



## Fyber N.V.

### Fyber N.V. veröffentlicht Geschäftsbericht 2018 und vorläufige Ergebnisse für erstes Quartal 2019

*Programmatisches Kerngeschäft wächst im Vergleich zum Vorjahr um 38 Prozent im vierten Quartal 2018 und um 17 Prozent im ersten Quartal 2019*

#### Highlights

- 2018 bringt Bruttoumsatzerlöse in Höhe von 128,5 Mio. € sowie ein bereinigtes EBITDA von -7,2 Mio. €
- Positives bereinigtes EBITDA im vierten Quartal 2018
- Verbesserung der Kapitalstruktur des Unternehmens durch derzeit laufende Umwandlung von Wandelanleihen im Wert von 74,2 Mio. € in Eigenkapital
- Produkt- und Geschäftsentwicklung schaffen stabile Grundlage für künftiges Wachstum, Finanzzahlen 2018 jedoch weiterhin durch Einmaleffekte und strategische Entscheidungen belastet
- Erfolgreiche Produkteinführungen und wichtige Vertragsabschlüsse mit Branchenführern
- Optimistische Prognose für das Gesamtjahr 2019 mit einem erwarteten Umsatzwachstum von mehr als 20 Prozent

**Berlin, 30. April 2019 - Fyber N.V. („Fyber“ oder das „Unternehmen“, FSE:FBEN)**, ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, hat heute seine Finanzergebnisse für das Geschäftsjahr 2018 veröffentlicht. Die Umsatzentwicklung wurde im Berichtsjahr von Einmaleffekten beeinträchtigt, die im Zusammenhang mit Fybers „Keeping it Clean“-Initiative sowie durch das von Google verhängte Verbot von „Charging Screen Ads“ entstanden – beides externe Faktoren, die sich nicht nur auf Fyber, sondern auf den weiteren Markt auswirkten. Fybers Kerngeschäft wurde neben diesen Effekten auch durch die Integration ehemaliger Konzerngesellschaften, die Markteinführung neuer Produkte und Plattform-Funktionen, einschließlich Fyber FairBid, sowie die technische Eingliederung neuer Partner auf der Demand-Seite, mit denen das Unternehmen in den vergangenen Monaten erfolgreich wichtige strategische Partnerschaften eingegangen war, beeinflusst.

Im Gesamtjahr 2018 erwirtschaftete das Unternehmen Bruttoumsatzerlöse in Höhe von 128,5 Mio. € (2017: 229,8 Mio. €), einen Nettoumsatz in Höhe von 46,1 Mio. € (2017: 69,9 Mio. €) und ein bereinigtes EBITDA von -7,2 Mio. € (2017: -1,2 Mio. €). Im vierten Quartal 2018 beliefen sich die Bruttoumsatzerlöse auf 38,6 Mio. € (viertes Quartal 2017: 52,6 Mio. €) und das positive bereinigte EBITDA betrug 0,6 Mio. € (viertes Quartal 2017: 2,0 Mio. €), wobei diese Umsätze bereits vollständig auf Basis des Kerngeschäfts entstanden, da die Einmaleffekte bereits vor Beginn des Quartals abgeschlossen werden konnten.

#### **Wachstum im programmatisches Kerngeschäft – keine Beeinträchtigung durch Einmaleffekte**

Das Unternehmen hat seine Ertragsbasis neu strukturiert, um Transparenz und Werbequalität zu optimieren. Dies kostete 2018 fast 80 Mio. € des Bruttoumsatzes. Dennoch gelang es, die Einmaleffekte abzuschließen und ein starkes Produktportfolio zu schaffen, das ausschließlich auf die Bereiche mit dem schnellsten Marktwachstum ausgerichtet ist. Außerdem wurde die Nettoumsatzmarge verbessert und ein Wachstum um 38 Prozent im programmatischen Kerngeschäft gegenüber dem Vorjahr verzeichnet.

