



Fyber N.V. veröffentlicht Geschäftsbericht 2019 und vorläufige Ergebnisse für Q1 2020

Programmatisches Geschäft wächst im Vergleich zum Vorjahr um 22 Prozent in 2019, 36 Prozent im ersten Quartal 2020

Highlights

- 22% Wachstum im programmatischen Geschäft in 2019, 36% in Q1 2020
- Gesamtumsatz sinkt in 2019 um 7% aufgrund eines 30% Rückgangs im Bereich "Offer Wall"; 12% Umsatzplus in Q1 2020 im Vergleich zu Q1 2019
- Bereinigtes EBITDA um 62% verbessert auf -2,7 Mio. € von -7,2 Mio. € in 2018
- Positives bereinigtes EBITDA im vierten Quartal 2019
- Erfolgreiche Markteinführung von Fybers Publisher-Plattform "Fyber FairBid" dauert an
- Abgeschlossene Restrukturierung der Verbindlichkeiten bewirkt Rückkehr zu positiver Eigenkapitalposition

Berlin, 30. April 2020 - Fyber N.V. („Fyber“ oder das „Unternehmen“, FSE:FBEN), ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, gab heute die Finanzergebnisse für das Geschäftsjahr 2019 bekannt. Das Unternehmen erzielte Umsatzerlöse in Höhe von 119,0 Mio. € (2018: 128,5 Mio. €) und ein bereinigtes EBITDA von -2,7 Mio. € (2018: -7,2 Mio. €). Die operative Kostenbasis konnte durch weitere Einsparungen nach Abschluss der vollständigen Integration der ehemaligen Tochterunternehmen um 20 Prozent auf 43,0 Mio. € reduziert werden. Trotz eines sieben prozentigen Umsatzrückgangs im Vergleich zum Vorjahr verbesserte sich das bereinigte EBITDA um mehr als 60 Prozent und war im vierten Quartal 2019 positiv.

Vielfältiges Produktportfolio mit dem Hauptaugenmerk auf programmatischen Handel von In-app Werbung

Durch die Zusammenführung bestehender Produkte und die Markteinführung neuer Anwendungen im Laufe des letzten Jahres, stellte Fyber ein diversifiziertes, stabiles Produktangebot auf. Jedes Produkt befindet sich in verschiedenen Phasen des Lebenszyklus und spricht unterschiedliche Kundengruppen an. Zudem wurden kürzlich Geschäftsbeziehungen mit einigen der größten App-Hersteller der Branche geschlossen. Dies bestärkt uns in unserer Produktausrichtung und dem gewählten Investmentfokus. 2019 wurde erstmal vollständig auf das Kerngeschäft gesetzt und das gesamte Angebot des Unternehmens stammt nun ausschließlich aus direkten Integrationen mit App-Entwicklern, im Gegensatz zur Zusammenarbeit mit Aggregatoren auf der Publisher-Seite.

Fyber FairBid steht im Zentrum unserer Vision, Fyber zur führenden unabhängigen Publisher-Plattform für die Monetarisierung von Apps zu entwickeln. Die Lösung gilt als eine der wenigen verfügbaren Softwareanwendungen am Markt, die traditionelle und automatisierte "Mediation", "In-app Header Bidding" und das dazu benötigte detaillierte und dynamische Reporting verbindet. Fyber FairBid steht damit für Transparenz, Fairness und echte Ertragsoptimierung für App-Hersteller. Alle Werbetreibenden haben die Möglichkeit in einer gemeinsamen Auktion auf jeden Werbepplatz in Echtzeit und mit echten Preisen zu bieten. Das fördert die Konkurrenz, minimiert nicht genutzte Umsatzchancen für App-Publisher und gleichzeitig entgangene Werbepplätze für Vermarkter.

Fybers programmatisches Geschäft legte im Jahresvergleich mit 2018 um 22 Prozent zu, im ersten Quartal 2020 um 36 Prozent. Dies ist vor allem auf Fyber Marketplace, den programmatischen Marktplatz, zurückzuführen. Heute ist dieser auf Display-Werbung wie etwa Banner spezialisiert. Der Investmentfokus

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
Office address: Wallstrasse 9-13, D-10179 Berlin, Germany
Amsterdam Commercial register number 54747805 | VAT Nr. DE283688947 | LEI Nr. 894500D5B6A8E1W0VL50
Managing Directors: Ziv Elul, Dani Sztern, Yaron Zaltsman
Chairman of the Supervisory Board: Yair Safrai



liegt jedoch klar darauf, den Anteil der Videowerbung und anderer großformatiger Werbeformate zu erhöhen. In der zweiten Jahreshälfte startete das Unternehmen eine Initiative die Anbindung an Werbeplattformen im Bereich der App-Videowerbung zu stärken. Erste vorläufige Ergebnisse zeigen Erfolg. Der Anteil an Videowerbung am Gesamtumsatz stieg im ersten Quartal.

Fybers Umsätze mit Offer Wall Edge, ein nicht-programmatisches incentiviertes Werbeformat, das vor allem in Spiele-Apps eingesetzt wird, gingen 2019 um 30 Prozent zurück. Ausschlaggebend hierfür war eine Änderung in Apples Geschäftsbedingungen, die es nunmehr untersagt Werbung zu verwenden, um User für das Downloaden und Ausprobieren neuer Apps zu belohnen. Diese Änderung hatte Auswirkungen auf die gesamte Industrie, da einige Kampagnenarten innerhalb aller Offer Walls nicht mehr geschaltet werden konnten und somit die Werbeausgaben zurückgingen.

