250.000 neue Stückaktien („Bedingtes Kapital 2012“). Das bedingte Kapital 2012 dient ausschließlich der Erfüllung von Optionsrechten, die gemäß der von der ordentlichen Hauptversammlung am 24. August 2012 beschlossenen Ermächtigung gewährt wurden. Die Erhöhung des bedingten Kapitals wird nur insoweit durchgeführt, wie die Inhaber der Optionsrechte ihre Rechte zum Bezug von Aktien der Gesellschaft ausüben und die Gesellschaft nicht beschließt, die Ansprüche durch eigene Aktien zu erfüllen. Die neuen Aktien nehmen ab Beginn des Geschäftsjahres, in dem sie durch die Ausübung der Optionsrechte geschaffen werden, am Gewinn teil.

Die ordentliche Hauptversammlung vom 28. August 2014 beschloss eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals der Gesellschaft um bis zu EUR 1.839.483,00, aufgeteilt in bis zu 1.839.483 neue Stückaktien („Bedingtes Kapital 2014“). Das bedingte Kapital 2014 dient der Gewährung von auf den Inhaber lautenden Stückaktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandel-, Options- und/oder Gewinnschuldverschreibungen und/oder Genussrechten (bzw. Kombinationen dieser Instrumente), die gemäß der

von der ordentlichen Hauptversammlung am 30. August 2013 und vom 28. August 2014 beschlossenen Ermächtigungen durch die Gesellschaft bzw. deren unmittelbare oder mittelbare Konzerngesellschaften im In- und Ausland gegen Bareinlage begeben werden und ein Wandlungs- bzw. Optionsrecht zum Bezug von auf den Inhaber lautenden Stückaktien der Gesellschaft gewähren bzw. eine Wandlungspflicht bestimmen.

Die Ausgabe der neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien aus dem Bedingten Kapital 2014 darf nur zu einem Wandlungs- bzw. Optionspreis erfolgen, welcher den Vorgaben der jeweils maßgeblichen, von der Hauptversammlung vom 30. August 2013 bzw. von der Hauptversammlung vom 28. August 2014 beschlossenen Ermächtigung entspricht.

Die bedingte Kapitalerhöhung ist nur insoweit durchzuführen, wie von Options- bzw. Wandlungsrechten Gebrauch gemacht wird, wie die zur Wandlung verpflichteten Inhaber bzw. Gläubiger ihre Pflicht zur Wandlung erfüllen oder wie Andienungen von Aktien aufgrund von Ersetzungsbefugnissen der Gesellschaft erfolgen und soweit nicht eigene Aktien oder neue Aktien aus einer Ausnutzung eines Genehmigten Kapitals zur Bedienung eingesetzt werden. Die neuen auf den Inhaber lautenden Stückaktien nehmen vom Beginn des Geschäftsjahrs an, in dem sie durch Ausübung von Options- bzw. Wandlungsrechten oder durch Erfüllung von Wandlungspflichten oder die Ausübung von Andienungsrechten entstehen, am Gewinn teil. Der Vorstand wird ermächtigt, die weiteren Einzelheiten der Durchführung der bedingten Kapitalerhöhung festzusetzen.

- **Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelgenussscheinen, Options-, Wandel- und/oder Gewinnschuldverschreibungen und zum Ausschluss des Bezugsrechts**

Durch Beschluss der ordentlichen Hauptversammlung vom 28. August 2014 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum Ablauf des 27. August 2019 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber oder auf den Namen lautende Wandel-, Options- und/oder Gewinnschuldverschreibungen und/oder Genussrechte (bzw. Kombinationen dieser Instrumente) (zusammen „Schuldverschreibungen“) mit oder ohne Laufzeitbegrenzung im Gesamtnennbetrag von höchstens bis zu EUR 40.000.000,00 zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- bzw. Optionsrechte zum Bezug von bis zu 1.839.483 auf den Inhaber lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu EUR 1.839.483,00 nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren und/oder in den Bedingungen der Schuldverschreibungen Pflichten zur Wandlung der jeweiligen Schuldverschreibung in solche Stückaktien zu begründen. Die Schuldverschreibungen können gegen Bar- oder Sacheinlage ausgegeben werden. Auf den Höchstbetrag von EUR 40.000.000,00 ist der Nennbetrag von Schuldverschreibungen anzurechnen, die aufgrund einer älteren Ermächtigung im Jahr 2014 ausgegeben wurde. Der verbleibende Gesamtnennbetrag beläuft sich mithin auf EUR 39.606.000,00.

Die Schuldverschreibungen sollen den Aktionären grundsätzlich zum Bezug angeboten werden. Sie können auch durch eines oder mehrere Kreditinstitute oder ähnliche Unternehmen gemäß § 186 Absatz 5 Satz 1 AktG mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Werden die Schuldverschreibungen durch ein Konzernunternehmen ausgegeben, hat die Gesellschaft sicherzustellen, dass den Aktionären der Gesellschaft die oben genannten gesetzlichen Bezugsrechte gewährt werden.

Schuldverschreibungen können einmal oder mehrere Male, ganz oder teilweise oder gleichzeitig in verschiedenen Tranchen ausgegeben werden. Die einzelnen Tranchen können in Teilschuldverschreibungen von jeweils gleichem Rang aufgeteilt werden. § 9 Absatz 1 AktG und § 199 AktG bleiben unberührt.

Im Falle der Ausgabe von Optionsschuldverschreibungen werden jeder Teilschuldverschreibung ein oder mehrere Optionsscheine beigelegt, die den Inhaber berechtigen, nach Maßgabe der vom Vorstand festzulegenden Optionsbedingungen auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft zu beziehen. Der anteilige Betrag am Grundkapital der je Teilschuldverschreibung zu beziehenden, auf den Inhaber lautenden Stückaktien der Gesellschaft darf den Nennbetrag der Teilschuldverschreibung jedoch nicht überschreiten. Zudem darf die Laufzeit des Optionsrechts die Laufzeit der Optionsschuldverschreibung nicht übersteigen. Im Übrigen kann vorgesehen werden, dass etwaige Spitzen zusammengelegt und/oder in Geld ausgeglichen werden. Entsprechendes gilt, wenn Optionsscheine einem Genussrecht oder einer Gewinnschuldverschreibung beigelegt werden.

