

Delårsrapport 2, 2020 – Fortsatt tillväxt och bibehållen lönsamhet



Speqta AB (publ) delårsrapport för perioden 1 januari – 30 juni 2020 är nu offentliggjord och finns tillgänglig på:
<https://speqta.com/investors/financial-reports>

Väsentliga händelser under andra kvartalet

- Intäkterna ökade med 68% och uppgick till 42 942 tkr (25 633).
- EBITDA-resultatet ökade med 356% och uppgick till 23 625 tkr (5 186). Det justerade EBITDA-resultatet uppgick till 5 630 tkr (5 558).
- Segmentet AdTech ökade omsättningen med 35% och uppgick till 17 886 tkr (13 276). EBITDA ökade med 70% till 2 023 tkr (1 190), exkl mgmt fee och jämförelsestörande poster.
- Segmentet C&C ökade omsättningen med 103% och uppgick till 25 055 tkr (12 350). EBITDA ökade med 81% till 12 646 tkr (7 002).
- **C&C Affilijet & Aller Media.** Ett Affilijet samarbetsavtal med det ledande nordiska mediahuset Aller Media har tecknats. Avtalet innebär initialt att Speqta driver den digitala snabbväxaren Dagbladet.no's satsning på rabattkoder, men inom ramen för avtalet är parternas gemensamma mål är att utöka detta till fler attraktiva vertikaler över tid. Speqta har idag genom Affilijet liknande samarbeten med Expressen och Nettavisen. Intäkterna från nya samarbetet byggs upp under tid allt eftersom trafik från framförallt sökmotorer tar fart. Samarbetet inleds under sommaren 2020 och intäkterna beräknas komma i slutet av 2020 och vara mer omfattande under 2021.
- **COVID-19 C&C Personal finance:** Lånemarknaden präglas av lägre efterfrågan på lån liksom ändrade kreditkrav från långivare vilket har påverkat Rahalaitos och våra affiliation-sajter negativt. I juni har dock marknaden börjat stabilisera sig och en återhämtning har påbörjats.
- **COVID-19 C&C Food & Beverage:** Vinklubben har initialt påverkats positivt till följd av ändrade konsumtionsmönster. Slutet av andra kvartalet innebar dock lägre volymer eftersom vinimportörerna hade färre projekt att marknadsföra.
- **COVID-19 C&C Vouchers & Best-in-test:** Vertikalen har haft en hög exponering mot resor och hotell där efterfrågan minskat, medan andra rabattkoder har dragit fördel av trenden med ökande e-handel. Speqta har jobbat med att justera mixen av kunder och produkten för att följa med skiftet i efterfrågan. Marknaden börjar nu stabilisera sig och sakta återgå till det mer normala.
- **COVID-19 AdTech positiva effekter:** Shopello's volymer har utvecklats positivt till följd av trenden med ökande e-handel. April hade den starkaste ökningen medan juni var lägre e-handel än förväntat vilket delvis beror på det fina vädret i Norden.
- **COVID-19 AdTech utmaningar:** Några e-handlare med fysiska affärer har minskat eller stoppat sin marknadsföring. Det har också varit utmanande att få potentiella nya kunder att ta beslut under pandemin kring Shopello BidBrain™. Det påverkar kortsiktig intäktstillväxten, men inte på medellång eller längre sikt eftersom AI-motorn är framtiden för trafikanskaffning inom exempelvis Google-annonsering.
- Avtalet med ABG Sundal Collier som likviditetsgarant för Speqtas aktie har avslutats.
- Årsstämman den 18 maj 2020 omvalde befintliga styrelseledamöterna Fredrik Burvall, Patrik Christiansen, Andreas Friis, Lisa Gunnarsson, André Lavold och Pär Sundberg, samt omvalde Fredrik Burvall som styrelseordförande. Årsstämman valde också till revisor det registrerade revisionsbolaget PricewaterhouseCoopers AB (PwC), som utsett Nicklas Renström som huvudansvarig revisor.

