

Q-REPORT 2022

januari-mars



truecaller

Delårsrapport januari-mars 2022

Januari-mars 2022

Jämförelsesiffror avser januari-mars 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 116 procent och uppgick till 398,3 (184,0) Mkr, jämfört med samma kvartal förra året.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 181,4 (54,2) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 45,5 (29,5) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 133,7 (42,8) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,36 (0,20) kr före utspädning och 0,35 (0,12) kr efter utspädning.
- **Resultat för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan första kvartalet 2021 påverkades med -10,1 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -4,3 Mkr samt syntetiska optioner om -5,8 Mkr.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 14 procent till cirka 310,1 (271,4*) miljoner.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 137 procent, i Mellanöstern och Afrika till 81 procent och i resten av världen till 65 procent.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2022	2021	2021
	jan-mar	jan-mar	jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)			
Nettoomsättning	398,3	184,0	1 128,9
Bruttoresultat	311,3	131,7	856,1
Bruttomarginal (%)	78,1%	71,6%	75,8%
Justerad EBITDA	181,4	54,2	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	45,5%	29,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	175,5	40,0	328,2
Rörelsemarginal (%)	44,0%	21,7%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	175,5	50,2	455,7
Justerad rörelsemarginal (%)	44,0%	27,2%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	170,1	42,8	299,7
Eget kapital	1 566,0	194,6	1 411,4
Balansomslutning	1 857,3	505,4	1 692,9
Soliditet (%)	84,3%	38,5%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	321	251	306

* Historiska jämförelsetal har justerats efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). Se sid 29 för mer information.

Väsentliga händelser under kvartalet

Utveckling av produkt

Truecaller fortsatte att investera i produktutveckling genom att lansera nya funktioner och förbättra användarupplevelsen.

- **Förbättringar av sök- och AI-identitetsfunktioner** - Truecaller introducerade ytterligare möjligheter för användare att ge förslag i appen genom ett dynamiskt återkopplingssystem. Funktionen att kunna kommentera, som lades till i slutet av 2021, har nu utökats till att täcka över 30 ytterligare språk, vilket gör det möjligt för fler användare att rapportera om sina egna upplevelser vilket ytterligare förbättrar våra möjligheter att upptäcka spam. Truecaller förbättrade också sökfunktionen på webben vilket gör att upplevelsen på webben nu är på samma nivå som i appen.
- **En mängd förbättringar av meddelandefunktionaliteter har lanserats** - Appens gränssnitt är nu anpassningsbart, så att användare enkelt kan byta sin standardskärm från ringa till att skicka meddelanden och vice versa. Användare kan nu redigera och ta bort sina snabbmeddelanden, samt skicka "brådskande meddelanden" som mottagare kan läsa och svara på via animerade emojis utan att behöva låsa upp skärmen. Avancerade maskininlärningsmodeller som automatiserar identifiering av skräppost-SMS baserat på feedback från användare har nu rullats ut globalt.
- **Fortsatta satsningar på AD-tech** Truecaller introducerade nya prestationsdrivna annonsformat med målet att förbättra avkastningen per annonstillfälle och ge bättre avkastning på investeringen för annonsörer inriktade på "performance marketing".

Tillväxt och samarbeten

- **Samarbeten med flera världsledande Android-smartphonetillverkare inleddes** för att förinstallera Truecaller-appen på smartphones på nyckelmarknader som Indien, Indonesien, Malaysia och Latinamerika.. Siktet är inställt på att täcka över 100 miljoner nya Android-smartphones på flera marknader under de kommande två åren.
- **Den 13 januari offentliggjordes att Truecaller förvärvar CallHero för att förstärka produkten på den amerikanska marknaden**, CallHero har utvecklat en teknisk lösning för både Android och Iphone, som automatiskt besvarar och analyserar inkommande samtal med hjälp av en digital assistent, en Smart Agent. Lösningen erbjuds idag till konsumenter och företag i USA och stärker därmed Truecallers erbjudande ytterligare.
- **Truecaller har inlett ett samarbete med Tanla** för att leverera en banbrytande digital upplevelse för företagsmeddelanden. Truecallers Business Messaging kommer att erbjudas genom Tanlas Wisely-plattform. Volymen av levererade snabbmeddelanden förväntas uppgå till 1 miljard under det första året. Partnerskapet syftar till att hjälpa företag att nå ut till Truecallers mer än 300 miljoner aktiva användare med relevant innehåll. Truecaller och Tanla har sedan 2021 ett framgångsrikt samarbete där Truecallers tjänst Verified Business Caller ID erbjuds till Tanlas företagskunder.

Övriga väsentliga händelser

- **Den 8 mars avyttrade incitamentsbolagen (EC-bolagen), som utgör en del av tidigare incitamentsprogram i Truecaller, samtliga återstående personalaktier** i syfte att uppfylla sina åtaganden gentemot sina aktieägare i enlighet med vad som kommunicerades i samband med börsintroduktionen i oktober 2021.
- **Antalet aktier och aktiekapital i Truecaller AB ändrades under mars** till följd av nyemissionen i samband med förvärvet av CallHero. Per den 31 mars uppgår antalet aktier i Truecaller till 373 959 710, varav 46 783 800 stamaktier serie A med 10 röster per aktie och 327 175 910 stamaktier serie B med 1 röst per aktie. Antalet B-aktier har ökat med 295 640. Aktiekapitalet har ökat med 591,28 SEK från 747 328,14 SEK till 747 919,42 SEK.

Händelser efter periodens utgång

- **Kallelse till bolagsstämman** som kommer att hållas den 24 maj i Stockholm publicerades och årsredovisningen för 2021 publicerades. Läs mer på sidan 13 samt på Truecallers hemsida.



FÖRSTA KVARTALET 2022

En stark inledning på 2022

Trots att första kvartalet historiskt sett varit den lugnaste perioden på året för Truecaller, så inleddes 2022 med en fortsatt stark användartillväxt. Genomsnittligt antal månatliga aktiva användare under kvartalet uppgick till 310 miljoner (271), en ökning med 10 miljoner sedan årsskiftet. Ungefär 80 procent av våra månatliga aktiva användare använder vår plattform dagligen och under kvartalet var vår app en av de tjugo mest nedladdade apparna globalt, enligt statistik från Sensor Tower. Vi är stolta att hjälpa människor och företag, som använder den plattform vi byggt, att få en tryggare och mer effektiv kommunikationsupplevelse.

Året inleddes mycket starkt med en nettoomsättningstillväxt om 116 procent i det första kvartalet och med en justerad EBITDA-marginal på 45,5 procent. Våra investeringar i vår AdTech-plattform och den ökande efterfrågan för vårt relativt nya företagserbjudande, Truecaller for Business, bidrog båda till den starka utvecklingen. I en orolig omvärld där kriget i Ukraina, stigande inflation och räntor samt covidpandemin skapar osäkerhet står vi starka. Vi har inte sett några direkta negativa finansiella effekter på vår verksamhet av dessa externa faktorer. Tvärtom har vi, till skillnad från många andra snabbväxande teknikbolag, en stark finansiell position, med ett mycket starkt kassaflöde och nästan två miljarder kronor tillgängliga för investeringar, som ger oss goda möjligheter att agera aktivt om attraktiva möjligheter uppstår. Vi avser utnyttja sådana tillfällen för att ytterligare stärka vår marknadsposition, vår produkt och våra tjänster, och snabbare nå våra långsiktiga tillväxtmål.

Med vår skalbara affärsmodell har vi en stark position som ett teknikbolag med en hög användar- och intäkttillväxt kombinerad med en god lönsamhet. Vi fortsätter vårt arbete med att utveckla vår plattform, vilket i kombination med en fortsatt positiv trend i antalet smartphoneanvändare skapar förutsättningar för fortsatt stabil och lönsam tillväxt.

Vårt uppdrag är att göra framtidens kommunikation smartare, tryggare och effektivare. Det når vi genom att ständigt arbeta med att utveckla vår produkt, introducera nya funktioner som ökar användarvänligheten och förbättra erbjudandet till konsumenterna samt till företag som behöver Truecaller för att nå sina kunder. I jämförelse med det första kvartalet 2021 ökade det genomsnittliga antalet månatliga aktiva användare med 39 miljoner användare (eller 14 procent) till 310,1 miljoner samtidigt som nettoomsättningen ökade med 116 procent till 398,3 (184,0) Mkr. Tack vare de ständiga förbättringar vi gör av våra tjänster så använder cirka 80 procent av våra månatliga aktiva användare vår produkt dagligen. Denna tillväxt når vi i kombination med en fortsatt stark lönsamhet, något som vi givetvis är väldigt stolta över.