Im Falle der Ausgabe von Wandelschuldverschreibungen erhalten die Inhaber der Teilschuldverschreibungen das Recht, diese nach näherer Maßgabe der vom Vorstand festzulegenden Wandelanleihebedingungen in auf den Inhaber lautende Stückaktien der Gesellschaft umzutauschen. Das Umtauschverhältnis ergibt sich aus der Division des Nennbetrags einer Teilschuldverschreibung durch den festgesetzten Wandlungspreis für eine auf den Inhaber lautende Stückaktie der Gesellschaft. Das Umtauschverhältnis kann sich auch durch Division des unter dem Nennbetrag liegenden Ausgabebetrags einer Schuldverschreibung durch den festgesetzten Wandlungspreis für eine neue auf den Inhaber lautende Stückaktie der Gesellschaft ergeben. Das Umtauschverhältnis kann auf eine volle Zahl auf- oder abgerundet werden. Es kann vorgesehen werden, dass etwaige Spitzen zusammengelegt und/oder in Geld ausgeglichen werden. Der anteilige Betrag am Grundkapital der bei Wandlung auszugebenden auf den Inhaber lautenden Stückaktien darf den Nennbetrag der Schuldverschreibung nicht übersteigen. Die Wandelanleihebedingungen können auch eine Wandlungspflicht zum Ende der Laufzeit oder zu einem früheren Zeitpunkt vorsehen. Die Gesellschaft kann in den Anleihebedingungen berechtigt werden, eine etwaige Differenz zwischen dem Nennbetrag der Wandelschuldverschreibung und dem Produkt aus Wandlungspreis und Umtauschverhältnis ganz oder teilweise in bar auszugleichen. Vorstehende Vorgaben gelten entsprechend, wenn das Wandlungsrecht bzw. die Wandlungspflicht sich auf ein Genussrecht oder eine Gewinnschuldverschreibung beziehen.

Die Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen können das Recht der Gesellschaft vorsehen, den Gläubigern der Schuldverschreibung ganz oder teilweise anstelle der Zahlung eines fälligen Geldbetrags neue Aktien oder eigene Aktien der Gesellschaft zu gewähren. Die Aktien werden jeweils mit einem Wert angerechnet, der nach näherer Maßgabe der Anleihebedingungen dem auf volle Cent aufgerundeten volumengewichteten Durchschnittswert der Börsenkurse von Aktien gleicher Gattung der Gesellschaft im XETRA-Handel (oder in einem an die Stelle des XETRA-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten zehn Handelstagen vor der Erklärung der Wandlung bzw. Optionsausübung entspricht. Die Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen können ferner vorsehen, dass die Gesellschaft den Wandlungs- bzw. Optionsberechtigten nicht Aktien der Gesellschaft gewährt, sondern den Gegenwert der andernfalls zu liefernden Aktien in Geld zahlt. Der Gegenwert je Aktie entspricht nach näherer Maßgabe der Anleihebedingungen dem auf volle Cent aufgerundeten volumengewichteten Durchschnittswert der Börsenkurse von Aktien gleicher Gattung der Gesellschaft im XETRA-Handel (oder in einem an die Stelle des XETRA-Systems getre-

tenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse an den letzten zehn Handelstagen vor der Erklärung der Wandlung bzw. Optionsausübung.

Im Falle der Ausgabe von Schuldverschreibungen, die ein Wandlungsrecht, eine Wandlungspflicht und/oder ein Optionsrecht gewähren bzw. bestimmen, muss der jeweils festzusetzende Options- bzw. Wandlungspreis – auch bei einem variablen Umtauschverhältnis bzw. Wandlungspreis – entweder (i) mindestens 80 % des volumengewichteten Durchschnitts aus den Börsenkursen der Aktien der Gesellschaft gleicher Gattung im XETRA-Handel (oder in einem an die Stelle des XETRA-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) der Frankfurter Wertpapierbörse an den zehn Börsentagen vor dem Tag der Beschlussfassung durch den Vorstand über die Begebung der Options- oder Wandlungsschuldverschreibungen betragen oder (ii) – für den Fall der Einräumung eines Bezugsrechts – mindestens 80 % des volumengewichteten Durchschnitts aus den Börsenkursen der Aktien der Gesellschaft gleicher Gattung im XETRA-Handel (oder in einem an die Stelle des XETRA-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse im Zeitraum vom Beginn der Bezugsfrist bis zum dritten Tag vor der Bekanntmachung der endgültigen Konditionen gemäß § 186 Absatz 2 Satz 2 AktG (einschließlich) entsprechen. § 9 Absatz 1 AktG und § 199 AktG bleiben unberührt.

Die Ermächtigung umfasst auch die Möglichkeit, nach näherer Maßgabe der jeweiligen Anleihebedingungen in bestimmten Fällen Verwässerungsschutz zu gewähren bzw. Anpassungen vorzunehmen. Dies kann insbesondere vorgesehen werden, wenn die Gesellschaft während der Wandlungs- oder Optionsfrist ihr Grundkapital unter Einräumung eines Bezugsrechts an ihre Aktionäre erhöht oder weitere Wandel- oder Options Schuldverschreibungen begibt bzw. Wandlungs- oder Optionsrechte gewährt oder garantiert und den Inhabern schon bestehender Wandlungs- oder Optionsrechte hierfür kein Bezugsrecht einräumt, wie es ihnen nach Ausübung des Wandlungs- oder Optionsrechts bzw. der Erfüllung ihrer Wandlungspflichten als Aktionär zustünde, oder wenn durch eine Kapitalerhöhung aus Gesellschaftsmitteln das Grundkapital erhöht wird. Für solche Fälle kann über die Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen sichergestellt werden, dass der wirtschaftliche Wert der bestehenden Wandlungs- bzw. Optionsrechte unberührt bleibt, indem die Wandlungs- oder Optionsrechte wertwährend angepasst werden, soweit die Anpassung nicht bereits durch Gesetz zwingend geregelt ist. Die wertwahrende Anpassung kann insbesondere durch Einräumung von Bezugsrechten, durch die Veränderung oder Einräumung von Barkomponenten oder durch Veränderung des Wandlungs-/Optionspreises erfolgen. Das Vorstehende gilt entsprechend für den Fall der Kapitalherabsetzung oder anderer Kapitalmaßnahmen, von Aktiensplits, von Umstrukturierungen, einer Kontrollerlangung durch Dritte, einer Dividendenzahlung oder anderer vergleichbarer Maßnahmen, die zu einer Verwässerung des Werts der Aktien führen können. § 9 Absatz 1 AktG und § 199 AktG bleiben unberührt. In jedem Fall darf der anteilige Betrag des Grundkapitals der je Schuldverschreibung zu beziehenden Aktien den Nennbetrag pro Schuldverschreibung bzw. einen niedrigeren Ausgabepreis nicht überschreiten.