Väsentliga händelser efter perioden

- **Ny tillfällig reglering i Finland.** 1 juli införde Finland en tillfällig reglering av lånemarknaden som gäller året ut. Regleringen omfattar ett räntetak på 10 procent, vilket ger konsumenter möjligheten att jämföra och omförhandla befintliga lån. Detta innebär att Rahalaitos kan stärka sin position som den ledande finska låneförmedlaren och jämförelsesajten. Regleringen omfattar också ett förbud för direktmarknadsföring och det nya räntetaket är en sänkning från det befintliga räntetaket på 20 procent. Rahalaitos är redan idag fokuserat på indirekt marknadsföring och en majoritet av de utbetalade lånen har en ränta på under eller nära 10 procent. Starten av tredje kvartalet (från 1 juli) har inneburit ökade volymer jämfört med andra kvartalet vilket är en följd av denna reglering men även att COVID-19 effekten avtagit.
- **Adam Jonsson har rekryterats som ny CFO** och efterträder Ulrika Jones som lämnat bolaget. Adam kommer närmast från iGamingbolaget Enlabs som är noterat på First North Growth Market. Han tillträder tjänsten 16 november 2020. Svante Godén som har tidigare erfarenhet som CFO och seniora roller i bolag som Spotify, Storytel och A3 (tidigare AllTele) har utsetts till interimsc-FO.

VD kommenterar, kort summering

"Vår affärsmodell har visat sin styrka i en utmanande marknad"

Andra kvartalet 2020 är en period som under lång tid kommer att väcka mycket känslor i näringslivet. Trots detta ökade Speqtas omsättning med 68%, samtidigt som vi snabbt kunnat anpassat kostnaderna och behållit en god lönsamhet. Under pandemin har e-handelsvolymerna ökat starkt och vi hade en god organisk tillväxt i segmentet AdTech på +35%. Segmentet Content & Comparison påverkades negativt av pandemin i kvartalet. Vertikalen Personal Finance inom Content & Comparison bedömer vi kommer att återgå till normala nivåer i takt med att effekterna av pandemin ebbat ut.

Tillväxten och lönsamheten

I andra kvartalet ökade omsättningen med +68% till 42,9 mkr (25,6), vilket främst beror på förvärvet i första kvartalet 2020 av Rahalaitos, Finlands största online låneförmedlare. Vårt segment Speqta AdTech växte organiskt med ett växande intresse för vår AI-tjänst Shopello BidBrain™ som riktar sig till e-handlare. Koncernens organiska tillväxt uppgick till +2%, till följd av att segmentet Speqta Content & Comparison ("C&C") hade en tillfälligt negativ organisk utveckling till följd av COVID-krisen.

Justerad EBITDA blev 5,6 mkr (5,6) med en justerad EBITDA-marginal på 13% (22%) tack vare att vi är ett onlinebolag med stark underliggande tillväxt. Under pandemin har det tydligt visat sig vara en styrka att vara en låneförmedlare med jämförelsesajter eftersom vi inte bär några kreditrisker. Vi har snabbt kunnat dra ner marknadsföringskostnaderna och behålla en bra lönsamhet trots att finansbranschen haft svårigheter. Ojusterad EBITDA blev 23,6 mkr (5,2), positivt påverkad av att skulden för tilläggsköpeskillingen relaterad till förvärvet av Rahalaitos har skrivits ned i kvartalet med 21 mkr till följd av pandemin då målen för tilläggsköpeskillingen är högt satta.

AdTech: Ökad tillväxt för Shopello

I början av året lanserade vi vår nya AI-motor Shopello BidBrain™. Tjänsten innebär att e-handlaren inte längre behöver betala för klick som inte leder till köp, utan endast för klick som ger försäljning. Shopello BidBrain™ är banbrytande i sättet som man budar för trafik online och vi jobbar kontinuerligt med att utveckla tjänsten och Speqta för idag dialoger med de största e-handlarna om Shopello BidBrain™. Pandemin har lett till att intaget av nya kunder delvis försenats då många bolag har behövt hantera krisen. Vår bedömning är att vi under hösten kommer kunna accelerera intaget av nya kunder.

Speqta utvecklar nu också nästa generations AI-verktyg för mer effektiv och lönsammare e-handel som vi testkör med en av Nordens ledande e-handelsbutiker. Att en sådan aktör väljer Speqta är en bekräftelse på styrkan i vårt erbjudande och på vår kompetens. Det visar också att den tekniska utvecklingen aldrig står stilla och att marknadsledarna inom e-handel också behöver utveckla sig själva.

