



DELÅRSRAPPORT

januari–mars 2025

truecaller

Delårsrapport januari-mars 2025

Januari-mars 2025 (Q1)

Jämförelsesiffror avser januari-mars 2024

- **Nettoomsättningen** ökade med 16 procent och uppgick till 496,9 (427,2) Mkr.
- **EBITDA** exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 22 procent och uppgick till 198,6 (162,3) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 40,0 (38,0) procent.
- **EBITDA** inklusive kostnader för incitamentsprogram minskade med 1 procent till 149,0 (151,0) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 30,0 (35,4) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 101,7 (133,0) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,30 (0,38) kr före utspädning och 0,30 (0,38) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare (exklusive iOS)** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 52,9 miljoner till 411,9 (359,0) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 14 procent i Indien, med 29 procent i Mellanöstern och Afrika och med 19 procent i resten av världen.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)			
Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
Bruttoresultat	384,3	322,8	1 421,5
Bruttomarginal (%)	77,3%	75,6%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	198,6	162,3	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	40,0%	38,0%	40,7%
EBITDA	149,0	151,0	684,2
EBITDA-marginal (%)	30,0%	35,4%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	133,6	138,0	632,1
Rörelsemarginal (%)	26,9%	32,3%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	140,6	173,5	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,30	0,38	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,30	0,38	1,51
Eget kapital	1 610,4	1 823,3	1 506,4
Balansomslutning	2 058,4	2 204,1	1 955,5
Soliditet (%)	78,2%	82,7%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	423	420	418

Väsentliga händelser under kvartalet

- **Fortsatt hög användartillväxt** Då Truecallers nya iOS-produkt primärt är en prenumerationsprodukt kommer Truecaller från första kvartalet 2025 redovisa antal användare exklusive iOS användare. Under kvartalet ökade genomsnittligt antalet månatliga aktiva användare exklusive iOS (MAU) till 411,9 miljoner vilket var en ökning med 14 procent jämfört med första kvartalet 2024. Genomsnittligt antal dagliga aktiva (DAU) ökade till 355,6 miljoner, en ökning med 16 procent jämfört med motsvarande period 2024. Tillväxten av MAUs i Indien var cirka 14 procent, i Mellanöstern & Afrika cirka 18 procent och i resten av världen cirka 16 procent. Jämfört med det fjärde kvartalet 2024 ökade antalet MAUs med drygt 12 miljoner och DAUs med drygt 14 miljoner.
- **Annonsintäkterna ökade med 5 procent.** Annonsintäkterna påverkades positivt av fler användare och ett ökat antal interaktioner av användare i Truecaller-appen. Direktförsäljningen ökade, vilket bidrar positivt till bruttomarginalen medan valutaeffekter bidrog negativt. Intäkterna från den indiska cricketsäsongen (IPL) minskade med cirka 9 miljoner SEK jämfört med föregående år på grund av lägre efterfrågan från annonsplattformar som Google och Meta. Uppskalningen av mer innovativa annonsformat bidrog positivt till intäkterna. Snittintäkten per annonsvisning minskade något.
- **Intäkterna från premiumprenumeranter ökade med 40 procent** med bidrag såväl från en ökad konvertering till betalande användare till 0,63% (0,58%) som av en högre snittintäkt per betalande användare, 9,86 SEK per månad (8,83 SEK). På iOS uppgår konvertering till 2,67% (2,46%) och ARPU till 14,04 (12,45). Valutaeffekter hade en negativ påverkan på intäkterna. Snabbare tillväxt i regioner med högre snittpris per användare bidrar positivt. Den relativa tillväxten av prenumerationsintäkter är fortsatt betydligt högre på iOS jämfört med Android men konverteringen och pris per prenumerant utvecklas positivt på båda plattformarna. Genomsnittligt antal prenumeranter under det första kvartalet uppgick till 2,77 miljoner vilket var en ökning med cirka 25 procent. Prenumerationsintäkterna växte starkt i samtliga rapporterade regioner, i Indien med drygt 40 procent, i MEA med drygt 25 procent och resten av världen med cirka 45 procent.
- **Intäkterna från Truecaller for Business (TfB) ökade med 60 procent med stark utveckling för såväl Verified Business som Business Messaging.** För kundupplevelseplattformen Verified Business fortsatte den starka utvecklingen med djupare integrationer med företag som väljer att använda fler av plattformens tjänster vilket ökar snittintäkten per kund. Utvecklingen var stark såväl i Indien som i Mellanöstern & Afrika. Inom Business Messaging ökade volymerna kraftigt jämfört med föregående år och cirka 4,5 miljarder meddelanden skickades under kvartalet. Efterfrågan, antalet avtal och intäkterna från Truecallers riskprodukter till bolag inom den finansiella sektorn ökade under kvartalet.
- **I slutet av januari lanserades Truecaller sin största uppdatering någonsin på iPhone.** Den nya versionen av Truecallers applikation på iOS kan nu göra samtalsidentifiering och spamblockering på motsvarande sätt som på Android. Tidigare har det funnits begränsningar på operativsystemsnivå vilket inneburit en mer begränsad upplevelse. Den nya produkten på iOS är primärt en betald premiumtjänst och tillväxttakten för betalda prenumeranter har förbättrats successivt efter kvartalets slut.

Händelser efter rapportperiodens slut

- **Den 1 april passerade Truecaller 450 miljoner månatliga aktiva användare (inklusive iOS)**
- **Truecallers valberedning föreslår omval av den befintliga styrelsen samt nyval av Aruna Sundararajan som styrelseledamot.**
- **Truecallers styrelse föreslår en utdelning om 1,70 SEK per aktie, indragning av cirka 3.9 miljoner återköpta B-aktier samt föreslår ett nytt mandat med möjligheten att återköpa upp till 10% av utestående aktier. Läs mer om bolagsstämman som hålls den 23 maj på sidan 14 och på Truecallers hemsida.**

VD-ORD – FÖRSTA KVARTALET 2025

Stark tillväxt av återkommande intäkter och underliggande resultat

Jag är glad att kunna rapportera att vi för tredje kvartalet i rad redovisar tillväxt inom samtliga delar av vår verksamhet – aktiva användare, annonsintäkter, Premium-prenumerationer och Truecaller for Business.

Den 1 april passerade vi en betydande milstolpe; 450 miljoner människor världen över använder nu Truecaller. Under första kvartalet lade vi till 12 miljoner nya användare jämfört med fjärde kvartalet 2024 och 53 miljoner användare jämfört med första kvartalet förra året. Det genomsnittliga antalet månatliga aktiva användare (MAU) under Q1 var 412 miljoner (exklusive iOS från och med detta kvartal), vilket är 15% högre än samma period förra året.