Användartillväxten fortsätter att vara primärt organisk, driven av att vi kan erbjuda en mycket god träffsäkerhet då vi identifierar vilka som kontaktar våra användare. I marknader där vår databas ännu inte nått den nivå där träffsäkerheten är tillräckligt bra, investerar vi aktivt i användarförvärv på olika annonsplattformar för att "seed" nya marknader samt etablerade marknader i brandingsyfte. Dessa resulterar i en kontinuerlig expansion av databasen, vilket ökar kvaliteten i våra tjänster, och när denna når en tröskelnivå, så tar den organiska tillväxten över. De betalda användarförvärven syftar med andra ord till att lägga grunden för en fortsatt, långsiktig, organisk tillväxt, snarare än att påverka användartillväxten på kort sikt.

Nettoomsättningen i vår största marknad, Indien, ökade med 137 procent jämfört med det första kvartalet föregående år. Våra investeringar i andra marknader som Sydostasien och Latinamerika ger goda resultat och skapar förutsättningar för fortsatt tillväxt av såväl användare som intäkter. Den största relativa tillväxten av användare har under det senaste året varit på marknader som Sydamerika, Nordamerika och Asien exklusive Indien.

?? Året inleddes starkt med en nettoomsättningstillväxt om 116 procent i det första kvartalet och med en justerad EBITDA-marginal på 45,5 procent. Våra investeringar i vår AD-tech plattform och den stora efterfrågan för vårt relativt nya företagserbjudande, Truecaller for Business, bidrar båda till den starka utvecklingen. ??

Vi ser en stor potential att fortsätta växa i såväl befintliga som nya marknader där antalet smartphoneanvändare förväntas

öka kraftigt samtidigt som de problem vi löser för våra kunder också fortsätter att öka. Truecallers plattform används för att ringa samtal och skicka meddelanden och som mottagare för att veta vem det är som ringer eller skickar meddelanden. Tjänsterna hjälper till att förhindra spam och bedrägerier vilket är ett omfattande och växande problem i många marknader.

Justerad EBITDA uppgick till 181,4 (54,2) Mkr i kvartalet och den justerade EBITDA-marginalen till 45,5 (29,5) procent. Vårt arbete med att utveckla och förbättra AdTech-plattformen, satsningen på vårt företagserbjudande, Truecaller for Business samt på att öka användarnyttan av vår premiumtjänst för en större användarbas skapar förutsättningar för en fortsatt positiv resultatutveckling.

Vårt företagserbjudande, Truecaller for Business, fortsätter att utvecklas starkt och vi ansluter nya företagskunder i en hög takt såväl i Indien som andra marknader, som Sydafrika, Egypten och Israel. Vi fortsätter att bygga ut produkten, bygga upp teknik- och säljorganisationen samt utökar samarbeten med CPaaS-företag (Communication Platform as a Service) som agerar som återförsäljare för oss. Under kvartalet påbörjades vår satsning på snabbmeddelanden, ett unikt sätt att skicka viktiga meddelanden så att användaren inte missar dem, genom etableringen av ett exklusivt återförsäljarsamarbete med Tanla, en ledande aktör inom CPaaS-området. Partnerskapet syftar till att hjälpa företag att nå ut till mer än 300 miljoner aktiva användare av Truecaller med relevanta meddelanden som till exempel avancerade medier ("rich media") och engagerande innehåll. Tjänsterna förväntas leda till betydande förbättringar i klickfrekvensen för företag som skickar meddelanden via denna kanal. För att stödja den starka tillväxten för Truecaller for Business så lanserades också en ny återförsäljarportal.

Truecallers intäktsmodell utgörs av tre separata intäktsströmmar i form av annonser, betalda premium-tjänster samt Truecaller for Business. De investeringar vi gjort i vår AdTech-plattform fortsätter att ge mycket god avkastning. Jämfört med första kvartalet 2021 ökade intäkterna för annonser med 133 procent där vi påverkades positivt av att den indiska cricketsäsongen började i slutet av kvartalet. Vi fortsätter satsningarna på att förenkla för andra partners att använda sig direkt av vår plattform, att lageroptimera annonsutrymmet samt implementera nya annonsformat. Under kvartalet implementerade vi nya prestationsdrivna annonsenheter med målet att förbättra avkastningen per annonstillfälle och samtidigt ge bättre avkastning på investeringen för annonsörer som är inriktade på "performance marketing".

Problemen med spam och bedrägerier är omfattande och ökande, även på utvecklade marknader som exempelvis USA vilket vår "US Spam and Scam Report", som publiceras under det andra kvartalet kommer att visa. Att utveckla användarupplevelsen och funktionaliteten för iPhone-användare är en viktig strategisk prioritet för Truecaller, för att på lång sikt se starkare tillväxt, då iPhone är en ledande plattform i flera av dessa marknader. Satsningen på att förbättra erbjudandet på iPhone, och utvecklingen med att leverera en helt ny upplevelse på iOS fortsatte under kvartalet. Förvärvet av CallHero, som slutfördes under första kvartalet, förväntas också tillföra ännu mer värde och funktionalitet till Truecallerupplevelsen på både iPhone- och Androidenheter. Processen med att integrera hela CallHeros

erbjudande i Truecallers ekosystem har inletts och utrullningen kommer att ske senare under året.



Under kvartalet har vi fått en del frågor kring de planerade data-skyddregleringarna på vår största marknad Indien. Arbetet med den nya lagstiftningen har pågått under flera år och vi har hela tiden hållt oss väl informerade om de planerade förändringarna. Vi är positiva till lagförslaget vilket skapar en trygghet och fastställer tydliga rutiner för företag som hanterar användardata. Vi har givetvis noga analyserat de publika utkasten till lagförslaget och vår bedömning är att lagen inte kommer ha någon signifikant påverkan för användarupplevelsen eller vår framtida tillväxtförmåga. Vi på Truecaller tar våra användares integritet på största allvar, och vi är själva en stor del av lösningen för att skydda våra användare mot bedrägerier, trakasserier och oönskade säljsamtal och meddelanden. Vi gör det även indirekt genom att följa principerna för dataminimering och genom att endast samla in den information som vi behöver för att driva och förbättra tjänsten. Truecaller lagrar sedan länge indisk användardata i Indien och kraven på datalokalisering kommer därför inte att påverka oss. Truecaller spelar en avgörande roll för att möjliggöra effektiv kommunikation för våra över 220 miljoner månatliga användare i Indien. Vi är stolta över att vara en central del av många indiers vardag för att skapa förtroende i kommunikation och förhindra bedrägerier och andra illegala aktiviteter. Vår bedömning är att vi, även med det nya lagförslaget, precis som idag, har berättigade skäl att behandla data.

Baserat på vår starka tillväxt skapar den operativa hävstången i vår affär utrymme för fortsatt ökande investeringar i användarförvärv samt varumärkesbyggande aktiviteter, med en bibehållet hög EBITDA-marginal. Jag ser framtiden an med mycket stor tillförsikt.

Alan Mamedi
VD och koncernchef

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Nettoomsättning	398,3	184,0	1 128,9
Bruttoresultat	311,3	131,7	856,1
Bruttomarginal (%)	78,1%	71,6%	75,8%
Justerad EBITDA	181,4	54,2	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	45,5%	29,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	175,5	40,0	328,2
Rörelsemarginal (%)	44,0%	21,7%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	175,5	50,2	455,7
Justerad rörelsemarginal (%)	44,0%	27,2%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	170,1	42,8	299,7
Eget kapital	1 566,0	194,6	1 411,4
Balansomslutning	1 857,3	505,4	1 692,9
Soliditet (%)	84,3%	38,5%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	321	251	306

OPERATIVA NYCKELTAL

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Januari-mars 2022				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	310,1	227,8	60,1	22,2
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	247,7	189,4	44,1	14,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,24	1,13	1,57	3,18
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,05	4,50	10,10	11,83

