

Delårsrapport 1 januari – 30 juni 2007

Solid utveckling av försäljning och bruttoresultat, med en stabil bruttomarginal.

Ett viktigt strategiskt förvärv inom sökmotorannonsering genomfördes den 25 juli mot kontant betalning om cirka 770 miljoner kronor.

April - juni

- Omsättningen under andra kvartalet ökade med 27,9 procent till 512,6 (400,9) MSEK.
- Bruttoresultatet under andra kvartalet ökade med 25,4 procent till 143,0 (114,0) MSEK.
- Bruttoresultatet från transaktioner ökade med 31,0 procent till 112,3 (85,7) MSEK tack vare förbättrade transaktionsmarginaler.
- Rörelseresultatet exklusive aktierelaterade kostnader för andra kvartalet ökade med 14,0 procent till 47,9 (42,0) MSEK. Rörelseresultatet (EBIT) inklusive aktierelaterade kostnader avseende befintliga optionsprogram för andra kvartalet minskade med 11,0 procent till 40,3 (45,3) MSEK.
- Den justerade rörelsemarginalen under andra kvartalet uppgick till 9,3 (10,5) procent.
- Resultat efter skatt under andra kvartalet uppgick till 30,6 (33,7) MSEK.
- Rapporterad vinst per aktie uppgick till 1,07 (1,18) SEK efter utspädning.

Januari - juni

- Omsättningen under perioden ökade med 29,0 procent till 1 033,8 (801,3) MSEK.
- Bruttoresultatet för perioden ökade med 27,9 procent till 282,7 (221,1) MSEK.
- Rörelseresultatet exklusive aktierelaterade kostnader för perioden ökade med 17,3 procent till 96,2 (82,0) MSEK. Rörelseresultatet (EBIT) inklusive aktierelaterade kostnader avseende befintliga optionsprogram för perioden minskade med 1,2 procent till 81,0 (82,0) MSEK.
- Den justerade rörelsemarginalen för perioden var 9,3 (10,2) procent.
- Resultat efter skatt för perioden uppgick till 58,6 (54,4) MSEK.
- Rapporterad vinst per aktie uppgick till 2,05 (1,91) SEK efter utspädning.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- Den 25 juli förvärvade TradeDoubler 100 procent av aktierna i The IMW Group och dess dotterbolag The Search Works – Storbritanniens största bolag inom sökmotorannonsering, samt The Technology Works, och stärker därmed avsevärt sitt erbjudande inom sektorn för digital marknadsföring.
- TradeDoubler öppnade ett nytt kontor på Irland.

Om TradeDoubler

Det pan-europeiska företaget TradeDoubler erbjuder lösningar inom prestationsbaserad marknadsföring på Internet. TradeDoublers produkter och tjänster förser företag med verktyg och kunskap att generera resultat på nätet oavsett om det handlar om att driva försäljning eller öka varumärkeskänedom. Huvudkontoret ligger i Sverige och företaget har en unik europeisk räckvidd med lokalkontor i 16 europeiska länder och en närvaro i ytterligare tre länder. TradeDoubler har en bredd av expertis och täcker in flera olika branscher. Med hjälp av ett nätverk med över 118 000 webbsajter hjälper TradeDoubler fler än 1 200 annonsörer runt om i Europa att leverera resultat på nätet. Idag har företaget lokala och internationella kunder som Apple Store, Dell, Telia Sonera, eBay och Kelkoo. För ytterligare information, se företagets hemsida www.tradedoubler.se.

TradeDoubler

Historiskt sett har bolaget haft en högre kostnadsbas under årets första hälft. Även under första halvåret 2007 sågs en ökning av investeringarna. Under det andra kvartalet 2007 skedde en rad rekryteringar till verksamheten över hela Europa i syfte att säkra framtida tillväxt. Med resurserna på plats kommer fokus framöver att ligga på att leverera den fulla potentialen ur TradeDoublers samtliga tillgångar. Den huvudsakliga delen av årets investeringar är nu genomförda.

Med det strategiskt viktiga förvärvet av IMW går TradeDoubler in i ett nytt marknadssegment vilket öppnar för fortsatt expansion av koncernen.

Marknad

Enligt nyligen publicerade siffror från comScore, spenderar den genomsnittlige europeiska internetanvändaren cirka 24 timmar per månad online. Med mer än 40 procent av Europas invånare online, har ett ökat användande av bredband lett till att europeiska internetanvändare nu spenderar mer tid online än amerikanska.

Den del av marknadsföringsbudgeten som läggs på onlineannonsering har varit oproportionerligt låg jämfört med den andel av sin medietid konsumenter spenderar online. Denna skillnad fortsätter dock att minska i takt med att annonsörer lägger en allt större andel av sin marknadsföringsbudget på onlineannonsering.

