



Fyber N.V.

Fyber gibt vorläufige Ergebnisse für das zweite Quartal 2018 bekannt

- Halbjahresergebnisse belastet von Einmaleffekten und strategischen Entscheidungen, die zwar das kurzfristige Umsatzwachstum verlangsamen, aber eine stabile Grundlage für künftiges Wachstum und die Skalierung des Geschäfts von Fyber schaffen
- Aktualisierung der Prognose für das Gesamtjahr 2018 – Bekanntgabe der neuen Prognose mit der Veröffentlichung des Halbjahresberichts am 29. August 2018
- Bedeutende Fortschritte in der Produktentwicklung und der Integration der Konzerngesellschaften mit starker Marktresonanz auf Produkteinführungen und die strategische Ausrichtung von Fyber
- Positiver mittelfristiger Ausblick für 2021 bestätigt

BERLIN, 23. Juli 2018 - Fyber N.V. („Fyber“ oder das „Unternehmen“), ein führendes Werbetechnologie-Unternehmen, gab heute die vorläufigen Umsatz- und EBITDA-Zahlen für das zweite Quartal 2018 bekannt. Fyber verfolgt die klare Strategie, ein führender Anbieter für Publisher in den Bereichen Mediation, In-App Header Bidding und digitaler Video-Werbung zu werden, und verzeichnete in allen drei Bereichen wertvolle Fortschritte. Über 90% des Traffics von Fyber finden im mobilen In-App-Bereich statt, das Unternehmen bietet eine ‚Outstream Video-Lösung‘, ein starkes Monetarisierungs-SDK-Profil und leistungsstarke Daten-Tools wie beispielsweise den ‚Fyber Audience Vault‘. Gleichzeitig befindet sich Fyber weiterhin in einer Übergangsphase. Das Unternehmen hat wichtige strategische Maßnahmen eingeleitet und umfangreiche Investitionen zur Integration der ehemaligen Konzerngesellschaften und zum Aufbau solider Grundlagen getätigt, die eine erfolgreiche künftige Skalierung des Geschäfts ermöglichen.

Wichtige Transformations- und Investitionsphase

Eine wichtige strategische Entscheidung war der Start der „Keeping it Clean“-Initiative von Fyber, der zu einer Abwendung von der Zusammenarbeit mit Aggregatoren auf der Supply-Side führte. Das Unternehmen entschied, Teile des Geschäfts aufzugeben, um damit für mehr Transparenz und Effizienz zu sorgen und einen Anzeigenmarkt höchster Qualität zu etablieren, der auf direkten SDK-basierten Publisher-Integrationen basiert.

Darüber hinaus hat Fyber die Umstrukturierung seines weltweiten Vertriebs und der damit verbundenen Umstellung der Kundenaccounts vorangetrieben. Dabei wurden die lokalen Vertriebssteams in einer zentralen Vertriebsstruktur zusammengeführt und umfangreiche Investitionen in die Schulung aller Vertriebsmitarbeiter in sämtlichen Produktlinien vorgenommen. Das Unternehmen räumt ein, dass diese Maßnahmen im ersten Halbjahr 2018 mehr Ressourcen als erwartet erforderten und die Leistung der Teams deutlich schwächte. Die Geschäftsleitung bestätigt, dass die Umstellung nunmehr abgeschlossen ist und erwartet eine rasche Leistungssteigerung.

Zusätzlich wurde die geschäftliche Entwicklung im laufenden Jahr von einem externen Faktor beeinträchtigt: Eine Änderung der App Store Policy führte zu einer Sperre von sogenannten ‚Charging Screen-Werbungen‘ für alle Anbieter und Publisher und zu einem Rückgang des Bruttoumsatzes mit diesem Werbeformat, insbesondere in der APAC-Region.

