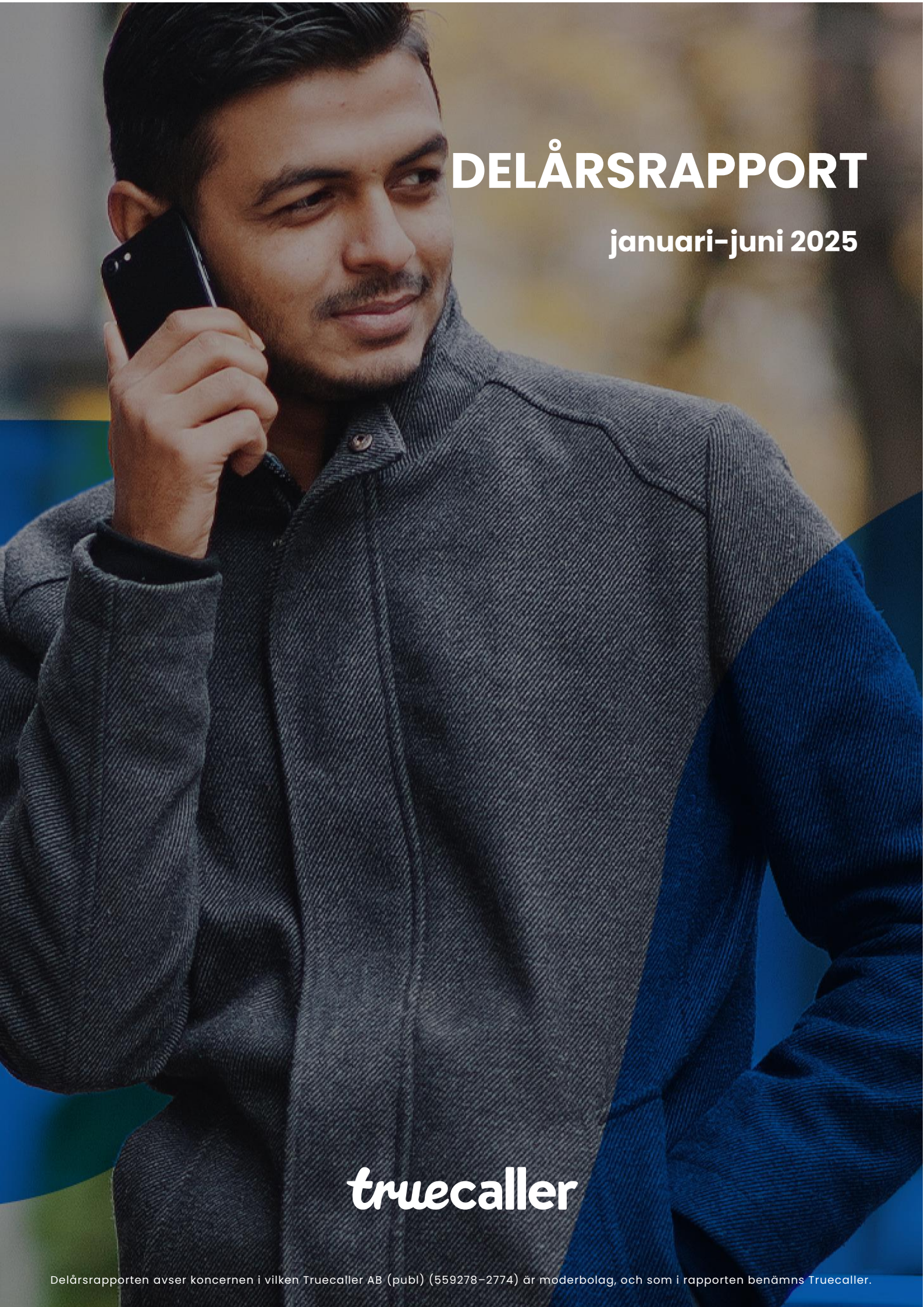


A man with dark hair and a light beard is shown from the chest up, wearing a grey textured jacket. He is holding a black smartphone to his ear with his right hand and looking slightly to his left with a pleasant expression. The background is blurred, suggesting an outdoor setting. The text 'DELÅRSRAPPORT' is overlaid in the top right in a large, white, sans-serif font.

DELÅRSRAPPORT

januari-juni 2025

truecaller

Delårsrapport januari-juni 2025

April-juni 2025 (Q2)

Jämförelsesiffror avser april-juni 2024

- **Nettoomsättningen** ökade med 9 procent och uppgick till 496,4 (455,9) Mkr. Nettoomsättningen i fasta valutor ökade med cirka 21 procent.
- **EBITDA** exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 20 procent och uppgick till 211,6 (176,9) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 42,6 (38,8) procent. I fast valuta var ökningen cirka 38 procent.
- **EBITDA** inklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 5 procent till 172,8 (164,7) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 34,8 (36,1) procent. I fast valuta var ökningen cirka 24 procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 118,0 (123,0) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,34 (0,35) kr före utspädning och 0,34 (0,35) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare (exklusive iOS)** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 55,3 miljoner till 426,6 (371,3) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 5 procent i Indien, med 23 procent i Mellanöstern och Afrika och med 18 procent i resten av världen.

Januari-juni 2025

Jämförelsesiffror avser januari-juni 2024

- **Nettoomsättningen** ökade med 12 procent och uppgick till 993,3 (883,1) Mkr. Nettoomsättningen i fasta valutor ökade med cirka 20 procent.
- **EBITDA** exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 21 procent och uppgick till 410,2 (339,2) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 41,3 (38,4) procent. I fasta valutor var ökningen cirka 32 procent.
- **EBITDA** inklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 2 procent till 321,8 (315,7) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 32,4 (35,7) procent. I fast valuta var ökningen cirka 13 procent.
- **Resultat efter skatt** uppgick till 219,7 (256,1) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,64 (0,74) kr före utspädning och 0,64 (0,74) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare (exklusive iOS)** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 53,9 miljoner till 419,3 (365,2) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 9 procent i Indien, med 25 procent i Mellanöstern och Afrika och med 18 procent i resten av världen.

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2025 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Nettoomsättning	496,4	455,9	993,3	883,1	1 863,2
Bruttoresultat	383,3	343,7	767,6	666,5	1 421,5
Bruttomarginal (%)	77,2%	75,4%	77,3%	75,5%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	211,6	176,9	410,2	339,2	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	42,6%	38,8%	41,3%	38,4%	40,7%
EBITDA	172,8	164,7	321,8	315,7	684,2
EBITDA-marginal (%)	34,8%	36,1%	32,4%	35,7%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	157,0	151,5	290,6	289,6	632,1
Rörelsemarginal (%)	31,6%	33,2%	29,3%	32,8%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	166,2	164,6	306,8	338,1	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Eget kapital	1 72,1	1 302,1	1,172,1	1 302,1	1 506,4
Balansomslutning	1 714,9	1 699,2	1,714,9	1 699,2	1 955,5
Soliditet (%)	69,3%	76,6%	69,3%	76,6%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	440	415	440	418	415

Väsentliga händelser under kvartalet

- **Fortsatt stark användartillväxt** Under kvartalet ökade det genomsnittliga antalet månatligt aktiva användare exklusive iOS (MAU) till 426,6 miljoner, vilket är en ökning med 15 procent jämfört med andra kvartalet 2024. Det genomsnittliga antalet dagligt aktiva användare exklusive iOS (DAU) ökade till 366,8 miljoner, en ökning med 16 procent jämfört med samma period 2024. MAU-tillväxten i Indien var cirka 14 procent, i Mellanöstern och Afrika cirka 19 procent, och i övriga världen cirka 17 procent. Jämfört med första kvartalet 2025 ökade antalet MAU med nästan 15 miljoner och DAU med över 11 miljoner.
- **Annonssintäkterna uppskattas ha ökat med 11 procent i fasta valutor men var stabila jämfört med andra kvartalet föregående år i SEK.** Kvartalet präglades av geopolitisk osäkerhet, vilket hade viss negativ påverkan på annonsmarknaderna. För Truecaller förbättrades dock efterfrågan gradvis under kvartalet, och den sista månaden, juni, visade tillväxt även i SEK jämfört med föregående år. Antalet annonsvisningar och priset per annons var relativt stabila jämfört med samma period förra året. I Indien ökade annonsintäkterna i fast valuta men minskade i SEK. I Mellanöstern och Afrika var tillväxten stark, och i övriga världen ökade annonsintäkterna i fast valuta men var oförändrade i SEK.
- **Truecaller stärkte sitt direkta annonserbudande genom lansering av nya annonskoncept samt organisatoriska förbättringar.** Ökad direktförsäljning av annonser är en strategisk prioritet för Truecaller. Under kvartalet lanserade Truecaller en unik ny annonsplacering kallad "Truecaller Masthead" samt paketerade om alla sina videoerbjudanden under varumärket "Truecaller Play", båda med syfte att öka den direkta annonsförsäljningen. "Masthead" är ett framträdande annonsutrymme som visas på den primära nummerpresentationen där annonsörer nu kan få 100 % andel av visningar kopplade till röst-samtal under en viss tidsperiod. "Play" omfattar olika format som syftar till att driva engagemang genom interaktiv storytelling. De nya produktinnovationerna kommer att börja generera intäkter under andra halvåret och är särskilt värdefulla för tillväxten inom direktförsäljning i samband med högtidssäsongen i Indien. Under kvartalet ökade Truecallers direkta annonsförsäljning med över 50 procent, vilket bidrog till en rekordhög bruttomarginal för bolaget.
- **Truecaller passerade 3 miljoner betalande användare totalt och 1 miljon betalande användare på iOS. Intäkterna från konsumentabonnemang ökade med cirka 48 procent i fasta valutor och med 35 procent i SEK,** drivet både av en högre konverteringsgrad till betalande användare—som nådde 0,65 % (jämfört med 0,59 % under motsvarande kvartal 2024) — och en ökning av genomsnittlig intäkt per betalande användare, som uppgick till 10,00 SEK per månad (9,08 SEK). Under kvartalet accelererade tillväxten av abonnenter på iOS, med en ökning på cirka 25 procent jämfört med slutet av första kvartalet. På iOS är konverteringsgraden nu 3,05 % (2,51 %) och ARPU 13,69 SEK (12,97). iOS stod för 44 % (41 %) av premiumintäkterna. Även om den relativa tillväxten i abonnemangsintäkter är högre på iOS jämfört med Android, visar båda plattformarna positiva trender både i konverteringsgrad och intäkt per abonnent. Det genomsnittliga antalet abonnenter under andra kvartalet var 2,99 miljoner, vilket motsvarar en ökning med cirka 28 procent jämfört med föregående år. Abonnemangsintäkterna ökade kraftigt i samtliga rapporterade regioner.
- **Intäkterna från Truecaller for Business (TfB) ökade med cirka 53 procent i fasta valutor och med 35 procent i SEK** Jämfört med första kvartalet ökade intäkterna med 6 % i fast valuta, med tillväxt inom Verified Business, Business Messaging och riskprodukter, men minskade med 2 % i SEK. Under kvartalet fortsatte antalet kunder inom Verified Business att öka både i Indien och i andra strategiskt viktiga regioner såsom Mellanöstern och Afrika, och en ny produkt mot spoofing lanserades. Tillväxten inom Truecallers riskprodukt, Number Intelligence, accelererade, med flera avtal tecknade med framstående kunder inom bank och finans samt kreditupplysningsföretag. Business Messaging fortsatte att visa stark tillväxt jämfört med samma period förra året.