Durch eine Kombination aus Geschäfts- und Produktinitiativen konnte Fyber bereits im Laufe des Jahres eine Trendwende für dieses spezielle Anzeigenformat erreichen, und wir gehen davon aus, dass wir für das gesamte Jahr 2020 wieder auf den Wachstumspfad zurückkehren werden.

Ausblick 2020 & vorläufige Ergebnisse für Q1 2020

Fyber startete von einem guten Ausgangspunkt in das aktuelle Jahr. Die Einkommensgrundlage wurde erfolgreich bereinigt und besteht nunmehr ausschließlich aus Kernprodukten und direkten technischen Integrationen mit App-Herstellern. Dies stellt nicht nur eine stabile Geschäftsgrundlage für künftiges Wachstum dar, sondern ist gleichzeitig eines von Fybers wichtigsten strategischen Assets. Gemeinsam mit der schlanken Kostenbasis ermöglicht dies eine Geschäftsskalierung.

Das aktuelle Jahr soll genutzt werden, um das vorhandene Geschäft organisch auszuweiten und die Marktdurchdringung von Fyber FairBid auszubauen. Dies erfolgt vor allem durch eine Vergrößerung des Partnernetzwerks auf Seite der Publisher und Advertiser.

Fyber geht davon aus, dass Fyber Marketplace und Offer Wall Edge weiterhin die Haupteinnahmequellen ausmachen werden. Für beide haben wir produktorientierte Wachstumsinitiativen entwickelt, von denen erwartet wird, dass sie sich positiv auf die operative und finanzielle Position des Unternehmens auswirken werden. Bereits in der zweiten Jahreshälfte 2019 wurde damit begonnen, neue Premium-Publisher an Board zu bringen, welche dazu beitragen, die Nachfrage unter Advertisern und vor allem Vermarktern von Markenwerbung zu steigern. Der Fokus liegt nun auf dem Ausbau dieser noch jungen Kundenbeziehungen. Für bestehende Kundenbeziehungen werden stabile Bindungsraten vorausgesagt.

Aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie und der Unsicherheiten bezüglich der Auswirkungen auf die Weltwirtschaft und den adressierbaren Markt von Fyber kann das Unternehmen zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Prognose für das gesamte Jahr 2020 abgeben.

Erste vorläufige Ergebnisse für das erste Quartal 2020 zeigen eine Fortsetzung des Wachstumstrends in unserem programmatischen Geschäft. Es wird ein Gesamtumsatz von 31 Mio. € (Q1 2019: 28 Mio. €) mit einem bereinigten EBITDA von -1 Mio. € (Q1 2019: -1,3 Mio. €) erwartet. Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie zeigte jedoch erste Auswirkungen auf die verfügbaren Budgets für Markenwerbung innerhalb von Apps. Für Fyber führt dies zu einem Anstieg des Anteils der Performance-Werbung und damit zu einem Rückgang der Umsatzmarge aufgrund von Mix-Effekten.

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
Office address: Wallstrasse 9-13, D-10179 Berlin, Germany
Amsterdam Commercial register number 54747805 | VAT Nr. DE283688947 | LEI Nr. 894500D5B6A8E1W0VL50
Managing Directors: Ziv Elul, Dani Sztern, Yaron Zaltsman
Chairman of the Supervisory Board: Yair Safrai

Ziv Elul, CEO von Fyber: "2019 feierten wir das 10-jährige Firmenbestehen von Fyber - ein großartiger Anlass, um unsere bisher stärkste und umfassendste Technologieplattform am Markt zu präsentieren. Wir starten mit Innovation und inspirierenden Produkten ins neue Jahrzehnt – immer darauf fokussiert, unser Partner bestmöglich dabei zu unterstützen, ihr volles Potential zu nutzen. Das Ende der Investitionen in die alten Strukturen setzte wichtige Ressourcen frei, um das bestehende Angebot weiterzuentwickeln und bei der Adaption neuer Produktfunktionen flexibler zu sein. Es trug auch dazu bei, eine schlanke Kostenbasis zu schaffen, die eine Skalierung des Unternehmens ermöglicht."

Kennzahlen

In Mio. €	Gesamtjahr			Q4		
	2019	2018	Veränderung ggü. VJ	2019	2018	Veränderung ggü. VJ
Umsatzerlöse	119,0	128,5	-7%	36,3	38,6	-6%
EBITDA*	-2,7	-7,2	+62%	0,6	0,6	-

*Hinweis: Ungeprüftes bereinigtes EBITDA ohne einmalige Sondereffekte, kein gemäß IFRS ermittelter Wert. Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Geschäftsbericht 2019.

###

Über Fyber

Fyber ist ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, welches eine Plattform der nächsten Generation für den programmatischen Handel mit Werbeanzeigen in einem datengesteuerten 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 mit globaler Reichweite zur Verfügung. Fyber N.V. betreibt Büros in Berlin, Tel Aviv, New York, San Francisco, London, Peking und Seoul und beschäftigt über 250 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist im Prime Standard der Frankfurter Börse unter dem Symbol "FBEN" notiert.

Ansprechpartnerin für Investoren

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

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
 Office address: Wallstrasse 9-13, D-10179 Berlin, Germany
 Amsterdam Commercial register number 54747805 | VAT Nr. DE283688947 | LEI Nr. 894500D5B6A8E1W0VL50
 Managing Directors: Ziv Elul, Dani Sztern, Yaron Zaltsman
 Chairman of the Supervisory Board: Yair Safrai