Der Vorstand wird ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Ausgabe und Ausstattung der Schuldverschreibungen, insbesondere Zinssatz, Art der Verzinsung, Ausgabekurs, Laufzeit, Stückelung, Verwässerungsschutzbestimmungen, Restrukturierungsmöglichkeiten, Options- bzw. Wandlungspreis und Options- bzw. Wandlungszeitraum sowie Währung und Umrechnungsmodalitäten festzusetzen. Für den Fall der Ausgabe durch Konzernunternehmen hat der Vorstand zusätzlich das Einvernehmen mit den Organen der die Schuldverschreibungen begebenden Konzernunternehmen herzustellen. § 9 Absatz 1 AktG und § 199 AktG bleiben jeweils unberührt.

- **Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital**

Dieser Posten enthält die thesaurierten erwirtschafteten Gewinne der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften, das Periodenergebnis sowie die sonstigen Konsolidierungsrücklagen.

- **Aktienoptionsprogramm**

Aktienoptionsplan 2008

Die ordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft hat am 8. Juli 2008 beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, mit Zustimmung des Aufsichtsrats innerhalb von fünf Jahren nach Eintragung des Bedingten Kapitals II in das Handelsregister einmalig oder mehrmals Bezugsrechte auf insgesamt bis zu 133.633 auf den Inhaber lautende Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von EUR 1,00 pro Stückaktie an der Gesellschaft nach Maßgabe der nachfolgend dargestellten wesentlichen Bedingungen („Aktienoptionsplan 2008“) zu gewähren:

Die Ausgabe der Aktienoptionen zum Bezug von Aktien der Gesellschaft und die Ausgabe der Aktien erfolgt zur Schaffung eines Mitarbeiterbeteiligungsmodells.

Im Rahmen des Aktienoptionsprogramms 2008 werden Bezugsrechte an Mitglieder des Vorstands und der Mitarbeiter der CLIQ Digital AG sowie an Mitglieder der Geschäftsleitung und Mitarbeiter mit der Gesellschaft verbundener oder künftig verbundener Unternehmen im Sinne des §§ 15 ff. AktG ausgegeben.

Die CLIQ Digital AG hat seit dem Geschäftsjahr 2009 drei Aktienoptionsprogramme (Laufzeit 2009-2017) für Führungskräfte aufgelegt: im Jahr 2009, im Januar 2012 und im Dezember 2012. Nur für das Optionsprogramm vom Dezember 2012 stehen zum 31. Dezember 2014 noch Optionen aus. Für dieses Programm gelten die folgenden Bedingungen:

Die Haltefrist der Optionen beträgt drei Jahre für ein Drittel (1/3) und vier Jahre für zwei Drittel (2/3) der zugesagten Optionen. Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug einer Aktie der Gesellschaft zum Ausübungspreis. Der Ausübungspreis entspricht jeweils 100 % des Marktwerts der Aktien am Tag des Beschlusses über die Zuteilung der Optionen am 28. Dezember 2012 (EUR 5,11); dabei sind Ausschüttungen, insbesondere Dividendenzahlungen und etwaige Bezugsrechte oder sonstige Sonderrechte während der Laufzeit der jeweiligen Aktienoptionen zu berücksichtigen. Voraussetzung für den verbindlichen Erwerb und die Ausübung der Aktienoptionen ist, dass der Marktwert der Aktie von CLIQ Digital AG am Tag der Ausübung des Bezugsrechts den Basispreis um mindestens 20 Prozent übersteigt. Die Erfolgsziele wurden bisher während der Laufzeit der Programme nicht nachträglich abgesenkt. Aktienoptionen, für die die Wartefrist erfüllt ist und die trotz Erreichens des Erfolgsziels in einem Ausübungsfenster nicht ausgeübt wurden, können in einem späteren Ausübungsfenster ausgeübt werden. Die Aktienoptionen können grundsätzlich nur ausgeübt werden, solange der Bezugsberechtigte in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis mit CLIQ Digital AG oder mit einem verbundenen Unternehmen steht. Die Ausübungsbedingungen sehen auch vor, dass die Ausübung der Aktienoptionen nur in den folgenden jährlichen Zeiträumen („Ausübungszeiträume“) zulässig ist, die jeweils sechs Wochen dauern: Sie beginnen jeweils am dritten Bankarbeitstag nach der Veröffentlichung der vorläufigen Quartalsberichte. Die Ablösung der Optionen kann die Gesellschaft über die Zuteilung von Aktien

oder durch Barausgleich vornehmen. Die Laufzeit des Aktienoptionsprogramms beträgt fünf Jahre, beginnend ab dem Zeitpunkt der Zusage. Werden die Aktienoptionen von dem Bezugsberechtigten nicht innerhalb der Laufzeit ausgeübt, verfallen die Aktienoptionen entschädigungslos.

Das Programm Dezember 2012 läuft im Dezember 2017 aus.

Aktienoptionsplan 2012

Die Hauptversammlung hat am 24. August 2012 beschlossen, den Vorstand zu ermächtigen, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 23. August 2017 bis zu 250.000 Aktienoptionen auf Inhaberaktien der Gesellschaft zu gewähren.

Zusätzlich hat die Hauptversammlung zur Deckung der im Rahmen dieser Ermächtigung gewährten Aktienoptionen beschlossen, ein bedingtes Kapital von bis zu EUR 250.000,00, entsprechend 250.000 neue nenntwertlose Inhaberstückaktien, zu schaffen

Für den Aktienoptionsplan 2012 gelten die folgenden Bedingungen:

Die Aktienoptionen können ausschliesslich Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft, Mitgliedern der Geschäftsführung von Konzerngesellschaften, sowie Mitarbeitern der Gesellschaft und der Konzerngesellschaften gewährt werden. Der Kreis der berechtigten Personen und der Umfang der jeweils zu gewährenden Aktienoptionen wird vom Vorstand abschließend festgelegt. Falls Mitgliedern des Vorstands der Gesellschaft Aktienoptionen zu gewähren sind, liegt die Bestimmung der Personen und die Ausgabe von Aktienoptionen in der alleinigen Verantwortung des Aufsichtsrats. Die Gesamtzahl der Aktienoptionen wird auf die berechtigten Gruppen wie folgt aufgeteilt.