VD-ORD – ANDRA KVARTALET 2025

Stark intäkts- och användartillväxt igen

Jag är glad att återigen kunna rapportera att vi fortsätter att uppvisa starka organiska tillväxttrender – detta är det fjärde kvartalet i rad där vi växer både i intäkter och antal användare. I fasta valutakurser visade alla intäktsströmmar stabil tillväxt, med ökad tillväxttakt för både annons- och prenumerationsintäkter jämfört med det första kvartalet. Under kvartalet växte vi med otroliga 15 miljoner nya användare, och jämfört med Q2 2024 har vi växt med 55 miljoner användare – en tillväxt på 15 %, vilket tydligt understryker vår globala relevans.

Under detta kvartal passerade vi två viktiga milstolpar: fler än 3 miljoner betalande prenumeranter på Truecaller, varav över 1 miljon finns på iOS. Det genomsnittliga antalet prenumeranter ökade med 28% jämfört med samma period föregående år och med 8% jämfört med föregående kvartal. Antalet iOS-prenumeranter ökade med 25% enbart under det andra kvartalet, och ökade med mer än 50% jämfört med motsvarande period föregående år.

Valutaeffekter, främst den senaste tidens kraftiga förstärkning av den svenska kronan (SEK), hade en betydande påverkan på både intäkter och resultat under kvartalet. Nästan alla våra intäkter genereras i andra valutor än SEK, och vi har även en stor del av vår kostnadsbas i utländsk valuta. I fasta valutakurser ökade nettoomsättningen med cirka 21%, medan tillväxten i SEK var 9%. Annonsintäkterna ökade med cirka 11 % i fasta valutakurser men minskade med 1% i SEK. Intäkterna från Premium ökade med cirka 48% i fasta valutakurser och 35% i SEK. Truecaller for Business ökade med cirka 53% i fasta valutakurser och 34% i SEK.

EBITDA, exklusive incitamentskostnader, uppskattas ha ökat med 38% i fasta valutakurser. I SEK ökade EBITDA med 20%, och marginalen steg till 42,6 %, jämfört med 38,8% under samma period föregående år.

Trots att vi noterade en viss påverkan på efterfrågan i vår annonsverksamhet till följd av rådande geopolitiska osäkerheter, såg vi också uppmuntrande tecken – såsom prisstabilisering för vårt annonslager. Vi fortsätter att fokusera på att stärka vår kapacitet inom direktförsäljning, både vad gäller vårt erbjudande och vår organisation. Inom programmatisk annonsering lade vi till ytterligare åtta nya globala efterfrågepartners. Vi har fokuserat på att öka den genomsnittliga försäljningsvolymen genom olika optimeringar – något som började ge goda resultat under slutet av kvartalet. Under kvartalet lanserade vi en ny annonsenhet, Truecaller Masthead, där annonsörer kan få 100 % share of voice på den inkommande samtalsskärmen. Vi lanserade även Truecaller Play, som samlar alla våra videoannonsmöjligheter under ett och samma tak. Dessutom gjorde vi en mjuklansering av vår AI-baserade rekommendationsmotor, som bygger dynamiska målgrupper och lär sig av utfall. Tidiga tester med kunder som Uber och Bajaj Auto visade lovande resultat med ökade CTR, CPM och konverteringar. Alla dessa initiativ syftar till att skapa ökad sofistikering i vår annonsplattform, vilket kommer att ge resultat över tid. Geografiskt fortsatte MEA-regionen att visa stark tillväxt, men även Indien och resten av världen (RoW) växte i fasta valutakurser.

Prenumerationsintäkterna från Truecaller Premium fortsatte att uppvisa stabil tillväxt: 48 % i fasta valutakurser och 35 % i SEK. Vi såg en accelererad ökning i antalet prenumeranter, särskilt på iOS som ökade med 25% enbart i andra kvartalet. Intäkstrenden var fortsatt stark på både iOS och Android. Trenden är stabil och vi ser nu även ökad tillväxt i Indien, även om alla regioner utvecklas väl både vad gäller antal prenumeranter och intäkter.

Intäkterna från Truecaller for Business växte med 53 % i fasta valutakurser och 34 % i SEK. Tillväxten drivs av god utveckling i hela vår produktportfölj – vår Customer Experience-plattform Verified Business, Business Messaging samt våra nyare riskprodukter. Riskprodukten Number Intelligence är fortfarande den minsta intäktsströmmen inom Truecaller for Business, men dess betydelse ökar snabbt. Fler kreditinstitut och företag inom bank och finans (BFSI) upptäcker nu värdet i den unika data vi kan erbjuda.

”Prenumerationsintäkterna från Truecaller Premium fortsatte att uppvisa stabil tillväxt: 48% i fasta valutakurser och 35% i SEK. Vi såg en accelererad ökning i antalet prenumeranter, särskilt på iOS som ökade med 25% enbart i andra kvartalet. Intäkstrenden var fortsatt stark på både iOS och Android. Trenden är stabil och vi ser nu även ökad tillväxt i Indien, även om alla regioner utvecklas väl, både vad gäller antal prenumeranter och intäkter.”

Jag är fortsatt optimistisk inför vår tillväxtresa de kommande åren, med positiva användartrender, ökad sofistikering i vår annonsplattform, stark prenumeranttillväxt och ett B2B-erbjudande med stor potential för nya tjänster och djupare partnerskap.

Vårt fokus på att lösa vardagliga kommunikationsproblem – för både privatpersoner och företag – ligger fast. Med en mycket spännande produktplan för de kommande åren ser jag med stor entusiasm fram emot att få fortsätta bygga det här fantastiska bolaget!

Rishit Jhunjunwala, VD Truecaller

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2025 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Nettoomsättning	496,4	455,9	993,3	883,1	1 863,2
Bruttoresultat	383,3	343,7	767,6	666,5	1 421,5
Bruttomarginal (%)	77,2%	75,4%	77,3%	75,5%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	211,6	176,9	410,2	339,2	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	42,6%	38,8%	41,3%	38,4%	40,7%
EBITDA	172,8	164,7	32,8	315,7	684,2
EBITDA-marginal (%)	34,8%	36,1%	32,4%	35,7%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	157,0	151,5	290,6	289,6	632,1
Rörelsemarginal (%)	31,6%	33,2%	29,3%	32,8%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	166,2	164,6	306,8	338,1	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Eget kapital	1,172,1	1 302,1	1 172,1	1 302,1	1 506,4
Balansomslutning	1,714,9	1 699,2	1 714,9	1 699,2	1 955,5
Soliditet (%)	69,3%	76,6%	69,3%	76,6%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	440	415	440	415	418

OPERATIVA NYCKELTAL

April- juni 2025	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	426,6	307,9	86,0	32,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	366,8	272,0	69,5	25,2
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)	10,00	7,37	7,86	15,79

April- juni 2024	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	371,3	271,0	72,3	28,0
Antal aktiva användare per dag (DAU), exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	314,9	236,4	58,0	20,6
Annonsintäkter per DAU, exklusive iOS	1,06	1,08	0,78	1,50
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	9,08	5,77	8,77	15,60

Januari-juni 2025

Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Annonsintäkter per DAU exklusive iOS
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