C&C: Mediehusens bästa vän – Affilijet

Under kvartalet tecknade vi ett samarbetsavtal med det ledande norska mediahuset Aller Media om prestationsbaserad marknadsföring. Avtalet innebär initialt att vi driver den digitala snabbväxaren Dagbladet.no's satsning på rabattkoder. Samarbetet innebär att Aller Media får intäkter från närliggande innehåll samtidigt som de utnyttjar den enorma potential som prestationsbaserade intäkter ger mediehusen. Vi kallar det för Affilijet och är en perfekt match – vi är experter på att driva högkvalitativa jämförelsesajter som tar vara på mediehusens starka ställning på sina respektive marknader medan de kan redaktionella kontexter och har starka varumärken och attraktiva läsargrupper.

Under kvartalet beslöt den finska riksdagen att tillfälligt reglera lånemarknaden från och med den 1 juli i år att gälla under 2020. Regleringen omfattar bland annat en sänkning av räntetaket från 20% till 10%. Vi välkomnar regleringen som gör det möjligt för konsumenterna att jämföra och omförhandla befintliga lån. Vi tror att det här är positivt för Rahalaitos som är Finlands ledande jämförelsesajt för lån. När räntorna reglerades i Finland hösten 2019 hade detta en positiv effekt på marknadsledaren Rahalaitos.

Vertikalen Personal Finance har påverkats av att konsumenterna inte tagit upp nya krediter i samma omfattning som tidigare under pandemin samtidigt som bankerna varit mer restriktiva kring utlåning. Rahalaitos har haft god kostnadskontroll under kvartalet och samtidigt fokuserat på att stärka sitt varumärke och ta marknadsandelar. Vinklubben har behållit sin ställning som en av de mest framgångsrika tjänsterna inom segmentet trots att vinimportörerna senarelagt nya lanseringar och haft vissa leveranssvårigheter.

Framtidsutsikter

Det pågår ett skifte i marknaden till prestationsbaserad marknadsföring. Vi har starka erbjudanden där vi hjälper e-handlare till det smartaste sättet att skaffa trafik till butiken och där vi stöttar konsumenter i att fatta beslut online. Med AI-motorn Shopello BidBrain™ har vi ett unikt erbjudande inom e-handel och genom våra samarbeten med Aller Media, Nettavisen och Expressen har vi visat att vi är mediehusens bästa vän i en bransch som upplever ett nytt onlinelandskap med möjligheter till nya intäktskällor. Vi ser också ljus på utvecklingen för vertikalen Personal Finance och Rahalaitos starka position på marknaden. Personal Finance, som står för majoriteten av det tillfälliga tappet, kommer att återgå till normala nivåer i takt med att effekterna av pandemin ebbat ut. Under juli och början av augusti har vi sett att efterfrågan på jämförelsesajter ökar igen och att marknaden stabiliseras.

I ett kvartal präglad av COVID-19 och en accelererad e-handel har efterfrågan på prestationsbaserad marknadsföring förstärkts. Allt fler e-

handlare ser fördelarna med att bara betala för trafik som leder till köp samtidigt som mediehusen upptäcker att det finns nya intäktströmmar. Med vårt attraktiva erbjudande har vi stärkt vår position under kvartalet vilket gör oss fortsatt trygga med att vi fortsätter växa och nå våra långsiktiga finansiella mål.

Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport januari – september: **17 november 2020**

Bokslutskommuniké: **23 februari 2021**

Denna information är sådan information som Speqta AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 25 augusti 2020 kl. 07:00 CET.

Kontakt:

Fredrik Lindros

VD, Speqta AB (publ)

fredrik.lindros@speqta.com

+46 723 10 66 66

www.speqta.com

Om Speqta

Speqtas erbjuder de bästa prestationsbaserade lead genererings-plattformarna med hjälp av data och AI, och ska växa organiskt samt via förvärv på nya och befintliga marknader. Bolaget har två affärsområden, Speqta AdTech samt Speqta Content & Comparison. Bolaget är listat på Nasdaq First North Premier Growth Market i Stockholm under namnet "speqt". Bolagets Certified adviser är Västra Hamnen Corporate Finance AB, telefonnummer: +46 40 20 02 50 e-mail: ca@vhcorp.se