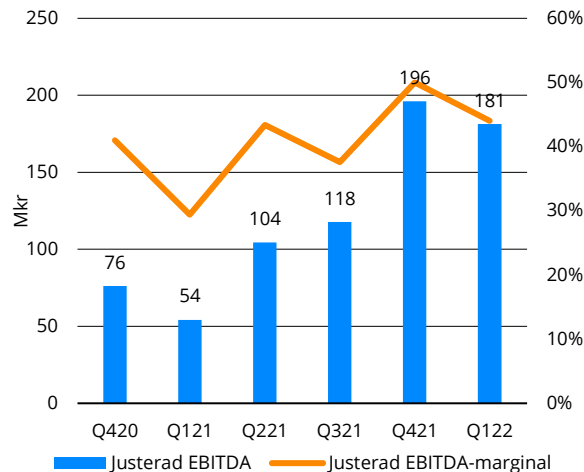
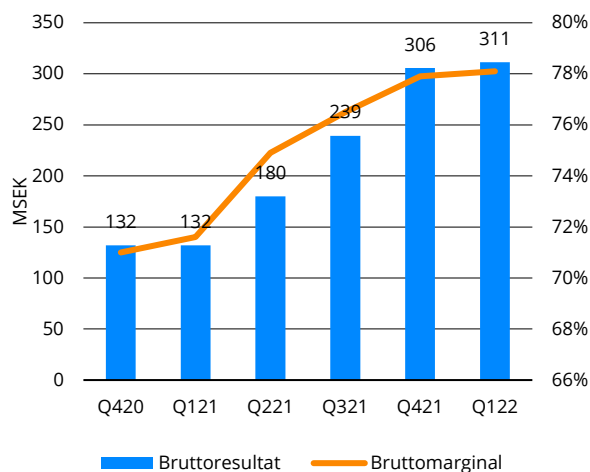
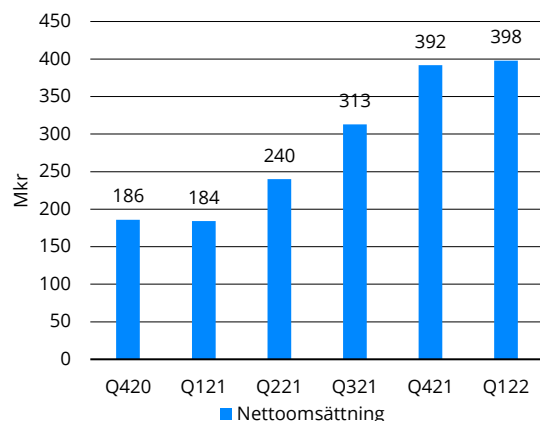
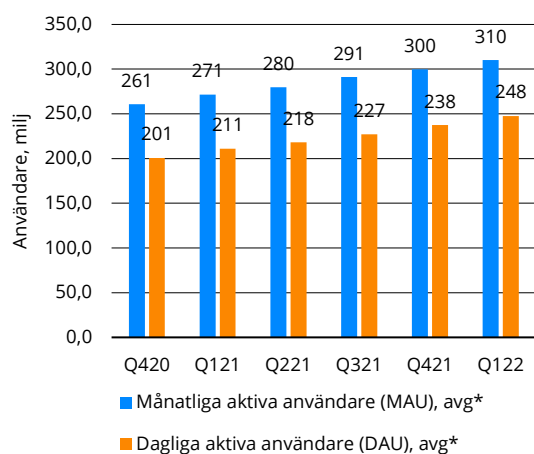
	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Januari-mars 2021*				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	271,4	201,0	52,4	17,9
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	210,9	162,2	37,4	11,3
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	0,89	0,80	1,10	2,32
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	7,39	4,14	10,00	12,73

* Historiska jämförelsetal har justerats efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) uteslutits. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sid 29 för mer information.

Januari-december 2021*

Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	285,6	210,8	55,4	19,4
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	223,5	171,4	39,8	12,3
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,14	1,01	1,46	3,06
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)	7,85	4,61	9,82	11,97



* Historiska jämförelsetal har räknats om efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) uteslutits. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sid 29 för mer information.

Finansiell utveckling

Första kvartalet (januari-mars 2022)

Intäkter

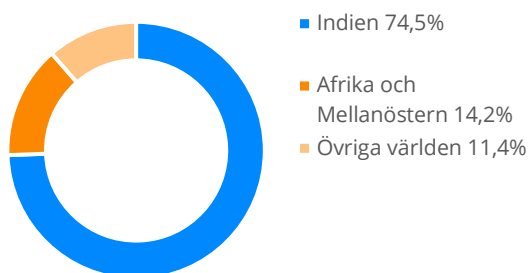
Nettoomsättningen under det första kvartalet ökade med 116 procent och uppgick till 398,3 (184,0) Mkr. Intäktsökningen beror främst på en stark tillväxt i annonsintäkter, vilket i sin tur är en effekt av en kontinuerlig tillväxt av antalet användare i många olika geografier, i kombination med en fortsatt ökning av annonsintäkterna per användare.

Den fortsatta tillväxten i antalet aktiva månatliga användare (MAU) förklaras dels av en generell ökning av användandet av smartphones i många länder, dels av att priserna för kommunikationstjänster i tillväxtländer blir alltmer överkomliga. Det ökande användandet av smartphones driver ett behov av att kunna kommunicera säkert och effektivt, vilket gynnar Truecaller. I de marknader där 5-10% eller mer av användarna av smartphones också är användare av Truecaller, har bolaget en mycket god träffsäkerhet vid identifikationen av vilka som kontaktar användarna av bolagets app. Detta leder också normalt till en stark organisk tillväxt av användarbasen. I marknader där bolaget ännu inte har en tillräckligt omfattande databas för att kunna erbjuda denna träffsäkerhet, investeras det i gengäld aktivt i användarförvärv på plattformar som Google och Facebook. Dessa användarförvärv bidrar till att Truecallers användare får en kontinuerligt förbättrad upplevelse av bolagets tjänster, och då upplevelsen är bra nog tar den organiska tillväxten fart, vilket syns tydligt i väletablerade marknader som till exempel Indien.

Truecaller har tecknat avtal med ett antal tillverkare av smartphones om att förinstallera bolagets app på ett stort antal nya telefoner i flera olika marknader. Dessa avtal förväntas över tid ha tydliga positiva effekter på tillväxten i antalet användare samt datakvaliteten, men avtalen sträcker sig över flera år, och än så länge har endast ett mindre antal telefoner med Truecaller förinstallerad nått slutanvändare.

Intäkternas fördelning per region

Nettoomsättningen i Indien ökade med 137 procent till 296,6 (125,4) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 81 procent till 56,4 (31,2) Mkr och i övriga världen med 65 procent till 45,3 (27,4) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 133 procent till 339,0 (145,5) Mkr. Vi optimerar kontinuerligt balansen mellan priser (CPM) och utnyttjandet (fyllnadsgrad) av vårt annonsutrymme. Under

kvartalet ökade antalet annonsvisningar starkt samtidigt som CPM ökade med cirka 39 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. CPM varierar mellan kvartalen, som en effekt av säsongsmässig förändringar i efterfrågan i olika geografier, mixen mellan olika typer av annonser och mixen mellan direktförsäljning och försäljning via partners som Google och Facebook. Andelen av intäkterna som kommer från direkt försäljning och övriga partners ökade.

På utbudssidan fortsätter vi att se en kontinuerlig användartillväxt, vilket bidrar till att öka vårt tillgängliga annonsutrymme. Vi arbetar också kontinuerligt med fortsatt optimering av utnyttjandet av annonsutrymmet, i syfte att öka både fyllnadsgrad och priser. På efterfrågesidan fortsätter vi att öka vår annonsörsbas, samt att göra det enklare för annonsörer att använda våra tjänster utan mellanhänder, vilket har en positiv effekt på vår lönsamhet samtidigt som det hjälper oss att öka fyllnadsgraden.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 14,5 procent till 38,9 (34,0) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Den starkaste tillväxten av prenumerationsintäkter har skett utanför Indien och på iOS. Under en period 2021 orsakade restriktioner i den indiska marknaden avseende automatisk förlängning av prenumerationer i Googles appbutik en svacka i tillväxten i antalet premiumprenumeranter där. Dessa restriktioner hävdes i oktober och har därefter börjat återhämta sig.

Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 18,4 (2,6) Mkr. Truecaller for Business lanserades under slutet av 2020, och har utvecklats mycket väl sedan dess. Efterfrågan på dessa tjänster har visat sig mycket stor i flera av våra etablerade marknader, då många företag har behov av att upprätthålla en säker kommunikationskanal till sina kunder. Antalet anslutna kunder fortsätter att visa stark tillväxt såväl i Indien som i andra marknader. Tjänsterna säljs genom direktförsäljning och genom partners.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 136 procent till 311,3 (131,7) Mkr, vilket ger en ökning av bruttomarginalen med 6,5 procentenheter till 78,1 (71,6) procent. Bruttomarginalen bestäms dels av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, dels av kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Avgifterna till partners är direkt proportionella mot antalet visade annonser samt antalet premiumanvändare. Truecaller säljer också annonser direkt till slutkunder, utan att nyttja någon partner. Olika annonspartners har olika avgiftsnivåer, och bruttomarginalen påverkas därför av hur annonstrafiken fördelas mellan direktförsäljning och olika partners under olika perioder. Under första kvartalet utgjorde direktförsäljningen samt försäljningen via partners med lägre avgifter en större andel av den totala försäljningen än under motsvarande period föregående år. Google sänkte också avgifterna för köp via sin appbutik i början av 2022, vilket haft en viss påverkan på bruttomarginalen för premium-prenumerationer.

Verifikationskostnaderna är proportionella mot tillväxten i kundbasen, men påverkas också av hur lokala teleoperatörer prissätter sina meddelandetjänster. Speciellt i Indien kan dessa priser variera väsentligt, utan någon längre förvarning. Kostnaden för serverhosting är på kort- och medellång sikt relativt oberoende av trafikvolymerna, men stiger då dessa når nya volymband.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 181,4 (54,2) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 45,5 (29,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 175,5 (40,0) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 44,0 (21,7) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 175,5 (50,2) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 44,0 (27,2) procent.