	Mellanöstern & Afrika Övriga världen		
Totalt	Indien		
419,3	302,9	84,5	31,9
361,2	268,1	68,4	24,7
1,84	1,88	1,50	2,36
9,93	7,14	7,96	15,97

Januari-juni 2024

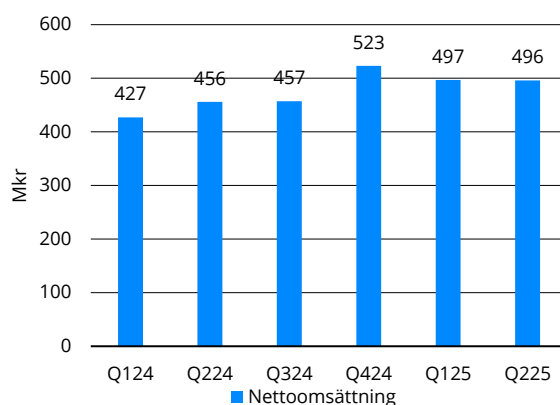
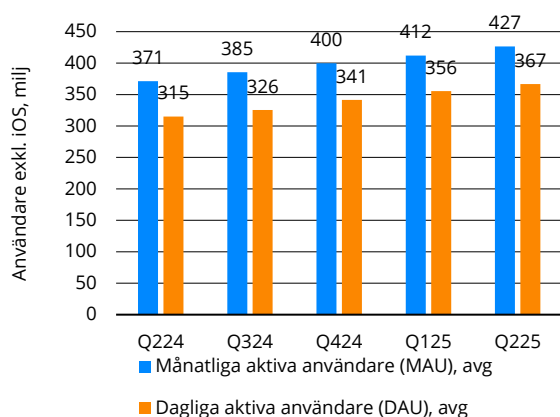
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Annonsintäkter per DAU exklusive iOS
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

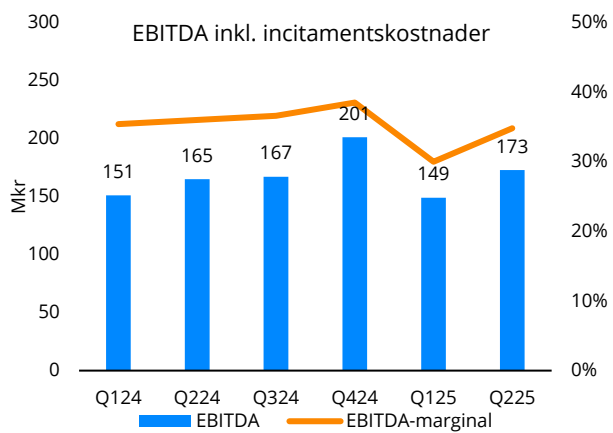
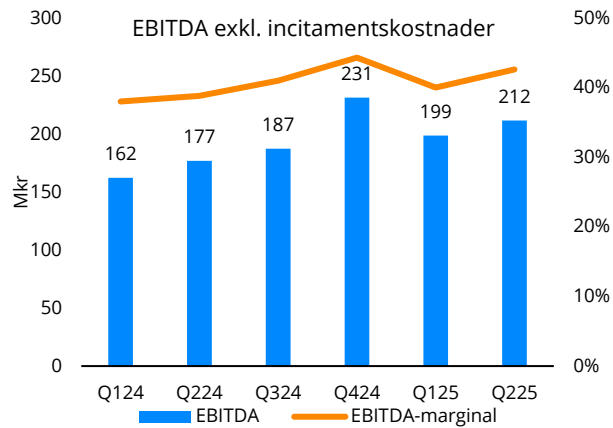
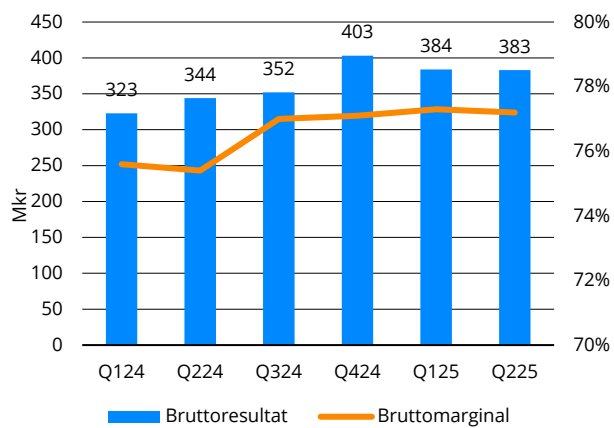
	Mellanöstern & Afrika Övriga världen		
Totalt	Indien		
365,1	266,6	71,1	27,5
310,0	232,9	56,9	20,1
2,10	2,17	1,50	2,93
8,95	5,67	8,86	15,24

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)

	Indien	MEA Övriga världen
Totalt	275,6	74,5
321,8	240,8	59,8
4,18	4,24	3,25
9,21	6,04	8,51





Finansiell utveckling

Andra kvartalet 2025 (april-juni)

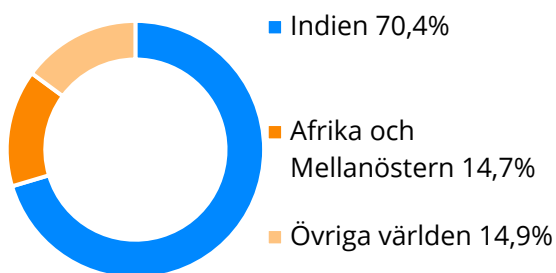
Intäkter

De totala intäkterna under andra kvartalet ökade med 11 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år och uppgick till 506,2 (457,9) miljoner kronor. Valutaeffekter hade en betydande negativ påverkan på intäkterna under kvartalet. Ökningen i fasta valutor uppskattas ha varit 23 procent. Övriga intäkter uppgick till 9,8 (2,0) miljoner kronor.

Nettoomsättningen uppgick till 496,4 (455,9) miljoner kronor under första kvartalet, en ökning med 9 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Tillväxten i nettoomsättning i fasta valutor uppskattas ha varit 21 procent, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 5 procent i Indien till 349,5 (333,6) Mkr, med 22 procent i Mellanöstern & Afrika till 72,9 (59,5) Mkr och med 18 procent i övriga världen till 74,0 (62,8) Mkr. Försäljningstillväxten i samtliga rapporterade regioner påverkades negativt av den stärkta svenska kronan (SEK).



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna minskade med 1 procent till 330,6 (332,3) miljoner kronor. I fasta valutor uppskattas annonsintäkterna ha ökat med 11 procent. Den direkta annonsförsäljningen ökade, vilket bidrog till en högre bruttomarginal under perioden.

Annonsintäkt per dagligt aktiv användare exklusive iOS (DAU) minskade till 0,90 (1,06) SEK och minskade med 5 procent i fasta valutor.

Annonsintäkterna i fasta valutor ökade i samtliga regioner, med starkast tillväxt i Mellanöstern och Afrika, där både ett ökat antal användare och ett högre genomsnittligt pris per annonsvisning bidrog positivt. I SEK minskade annonsintäkterna något i Indien, medan MEA visade stark tillväxt och övriga världen var stabil.

Genomsnittspriserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) var relativt stabila i SEK men ökade något i fasta valutor jämfört med samma period föregående år. Antalet annonsvisningar som Truecaller kan intäktsgenerera var

stabil jämfört med samma period förra året. Truecaller fortsätter att fokusera på att maximera intäkten per användare snarare än att förlita sig på mått som CPM eller fyllnadsgrad.

Intäkterna från premiumabonnemang ökade med 35 procent till 87,1 (64,4) miljoner kronor. Intäkstillväxten i fasta valutor uppgick till 48 procent. Den starkaste relativa intäkstillväxten noterades på iOS. Premiumintäkterna växer stadigt som ett resultat av ett förbättrat erbjudande, med fler lanserade funktioner i kombination med mer riktad marknadsföring av premiumtjänsten. Det genomsnittliga antalet betalande användare ökade med 28 procent jämfört med samma kvartal föregående år och uppgick till 2,99 miljoner (2,34 miljoner). Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att öka och uppgick i genomsnitt till 0,65 % (0,59) under kvartalet. Den genomsnittliga intäkten per användare ökade också och uppgick till 10,00 SEK (9,08). Tillväxten i genomsnittlig intäkt per användare var högre i lokala valutor. Intäkter från iOS står för cirka 44 % (41) av de totala premiumintäkterna, och det genomsnittliga antalet prenumeranter på iOS ökade med 45 procent jämfört med samma period förra året och med 25 procent jämfört med föregående kvartal. Konverteringsgraden på iOS uppgick till 3,05% (2,51%) och den genomsnittliga månatliga intäkten per användare uppgick till 13,69 SEK (12,97). Intäkterna växte stadigt i samtliga regioner, med starkast relativ tillväxt i Indien.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 34 procent till 77,6 (57,7) miljoner kronor. Intäkterna utvecklades positivt inom samtliga intäktsområden: Verified Business, Business Messaging och riskprodukter. För Verified Business ökade den årliga återkommande intäkten (ARR) med 20 procent till 228 miljoner SEK (190 miljoner). Tillväxten i ARR i fasta valutor uppgick till cirka 36 procent jämfört med samma period föregående år. Ett växande antal kunder väljer längre avtal och paket som inkluderar fler av de produkter Truecaller har utvecklat för företag, vilket ökar intäkten per kund. Truecallers företagstjänster är mycket uppskattade av kunderna, vilket resulterar i ett lågt antal uppsägningar från viktiga företagskunder. Intäktsbortfallet från sådana uppsägningar i förhållande till de totala intäkterna uppgick i genomsnitt till cirka 2,7 procent (3,0 %) under kvartalet. Genom ett partnerskap med CPaaS-företaget Tanla skickar Truecaller även B2C-meddelanden till sina användare. Volymen affärsmeddelanden ökade jämfört med föregående år, och 4,4 miljarder (2,4 miljarder) meddelanden skickades under kvartalet. Intäkterna från Truecallers riskprodukter ökade under kvartalet, med fler avtal tecknade med kunder inom exempelvis finanssektorn.