Nyligen lanserade siffror från Forrester Research pekar på att den budget som annonsörer spenderar online kommer att dubblas fram till 2012 och uppgå till 16 miljarder euro. Andelen av den totala europeiska annonsbudgeten som spenderas online kommer att öka från dagens 9 procent till 18 procent 2012. Internet väntas bli det snabbast växande globala annonsmediet de närmaste åren och tros driva den totala reklamtillväxten i en tid då vissa övriga kanaler antingen stagnerar eller går tillbaka på vissa europeiska marknader.

Med sin omfattande erfarenhet och expertis inom digital marknadsföring, hjälper TradeDoubler annonsörer som vill investera en större andel av sin budget online att optimera satsningarna i denna kanal och att följa med i den snabba utvecklingen inom denna bransch.

I takt med att internetanvändare spenderar allt mer tid online känner de sig också säkrare när de handlar online och spenderar mer pengar på onlinetransaktioner. Internetanvändare ställer också högre krav på onlineupplevelsen och är mycket mer mottagliga för onlineannonsering om budskapet är relevant för dem. TradeDoublers nyligen lanserade funktion för kontextuell annonsering ger annonsörerna möjlighet att automatiskt publicera reklam intill webbsideinnehåll som är relaterat till de produkter eller tjänster företaget säljer. Detta ökar sannolikheten för att internetanvändarna kommer att vara intresserade av de produkter eller tjänster som erbjuds.

Ett ökat användande av bredband erbjuder annonsörer möjligheten att på ett mer aktivt sätt interagera med sin målgrupp. Framsteg inom rich media och funktioner såsom videostreaming möjliggör för annonsörer att erbjuda kunderna förbättrade onlineupplevelser och att nå ut till sina målgrupper på ett mer effektivt sätt.

Sökmotorannonsering är fortfarande den klart dominerande kanalen för onlinemarknadsföring medan affiliate marketing ofta är onlineannonsörernas andrahandsval. I takt med att marknadschefer kräver ett större ansvar från leverantörer av tjänster för digital annonsering, har prestationsbaserad marknadsföring hamnat allt mer i rampljuset.

Då konkurrensen och konsolideringen inom industrin ökar strävar TradeDoubler efter att stärka och expandera sitt erbjudande på både geografisk och produktnivå. TradeDoublers portfölj av prestationsbaserade produkter uppfyller nu ett brett spektrum av behov från annonsörerna. Genom att använda TradeDoublers affiliate- och kampanjprodukter, td Reach, td Push och td Pull, kan annonsörer nå breda målgrupper av internetanvändare, liksom mer nischade målgrupper, öka varumärkeskännedom, samt driva direkt svar i form av klick, leads eller försäljning. Förvärvet av IMW Group möjliggör för TradeDoubler att bredda erbjudandet till den snabbväxande och dominerande sökmotorannonseringskanalen.

Medan rese- och finansbranschen har varit bland de mest framgångsrika i att använda onlineannonsering, har TradeDoublers produkt td Talk som lanserades under året breddat möjligheterna inom onlineannonsering till att även passa företag som vill sälja mer komplexa produkter där ett telefonsamtal är nödvändigt för att fullfölja en affär.

Internets förmåga att detaljerat och korrekt följa upp avkastningen på marknadsföringsinvesteringar stödjer den prestationsbaserade marknadsföringsmodellen. TradeDoublers td Toolbox-produkt erbjuder annonsörer en pålitlig, skalbar och oberoende lösning för att spåra, mäta, optimera och analysera samtliga onlinemarknadsföringsaktiviteter, och kan därigenom hjälpa dem att öka sin onlineförsäljning på ett kostnadseffektivt sätt.

Produkter och tjänster

Det förändringsarbete som inleddes i början av året fortsätter, med inriktning på att optimera och anpassa funktionerna i TradeDoublers produkter efter kundernas behov. Därmed stärks td-produktutvecklingen ytterligare.

Inom td Pull har fokus legat på att förbättra användbarheten, länkningsflexibiliteten, samt ökad transparens för publishers. Förändringarna kommer att göra TradeDoubler till ett mer attraktivt alternativ för webbsidepartners, då de väljer mellan olika nätverk att samarbeta med. Rapporteringen har förbättrats vilket resulterat i en ökad förmåga att ange exakt när en publisher kommer att få betalt för en specifik försäljning eller lead som genererats. Annonserernas länkgeneratorer har förbättrats för att göra det enklare för publishers att finna rätt kreativ lösning, samt ge full insyn i vilken grad av kreativ frihet annonsörerna erbjuder. Dessutom låter produkten nu pålitliga publishers få ett direkt godkännande från annonsörer, vilket möjliggör snabbare publicering av annonser hos viktiga publishers. Med ett utökat antal språk per produkt, kan TradeDoubler nu erbjuda flerspråkiga shopping directories, på marknader såsom Belgien och Schweiz. För att öka effektiviteten för annonsörerna inom client service-området, lanseras snart ett betatest av automatiserad, klientspecifik rapportering. Denna egenskap, som låter medarbetare fokusera ännu mer på värdeskapande aktiviteter, har tagits emot väl av annonsörer.