Förbättringen av rörelseresultatet förklaras främst av en fortsatt hög tillväxttakt för intäkterna, i kombination med en lägre tillväxttakt i rörelsekostnaderna. Bolaget har en affärsmodell som medger väsentliga intäktsökningar utan motsvarande ökning i kostnader för exempelvis personal och lokaler.

Personalkostnaderna under kvartalet uppgick till 58,7 (50,7) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ett ökande antal medarbetare, i kombination med vissa löneökningar. Det långsiktiga incitamentsprogrammet (LTIP 2021) som infördes under tredje kvartalet 2021 medförde en kostnad om 3,4 (-) Mkr för perioden. I personalkostnaderna har det historiskt ingått kostnader för syntetiska personaloptioner som uppkom i samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019. Dessa syntetiska personaloptioner är att betrakta som en tilläggsköpeskilling kopplad till värdet på Truecallers aktie. Optionerna har omvärderats kvartalsvis baserat på värderingen av Truecaller, vilket gett upphov till en resultateffekt. För de optionsinnehavare som fortfarande är anställda i bolaget har denna effekt redovisats som en ökning eller minskning av personalkostnaderna. Skillnaden i hur denna effekt påverkar de olika rapportperioderna kan vara väsentlig. Under kvartalet belastades rörelseresultatet med totalt - (5,8) Mkr. Några ytterligare kostnader för dessa kommer inte att belasta resultatet framgent. Historiskt har också omvärderingen av optioner till tidigare ägare av Backwater Technologies som inte längre är anställda i Truecaller påverkat finansnettot. Kostnaden för detta uppgick under första kvartalet till totalt - (1,5) Mkr. Dessa optioner löstes slutgiltigt i samband med börsnoteringen av Truecaller, och några ytterligare kostnader för dessa kommer inte att belasta resultatet framgent.

Övriga externa kostnader ökade till 73,4 (37,3) Mkr. Detta är främst en effekt av ökande investeringar i data- och användarförvärv, marknadsföring samt kostnader relaterade till att vara ett börsnoterat bolag.

Investeringarna i användarförvärv och marknadsföring ökar gradvis, i takt med att bolaget testar och utvärderar olika investeringsstrategier. Avkastningen på gjorda investeringar mäts kontinuerligt, och Truecaller fortsätter bygga kompetens och organisation för att kunna öka investeringstakten som avsett, på ett sätt som kostnadseffektivt stödjer den långsiktiga organiska tillväxten i olika geografier. Under första kvartalet har fokus legat på ytterligare kompetensförstärkning inom dessa områden, och investeringarna har i gengäld ökat i något lägre takt.

Jämförelsestörande poster

Första kvartalet innehöll inga jämförelsestörande poster medan första kvartalet 2021 innehöll jämförelsestörande kostnader om 10,1 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om - (4,3) Mkr samt syntetiska optioner om - (5,8) Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 170,1 (42,8) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 133,7 (42,8) Mkr. Finansnettot utgörs av positiva valutakursdifferenser om 0,9 (5,0) Mkr, räntekostnader om -5,0 (-0,7) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (1,5) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,3 (-) Mkr. Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,36 (0,20) SEK och efter utspädning till 0,35 (0,12) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 121,5 (54,0) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -29,1 (-) Mkr och påverkas primärt av förvärvet av CallHero samt investeringar i egenupparbetade immateriella tillgångar. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -28,7 (4,1) Mkr där återbetalning av teckningsoptioner står för -0,4 (-) Mkr, utbetalning av syntetiska optioner för -23,1 (-) Mkr och amortering av leasingskuld för -5,2 (-3,7) Mkr. I jämförelseperioden skedde även en nyemission som bidrog med 7,8 Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 63,7 (58,1) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 302,2 (254,4) Mkr. Soliditeten var 84,3 (38,5) procent. Truecaller har också en revolverande företagskredit om 500 Mkr (0). Per balansdagen utnyttjades 0 Mkr av krediten.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 mars 2022 till 1 857,3 (505,4) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Investeringar

Under 2021 började koncernen att aktivera utvecklingskostnader då vissa projekt som startats bedöms uppfylla kriterierna enligt IAS 38. Utvecklingskostnaderna för dessa projekt har därför aktiverats. Under första kvartalet 2022 har 2,8 (0,2) Mkr aktiverats som egenupparbetade immateriella tillgångar.

Valutaexponering

Truecaller har huvuddelen av sina intäkter i svenska kronor (SEK), via partners som Google och Apple. Den direkta valutaexponeringen är därmed liten. Dessa partners fakturerar i sin tur användare av Truecallers tjänster delvis i lokal valuta, vilket innebär en indirekt valutaexponering. Truecaller har dock inte full information om hur valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering.

Moderbolaget

Truecaller AB blev under tredje kvartalet 2021 koncernens moderföretag. Innan dess var bolaget ett passivt lagerbolag utan verksamhet. På grund av Truecaller ABs ändrade verksamhet är jämförelsesiffrorna ännu inte relevanta. Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 1,0 (-) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -5,4 (-) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -4,3 (-) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 mars 2022 till 718,7 (-) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (-) personer anställda i moderbolaget

Produktuppdatering

Engagemangsdrivna förbättringar av kommunikationserbjudandet

Efter lanseringen av version 12 av appen på Android har Truecaller fortsatt utveckla funktionerna som rullades ut i slutet av 2021. Bland annat har tekniska förbättringar gjorts som avsevärt förbättrar hastigheten och prestandan för tjänsten. Användarna har visat stort intresse för de funktioner som lanserades som en del av den senaste versionen. Sedan årsskiftet har till exempel användarnas användning av funktionen "Video Caller ID", en ny funktion i version 12, ökat med över 150 procent.



Ytterligare meddelandefunktioner introducerades också under kvartalet för att fortsätta förbättra den grundläggande kommunikationsupplevelsen. Appens gränssnitt är nu anpassningsbart, så att användare enkelt kan byta sin standardskärm från att ringa till att skicka meddelanden och vice versa. Användare kan

nu redigera och ta bort sina snabbmeddelanden samt skicka "brådsakande meddelanden" som mottagare kan läsa och svara på via animerade emojis utan att behöva låsa upp skärmen. Ur ett maskininlärningsperspektiv introducerades en ny modell byggd på artificiell intelligens som ännu mer exakt klassificerar SMS från företag som spam eller reklam.

Funktionen "Smart SMS", som kategoriserar de viktigaste meddelandena i en egen flik, utvecklades ytterligare. Avancerade maskininlärningsmodeller, som automatiserar identifieringen av SMS som skräppost baserat på feedback från användare, har nu rullats ut globalt. Modellerna är helt automatiserade baserat på återkoppling från användarna, vilket säkerställer att varje användare får den mest relevanta upplevelsen, oavsett var de befinner sig.

För meddelanden som kategoriserats som viktiga lyfter Truecaller fram relevant information från långa SMS och översätter informationen till översiktliga "smart cards" vilket har varit en framträdande del av funktionen "Smart SMS" sedan den introducerades i början av 2020. Användare på utvalda marknader som Indien, USA och Sverige kan nu dela smartkort med sina kontakter, oavsett om mottagaren använder Truecaller-appen eller ej. Den underliggande mekanismen som driver "smart cards" har förbättrats avsevärt, vilket säkerställer att "Smart SMS" fungerar smärtfritt även på andra språk än engelska. Den här typen av maskininlärningsinitiativ sker utan att kompromissa

med användarnas integritet, och all bearbetning utförs lokalt på användarens enhet.



Satsningen på att förbättra erbjudandet på iPhone, och utvecklingen med att leverera en helt ny upplevelse på iOS fortsatte under kvartalet. Förvärvet av CallHero, som slutfördes under första kvartalet, förväntas också tillföra ännu mer värde och funktionalitet till upplevelsen av Truecaller på både iPhone och Android. Processen med att integrera hela CallHeros erbjudande i Truecallers ekosystem inleddes och utrullningen kommer som planerat att ske senare under året.

Förbättringar av sök- och AI-identitetsfunktioner

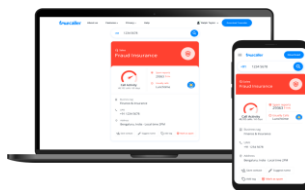
Appens nya design, som lanserades med den senaste versionen av Truecaller på Android, ger fler möjligheter för användare att lämna feedback på okända nummer i form av kommentarer och omröstningar. Funktionen kommentarer har nu utökats till att täcka över 30 ytterligare språk, vilket gör det möjligt för fler användare att rapportera om sina egna upplevelser samtidigt som spamupptäcktsfunktionen förbättras ytterligare med förslag från bolagets användare. Truecaller introducerade också ytterligare engagemangsmöjligheter så att användare kan ge förslag

genom ett dynamiskt återkopplingssystem. Bara under det första kvartalet gav dessa över 2,5 miljoner förslag. Det förväntas leda till betydande förbättringar av appens förmåga att tillhandahålla den mest användbara informationen om okända telefonnummer. Det kommer succesivt stärka Truecallers kontextuella sökfunktioner, vilket gör att appen kan tillhandahålla relevant information som "Någon du kanske känner" eller "Sannolikt försäljning" om ett okänt nummer.



