



DELÅRSRAPPORT

januari-juni 2024

truecaller

Delårsrapporten avser koncernen i vilken Truecaller AB (publ) (559278-2774) är moderbolag, och som i rapporten benämns Truecaller.

Delårsrapport april-juni 2024

April-juni 2024 (Q2)

Jämförelsesiffror avser april-juni 2023

- **Nettoomsättningen** minskade med 12 procent och uppgick till 455,9 (518,4) Mkr.
- **EBITDA** uppgick till 164,7 (238,5) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 36,1 (46,0) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA uppgått till 176,9 (249,7) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 38,8 (48,2) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 123,0 (205,9) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,35 (0,57) kr före utspädning och 0,35 (0,57) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 41,8 miljoner till 397,4 (355,6) miljoner.
- **Omsättningen** minskade med 19 procent i Indien, ökade med 11 procent i Mellanöstern och Afrika och med 22 procent i resten av världen.

Januari-juni 2024 (Q2)

Jämförelsesiffror avser januari-juni 2023

- **Nettoomsättningen** minskade med 2 procent och uppgick till 883,1 (905,5) Mkr.
- **EBITDA** uppgick till 315,7 (388,6) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 35,7 (42,9) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA uppgått till 339,2 (410,8) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 38,4 (45,4) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 256,1 (315,1) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,74 (0,86) kr före utspädning och 0,74 (0,86) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 40,4 miljoner till 390,4 (350,0) miljoner.
- **Omsättningen** minskade med 8 procent i Indien, ökade med 10 procent i Mellanöstern och Afrika och med 23 procent i resten av världen.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)					
Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
Bruttoresultat	343,7	395,3	666,5	686,3	1 307,7
Bruttomarginal (%)	75,4%	76,3%	75,5%	75,8%	75,6%
EBITDA	164,7	238,5	315,7	388,6	702,9
EBITDA-marginal (%)	36,1%	46,0%	35,7%	42,9%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT)	151,5	227,8	289,6	367,6	657,7
Rörelsemarginal (%)	33,2%	43,9%	32,8%	40,6%	38,0%
Resultat efter finansiella poster	164,6	260,0	338,1	407,1	712,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Eget kapital	1 302,1	1 827,1	1 302,1	1 827,1	1 743,7
Balansomslutning	1 699,2	2 221,8	1 699,2	2 221,8	2 160,3
Soliditet (%)	76,6%	82,2%	76,6%	82,2%	80,7%
Antal anställda vid periodens slut	415	400	415	400	419

Väsentliga händelser under kvartalet

- **Högsta användartillväxten sedan 2018 och passerade 400 miljoner användare** Under kvartalet ökade genomsnittligt antalet månatliga aktiva användare (MAU) till 396,8 miljoner vilket var en ökning med 41,2 miljoner användare jämfört med andra kvartalet 2023. Antalet genomsnittligt dagliga aktiva användare (DAU) ökade till 324,6 miljoner, en ökning med 40,9 miljoner jämfört med andra kvartalet 2023. Jämfört med det första kvartalet 2024 ökade MAU med cirka 14 miljoner och DAU med cirka 11 miljoner vilket var den högsta absoluta användartillväxten i ett kvartal sedan åtminstone 2018
- **Stark tillväxt i utvalda tillväxtmarknader** Under kvartalet var den årsuppräknade användartillväxten i Colombia och Nigeria knappt 40 procent. I USA, där strategin är inriktad på att attrahera fler betalande användare, ökade prenumerationsintäkterna med mer än 65 procent jämfört med andra kvartalet 2023.
- **Annonsintäkter påverkades negativt av effekter relaterat till Indian Premier League (IPL) i cricket** Som kommunicerat i samband med delårsrapporten för första kvartalet så minskade annonsintäkterna relaterat till IPL under 2024 jämfört med 2023, främst till följd av ändrade skatteregler för "skilled gaming bolag" i Indien. De totala annonsintäkterna relaterat till IPL uppskattas under 2024 till 60 miljoner kronor, jämnt fördelat mellan första och andra kvartalet, att jämföra med 120 miljoner kronor under 2023 varav 115 miljoner kronor under andra kvartalet 2023. Exklusive annonsintäkter relaterat till IPL minskade annonsintäkterna marginellt jämfört med andra kvartalet 2023.
- **Ökad intäktstillväxt för Truecallers företagserbjudande** Totalt ökade intäkterna för Truecaller for Business med 38 procent jämfört med andra kvartalet 2023 och med cirka 16 procent jämfört med föregående kvartal. Tillväxten drevs såväl av verified business calls och business messaging där volymerna ökade jämfört med föregående år. För verified business calls drevs intäkterna av ett fortsatt starkt inflöde av nya kunder, samt utveckling av befintliga kundrelationer och de nya prisnivåer som infördes under andra halvan av kvartalet. Effekterna från de nya prisnivåerna kommer succesivt att öka intäkterna per kund under en 12-månadersperiod.
- **Ökad tillväxt för prenumerationsintäkterna.** Antalet betalande användare ökade med 18 procent jämfört med andra kvartalet 2023 vilket är en högre tillväxttakt än för totala antalet användare. Prenumerationsintäkterna ökade med 29 procent jämfört med andra kvartalet 2023 och med 10 procent jämfört med första kvartalet 2024. Intäkten per betalande användare nådde en ny rekordnivå och en särskilt stark utveckling noterades på iOS och i marknader som USA, Latinamerika, och Indien. På iOS är konverteringen till betalande användare mer än fem gånger så hög som för Android och mer än 40% av de totala prenumerationsintäkterna kommer från iOS-användare vilka är cirka 7 procent av den totala användarbasen. Under kvartalet förenklades prisplanerna för det betalda erbjudandet och nya funktioner som AI Call Scanner och en bedrägeriförsäkring lanserades.
- **Apple kommer tillåta tredjepartsutvecklare att stödja Live Caller ID** Tidigare kunde samtalsidentifiering på iPhones endast tillhandahållas med hjälp av offlinedatabaser, vilket resulterade i att färre samtal identifierades på iOS. Med Live Lookup kommer Truecaller nu att kunna leverera en mycket mer tillförlitlig upplevelse på iOS, vilket innebär att fler samtal kommer att identifieras, vilket gör denna funktion jämförbar med Android. Detta kommer att möjliggöra för Truecaller att växa på en stor marknad med en annan geografisk spridning och en betydligt högre konvertering till premiumerbjudandet. Den exakta tidsplanen är inte känd, men uppskattningen är att Truecaller kommer att kunna leverera denna tjänst i slutet av året eller början av nästa år.

Övriga väsentliga händelser

- **Under andra kvartalet hölls bolagsstämma i Truecaller, Truecallers första utdelning efter noteringen utbetalades, 28,6 miljoner återköpta aktier makulerades och Truecaller påbörjade ett nytt återköpsprogram. Läs mer om detta på sidan 16.**



ANDRA KVARTALET 2024

Accelerad tillväxt av användare och återkommande intäkter

Under det andra kvartalet var tillväxten av användare den högsta sedan 2018. Vi växte med 14 miljoner månatliga aktiva användare och passerade 400 miljoner användare globalt. Konverteringen till betalande användare fortsatte att öka.

Strategin att diversifiera våra intäkter var fortsatt lyckosam och tillväxten av intäkter under kvartalet från såväl betalande prenumeranter som från vårt företagserbjudande var under kvartalet på en rekordnivå. Tillväxten för våra återkommande intäkter var 33 procent jämfört med andra kvartalet 2023 och 13 procent jämfört med föregående kvartal.

Under kvartalet informerade Apple att de kommer att öppna upp sitt ekosystem så att tredjepartsutvecklare vilket innebär att Truecallers realtidsidentifiering av samtal kommer bli lika bra på iPhone som på Androidtelefoner. Det skapar en fantastisk möjlighet för oss att växa på en stor marknad som vi inte haft möjlighet att nå på samma sätt tidigare och kan bli den största produktförbättringen för Truecaller på iPhone sedan Truecaller startades 2009.

Nettoomsättningen minskade med 12 procent jämfört med andra kvartalet 2023 och uppgick till 456 miljoner SEK (518). Det är dock den tredje högsta nettoomsättningen vi haft under ett kvartal någonsin men den här gången hade vi ett tufft jämförelsekvartal. Våra återkommande intäkter, prenumerations- och företagsintäkter, ökade med totalt 33 procent och jämfört med första kvartalet var ökningen 13 procent. Våra annonsintäkter minskade med 22 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Exklusive effekter relaterade till Indian Premier League i cricket (IPL) så bedömer vi att annonsintäkterna hade minskat endast marginellt, med cirka tre procent och att de totala intäkterna hade ökat med cirka fem procent.