- Mitgliedern des Vorstands werden höchstens und insgesamt 50.000 Aktienoptionen gewährt;
- Mitgliedern der Geschäftsführung von Konzerngesellschaften werden höchstens und insgesamt 50.000 Aktienoptionen gewährt;
- Mitarbeitern der Gesellschaft und der Konzerngesellschaften werden höchstens und insgesamt 150.000 Aktienoptionen gewährt.

CLIQ Digital AG hat im Januar 2015 ein Aktienoptionsprogramm gewährt. Für dieses Programm gelten die folgenden Bedingungen:

Die Haltefrist der Aktienoptionen beträgt vier Jahre. Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug einer Aktie der Gesellschaft zum Ausübungspreis. Der Ausübungspreis entspricht jeweils 100 % des Marktwerts der Aktien am Tag des Beschlusses über die Zuteilung der Optionen am 5. Januar 2015 (EUR 1,92). Im Fall einer Kapitalerhöhung oder sonstigen (besonderen) Möglichkeit zur Ausübung von Bezugsrechten, ist eine Anpassung des Aktienoptionsprogramms mit Zustimmung des Aufsichtsrats vorgesehen.

Eine Voraussetzung für die Ausübung von Aktienoptionen ist, dass das Erfolgsziel des jeweiligen Jahres innerhalb der vierjährigen Haltefrist erreicht worden ist. Das Erfolgsziel eines Jahres gilt wie folgt:

Für jedes dieser Jahre gilt das Erfolgsziel als erreicht, wenn das Konzern-EBITDA für das jeweilige Quartal das geplante Konzern-EBITDA für das jeweilige Quartal in drei der vier Quartale erreicht oder übertroffen wird. Die vier Quartale des Kalenderjahres entsprechen denjenigen, in denen die Aktienoptionen ausgegeben wurden, beginnend mit dem Kalenderjahr. Wird das Erfolgsziel in einem oder mehreren Jahren nicht erreicht, verfallen die ausgegebenen Aktienoptionen proportional, das heißt in einem Ausmaß eines Drittels, der Hälfte, von Dreivierteln oder des Ganzen.

Nach Ablauf der Haltefrist können alle Aktienoptionen, für die das zuvor genannte Erfolgsziel erfüllt worden ist, in einem Zeitraum von vier Wochen bis zum Ende des Quartals, entsprechend einem Zeitraum von vier Wochen nach der Hauptversammlung sowie vier Wochen nach Veröffentlichung der Quartalsberichte oder des Jahresabschlusses, ausgeübt werden. Die Aktienoptionen können grundsätzlich nur ausgeübt werden, solange der Bezugsberechtigte in einem ungekündigten Anstellungsverhältnis mit CLIQ Digital AG oder mit einem verbundenen Unternehmen steht.

Die Ablösung der Optionen kann die Gesellschaft ausschliesslich über die Zuteilung von Aktien oder durch Barausgleich vornehmen. Die Laufzeit des Aktienoptionsprogramms beträgt sieben Jahre, beginnend ab dem 31. Dezember nach Ausgabe der Optionen. Werden die Aktienoptionen von dem Bezugsberechtigten nicht innerhalb der Laufzeit ausgeübt, verfallen die Aktienoptionen entschädigungslos.

Zusätzliche Sperrfristen aus besonderen Gründen können in begründeten Ausnahmefällen durch den Aufsichtsrat festgelegt werden, wenn der Vorstand betroffen ist, und durch den Vorstand, wenn andere berechnigte Personen betroffen sind. Weiterführende Informationen werden den Berechnigten zu gegebener Zeit zur Verfügung gestellt. Die Haltefrist darf unter keinen Umständen den Zeitraum von vier Jahren unterschreiten und das Ende der Laufzeit auf keinen Fall überschreiten.

Die den Aktienoptionplänen 2008 und 2012 zugrunde liegenden Annahmen sind:

	Aktienoptionsplan 2012	Aktienoptionsplan 2008
	Programm Januar 2015	Programm Dezember 2012
Anzahl der ausgegebenen Optionen	121.000	42.550
Beizulegender Wert der Option zum Zeitpunkt der Ausgabe	EUR 0,95	EUR 2,40
Ausübungspreis der Option zum Zeitpunkt der Ausgabe	EUR 1,92	EUR 5,11
Erwartete Volatilität	60%	60%
Laufzeit der Option	7 Jahre	5 Jahre
erwartete Dividenden	5,00%	5,00%
Risikoloser Zinssatz	0,00%	0,00%
Fluktuationsrate / Ausübungshürde	0,00%	0,00%

Die beizulegenden Werte der Optionen wurden mittels der Black-Scholes-Merton-Formel von einem externen Gutachter ermittelt. Für alle Programme wurde die erwartete Volatilität, auch unter Einbeziehung der in den Geschäftsjahren 2012 bis einschließlich 2016 erfolgten Kursanstiege, plausibel geschätzt.

Die Entwicklung der Aktienoptionen stellt sich wie folgt dar:

	2016		2015	
	Durchschnittlicher Ausübungspreis		Durchschnittlicher Ausübungspreis	
	Anzahl	EUR	Anzahl	EUR
1. Januar	175.050	2,72	44.050	5,11
Zusage	-	1,92	133.500	1,92
Ausgeübte Aktienoptionen	-	-	-	-
Verfallene Aktienoptionen	-11.500	1,92	-2.500	1,92
31. Dezember	163,550	2,75	175.050	2,72
Ausübbar am 31. Dezember	42.550	-	-	-

Zum 31. Dezember 2016 wird der beizulegende Zeitwert der Optionen im Jahresabschluss 2016 wie folgt ausgewiesen:

In Tausend EUR	Fair Value ausgewiesen in Kapitalrücklagen	Fair Value ausgewiesen in anderen langfristigen Rücklagen	Gesamt Fair Value
Aktionsprogramm 2015	-	315,8	315,8
Aktionsprogramm 2012	45,1	-	45,1
Gesamt	45,1	315,8	360,9

(16) Leistungspläne

CLIQ Digital unterhält verschiedene Vorsorgepläne. Für die deutschen Gesellschaften werden keine Pensionspläne betrieben. Mitarbeiter in Deutschland haben die Möglichkeit, auf der Grundlage einer Direktversicherung Vorsorgepläne zu vereinbaren, bei denen die Beiträge über eine Gehaltsumwandlung von den Mitarbeitern gezahlt werden. Die niederländischen Pensionsvorsorgepläne werden über Beiträge zu Rentenversicherern, etwa Versicherungsgesellschaften, finanziert. Die ausländischen Pensionsvorsorgepläne sind in Konzept und Funktionen mit denen des niederländischen Rentensystems vergleichbar. Die Pensionsverpflichtungen aus den niederländischen und ausländischen Pensionsvorsorgeplänen werden gemäß dem „Bewertungsansatz für Pensionsvermögen“ angesetzt. Dieser Ansatz erfasst die an die Rentenversicherer zu leistenden Beiträge aufwandswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung. Zum Jahresende 2016 bestehen außer der Zahlung der jährlichen Beiträge für die Rentenversicherer keine Pensionsforderungen oder –verpflichtungen für den Konzern.

