



## **Fyber N.V. veröffentlicht Zwischenmitteilung für die ersten neun Monate 2019** *20% Wachstum gegenüber dem Vorjahr im programmatischen Kerngeschäft*

### **Highlights**

- Bruttoumsatz in Höhe von 83 Mio. EUR, Nettoumsatz von 29 Mio. EUR
- 20% Wachstum im programmatischen Kerngeschäft
- Anhaltende Verbesserung des bereinigten EBITDA
- Abgeschlossene Restrukturierung der verbleibenden Wandelanleihen mittels Verlängerung der Laufzeit inklusive Verschiebung der Zinszahlen auf Juli 2022

**Berlin, 27. November 2019 – Fyber N.V. („Fyber“ oder das „Unternehmen“, FSE:FBEN)**, ein führendes Werbe-Technologieunternehmen, veröffentlichte heute seine Geschäftsergebnisse für die ersten 9 Monate 2019. Zu den wichtigsten Erfolgen zählen die Weiterentwicklung und Optimierung des Kernprodukts 'Fyber FairBid' sowie des Werbeformats 'Offer Wall', das anhaltende Wachstum im programmatischen Kerngeschäft, und die verbesserte Kapitalstruktur.

Während der ersten neun Monate 2019 erzielt das Unternehmen Bruttoumsatzerlöse in Höhe von 82,7 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2018: 89,9 Mio. EUR) und ein bereinigtes EBITDA in Höhe von -3,3 Mio. EUR (Vergleichszeitraum 2018: -7,9 Mio. EUR). Die Nettoumsatzmarge belief sich auf 34,8%, die operativen Kosten konnten mithilfe striktem Kostenmanagement und Einsparungsmaßnahmen um 21% auf 32,1 Mio. EUR gesenkt werden, ohne die Investitionen in die Produktentwicklung zu kürzen.

### **Weitere Zuwächse im programmatischen Kerngeschäft**

Das organische Wachstum im programmatischen Kerngeschäft, welches hauptsächlich auf Fyber's Werbemarktplatz 'Fyber Marketplace' basiert und rund 65% des Gesamtumsatzes ausmacht, konnte mit einer 20%igen Zunahme auf 53,4 Mio. EUR fortgesetzt werden (Q1-Q3 2018: 44,5 Mio. EUR).

Die Investitionen in das neue Kernprodukt 'Fyber FairBid' - einer Monetarisierungsplattform für Publisher, die 'App Bidding' unterstützt - wurden weiter vorangetrieben. Eine der größten Stärken der Plattform liegt in der sogenannten 'Unified Auction', die ein parallel laufendes, faires und transparentes Bieterverfahren ermöglicht, wodurch höhere Monetarisierungsergebnisse für App Entwickler und bessere Resultate für Werbetreibende erzielt werden können. Über das neu gestaltete Dashboard erhalten Entwickler die volle Kontrolle sowie maximale Flexibilität über die Ausgestaltung ihrer Werbemonetarisierung, zudem stehen ihnen umfassende Reporting- und Analysetools zur Verfügung.

Der Trend im nicht-programmatischen Geschäft setzte sich im vergangenen Quartal fort. In den ersten neun Monaten führte dies zu einem Bruttoumsatzrückgang von 27% im Vergleich zum Vorjahr, beziehungsweise zu einem acht prozentigen Rückgang im Gesamtbruttoumsatz. Hauptgrund dafür war die Entscheidung von Apple, gewisse Kampagnentypen innerhalb des Werbeformats 'Offer Wall' künftig nicht mehr zu unterstützen. Vorläufige Ergebnisse für Oktober und November 2019 zeigen jedoch eine Rückkehr zum Wachstum und das Unternehmen geht nicht von weiteren negativen Auswirkungen hinsichtlich dieser Policy-Änderung aus. Der zeitweilige Rückgang soll nun vollständig aufgeholt werden, indem das Format weiter hinsichtlich Kampagnentypen und Nutzergruppen diversifiziert wird.

### **Aktualisierte Prognose für das Gesamtjahr 2019**

Während der letzten Quartale konnte Fyber die Grundsteine für die Kehrtwende zurück zu Profitabilität und Wachstum legen. Unter anderem gelang die Restrukturierung der verbleibenden Wandelanleihen durch Verlängerung der Laufzeit inklusive Verschiebung der Zinszahlen auf Juli 2022. Weiters wurde die Fälligkeit der Aktionärsdarlehen auf Juni 2021 verlegt und die restlichen Kredite vertragsgemäß um eine weitere

#### **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

Periode erneuert. Somit gewinnt die Gesellschaft mehr Zeit und Flexibilität um die geplanten Investitionen weiter umzusetzen.

Umsatzseitig konnte durch kurzfristige Initiativen im Bereich Produkt- und Geschäftsentwicklung um den Auswirkungen der Änderung von Apple's Geschäftspolitik gegenzuwirken, eine Umkehr im Werbeformat 'Offer-Wall Edge' erreicht werden. Zu guter Letzt bekräftigt das gute Feedback unserer Kunden und der Zuwachs in der Nutzung des Kernprodukts 'Fyber FairBid' die Nachfrage nach einer unabhängigen Monetarisierungsplattform mit dem Schwerpunkt auf den programmatischen Handel von Werbung, wonach Fybers Marktpositionierung ausgerichtet wurde. Obwohl die Produkteinführungen mehr Ressourcen als geplant in Anspruch nahmen, vertraut das Management weiterhin auf den eingeschlagenen Kurs seiner Produkt- und Marktstrategien.

Dem Wachstum im Kernprodukt ist es nicht gelungen die Umsatzeinbußen anderer Produktschienen vollständig aufzufangen, daher sah sich die Gesellschaft gezwungen die Umsatzerwartung für das Gesamtjahr 2019 auf 120 Mio. EUR (zuvor: 130 Mio. EUR bis 135 Mio. EUR) nach unten zu korrigieren, das bereinigte EBITDA wird sich auf -3 Mio. EUR (vormals: über dem Break-Even-Punkt) belaufen.

**Ziv Elul, CEO von Fyber:** "Im vergangenen Quartal setzten wir unseren Kurs erfolgreich fort, die Fundamente für zukünftiges Wachstum zu legen. Unser neues Kernprodukt 'Fyber FairBid' wurde weiter optimiert und zeigte einen starken Zuwachs der Nutzerzahlen. Auch unsere Kooperation mit Game of Whales, dem Entwickler von Artificial Intelligence Tools für App-Hersteller, stärkt unser Angebot zunehmend. Wir können damit unseren Service um die zweite Haupteinnahmequelle für App-Hersteller, In-App-Käufe, erweitern. Ein weiterer wichtiger Fokus liegt auf der Videowerbung in Apps. Wir sind vom Potenzial dieser Formate überzeugt und arbeiten mit Nachdruck daran, Fyber nachhaltig als Premium-Anbieter zu positionieren."

## Kennzahlen Q1-Q3 2019

In Mio. EUR	Q1-Q3			Gesamtjahr
	2019	2018	Veränderung ggü. Vj.	2018
Bruttoumsatzerlöse	82,7	89,9	-8 %	128,5
Nettoumsatzerlöse	28,8	32,5	-11 %	46,1
Nettoumsatzmarge	34,8%	36,2%	-1,4 PP	35,9%
EBITDA*	(3,3)	(7,9)	+58 %	(7,2)

\*Hinweis: Ungeprüftes bereinigtes EBITDA ohne einmalige Sondereffekte, kein gemäß IFRS ermittelter Wert

###

## 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

### 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



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 270 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