EBITDA uppgick till 165 miljoner SEK (239) och EBITDA-marginalen uppgick till 36,1 procent (46,0). Minskningen av EBITDA jämfört med föregående år är en effekt av påverkan från IPL samt ökade tillväxtinvesteringar i utvalda regioner.

Under kvartalet tog Apple ett stort steg genom att annonsera att de framöver kommer att öppna upp sitt ekosystem för att möjliggöra för tredjepartsleverantörer att kunna erbjuda samtalsidentifiering på iPhone på ett betydligt bättre sätt än tidigare. Det är något vi framfört diskuterat med Apple under många år och nu blir det av. För Truecaller innebär det att samtalsidentifieringen kommer kunna bli lika bra på iPhone som på Android. Vi uppskattar att vi kommer att kunna erbjuda detta i slutet av 2024 eller inledningen av 2025. Idag utgör iPhoneanvändare knappt 7 procent av den totala användarbasen men de genererar cirka 40 procent av våra prenumerationsintäkter. Konverteringen till premiumanvändare är mer än 5 gånger så hög på iOS som på Android och intäkten för en betalande iOS användare är idag drygt 80 procent högre jämfört med en användare på Android.

Vi fortsätter att öka antalet användare i samtliga rapporterade regioner och de riktade tillväxtsatsningar vi började med mot slutet av 2023 har fortsatt gett god effekt. Den årsuppräknade användartillväxten i Colombia och Nigeria är cirka 40 procent och i USA har intäkterna från betalande användare växt med mer än 65 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Då vi fortsatt ser god utväxling av investeringarna så avser vi fortsätta att investera i tillväxt under året i ungefär motsvarande omfattning.

Vi tar positiva steg kring att erbjuda mer engagerande annonsformat, som videoannonser, vilket kommer att bredda vår annonsaffär. Antalet dagliga engagerade användare ökar och våra tester under kvartalet med videoannonser har visat positiva resultat. Breddningen till nya format möjliggör för oss att nå andra typer av annonsörer och ger en betydligt högre intäkt per annonsvisning.

Intäkterna från betalande prenumeranter ökade med 29 procent till 64,4 (50,1) miljoner SEK och antalet betalande användare ökade med 18 procent jämfört med andra kvartalet 2023. Intäkstillväxten tilltog under andra kvartalet och ökningen jämfört med det föregående kvartalet var 10 procent. Utvecklingen på iOS är fortsatt stark. Fokus på att stärka användares skydd mot bedrägerier fortsatte under kvartalet och mot slutet av kvartalet introducerade vi även ett försäkringsskydd för premiumanvändare i Indien. Det innebär att vi nu skyddar användare innan ett samtal kommer in, under samtalet, och om en bedragare trots allt skulle lyckas så finns nu även ett försäkringsskydd för den drabbade. Vi ser en stor potential i erbjudandet där användare genom vårt familjeabonnemang även kan skydda sin familj. En betalande användare av Truecaller genererar idag mer än 30 gånger så höga intäkter som en användare som använder gratisversionen och vi ser goda möjligheter att fortsätta addera mer stabila premiumintäkter framöver.

Truecaller for Business (TfB) fortsätter att växa snabbt. Intäkterna för TfB ökade med 38 procent till 57,7 (41,8) miljoner SEK och precis som för prenumerationer så tilltog tillväxten under andra kvartalet och var 17 procent jämfört med föregående kvartal. Tillväxten drivs av såväl verifierade affärssamtal som business messaging-tjänsten. Med mer avancerade tjänster och ett mer omfattande erbjudande så reviderade vi priserna under slutet av det andra kvartalet och vi förväntar oss att se en positiv effekt på snittintäkt per kund under det kommande året.

Vår finansiella styrka är intakt med cirka 1,1 miljarder i kassan och i räntebärande tillgångar.

Under kvartalet genomförde vi vår första utdelning om cirka 600 miljoner kronor till våra aktieägare. Vi makulerade också 7,5% av utestående aktier från aktieåterköp, inledde vårt nya återköpsprogram, och fortsatte att göra betydande investeringar i tillväxtmarknader.

” Under kvartalet tog Apple ett stort steg, vilket kan komma att bli den största förbättringen av Truecaller på iPhone sedan Truecaller grundades 2009 ”

Vi exekverar enligt plan i hög takt och vår strategi att växa våra återkommande intäkter och öka vår geografiska spridning fortsätter att ge goda resultat. Jag är kort sagt stolt och nöjd med utvecklingen under kvartalet. Med den snabba tekniska utvecklingen som gör människor mer sårbara för bedrägerier på telefon så fortsätter behovet av Truecaller att öka globalt, och vi växer snabbare än någonsin.

Alan Mamedi, VD och medgrundare, Truecaller

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)					
Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
Bruttoresultat	343,7	395,3	666,5	686,3	1 307,7
Bruttomarginal (%)	75,4%	76,3%	75,5%	75,8%	75,6%
EBITDA	164,7	238,5	315,7	388,6	702,9
EBITDA-marginal (%)	36,1%	46,0%	35,7%	42,9%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT)	151,5	227,8	289,6	367,6	657,7
Rörelsemarginal (%)	33,2%	43,9%	32,8%	40,6%	38,0%
Resultat efter finansiella poster	164,6	260,0	338,1	407,1	712,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Eget kapital	1 302,1	1 827,1	1 302,1	1 827,1	1 743,7
Balansomslutning	1 699,2	2 221,8	1 699,2	2 221,8	2 160,3
Soliditet (%)	76,6%	82,2%	76,6%	82,2%	80,7%
Antal anställda vid periodens slut	415	400	415	400	419

OPERATIVA NYCKELTAL

	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
April-juni 2024				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	397,4	282,1	80,9	34,4
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	324,9	241,8	61,0	22,1
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	0,69	0,58	1,40	2,60
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	9,38	6,02	8,99	15,94
	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
April-juni 2023				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	355,6	255,4	72,5	27,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	289,3	216,3	54,8	18,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK per månad)	1,28	1,21	1,38	3,02
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,60	5,18	10,74	13,82
	MEA Övriga världen			
	Totalt	Indien	MEA	Övriga världen
Januari-juni 2024				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	390,4	277,4	79,5	33,5
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	278,0	208,8	52,3	16,9

Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK per månad)
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

0,70	0,60	1,32	2,60
9,21	5,88	9,05	15,53

Januari-juni 2023

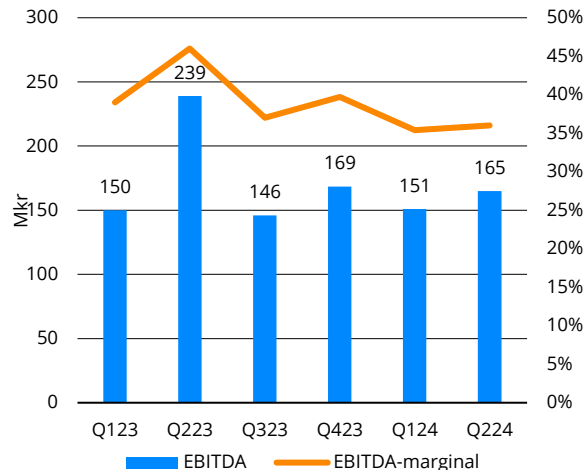
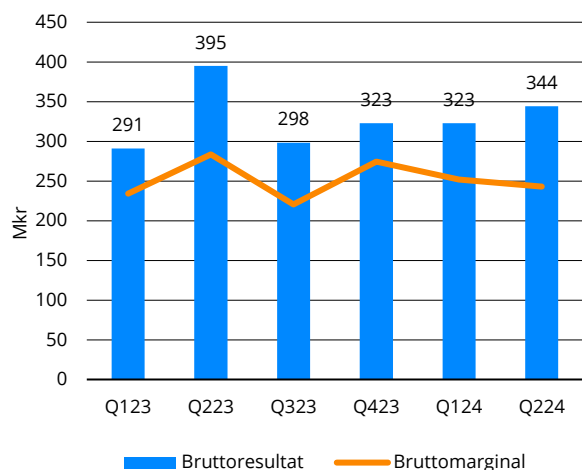
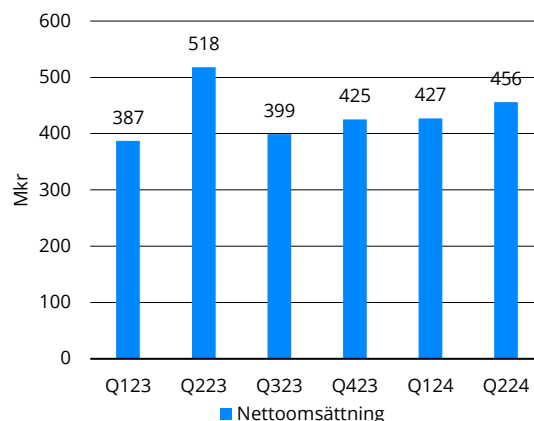
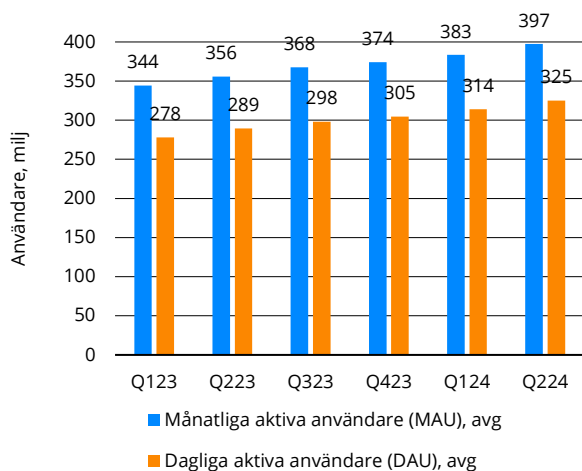
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK per månad)
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