Nettoomsättningen ökade med 16% jämfört med Q1 förra året och uppgick till nästan en halv miljard kronor (497 Mkr jämfört med 427 Mkr i Q1 förra året). Annonsintäkterna fortsatte att växa för tredje kvartalet i rad, med en ökning på 5% jämfört med samma kvartal förra året. Vår strategi för Premium-prenumerationer och Truecaller for Business utvecklas väl, och dessa återkommande intäktsströmmar står nu för nästan en tredjedel av våra intäkter (32%) under Q1 2025, jämfört med en fjärdedel under Q1 2024. Dessa återkommande intäkter växte med en sammanlagd takt på 49%.

Vi fortsätter att ha fokus på tillväxt. Även om tillväxtrelaterade kostnader ökade och vi hade högre marknadsföringskostnader i samband med lanseringen av vår iOS-produkt, ökade vår EBITDA exklusive incitamentskostnader med 22% till 199 Mkr (162), vilket motsvarar en EBITDA-marginal exklusive incitamentskostnader på 40% (38%). EBITDA inklusive incitamentskostnader minskade marginellt med 1% till 149 (151) Mkr, vilket motsvarar en marginal på 30% (35%). Den starka utvecklingen av aktiekursen under kvartalet ökade våra upplupna incitamentskostnader avsevärt till 50 (11) Mkr, upp från 30 Mkr i fjärde kvartalet.

Annonsintäkter, vår största intäktskälla, fortsatte att växa och nådde 334 (318) Mkr, motsvarande en tillväxttakt på 5%. Vår direktförsäljning fortsätter att vara ett fokusområde och denna intäktsström har vuxit tack vare de bredare möjligheter vi byggt över tid. Det har en positiv inverkan på bruttomarginalen och vår ambition är att ytterligare öka andelen direktförsäljning. Cricketurneringen Indian Premier League (IPL), som delvis ägde rum under Q1 och delvis under Q2, hade lägre annonsörsefterfrågan kopplad till cricket än förra året. Under det första kvartalet var intäkterna från IPL cirka 9 miljoner SEK lägre än förra året, och vi förväntar oss en liknande nivå i Q2. Geografiskt sett fortsatte regionen Mellanöstern och Afrika (MEA) att uppvisa god tillväxt tillsammans med Indien, medan andra geografiska områden visade lägre intäkter, delvis på grund av rådande internationella makroekonomiska osäkerheter.

Prenumerationsintäkterna fortsatte att visa stark tillväxt med 40% och nådde 82 (58) Mkr under Q1. Vi ser fortsatt stark tillväxt i alla regioner, högre konverteringsgrad och en ökad genomsnittligt intäkt per prenumerant. Antalet prenumeranter närmar sig nu 2,8 miljoner, vilket är en ökning med 25% jämfört med förra året. I slutet av januari lanserade vi vår nya iOS-produkt, som huvudsakligen är ett Premium-erbjudande. Som tidigare nämnts förväntas intäkts- och prenumerationsstillväxt från denna lansering komma gradvis från och med Q2. I april såg vi en lovande tillväxttrend för betalande iOS-prenumeranter, med nästan 55 000 nya prenumeranter, vilket motsvarar en månatlig tillväxt på 6% sedan slutet av mars. Den starkaste tillväxten kommer hittills från marknader utanför Indien.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 60% till 79 (50) Mkr. Tillväxten drivs fortsatt av stark utveckling hela vår produktportfölj, vår Customer Experience (CX)-plattform Verified Business, Business Messaging samt våra nyligen lanserade riskprodukter. Vi ser fortsatt god tillströmning av nya kunder och fler befintliga kunder som uppgraderar till mer avancerade abonnemang och använder fler av våra produkter. Vi börjar också se ett ökat genomslag i Mellanöstern och Afrika. Vi är övertygade om att vi bara har börjat skrapa på ytan av Truecallers fulla potential avseende företagsintäkter.

”I april såg vi en lovande tillväxttrend för betalande iOS-prenumeranter, med nästan 55 000 nya prenumeranter, vilket motsvarar en månatlig tillväxt på 6 procent sedan slutet av mars. Den starkaste tillväxten kommer hittills från marknader utanför Indien.”

Vi lever i en tid av geopolitisk osäkerhet. Hittills är den enda materiella effekten för oss begränsad till valutafluktuationer, men vi är fortsatt vaksamma i takt med att dessa situationer utvecklas.

Vi är entusiastiska över vår tillväxt och vår strategi för de kommande åren. Vi fortsätter att fokusera på att lösa problem relaterade till mobil kommunikation för människor över hela världen. Vi har rätt människor, den ekonomiska styrkan och den operativa kompetensen, och vi tror att vår strategi kommer att fortsätta stödja en god intäktstillväxt under överskådlig framtid, med fortsatt stark lönsamhet.

Rishit Jhunjunwala, VD Truecaller

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)			
Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
Bruttoresultat	384,3	322,8	1 421,5
Bruttomarginal (%)	77,3%	75,6%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	198,6	162,3	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	40,0%	38,0%	40,7%
EBITDA	149,0	151,0	684,2
EBITDA-marginal (%)	30,0%	35,4%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	133,6	138,0	632,1
Rörelsemarginal (%)	26,9%	32,3%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	140,6	173,5	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,30	0,38	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,30	0,38	1,51
Eget kapital	1 610,4	1 823,3	1 506,4
Balansomslutning	2 058,4	2 204,1	1 955,5
Soliditet (%)	78,2%	82,7%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	423	420	418

OPERATIVA NYCKELTAL

	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
Januari- mars 2025	Totalt	Indien		
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	411,9	297,8	82,9	31,3
Antal aktiva användare per dag (DAU), exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	355,6	264,2	67,2	24,1
Annonsintäkter per DAU, exklusive iOS	0,94	0,97	0,75	1,12
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	9,86	6,90	8,06	16,14
Januari- mars 2024	Totalt	Indien		
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	359,0	262,2	70,0	26,9
Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	305,0	229,4	55,9	19,7
Annonsintäkter per DAU exklusive iOS	1,04	1,09	0,71	1,44
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,83	5,58	8,95	14,88