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

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 12 procent till 384,3 miljoner kronor (343,7) jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen uppgick till 77,2 procent (75,4). Den högre bruttomarginalen berodde främst på en större andel direktförsäljning av annonser, en växande företagsverksamhet samt stabila kostnader för servrar och verifiering. Bruttomarginalen påverkas i huvudsak av avgifter till partners såsom Google och Apple, samt av kostnader för verifiering av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster.

Rörelseresultat

EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 20 procent och uppgick till 211,6 miljoner kronor (176,9), med en EBITDA-marginal exklusive incitamentskostnader på 42,6 procent (38,8). Tillväxten i fasta valutor uppgick till cirka 38 procent.

EBITDA inklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 5 procent till 172,8 miljoner kronor (164,7), med en EBITDA-marginal på 34,8 procent (36,1). I fasta valutor ökade EBITDA med cirka 24 procent jämfört med samma period föregående år.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade med 4 procent till 157,0 miljoner kronor (151,5), motsvarande en rörelsemarginal på 31,6 procent (33,2).

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 135,4 miljoner kronor (101,3). Lönekostnaderna ökade främst som en följd av den årliga lönejusteringen som träder i kraft i början av andra kvartalet samt ökade kostnader för incitamentsprogram. Kostnadsökningen exklusive incitamentsprogram uppgick till 8 procent och landade på 96,6 miljoner kronor (89,1).

Koncernens långsiktiga incitamentsprogram resulterade i en lönerelaterad kostnad om 29,0 miljoner kronor (10,2) med motsvarande ökning i eget kapital, samt sociala avgifter om 9,4 miljoner kronor (2,1) som redovisats som en avsättning i balansräkningen. Kostnaderna för incitamentsprogrammen består av avsättningar för uppskattade sociala avgifter när personaloptioner eller RSU:er utnyttjas av svenska anställda, samt en redovisningsmässig kostnad för den potentiella utspädning som uppstår genom aktieoptioner och RSU:er. Endast de sociala avgifterna påverkar kassaflödet – och endast om och när optioner eller RSU:er löses in. De lönerelaterade kostnaderna ökade till följd av lanseringen av det årliga incitamentsprogrammet för 2024. Incitamentskostnaderna relaterade till lön värderas till verkligt värde och periodiseras över programmets löptid. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen vid varje bokslutsdatum och kan därmed uppgå till högre belopp vid en positiv aktiekursutveckling, vilket kan skapa volatilitet i resultaträkningen. Se ytterligare information i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 84,8 miljoner kronor (79,7) jämfört med samma period föregående år.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt ökade med 1 procent till 166,2 miljoner kronor (164,6). Periodens resultat efter skatt uppgick till 118,0 miljoner kronor (123,0). Finansiella nettointäkter uppgick till 9,2 miljoner kronor (13,1).

Den totala skattekostnaden uppgick till 48,2 miljoner kronor (41,6), vilket motsvarar en effektiv skattesats om 29,0 procent (25,3) för koncernen. Den effektiva skattesatsen är en kombination av de svenska och indiska bolagsskattesatserna, och eftersom en ökande andel av koncernens resultat allokteras till Indien förväntas skattesatsen gradvis öka. Det förekommer dock även vissa variationer mellan kvartalen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,34 (0,35) SEK och efter utspädning till 0,34 (0,35) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 262,0 (184,2) Mkr varav 94,1 (10,6) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -52,8 (-28,5) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 312,9 (397,7) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 350 (400,0) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -582,1 (-660,5) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -16,8 (-62,6) Mkr och utbetald utdelning som uppgick till -583,2 (-589,8) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -7,2 (-78,6) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 446,9 (512,6) Mkr samt 590,6 (564,7) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 69,3 (76,6) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Den revolverande företagskrediten har nyligen förlängts med 1+1 år, vilket innebär att den är tillgänglig fram till 2028. Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2025 till 1 714,9 (1 699,2) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 151,2 (97,5) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 116,4 (106,9) Mkr. Ökningen av kundfordringar beror främst på ökningen av direktförsäljning inom annonsverksamheten samt tillväxten av Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för företagets kunder är normalt 30–60 dagar. Truecaller övervakar kundbetalningar noggrant för att säkerställa att förfallna betalningar är så låga som möjligt. Kunder som inte betalar enligt affärsavtalen avslutas. Redovisade men ännu inte realiserade kundkreditförluster i balansräkningen uppgick till 9,6 miljoner kronor (7,5) per den 30 juni 2025. Fordringarna på annonsnätverk och plattformsägare är

huvudsakligen kopplade till utestående fordringar mot Google och Meta.

Investeringar

Under andra kvartalet 2025 kapitaliserades 9,7 miljoner kronor (1,9) som internt utvecklade immateriella tillgångar. Truecaller kapitaliserar vissa forsknings- och utvecklingsinvesteringar där framtida ekonomiska fördelar kan förutsägas med rimlig säkerhet. Majoriteten av koncernens forsknings- och utvecklingsarbete redovisas dock som en direkt kostnad, eftersom de framtida ekonomiska fördelarna av pågående FoU-arbete är svåra att förutse med precision.

Valutaexponering

Majoriteten av Truecallers intäkter är denominerade i svenska kronor (SEK) via partners såsom Google och Apple. Därmed finns det liten direkt valutariskexponering. Dessa partners fakturerar i sin tur användare av Truecallers tjänster delvis i lokala valutor, vilket medför en indirekt valutariskexponering för Truecaller. Truecaller har dock inte fullständig information om valutarisken eller hur valutapåverkan hanteras av partnererna och kan därför för närvarande inte kvantifiera den indirekta valutarisken med precision. Den största valutarisken är kopplade till INR och USD. En försvagning av SEK mot dessa valutor har en positiv

effekt på företagets försäljning och resultat, även om det samtidigt ökar företagets kostnader. Företaget uppskattar att valutakursförändringar hade en negativ påverkan på nettoomsättningen om cirka 56 miljoner kronor under andra kvartalet 2025 jämfört med motsvarande kvartal 2024. Detta berodde på en stärkning av SEK mot de flesta utländska valutor, i genomsnitt med 12% mot INR och 10% mot USD, jämfört med samma period 2024. Företaget uppskattar också att valutakursförändringar hade en negativ effekt på EBITDA om cirka 31 miljoner kronor, motsvarande cirka 2 procentenheter på EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 12,5 (2,6) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 460,2 (405,8) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 458,1 (404,6) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2025 till 93,1 (20,6) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 173,7 (260,3) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 1 (2) person anställd i moderbolaget.

Finansiell utveckling

Januari–juni 2025

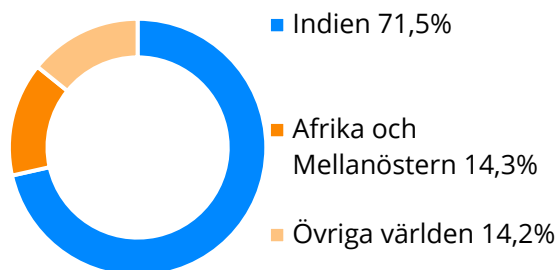
Intäkter

De totala intäkterna för perioden ökade med 11 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år och uppgick till 1 012,7 miljoner kronor (889,0). Ökningen i fasta valutor uppskattas till 21 procent. Övriga intäkter uppgick till 19,4 miljoner kronor (3,1).

Nettoomsättningen uppgick till 993,3 miljoner kronor (883,1), en ökning med 12 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Truecallers uppskattning är att nettoomsättningstillväxten i fasta valutor var 20 procent, se avsnittet Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 9 procent i Indien till 710,0 (650,3) Mkr med 25 procent i Mellanöstern & Afrika till 141,8 (113,1) Mkr och med 18 procent i övriga världen till 141,6 (119,7) Mkr.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna i SEK ökade med cirka 2 procent till 665,0 miljoner kronor (650,0). Truecallers uppskattning är att annonsintäkterna växte med 9 procent i fasta valutor. Truecallers direktförsäljning ökade och bidrog positivt till bruttomarginalen under perioden.

Annonsintäkter per daglig aktiv användare exklusive iOS (DAU) minskade till 1,84 SEK (2,10) och minskade med cirka 6 procent i fasta valutor.

Alla regioner ökade intäkterna i fasta valutor och den starkaste tillväxten rapporterades i Mellanöstern & Afrika, där både det ökade antalet användare och högre genomsnittligt pris per annonsvisning bidrog positivt.

De genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) var marginellt lägre i SEK men ökade något i fasta valutor jämfört med samma period förra året. Antalet annonsvisningar som Truecaller monetariserar ökade med cirka 8 procent jämfört med samma period förra året. Truecaller fortsätter att fokusera på att maximera intäkten per användare snarare än att förlita sig på mått som CPM eller fyllnadsgrad.