Totalt	Indien	MEA	Övriga världen
350,0	252,3	71,2	26,5
283,7	212,6	53,6	17,5
1,11	1,03	1,37	3,07
8,47	4,98	10,84	13,59

Januari-december 2023

Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

Totalt	Indien	MEA	Övriga världen
360,6	259,0	73,3	28,9
292,6	218,6	55,2	18,7
1,0	0,89	1,38	3,35
8,63	5,28	10,27	14,02



Finansiell utveckling

Andra kvartalet 2024 (april-juni)

Intäkter

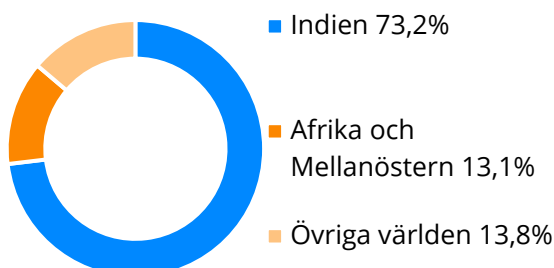
De totala intäkterna under det andra kvartalet minskade med 12 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 457,9 (519,1) Mkr.

Övriga intäkter uppgick till 2,0 (0,7) Mkr.

Nettoomsättningen uppgick till 455,9 (518,4) Mkr, en minskning med 12 procent jämfört med andra kvartalet 2023. Exklusive de minskade annonsintäkterna relaterat till Indian Premier League i cricket (IPL) som beskrivs nedan så uppskattas intäkterna ha ökat med cirka 4 procent. Valutaeffekter hade en negativ effekt på intäkterna under kvartalet, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen minskade med 19 procent i Indien till 333,6 (412,9) Mkr men ökade med 11 procent i Mellanöstern & Afrika till 59,5 (53,7) Mkr och med 22 procent i övriga världen till 62,8 (51,9) Mkr. Svagare valutakurser i några av Truecallers största marknader i Mellanöstern & Afrika hade en negativ påverkan på intäkterna i regionen.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna minskade med 22 procent till 332,3 (425,2) Mkr. Intäkterna från den indiska cricketsäsongen (IPL) minskade kraftigt jämfört med jämförelsekvartalet. Under 2024 uppgick IPL-relaterade intäkter till cirka 60 Mkr varav 30 Mkr under andra kvartalet. Under 2023 uppgick motsvarande intäkter till 120 Mkr varav cirka 115 mkr under det andra kvartalet. Intäkterna från IPL minskade främst på grund av förändrade skatteregler för så kallad "skilled gaming bolag" i Indien, som till exempel så kallade "fantasy cricket" spel. Exklusive intäkter relaterat till IPL minskade annonsintäkterna något jämfört med andra kvartalet 2023.

Utöver påverkan från IPL har en lägre efterfrågan i spåren av en svagare global makroekonomisk utveckling samt ett större utbud av annonser på den indiska marknaden bidragit till att de genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade med cirka 46 procent. Truecaller fortsätter att maximera intäkter per användare istället för CPM eller fyllnadsgrad.

Antalet annonsvisningar som Truecaller tar betalt för ökade med 43 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Truecaller fortsätter att förbättra förmågan att visa annonser effektivare för användare genom att öka kvaliteten på annonsförfrågningar samt renderingsförmågan (render rate). Bidragande till det ökade antalet annonsvisningar har också varit ett ökat antal interaktioner med appen av Truecallers användare.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 29 procent till 64,3 (50,1) Mkr. Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att utvecklas positivt. Lanseringen av mer avancerade funktioner hade en positiv påverkan på såväl intäkterna per användare som tillväxten av betalande användare. Tillväxten har varit särskilt stark hos användare på iOS. Intäkstillväxten jämfört med föregående kvartal var cirka 10 procent.

Intäkterna för Truecaller for Business ökade med 38 procent till 57,7 (41,8) Mkr och jämfört med föregående kvartal var intäkstillväxten 16 procent. Antalet anslutna kunder fortsätter att visa god tillväxt såväl i Indien som i andra marknader och totalt har Truecaller for Business nu aktiva kunder i x länder. Genom ett samarbete med CPaaS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden har succesivt ökat och bidrar också positivt till intäkstillväxten. Intäkstillväxten jämfört med föregående kvartal var cirka 16 procent.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 1,6 (1,4) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet minskade med 13 procent till 343,7 (395,3) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen minskade något och uppgick till 75,4 (76,3) procent. Bruttomarginalen bestäms huvudsakligen av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, samt kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster.

Rörelseresultat

EBITDA minskade och uppgick till 164,7 (238,5) Mkr och EBITDA-marginalen uppgick till 36,1 (46,0) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till 151,5 (227,8) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 33,2 (43,9) procent.

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 101,3 (92,5) Mkr. Lönekostnaderna ökade främst som en effekt den årliga lönejustering som sker från 1 april samt ökade

kostnader för incitamentsprogram. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 10,2 (10,4) Mkr, med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 2,1 (0,8) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen i slutet av varje redovisningsperiod och kan därför komma att uppgå till väsentligt högre belopp framöver och skapa en volatilitet i det rapporterade resultatet. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,7 (2,2) procentenheter och varit 38,8 (48,2) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 79,7 (65,0) Mkr jämfört med samma period föregående år. Ökningen av kostnader beror huvudsakligen på ökade tillväxtsatsningar i ett antal tillväxtregioner genom till exempel ökade investeringar i användarförvärv genom digital marknadsföring samt ökade kostnader för avtal med telefontillverkare där Truecallerappen är förinstallerad.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 164,6 (260,0) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 123,0 (205,9) Mkr. Finansnettot uppgick till 13,1 (32,2) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 41,6 (54,1) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 25,3 (20,8) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,35 (0,57) SEK och efter utspädning till 0,35 (0,57) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 184,2 (205,5) Mkr varav 10,6 (2,2) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -28,5 (-45,5) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 397,7 (-45,8) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 400,0 (-) Mkr samt en investering av finansiella anläggningstillgångar om - (-32,8) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -660,5 (-149,0) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -62,6 (-140,7) Mkr och utdelning som uppgick till -589,8 (-) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -78,6 (10,7) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 512,6 (714,6) Mkr samt 564,7 (918,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 76,6 (82,2) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade 0,0 (0,0) Mkr utnyttjats. Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2024 till 1 699,2 (2 221,8) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 97,5 (76,0) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 106,9 (98,5) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30 till 60 dagar. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 30 juni 2024 till 7,5 (3,9) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Facebook.

Investeringar

Under det andra kvartalet 2024 aktiverades 1,9 (0,5) Mkr 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 primärt i lokal valuta, vilket skapar en indirekt valutaexponering för Truecaller. Truecaller har dock inte full information om hur valutaexponeringen ser ut, eller hur valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering. En försvagning av SEK gentemot bland annat USD och INR har dock positiva effekter på bolagets omsättning och resultat även om det också ökar bolagets kostnader. Den största exponeringen ur ett valutaperspektiv är gentemot den indiska valutan, INR, samt mot USD. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar hade en negativ påverkan på omsättningen under andra kvartalet 2024 jämfört med motsvarande kvartal 2023. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar även hade en negativ effekt på EBITDA-marginalen i kvartalet.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 2,6(2,6) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 405,8 (401,6) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 404,6 (401,2) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2024 till 20,6 (41,2) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 260,3 (400,0) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget.

