



FYBER N.V.

Fyber veröffentlicht vorläufige Zahlen für die ersten neun Monate 2018, aktualisiert seine Prognose für das Gesamtjahr 2018 und gibt Ausblick für 2019

Berlin, 7. November 2018 – Fyber (FSE: FBEN), Fyber N.V. („Fyber“ oder das „Unternehmen“), ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, [gab gestern](#) die vorläufigen Zahlen für die ersten neun Monate 2018 sowie die aktualisierte Prognose für das Gesamtjahr 2018 bekannt. Außerdem veröffentlichte das Management erstmals einen Ausblick für das Gesamtjahr 2019.

Nach vorläufigen Berechnungen verzeichnete Fyber von Januar bis September 2018 Bruttoumsatzerlöse in Höhe von rund 90 Mio. € (9M 2017: 177 Mio. €) und ein bereinigtes EBITDA* von rund -8 Mio. € (9M 2017: -3 Mio. €).

Die Umsatzentwicklung basierte größtenteils auf externen Effekten, die sich nicht nur auf Fyber, sondern auf den Markt im Allgemeinen auswirkten. Fybers „Keeping it Clean“-Initiative umfasste eine bewusste Aufgabe von Teilen des Geschäfts, die auf der Zusammenarbeit mit Aggregatoren auf der Publisher-Seite basierten. Dies ging auf die Forderung von Advertisern und ihren Technologieanbietern zurück, nur mit Publisher-Plattformen zu arbeiten, die direkt mit Publishern und Apps integriert sind. Darüber hinaus verbot Google die so genannten ‘Charging Screen Ads’, was sich insbesondere in den APAC-Regionen negativ auf die Wachstumspläne des Unternehmens auswirkte.

Das Kerngeschäft von Fyber, also das Geschäft ohne Aggregatoren und ‘Charging Screen’-Werbeformaten, wurde von den externen Markteffekten nicht beeinflusst, ging jedoch in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 ebenfalls zurück, da Ressourcen auf die Integration ehemaliger Konzerngesellschaften, die Umstrukturierung des Vertriebs, Accountumstellungen und den damit verbundenen Schulungsprogrammen verwendet wurden.

Während diese internen Prozesse gegen Ende des zweiten Quartals 2018 erfolgreich abgeschlossen werden konnten, liegen die Integration neuer Werbepartner, mit denen das Unternehmen in den letzten Monaten wichtige strategische Partnerschaften eingegangen ist, sowie die breite Markteinführung der neuen Produkte bei bestehenden und neuen Kunden teilweise hinter dem Zeitplan.

Fyber erreichte die vollständige organisatorische Integration aller früheren Konzerngesellschaften, baute ein globales Managementteam auf, realisierte wichtige Synergieeffekte durch die Konsolidierung sämtlicher Teams und Vermögenswerte des Konzerns und führte die neue Marke Fyber ein.

Auf der Produktseite wurde das Kernelement der konsolidierten Plattform von Fyber – Fyber FairBid, die führende In-App-Header-Bidding-Lösung – im Februar im Rahmen der ehrgeizigen Produkt-Roadmap als Betaversion erfolgreich eingeführt und im September 2018 allgemein ausgerollt.

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
Office address Johannesstrasse 20, D-10117 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: Dirk van Daele



Die Einführung für alle Kunden, die mit Fyber integriert sind, benötigt jedoch mehr Ressourcen und Zeit als ursprünglich erwartet. Ebenso konnte das Unternehmen strategische Vereinbarungen mit vielen der führenden Werbe-Plattformen und -netzwerke schließen, doch der damit verbundene erwartete Geschäftsanstieg erfordert Zeit und wird sich nur graduell positiv auf die finanzielle Entwicklung auswirken.

Seit Oktober ist jedoch ein deutlicher Anstieg der Zahlen für Fyber FairBid zu verzeichnen, und die vorläufigen Ergebnisse waren sowohl für die integrierten Publisher, die das Produkt nutzen, als auch für Fyber selbst sehr positiv. Durch die Nutzung von Fyber FairBid konnten die Publisher ihre Erträge steigern, da darüber jeglicher Art von Käufern Zugang zu einer Echtzeit-Auktion ermöglicht wird, wodurch wiederum Latenz und verpasste Umsatzmöglichkeiten vermieden werden.

Fyber konnte seinen Gesamtbruttoumsatz im Oktober gegenüber dem durchschnittlichen Monatsumsatz im dritten Quartal 2018 um 20 Prozent steigern. Dennoch musste Fyber seine Finanzziele für das Gesamtjahr 2018 anpassen und erwartet nunmehr Bruttoumsatzerlöse zwischen 130 Mio. € und 135 Mio. € bei einem bereinigten EBITDA zwischen -5 Mio. € und -7 Mio. €. Des Weiteren erwartet das Management einen Bruttoumsatz im Bereich zwischen 155 Mio. € und 175 Mio. € bei einem EBITDA zwischen dem Break-Even-Punkt und 5 Mio. € für das Gesamtjahr 2019.

Obwohl die finanzielle Entwicklung hinter dem ursprünglichen Plan liegt, ist das Management weiterhin überzeugt von der angekündigten Produkt- und Marktstrategie. Fyber hat sich zu einem der führenden Unternehmen im Bereich „neue Werbetechnologien“ entwickelt indem es unter anderem zur nächsten Evolutionsstufe der Mediation beigetragen hat – der programmatischen Mediation und dem In-App Header Bidding. Das Management hat sich bewusst zu dem Schritt entschlossen, Teile eines ansonsten möglichen kurzfristigen Umsatzwachstums in die langfristige Vision und Wertschöpfung des Unternehmens zu investieren.

„Wir haben hervorragende Marktresonanz hinsichtlich unserer neuen Produkte und Plattform-Features erhalten, und auch die ersten Ergebnisse für Fyber FairBid sind sehr vielversprechend. Wir haben den Mehrwert, den wir Publishern bieten, weiter gesteigert und sind überzeugt, dass unser Fokus auf Technologie und die Beibehaltung unserer Investitionsstrategie zur Ausweitung unseres Geschäfts und unserer globalen Reichweite der richtige Weg sind, um in diesem Markt zu gewinnen“, bemerkte Ziv Elul, CEO von Fyber.

Das Unternehmen veröffentlicht seinen Bericht für das dritte Quartal 2018 am 21. November 2018. Weitere Informationen erhalten Sie unter investors.fyber.com

*Beim bereinigten EBITDA sind einmalige Sondereffekte wie Wertminderungen des Firmenwerts, akquisitionsbezogene Kosten sowie Optionspläne gemäß Definition in unserem Geschäftsbericht 2017 (verfügbar auf Fybers Webseite <https://investors.fyber.com/reports-presentations>) ausgeschlossen. Es stellt keine Berechnung gemäß IFRS dar.

###

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands

Office address Johannisstrasse 20, D-10117 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: Dirk van Daele



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 digitale Publisher und 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 und Peking und beschäftigt über 300 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

Fyber N.V.

Official seat: Amsterdam, the Netherlands
Office address Johannisstrasse 20, D-10117 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: Dirk van Daele