Intäkterna från premiumabonnemang ökade med 38 procent till 169,1 miljoner kronor (122,7). Intäktsstillväxten i fasta valutor var cirka 44 procent. Den starkaste relativa intäktsstillväxten skedde på iOS. Alla regioner visade stark tillväxt.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 46 procent till 156,8 miljoner kronor (107,2). Intäkterna utvecklades positivt för både Verified Business och Business Messaging. Intäktsstillväxten i fasta valutor var cirka 57 procent. Alla delar av verksamheten – Verified Business, Business Messaging och riskprodukter – noterade stark tillväxt.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 2,5 (3,2) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 15 procent till 767,6 miljoner kronor (666,5) jämfört med samma period förra året. Bruttomarginalen uppgick till 77,3 procent (75,5). Den ökade bruttomarginalen berodde främst på en högre marginal inom annonsverksamheten, vilket är en följd av en större andel direktförsäljning, en växande företagsverksamhet samt stabila kostnader för servrar och verifiering. Bruttomarginalen påverkas huvudsakligen av avgifter till partners såsom Google och Apple, samt av kostnader för verifiering av nya användare och för servrar som används för företagets tjänster.

Rörelseresultat

EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 21 procent och uppgick till 410,2 miljoner kronor (339,2), och EBITDA-marginalen exklusive incitamentskostnader var 41,3 procent (38,4). Tillväxten i fasta valutor var cirka 32 procent.

EBITDA inklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 2 procent och nådde 321,8 miljoner kronor (315,7), med en EBITDA-marginal på 32,4 procent (35,7). I fasta valutor ökade EBITDA med cirka 13 procent jämfört med samma period föregående år.

Rörelseresultatet (EBIT) var stabilt och uppgick till 290,6 miljoner kronor (289,6), motsvarande en rörelsemarginal på 29,3 procent (32,8).

Personalkostnaderna under perioden ökade till 277,8 miljoner kronor (196,2). Lönekostnaderna ökade främst till följd av den årliga lönejusteringen som träder i kraft i början av andra kvartalet samt ökade kostnader för incitamentsprogram. Kostnadsökningen exklusive

incitamentskostnader var 10 procent till 189,4 miljoner kronor (172,7).

Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönerelaterad kostnad för perioden på 56,4 miljoner kronor (20,7) med en motsvarande ökning i eget kapital samt sociala avgifter på 32,0 miljoner kronor (2,9) som redovisas som en avsättning i balansräkningen. Kostnaderna för incitamentsprogrammen består av avsättningar för uppskattade sociala avgifter när personaloptioner eller RSU:er utnyttjas av svenska anställda, samt en redovisningskostnad för potentiell utspädning från optioner och RSU:er. Endast de sociala avgifterna påverkar kassaflödet, och det endast när optionerna eller RSU:erna utnyttjas. De lönerelaterade kostnaderna ökade till följd av införandet av ett nytt program under 2024. Lönerelaterade incitamentskostnader värderas till verkligt värde och skrivs av över programmets löptid. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen vid varje räkenskapsperiods slut och kan därför bli högre vid positiv kursutveckling, vilket kan skapa volatilitet i resultaträkningen. Mer information finns i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 187,4 miljoner kronor (160,4) jämfört med samma period föregående år. De främsta drivkrafterna för ökningen var investeringar i marknadsföringskostnader för den nya iOS-appen under första kvartalet 2025 samt något högre tillväxtrelaterade kostnader.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultat före skatt minskade till 306,8 (338,1) miljoner SEK. Resultat efter skatt för perioden uppgick till 219,7 (256,0) miljoner SEK. Nettofinansiella intäkter uppgick till 17,0 (48,6) miljoner SEK. Den lägre nettofinansiella inkomsten beror främst på mindre gynnsamma värdeförändringar från kortfristiga räntebärande värdepapper samt mindre gynnsamma valutarörelser.

Den totala skatten uppgick till 87,1 (82,1) miljoner SEK, vilket motsvarar en effektiv skattesats på 28,4 (24,3) procent för koncernen. Den effektiva skattesatsen är en kombination av de svenska och indiska bolagsskattesatserna, och eftersom en ökande andel av koncernens vinst allokeras till Indien förväntas skattesatsen öka gradvis. Det förekommer dock variationer mellan kvartalen.

Resultat per aktie före och efter utspädning var 0,64 (0,74) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 372,0 (240,0) Mkr varav -82,9 (-51,0) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -120,8 (-86,3) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 203,1 (394,2) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 350,0 (400,0) Mkr samt en investering av kortfristiga räntefonder om -100,0 (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -591,6 (-761,5) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -16,8 (-62,6) Mkr

och utbetald utdelning som uppgick till -583,2 (-589,8) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -16,5 (-127,2) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 446,9 (512,6) Mkr samt 590,6 (564,7) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 69,3 (76,6) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Den revolverande företagskrediten har nyligen förlängts med 1+1 år, vilket innebär att den är tillgänglig fram till 2028.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2025 till 1 714,9 (1 699,2) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 151,2 (97,5) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 116,4 (106,9) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för företagets kunder är normalt 30–60 dagar. Truecaller övervakar kundbetalningar noggrant för att säkerställa att förfallna betalningar är så låga som möjligt. Kunder som inte betalar enligt affärsavtalen avslutas. Redovisade men ännu inte realiserade kundkreditförluster i balansräkningen uppgick till 9,6 miljoner kronor (7,5) per den 30 juni 2025. Fordringarna på annonsnätverk och plattformsägare är huvudsakligen kopplade till utestående fordringar mot Google och Meta.

Investeringar

Under perioden aktiverades 18,3 (4,7) Mkr som egenupparbetade immateriella tillgångar. Truecaller kapitaliserar vissa forsknings- och utvecklingsinvesteringar där framtida ekonomiska fördelar kan förutsägas med rimlig säkerhet. Majoriteten av koncernens forsknings- och

utvecklingsarbete redovisas dock som en direkt kostnad, eftersom de framtida ekonomiska fördelarna av pågående FoU-arbete är svåra att förutse med precision.

Valutaexponering

Majoriteten av Truecallers intäkter är denominerade i svenska kronor (SEK) via partners såsom Google och Apple. Följaktligen har bolaget en begränsad direkt valutaexponering. Dessa partners fakturerar dock i sin tur användare av Truecallers tjänster delvis i lokala valutor, vilket skapar en indirekt valutaexponering för Truecaller. Bolaget har dock inte fullständig information om valutaexponeringen eller hur valutafluktuationer hanteras av dessa partners, och kan därför för närvarande inte kvantifiera den indirekta valutaexponeringen med precision. Den största valutaexponeringen är mot INR och USD. En försvagning av SEK gentemot dessa valutor har en positiv påverkan på bolagets försäljning och resultat, även om det samtidigt ökar bolagets kostnader. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar haft en negativ påverkan på nettoomsättningen om cirka 64 miljoner SEK under rapportperioden 2025 jämfört med motsvarande period 2024, främst till följd av en betydligt starkare SEK. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar även haft en negativ påverkan på EBITDA om cirka 36 miljoner SEK, vilket motsvarar cirka 1,4 procentenheter på EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 19,1 (4,5) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 456,0 (401,7) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 454,7 (401,3) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2025 till 93,1 (20,6) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 173,7 (260,3) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 1 (2) personer anställda i moderbolaget.

Produktuppdatering

Under det andra kvartalet 2025 fördjupade Truecaller sitt åtagande att göra digital kommunikation säker och effektiv genom att lansera en rad kraftfulla innovationer som stärker användarsäkerheten, förbättrar upplevelsen och skapar nytt värde för både konsumenter och företag. Truecallers ökade produktutvecklingstakten och stärkte ytterligare sin position som marknadsledare inom områden som den globala kampen mot bedrägerier och spam till den strategiska utvecklingen av bolagets annons-, premium- och företagslösningar.

Banbrytande AI-utveckling för smartare och säkrare kommunikation

Truecaller fortsätter att utveckla sin kärnuppgift att skapa säkrare kommunikationsmiljöer genom att utnyttja artificiell intelligens (AI), särskilt i den pågående kampen mot sofistikerade bedrägerier och spam. Företagets AI-drivna system för bedrägeriidentifiering, som analyserar en mängd beteendemässiga och kontextuella signaler, har genomgått omfattande förbättringar.

Nya modeller för bedrägeriidentifiering har framgångsrikt rullats ut i nyckelmarknader, framför allt i Indien, och visar på förbättrad träffsäkerhet och snabbare anpassning till förändrade bedrägeritaktiker. Denna proaktiva utveckling har lett till att miljontals ytterligare samtal dagligen identifieras korrekt som bedrägliga, vilket utgör ett viktigt skydd för Truecallers stora användarbas.

I en tid då de ekonomiska konsekvenserna av telefon- och digitala bedrägerier fortsätter att öka globalt, har AI blivit ett oundgängligt försvarsvapen. Truecallers innovationer speglar en bredare branschtrend där avancerad maskininläring är avgörande för att identifiera och neutralisera hot som ständigt förändras.