Januari – juni 2024

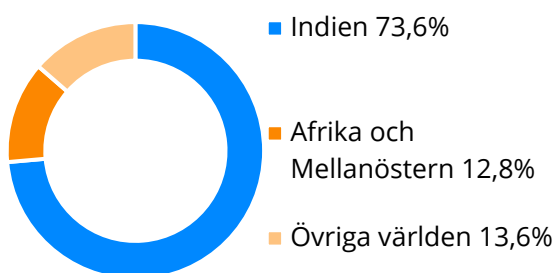
Intäkter

De totala intäkterna för perioden januari till juni minskade med 2 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 889,0 (907,2) Mkr. Utöver nettoomsättningen uppgick övriga intäkter till 5,8 (1,7) Mkr.

Nettoomsättningen för perioden minskade med 2 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 883,1 (905,5) Mkr. Valutaeffekter hade en negativ effekt på intäkterna under kvartalet, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen minskade med 8 procent i Indien till 650,3 (705,1) Mkr, ökade med 10 procent i Mellanöstern & Afrika till 113,1 (102,8) Mkr och med 23 procent i övriga världen till 119,7 (97,6) Mkr. Svagare valutakurser i några av Truecallers största marknader i Mellanöstern & Afrika hade en negativ påverkan på intäkterna i regionen.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna minskade med 11 procent till 650,0 (729,1) Mkr. Minskningen av intäkter beror främst på lägre annonsintäkter i samband med den indiska cricketsäsongen (IPL), se sidan 9 för mer information. Exklusive detta minskade annonsintäkterna marginellt.

En lägre efterfrågan i spåren av en svagare global makroekonomisk utveckling samt ett större utbud av annonser på den indiska marknaden resulterade i att de genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade med cirka 37 procent. Truecaller fortsätter att maximera intäkter per användare istället för CPM eller fyllnadsgrad.

Antalet annonsvisningar som Truecaller tar betalt för ökade med 37 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Truecaller fortsätter att förbättra förmågan att visa annonser effektivare för användare genom att öka kvaliteten på annonsförfrågningar samt renderingsförmågan (render rate). Bidragande till det ökade antalet annonsvisningar har också varit ett ökat antal interaktioner med appen av Truecallers användare.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 27 procent till 122,7 (96,6) Mkr. Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att utvecklas positivt.

Lanseringen av mer avancerade funktioner hade en positiv påverkan på såväl intäkterna per användare som tillväxten av betalande användare. Tillväxten har varit särskilt stark hos användare på iOS.

Intäkterna för Truecaller for Business ökade med 41 procent till 107,2 (76,1) Mkr. Antalet anslutna kunder fortsätter att visa god tillväxt såväl i Indien som i andra marknader och totalt har Truecaller for Business nu aktiva kunder i x länder. Genom ett samarbete med CPaaS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden har succesivt ökat och bidrar också positivt till intäkstillväxten.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 3,2 (3,7) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet minskade med 3 procent till 666,5 (686,3) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen minskade marginellt och uppgick till 75,5 (75,8) procent. Bruttomarginalen bestäms huvudsakligen av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, samt kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster.

Rörelseresultat

EBITDA minskade och uppgick till 315,7 (388,6) Mkr och EBITDA-marginalen uppgick till 35,7 (42,9) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till 289,6 (367,6) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 32,8 (40,6) procent.

Personalkostnaderna under perioden ökade till 196,2 (177,3) Mkr. Lönekostnaderna ökade främst som en effekt av den årliga lönejustering som sker från 1 april samt något fler anställda. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 20,7 (21,0) Mkr, med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 2,8 (1,2) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen i slutet av varje redovisningsperiod och kan därför komma att uppgå till väsentligt högre belopp framöver och skapa en volatilitet i det rapporterade resultatet. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,7 (2,5) procentenheter och varit 38,4 (45,4) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 160,4 (122,1) Mkr jämfört med samma period föregående år. Ökningen av kostnader beror huvudsakligen på ökade tillväxstsatsningar i ett antal tillväxtregioner. Kostnaderna har främst ökat på grund av ökade investeringar i användarförvärv genom digital marknadsföring samt ökade kostnader för avtal med telefontillverkare där Truecallerappen är förinstallerad.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 338,1 (407,1) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 256,1 (315,1) Mkr. Finansnettot uppgick till 48,6 (39,4) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 82,1 (92,0) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 24,3 (22,6) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,74 (0,86) SEK och efter utspädning till 0,74 (0,86) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 240,0 (285,6) Mkr varav -51,0 (-29,1) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -86,3 (-92,1) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick 394,2 (-564,9) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 400,0 (-) Mkr, investering i finansiella anläggningstillgångar på -(-32,8) Mkr samt investering i kortfristiga räntefonder om -(-500,0) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -761,5 (-338,1) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -137,3 (-322,9) Mkr, återköp av teckningsoptioner om -18,2 (-) Mkr samt utbetald utdelning om -589,8 (-) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -127,2 (-617,4) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 512,6 (714,6) Mkr samt 564,7 (918,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 76,6 (82,2) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade 0,0 (0,0) Mkr utnyttjats. Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2024 till 1 699,2 (2 221,8) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 97,5 (76,0) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 106,9 (98,5) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30 till 60

dagar. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 30 juni 2024 till 7,5 (3,9) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Facebook.

Investeringar

Under det första kvartalet 2024 aktiverades 4,7 (1,6) Mkr 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 primärt i lokal valuta, vilket skapar en indirekt valutaexponering för Truecaller. Truecaller har dock inte full information om hur valutaexponeringen ser ut, eller hur valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering. En försvagning av SEK gentemot bland annat USD och INR har dock positiva effekter på bolagets omsättning och resultat även om det också ökar bolagets kostnader. Den största exponeringen ur ett valutaperspektiv är gentemot den indiska valutan, INR, samt mot USD. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar hade en negativ påverkan på omsättningen under januari-juni 2024 jämfört med motsvarande period 2023. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar även hade en negativ effekt på EBITDA-marginalen under perioden.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 4,5 (4,2) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 401,7 (403,0) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 401,3 (402,4) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2024 till 20,6 (41,2) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 260,3 (400,0) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget.

Produktuppdatering

Intelligentare spam- och bedrägeriskydd

Truecaller fortsätter att förbättra sitt kärnerbjudande för en smartare, tryggare och effektivare kommunikationsupplevelse. Löpande investeringar i artificiell intelligens och maskininlärning stärker Truecallers funktioner för spamblockering och identifiering av samtal och meddelanden ytterligare, vilket möjliggör en ännu mer effektiv hantering av oönskade samtal och meddelanden. Förbättringar inom automatiserad analys av samtalsmönster har inneburit att antalet spammare som identifieras av Truecaller på olika marknader har ökat betydligt. I Indien är ökningen över 100% jämfört med samma period föregående år.

Arbetet med att bekämpa det allt större bedrägerihotet har också gått framåt under kvartalet. Med användarnas hjälp kan Truecaller ständigt finslipa sina algoritmer för identifiering av misstänkta samtal med allt större exakthet. Under andra kvartalet genomgick modellen stora förbättringar, och antalet identifierade bedrägerisamtal ökade med över 100 gånger jämfört med andra kvartalet 2023. Tjänsten lanserades först för användare i Indien för att skapa en stabil grund för expansion till ännu fler marknader. Samtidigt anpassar Truecaller ständigt sina funktioner baserat på de vanligaste bedrägeriscenarierna via sms. Det här arbetet gynnar såväl nyförvärv som retention. Under andra kvartalet upplevde Truecaller en ökad användarretention på de marknader där förbättringar av själva kärnprodukten genomfördes.

Truecaller fortsätter att investera i en förbättrad användarupplevelse, och under andra kvartalet ökade antalet interaktioner i appen med 25% jämfört med samma period 2023. Tidigare satsningar som gör det enklare för användarna att lämna feedback gällande okända nummer genom kommentarer, röstning, enkätsvar, namnförslag m.m. fortsätter att utvecklas positivt. Under andra kvartalet ökade antalet användare som bidrog med insikter med över 150% jämfört med samma period föregående år. Just detta är Truecallers största styrka: en global community av hundratals miljoner användare som ständigt hjälper till att förbättra tjänsten. När användarna bidrar blir Truecallers algoritmer smartare, och allt fler engagerade användare innebär att datakvaliteten ständigt förbättras.