Maskininlärningsinitiativ som introducerades under slutet av 2021 för att förbättra noggrannheten för upptäckt av skräppost genom operatörsklassificering i EU har fortsatt att skala väl. Under kvartalet utökades klassificeringen av operatörer till att täcka USA, Malaysia och Sydafrika, och ytterligare marknader för tacksägelse kommer att tillkomma.

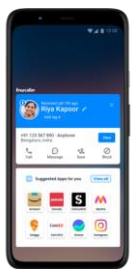
Under kvartalet lanserades Truecallers nya webbplats, inklusive en förnyad söksida (som liknar den nya profilvyn som rullades ut med version 12 av appen). Det ger en mer konsekvent upplevelse av Truecaller, oavsett vilken enhet som används. Att söka efter nummer på webbplatsen ger lika



mycket relevant information – samtalsaktivitet, skräppostrapporter och möjligheter att lämna förslag – som i mobilappen. Webbnärvaron ökar också tillgängligheten för Truecallers tjänster och tillåter nu vem som helst att göra ett begränsat antal sökningar utan att ladda ner appen.

Fortsatta satsningar på AdTech

Investeringar som gjorts, under andra halvåret 2021, för att förbättra Truecallers AdTech-kapacitet fortsatte att skala väl och visade positiva resultat under kvartalet. En ny arkitektur för annonsauktioner förbättrar Truecallers förmåga att integrera alla typer av efterfrågepartners i vårt ekosystem med större flexibilitet. Under det första kvartalet har både nya och befintliga efterfrågepartner integrerats i det omarbetade auktionsuppläget med bra resultat, inklusive förbättrad efterfrågelikviditet och bättre avkastningshantering. Parallellt med förbättringar på tekniksidan har direktförsäljningsprocessen också effektiviserats ytterligare för att öka kundbasen och användningsområdet som kan betjänas genom Truecallers direkta annonskanaler.



På utbudssidan implementerade Truecaller nya prestationsdrivna annonsenheter med målet att förbättra avkastningen per annons-tillfälle och ge bättre avkastning på investeringen för annonsörer inriktade på "performance marketing". Initiativet har visat lovande resultat initialt och förväntas förbättras när Truecaller skalar formatet på utbudssidan och kartlägger efterfrågan mer. Lager-optimering fortsatte att vara ett fokusom-

råde och initiativ för att främja prestanda och efterfrågan från så kallade affiliates på ouppfyllt lager testades under första kvartalet för fullskalig implementering senare i år. Truecaller investerar också i ännu större utsträckning i analys för att ytterligare optimera annonsutrymmet.

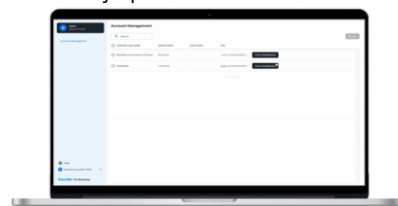
Snabb utveckling av Truecaller for Business

Efterfrågan av Truecaller for Business fortsätter att växa starkt inom många olika branscher. Nya kunder under kvartalet inkluderar ett antal ledande varumärken i Indien som Xpressbees, Apollo Hospitals, Liberty General, Insurance Dekho och Money-View. State Bank of India (SBI) General Insurance, som är den största statliga banken i landet och en av de största bankerna i världen samt Flipkart Group som är ett dotterbolag till Walmart och en av de största e-handlarna i Indien, anslöts också som nya kunder i kvartalet. Behovet av Truecallers affärsinriktade lösningar är stort även på marknader utanför Indien, vilket resulterat i nya företagskunder från Sydafrika, Egypten och Israel inom olika branscher.

Under kvartalet påbörjades också Truecallers satsning på snabbmeddelanden till företag genom etableringen av ett exklusivt återförsäljarsamarbete med Tanla, en ledande aktör inom CPaaS-området. Partnerskapet syftar till att hjälpa företag att nå ut till mer än 300 miljoner aktiva användare av Truecaller med relevanta meddelanden som inkluderar avancerade medier ("rich media") och engagerande innehåll. Tjänsterna förväntas leda till betydande förbättringar i klickfrekvensen för företag som skickar meddelanden via denna kanal.

Truecaller fortsätter att aktivt utforska innovativa användningsområden för sina affärslösningar. Under första kvartalet etablerade Truecaller sitt Early Access-program för utvalda befintliga företagskunder. Detta nya initiativ ger deltagande kunder möjlighet att testa nya erbjudanden innan de kommersialiseras fullt ut. Tre olika funktionaliteter testades inom detta program under första kvartalet och ger ett mervärde för både kundupplevelsen och produktutvecklingsprocessen.

För att kunna hantera den växande efterfrågan för Truecaller for Business fortsätter Truecaller att prioritera att driva operativa förbättringar för hela kundresan. Med utgångspunkt i den framgångsrika lanseringen av direktförsäljningssjälvbetjäningssportalen som introducerades i slutet av 2021, lanserades en ny återförsäljarportal under första kvartalet. Portalen, som gör det



möjligt för återförsäljare att hantera alla tjänster på uppdrag av sina kunder mer effektivt, har snabbt blivit populär.

Övrig information

Risker och osäkerhetsfaktorer

Truecaller är, liksom alla företag, exponerad för olika slag av risker i sin verksamhet. Bland dessa kan nämnas risker relaterade till valutaförändringar, beroende av vissa strategiska partners, allmänna utvecklingen av konjunktur och finansiella marknaden, tekniska förändringar, beroende av nyckelpersoner, legala risker och risker förknippade med personlig integritet, samt skatterisker och politiska risker. Riskhantering är en integrerad del av Truecallers ledning. De risker som beskrivs för koncernen kan också ha en indirekt påverkan på moderbolaget. En fullständig redogörelse för risker och osäkerhetsfaktorer kopplade till Truecaller finns i True Software Scandinavias årsredovisning för 2021.

Påverkan från kriget i Ukraina

Påverkan på Truecallers affärsverksamhet från kriget i Ukraina och dess effekter på den globala ekonomin har varit minimala. Truecallers fokus har varit att ta hand om våra anställda från Ukraina, Ryssland och Baltikum som har haft närstående i Ukraina.

Påverkan av Covid-19

Den pågående spridningen av covid-19 bidrar till en snabb digitalisering vilket ökar behovet av Truecallers tjänster. I inledningen av pandemin såg vi en minskning av antalet samtal och meddelanden som våra användare tog emot då många länder stängdes ner och många företag stod stilla. Även efterfrågan på annonsutrymme minskade temporärt. I takt med att företag ställt om sina rutiner och arbetsmetoder har samtalsvolymerna nått till nivåer som ligger över det som var före pandemins utbrott. Restriktionerna till följd av pandemin har minskat under kvartalet och bolaget har kunnat bedriva verksamheten effektivt. Bolaget bedömer att verksamheten kommer att kunna bedrivas effektivt även vid en ökad smittspridning och att behovet av att kommunicera människor och företag emellan är fortsatt stort, även i ett scenario med en fortsatt smittspridning i Indien och andra marknader där bolaget har många användare.

Framåtblickande uttalanden

Rapporten innehåller uttalanden rörande bland annat Truecallers finansiella situation och resultat liksom uttalanden om marknadsvillkor som kan vara framåtblickande. Truecaller anser att förväntningarna som återspeglas i dessa framåtblickande uttalanden bygger på rimliga antaganden. Framåtblickande uttalanden innefattar emellertid risker och osäkerhetsfaktorer och de faktiska resultaten eller följderna kan skilja sig avsevärt från dem som framförts. Utöver vad som krävs enligt gällande lagstiftning gäller framåtblickande uttalanden endast den dag de framförs och Truecaller åtar sig inte att uppdatera några av dem mot bakgrund av ny information eller framtida händelser.

Framtidsutsikter

Truecaller lämnar inga prognoser.

Moderbolaget

Truecaller AB, org. nr. 559278-2774, är ett svenskt bolag med säte i Stockholm, Sverige.

Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport, januari – juni 2022: 22 juli 2022

Delårsrapport, januari – september 2022: 11 november 2022

Bokslutskommuniké januari-december 2022: 22 februari 2023

Årsstämma

Årsstämman 2022 kommer att hållas tisdagen den 24 maj 2022 i Stockholm. På dagordningen står bland annat beslut om disposition av bolagets vinst för 2021, val av styrelse, beslut om bemyndigande för styrelsen att besluta om emissioner, samt återköpa aktier, beslut om emission och överlåtelse av teckningsoptioner samt beslut om införande av ett långsiktigt aktieprogram. Styrelsen föreslår att ingen aktieutdelning ska utgå för räkenskapsåret och valberedningen föreslår omval av samtliga styrelsledamöter. Kallelse till stämman publicerades 22 april och samtlig information om årsstämman finns tillgänglig på corporate.truecaller.com.