(17) Sonstige Rückstellungen

in TEUR	1/1/2016	Inanspruchnahme	Auflösung	Zuführung	Sonstige	31/12/16
Kurzfristige sonstige Rückstellungen						
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	508,4	-49,3	-33,7	201,4	-124,4	502,4
Abschluss- und Prüfungskosten	85,6	-81,1	-4,5	121,6	-	121,6
Übrige Rückstellungen	229,1	-	-129,1	315,8	-	415,8
Summe kurzfristige sonstige Rückstellungen	823,1	-130,4	-167,3	638,8	-124,4	1.039,8

Gemäß IAS 37 werden für rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten, die aus Ereignissen aus der Vergangenheit resultieren, Rückstellungen angesetzt, wenn der Mittelabfluss zur Begleichung der Verpflichtungen wahrscheinlich und zuverlässig schätzbar ist.

Bei den sonstigen Rückstellungen handelt es sich um eine langfristige Rückstellung für Aktienoptionen in Höhe von TEUR 315,8 (ein Hinweis dazu befindet sich im Anhang unter 15 "Aktienoptionsplan").

(18) Verbindlichkeiten

in TEUR		Gesamt	Restlaufzeit		
			Bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	> 5 Jahre
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2016	10.638,0	5.638,0	5.000,0	-
	2015	14.920,8	7.920,8	5.000,0	-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2016	2.851,5	2.851,5	-	-
	2015	2.392,2	2.392,2	-	-
Sonstige Verbindlichkeiten	2016	4.191,0	4.181,7	9,3	-
	2015	3.467,6	3.421,1	46,5	-
Gesamt	2016	17.680,5	12.671,2	5.009,3	-
	2015	20.780,6	13.734,1	7.046,5	-

- **Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten**

Die zum 31. Dezember 2016 festgestellten Bankverbindlichkeiten entsprechen vollumfänglich dem Kontokorrent Darlehen der Commerzbank AG, da der im März 2016 neu verhandelte Kreditvertrag mit einem ursprünglichen Betrag von EUR 3,00 Mio. und einem geltenden 1M-Euribor-Zinssatz plus 2,85 % im Jahr 2016 vollständig zurückgezahlt wurde.

Die von der Commerzbank AG zur Verfügung gestellte Kontokorrent Kreditvereinbarung von insgesamt EUR 13,00 Mio. enthält (1) eine Basisfinanzierung mit einem 3M-Euribor-Zinssatz plus 2,1 % mit einem Höchstbetrag von EUR 6,00 Mio. und einer Möglichkeit zur Erhöhung auf EUR 8,00 Mio. ab Januar 2017 und 2) einem maximalen Fixbetrag von EUR 7,00 Mio. mit einem 3M-Euribor-Zinssatz plus 3,3 %. Der Fixbetrag von EUR 7,00 Mio. ist ab Januar 2017 um 12 monatliche Beträge von je TEUR 167 zu tilgen, was zum 31. Dezember 2017 einen Fixbetrag von EUR 5,00 Mio. ergibt. Das gesamte Darlehen der Commerzbank AG bleibt unverändert bei EUR 13,00 Mio.

Per 31. Dezember 2016 wurde die Kontokorrentkreditvereinbarung in Höhe von EUR 10,64 Mio. verwendet und wird im Jahresabschluss 2016 wie folgt offengelegt:

Bankverbindlichkeiten	< 1 Jahr	> 1 Jahr	Summe
Überziehungskredit	5.638,0	5.000,0	10.638,0
Summe	5.638,0	5.000,0	10.638,0

Die CLIQ Digital AG ist verpflichtet, die in den Kreditverträgen mit der Commerzbank festgelegten Vereinbarungen einzuhalten. Für das Geschäftsjahr 2016 wurden alle Vereinbarungen erfüllt. Zur Sicherung der Überziehungskredit hat die CLIQ Digital Gruppe ihre Forderungen an die Commerzbank mittels einer globalen Abtretung übertragen.

● Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten setzen sich wie folgt zusammen:

in TEUR		Gesamt	Restlaufzeit		
			Bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	> 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Steuern	2016	239,6	239,6	-	-
	2015	510,1	510,1	-	-
Abgegrenzte Vertriebskosten und sonstige Umsatzkosten	2016	2.050,0	2.050,0	-	-
	2015	1.832,1	1.832,1	-	-
Sonstiges	2016	1.854,9	1.854,9	-	-
	2015	1.039,8	1.039,8	-	-
Nicht-finanzielle sonstige Verbindlichkeiten	2016	4.144,5	4.144,5	-	-
	2015	3.382,0	3.382,0	-	-
Finanzierungsleasing	2016	46,5	37,2	9,3	-
	2015	85,6	39,1	46,5	-
Finanzielle sonstige Verbindlichkeiten	2016	46,5	37,2	9,3	-
	2015	85,6	39,1	46,5	-
Gesamt	2016	4.191,0	4.181,7	9,3	-
	2015	3.467,6	3.421,1	46,5	-

Die Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing setzen sich aus zwei Finanzleasingverträgen für Computer-Hardware mit einem ursprünglichen Betrag von TEUR 83,3 sowie TEUR 34,0 zusammen. Beide Verträge wurden im November 2014 abgeschlossen.

Weitergehende Erläuterungen zu den sonstigen finanziellen Verpflichtungen finden sich unter Anmerkung 21.

(19) Berichterstattung zu Finanzinstrumenten

Finanzinstrumente sind vertragliche Vereinbarungen, die Ansprüche auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente beinhalten. Gemäß IAS 32 und IAS 39 gehören hierzu originäre sowie derivative Finanzinstrumente. Zu den originären Finanzinstrumenten zählen insbesondere die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Kredite und Darlehen.