Inom td Push och Reach har ett antal produktutvecklingsinitiativ tagits, med syfte att förbättra den interna effektiviteten. Våra beräkningar visar att vi har möjligheten att väsentligt förbättra effektiviteten. Vi har byggt upp och utvecklat vår förmåga att hantera "lead capture"-kampanjer, vanligen i syfte att samla data om konsumenter och företag, så att de kan användas av annonsören vid senare tillfälle, med särskilt tillstånd, för direktmarknadsföring. Detta representerar ett snabbt växande segment av marknaden och med anpassade funktioner är TradeDoubler väl positionerade att ta del av denna tillväxt.

Produkten td Toolbox har nu fler funktioner kopplade till ad serving. Framtida möjligheter, särskilt med tanke på konsolideringstrenden, är betydande. Dessutom har TradeDoubler fokuserat ytterligare på att utveckla sin private network-funktion som gör det möjligt för annonsörer att bygga upp ett eget nätverk av publishers. Fokus har legat främst på att förenkla flytten av interna funktioner till Toolbox.

td Talk har förbättrats i många avseenden under det senaste kvartalet. Med den kommersiella lanseringen av en "click to call-funktion" kan användaren knappa in ett telefonnummer i ett fält och genom en knapptryckning kopplas till annonsörens kundtjänst. Denna funktion kommer att väsentligt förbättra den fortsatta lanseringen av produkten. Med ytterligare funktioner för att följa upp och registrera samtal i syfte att säkra kvaliteten, kan annonsören nu verifiera den försäljning som genererats via dessa aktiviteter. Dessa funktioner har utvecklats på begäran av nyckelkunder.

Omsättning

April – juni 2007

TradeDoublers omsättning fortsatte att öka under andra kvartalet 2007 och uppgick till 512,6 (400,9) miljoner kronor, en ökning med 27,9 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Transaktionsintäkter svarade för 481,9 (372,6) miljoner kronor av de totala intäkterna och övriga intäkter svarade för 30,7 (28,3) miljoner kronor. Övriga intäkter utgörs till största delen av start- och månadsavgifter samt konsultintäkter.

TradeDoublers bruttoresultat under andra kvartalet uppgick till 143,0 (114,0) miljoner kronor, en ökning med 25,4 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Transaktionsintäkterna bidrog med 112,3 (85,7) miljoner kronor och övriga intäkter med 30,7 (28,3) miljoner kronor.

Bruttomarginalen under andra kvartalet var 27,9 (28,4) procent, en ökning från 26,8 procent under årets första kvartal. Den positiva trenden, med kvartalsvis ökning, beror på en inriktning på kunder och produkter med högre marginal. Transaktionsmarginalen under andra kvartalet 2007 var 23,3 (23,0) procent, en ökning från 22,2 procent under årets första kvartal.

Omsättningstillväxten är resultatet av en fortsatt tillströmning av annonsörer samt ett ökat antal transaktioner. Den 30 juni uppgick antalet aktiva annonsörer (kunder) till 1 404 (1 145) och antalet aktiva publishers i TradeDoublers nätverk uppgick till 114 651 (114 977).

Januari – juni 2007

Koncernens intäkter ökade med 29,0 procent under perioden till 1 033,8 (801,3) miljoner kronor.

Transaktionsintäkter svarade för 972,3 (746,0) miljoner kronor av de totala intäkterna, och övriga intäkter var 61,5 (55,3) miljoner kronor.

Bruttoresultatet ökade med 27,9 procent under perioden och uppgick till 282,7 (221,1) miljoner kronor. Transaktioner svarade för 221,2 (165,8) miljoner kronor och övriga intäkter för 61,5 (55,3) miljoner kronor.

Bruttomarginalen under perioden uppgick till 27,3 (27,6) procent.