Januari-december 2024

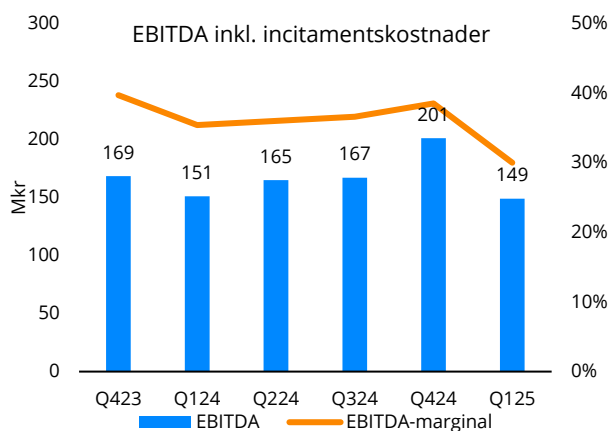
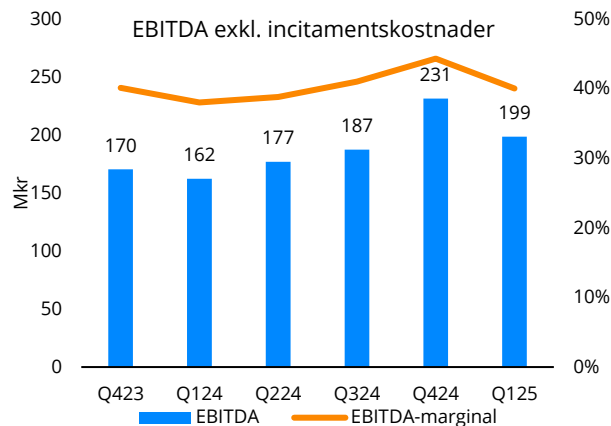
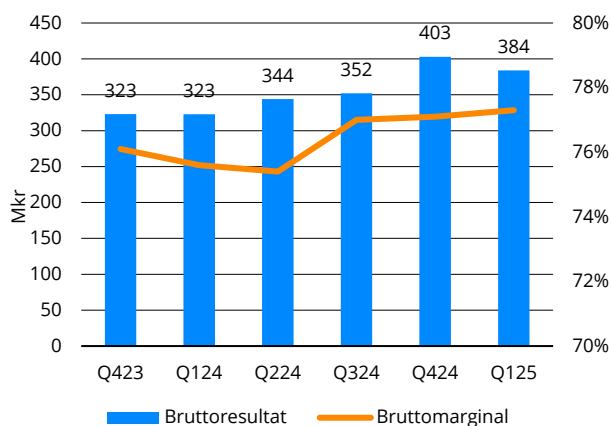
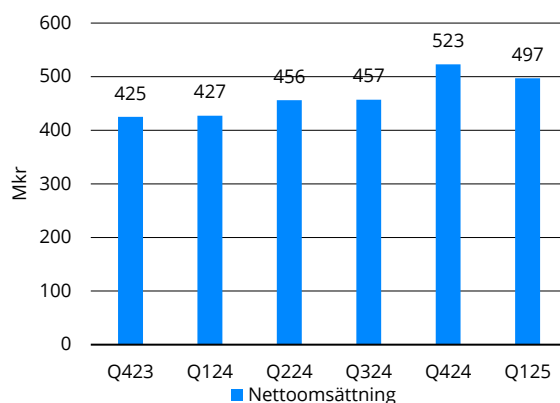
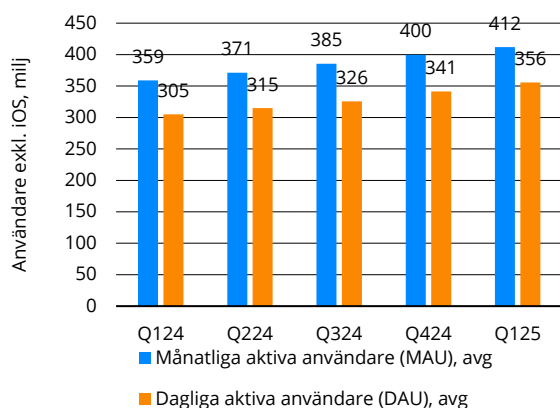
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, genomsnitt (miljoner)

Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, genomsnitt (miljoner)

Annonsintäkter per DAU exklusive iOS

Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

	Totalt	Indien	MEA	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, genomsnitt (miljoner)	378,9	275,6	74,5	28,7
Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, genomsnitt (miljoner)	321,7	240,8	59,8	21,2
Annonsintäkter per DAU exklusive iOS	3,55	3,71	2,62	4,42
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	9,21	6,04	8,51	15,51



Finansiell utveckling

Första kvartalet 2025 (januari-mars)

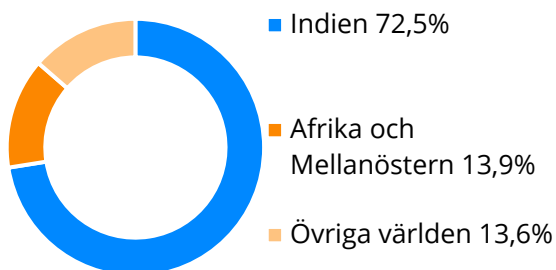
Intäkter

De totala intäkterna under det första kvartalet ökade med 18 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 506,5 (431,0) Mkr. Övriga intäkter uppgick till 9,7 (3,8) Mkr.

Nettoomsättningen uppgick till 496,9 (427,2) Mkr, en ökning med 16 procent jämfört med första kvartalet 2024. Valutaeffekter hade en negativ effekt på intäkterna under kvartalet. Truecallers uppskattning är att intäkterna påverkades negativt med knappt 10 Mkr av valutaeffekter jämfört med motsvarande period föregående år, se valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 14 procent i Indien till 360,4 (316,8) Mkr med 29 procent i Mellanöstern & Afrika till 68,9 (53,5) Mkr och med 19 procent i övriga världen till 67,5 (56,9) Mkr.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 5 procent till 334,4 (317,6) Mkr. Truecallers direktförsäljning ökade vilket bidrog positivt till bruttomarginalen under perioden. Intäkterna från den indiska cricketsäsongen minskade med 9 Mkr till 21 (30) Mkr under kvartalet.

Annonsintäkterna per dagligt aktiv användare på Android+Web (DAU) minskade till 0,94 (1,04) SEK.

Den starkaste utvecklingen noterades i Mellanöstern & Afrika där såväl ökat antal användare samt högre genomsnittspris per annonsvisning bidrog positivt. Även i Indien växte annonsintäkterna trots minskade intäkter från den indiska cricketsäsongen. I övriga världen minskade annonsintäkterna något där makroekonomiska effekter från införandet av tullar påverkade efterfrågan negativt.

De genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade något jämfört med motsvarande period föregående år men ökade jämfört med fjärde kvartalet 2024. Truecaller fortsätter att

maximera intäkter per användare istället för t.ex. CPM eller fyllnadsgrad.