Die nachfolgenden Tabellen stellen die Buchwerte und die beizulegenden Zeitwerte der einzelnen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten für jede einzelne Kategorie von Finanzinstrumenten dar und leiten diese auf die entsprechenden Bilanzposten über. Da die Bilanzposten „Sonstige Vermögenswerte“ und „Sonstige Verbindlichkeiten“ sowohl Finanzinstrumente als auch nichtfinanzielle Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten enthalten, enthält die Spalte „Davon außerhalb IFRS 7“ diesen Übergang.

● **Buchwerte, Wertansätze und beizulegende Zeitwerte nach Bewertungskategorien zum 31. Dezember 2016**

in TEUR	IAS 39 Bewertungs- kategorie	Buchwert laut Bilanz	hiervon außerhalb IFRS 7
Aktiva			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	49,4	-
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	5.152,0	-
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	LaR	-	-
Sonstige Vermögenswerte	LaR	5.730,4	-
Finanzanlagen	LaR	-	-
Passiva			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	-2.851,5	-
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	FLAC	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	-10.638,0	-
Sonstige Verbindlichkeiten	FLAC	-4.191,0	-
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:			
Kredite und Forderungen	LaR	8.080,3	-
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Fair Value Option)	FVO	-	-
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (zu Handelszwecken gehalten, held for trading)	HfT	-	-
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	-14.829,0	-

Davon Wertansatz Bilanz nach IAS 39

Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Zeitwert erfolgsneutral	Zeitwert erfolgswirksam	hiervon Bewertung gemäß IAS 17	Zeitwert von Finanzinstrumenten innerhalb von IFRS 7
49,4	-	-	-	49,4
5.152,0	-	-	-	5.152,0
-	-	-	-	-
5.730,4	-	-	-	5.730,4
-	-	-	-	-
-2.851,5	-	-	-	-2.851,5
-	-	-	-	-
-10.638,0	-	-	-	-10.638,0
-4.191,0	-	-	-	-4.191,0
8.080,3	-	-	-	8.080,3
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-14.829,0	-	-	-	-14.829,0

● **Buchwerte, Wertansätze und beizulegende Zeitwerte nach Bewertungskategorien zum 31. Dezember 2015**

in TEUR	IAS 39 Bewertungs- kategorie	Buchwert laut Bilanz	hiervon außerhalb IFRS 7
Aktiva			
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	LaR	65,9	-
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	LaR	4.679,9	-
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	LaR	-	-
Sonstige Vermögenswerte	LaR	5.112,7	-
Finanzanlagen	LaR	-	-
Passiva			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	FLAC	-2.392,2	-
Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	FLAC	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	FLAC	-14.920,8	-
Sonstige Verbindlichkeiten	FLAC	-3.467,6	-
Aggregiert nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39:			
Kredite und Forderungen	LaR	7.466,3	-
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Vermögenswerte und Verbindlichkeiten (Fair Value Option)	FVO	-	-
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte (zu Handelszwecken gehalten, held for trading)	HfT	-	-
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten	FLAC	-18.388,4	-

Aufgrund der kurzen Laufzeiten der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der sonstigen kurzfristigen Forderungen und Verbindlichkeiten wird angenommen, dass der jeweilige beizulegende Zeitwert dem Buchwert entspricht. Die beizulegenden Zeitwerte der langfristigen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten werden als Barwert der zukünftig erwarteten Cashflows ermittelt. Zur Diskontierung werden marktübliche Zinssätze, bezogen auf die entsprechenden Fristigkeiten, verwendet. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, sonstigen Vermögenswerte und Finanzanlagen sind zum Abschlussstichtag nicht überfällig oder wertgemindert.

Davon Wertansatz Bilanz nach IAS 39

Fortgeführte Anschaffungs- kosten	Zeitwert erfolgsneutral	Zeitwert erfolgswirksam	hiervon Bewertung gemäß IAS 17	Zeitwert von Finanzinstrumenten innerhalb von IFRS 7
65,9	-	-	-	65,9
4.679,9	-	-	-	4.679,9
-	-	-	-	-
5.112,7	-	-	-	5.112,7
-	-	-	-	-
-2.392,2	-	-	-	-2.392,2
-	-	-	-	-
-14.920,8	-	-	-	-14.920,8
-3.467,6	-	-	-	-3.467,6
7.466,3	-	-	-	7.466,3
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
-18.388,4	-	-	-	-18.388,4

Die Nettoergebnisse der Finanzinstrumente nach Bewertungskategorien gemäß IAS 39 stellen sich wie folgt dar:

in TEUR	Stand am 31.12.2016	Stand am 31.12.2015
Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten (FLAC)	-880,8	-862,7
Gesamt	-880,8	-862,7

Das Nettoergebnis der Kategorie „Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten“ (Financial Liabilities at Amortized Costs) setzt sich im Wesentlichen aus Zinsaufwendungen für finanzielle Verbindlichkeiten zusammen.

Die Gesamtzinserträge und -aufwendungen für finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet wurden, stellen sich wie folgt dar:

in TEUR	2016	2015
Gesamtzinserträge	-	15,9
Gesamtzinsaufwendungen	-880,8	-878,6
Gesamt	-880,8	-862,7

Risiken aus Finanzinstrumenten

Typische Risiken aus Finanzinstrumenten sind das Kreditrisiko, das Liquiditätsrisiko und die einzelnen Marktrisiken. Das Risikomanagementsystem des Konzerns wird einschließlich seiner Ziele, Methoden und Prozesse im Risikobericht des Konzernlageberichts dargestellt. Auf Basis der nachfolgend dargestellten Informationen sehen wir keine expliziten Risikokonzentrationen aus Finanzrisiken.

KREDITRISIKEN

CLIQ Digital versucht das Ausfallrisiko originärer Finanzinstrumente durch Handelsauskünfte, Kreditlimits und Debitorenmanagement einschließlich Mahnwesen und offensiven Inkassos zu verringern. Darüber hinaus schließt CLIQ Digital nur mit kreditwürdigen Kunden Geschäfte ab. Das maximale Ausfallrisiko ergibt sich durch die Buchwerte der in der Bilanz angesetzten finanziellen Vermögenswerte.