Truecaller strävar efter att utöka ekosystemet och tjänsten bortom mobilappen för att säkerställa relevant närvaro i flera olika kanaler. I slutet av kvartalet lanserade Truecaller en betaversion av en app för Android-smartklockor som använder Wear OS. Appen gör det möjligt att intuitivt identifiera och hantera samtal direkt från handleden, och en bredare lansering planeras under de kommande veckorna. I takt med att användarbasen för smartklockor

ökar förväntas klockappen förbättra retentionen och användbarheten. Dessutom har TrueTalks, en online-community som lanserades under första kvartalet, skapat stort engagemang, med över sex miljoner unika besökare enbart i juni. Det är en ökning med över 80% jämfört med maj, när TrueTalks lanserades. Truecaller for Web, som också lanserades i slutet av första kvartalet, fortsätter att utvecklas för bättre skalbarhet.



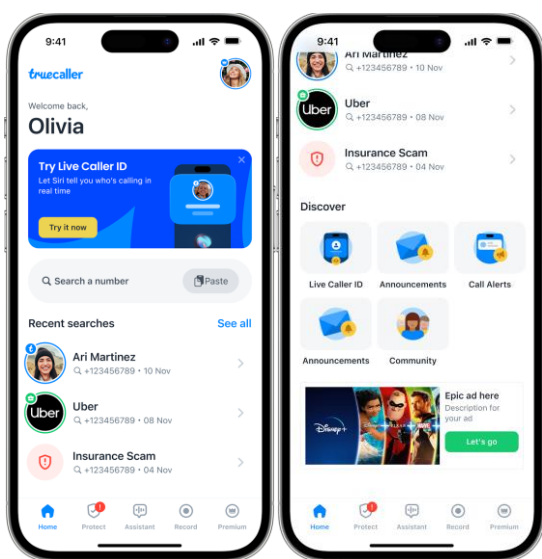
Fortsatt förbättrad upplevelse och intäktsgenerering för iPhone

I slutet av kvartalet meddelade Apple att livesökningsfunktioner kommer att införas med iOS 18. Detta innebär att Truecaller inom kort kan erbjuda iOS-användarna samtalsidentifiering på samma nivå som för Android, vilket har efterfrågats i flera år. Dessutom väntar förbättringar inom samtalsblockering som bland annat innebär att användarna kommer att kunna se blockerade samtal i sin samtalshistorik. Kombinationen av livesökning och förbättrad samtalsblockering skapar goda förutsättningar att öka användarbasen och konverteringen till prenumeranter på iOS. Den nya iOS-versionen lanseras i september, och lanseringen av livesökning förväntas följa inom en nära framtid. Sammantaget bör dessa förbättringar ses som mycket positiva för Truecallers förmåga att påskynda tillväxten och intäktsgenereringen av iPhone-användarbasen.

Truecaller fortsätter att skapa ökade intäkter för iPhone-upplevelsen, i såväl gratis- som Premium-versionen. Införandet av mer engagerande annonsinnehåll under de föregående kvartalen visar fortsatt positiv effekt, och annonsintäkterna på plattformen har ökat med över 90% jämfört med andra kvartalet 2023. Implementeringen av videoannonser med högre intäkter per visad annons, i kombination med insatser för att skapa fler interaktioner i iPhone-appen, ökade annonsintäkterna ytterligare. När det gäller prenumerationer har även riktade satsningar och fortsatta tester visat goda resultat, och prenumerationens intäkter ökade med över 60% jämfört med samma period föregående år. Dessa satsningar har

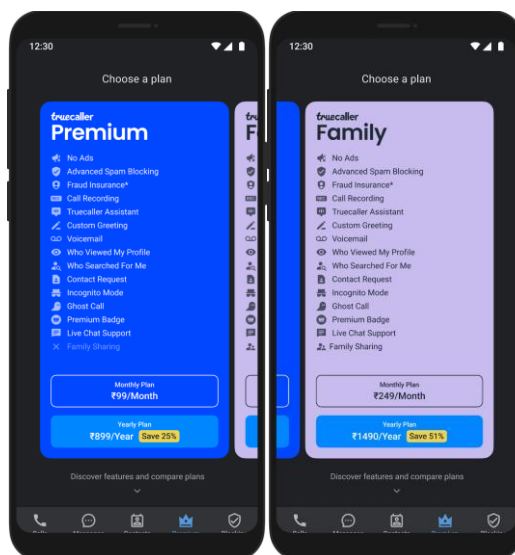
genererat stark tillväxt, i synnerhet på marknader med större benägenhet att prenumerera.

Samtidigt investerar Truecaller i en förbättrad användarupplevelse på iPhone för att skapa stabila förutsättningar för plattformen. Under andra kvartalet fick startskärmen ny design för att möjliggöra smidigare navigering och åtkomst till sökfunktionerna, och ett uppdaterat gränssnitt ger större möjlighet att informera användarna om appens funktioner. En förbättrad upplevelse för nya användare har skapat ökad tillgänglighet, samtidigt som nya funktioner gör det enklare att lämna feedback och bidra till förbättringar.

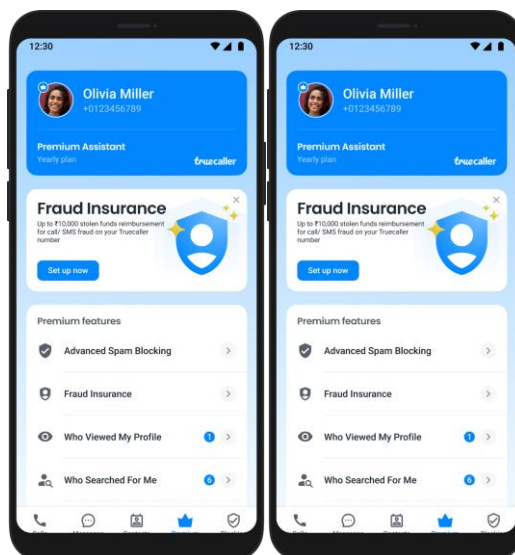


Förbättringar av Premium och uppdaterade paket

Konsumentprenumerationer fortsätter att utvecklas mycket positivt. Intäkterna och antalet prenumeranter ökade med 30% respektive 18% jämfört med samma period föregående år, för både iPhone och Android. Antalet betalande användare fortsätter att öka snabbare än den totala användarbasen, vilket visar på Premium-upplevelsens allt större relevans i takt med att Truecaller utvecklar erbjudandet. Under kvartalet har Truecaller finlipat sin prissättningsstrategi och erbjuder nu endast två abonnemang globalt: Premium och Premium Family. Dessutom optimerade Truecaller prissättningen för dessa abonnemang baserat på varje marknads specifika benägenhet att köpa abonnemang, för att balansera antalet konverteringar mot intäktpotentialen. De nya prisnivåerna implementerades stegvis under kvartalet, och många användare har valt att teckna de nya abonnemangen.



Under kvartalet nådde Truecaller en ny milstolpe för Premium-erbjudandet, som säkerställer att prenumeranterna skyddas genom hela sin mobila kommunikationsupplevelse – före, under och efter ett bedrägeriförsök. I slutet av juni lanserades en bedrägeriförsäkring för betalande användare med årsabonnemang i Indien, som kompenserar förlust till följd av bedrägerisamtal eller -meddelanden. Funktionen lanserades i samarbete med HDFC ERGO*, ett av Indiens ledande försäkringsbolag, och stärker Truecallers löfte om en säkrare mobilkommunikation, genom att kompensera Premium-användare som lurats på pengar vid den här typen av bedrägerier.



Truecaller Assistant fortsätter också att utvecklas positivt, med starka nyckeltal inom nyförvärv och retention, samtidigt som tjänsten expanderar till fler marknader. Under andra kvartalet uppdaterades Assistant med Personal Voice från Microsoft Azure AI Speech, så att användarna kan skapa en digital version av sin egen röst som Assistant använder för att hantera inkommande samtal. Funktionen skapar en mer personlig upplevelse eftersom Assistant låter trygg och bekant vid hanteringen

av samtal. De första analyserna visar på ett positivt mottagande, med en tydlig ökning av Assistant-användningen hos de användare som har konfigurerat en personlig röst.