Omsättning per produktområde

MSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	Förändring (%)	jan-jun 2007	jan-jun 2006	Förändring (%)	jan-dec 2006
Transaktionsintäkter	481,90	372,6	29,3%	972,3	746,0	30,3%	1 629,8
Övriga intäkter	30,70	28,3	8,5%	61,5	55,3	11,2%	114,3
Totalt	512,6	400,9	27,9%	1 033,8	801,3	29,0%	1 744,1

Bruttoresultat per produktområde

MSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	Förändring (%)	jan-jun 2007	jan-jun 2006	Förändring (%)	jan-dec 2006
Transaktionsintäkter	112,3	85,7	31,0%	221,2	165,8	33,4%	366,0
Övriga intäkter	30,7	28,3	8,5%	61,5	55,3	11,2%	114,3
Totalt	143,0	114,0	25,4%	282,7	221,1	27,9%	480,3

Omsättning per marknad

April – juni 2007

Samtliga geografiska marknader fortsatte att växa under andra kvartalet 2007. I Storbritannien ökade omsättningen med 28,4 (37,0) procent jämfört med andra kvartalet föregående år. I Frankrike och Tyskland var ökningen 19,5 (83,3) procent respektive 16,1 (68,8) procent. I Frankrike beror ökningen under andra kvartalet främst på kampanjer riktade mot såväl befintliga som nya kunder.

I övriga Europa exklusive Norden ökade omsättningen med 40,1 (89,1) procent jämfört med andra kvartalet föregående år.

Den nordiska marknaden ökade med 23,3 (45,0) procent jämfört med andra kvartalet föregående år. Under andra kvartalet genererades 93,6 (91,0) procent av försäljningen utanför Sverige.

Januari – juni 2007

Samtliga geografiska marknader fortsatte att växa. I Storbritannien ökade försäljningen under perioden med 29,2 (53,5) procent jämfört med motsvarande period föregående år. I Frankrike och Tyskland var ökningen 15,0 (104,4) procent respektive 36,9 (65,5) procent. I övriga Europa exklusive Norden ökade försäljningen med 43,6 (106,3) procent jämfört med motsvarande period föregående år. Den nordiska marknaden växte med 21,8 (61,6) procent jämfört med motsvarande period föregående år. Under de första sex månaderna 2007 genererades 93,2 (90,9) procent av bolagets försäljning utanför Sverige.

Storbritannien

MSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	Förändring (%)	jan-jun 2007	jan-jun 2006	Förändring (%)	jan-dec 2006
Omsättning	209,7	163,3	28,4%	430,7	333,3	29,2%	728,8
Bruttoresultat	53,2	42,0	26,7%	108,2	86,0	25,9%	185,6

Övriga Europa

MSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	Förändring (%)	jan-jun 2007	jan-jun 2006	Förändring (%)	jan-dec 2006
Frankrike	79,2	66,3	19,5%	160,1	139,3	15,0%	297,2
Tyskland	31,7	27,3	16,1%	66,1	48,3	36,9%	118,2
Övriga Europa exklusive Norden	120,5	86,0	40,1%	233,3	162,5	43,6%	354,9
Summa omsättning	231,4	179,6	28,8%	459,5	350,1	31,3%	770,3
Bruttoresultat	65,2	51,0	27,8%	126,4	95,0	33,1%	210,0

Norden

MSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	Förändring (%)	jan-jun 2007	jan-jun 2006	Förändring (%)	jan-dec 2006
Norden	71,5	58,0	23,3%	143,6	117,9	21,8%	245,0
Summa omsättning	71,5	58,0	23,3%	143,6	117,9	21,8%	245,0
Bruttoresultat	24,6	21,0	17,1%	48,0	40,1	19,8%	84,7

Resultat

April – juni 2007

Rörelseresultatet (EBIT) under andra kvartalet uppgick till 40,3 (45,3) miljoner kronor, motsvarande en rörelsemarginal om 7,9 (11,3) procent.

Under det andra kvartalet 2007 har resultatet påverkats negativt av kostnader avseende samtliga befintliga optionsprogram. Under andra kvartalet har dessa kostnader ökat försäljningskostnaderna med -7,6 (+3,3) miljoner kronor.

Rörelsemarginalen justerat för aktierelaterade kostnader uppgick till 9,3 (10,5) procent av omsättningen och 33,5 (36,9) procent av bruttoresultatet.

Kostnadsbasen har påverkats främst av rekryteringen av säljpersonal och under resterande del av året kommer rekrytering att ske endast i begränsad omfattning.

Engångskostnader under andra kvartalet uppgick till 1,8 (1,0) miljoner kronor och avser främst kostnader kopplade till personal och transaktioner.

Resultat efter skatt för perioden uppgick till 30,6 (33,7) miljoner kronor.

Januari – juni 2007

Rörelseresultatet (EBIT) under perioden uppgick till 81,0 (82,0) miljoner kronor, vilket motsvarar en rörelsemarginal om 7,8 (10,2) procent.

Under andra kvartalet har resultatet påverkats negativt av kostnader avseende de befintliga optionsprogrammen. För perioden har dessa kostnader ökat försäljningskostnaderna med 15,2 (0,0) miljoner kronor.