LIQUIDITÄTSRISIKEN

Das operative Liquiditätsmanagement umfasst einen Cash-Controlling-Prozess, durch den eine Zusammenführung von liquiden Mitteln erfolgt. Dadurch können Liquiditätsüberschüsse und Anforderungen entsprechend den Bedürfnissen des Konzerns sowie einzelner Konzerngesellschaften gesteuert werden. In das kurz- und mittelfristige Liquiditätsmanagement werden die Fälligkeiten

finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten sowie Schätzungen des Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit einbezogen. Zur Deckung des Liquiditätsbedarfs stehen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von insgesamt TEUR 49,4 (2015: TEUR 65,9) zur Verfügung. Darüber hinaus hat CLIQ Digital in Abhängigkeit von der Einhaltung bestimmter Kennzahlen („borrowing base“) Zugriff auf Kreditlinien von insgesamt TEUR 2.362,0 (2015: TEUR 1.798,0), die noch nicht in Anspruch genommen wurden. Das Liquiditätsrisiko wird daher insgesamt als gering eingestuft.

Aus den finanziellen Verbindlichkeiten resultieren in den nächsten Jahren voraussichtlich die folgenden (nicht diskontierten) Zahlungen:

in TEUR	Bruttowert 31.12.2016	Zahlungen 2017	Zahlungen 2018 bis 2020	Zahlungen ab 2022
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.851,5	2.851,5	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ¹⁾	10.638,0	5.638,0	5.000,0	-
Sonstige Verbindlichkeiten	4.191,0	4.181,7	9,3	-
Gesamt	17.680,5	12.671,2	5.009,3	-

¹⁾ vgl. Anmerkung 18 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

in TEUR	Bruttowert 31.12.2015	Zahlungen 2016	Zahlungen 2017 bis 2020	Zahlungen ab 2021
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2.392,2	2.392,2	-	-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ¹⁾	14.920,8	7.920,8	7.000,0	-
Sonstige Verbindlichkeiten	3.467,6	3.421,1	46,5	-
Gesamt	20.780,6	13.734,1	7.046,5	-

¹⁾ vgl. Anmerkung 18 Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

MARKTRISIKEN

Als Marktrisiko wird das Risiko bezeichnet, dass die beizulegenden Zeitwerte oder künftige Zahlungsströme eines originären oder derivativen Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Risikofaktoren schwanken. Zu den wesentlichen Marktrisiken, denen CLIQ Digital ausgesetzt ist, zählt das Zinsänderungsrisiko. Aus diesem Risiko können Ergebnis-, Eigenkapital- und Cashflow-Schwankungen resultieren.

Die nachstehend beschriebene Analyse stellt hypothetische, zukunftsorientierte Angaben dar, die sich aufgrund unvorhersehbarer Entwicklungen an den Finanzmärkten von den tatsächlichen Ereignissen unterscheiden können. Zudem sind hier nicht Risiken berücksichtigt, die nichtfinanzieller Natur oder nicht quantifizierbar sind, wie zum Beispiel Geschäftsrisiken.

WÄHRUNGSRIKIKEN

Das Währungsrisiko (Handels) Forderungen von erheblichen Einnahmen in anderen Fremdwährungen als US-Dollar sind für mindestens 75 % vom Konzern abgesichert. Der Konzern verwendet Devisenterminkontrakte um sein Währungsrisiko abzusichern, mit einer Laufzeit von weniger als 1 Jahr ab dem Stichtag. Die Forderungen der Umsätze in US-Dollar werden generell nicht abgesichert, da (zukünftige) Erträge sowie Aufwendungen (vor allem Marketingaufwendungen) in US-Dollar anfallen.

ZINSRIKIKEN

Das Zinsrisiko ist das Risiko, bei dem der beizulegende Zeitwert oder künftige Cashflow eines Finanzinstruments aufgrund von Änderungen der Marktzinsen schwankt. Die Unternehmensgruppe hat ausstehende Schulden in Höhe von TEUR 10.638,0, die ein inhärentes Zinsänderungsrisiko hervorgerufen haben und die sich negativ auf die künftigen Finanzergebnisse auswirken können. Die zum Jahresende ausstehenden Schulden bestehen aus insgesamt langfristigen Schulden in Höhe von TEUR 5.000,0 und kurzfristigen Schulden aus TEUR 5.638,0.

(20) Haftungsverhältnisse

Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften bestehen für den Konzern zum Abschlussstichtag nicht (2015: TEUR 0).

(21) Sonstige finanzielle Verpflichtungen aus schwebenden Geschäften

in TEUR		Gesamt	Restlaufzeit		
			Bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	> 5 Jahre
Künftige Zahlungsverpflichtungen aus:					
Mietverhältnissen für Gebäude	2016	1.636,1	247,9	1.169,0	219,2
	2015	580,0	303,0	277,0	-
sonstigen Miet-/Leasingverhältnissen	2016	46,5	37,2	9,3	-
	2015	85,6	39,1	46,5	-
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2016	1.682,6	285,1	1.178,3	219,2
	2015	665,6	342,1	323,5	-

Die Mietverhältnisse für Gebäude und sonstige Miet-/Leasingverhältnisse entsprechen den zukünftigen Mindestleasingzahlungen aus Operating-Leasing-Verhältnissen gemäß IAS 17. Gegenstand der Verträge sind die Anmietung von Gebäuden sowie das Leasing von Kfz oder IT-Hardware. Die Miet- und Leasingaufwendungen betragen im Berichtsjahr TEUR 256,6 (2015: TEUR 340,1).

(22) Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Die verbundenen Unternehmen der CLIQ Digital AG werden im Konsolidierungskreis (Anmerkung 24) dargestellt. Als „Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen“ im Sinne des IAS 24 Angaben zu Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen kommen neben dem

Vorstand ihm nahe Familienangehörige und grundsätzlich der Aufsichtsrat, Beteiligungen sowie die Anteilseigner in Betracht.

In 2016 hat sich der Vorstand der CLIQ Digital AG aus folgenden Mitgliedern zusammengesetzt:

Familienname	Vorname	Seit/bis	Funktion
Voncken	Luc	05.10.2012	Vorsitzender des Vorstands
Bos	Ben	01.06.2014	Mitglied des Vorstands

Die Vergütung des Vorstands setzt sich wie folgt zusammen:

in TEUR	2016	2015
Kurzfristig fällige Leistungen (ausgenommen aktienbasierte Vergütung)	800,0	600,0
Aktienbasierte Vergütung	165,0	95,0
Gesamtvergütung	965,0	695,0

Zum 31. Dezember 2016 hält der Vorstand 100.000 Aktienoptionen (2015: 100.000 Aktienoptionen). Der Aufsichtsrat hält zum 31. Dezember 2015 keine Aktienoptionen (2015: keine Aktienoptionen). Die Aktienoptionen können durchschnittlich in vier Jahren ausgeübt werden, unter den Voraussetzungen, dass die vereinbarten Erfolgsziele erreicht werden.