Fortsatt innovation och expansion av möjligheterna för annonsverksamheten

Under andra kvartalet fortsatte Truecaller att öka intäktsgenereringen för annonser genom förbättringar på efterfråge- och utbudssidan samt optimerad annonsteknik. På efterfrågesidan strävar Truecaller efter att behålla sin position som förstahandspartner för direktannonser, byråer och programmatiska partners genom att öka sin förmåga att tillgodose olika annonseringsmål. Satsningarna omfattar stärkta relationer genom ökad räckvidd, flexibla avtal och förbättrade programmatiska integrationer. Trots dämpad efterfrågan uppnådde Truecaller sitt högsta antal globala programmatiska partners under det här kvartalet, vilket skapar ett stabilt och hållbart flöde för flera miljarder visningsmöjligheter per dag. Truecallers annonsserver stöder nu VAST-integrering av video från andra programmatiska partners, vilket förväntas öka videoandelen i efterfrågeportföljen. Intäktsgenereringen för annonser på iOS visade fortsatt stark tillväxt, till följd av ökad efterfrågan från nya programmatiska partners och format. I samband med att Truecaller skalar upp funktionaliteten för iOS planeras inom kort ett premiumerbjudande för direktförsäljning av iOS-annonsinnehåll.

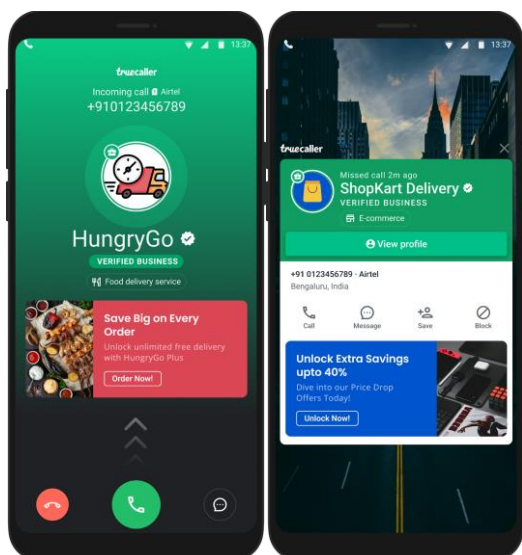
På utbudssidan är de nyckeltal som är avgörande för maximerad avkastning för annonsörer (t.ex. visningsbarhet, klickfrekvens, fyllnadsgrad) fortsatt i fokus. Under kvartalet började Truecaller även att testa annonsformat med större värde, som interstitials, för att uppnå en balans mellan intäktsgenerering och appupplevelse. Egenutvecklade annonsformat utökades till att även omfatta avancerade medieannonser, vilket genererade lovande resultat såväl inom varumärkesbyggande som för finansiella mål, tack vare mer kreativ storytelling och ökad annonsinteraktion. Arbetet pågår med att maximera möjligheterna med videoannonser ytterligare genom att öka antalet interaktioner i appen, stärka den programmatiska efterfrågan på videoannonser samt utforska möjligheter som belönade videoannonser. Dessa annonser aktiveras av användaren och erbjuder värdefulla belöningar i appen i utbyte mot interaktion med annonsinnehållet. Tester har även inletts för att generera intäkter inom samtalsidentifiering genom Truecallers egen annonsserver, vilket skapar flera miljarder visningsmöjligheter per dag. Detta möjliggör ett större annonslager och nya användningsfall för annonsörer, vilket ytterligare stärker erbjudandet inom direktförsäljning. Varumärkesbyggande lösningar för den här annonsplaceringen förväntas generera betydande intäkter under de kommande kvartalen.

Investeringarna i Truecallers annonsserver fortsätter att bidra till starka intäkter och främja nya satsningar. Pågående förbättringar av den egna annonsservern förväntas stärka varumärkessatsningarna via Caller ID och avancerade medieannonser, öka avkastningen för prestationskampanjer och främja innovationer som drar nytta av Truecallers omfattande användarbas och höga användningsfrekvens.

Expansion av företagserbjudandet

Truecaller för företag fortsätter att växa, med ett rekordkvartal i fråga om omsättning och nya varumärken som tillkommit för produktlinjen Verified Business. Under kvartalet introducerades en ny paketering och prissättning för att öka värdet för nya och befintliga kunder. Satsningen har redan fått positiv effekt och resulterat i en rekordhög genomsnittlig intäkt per konto (ARPA). De värdedrivande funktionerna i Verified Business gynnade expansionen och uppgraderingarna när befintliga kunder valde en högre prissättning och dyrare abonnemang. Både direkta och återförsäljarbaserade partnersamarbeten bidrog till den här ökningen, och samarbetet med telekomaktörerna TataTele och Airtel fortsätter att utvecklas positivt.

Truecaller fortsätter att utöka produktlinjen Verified Business, och under andra kvartalet slutfördes utvecklingen av Verified Campaigns. Funktionen kommer först att lanseras för de kunder som deltar i Early Access Program, innan en fullskalig marknads lansering väntar under tredje kvartalet. Verified Campaigns är en ny betaltjänst som hjälper företagen att interagera med sina kunder genom avancerat personanpassat innehåll och Call to Actions, såväl under som efter samtalet. Genom ytterligare information på Verified Business-samtalsskärmen hjälper funktionen företag att driva interaktioner för personliga erbjudanden och kommunikation genom hela kundresan. Truecaller tillhandahåller webhooks som hjälper marknadsförare att enkelt konfigurera kundresan på sin befintliga CX-plattform, för effektiv intäktsgenerering inom all kommunikation. Verified Business är en mycket uppskattad lösning för identitetsverifiering, och Truecaller utökar nu det här erbjudandet för att skapa ytterligare en kanal för interaktioner mellan företagen och deras kunder.



Företagsmeddelanden, som erbjuds i samarbete med Tanla, genererar ett ständigt ökande antal levererade meddelanden. Intäkterna från företagsmeddelanden ökade med 50 % jämfört med samma period föregående år, till följd av högre volymer och ökade priser. Implementeringen av avancerade mediefunktioner utvecklas positivt, och realtidsinsikter om klick på Call to Action hjälper varumärkena att effektivt mäta sina kampanjresultat. Truecaller fortsätter att förbättra meddelandeupplevelsen i konsumentappen och samtidigt öka antalet nya användare, för att på så sätt utöka den potentiella marknaden för företagsmeddelanden.

Truecaller fortsätter även att förbättra funktionerna i Verified Business för att generera ännu större värde och effektivitet för företagen. De API:er för samtalshantering som lanserades under 2023 hjälper företagen att personanpassa samtalsinnehållet baserat på användarens nummer, vilket ökar svarsfrekvensen. Funktionen Call Reason ger användaren information om varför företaget ringer. Under andra kvartalet integrerade Truecaller den här funktionen i lanseringen av API:er för samtalsanpassning i realtid, så att företagen dynamiskt kan visa orsaken till samtalet för olika användningsfall i realtid. Om en användare exempelvis använder ett kreditkort utomlands kan en bankmedarbetare ringa för att verifiera transaktionen och anpassa orsaken till samtalet med de mest relevanta detaljerna.

Övrig information

Bolagsstämma 2024

Truecallers årsstämma genomfördes under maj. Beslut fattades bland om indragning av återköpta aktier, utdelning om 1.60 SEK per aktie, ett förnyat mandat om återköp av aktier upp till 10% av utestående aktier, ett incitamentsprogram för anställda samt omval av styrelsen exklusive Bing Gordon som avböjt omval. All information om stämman finns tillgänglig på Truecallers webbplats <https://corporate.truecaller.com/sv-se/governance/general-meetings>.

Utbetald utdelning

I slutet av maj betalades utdelning till aktieägare om 1.60 SEK per aktie i enlighet med bolagsstämmans beslut. I enlighet med den nya utdelningspolicyn betalades 0.30 SEK per aktie ut som ordinarie utdelning och en extra utdelning om 1.30 SEK per aktie betalades ut för att minska Truecallers kapitalisering. Truecallers styrelse har fattat beslut om en utdelningspolicy vilket framöver innebär att 25% av resultatet efter skatt ska delas ut till aktieägarna.

Indragning av återköpta aktier

I enlighet med beslutet av bolagsstämman makulerades 28 647 115 B-aktier som återköpts inom ramen för bolagets återköpsprogram. Per den 28 juni 2024 uppgår antalet aktier i bolaget till sammanlagt 352 540 414, representerande sammanlagt 773 594 614 röster, fördelat på 46 783 800 A-aktier med tio röster vardera, 300 156 614 B-aktier med en röst vardera samt 5 600 000 C-aktier med en röst vardera.