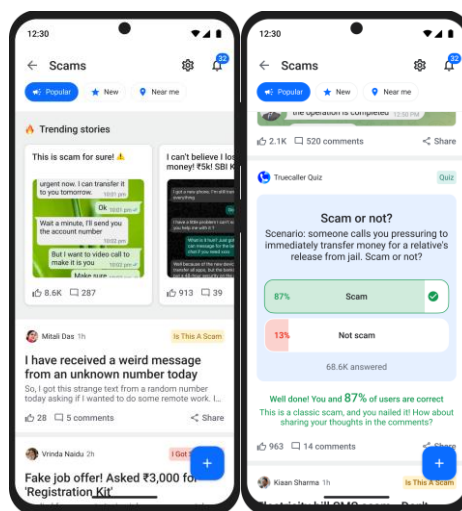
Truecaller har lanserat unika AI-drivna sammanfattningar av all gemenskapsfeedback som mottagits för ett visst nummer – en helt ny funktion som är utformad för att lyfta fram värdefulla insikter om uppringarens beteende och potentiellt syftet med samtalet. Dessa LLM-baserade (Large Language Model) sammanfattningar visas nu tydligt för Truecallers användare i flera olika gränssnitt, inklusive vid inkommande samtal, efter samtal och på detaljsidan i appen för respektive nummer.

Den samlade insikten – som bekvämt visas intill uppringarens namn – ger användare ytterligare kontext om ett nummer redan innan de svarar. AI-sammanfattningen är utformad för att noggrant sammanfatta gemenskapens feedback kring telefonnummer och syntetiserar viktig information från användarrapporterade namn, kommentarer och detaljerade spam- och bedrägerirapporter. Användningen av denna funktion har gått snabbt, och sammanfattningarna visades mer än en halv miljard

gångar per vecka globalt bara dagar efter lanseringen under det andra kvartalet.

Som ytterligare förstärkning av Truecaller-communityns skydd uppvisade *Scam Feed* – en central funktion i Truecaller som syftar till att öka medvetenheten om aktuella bedrägerier på olika kommunikationsplattformar – fortsatt tillväxt i både räckvidd och engagemang under kvartalet, tack vare flera viktiga produktförbättringar.

Antalet Truecaller-användare som aktivt engagerade sig i *Scam Feed*-innehåll ökade med hela 87 procent jämfört med föregående kvartal, vilket indikerar ett växande allmänintresse för information om nya bedrägerihot.



Även andra viktiga nyckeltal, såsom användarbehållning och tid spenderad inom *Scam Feed*, visade imponerande tillväxt, vilket ytterligare befäster dess roll som en viktig källa för att hålla sig informerad i en snabbt föränderlig bedrägerimiljö.

Omdefinierad användarupplevelse av telefonsamtal på Android – för ökad tydlighet och kontroll

Truecaller har gjort betydande investeringar i att förnya den grundläggande samtalsupplevelsen för Android-användare som väljer Truecaller som sin standardtelefonapp. Denna omfattande översyn har fokuserat på att leverera ett modernt, intuitivt och mycket funktionellt gränssnitt.

Den nya samtalsupplevelsen har en uppdaterad och förenklad design som endast visar den mest relevanta informationen, vilket minskar visuellt brus och förbättrar användarens fokus under samtalet. Samtidigt är viktig information som företagsidentitet, potentiell spamrisk och samtalets prioriteringsstatus tydligt synlig, vilket gör det möjligt för användaren att snabbt förstå vem som ringer

och fatta välgrundade beslut om att besvara eller avvisa samtalet – redan vid uppringningstillfället.

Tillgänglighet och användarpreferenser har varit centrala drivkrafter i denna omdesign. Den uppdaterade samtalsupplevelsen stödjer nu både ljusa och mörka teman, i linje med användarens inställningar och systemets visuella läge. Dessutom har stödet för mindre skärmar, större textstorlekar och olika skärmformat förbättrats, vilket säkerställer ökad användbarhet och en konsekvent upplevelse över ett brett urval av Android-enheter.

En betydande nyhet är den nyligen introducerade flytande samtalsskärmen. Denna funktion gör det möjligt att hålla det aktiva samtalet lättillgängligt även när användaren navigerar till andra appar, vilket ger smidig åtkomst till viktiga samtalsfunktioner och gör det enklare att behålla kontrollen under samtal utan avbrott.

Bakom dessa synliga förbättringar finns också påtagliga prestandavinster. Den nya samtalsupplevelsen har byggts om från grunden med fokus på effektivitet, med märkbara förbättringar framför allt på enklare och äldre telefoner, där prestandan har ökat med upp till 20 procent. Samtidigt innebär uppdateringen en jämnare och mer responsiv upplevelse för användare på alla typer av enheter.

Denna uppdatering utgör ett grundläggande steg i Truecallers fortsatta åtagande att erbjuda kommunikationsupplevelser som är enkla, tillförlitliga och genomtänkt utformade – samtidigt som man lägger en stark teknisk grund för framtida innovation och långsiktig hållbarhet.

Accelererande tillväxt för Premium: Innovation och milstolpar för prenumeranter

Truecaller fortsatte sin starka tillväxt inom Premium-prenumerationer på både iOS- och Android-plattformar, med betydande milstolpar för antalet prenumeranter och en kraftig intäktsökning. Denna utveckling följer en bredare branschtrend där konsumenter i allt större utsträckning är villiga att betala för förbättrade funktioner inom nytta, integritet och säkerhet i viktiga mobilapplikationer.

På Android visade sig funktionen "blockera efter namn", som lanserades i Q1, vara en betydande drivkraft för Premium-konverteringar under andra kvartalet. Denna ökning tillskrivs bättre upptäckt av funktionen och stark organisk spridning via mun-till-mun från nöjda Truecaller-användare som uppskattar möjligheten till detaljerad kontroll över inkommande samtal.

För iOS-användare introducerades under andra kvartalet en Premium-exklusiv blockeringsfunktion i Indien, specifikt riktad mot telefonförsäljare, vilket adresserar en viktig utmaning för användare på den marknaden. Denna

funktion, som redan fanns tillgänglig för Premium-användare på Android i Indien, är en del av Truecallers fortsatta arbete med att göra iOS-erbjudandet så likt Android-versionen som tekniskt möjligt.

För att ytterligare öka upptäckten av den fullständiga Live Caller ID-funktionen på iOS genomförde Truecaller riktade kampanjer med giveaways till utvalda användare. Syftet med dessa experiment är att visa upp den kraftfulla samtalsidentifieringsupplevelsen på iOS – annars låst bakom Premium-väggen – för en bredare publik, så att fler kan uppleva Truecallers omfattande funktioner för samtalsidentifiering, spam- och bedrägeribekämpning.

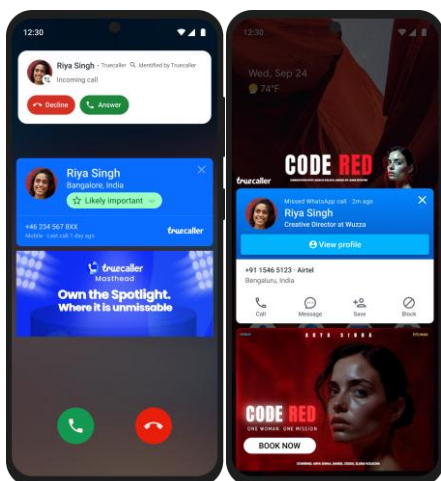
Kvartalet innehöll flera milstolpar. Truecaller nådde totalt 3 miljoner prenumerationer globalt och passerade samtidigt över 1 miljon prenumeranter på iOS-plattformen. Totala Premium-intäkter för Q2 uppgick till 87 miljoner SEK, vilket motsvarar en ökning med 35 procent jämfört med samma period föregående år. I fasta valutor var tillväxten 48 procent år över år.

Innovativa annonsupplevelser: Fokus på direktförsäljning, nya koncept och intäktsstrategier

Under Q2 stärkte Truecaller avsevärt sin annonsplattform och intäkts ekosystem genom lanseringen av innovativa annonsformat och förbättrade intäktsstrategier. Denna strategiska utveckling positionerar Truecaller för att fånga större värde i den konkurrensutsatta mobila annonsmarknaden, där engagemang och icke-störande format blir allt viktigare för varumärken.

En viktig milstolpe var den framgångsrika lanseringen av Truecaller Masthead, som förvandlar samtals-ID-skärmen till ett nytt, premium-annonsutrymme. Detta format är utformat för att integreras sömlöst med befintlig samtals-ID-funktionalitet utan att störa kärnanvändarupplevelsen. När användare tar emot samtal visas varumärkesinnehåll bredvid viktig samtalsinformation och standardkontroller, vilket ger en framträdande men ändå diskret annonsplacering vid en tidpunkt med hög uppmärksamhet.

Vidare berikade Truecaller sitt erbjudande genom att introducera PLAY, en omfattande serie av annonseringslösningar med rich media. PLAY är designat för att revolutionera hur varumärken kopplar samman med konsumenter i en mobilfokuserad miljö och erbjuder annonsörer ett kraftfullt verktyg med video-first, interaktiva och immersiva annonsformat. Dessa format integreras elegant i Truecaller-appen och möjliggör för varumärken att skapa mer engagerande och minnesvärda varumärkesupplevelser under kritiska användarögonblick, när distraktioner är minimala och fokus högt. Detta är särskilt anpassat för att möta hög efterfrågan under festliga perioder i viktiga marknader.



Lanseringen av både Truecaller Masthead och Truecaller PLAY syftar till att öka direktförsäljningen av annonser genom att tydligt definiera befintliga möjligheter för annonsörer inom Truecallers ekosystem, förenkla deras inlägg och maximera effekten.