Der Aufsichtsrat bestand per 31. Dezember 2016 aus folgenden Personen:

Familienname	Vorname	Beruf	Wohnsitz	Funktion
Schlichting Dr.	Mathias	Rechtsanwalt	Hamburg	Vorsitzender
Tempelaar	Karel Gustaaf	Privater Investor	Amsterdam, Niederlande	ordentliches Mitglied
Walboomers	Niels	Geschäftsführer	Amsterdam, Niederlande	ordentliches Mitglied

Die Mitglieder des Aufsichtsrats haben im Geschäftsjahr 2016 Aufwandsentschädigungen in Höhe von TEUR 52,0 (2015: TEUR 52,0) erhalten. Eine langfristige Vergütungskomponente für Mitglieder des Aufsichtsrats ist nicht vereinbart.

(23) Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Gemäß den Regeln von IFRS 8 Geschäftssegmente werden die Aktivitäten des Konzerns im Rahmen der Segmentberichterstattung nach Geschäftssegmenten abgegrenzt. Im Konzern erfolgte die interne Berichterstattung bis 2012 auf Basis der Kundenprofile Mobile und Online Games; in Übereinstimmung mit IFRS 8.10 wurden die Bereiche Mobile und Online Games in der Vergangenheit als Geschäftssegmente definiert. Auf Basis des Berichtswesens beurteilte der Vorstand als Hauptentscheidungsträger gemäß IFRS 8 die Leistung dieser beiden operativen Segmente und traf Entscheidungen über die Zuteilung von Ressourcen. Die Leistung der operativen Segmente wurde

insbesondere anhand der Größen „Umsatz mit externen Kunden“ sowie „EBITDA“ gemessen.

Zum Ende des Jahres 2012 wurde entschieden, die Tätigkeiten im Bereich Online Games aufzugeben, weshalb das Segment Mobile das einzig verbleibende operative Segment ist. Ab 2013 entfällt daher die Segmentberichterstattung.

(24) Konsolidierungskreis zum 31. Dezember 2016

	Kapitalanteil in %
CLIQ Digital AG, Düsseldorf, Deutschland	
C Formats GmbH (vormals Bob Mobile Deutschland GmbH), Düsseldorf, Deutschland	100,00
Bob Mobile Hellas S.A., Attiki, Griechenland	100,00
Cructiq AG, Baar, Schweiz	100,00
Rheinkraft Production GmbH, Düsseldorf, Deutschland	100,00
Just A Game Hellas S.A., Attiki, Griechenland	100,00
Bluetiq GmbH (vormals Just A Game GmbH), Düsseldorf, Deutschland	100,00
Guerilla Mobile Asia Pacific Pte. Ltd, Singapur	100,00
CLIQ B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Artiq Mobile B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
TMG Singapore PTE Ltd., Singapur	100,00
The Mobile Generation Americas Inc., Toronto, Ontario, Kanada	100,00
GIM Global Investments Munich GmbH, München, Deutschland	100,00
iDNA B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Grumbl Media B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
CMind B.V., Amsterdam, Niederlande	66,67
CPay B.V., Amsterdam, Niederlande	100,00
Claus Mobi GmbH, Düsseldorf, Deutschland	100,00
VIPMOB B.V., Amsterdam, Niederlande	80,00

(25) Honorar für Dienstleistungen des Abschlussprüfers

Für die in den Geschäftsjahren 2016 und 2015 erbrachten Dienstleistungen der MAZARS GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Konzernprüfer) wurden die folgenden Honorare aufgewendet:

in TEUR	2016	2015
Für Abschlussprüfungen	194,3	180,6
MAZARS	189,2	180,6
Sonstige	5,1	-
Für Steuerberatungsleistungen	172,6	149,5
MAZARS	167,0	149,5
Sonstige	5,6	-

(26) Anzahl der Arbeitnehmer

Die durchschnittliche Anzahl der Arbeitnehmer im Geschäftsjahr 2016 betrug:

	2016	2015
Vollbeschäftigte	79	67
Deutschland	4	3
Niederlande	75	64
Ausland	-	-
Teilzeitbeschäftigte	16	18
Deutschland	1	2
Niederlande	15	16
Ausland	-	-
Gesamt	95	85
Deutschland	5	5
Niederlande	90	80
Ausland	-	-

(27) Ereignisse nach dem Abschlussstichtag

Nach dem Abschlussstichtag 31. Dezember 2016 sind keine Ereignisse eingetreten, die für die CLIQ Digital Gruppe von wesentlicher Bedeutung sind und zu einer veränderten Beurteilung des Unternehmens führen könnten.

Düsseldorf, 3. April 2017

CLIQ Digital AG

Luc Voncken
Ben Bos

bestätigungsvermerk des abschlussprüfers

Wir haben den von der Cliq Digital AG, Düsseldorf, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Konzerngesamtergebnisrechnung, Konzernbilanz, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Konzernanhang - sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2016 geprüft. Die Aufstellung des Konzernabschlusses und -Lageberichtes nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und über den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, sowie den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht entspricht den gesetzlichen Anforderungen und vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Berlin, den 3. April 2017

MAZARS GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Kleinmann
Wirtschaftsprüfer

Kaufhold
Wirtschaftsprüferin

impressum

HERAUSGEBER

CLIQ Digital AG
Immermannstraße 13
40210 Düsseldorf
Deutschland

T. +49 (0)211 9350 706
F. +49 (0)211 9350 150
investor@cliqdigital.com
www.cliqdigital.com

INVESTOR RELATIONS

CrossAlliance communication GmbH
Freihamerstraße 2
82166 Gräfelfing
Deutschland

T. +49 (0)89 898 27 227
sh@crossalliance.de
www.crossalliance.de

GRAFIK DESIGN

Angelika Fischer
www.angelika-fischer.com



CLIQ Digital AG
Immermannstraße 13
40210 Düsseldorf
Deutschland

T. +49 (0)211 9350 706
F. +49 (0)211 9350 150
investor@cliqdigital.com
www.cliqdigital.com