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

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 40 procent till 82,0 (58,4) Mkr. Den starkaste relativa utvecklingen av intäkterna skedde på iOS. Premiumintäkterna växer starkt som en effekt av ett förbättrat erbjudande där fler funktioner successivt utvecklats, samt en bättre riktad marknadsföring av premiumerbjudandet. Under 2024 samlades alla premiumfunktioner i en prenumerationsplan istället för att erbjuda en mängd olika premiumpaket. Det har haft en positiv effekt på intäkterna och genomsnittsintäkten per prenumerant. Genomsnittligt antalet betalande användare ökade med 25 procent och uppgick under kvartalet till 2,77 (2,21) miljoner. Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att utvecklas positivt och uppgick under kvartalet i genomsnitt till 0,63% (0,58%). Även snittintäkten per användare utvecklades positivt till 9,86 (8,83) kronor per månad. Intäkterna från iOS står för cirka 43% (39%) av de totala premiumintäkterna och genomsnittligt antal prenumeranter på iOS ökade med 37 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Konvertering på iOS uppgår till 2,67% (2,46%) och genomsnittsintäkten per månad uppgick till 14,04 (12,45) kronor. Intäkterna ökade starkt i samtliga regioner där den starkaste relativa utvecklingen var i region Övriga världen (utanför Indien och MEA) som står för nästan hälften av de totala premiumintäkterna.

Intäkterna för Truecaller for Business ökade med 60 procent till 79,2 (49,6) Mkr. Intäkterna utvecklades positivt för såväl Verified Business som Business Messaging. För Verified Business ökade de årligen återkommande intäkterna (ARR) med knappt 40 procent till 231 (166) Mkr. Allt fler kunder väljer längre kontrakt och planer som inkluderar fler av de funktioner Truecaller utvecklat för företag vilket ökar intäkterna per kund. Truecallers företagstjänster är mycket uppskattade av kunderna vilket resulterar i att antalet uppsägningar från viktigare företagskunder är få. Truecallers intäktsförlust från sådana uppsägningar i

relation till totala intäkter var i genomsnitt under kvartalet cirka 2,4 procent (2,5%). Genom ett samarbete med CPaaS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden ökade jämfört med föregående år och under kvartalet skickades totalt 4,5 (2,3) miljarder meddelanden. Intäkterna från Truecallers riskprodukter ökade under kvartalet och fler avtal slöts med kunder inom den finansiella sektorn.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 1,3 (1,6) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 19 procent till 384,3 (322,8) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen ökade och uppgick till 77,3 (75,6) procent. Den ökade bruttomarginalen berodde främst på en högre bruttomarginal inom annonsaffären, till följd av en högre andel direktförsäljning, en växande företagsaffär samt stabila serverkostnader. 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 exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 22 procent och uppgick till 198,6 (162,3) och EBITDA-marginalen exklusive incitamentskostnader uppgick till 40,0 (38,0) procent. EBITDA inklusive incitamentsprogram minskade med 1 procent och uppgick till 149,0 (151,0) Mkr och EBITDA-marginalen uppgick till 30,0 (35,4) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade med 3 procent till 133,6 (138,0) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 26,9 (32,3) procent.

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 142,4 (94,9) Mkr. Exklusive kostnaderna för incitamentsprogram ökade kostnaderna med 11 procent till 92,9 (83,6) Mkr.

Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 27,1 (10,5) Mkr, med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 22,5 (0,8) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Kostnaderna för incitamentsprogrammen utgörs av avsättningar för uppskattade sociala avgifter då personaloptioner eller RSUer utnyttjas av svenska anställda, samt en bokföringsmässig kostnad för den utspädning som personaloptioner och RSUer kan ge upphov till. Endast de sociala kostnaderna är kassaflödespåverkande, och då endast då optionerna eller RSUerna utnyttjas. Lönekostnaden ökade till följd av införandet av ett nytt program under 2024. Jämfört med föregående kvartalet ökade kostnaden främst till följd av en ökad avsättning för LTIP 2022 då avsättningen för programmet ökade till följd av att prestationsvillkoren för programmet uppnåddes, det medförde en extra kostnad om cirka 6 Mkr. 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 högre belopp vid positiv aktiekursutveckling och skapa en volatilitet i det rapporterade resultatet. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 102,6 (80,7) Mkr jämfört med samma period föregående år. Ökningen av kostnader beror på ökade marknadsföringskostnader relaterat till Truecallers nya iPhone-produkt samt tillväxstsatsningar i ett antal regioner samt ökade kostnader för avtal med telefонтillverkare där Truecallerappen är förinstallerad. Exklusive dessa tillväxfokuserade satsningar var de övriga externa kostnaderna stabila.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt minskade med 19 procent till 140,6 (173,5) Mkr. Exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade resultatet före skatt med 3 procent. Periodens resultat efter skatt var 101,7 (133,0) Mkr. Finansnettot uppgick till 7,0 (35,5) Mkr. Minskning av finansnettot beror främst på mindre positiva värdeförändringar från kortsiktiga räntebärande värdepapper samt mindre positiva valutaeffekter.

Den totala skatten uppgick till 38,9 (40,5) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 27,7 (23,3) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,30 (0,38) SEK och efter utspädning till 0,30 (0,38) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 110,0 (55,9) Mkr varav -11,2 (-61,6) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -68,0 (-57,7) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -109,8 (-3,5) Mkr och inkluderade investering av kortfristiga räntefonder om -100,0 (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -9,5 (-100,9) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om - (-74,8) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -9,3 (-48,6) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 462,0 (591,9) Mkr samt 935,0 (954,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 78,2 (82,7) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 mars 2025 till 2 058,4 (2 204,1) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 132,0 (86,2) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 124,9 (127,6) 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 31 mars 2025 till 8,8 (5,3) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Meta .

Investeringar

Under det första kvartalet 2025 aktiverades 8,6 (2,8) 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 knappt 10 Mkr på omsättningen under första kvartalet 2025 jämfört med motsvarande kvartal 2024 främst som en effekt av en något försvagad indisk rupie och det egyptiska pundet. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar hade en negativ effekt på EBITDA-marginalen om cirka 1 procentenhet i kvartalet.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 6,6 (1,9) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -4,2 (-4,0) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -3,4 (-3,3) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 mars 2025 till 33,6 (91,4) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 310,3 (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

Första kvartalet 2025 präglades av innovation och fokuserat genomförande av Truecallers produktportfölj, vilket visar på bolagets enträgna arbete med att förbättra säkerheten, effektiviteten och användarupplevelsen i kommunikationen för sin globala användarbas. Truecaller lanserade viktiga uppdateringar inom sina kärnfunktioner, premiumerbjudandet, företagslösningar och för sin annonsplattform, vilket lägger grunden för fortsatt tillväxt.