Utöver nya format utökade Truecaller sin annonsinventarie, utökade antalet annonspartners med ytterligare åtta partners och förbättrade intäktsoptimeringen under kvartalet. Detta inkluderade en skalning av interstitial-annonser och en framgångsrik proof-of-concept-lansering för Carousel Ads, som ökade annonsvisningarna från befintliga in-app-skärmar utan att kompromissa med användarupplevelsen. Andra nya annonsplatser och format introducerades också på nyckelsidor med högt användarengagemang, vilket understryker Truecallers engagemang för att erbjuda ett mångsidigt och effektivt annons-ekosystem.

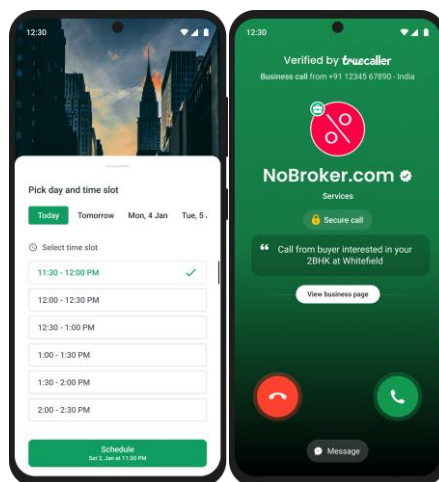
Truecaller for Business: Stark tillväxt inom Number Intelligence och ny anti-spoofingprodukt

Under andra kvartalet 2025 visade Truecaller for Business stark utveckling inom sina kärnprodukter och bekräftade sin viktiga roll som en lösning för företag som vill optimera kommunikation, bygga förtroende och motverka varumärkesförfalskning. Den ökande efterfrågan på verifierade kommunikationskanaler understryker vikten av Truecallers B2B-erbjudanden i dagens digitala ekonomi.

Verified Business Services (VB) fortsatte att driva betydande intäkstillväxt, med en ökad kundanvändning av kundupplevelsefunktioner (CX). Funktionen "Call-Me-Back" visade sig särskilt effektiv och levererade konsekvent god avkastning för kunder genom att förbättra konverteringen av leads. Befintliga Verified Business-kunder använder i allt större utsträckning fler CX-funktioner och breddar sina användningsområden, vilket leder till högre genomsnittsintäkter per konto. Under kvartalet förfinade Truecaller kontinuerligt "Call-Me-Back"-funktionen, vilket resulterade i högre engagemang som direkt stöder kundernas outbound-försäljningsprocesser.

Truecaller förstärkte även sitt Brand Protection-erbjudande med lanseringen av "Secure Call", en branschunik anti-

spoofinglösning som drivs av avancerade samtalshanteringsfunktioner. Eftersom företag allt oftare utsätts för varumärkesförfalskning och spoofing – vilket kan undergräva kundförtroende och orsaka betydande ekonomiska förluster – representerar Secure Call nästa nivå av verifiering. Lösningen går längre än att enbart identifiera företagsidentiteter och signerar nu varje affärssamtal på ett säkert sätt, vilket ger Truecaller-användare ökad trygghet och säkerhet i interaktionen med verifierade företag.



Produkten Verified Campaigns – som gör det möjligt för företag att visa hypermålade erbjudanden i samband med ett samtal – tog också stora steg framåt med lanseringen av enklare funktioner för datauppladdning, vilket förenklar datadelning för företag och påskyndar kampanjutvecklingen. Realtidsuppföljning av användarengagemang och förbättrad datatillgång för kampanjanalys har ytterligare stärkt produktens attraktionskraft som ett prestationsinriktat marknadsföringsverktyg, vilket möjliggör effektiv mätning och optimering av företagens outreach.

Number Intelligence (NI) – Truecallers lösning som hjälper företag med information inom områden som bedrägeribekämpning och kundonboarding – visade fortsatt god och stabil tillväxt i bokningar och intäktsuppbyggnad, med en mångfaldig ökning av API-användningen under Q2 2025. Denna tillväxt speglar en stigande efterfrågan på pålitliga data kring identitet och rykte kopplat till telefonnummer. Flera kunder gick framgångsrikt från proof-of-concept (PoC) till fullskaliga lösningar och säkrade längre kontrakt, vilket vittnar om värdet och pålitligheten i Number Intelligence-lösningen.

Slutligen uppnådde Business Messaging betydande volymer, med cirka 1,55 miljarder meddelanden i genomsnitt per månad. För att ytterligare främja expansionen av Business Messaging till nya marknader är Truecaller i avancerade samtal med en grupp Communication Platform as a Service (CPaaS)-partners. Dessa partnerskap förväntas väsentligt underlätta produktupptäckt och efterföljande kommersiella initiativ utanför Indien, vilket breddar Truecallers räckvidd och påverkan inom företagsmeddelanden.

Övrig information

Bolagsstämma

Truecallers årsstämma 2025 hölls den 23 maj. På årsstämman beslutades om en utdelning på 1,70 SEK per aktie, att ge styrelsen bemyndigande att återköpa upp till 10 procent av utestående aktier samt om ett nytt incitamentsprogram, LTIP 2025. Aruna Sundararajan valdes också in som ny styrelseledamot. All information om årsstämman finns tillgänglig på Truecallers webbplats: corporate.truecaller.com/governance/general-meetings,

Skatterevision i Indien

Under det fjärde kvartalet 2024 blev Truecaller föremål för en skatterevision i Indien. Sådana granskningar och revisioner är vanliga för multinationella företag och fokuserar ofta på internprissättningsarrangemang. Truecaller har sedan 2018 en välbalanserad och väldokumenterad internprissättningspolicy. För närvarande ser bolaget ingen anledning att anta att denna senaste indiska granskning kommer att leda till några väsentliga ökade skattebetalningar i Indien för intäkter som redovisats under tidigare räkenskapsperioder, när processen når sin slutliga bedömning. Denna bedömning kan dock komma att ändras under processens gång. I takt med att Truecallers affärsverksamhet och intäktsströmmar utvecklas, gör bolaget kontinuerliga utvärderingar av den befintliga modellen, i samarbete med relevanta skattemyndigheter, för att säkerställa att den är förenlig med lokala skatteregler. Det är möjligt att detta kan leda till anpassningar av den nuvarande modellen, vilket kan öka framtida skattebetalningar i en jurisdiktion, samtidigt som de minskar i en annan.

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

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 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Nettoomsättning	3	496 438	455 948	993 316	883 135	1 863 218
Övriga intäkter		39	68	1 150	1 156	1 236
Aktiverat arbete för egen räkning		9 719	1 920	18 277	4 674	11 881
Förmedlingskostnader		-113 156	-112 255	-225 762	-216 609	-441 728
Övriga externa kostnader		-84 760	-79 691	-187 341	-160 426	-330 501
Personalkostnader		-135 445	-101 334	-277 813	-196 231	-419 898
Av- och nedskrivningar		-15 832	-13 122	-31 233	-26 140	-52 067
Rörelseresultat		157 002	151 533	290 595	289 558	632 140
Finansnetto		9 176	13 071	16 216	48 569	66 724
Resultat efter finansiella poster		166 178	164 604	306 811	338 127	698 864
Skatt		-48 189	-41 591	-87 090	-82 064	-174 541
Periodens resultat ¹⁾		117 989	123 014	219 721	256 063	524 323
Resultat per aktie						
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,34	0,35	0,64	0,74	1,51
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		344 572 966	346 685 832	343 569 128	348 082 538	346 995 706
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		344 572 966	346 685 832	343 569 128	348 082 538	346 995 706

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2025 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Periodens resultat		117 989	123 014	219 721	256 063	524 323
Övrigt totalresultat för perioden						
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omräkningsdifferens		-4 613	-1 887	-30 147	8 760	14 403
Förändringar av kassaflödessäkringar		-9 466	-	-8 401	-	-1 416
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-	-	68
Övrigt totalresultat för perioden		-14 079	-1 887	-38 548	8 760	13 056
Totalresultat för perioden ¹⁾		103 910	121 127	181 173	264 823	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 30 jun	2024 30 jun	2024 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		44 939	46 737	49 083
Övriga immateriella tillgångar		38 040	24 628	27 589
Materiella anläggningstillgångar		11 712	16 681	14 455
Nyttjanderättstillgångar		82 356	113 221	95 744
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 698	32 698	32 698
Uppskjuten skattefordran		34 106	37 224	36 229
Andra långfristiga fordringar	4	7 092	8 747	22 664
Summa anläggningstillgångar		250 944	279 935	278 461
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	426 526	341 972	353 020
Kortfristiga placeringar	4	590 578	564 709	827 950
Likvida medel	4	446 880	512 617	496 047
Summa omsättningstillgångar		1 463 984	1 419 298	1 677 017
SUMMA TILLGÅNGAR		1 714 928	1 699 234	1 955 479
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 172 078	1 302 091	1 506 439
Summa eget kapital		1 172 078	1 302 091	1 506 439
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		9 206	7 863	9 386
Leasingskulder		49 337	89 744	74 331
Uppskjuten skatteskuld		29 362	37 558	35 399
Övriga långfristiga skulder	4	14 176	11 515	13 779
Summa långfristiga skulder		102 081	146 679	132 893
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		43 732	26 705	25 798
Övriga kortfristiga skulder	4	397 037	223 758	290 347
Summa kortfristiga skulder		440 769	250 464	316 146
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1 714 928	1 699 234	1 955 479