Die Betriebskosten fielen 2018 im Vergleich zu 2017 um 25 Prozent geringer aus, was vor allem auf die Anstrengungen zur Integration der ehemaligen Konzerngesellschaften und der Realisierung der damit verbundenen Synergien zurückzuführen war. Dadurch konnte das Unternehmen trotz geringerer Umsatzerlöse ein positives bereinigtes EBITDA im letzten Quartal 2018 erzielen.

<i>In Mio. €, gerundet</i>	Q4 2018	Q4 2017	Veränderung ggü. VJ	2018	2017	Veränderung ggü. VJ
Einmaleffekte insgesamt	0	10	/.	7	85	-92 %
Kerngeschäft	39	43	-9 %	122	145	-16 %
Davon programmatisch	22	16	38 %	65	59	10 %
Davon nicht-programmatisch	17	27	-37 %	57	86	-34 %
Bruttoumsatz, ausgewiesen	39	53	-26 %	129	230	-44 %

### Wichtige Technologie-Meilensteine erreicht

Ein Highlight war die erfolgreiche Markteinführung von Fybers neuer und innovativer In-App-Header-Bidding-Technologie „Fyber FairBid“, die ein echtes paralleles Bieterverfahren aller angeschlossenen Demand-Quellen auf Basis aktueller Echtzeitpreise ermöglicht. Diese neue Bietertechnologie wurde vom Markt gut angenommen. Einige der weltweit führenden mobilen Werbenetzwerke, wie Facebook Audience Network, AdColony und Tapjoy, haben bereits Partnerschaftsverträge mit Fyber geschlossen. Dabei sind die ersten Ergebnisse der Ertragssteigerung für Publisher sehr vielversprechend. Ein weiterer Erfolg war das Redesign von Offer Wall Edge, eines von Fybers wichtigsten Werbeformaten.

Außerdem entschied das Unternehmen im Rahmen der 'Keeping it Clean'-Initiative, sich auf seine Kernprodukte, Werbequalität und Markensicherheit, zu konzentrieren, was auch die Abkehr von nicht zum Kerngeschäft gehörenden Bereichen, nämlich dem web- und aggregator-basierten Traffic, bedeutete. Fyber konzentriert sich nunmehr auf In-App Werbung, die auf direkten Integrationen mit Publishern und höchsten Werbe-Standards im Hinblick auf Sichtbarkeit, Nachverfolgbarkeit und Markensicherheit basieren.

### Schulden-Swap in Höhe von 74,2 Mio. €

Fyber reduzierte seine Schuldenlast über eine teilweise Schuldenrestrukturierung. Im Dezember 2018 wurde eine Einigung mit den Gläubigern der 149,9-Millionen-Euro-Wandelanleihe erzielt, alle noch ausstehenden Zinszahlungen bis zum Fälligkeitstermin im Juli 2020 zu verschieben.

Darüber hinaus hat das Unternehmen einen freiwilligen Schulden-Swap der Anleihen zu einem Swap-Preis von 0,30 € je neuer Aktie in die Wege geleitet. Am Ende des Angebotszeitraums waren 74,2 Mio. € an Anleihen in den Swap eingebracht worden. Der Umtausch in 247 Millionen neue Aktien erfolgt zeitnah. Damit kann für das Gesamtjahr 2019 ein positives Eigenkapital generiert werden. Fyber plant, die Verlängerung der restlichen 75,7 Mio. € an Anleihen vor ihrer Fälligkeit abzuschließen und geht diversen Finanzierungsalternativen einschließlich eines weiteren Schulden-Swaps nach.

### Vorläufige Ergebnisse für das erste Quartal 2019 und Ausblick

Aufgrund der vielversprechenden aktuellen Geschäftsentwicklung gibt Fyber eine optimistische Prognose für das Gesamtjahr 2019: Nach Abschluss des Restrukturierungsprozesses erwartet Fyber die Monetarisierung seines 'Unified Products' mit Bruttoumsatzerlösen zwischen 155 Mio. € und 175 Mio. € und einem bereinigten EBITDA zwischen Break-Even und 5 Mio. €. Dieses Wachstum wird auf bestehenden Produkten, der Auslieferung neuer Produkte an einen größeren Kreis bestehender Partner, sowie der Einbindung neuer Partner basieren. Bereits im vierten Quartal 2018 erzielte Fyber mehr als 30 Prozent seines Bruttoumsatzes mit neuen Publishern – ein starker Indikator für künftige Wachstumschancen.