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, Crid Yu | Chairman of the Supervisory Board: Dirk van Daele



Vorläufige Ergebnisse des zweiten Quartals 2018 und Anpassung des Ausblicks

Diese Einmaleffekte werden in den vorläufigen Finanzzahlen für das erste Halbjahr 2018 sichtbar. Nach vorläufigen Berechnungen erzielte Fyber im zweiten Quartal 2018 einen Bruttoumsatz von rund 30 Mio. € und ein EBITDA von rund -2 Mio. €. Obwohl der Wachstumskurs zum Ende des zweiten Quartals wieder positiv war, liegen die Ergebnisse unter den Erwartungen.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Faktoren erwartet das Unternehmen, dass es die bisher kommunizierte Prognose für das Gesamtjahr 2018 nicht erreichen wird. Eine aktualisierte Prognose für 2018 wird im Halbjahresbericht 2018 vorgelegt, der am 29. August 2018 veröffentlicht wird.

Starke Produktpipeline

Das Management ist von der Positionierung und dem Leistungsangebot des Unternehmens überzeugt, das nach der vollständigen Integration der ehemaligen Konzerngesellschaften und der Einführung des einheitlichen Produkts noch weiter ausgebaut wird. Trotz der hohen Investitionen und der damit verbundenen negativen Auswirkungen auf das kurzfristige Umsatzwachstum bestätigt das Management die positive Marktresonanz auf die Positionierung, die Integrationsbemühungen für eine einheitliche Produktreihe und die Produktentwicklungen von Fyber.

Die Integration, Verbesserungen bestehender Funktionen und neue Tools für die Werbetreibenden, die Fybers Plattform nutzen, werden sich in Zukunft positiv auf die Erfolgsquote des Fyber-Marketplace im Bieterverfahren auswirken. Außerdem wurde im Februar die von Fyber entwickelte In-App-Header-Bidding-Technologie „Fyber FairBid“ eingeführt, die direkt die Umsatzbasis erhöht. Die jüngsten Partnerschaften mit großen Akteuren der Branche wie Facebook und die aktive gemeinsame Kundenansprache sind nicht nur ein Beweis für den technologischen Wert von Fyber, sondern werden auch die weitere Ausdehnung des Netzwerks direkter Publisher von Fyber fördern und somit zu neuen Einnahmen führen.

Fyber-CEO Ziv Elul: „Die Zusammenarbeit mit Facebook ist ein klarer Beweis für die technologische Stärke und die Innovationskraft von Fyber und macht uns zu einem der größten Akteure in der programmatischen Mediation weltweit. Darüber hinaus geben uns die starke Kundenresonanz auf andere Produkteinführungen wie unsere Videoplattform VAMP oder ‚Offer Wall Edge‘ und deren positiven Wachstumszahlen großes Vertrauen in unsere Strategie.“

Fyber hat bei der Neugestaltung eines seiner Kernprodukte, dem incentivierten Werbeformat ‚Offer Wall‘, mit einem komplett neuen Design und optimierten Nutzererlebnis große Fortschritte gemacht. Das Update wird diese Woche nach einer starken Betaphase mit positiver Kundenresonanz und erwiesenen höheren Engagementquoten und Umsätzen pro Nutzer aus diesem Werbeformat ausgerollt. Offer Wall trägt wesentlich zum Umsatz von Fyber bei und mit der Neueinführung wird das Format eines der innovativsten und modernsten sein, das im Markt verfügbar ist.

Positiver mittelfristiger Ausblick bestätigt

Wie erwartet, war Fyber von der neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung weitgehend nicht betroffen und verzeichnete seit Juni sogar einen Umsatzanstieg: Die Wachstumsraten waren wieder zweistellig, wie vor dem Start der „Keeping it Clean“-Initiative.

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, Crid Yu | Chairman of the Supervisory Board: Dirk van Daele



Fyber erwartet positive Ergebnisse aus dem aktuellen Angebot und der Produktpipeline ab 2019 und bestätigt deshalb die mittelfristigen Wachstumsziele von über 400 Mio. € Bruttoumsatz und einem EBITDA von über 40 Mio. € im Jahr 2021.

###

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 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 und ermöglicht so die geräteübergreifende Werbung 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.benlekh@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, Crid Yu | Chairman of the Supervisory Board: Dirk van Daele