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2025 apr-jun	2024 Apr-jun	2025 jan-mar	2024 Jan-jun	2024 jan-dec
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	166 178	164 604	306 811	338 127	698 864
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	54 521	37 477	103 099	39 147	101 090
Betald inkomstskatt	-52 790	-28 541	-120 808	-86 258	-177 128
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	167 909	173 540	289 102	291 016	622 826
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital ¹⁾					
Förändringar av rörelsefordringar	40 361	-12 297	-11 415	-51 428	-68 657
Förändringar av rörelseskulder	53 751	22 917	94 324	436	49 916
Kassaflöde från den löpande verksamheten	262 022	184 160	372 011	240 023	604 086
Investeringsverksamheten					
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-	-	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-838	-330	-2 115	-1 110	-2 298
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-9 719	-1 920	-18 277	-4 674	-11 881
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-100 000	-	-250 000
Förändring av finansiella fordringar ¹⁾	350 000	-	350 000	-	-5 665
Försäljning av kortfristiga placeringar	-26 549	400 000	-26 549	400 000	400 000
Finansiella anläggningstillgångar	-	-	-	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	312 894	397 749	203 057	394 216	130 157
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	-	-	-	-	-
Erhållna medel för teckningsoptioner	28 822	-	28 822	-	1 126
Återköp teckningsoptioner	-76	-52	-76	-18 287	-18 361
Amortering av leasingsskuld	-10 956	-8 127	-20 420	-16 059	-33 272
Återköp av egna aktier	-16 770	-62 556	-16 770	-137 307	-241 797
Utbetald utdelning	-583 158	-589 799	-583 158	-589 799	-589 799
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-582 137	-660 534	-591 600	-761 452	-882 104
Periodens kassaflöde	-7 221	-78 625	-16 532	-127 212	-147 861
Likvida medel vid periodens början	461 980	591 856	496 047	631 347	631 347
Valutakursdifferens i likvida medel	-7 880	-615	-31 532	8 481	12 560
Likvida medel vid periodens slut	446 880	512 617	446 880	512 617	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				
	Aktieka pital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	Summa eget kapital hänförligt till moder- företagets ägare
Ingående eget kapital 2024-01-01	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Periodens resultat	-	-	-	256 063	256 063
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	8 760	-	8 760
Periodens totalresultat	-	-	8 760	256 063	264 823
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	57	-	-	-57	-
Makulering av egna aktier	-57	-	-	57	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-137 307	-137 307
Teckningsoptioner	-	-52	-	-	-52
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	20 722	20 722
Utdelning 1)	-	-	-	-589 799	-589 799
Summa	-	-52	-	-706 384	-706 436
Utgående eget kapital 2024-06-30	762	1 738 246	627	-437 544	1 302 091
Ingående eget kapital 2025-01-01	764	1 738 172	4 854	-237 350	1 506 440
Periodens resultat	-	-	-	219 721	219 721
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-30 147	-	-30 147
Förändringar av kassaflödessäkringar	-	-	-8 401	-	-8 401
Periodens totalresultat	-	-	-38 548	219 721	181,173
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	1	-	-	-	1
Makulering av egna aktier	-	-	-	-	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-16 770	16 770
Teckningsoptioner	-	28 746	-	-	28 746
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	55 643	55 643
Utdelning 1)	-	-	-	-583 158	-583 158
Summa	1	28 746	-	-544 284	-515 537
Utgående eget kapital 2025-06-30	765	1 766 918	-33 693	-561 913	1 172 078

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 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Rörelsens intäkter		12 485	2 550	19 095	4 480	10 405
Övriga externa kostnader		-7 568	-3 099	-10 851	-5 823	-10 919
Personalkostnader		-7 179	-3 400	-13 348	-6 372	-14 937
Rörelseresultat		-2 262	-3 949	-5 105	-7 715	-15 451
Finansnetto		462 467	409 731	461 061	409 459	556 974
Resultat efter finansiella poster		460 205	405 781	455 956	401 743	541 523
Bokslutsdispositioner		-	-	-	-	8 500
Resultat före skatt		460 205	405 781	-455 956	401 743	550 023
Skatt		-2 104	-1 224	-1 292	-450	-129
Periodens resultat		458 101	404 557	454 664	401 293	549 893

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2025 30 jun	2024 30 jun	2024 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 297 177	10 297 177
Uppskjuten skattefordran		-	-	-
Summa anläggningstillgångar		10 297 177	10 297 177	10 297 177
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		2 909	6 571	3 604
Fordringar hos koncernföretag		48 250	11 674	24 306
Kortfristiga placeringar		173 678	260 311	260 311
Likvida medel		93 086	20 614	68 414
Summa omsättningstillgångar		317 923	299 171	356 635
SUMMA TILLGÅNGAR		10 615 100	10 596 348	10 653 812
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		10 584 643	10 565 122	10 645 516
Skulder hos koncernföretag		12 223	25 013	-
Kortfristiga skulder		18 234	6 213	8 296
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 615 100	10 596 348	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 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Geografisk region					
Indien	349 526	333 592	709 951	650 369	1 350 600
Mellanöstern och Afrika	72 874	59 527	141 797	113 068	253 512
Övriga världen	74 039	62 829	141 566	119 697	259 106
Intäkter från avtal med kunder	496 438	455 948	993 315	883 135	1 863 218

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

Belopp i Tkr	2025 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Typ av tjänst					
Annonsintäkter	330 599	332 310	664 951	649 973	1 344 598
Användarintäkter	87 109	64 379	169 084	122 784	267 821
Truecaller for Business	77 595	57 693	156 815	107 241	244 943
Övriga intäkter	1 135	1 566	2 465	3 137	5 856
Intäkter från avtal med kunder	496 438	455 948	993 315	883 135	1 863 218

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2025

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	7 092	7 092
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	116 414	116 414
Kundfordringar	-	151 212	151 212
Kortfristiga placeringar	590 578	-	590 578
Likvida medel	-	446 880	446 880
Totalt	623 276	721 597	1 344 873
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	66 752	66 752
Villkorad tilläggsköpeskilling	9 006	-	9 006
Totalt	9 006	66 752	75 759

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	8 747	8 747
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	106 923	106 923
Kundfordringar	-	97 537	97 537

Kortfristiga placeringar	564 709	-	564 709
Likvida medel	-	512 6176	512 617
Totalt	597 407	597 407	1 323 230

FINANSIELLA SKULDER

Leverantörsskulder	-	47 871	47 871
Villkorad tilläggsköpeskillning	9 272	-	9 272
Totalt	9 272	47 871	57 144

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 netting.

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-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Ingående balans	827 950	941 256	941 256
Investering kortfristiga placeringar	100 000	-	250 000
Försäljning av kortfristiga placeringar	-350 000	-400 000	-400 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	12 628	23 453	36 694
Utgående balans	590 578	918 635	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-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Ingående balans	10 307	8 404	8 404
Anskaffningsvärde	-	-	-
Utbetalning	-	-	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	-1 301	868	1 903
Utgående balans	9 006	9 272	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

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 2024.

Kostnader för incitamentsprogr m, Mkr	2025 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-29,0	-10,2	-55,6	-20,7	-55,9
Sociala avgifter	-9,4	-2,1	-31,8	-2,8	-17,8
Kostnader för incitamentsprog ram	-38,3	-12,2	-87,4	-23,5	-73,8

Not 6. Egna aktier

Truecaller har under 2025 köpt tillbaka 255 000 B-aktier för 16,8 miljoner kronor inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna aktier per 2025-06-30 uppgår till 4 200 332 B-aktier och 5 013 786 C-aktier.

Not 7. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har gjorts under perioden.

Not 8. Händelser efter rapportperiodens slut

Inga väsentliga händelser att rapportera.

Försäkran

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

Stockholm, 2025-07-18

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedì
Styrelseledamot

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Aruna Sundararajan
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Rishit Jhunjhunwala
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 apr-jun	2024 apr-jun	2025 jan-jun	2024 jan-jun	2024 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal					
Nettoomsättning	496,9	455,9	993,3	883,1	1 863,2
Minus förmedlingskostnader	-113,2	-112,3	-225,8	-216,6	-441,7
Bruttoresultat	383,3	343,7	767,6	666,5	1 421,5
Dividerat med Nettoomsättning	496,4	455,9	993,3	883,1	1 863,2
Bruttomarginal	77,2%	75,4%	77,3%	75,5%	76,3%
EBITDA och EBITDA-marginal					
Rörelseresultat (EBIT)	496,9	151,5	290,6	289,6	632,1
Exklusive av- och nedskrivningar	-113,2	13,1	31,2	26,	52,1
EBITDA	383,3	164,7	321,8	315,7	684,2
Dividerat med Nettoomsättning	496,4	455,9	993,3	883,1	1 863,2
EBITDA-marginal	77,2%	36,1%	32,4%	35,7%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal					
Rörelseresultat (EBIT)	157,0	151,5	290,6	289,6	632,1
Dividerat med Nettoomsättning	496,4	455,9	993,3	883,1	1 863,2
Rörelsemarginal	31,6%	33,2%	29,3%	32,8%	33,9%
Soliditet					
Summa Eget kapital	1 172,1	1 302,1	1 172,1	1 302,1	1 506,4
Dividerat med Summa tillgångar	1 714,9	1 699,2	1 714,9	1 699,2	1 955,5
Soliditet	69,3%	76,6%	69,3%	76,6%	77,0%