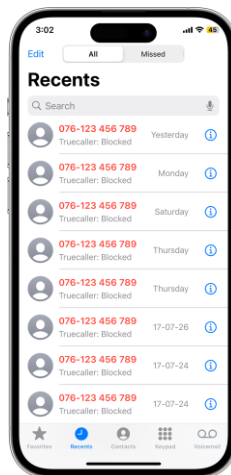
Live Caller ID för Truecaller Premium-användare på iPhone

En av de största höjdpunkterna under det första kvartalet var lanseringen av Live Caller ID för iPhone-användare. Denna efterlängtade funktion överbrygger skillnaden mellan Truecallers Android- och iOS-erbjudanden, tack vare Apples nya "Live Caller ID Lookup"-ramverk, särskilt utformat för appar som Truecaller.



Genom att använda den senaste teknologin inom homeomorf kryptering var Truecaller först i världen att införa denna teknik i stor skala för nummeridentifiering, med bibehållen integritet. Funktionen lanserades som en Premium-tjänst i slutet av januari, och den inledande användningen samt feedback från användare har varit lovande. Vid slutet av Q1 2025 använde nästan 60% av Truecallers iPhone-användare en kompatibel version av iOS, och siffran ökar stadigt.

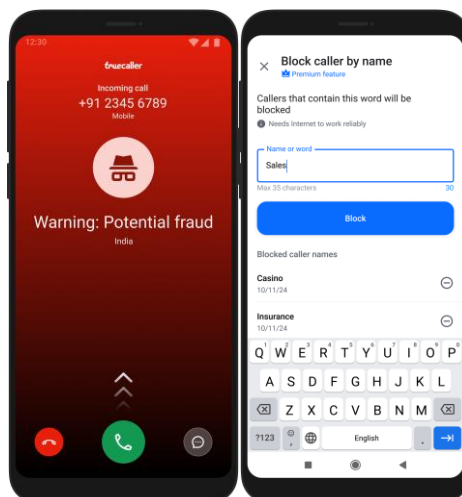
Premium-användare på iPhone kan nu även dra nytta av avancerade samtalsblockeringsalternativ, baserat på samma teknik. Under kommande kvartal planerar Truecaller att ytterligare förbättra Live Caller ID-upplevelsen med funktioner som visning av uppringares bild och logotyp, fler blockeringsfunktioner samt ytterligare förbättringar baserade på användarfeedback.



Användande av AI för att förstärka användarupplevelsen och säkerheten

Utöver iPhone-lanseringen fortsatte Truecaller att satsa på säker och effektiv kommunikation för hundratals miljoner användare globalt. AI-drivna funktioner för spamidentifiering förbättrades avsevärt under Q1 2025, vilket ledde till att miljontals nya spamnummer identifierades på nyckelmarknader.

Företaget förbättrade även precisionen vid identifiering av bedrägerisamtal, vilket stärker skyddet för användarna. Dessutom infördes AI-baserad identifiering av logotyper och avatarer för att upptäcka bedrägerier och eliminera falska konton som utger sig för att representera välkända varumärken.



Truecallers framsteg inom AI syns också i andra delar av produktportföljen. En ny och förbättrad Truecaller Assistant, baserad på ett stort språkmodell (LLM), lanserades på iOS i USA i februari. Den erbjuder en mer naturlig konversationsupplevelse och snabbare svar. Denna nya version ökade svarsfrekvensen med 66% samtidigt som infrastrukturen blev mer kostnadseffektiv. Den förväntas lanseras i Indien under Q2 och rullas ut till fler marknader under året.

I slutet av kvartalet lanserades även en ny Premium-funktion: "blockera efter namn", som gör det möjligt att blockera samtal baserat på namn eller nyckelord – en ofta efterfrågad funktion för Android-användare. Truecaller förbättrade även sin meddelandeplattform. Message IDs (MIDs), som ger nummeridentifiering för viktiga meddelanden, ökade med 30% kvartal över kvartal. AI-drivna MIDs ökade med hela 27 gånger jämfört med föregående kvartal, vilket visar på effekterna av bolagets långsiktiga AI-investeringar.

Truecaller Premium: Fortsatt tillväxt och nya funktioner

Intäkterna från prenumerationer fortsatte att öka under Q1 2025. Trots valutamotvind växte Premium-intäkterna med över 40% jämfört med föregående år – den högsta tillväxten sedan 2020.

Live Caller ID för iPhone bidrog starkt till Premium-tillväxten, med en ökning på 29% i genomsnittliga dagliga nya provperioder. Detta trots att endast cirka 60% av iPhone-användarna använde kompatibla versioner av operativsystemet och appen vid kvartalets slut.

Lanseringen inkluderade en 30-dagars gratis provperiod, vilket försköt intäktsredovisningen till kommande kvartal. Trots detta ökade Premium-intäkterna från iOS med 6% jämfört med föregående kvartal.

Truecaller utökade Premium-erbjudandet med lanseringen av Familjeabonnemang på iOS och "Gold Family" för utvalda användare på både iOS och Android. Tillsammans bidrog dessa med en intäktsökning på nästan 28% kvartal över kvartal.

För att öka konverteringsgraden infördes nya användarupplevelser under provperioder, där olika kommunikationskanaler användes för att aktivera användare vid kritiska tillfällen. A/B-testning i exempelvis Indien visade att användarna föredrog kampanjer framför längre provperioder, vilket lett till nya Premium-erbjudanden i dessa regioner. Denna typ av optimering förväntas fortsätta framöver.

Truecallers nya CMS för Premium-monetisering är nu i drift och kommer från Q2 2025 användas fullt ut för att leverera riktade erbjudanden, personligt innehåll och möjliggöra effektiv A/B-testning.

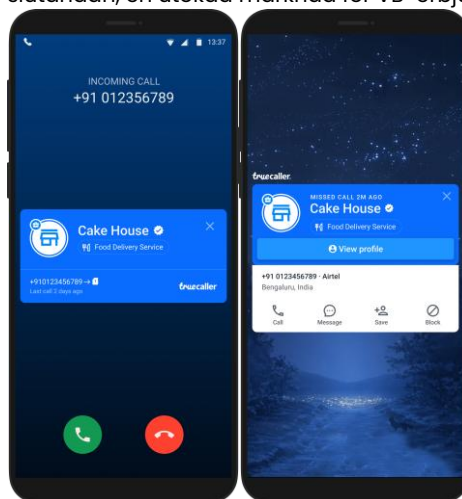
Truecaller for Business: Stark tillväxt inom samtliga erbjudanden

Truecaller for Business (TfB), med närvaro i 37 länder, uppvisade fortsatt stark tillväxt under Q1 2025, drivet av samtliga produktlinjer. Intäkterna ökade med över 60% jämfört med föregående år.