Kontaktuppgifter

Alan Mamedi, CEO

E-post: alan.mamedi@truecaller.com

Odd Bolin, CFO

Tel: +46 70 428 31 73

E-post: odd.bolin@truecaller.com

Andreas Frid, Head of IR & Communication

Tel: +46 705 29 08 00

E-post: andreas.frid@truecaller.com

Revisors granskning

Denna delårsrapport har ej varit föremål för en översiktlig revisorsgranskning.

Denna information är insiderinformation som Truecaller AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 6 maj 2022 kl. 07.30 CEST.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Nettoomsättning	3	398 300	184 041	1 128 888
Övriga intäkter		9	356	2 738
Aktiverat arbete för egen räkning		2 245	-	1 045
Förmedlingskostnader		-87 050	-52 307	-272 807
Övriga externa kostnader		-73 430	-37 247	-248 049
Personalkostnader		-58 701	-50 730	-266 752
Av- och nedskrivningar		-5 927	-4 089	-16 844
Rörelseresultat		175 447	40 024	328 219
Finansnetto		-5 380	2 771	-28 511
Resultat efter finansiella poster		170 067	42 796	299 708
Skatt		-36 372	44	-41 398
Periodens resultat ¹⁾		133 695	42 840	258 310
Resultat per aktie ²⁾				
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,36	0,20	1,01
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,35	0,12	0,72
Genomsnittligt antal aktier före utspädning ³⁾		373 696 919	218 374 400	254 718 955
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		378 269 543	355 806 300	357 708 466

¹⁾ Periodens resultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

²⁾ Vid en extra bolagsstämma den 22 juli 2021 beslutades att genomföra en apportemission där en aktie i True Software Scandinavia AB berättigade till tecknande av 100 aktier i Truecaller AB. Betalning skedde genom apport av aktier i True Software Scandinavia AB, varigenom Truecaller AB också förvärvade True Software Scandinavia AB. Till följd av det ökade antalet aktier har resultat per aktie från tidigare perioder justerats ner, genom att det historiska antalet aktier justerats upp, för att göra resultat per aktie jämförbart över tid.

³⁾ I anslutning till Truecallers börsnotering omvandlades samtliga preferensaktier till B-aktier vilket är förklaringen till att det är stora skillnader i antalet aktier som ingår i Genomsnittligt antal aktier före utspädning i de olika perioderna.

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Periodens resultat		133 695	42 840	258 310
Övrigt totalresultat för perioden				
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omräkningsdifferens		-302	-2 352	-1 529
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-89
Övrigt totalresultat för perioden		-302	-2 352	-1 618
Totalresultat för perioden ¹⁾		133 393	40 487	256 692

1) Periodens totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 31 mar	2021 31 mar	2021 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		34 209	-	-
Övriga immateriella tillgångar		13 955	227	1 350
Materiella anläggningstillgångar		1 314	1 431	1 429
Nyttjanderättstillgångar		88 225	96 019	86 196
Uppskjuten skattefordran		40 132	58 499	35 077
Andra långfristiga fordringar	4	18 819	469	999
Summa anläggningstillgångar		196 654	156 645	125 051
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	208 838	94 373	179 336
Kortfristiga placeringar	4	149 604	-	150 066
Likvida medel	4	1 302 180	254 374	1 238 443
Summa omsättningstillgångar		1 660 623	348 748	1 567 845
SUMMA TILLGÅNGAR		1 857 277	505 393	1 692 896
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 565 957	194 552	1 411 410
Summa eget kapital		1 565 957	194 552	1 411 410
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		4 445	3 043	4 538
Leasingskulder		70 723	85 420	72 393
Uppskjuten skatteskuld		20 800	20 002	18 030
Övriga långfristiga skulder	4	12 097	-	-
Summa långfristiga skulder		108 065	108 465	94 961
Kortfristiga skulder				
Skuld avseende syntetiska optioner	4	-	98 264	22 509
Leasingskulder		16 233	12 076	15 985
Övriga kortfristiga skulder	4	167 022	92 036	148 030
Summa kortfristiga skulder		183 255	202 376	186 524
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1 857 277	505 393	1 692 896

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	170 067	42 796	299 708
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	8 692	6 362	119 545
Betald inkomstskatt	-10 123	-	-4 717
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	168 636	49 158	414 536
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital			
Förändringar av rörelsefordringar	-34 599	-19 475	-97 183
Förändringar av rörelseskulder	-12 523	24 284	63 538
Kassaflöde från den löpande verksamheten	121 514	53 967	380 891
Investeringsverksamheten			
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-26 824	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	-	-351
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-2 760	-	-1 470
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-150 000
Förändring av finansiella fordringar	461	-	-66
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-29 123	-	-151 887
Finansieringsverksamheten			
Nyemission	-	7 787	982 904
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	-	17 364
Återköp teckningsoptioner	-374	-	-
Amortering av leasingsskuld	-5 148	-3 699	-15 280
Utbetalning syntetiska optioner	-23 140	-	-172 016
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-28 662	4 089	812 972
Periodens kassaflöde	63 729	58 055	1 041 976
Likvida medel vid periodens början	1 238 443	195 224	195 224
Valutakursdifferens i likvida medel	9	1 095	1 243
Likvida medel vid periodens slut	1 302 180	254 374	1 238 443

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel in-klusive periodens resultat	Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets ägare
Ingående eget kapital 2021-01-01	353	702 511	4 682	-561 612	145 933
Periodens resultat	-	-	-	42 840	42 840
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-2 352	-	-2 352
Periodens totalresultat	-	-	-2 352	42 840	40 487
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	1	7 787	-	-	7 788
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	344	344
Summa	1	7 787	-	344	8 131
Utgående eget kapital 2021-03-31	354	710 298	2 330	-518 428	194 552
Ingående eget kapital 2022-01-01	747	1 707 864	3 153	-300 354	1 411 410
Periodens resultat	-	-	-	133 695	133 695
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-302	-	-302
Periodens totalresultat	-	-	-302	133 695	133 393
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	1	-	-	18 152	18 152
Teckningsoptioner	-	-374	-	-	-374
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	3 375	3 375
Summa	1	-374	-	21 527	21 153
Utgående eget kapital 2022-03-31	748	1 707 490	2 851	-145 132	1 565 957

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	2022 jan-mar	2021 jan-mar ¹⁾	2021 jan-dec ¹⁾
Rörelsens intäkter	1 034	-	1 318
Övriga externa kostnader	-3 006	-	-52 446
Personalkostnader	-1 697	-	-2 752
Rörelseresultat	-3 670	-	-53 880
Finansnetto	-1 746	-	-1 733
Resultat före skatt	-5 416	-	-55 613
Skatt	1 116	-	11 456
Periodens resultat	-4 300	-	-44 157

¹⁾ Truecaller AB blev under tredje kvartalet 2021 koncernens moderföretag. Innan dess var bolaget ett passivt lagerbolag utan verksamhet. På grund av Truecaller ABs ändrade verksamhet är jämförelsesiffrorna ännu inte relevanta.

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	2022 31 mar	2021 31 mar ¹⁾	2021 31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	10 217 177	-	10 182 046
Uppskjuten skattefordran	17 698	-	16 582
Summa anläggningstillgångar	10 234 875	-	10 198 628
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	27 291	25	16 132
Fordringar hos koncernföretag	26 370	-	650
Kortfristiga placeringar	149 604	-	150 066
Likvida medel	718 691	-	830 776
Summa omsättningstillgångar	921 957	25	997 624
SUMMA TILLGÅNGAR	11 156 832	25	11 196 252
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital och skulder			
Eget kapital	11 152 347	25	11 135 495
Skulder hos koncernföretag	74	-	31 509
Kortfristiga skulder	4 410	-	29 248
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	11 156 832	25	11 196 252

¹⁾ Truecaller AB blev under tredje kvartalet 2021 koncernens moderföretag. Innan dess var bolaget ett passivt lagerbolag utan verksamhet. På grund av Truecaller ABs ändrade verksamhet är jämförelsesiffrorna ännu inte relevanta.

Noter

Not 1. Väsentliga redovisningsprinciper

Denna delårsrapport omfattar det svenska moderföretaget Truecaller AB ('Truecaller'), organisationsnummer 559278-2774, och dess dotterföretag. Koncernens verksamhet är att utveckla och utge programvara, främst mobilapplikationer för nummerupplysning, under varumärket Truecaller. Moderföretaget är ett aktieföretag registrerat i och med säte i Stockholm, Sverige. Adressen till huvudkontoret är Mäster Samuelsgatan 56, 111 21 Stockholm.