Rörelsemarginalen justerad för aktierelaterade kostnader under perioden uppgick till 9,3 (10,2) procent av omsättningen och 34,0 (37,1) procent av bruttoresultatet.

Engångskostnader under perioden uppgick till 3,8 (3,0) miljoner kronor.

Resultat efter skatt för perioden uppgick till 58,6 (54,4) miljoner kronor.

Vinst per aktie

Vägt genomsnittligt antal aktier efter utspädning uppgick till 28 544 803 vilket resulterade i en vinst per aktie om 1,07 (1,18) SEK under andra kvartalet. Vinsten per aktie uppgick under perioden till 2,05 (1,91) SEK.

Finansiell ställning och kassaflöde

Likvida medel uppgick den 30 juni 2007 till 392,3 (312,8) miljoner kronor. Likvida medel vid årets slut 2006 uppgick till 433,1 miljoner kronor. Koncernen har inte några långfristiga lån eller bankkrediter.

Kassaflödet från rörelsen före förändringar i rörelsekapitalet uppgick under andra kvartalet till 49,6 (45,0) miljoner kronor. Ökningen beror på det förbättrade bruttoresultatet. Förändringen i rörelsekapitalet under andra kvartalet var 13,0 (-23,9) miljoner kronor och utgjordes främst av minskade kundfordringar i förhållande till kortfristiga skulder till partners. Förändringen i rörelsekapitalet under rapportperioden var 9,0 (31,7) miljoner kronor.

Investeringarna i materiella tillgångar under andra kvartalet uppgick till 2,0 (2,3) miljoner kronor och avser främst investeringar i datorutrustning. Under perioden uppgick investeringar i materiella tillgångar till 4,3 (3,3) miljoner kronor.

Kassaflödet under det andra kvartalet uppgick till -79,6 (19,1) miljoner kronor. Kassaflödet under perioden uppgick till -46,1 (99,7) miljoner kronor. Under perioden påverkades kassaflödet negativt av en utdelning till aktieägarna om 140,1 (0,0) miljoner kronor.

Väsentliga händelser under perioden

Under perioden har en utdelning om 140,1 (0,0) miljoner kronor betalats till aktieägarna. Förändringar på ledande positioner som skett nyligen är utnämningen av Andreas Bernström till COO, Ulrika Wahlöf till HR Director och Casper Seifert till CFO.

Medarbetare

Den 30 juni 2007 hade TradeDoubler 429 (295) medarbetare av vilka 32 (37) procent är kvinnor. Under perioden rekryterade TradeDoubler ytterligare 78 (38) medarbetare varav 42 (6) under andra kvartalet. Merparten av nyanställningarna skedde inom lokala dotterbolag för att stärka försäljnings- och supportfunktioner samt teknik- och produktutveckling.

Det genomsnittliga antalet anställda under andra kvartalet var 412 (292) och under perioden 392 (284). Den huvudsakliga andelen nyrekryteringar har nu genomförts och endast ett fåtal rekryteringar kommer att ske under återstoden av året.

Risker och osäkerhetsfaktorer

TradeDoublers verksamhet omfattar utvecklingen av avancerad mjukvara och tjänster kopplade till denna. Verksamheten expanderar snabbt och internationellt. Utöver relationer med kunder och leverantörer inkluderar företagets risker, men begränsas inte till: nivån på acceptans från kunderna för befintliga och uppgraderade produkter och tjänster; tillväxten i efterfrågan för företagets produkter; företagets relationer med tredjepartsleverantörer, samt företagets förmåga att göra korrekta prognoser för och hantera försäljningsvolymen i olika valutor. Dessa risker är gemensamma för koncernen och moderbolaget.

Transaktioner med relaterade bolag

Inga väsentliga transaktioner mellan koncernens bolag eller med moderbolaget har skett under perioden. Relaterade bolag med vilka koncernen har transaktioner finns upptagna i årsredovisningen för 2006, not 25.

Moderbolaget

Moderbolagets omsättning under andra kvartalet ökade med 36,7 procent till 80,7 (59,1) miljoner kronor. Omsättningen består huvudsakligen av licensavgifter från dotterbolagen. Motsvarande ökning för perioden var 39,2 procent till 152,7 (109,7) miljoner kronor.

Resultatet efter finansiella poster för andra kvartalet uppgick till 37,0 (26,4) miljoner kronor och resultatet efter finansiella poster för perioden uppgick till 66,2 (46,2) miljoner kronor. Likvida medel uppgick den 30 juni 2007 till 232,1 (101,8) miljoner kronor. Likvida medel vid årets slut 2006 uppgick till 159,6 miljoner kronor.

