



Bambuser AB (publ) publicerar H1 2018

Första halvåret en omstartsfas

Januari – juni 2018

- Nettoomsättningen uppgick till 2 317 KSEK (3 468)
- Totala intäkter uppgick till 2 746 KSEK (5 279)
- Rörelseresultatet uppgick till -10 803 KSEK (-9 740)
- Nettoresultatet uppgick till -10 935 KSEK (-7 848)
- Vinst per aktie uppgick till -0,72 SEK (-0,52)
- Operativt kassaflöde uppgick till -10 850 KSEK (-5 642)
- Likvida medel vid periodens slut uppgick till 16 273 KSEK (36 461)

VD Maryam Ghahremani kommenterar:

Efter att jag tillträtt som interimis-VD för Bambuser i mars 2018 med uppdraget att se över produkten och öka intäkterna på kort sikt, påbörjade jag tillsammans med organisationen arbetet med att sätta en tydlig och mätbar strategi för 2018.

Vi presenterade en ny "Go-to-market"-strategi i början av april som vi har börjat lansera under augusti månad. I den nya strategin har vi sett över och gjort om stora delar av vår varumärkesprofil. Vi har lagt ner Iris som varumärke för produkterna och går tillbaka till Bambuser. På så sätt blir vi tydligare och koncentrerar marknadsföring och kommunikation runt ett varumärke som är väletablerat hos våra målgrupper. Hela hemsidan har gjorts om med fokus på att konvertera besökarna till kunder digitalt. Här har vi också lagt till en transparent prissättning och möjligheten att teckna abonnemang direkt på hemsidan. Dessutom finns en räknesnurra som hjälper våra kunder att välja rätt abonnemangsplan.

All design är optimerad för att driva digitala köp och för att det ska vara enkelt att konvertera de som provar produkten till nya kunder.

En annan viktig förändring i den nya varumärkesplattformen är att vi har sett över vårt tidigare erbjudande och kommer framöver att sälja Bambuser som en plattform istället för som separata produkter. Fokus och ledord genom detta arbete har varit att göra det enkelt att förstå produkten och att på enklast möjliga sätt kunna köpa våra tjänster online.

Jag betraktar det första halvåret som en omstartsfas för Bambuser. Vårt förändringsarbete har gått enligt plan och vi är nu redo att driva intäkter genom vår nya strategi. Under andra halvåret ligger fokus på att optimera vår digitala försäljningskanal. Något som vi bedömer kommer att kunna visa sig i form av tillväxt i både kunder och omsättning under senare delen av 2018.

Vi har rekryterat en ny COO/CPO som kommer från Spotify och som kommer att leda vår nya datadrivna strategi. Med Jesper Funck ombord så är siktet inställt på att nu ta marknadsandelar i snabb takt.

Under inledningen av hösten har jag en planerad föräldradag, då Jesper Funck kommer att få ta över det operativa ansvaret under en tid. Grunden är lagd för att kapitalisera på vår nya strategi, vilket jag ser fram emot att göra tillsammans med alla våra duktiga medarbetare.

Denna information är sådan information som Bambuser AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 15 augusti 2018 klockan 08:30.

Certified Advisor

Västra Hamnen Corporate Finance är Certified Advisor (CA) till Bambuser AB (publ).

Kontaktinformation

Maryam Ghahremani, VD
E-mail: maryam@bambuser.com
Mobil: +46 (0) 708 72 02 66

Den fullständiga rapporten är publicerad på www.bambuser.com/ir.

Om Bambuser

Bambuser är ett svenskt mjukvaruföretag som erbjuder B2B-lösningar för mobil livevideo. Sedan 2007 har bolaget utvecklat plattformar för interaktiv livevideo genom att möjliggöra streaming av livevideo från mobiltelefoner och webbkameror till internet. Genombrottet skedde 2010, då bolagets tjänst användes för att rapportera om oroligheterna i Egypten under parlamentsvalet. Året därefter producerades videoklipp via Bambuser och användes i flera tv-sändningar över hela världen under den arabiska våren. Idag finns Bambusers teknik för livestreaming installerad i mer än 50 miljoner mobila enheter och har genom åren nått över 100 miljoner nyhetskonsumenter genom företag som CNN, BBC, Al Jazeera, SkyNews, med flera. Sedan 2014 har Bambuser valt att fokusera på B2B, Business-to-Business, för att öka spridningen av företagets produkter och stärka sin långsiktiga intäktpotential. Bland kunderna finns bland annat Associated Press, Schibsted och NRK.