Produktlinjen Verified Business Customer Experience (CX) är fortsatt den främsta intäktskällan för Truecaller for Business (TfB), vilket understryker det starka kundvärdet och den växande användningen av VB bland företag. Drivet av ett starkt inflöde av nya kunder och fortsatt lågt kundbortfall (churn), passerade TfB:s aktiva företagskundbas 2 700 kunder under kvartalet. Befintliga VB CX-kunder fortsätter att uppgradera genom att ta i bruk fler CX-funktioner och användningsområden, vilket ökar den genomsnittliga intäkten per kund.

Den globala expansionen av VB-produktlinjen fortsatte att få fart, särskilt i regionen Mellanöstern och Afrika (MEA). Nyckelkundsvinster under första kvartalet 2025 – inkluderade Capitec Bank och First Group i Sydafrika, Telecom Egypt och Naway i Egypten, samt Latam Airlines i Sydamerika – lyfter fram denna framgång. VB-intäkter på marknader utanför Indien visade en sund tillväxt på 50 procent jämfört med föregående år under första kvartalet 2025, där Sydafrika, Egypten, Jordanien, Israel och Malaysia var de främsta marknaderna baserat på årliga återkommande intäkter (ARR), exklusive Indien.

Pilotlanseringen av VB-produkten för små och medelstora företag (SMBs), som erbjuder ett mindre urval av funktionerna i den fullständiga VB-produkten till ett reducerat pris, har hittills gett positiva resultat. De gynnsamma resultaten från piloten – som lanserades i partnerskap med en kommunikationshanteringsplattform i Indien – kan leda till en ytterligare expansion och, i slutändan, en utökad marknad för VB-erbjudandet.



Verified Campaigns-produkten – som gör det möjligt för företag att visa ett hyperinriktad erbjudande i samband med ett samtal – fortsatte att generera betydande tidigt kundintresse, med flera proof-of-concept (PoC)-aktiveringar igång. Insikter från dessa PoCs kommer att vara avgörande för att etablera produkt-marknadsanpassning och bana väg för en skalbar kommersialisering.

Business Messaging fortsatte att leverera starka resultat under första kvartalet 2025, med en betydande ökning av intäkterna jämfört med föregående år, drivet främst av partnerskapet med Tanla i Indien. Denna tillväxt främjades av en stark ökning av meddelandevolymen, med nästan 1,5 miljarder meddelanden levererade varje månad i genomsnitt under kvartalet. Business Messaging står nu för en betydande del av den totala TFB-intäkten, vilket reflekterar den växande efterfrågan på företagslösningar för meddelanden och framgången för Truecallers erbjudande inom området.

Number Intelligence (NI) – Truecallers lösning som syftar till att ge företag information för att hjälpa till inom områden som bedrägeridetektion och kundonboarding – visade på ett hälsosamt och jämnt momentum under första kvartalet 2025 när det gäller bokningar och intäktsuppbyggnad. NI API-användningen ökade fyrdubbelt, och flera kunder övergick från PoCs till produktion, vilket aktiverade en kommersiell upptrappning med längre kontraktstider. Truecallers NI-lösningar visar lovande resultat när det gäller att hjälpa finansiella institutioner att onboarda och betjäna nya kunder som är nya inom kredit och bankverksamhet, samt att hjälpa fintech-företag att upptäcka bedrägliga aktiviteter som användning av mule-konton.

Truecaller Ads: Förbättrad intäktsgenerering och effektivitet

Under första kvartalet stärkte Truecaller sitt annonsaffärsområde genom fokus på utbud, produktinnovation och plattformsoptimering.

På utbudssidan bidrog strategiska initiativ, såsom införandet av en ny cache-infrastruktur, till en god intäktsökning. Truecallers cache-ramverk, som framgångsrikt rullats ut i Indien och övriga världen (RoW), visade stark skalbarhet och konsekvent prestanda under kvartalet. Denna infrastrukturförbättring ger nu ett varaktigt dagligt intäktslyft och banar väg för fler användningsområden för realtidsintäktsgenerering. Dessa insatser är en del av Truecallers långsiktiga strategi att maximera värdet av varje tillgänglig annonsmöjlighet inom sitt annonslager.

Betydande framsteg gjordes på annonssidan genom att möjliggöra direktförsäljning via TAS (Truecaller Ad Server), med förbättringar som stödjer exklusivt annonsutrymme, avancerad målgruppsinriktning och kampanjhantering. Bolaget utökade även sitt erbjudande med exklusiva rich media-format utformade för att stödja både varumärkesbyggande och resultatdrivna mål, vilket ger annonsörer mer effektfulla sätt att engagera Truecallers användare.

Även om Truecaller såg en lägre efterfrågan på programmatiska annonser under årets IPL-säsong, uppvisade direktförsäljningen stark tillväxt. Detta inkluderade större avtal med ledande fantasy sports-plattformar samt med den officiella IPL-sändaren, bland andra.

Truecallers fokus på innovationsdriven annonsering – särskilt via direktförsäljning – fortsatte att ge starka resultat. Genom att erbjuda varumärken högpåverkande, skräddarsydda annonsupplevelser som går bortom traditionella format, såsom kontextuella placeringar, varumärkesintegrationer och datadriven målgruppsanpassning, levererar Truecaller ett betydligt högre värde. Dessa kampanjer har genererat avsevärda extraintäkter till betydligt högre eCPM:er, eftersom annonsörerna gynnas av mer engagerande format som förbättrar resultat och tilltalar användarna.

På teknikfronten har Truecaller framgångsrikt lanserat en förbättrad modell för eCPM-prognoser baserad på demografiska variabler, vilket leder till smartare beslut kring avkastning. Moderniseringsarbetet med den tekniska infrastrukturen fortlöper enligt plan, med fortsatta investeringar i säkerhet, effektivitet och prestanda.

Övrig information

Bolagsstämma 23 maj

Den 23 maj äger Truecallers bolagsstämma för 2025 rum. På bolagsstämman ska bland annat beslut fattas om den föreslagna utdelningen om 1,70 SEK per aktie, att makulera cirka 3,9 miljoner återköpta B-aktier samt att ge styrelsen ett nytt mandat att återköpa upp till 10 procent av de utestående aktierna. Ett nytt incitamentsprogram, LTIP 2025 har föreslagits. Valberedningen har föreslagit omval av den befintliga styrelsen samt nyval av Aruna Sundararajan som ny styrelseledamot. Nami Zarringhalam föreslås bli omvald som styrelsens ordförande.