Under 2021 gjorde Truecaller en omstrukturering av koncernen där det tidigare moderföretaget, True Software Scandinavia AB, blev ett helägt dotterbolag till det nya moderföretaget Truecaller AB. Truecaller AB var tidigare ett lagerbolag utan verksamhet. Omstruktureringen genomfördes genom en aporetmission riktad till True Software Scandinavia ABs ägare, som behöll sina relativa ägarandelar i Truecaller AB. Den nybildade koncernen är en direkt fortsättning på True Software

Scandinavia-koncernen och Truecaller har därmed tagit över True Software Scandinavia-koncernens finansiella historik ogravrad.

Truecaller tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) som de antagits av EU. Koncernens delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga delar i årsredovisningslagen (1995:1554). Upplysningar enligt IAS 34 framkommer förutom i de finansiella rapporterna även i övriga delar av delårsrapporten. Delårsrapporten för moderföretaget har upprättats i enlighet med årsredovisningslagens 9 kapitel, Delårsrapport och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För koncernen och moderföretaget har samma redovisningsprinciper, värderingsgrunder och bedömningar tillämpats som i Truecallers årsredovisning. För en beskrivning av tillämpade redovisningsprinciper hänvisas därför till den senast publicerade årsredovisningen.

Not 2. Uppskattningar och bedömningar

Upprättandet av delårsrapporten kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och

kostnader. Verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar. De kritiska bedömningarna och källorna till osäkerhet i uppskattningar är oförändrade jämfört med senast avgiven årsredovisning.

Not 3. Intäkter från avtal med kunder

UPPDELNING PÅ INTÄKTER FRÅN AVTAL MED KUNDER

Tkr	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Geografisk region			
Indien	296 568	125 380	787 120
Mellanöstern och Afrika	56 427	31 186	184 114
Övriga världen	45 305	27 475	157 654
Intäkter från avtal med kunder	398 300	184 041	1 128 888

Den geografiska uppdelningen är baserad på var kunden har sitt mobilabonnemang.

Tkr	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Typ av tjänst			
Annonsintäkter	338 955	145 503	948 925
Användarintäkter	38 883	33 954	138 985
Övriga intäkter	20 462	4 584	40 978
Intäkter från avtal med kunder	398 300	184 041	1 128 888

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2022

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	18 819	18 819
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	125 615	125 615
Kundfordringar	-	38 712	38 712
Kortfristiga placeringar	149 604	-	149 604
Likvida medel	-	1 302 180	1 302 180
Totalt	149 604	1 485 326	1 634 930
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	28 776	28 776
Villkorad tilläggsköpeskillning	16 785	-	16 785
Totalt	16 785	28 776	45 561

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2021

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	469	469
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	61 968	61 968
Kundfordringar	-	8 350	8 350
Likvida medel	-	254 374	254 374
Totalt	-	325 162	325 162
FINANSIELLA SKULDER			
Skuld avseende syntetiska optioner	98 264	-	98 264
Leverantörsskulder	-	22 642	22 642
Totalt	98 264	22 642	120 906

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2021

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	999	999
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	100 353	100 353
Kundfordringar	-	31 160	31 160
Kortfristiga placeringar	150 066	-	150 066
Likvida medel	-	1 238 433	1 238 433
Totalt	150 066	1 370 954	1 521 020

FINANSIELLA SKULDER

Skuld avseende syntetiska optioner	22 509	-	22 509
Leverantörsskulder	-	39 544	39 544
Totalt	22 509	39 544	62 053

För kortfristiga fordringar och skulder, som exempelvis fordringar på annonsnätverk och plattformsägare, kundfordringar och leverantörsskulder, anses det redovisade värdet vara en god uppskattning av det verkliga värdet. Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av nettobeloppen av de redovisade värdena i tabellerna ovan.

Koncernen har kortfristiga placeringar, skuld avseende syntetiska optioner och villkorad tilläggsköpskilling som värderas till verkligt värde via resultaträkningen. Verkligt värde är det pris som vid värderingstidpunkten skulle erhållas vid försäljning av en tillgång eller betalas vid överlåtelse av en skuld genom en ordnad transaktion mellan marknadsaktörer. Värderingsmetoderna klassificeras i en hierarki bestående av tre nivåer som definieras enligt följande:

- Nivå 1: Noterade priser på aktiva marknader,
- Nivå 2: Andra indata än noterade priser, som är direkt observerbara (priser) eller indirekt observerbara (härledda från priser), och
- Nivå 3: Icke observerbar marknadsdata.

Under perioden har inga överföringar mellan nivåerna förekommit. Koncernen har inga finansiella tillgångar eller skulder som har kvittats i redovisningen eller som omfattas av ett rättsligt bindande avtal om netting.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har 150 Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Det verkliga värdet på innehavet framkommer genom att använda marknadspriser på balansdagen enligt nivå 1. Effekten av värderingen till verkligt värde redovisas i resultaträkningen. Justeringen till verkligt värde av dessa instrument återspeglas direkt i posten kortfristiga placeringar i rapporten över finansiell ställning.

Kortfristiga placeringar	2022 jan - mar	2021 jan - mar	2021 jan - dec
Ingående balans	150 066	-	-
Investering kortfristiga placeringar	-	-	150 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	-462	-	66
Utgående balans	149 604	-	150 066

Villkorad tilläggsköpskilling

Villkorade tilläggsköpskillingar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin. Det verkliga värdet på villkorade köpskillingar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad

diskonteringsränta. Den villkorade tilläggsköpskillingen för Call-Hero har klassificerats som kort- och långfristig skuld.

Villkorad tilläggsköpskilling	2022 jan - mar	2021 jan - mar	2021 jan - dec
Ingående balans	-	-	-
Anskaffningsvärde	16 785	-	-
Utgående balans	16 785	-	-

Skuld avseende syntetiska optioner

I samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019 ingick Truecaller optionsavtal med det förvärvade bolagets tidigare ägare. Värderingen har skett enligt nivå 3 i värderingshierarkin och utfallet för skulden har varit beroende på om intjänande villkor uppfylls samt Truecallers aktiepris som utgjorts av väsentliga icke-observerbara indata.

Skulden har redovisats som en separat post i balansräkningen och värderats till verkligt värde genom resultaträkningen som personalkostnader samt i finansnettot. Skulden reglerades i sin helhet i januari 2022 och inga ytterligare kostnader kommer att tillkomma hänförligt till de syntetiska optionerna.

Skuld avseende syntetiska optioner	2022 jan - mar	2021 jan - mar	2021 jan - dec
Ingående balans	22 509	91 019	91 019
Utbetalt	-23 140	-	-172 016
Värdeförändring redovisad i resultatet	631	7 245	103 506
Utgående balans	-	98 264	22 509

Not 5. Transaktioner med närstående

Under det första kvartalet 2022 har bolagen True Software EC AB, True Software EC II AB, True Software EC III AB och True Software EC IV AB (tillsammans "EC-bolagen") avyttrat hela sitt aktieinnehav bestående av 3 381 387, 1 421 414, 587 518 respektive 1 027 840 aktier i moderbolaget Truecaller AB. EC-bolagen ägs av anställda i Truecallerkoncernen och styrelserna för EC-bolagen består bland annat av ledande befattningshavarna i Truecaller, Odd Bolin och Ola Espelund, varför transaktioner utgör transaktioner med närstående.

Not 6. Förvärv av koncernföretag

Den 22 mars 2022 slutförde Truecaller det tidigare annonserade förvärvet av det israeliska företaget CallHero Ltd. CallHero har utvecklat en unik teknisk lösning som automatiskt besvarar och analyserar inkommande samtal med hjälp av en digital assistent, en Smart Agent. Tekniken är tänkt att stärka Truecallers erbjudande i USA där CallHero primärt har sina kunder idag. Köpeskillingen uppgick till 4,5 MUSD varav 2,6 MUSD betalades kontant genom befintlig kassa och 1,9 MUSD betalades genom nyemitterade aktier i Truecaller. Aktierna är villkorade till att ägarna är fortsatt anställda i koncernen under en viss tidsperiod och denna del kommer därför att redovisas som personalkostnad över berörd tidsperiod. Vidare tillkommer en tilläggsköpeskilling om maximalt 2 MUSD givet att vissa mål uppnås under en period på upp till fyra år från och med förvärvets slutförande. Förvärvet är i första hand ett förvärv av teknik och kompetens och bedöms inte ha någon väsentlig påverkan på resultatet under 2022.

Enligt den preliminära förvärvsanalysen uppstod övervärden på 10 Mkr hänförligt till egenutvecklad programvara samt en skattemässigt ej avdragsgill goodwill om 34,4 Mkr som främst är hänförligt till den kompetens som de anställda inom CallHero bidrar med. Nyttjandeperioden för egenutvecklad programvara bedöms vara fem år.