Nytt återköpsprogram inleddes

Med det förnyade mandatet från bolagsstämman inledde Truecaller under maj ett nytt återköpsprogram. Under kvartalet återköpte Truecaller drygt 1.8 miljoner B-aktier. Efter återköpen och indragningen av aktier så Truecaller 1 082 832 B-aktier och 5,6 miljoner C-aktier som återköpts för utestående incitamentsprogram. Totalt uppgår innehavet av egna aktier till cirka 1,9% av utestående kapital och Truecaller har ett mandat att återköpa upp till 10 procent av utestående kapital. Se not 6 för mer 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 årsredovisningen för 2023.

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.

Finansiell kalender

Delårsrapport januari-september 2024: 7 november 2024
Bokslutskommuniké 2024: 18 februari 2025

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 inte varit föremål för en översiktlig revisorsgranskning.

Denna delårsrapport innehåller insiderinformation som Truecaller AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 19 juli 2024 kl. 07.30 CET.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Nettoomsättning	3	455 948	518 437	883 135	905 501	1 728 895
Övriga intäkter		68	27	1 156	48	2 598
Aktiverat arbete för egen räkning		1 920	632	4 674	1 650	8 930
Förmedlingskostnader		-112 255	-123 126	-216 609	-219 234	-421 203
Övriga externa kostnader		-79 691	-64 958	-160 426	-122 075	-255 209
Personalkostnader		-101 334	-92 480	-196 231	-177 310	-361 127
Av- och nedskrivningar		-13 122	-10 722	-26 140	-20 941	-45 207
Rörelseresultat		151 533	227 811	289 558	367 637	657 677
Finansnetto		13 071	32 228	48 569	39 427	54 616
Resultat efter finansiella poster		164 604	260 039	338 127	407 065	712 293
Skatt		-41 591	-54 093	-82 064	-91 999	-175 960
Periodens resultat ¹⁾		123 014	205 946	256 063	315 066	536 333
Resultat per aktie						
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,35	0,57	0,74	0,86	1,49
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		346 685 832	361 277 649	348 082 538	364 407 592	359 728 698
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		346 685 832	361 404 806	348 082 538	364 662 782	359 728 698

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Periodens resultat		123 014	205 946	256 063	315 066	536 333
Övrigt totalresultat för perioden						
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omräkningsdifferens		-1 887	4 392	8 760	3 439	-10 533
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-	-	3 140
Övrigt totalresultat för perioden		-1 887	4 392	8 760	3 439	-7 393
Totalresultat för perioden ¹⁾		121 127	210 338	264 823	318 505	528 941

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

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 30 jun	2023 30 jun	2023 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		46 737	34 188	45 432
Övriga immateriella tillgångar		24 628	13 627	24 993
Materiella anläggningstillgångar		16 681	18 718	18 352
Nyttjanderättstillgångar		113 221	130 234	118 805
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 698	32 812	32 698
Uppskjuten skattefordran		37 224	38 083	34 878
Andra långfristiga fordringar	4	8 747	12 731	26 584
Summa anläggningstillgångar		279 935	280 393	301 742
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	341 972	308 229	285 995
Kortfristiga placeringar	4	564 709	918 635	941 256
Likvida medel	4	512 617	714 583	631 347
Summa omsättningstillgångar		1 419 298	1 941 446	1 858 599
SUMMA TILLGÅNGAR		1 699 234	2 221 839	2 160 340
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 302 091	1 827 100	1 743 703
Summa eget kapital		1 302 091	1 827 100	1 743 703
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		7 863	7 380	6 608
Leasingskulder		89 744	109 559	98 176
Uppskjuten skatteskuld		37 558	31 953	38 731
Övriga långfristiga skulder	4	11 515	8 980	9 150
Summa långfristiga skulder		146 679	157 872	152 665
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		26 705	22 090	22 763
Övriga kortfristiga skulder	4	223 758	214 778	241 208
Summa kortfristiga skulder		250 464	236 868	263 972
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1 699 234	2 221 839	2 160 340

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	164 604	260 039	338 127	407 065	712 293
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	37 477	-11 215	39 147	-279	26 047
Betald inkomstskatt	-28 541	-45 524	-86 258	-92 110	-213 822
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	173 540	203 300	291 016	314 675	524 519
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital ¹⁾					
Förändringar av rörelsefordringar	-12 297	-4 603	-51 428	-11 220	19 066
Förändringar av rörelseskulder	22 917	6 786	436	-17 838	38 377
Kassaflöde från den löpande verksamheten	184 160	205 482	240 023	285 618	581 962
Investeringsverksamheten					
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-	-	-	-27 422
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-330	-1 739	-1 110	-12 290	-17 070
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 920	-509	-4 674	-1 650	-8 930
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-	-500 000	-500 000
Förändring av finansiella fordringar ¹⁾	-	-10 695	-	-18 145	-40 766
Försäljning av finansiella fordringar	400 000	-	400 000	-	-
Finansiella anläggningstillgångar	-	-32 812	-	-32 812	-32 679
Kassaflöde från investeringsverksamheten	397 749	-45 754	394 216	-564 897	-626 868
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	-	-	-	-	66
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	-	-	-	46 718
Återköp teckningsoptioner	-52	-310	-18 287	-310	-450
Amortering av leasingsskuld	-8 127	-8 008	-16 059	-14 935	-29 869
Återköp av egna aktier	-62 556	-140 705	-137 307	-322 869	-659 548
Utbetald utdelning	-589 799	-	-589 799	-	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-660 534	-149 023	-761 452	-338 113	-643 082
Periodens kassaflöde	-78 625	10 705	-127 212	-617 392	-687 988
Likvida medel vid periodens början	591 856	699 510	631 347	1 327 801	1 327 801
Valutakursdifferens i likvida medel	-615	4 368	8 481	4 175	-8 466
Likvida medel vid periodens slut	512 617	714 583	512 617	714 853	631 347

¹⁾ I jämförelseperioden ingår orealiserade värdeförändringar av kortfristiga placeringar i förändringar av rörelsekapital samt i investeringsverksamheten. Från 2024 tas inte dessa förändringar med.

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				
	Aktieka pital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	Summa eget kapital hänförligt till moder- företagets ägare
Ingående eget kapital 2023-01-01	758	1 710 139	2 400	90 797	1 804 093
Periodens resultat	-	-	-	315 066	315 066
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	3 439	-	3 439
Periodens totalresultat	-	-	3 439	315 066	318 505
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	1	-	-	-	1
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-316 344	-316 344
Teckningsoptioner	-	-310	-	-	-310
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	21 153	21 153
Summa	1	-310	-	-295 190	-295 500
Utgående eget kapital 2023-06-30	759	1 709 829	5 839	110 673	1 827 100
Ingående eget kapital 2024-01-01	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Periodens resultat	-	-	-	256 063	256 063
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	8 760	-	8 760
Periodens totalresultat	-	-	8 760	256 063	264 823
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Fondemission	57	-	-	-57	-
Makulering av egna aktier	-57	-	-	57	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-137 307	-137 307
Teckningsoptioner	-	-52	-	-	-52
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	20 722	20 722
Utdelning ¹⁾	-	-	-	-589 799	-589 799
Summa	-	-52	-	-706 384	-706 436
Utgående eget kapital 2024-06-30	762	1 738 246	627	-437 544	1 302 091

¹⁾ Utdelning uppgick till 1,70 SEK per aktie (ordinarie utdelning 0,40 SEK, extra utdelning 1,30 SEK) och avser moderbolagets ägare.

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Rörelsens intäkter		2 550	2 583	4 480	4 149	8 191
Övriga externa kostnader		-3 099	-2 647	-5 823	-5 188	-9 918
Personalkostnader		-3 400	-3 077	-6 372	-5 841	-11 675
Rörelseresultat		-3 949	-3 141	-7 715	-6 879	-13 403
Finansnetto		409 731	404 697	409 459	409 878	400 695
Resultat efter finansiella poster		405 781	401 556	401 743	402 999	387 292
Bokslutsdispositioner		-	-	-	-	13 000
Resultat före skatt		405 781	401 556	401 743	402 999	400 292
Skatt		-1 224	-320	-450	-616	-131
Periodens resultat		404 557	401 236	401 293	402 383	400 162

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2024 30 jun	2023 30 jun	2023 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 297 177	10 297 177
Uppskjuten skattefordran		-	-	-
Summa anläggningstillgångar		10 297 177	10 297 177	10 297 177
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		6 571	10 911	6 124
Fordringar hos koncernföretag		11 674	412 680	13 688
Kortfristiga placeringar		260 311	410 398	400 000
Likvida medel		20 614	41 211	176 479
Summa omsättningstillgångar		299 171	875 201	596 291
SUMMA TILLGÅNGAR		10 596 348	11 172 378	10 893 468
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		10 565 122	11 166 384	10 870 265
Skulder hos koncernföretag		25 013	-	-
Kortfristiga skulder		6 213	5 994	23 203
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 596 348	11 172 378	10 893 468

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.