Investeringar i materiella tillgångar under andra kvartalet uppgick till 1,2 (1,3) miljoner kronor och under perioden till 1,8 (1,8) miljoner kronor.

Medelantalet anställda under andra kvartalet uppgick till 98 (75) och för perioden till 95 (74).

Under det andra kvartalet och under perioden genomfördes en utdelning till aktieägarna om 140,1 (0,0) miljoner kronor.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

TradeDoubler har förvärvat samtliga aktier i Interactive Marketing Works Ltd och dess dotterbolag ("The IMW Group") mot en kontant betalning om cirka 56 miljoner pund. IMW Groups dotterbolag inkluderar The Search Works, som är det ledande bolaget inom sökmotorannonsering i Storbritannien, samt The Technology Works, en teknikleverantör med närvaro i Europa och Asien. Förvärvet är strategiskt viktigt för koncernen och markerar TradeDoublers expansion inom produkter och geografisk närvaro inom den digitala mediemarknaden. IMW kommer att expandera sin verksamhet på TradeDoublers marknader under 2008 och 2009. Ytterligare information kring förvärvet presenteras i ett separat pressmeddelande samt i delårsrapporten för kvartal tre.

Efter periodens slut har ett nytt kontor öppnats i Dublin, vilket ytterligare stärker TradeDoublers närvaro på Irland.

Utsikter för 2007

Under 2007 har TradeDoubler reviderat sin strategi och som en följd av detta stärkt sitt engagemang i att investera i företagets fortsatta tillväxt för att säkra bolagets långsiktiga potential. Under perioden har detta resulterat i en ökad kostnadsbas och, efter perioden, i förvärvet av the IMW Group. TradeDoublers fortsatta målsättning är att företaget ska växa åtminstone i samma takt som den underliggande marknaden.

Kommande rapportdagar

Delårsrapport för kvartal 3 2007

26 oktober 2007

Bokslutskommuniké för 2007

31 januari 2008

En telefonkonferens kommer att hållas klockan 10:30 CET den 26 juli 2007, där Vd William Cooper och CFO Casper Seifert presenterar resultaten för perioden. För att delta i konferenssamtalet, ring: +46 8 5052 0110.

Rapporten och presentationen kommer att publiceras på företagets hemsida, www.tradedoubler.com, inför konferenssamtalet. För lokala telefonnummer se TradeDoublers hemsida.

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar härmed att delårsrapporten ger en korrekt översikt över Moderbolagets och Koncernens verksamheter, finansiella ställning och resultat, samt att den beskriver de väsentliga risker och osäkerheter som Moderbolaget och bolagen inom Koncernen har att hantera.

Stockholm, 25 juli 2007

Kjell Duveblad
Styrelseordförande

Lars Lundquist
Vice styrelseordförande

Elisabet Annell

Kristofer Arwin

Felix Hagnö

Martin Henricson

Rolf Lydahl

Lars Stugemo

William Cooper
President och CEO

För ytterligare information, vänligen kontakta

William Cooper, CEO	+46-8-405 08 00
Casper Seifert, CFO	+46-8-405 08 27

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Koncernens resultaträkning

	apr-jun 2007	apr-jun 2006	jan-jun 2007	jan-jun 2006	jan-dec 2006
KSEK					
Omsättning	512 622	400 863	1 033 768	801 323	1 744 080
Kostnad sålda tjänster (ersättning till publishers)	-369 573	-286 849	-751 113	-580 237	-1 263 783
Bruttoresultat	143 049	114 014	282 655	221 086	480 297
Försäljningskostnader	-74 349	-45 847	-142 252	-92 813	-200 110
Administrationskostnader	-21 915	-18 623	-46 372	-37 710	-72 041
Utvecklingskostnader	-6 484	-4 251	-12 997	-8 542	-18 080
Rörelseresultat	40 301	45 293	81 034	82 021	190 066
Finansnetto	2 504	1 068	4 987	2 014	8 134
Resultat före skatt	42 805	46 361	86 021	84 035	198 200
Skatt på periodens resultat	-12 217	-12 678	-27 406	-29 636	-57 814
Periodens resultat	30 588	33 683	58 615	54 399	140 386
Vinst per aktie (SEK)	1,09	1,24	2,09	2,01	5,13
Vinst per aktie efter utspädning (SEK)	1,07	1,18	2,05	1,91	4,93
Vägt genomsnittligt antal aktier före utspädning	28 015 287	27 172 035	28 015 287	27 124 118	27 350 907
Vägt genomsnittligt antal aktier efter utspädning	28 544 803	28 588 773	28 545 657	28 540 151	28 479 075
Antal aktier vid periodens slut	28 015 287	27 335 001	28 015 287	27 335 001	27 954 837
Antal aktier vid periodens slut efter utspädning	29 345 583	28 588 773	29 345 583	28 588 773	28 588 773