Erste vorläufige Zahlen für das erste Quartal 2019 unterstützen die genannte Prognose und zeigen eine Fortsetzung des Wachstumstrends in Fybers programmatischem Kerngeschäft, welches im Bruttoumsatz um 17 Prozent auf 14,5 Mio. € wuchs. (Gesamtbruttoumsatzerlösen erstes Quartal 2019: 27,5 Mio. €; erstes Quartal 2018: 29,3 Mio. €). Weitere Einsparungen bei den Betriebskosten führten zu einer Verbesserung des bereinigten EBITDA um 55 Prozent auf -1,8 Mio. €.

**Ziv Elul, CEO von Fyber:** „Nachdem wir unseren Restrukturierungsprozess abgeschlossen haben, sind wir mit einer stabilen Kundenbasis, einem anspruchsvollen Produktportfolio und einem eingespielten Team aus Werbe-Technologie-Experten gut für die kommenden Jahre aufgestellt. Somit sind wir sehr zuversichtlich, dass wir 2019 wieder zu unserem alten Wachstumskurs zurückkehren können und gehen davon aus, ein positives bereinigtes EBITDA für das Gesamtjahr zu erzielen.“

Der vollständige Geschäftsbericht 2018 steht auf der Fyber-Webseite unter folgendem Link zur Verfügung: <https://investors.fyber.com/reports-presentations>

### Kennzahlen

In Mio. €	Gesamtjahr			Q4		
	2018	2017	Veränderung ggü. Vj.	2018	2017	Veränderung ggü. Vj.
Bruttoumsatzerlöse	128,5	229,8	-44 %	38,6	52,6	-27 %
Nettoumsatzerlöse	46,1	69,9	-34 %	13,5	17,7	-24 %
Nettoumsatzmarge	35,9 %	30,4 %	+5,5 PP	35,0 %	33,6 %	+1,4 PP
EBITDA*	-7,2	-1,2	-83 %	0,6	2,0	-70 %

\*Hinweis: Ungeprüftes bereinigtes EBITDA ohne einmalige Sondereffekte, kein gemäß IFRS ermittelter Wert. Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Geschäftsbericht 2018.



###

### **Über Fyber**

Fyber ist ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, welches eine Plattform der nächsten Generation für den programmatischen Handel mit Werbeanzeigen in einem daten-gesteuerten Umfeld entwickelt. Die Mission von Fyber ist es, das Erstellen qualitativ hochwertiger Inhalte zu fördern, indem App-Entwickler in die Lage versetzt werden, den wahren Wert ihres Werbepotenzials mithilfe von modernsten Technologien, innovativen Anzeigenformaten und datenbasierter Entscheidungsfindung zu steigern. Die Fyber-Technologieplattform stellt sowohl digitalen Werbetreibenden als auch Publishern eine offene Plattform zur Verfügung mit einer globalen Reichweite von mehr als 1,2 Mrd. unterschiedlichen Nutzern pro Monat. Fyber N.V. betreibt Büros in Berlin, Tel Aviv, San Francisco, New York, London, Peking und Seoul und beschäftigt über 270 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist im Prime Standard der Frankfurter Börse unter dem Symbol „FBEN“ und der ISIN NL0012377394 notiert.

### **Ansprechpartnerin für Investoren**

Sabrina Kassmannhuber  
ir@fyber.com  
+49 30 609 855 555

### **Ansprechpartnerin für Medienvertreter**

Anja Ben Lekhal  
anja.benlekhal@kirchhoff.de  
+49 40 609 186 55