Verkligt värde förvärvade nettotillgångar CallHero (Tkr)

Egenutvecklad programvara	10 000
Materiella anläggningstillgångar	8
Uppskjuten skattefordran	14
Kundfordringar och övriga fordringar	92
Likvida medel	229
Uppskjuten skatteskuld	-2 300
Övriga kortfristiga skulder	-978
Summa förvärvade nettotillgångar	7 065

Köpeskilling CallHero (Tkr)

Köpeskilling, kontant	24 629
Tilläggsköpeskilling, skuld	16 785
Summa köpeskilling, aktier	41 414
Verkligt värde förvärvade nettotillgångar	-7 065
Goodwill	34 349

Koncernen, investeringsverksamheten (Tkr)

Betald köpeskilling	-24 629
Likvida medel i förvärvat bolag	229
Direkta kostnader i samband med förvärv	-2 424
Nettoeffekt på koncernens likvida medel från förvärv	26 824

Not 7. Händelser efter balansdagen

Inget att rapportera.

Försäkran

Verkställande direktören och styrelsen försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderföretagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderföretaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm, 2022-05-06

Bing Gordon
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot, VD

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Nami Zarringhalam
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Nyckeltalsdefinitioner

I enlighet med riktlinjer från ESMA (European Securities and Markets Authority) avseende redovisning av alternativa nyckeltal redovisas här definition och avstämning av alternativa nyckeltal för Truecaller. Riktlinjerna innebär utökade upplysningar avseende de finansiella mått som inte definierats i IFRS. De nyckeltal som framgår nedan är redovisade i delårsrapporten. De används för intern styrning och uppföljning. Eftersom inte alla företag beräknar finansiella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Nedanstående mått är sådan som Truecaller använder för att tydliggöra hur verksamheten utvecklas och därmed förenkla för dem som följer bolagets finansiella rapportering.

Nyckeltal	Definition	Syfte
Bruttoresultat ¹⁾	Nettoomsättning minus förmedlingskostnader.	Bruttovinst används för att analysera lönsamheten minus direkta kostnader (kostnader direkt relaterade till förmedling av annonsutrymmen samt kostnader för att ansluta nya premium-användare).
Bruttomarginal ¹⁾	Bruttoresultat i procent av nettoomsättningen.	Bruttovinstmarginal är ett mått på lönsamheten minus direkta kostnader.
Justerad EBITDA	Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och nedskrivningar (EBITDA) och justerat för jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster består av kostnader hänförliga till börsnoteringen samt syntetiska optioner från förvärvet av Backwater Technologies.	Justerat EBITDA är ett mått som Truecaller använder för att visa hur den löpande verksamheten utvecklas över tid.
Justerad EBITDA-marginal	Justerad EBITDA i procent av nettoomsättning.	Justerad EBITDA-marginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad exklusive jämförelsestörande poster och före avskrivningar.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseresultat före räntor och skatter.	Rörelseresultatet (EBIT) används för att analysera lönsamheten genererad av den operativa verksamheten.
Rörelsemarginal	Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.	Rörelsemarginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad.
Justerat rörelseresultat (EBIT)	Rörelseresultat före räntor och skatter (EBIT) och justerat för jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster består av kostnader hänförliga till börsnoteringen samt syntetiska optioner från förvärvet av Backwater Technologies.	Justerat rörelseresultat (EBIT) används för att analysera lönsamheten genererad av den operativa verksamheten justerat för jämförelsestörande poster.
Justerad rörelsemarginal	Justerat rörelseresultat i procent av nettoomsättning.	Justerad rörelsemarginal (EBIT) används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad justerat för jämförelsestörande poster.
OPEX (operating expense)	OPEX visar de av rörelsens övriga externa kostnader som inte är direkt hänförliga till intäkternas förvärvande, samt personalkostnader.	Truecaller använder OPEX för att tydliggöra kostnader som krävs för att underhålla bolagets tjänster löpande.
Soliditet	Eget kapital dividerat med totala tillgångar.	Ett mått för att visa finansiell risk, uttryckt som hur stor del av totala tillgångar som finansierats av eget kapital.
Antal aktiva användare per månad (MAU)	Antalet användare som har en profil hos Truecaller och som är aktiva på plattformen på månadsbasis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.
Antal aktiva användare per dag (DAU)	Antalet användare som har en profil hos Truecaller och som är aktiva på	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.

plattformen på daglig basis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.

Kostnad per tusen visningar (CPM)	CPM visar kostnaden för att visa en annons tusen gånger.	Används för att visa effektiviteten i annonsplattformen.
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU)	Den genomsnittliga intäkten för en återkommande betalande användare (Truecaller Premium).	Används för att visa hur intäkterna per användare utvecklas över tid.

¹⁾ I denna rapport har definitionen av Bruttoresultat och Bruttomarginal justerats för att innefatta nettoomsättning istället för rörelsens totala intäkter. Att använda nettoomsättning istället för totala intäkter anses ge en mer rättvisade bild av lönsamhetsmått.

AVSTÄMNING AV VALDA NYCKELTAL SOM INTE ÄR DEFINIERADE ENLIGT IFRS

Koncernen, Tkr

	2022 jan-mar	2021 jan-mar	2021 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal *			
Nettoomsättning	398 300	184 041	1 128 888
Minus förmedlingskostnader	-87 050	-52 307	-272 807
Bruttoresultat	311 250	131 734	856 081
Dividerat med Nettoomsättning	398 300	184 041	1 128 888
Bruttomarginal	78,1%	71,6%	75,8%

* Till följd av de justerade nyckeltalsdefinitionerna har jämförelsesiffrorna för Q1 2021 räknats om. Innan justeringen var bruttoresultatet 132 091 Tkr och bruttomarginalen 71,6 procent.

Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal

Resultat före skatt	170 067	42 796	299 708
Exklusive Finansnetto	5 380	-2 771	28 511
Exklusive Av- och nedskrivningar	5 927	4 089	16 844
EBITDA	181 374	44 113	345 063
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	10 117	127 443
Justerad EBITDA	181 374	54 230	472 506
Dividerat med Nettoomsättning	398 300	184 041	1 128 888
Justerad EBITDA-marginal	45,5%	29,5%	41,9%

Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal

Resultat före skatt	170 067	42 796	299 708
Exklusive Finansnetto	5 380	-2 771	28 511
Rörelseresultat (EBIT)	175 447	40 024	328 219
Dividerat med Nettoomsättning	398 300	184 041	1 128 888
Rörelsemarginal	44,0%	21,7%	29,1%

Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerat rörelsemarginal

Rörelseresultat (EBIT)	175 447	40 024	328 219
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	10 117	127 443
Justerat rörelseresultat (EBIT)	175 447	50 141	455 662
Dividerat med Summa nettoomsättning	398 300	184 041	1 128 888

Justerad rörelsemarginal	44,0%	27,2%	40,4%
Soliditet			
Summa Eget kapital	1 565 957	194 552	1 411 410
Dividerat med Summa tillgångar	1 857 277	505 393	1 692 896
Soliditet	84,3%	38,5%	83,4%

Justering av definitioner för nyckeltal

I denna rapport har mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt gjorts för nyckeltalen, antal aktiva användare per månad (MAU), antalet aktiva användare per dag (DAU), kostnad per tusen visningar (CPM) och genomsnittlig intäkt per betalande användare (ARPU). Justeringarna har gjorts för att ytterligare förbättra och förfina möjligheten att analysera Truecallers verksamhet. De historiska jämförelsetalen har räknats om.

MAU avser antalet användare som använder appen och är aktiva på månadsbasis och DAU avser antalet användare som använder appen och är aktiva på plattformen på dagsbasis. MAU och DAU beräknas nu som periodens genomsnitt där alla periodens dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad).

	2022 jan-mar	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2020 okt-dec	2020 jul-sep	2020 apr-jun	2020 jan-mar	2021 jan-dec
MAU (ny definition)	310,1	299,9	291,1	279,6	271,4	260,6	242,8	227,2	222,9	285,6
MAU (tidigare definition)		301,2	292,1	278,1	270,3	259,3	242,9	226,0	222,1	285,4
DAU (ny definition)	247,7	237,5	227,2	218,2	210,9	200,8	188,3	176,9	172,6	223,5
DAU (tidigare definition)		238,8	228,6	219,1	211,8	201,4	190,4	177,8	173,9	224,6

CPM avser kostnaden för att visa en annons tusen gånger. För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) utesluts, vilka i den tidigare definitionen ingick vid beräkningen av CPM.

	2022 jan-mar	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2020 okt-dec	2020 jul-sep	2020 apr-jun	2020 jan-mar	2021 jan-dec
CPM (ny definition)	1,24	1,34	1,18	1,05	0,89	1,24	1,28	0,94	1,50	1,14
CPM (tidigare definition)		1,34	1,13	0,99	0,87	1,24	1,28	0,89	1,48	1,11

ARPU beräknas nu som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant (engångsköp har utesluts).

	2022 jan-mar	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2021 jan-dec
ARPU (ny definition)	8,05	8,20	8,29	7,56	7,39	7,85
ARPU (tidigare definition)		8,43	8,82	8,11	7,84	8,29