Koncernens balansräkning

KSEK	30 jun 2007	30 jun 2006	31 dec 2006
TILLGÅNGAR			
Anläggningsstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12 025	13 405	12 715
Materiella anläggningstillgångar	12 660	10 182	11 558
Finansiella anläggningstillgångar	803	803	803
Uppskjuten skattefordran	3 207	7 043	2 263
	28 695	31 433	27 339
Omsättningsstillgångar			
Kundfordringar	374 770	277 446	417 514
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	7 989	3 896	6 453
Övriga kortfristiga fordringar	32 226	16 773	30 316
Likvida medel	392 326	312 790	433 082
	807 311	610 905	887 365

SUMMA TILLGÅNGAR	836 006	642 338	914 704
-------------------------	----------------	----------------	----------------

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital	283 563	241 644	348 965
Långfristiga skulder			
Uppskjuten skatteskuld	-	3 754	3 562
Övriga avsättningar	2 200	6 500	-
	2 200	10 254	3 562
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder	5 926	11 065	12 662
Kortfristiga skulder till publishers	268 472	189 062	270 374
Skatteskulder	42 271	27 394	26 325
Övriga kortfristiga skulder	183 610	118 399	196 949
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	39 464	36 020	45 367
Övriga avsättningar	10 500	8 500	10 500
	550 243	390 440	562 177

SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	836 006	642 338	914 704
---------------------------------------	----------------	----------------	----------------

Förändring i eget kapital

KSEK	apr-jun 2007 2006		jan-jun 2007 2006		jan - dec 2006
Eget kapital, ingående balans	386 266	213 627	348 965	188 562	188 562
Periodens omräkningsdifferenser	719	-1 522	3 106	-2 950	-6 745
Periodens resultat	30 588	33 683	58 615	54 399	140 386
Nyemissioner	-	-	-	169	8 225
Utdelning	-140 076	-	-140 076	-	-
Aktierelaterade ersättningar reglerade med egetkapitalinstrument	6 066	732	12 953	1 464	2 928
Skatteeffekt av optionsutnyttjande 1)	-	-	-	-	15 609
Summa eget kapital vid periodens slut	283 563	246 520	283 563	241 644	348 965

1) Avdrag erhålls i UK vid optionsutnyttjande för en beräknad optionskostnad

Koncernens kassaflöde

KSEK	apr-jun 2007	2006	jan-jun 2007	2006	jan-dec 2006
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	42 804	46 361	86 021	84 035	198 201
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	9 605	-2 659	19 125	-159	3 337
Betald inkomstskatt	-2 850	1 323	-15 899	695	-4 903
Kassaflöde från den löpande verksamheten					
före förändringar i rörelsekapital	49 559	45 025	89 247	84 571	196 635
Förändring i rörelsekapital	12 960	-23 921	9 038	31 670	32 533
Kassaflöde från den löpande verksamheter	62 519	21 104	98 285	116 241	229 168
Investeringsverksamheten					
Förvärv av dotterbolag	-	345	-	-13 405	-9 900
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-2 035	-2 303	-4 273	-3 321	-7 301
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 035	-1 958	-4 273	-16 726	-17 201
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	-	-	-	169	8 225
Utdelning	-140 076	-	-140 076	-	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-140 076	-	-140 076	169	8 225
KASSAFLÖDE FÖR PERIODEN	-79 592	19 146	-46 064	99 684	220 192
Likvida medel vid periodens början	471 996	296 997	433 082	218 348	218 348
Kursdifferenser i likvida medel	-78	-3 353	5 308	-5 242	-5 458
Likvida medel vid periodens slut	392 326	312 790	392 326	312 790	433 082
Justering för ej kassapåverkande kostnader					
Avskrivning	2 039	1 609	3 972	2 827	6 409
Kostnader av engångskaraktär avseende marknadsnotering	-	-1 000	-	-2 950	-
Personal kostnader, inklusive sociala kostnader avseende optionsprogram	7 566	-3 268	15 153	-36	-3 072
Summa ej kassapåverkande kostnader	9 605	-2 659	19 125	-159	3 337