Aruna Sundararajan har gedigen erfarenhet inom teknikområdet, från andra styrelseuppdrag samt omfattande kunskap inom policy- och regulatoriska frågor i Indien. Hon har haft nyckelpositioner på nationell nivå, såsom generalsekreterare för Ministeriet för Elektronik och Informationsteknik (MeitY), generalsekreterare för Telekomunikations-departementet samt ordförande för Digital Communications Commission, där hon spelade en central roll i utformningen av policies för telekomsektorn. Idag är Sundararajan ordförande för Broadband India Forum, en tankesmedja inom telekom och digitala frågor samt styrelseledamot i Delhivery Limited, Info Edge (India) Limited, L&T Technology Services Limited samt i Indiens nationella bank för infrastrukturfinansiering och utveckling (NaBFID). Aruna Sundararajan är oberoende i förhållande till bolaget och dess större aktieägare.

All information om den kommande årsstämman finns på Truecallers hemsida <https://corporate.truecaller.com/sv-se/governance/general-meetings>.

Skatterevision i Indien

Under fjärde kvartalet 2024 blev Truecaller föremål för en skatterevision i Indien. Sådana undersökningar och revisioner är vanliga för multinationella företag och fokuserar ofta på internprissättning. Truecaller har en välbalanserad och väldokumenterad internprissättningspolicy sedan 2018, och i nuläget ser företaget ingen anledning att anta att denna senaste indiska undersökning kommer att leda till materiellt ökade skattebetalningar i Indien när processen når sitt slut. Denna bedömning kan komma att ändras under processens gång.

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 2024.

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

Bolagsstämma: 23 maj 2025

Delårsrapport kv 2: 18 juli 2025

Delårsrapport kv 3: 23 oktober 2025 (observera nytt datum)

Kontaktuppgifter

Rishit Jhunjunwala, CEO

E-post: rishit.jhunjunwala@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 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande vid den tidpunkt som anges av bolagets nyhetsdistributör Cision vid offentliggörandet av detta pressmeddelande.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2025 jan-mars	2024 jan-mars	2024 jan-dec
Nettoomsättning	3	496 878	427 188	1 863 218
Övriga intäkter		1 111	1 088	1 236
Aktiverat arbete för egen räkning		8 558	2 754	11 881
Förmedlingskostnader		-112 606	-104 354	-441 728
Övriga externa kostnader		-102 581	-80 735	-330 501
Personalkostnader		-142 368	-94 897	-419 898
Av- och nedskrivningar		-15 400	-13 018	-52 067
Rörelseresultat		133 593	138 025	632 140
Finansnetto		7 041	35 498	66 724
Resultat efter finansiella poster		140 633	173 523	698 864
Skatt		-38 901	-40 474	-174 541
Periodens resultat ¹⁾		101 732	133 049	524 323
Resultat per aktie				
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,30	0,38	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,30	0,38	1,51
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		343 033 748	349 479 244	346 995 706
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		343 033 748	349 479 244	346 995 706

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2025 jan-mars	2024 jan-mars	2024 jan-dec
Periodens resultat		101 732	133 049	524 323
Övrigt totalresultat för perioden				
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omräkningsdifferens		-25 534	10 647	14 403
Förändringar av kassaflödessäkringar		1 065	-	-1 416
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	68
Övrigt totalresultat för perioden		-24 469	10 647	13 056
Totalresultat för perioden ¹⁾		77 263	143 696	537 378

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

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2025 31 mar	2024 31 mar	2024 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		44 149	47 624	49 083
Övriga immateriella tillgångar		31 783	25 630	27 589
Materiella anläggningstillgångar		12 989	18 172	14 455
Nyttjanderättstillgångar		87 344	121 246	95 744
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 698	32 698	32 698
Uppskjuten skattefordran		36 267	38 772	36 229
Andra långfristiga fordringar	4	7 384	15 096	22 664
Summa anläggningstillgångar		252 614	299 239	278 461
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	408 860	358 327	353 020
Kortfristiga placeringar	4	934 991	954 638	827 950
Likvida medel	4	461 980	591 856	496 047
Summa omsättningstillgångar		1 805 831	1 904 821	1 677 017
SUMMA TILLGÅNGAR		2 058 445	2 204 060	1 955 479
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 610 395	1 823 264	1 506 439
Summa eget kapital		1 610 395	1 823 264	1 506 439
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		9 199	7 609	9 386
Leasingskulder		59 301	98 491	74 331
Uppskjuten skatteskuld		34 709	42 923	35 399
Övriga långfristiga skulder	4	13 830	10 497	13 779
Summa långfristiga skulder		117 040	159 520	132 893
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		37 328	25 586	25 798
Övriga kortfristiga skulder	4	293 681	195 689	290 347
Summa kortfristiga skulder		331 010	221 275	316 146
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 058 445	2 204 060	1 955 479

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	140 633	173 523	698 864
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	48 578	1 670	101 090
Betald inkomstskatt	-68 018	-57 717	-177 128
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	121 193	117 475	622 826
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital ¹⁾			
Förändringar av rörelsefordringar	-51 776	-39 131	-68 657
Förändringar av rörelseskulder	40 573	-22 481	49 916
Kassaflöde från den löpande verksamheten	109 989	55 863	604 086
Investeringsverksamheten			
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-1 278	-779	-2 298
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8 558	-2 754	-11 881
Investering i kortfristiga placeringar	-100 000	-	-250 000
Förändring av finansiella fordringar ¹⁾	-	-	-5 665
Försäljning av kortfristiga placeringar	-	-	400 000
Finansiella anläggningstillgångar	-	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-109 837	-3 533	130 157
Finansieringsverksamheten			
Nyemission	-	-	-
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	-	1 126
Återköp teckningsoptioner	-	-18 235	-18 361
Amortering av leasingsskuld	-9 464	-7 931	-33 272
Återköp av egna aktier	-	-74 751	-241 797
Utbetald utdelning	-	-	-589 799
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-9 463	-100 917	-882 104
Periodens kassaflöde	-9 311	-48 587	-147 861
Likvida medel vid periodens början	496 046	631 347	631 347
Valutakursdifferens i likvida medel	-24 756	9 096	12 560
Likvida medel vid periodens slut	461 980	591 856	496 046