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.

Eget kapital

Aktier som utfärdas av bolaget klassificeras som eget kapital. Tillkommande kostnader som är direkt hänförliga till emissionen av stamaktier och aktieoptioner redovisas som en avdragspost i eget kapital efter avdrag för eventuella skatteeffekter. När Truecallers aktier som är klassificerade som eget kapital återköps redovisas beloppet för erlagd köpeskilling som en reducering av eget kapital, efter avdrag för eventuella skatteeffekter. Återköpta aktier klassificeras som egna aktier och redovisas som en avdragspost under eget kapital. När egna aktier därefter säljs eller återutges redovisas erhållet belopp som en ökning av eget kapital och det överskott eller underskott som blir följden av transaktionen överförs till eller från övrigt tillskjutet kapital.

Finansiella instrument till verkligt värde

Koncernen har finansiella anläggningstillgångar bestående av investeringen i Mayhem Studios. De finansiella anläggningstillgångarna värderas till verkligt värde via resultaträkningen. Då ingen marknadsnotering finns för investeringen fastställs dess verkliga värde genom andra observerbara data (nivå 2).

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

	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Belopp i Tkr					
Geografisk region					
Indien	333 655	412 882	650 369	705 096	1 309 882
Mellanöstern och Afrika	59 512	53 700	113 068	102 821	206 366
Övriga världen	62 781	51 855	119 697	97 584	212 647
Intäkter från avtal med kunder	455 948	518 437	883 135	905 501	1 728 895

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

Belopp i Tkr	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Typ av tjänst					
Annonsintäkter	332 310	425 191	649 973	729 115	1 346 114
Användarintäkter	64 379	50 057	122 784	96 603	206 219
Truecaller for Business	57 693	41 767	107 241	76 142	170 198
Övriga intäkter	1 566	1 422	3 137	3 641	6 363
Intäkter från avtal med kunder	455 948	518 437	883 135	905 501	1 728 895

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	8 747	8 747
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	106 923	106 923
Kundfordringar	-	97 537	97 537
Kortfristiga placeringar	564 709	-	564 709
Likvida medel	-	512 617	512 617
Totalt	597 407	725 823	1 323 230
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	47 871	47 871
Villkorad tilläggsköpeskilling	9 272	-	9 272
Totalt	9 272	47 871	57 144

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2023

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	12 731	12 731
Finansiella anläggningstillgångar	32 812	-	32 812
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	98 538	98 538
Kundfordringar	-	76 031	76 031

Kortfristiga placeringar	918 635	-	918 635
Likvida medel	-	714 583	714 583
Totalt	951 447	901 883	1 853 330

FINANSIELLA SKULDER

Leverantörsskulder	-	45 290	45 290
Villkorad tilläggsköpeskillning	14 266	-	14 266
Totalt	14 266	45 290	59 556

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2023

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	26 584	26 584
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	86 020	86 020
Kundfordringar	-	75 965	75 965
Kortfristiga placeringar	941 256	-	941 256
Likvida medel	-	631 347	631 347
Totalt	973 954	819 916	1 793 870
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	46 149	46 149
Villkorad tilläggsköpeskillning	8 404	-	8 404
Totalt	8 404	46 149	54 553

För kortfristiga fordringar och skulder 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, villkorad tilläggsköpeskillning och finansiella anläggningstillgångar 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 nettning.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har placeringar 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, Tkr	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Ingående balans	941 256	400 490	400 490
Investering kortfristiga placeringar	-	500 000	500 000

Försäljning av kortfristiga placeringar	-400 000	-	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	23 453	18 145	40 766
Utgående balans	564 709	918 635	941 256

Villkorad tilläggsköpeskilling

Villkorade tilläggsköpeskillingar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin. Det verkliga värdet på villkorade köpeskillingar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad diskonteringsränta. Den villkorade tilläggsköpeskillingen för CallHero är klassificerad som långfristig skuld.

Villkorad

tilläggsköpeskilling, Tkr

	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Ingående balans	8 404	13 301	13 301
Anskaffningsvärde	-	-	-
Utbetalning	-	-	-5 550
Värdeförändring redovisad i resultatet	868	965	653
Utgående balans	9 272	14 266	8 404

Finansiella anläggningstillgångar

Koncernens finansiella anläggningstillgångar består av investeringen i Mayhem Studios som gjordes under det andra kvartalet 2023. De finansiella anläggningstillgångarna tillhör nivå 2 i värderingshierarkin.

Not 5. Incitamentsprogram

LTIP 2024 godkändes på årsstämman den 23 maj 2024 och avser personaloptionsprogram och aktieprogram till ledande befattningshavare, nyckelpersoner och anställda i Truecaller-koncernen. LTIP 2024 består av högst 7 400 000 personaloptioner och högst 500 000 prestationsbaserade aktierätter.

Koncernen tillämpar IFRS 2 för personaloptioner och prestationsbaserade aktierätter där kostnaden värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet och redovisas mot eget kapital. Koncernen redovisar en reserv för upplupna sociala kostnader för programmet baserade på det beräknade förmånsvärdet för deltagarna.

Mer information om koncernens optionsprogram återfinns i årsredovisningen 2023.

Kostnader för

incitamentsprogram, Mkr

2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-10,2	-10,4	-20,7	-21,0	-35,1
Sociala avgifter	-2,1	-0,8	-2,8	-1,2	-4,8
Kostnader för incitamentsprogram	-12,2	-11,2	-23,5	-22,2	-39,9

Not 6. Egna aktier

I enlighet med beslut på årsstämman den 23 maj 2024 har Truecaller AB under juni 2024 makulerat 28 647 115 B-aktier som återköpts under bolagets återköpsprogram. Truecaller har även köpt tillbaka 1 082 832 B-aktier för 39,1 miljoner kronor inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna aktier per 2024-06-30 uppgår till 1 082 832 B-aktier och 5 600 000 C-aktier.

Not 7. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har gjorts under perioden.

Not 8. Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser efter rapportperiodens slut.

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, 2024-07-18

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot, VD

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
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 sådana som Truecaller använder för att tydliggöra hur verksamheten utvecklas och därmed förenkla för dem som följer bolagets finansiella rapportering.

Nyckeltal	Definition	Syfte
Bruttoresultat	Nettoomsättning minus förmedlingskostnader.	Bruttoresultat används för att analysera lönsamheten minus direkta kostnader (kostnader direkt relaterade till förmedling av annonsutrymmen samt kostnader för att ansluta nya premium-användare).
Bruttomarginal	Bruttoresultat i procent av nettoomsättningen.	Bruttomarginal är ett mått på lönsamheten minus direkta kostnader.
EBITDA	Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och nedskrivningar.	EBITDA är ett mått som Truecaller använder för att visa hur den löpande verksamheten utvecklas över tid.
EBITDA-marginal	EBITDA i procent av nettoomsättning.	EBITDA-marginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad.
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.
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 plattformen på daglig basis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.
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.

AVSTÄMNING AV VALDA NYCKELTAL SOM INTE ÄR DEFINIERADE ENLIGT IFRS

Koncernen, Mkr	2024 apr-jun	2023 apr-jun	2024 jan-jun	2023 jan-jun	2023 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal					
Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
Minus förmedlingskostnader	-112,3	-123,1	-216,6	-219,2	-421,2
Bruttoresultat	343,7	395,3	666,5	686,3	1 307,7
Dividerat med Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
Bruttomarginal	75,4%	76,3%	75,5%	75,8%	75,6%
EBITDA och EBITDA-marginal					
Rörelseresultat (EBIT)	151,5	227,8	289,6	367,6	657,7
Exklusive av- och nedskrivningar	13,1	10,7	26,1	20,9	45,2
EBITDA	164,7	238,5	315,7	388,6	702,9
Dividerat med Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
EBITDA-marginal	36,1%	46,0%	35,7%	42,9%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal					
Rörelseresultat (EBIT)	151,5	227,8	289,6	367,6	657,7
Dividerat med Nettoomsättning	455,9	518,4	883,1	905,5	1 728,9
Rörelsemarginal	33,2%	43,9%	32,8%	40,6%	38,0%
Soliditet					
Summa Eget kapital	1 302,1	1 827,1	1 302,1	1 827,1	1 743,7
Dividerat med Summa tillgångar	1 699,2	2 221,8	1 699,2	2 221,8	2 160,3
Soliditet	76,6%	82,2%	76,6%	82,2%	80,7%