Kvartalsresultat

	jan-mar 2006	apr-jun 2006	jul-sep 2006	okt-dec 2006	jan-mar 2007	apr-jun 2007
KSEK						
Omsättning	400 460	400 863	426 918	515 838	521 146	512 622
Tillväxt under kvartalet (%)	17	0	6	21	1	-2
Kostnad sålda tjänster (ersättning till publishers)	-293 388	-286 849	-307 264	-376 282	-381 540	-369 573
Bruttoresultat	107 072	114 014	119 654	139 556	139 606	143 049
Tillväxt under kvartalet (%)	10	6	5	17	0	2
Försäljningskostnader	-46 966	-45 847	-50 194	-57 104	-67 903	-74 349
Administrationskostnader	-19 087	-18 623	-17 692	-16 638	-24 457	-21 915
Utvecklingskostnader	-4 291	-4 251	-4 832	-4 707	-6 513	-6 484
Rörelseresultat	36 728	45 293	46 936	61 107	40 733	40 301
Finansnetto	946	1 068	2 346	3 775	2 483	2 504
Resultat före skatt	37 674	46 361	49 283	64 882	43 216	42 805
Skatt på periodens resultat	-16 958	-12 678	-11 219	-16 959	-15 189	-12 217
Periodens resultat	20 716	33 683	38 064	47 923	28 027	30 588

Nyckeltal

	apr-jun 2007	apr-jun 2006	jan-jun 2007	jan-jun 2006	jan-dec 2006
KSEK					
Rörelsemarginal (%)	7,9	11,3	7,8	10,2	10,9
EBITDA	42 340	46 902	85 006	84 848	196 474
EBITDA marginal (%)	8,3	12,0	8,2	11,0	11,4
Soliditet (%)	33,9	37,6	33,9	37,6	38,0
Avkastning på eget kapital (%)	43,2	34,7	45,7	34,7	52,0
Antal anställda vid periodens slut	429	295	429	295	351
Genomsnittligt antal anställda under perioden	412	292	392	284	308

Noter till koncernens resultat.

1. Engångskostnader under det andra kvartalet uppgick till 1,8 (1,0) MSEK
2. Aktierelaterade kostnader avseende befintliga optionsprogram uppgick till 7,6 (+3,3) MSEK under andra kvartalet
3. Engångskostnader under perioden uppgick till 3,8 (3,0) MSEK
4. Aktierelaterade kostnader avseende befintliga optionsprogram uppgick till 15,2 (0,0) MSEK under perioden
5. Utdelning till aktieägarna den 1 juni på 140,1 MSEK

Moderbolaget

Moderbolagets resultaträkning

KSEK	apr-jun 2007	apr-jun 2006	jan-jun 2007	jan-jun 2006	jan-dec 2006
Omsättning	80 745	59 076	152 719	109 721	235 426
Kostnad sålda tjänster (ersättning till publishers)	-6 831	-4 708	-9 458	-7 844	-14 937
Bruttoresultat	73 914	54 368	143 261	101 877	220 489
Försäljningskostnader	-7 992	-5 104	-16 689	-9 148	-18 333
Administrationskostnader	-22 719	-18 562	-47 664	-37 953	-74 837
Utvecklingskostnader	-6 492	-4 291	-13 005	-8 543	-18 080
Rörelseresultat	36 711	26 411	65 903	46 233	109 239
Övriga ränteintäkter och liknande poster	329	0	328	0	1 906
Räntekostnader och liknande poster	-	-3	-	-52	-14
Resultat efter finansiella poster	37 040	26 408	66 231	46 181	111 131
Skatt på periodens resultat	-7 892	-6 668	-15 783	-13 335	-26 670
Periodens resultat	29 148	19 741	50 448	32 846	84 461

Moderbolagets balansräkning

KSEK	30 jun 2007	30 jun 2006	31 dec 2006
TILLGÅNGAR			
Anläggningsstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	6 481	6 020	6 639
Andelar i koncernföretag	46 587	43 599	46 587
Andra långfristiga värdepappersinnehav	536	536	536
Uppskjuten skattefordran	-	1 834	-
	53 604	51 989	53 762
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	4 434	5 216	3 596
Fordringar på koncernföretag	119 848	114 547	127 951
Övriga fordringar	6 353	756	1 085
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	2 413	1 989	3 550
Likvida medel	232 143	101 765	159 596
	365 191	224 273	295 778
SUMMA TILLGÅNGAR	418 795	276 262	349 540
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	166 364	196 322	255 993
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder	6 182	6 154	5 486
Skulder till koncernföretag	143 194	3 634	5 453
Aktuell skatteskuld	40 620	13 335	24 837
Övriga skulder	45 838	39 674	43 025
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	16 597	17 143	14 746
	252 431	79 940	93 547
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	418 795	276 262	349 540

Noter till moderbolagets resultat.

6. Utdelning till aktieägarna den 1 juni på 140,1 MSEK

Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och RR 31 Delårsrapportering för koncerner. Samma redovisningsprinciper har använts som i den senaste årsredovisningen. Redovisningsprinciperna framgår i not 1 i årsredovisningen för 2005. De nya eller reviderade IFRS-standarder eller IFRIC-tolkningar som trätt i kraft sedan 1 januari 2007 har inte fått någon effekt på koncernens resultat eller ställning.