¹⁾ I jämförelseperioden ingår realiserade 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				Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets ägare
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	
Ingående eget kapital 2024-01-01	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Periodens resultat	-	-	-	133 049	133 049
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	10 647	-	10 647
Periodens totalresultat	-	-	10 647	133 049	143 696
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	-	-	-	-	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-74 751	-74 751
Teckningsoptioner	-	-	-	-	-
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	10 616	10 616
Summa	-	-	-	-64 135	-64 135
Utgående eget kapital 2024-03-31	762	1 738 298	2 514	81 691	1 823 264
Ingående eget kapital 2025-01-01	764	1 738 172	4 854	-237 350	1 506 440
Periodens resultat	-	-	-	101 732	101 732
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-25 534	-	-25 534
Förändringar av kassaflödessäkringar	-	-	1 065	-	1 065
Periodens totalresultat	-	-	-24 469	101 732	77 263
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Fondemission	-	-	-	-	-
Makulering av egna aktier	-	-	-	-	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-	-
Teckningsoptioner	-	-	-	-	-
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	26 690	26 690
Utdelning ¹⁾	-	-	-	-	-
Summa	-	-	-	26 690	-26 690
Utgående eget kapital 2025-03-31	764	1 738 172	-19 615	-108 927	1 610 395

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	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Rörelsens intäkter		6 610	1 929	10 405
Övriga externa kostnader		-3 283	-2 724	-10 919
Personalkostnader		-6 170	-2 972	-14 937
Rörelseresultat		-2 843	-3 766	-15 451
Finansnetto		-1 406	-272	556 974
Resultat efter finansiella poster		-4 249	-4 038	541 523
Bokslutsdispositioner		-	-	8 500
Resultat före skatt		-4 249	-4 038	550 023
Skatt		812	774	-129
Periodens resultat		-3 436	-3 264	549 893

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2025 31 mar	2024 31 mar	2024 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 297 177	10 297 177
Uppskjuten skattefordran		870	824	-
Summa anläggningstillgångar		10 298 048	10 298 001	10 297 177
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		3 804	6 915	3 604
Fordringar hos koncernföretag		33 511	11 185	24 306
Kortfristiga placeringar		310 311	400 000	260 311
Likvida medel		33 555	91 401	68 414
Summa omsättningstillgångar		381 181	509 502	356 635
SUMMA TILLGÅNGAR		10 679 229	10 807 503	10 653 812
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		10 668 770	10 802 866	10 645 516
Skulder hos koncernföretag		15	-	-
Kortfristiga skulder		10 444	4 637	8 296
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 679 229	10 807 503	10 653 812

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

Belopp i Tkr	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Geografisk region			
Indien	360 423	316 847	1 350 600
Mellanöstern och Afrika	68 923	53 500	253 512
Övriga världen	67 532	56 841	259 106
Intäkter från avtal med kunder	496 878	427 188	1 863 218

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

Belopp i Tkr	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Typ av tjänst			
Annonsintäkter	334 352	317 664	1 344 598
Användarintäkter	81 975	58 405	267 821
Truecaller for Business	79 220	49 548	244 943
Övriga intäkter	1 331	1 571	5 856
Intäkter från avtal med kunder	496 878	427 188	1 863 218

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2025

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	7 384	7 384
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	124 977	124 977
Kundfordringar	-	132 040	132 040
Kortfristiga placeringar	934 991	-	934 991
Likvida medel	-	461 980	461 980
Totalt	967 689	726 381	1 694 069
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	62 322	62 322
Villkorad tilläggsköpeskilling	9 338	-	9 338
Totalt	9 338	62 322	71 660

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	15 096	15 096
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	127 584	127 584
Kundfordringar	-	86 149	86 149

Kortfristiga placeringar	954 638	-	954 638
Likvida medel	-	591 856	591 856
Totalt	987 336	820 685	1 808 021

FINANSIELLA SKULDER

Leverantörsskulder	-	39 922	39 922
Villkorad tilläggsköpeskillning	9 161	-	9 161
Totalt	9 161	39 922	49 083

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 nettnig.

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	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Ingående balans	827 950	941 256	941 256
Investering kortfristiga placeringar	100 000	-	250 000
Försäljning av kortfristiga placeringar	-	-	-400 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	7 041	13 382	36 694
Utgående balans	934 991	954 638	827 950

Villkorad tilläggsköpeskillning

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

Villkorad

tilläggsköpeskillning, Tkr	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Ingående balans	10 307	8 404	8 404
Anskaffningsvärde	-	-	-
Utbetalning	-	-	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	-969	757	1 903
Utgående balans	9 338	9 161	10 037

Finansiella anläggningstillgångar

Koncernens finansiella anläggningstillgångar består av investeringen i Mayhem Studios som gjordes under det andra kvartalet 2023. De finansiella anläggningstillgångarna tillhör nivå 3 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	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-26,7	-10,5	-55,9
Sociala avgifter	-22,4	-0,8	-17,8
Kostnader för incitamentsprogram	-49,1	-11,3	-73,8

Not 6. Egna aktier

Truecaller har under 2024 köpt tillbaka 3 945 332 B-aktier för 143,4 miljoner kronor inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna aktier per 2024-12-31 uppgår till 3 945 332 B-aktier och 6 100 000 C-aktier.

Not 7. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har gjorts under perioden.

Not 8. Händelser efter rapportperiodens slut

Efter rapportperiodens slut passerade Truecaller 450 miljoner månatliga aktiva användare.

Inför den kommande bolagsstämma föreslår valberedningen omval av den befintliga styrelsen samt nyval av Aruna Sundararajan som styrelseledamot. Styrelsen har föreslagit en utdelning om 1,70 SEK per aktie samt cancellation av cirka 3,9 miljoner återköpta B-aktier.

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, 2025-05-08

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Rishit Jhunhunwala
VD

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	2025 jan-mar	2024 jan-mar	2024 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal			
Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
Minus förmedlingskostnader	-112,6	-104,4	-441,7
Bruttoresultat	384,3	322,8	1 421,5
Dividerat med Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
Bruttomarginal	77,3%	75,6%	76,3%
EBITDA och EBITDA-marginal			
Rörelseresultat (EBIT)	133,6	138,0	632,1
Exklusive av- och nedskrivningar	15,4	13,0	52,1
EBITDA	149,0	151,0	684,2
Dividerat med Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
EBITDA-marginal	30,0%	35,4%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal			
Rörelseresultat (EBIT)	133,6	138,0	632,1
Dividerat med Nettoomsättning	496,9	427,2	1 863,2
Rörelsemarginal	26,9%	32,3%	33,9%
Soliditet			
Summa Eget kapital	1 610,4	1 823,3	1 506,4
Dividerat med Summa tillgångar	2 058,4	2 204,1	1 955,5
Soliditet	78,2%	82,7%	77,0%