

DELÅRSRAPPORT

januari-september 2025

truecaller

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

Delårsrapport januari–september 2025

juli–september 2025 (Q3)

Jämförelsesiffror avser jul–september 2024

- **Nettoomsättningen** ökade med 2 procent och uppgick till 467,9 (457,3) Mkr. Nettoomsättningen i fasta valutor ökade med cirka 14 procent.
- **EBITDA** exklusive kostnader för incitamentsprogram minskade med 1 procent och uppgick till 186,2 (187,3) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 39,8 (41,0) procent. I fast valuta var ökningen cirka 14 procent.
- **EBITDA** inklusive kostnader för incitamentsprogram minskade med 3 procent till 162,5 (167,4) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 34,8 (36,6) procent. I fast valuta var ökningen cirka 14 procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 108,5 (117,8) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,32 (0,34) kr före utspädning och 0,32 (0,34) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare (exklusive iOS)** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 56,3 miljoner till 441,7 (385,4) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 14 procent i Mellanöstern och Afrika och med 21 procent i resten av världen samt minskade med 4 procent i Indien.

januari–september 2025 (Q3)

Jämförelsesiffror avser januari–september 2024

- **Nettoomsättningen** ökade med 9 procent och uppgick till 1 461,3 (1 340,4) Mkr. I fasta valutor ökade omsättningen med cirka 18 procent.
- **EBITDA** exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 13 procent och uppgick till 596,4 (526,5) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal om 40,8 (39,3) procent. I fasta valutor var ökningen cirka 26 procent.
- **EBITDA** inklusive kostnader för incitamentsprogram var stabil och uppgick till 484,4 (483,1) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 33,1 (36,0) procent. I fast valuta var ökningen cirka 14 procent.
- **Resultat efter skatt** uppgick till 328,2 (373,9) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,96 (1,08) kr före utspädning och 0,96 (1,08) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare (exklusive iOS)** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 54,8 miljoner till 426,7 (371,9) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 5 procent i Indien, med 22 procent i Mellanöstern och Afrika och med 19 procent i resten av världen.

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 340,4	1 863,2
Bruttoresultat	354,3	351,9	1 121,9	1 018,5	1 421,5
Bruttomarginal (%)	75,7%	77,0%	76,8%	76,0%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	186,2	187,3	596,4	526,5	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	39,8%	41,0%	40,8%	39,3%	40,7%
EBITDA	162,5	167,4	484,4	483,1	684,2
EBITDA-marginal (%)	34,7%	36,6%	33,1%	36,0%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	145,9	154,7	436,5	444,3	632,1
Rörelsemarginal (%)	31,2%	33,8%	29,9%	33,1%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	148,4	158,2	455,3	496,3	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Eget kapital	1 237,6	1 347,6	1 237,6	1 347,6	1 506,4
Balansomslutning	1 703,1	1 737,6	1 703,1	1 737,6	1 955,5
Soliditet (%)	72,7%	77,6%	72,7%	77,6%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	454	410	454	410	415

Väsentliga händelser under kvartalet

- **Fortsatt stark användartillväxt.** Under kvartalet ökade det genomsnittliga antalet månatligt aktiva användare exklusive iOS (MAU) till 441,7 miljoner, vilket är en ökning med 15 procent jämfört med andra kvartalet 2024. Det genomsnittliga antalet dagligt aktiva användare (DAU), exklusive iOS, ökade till 379,3 miljoner, en ökning med 17 procent jämfört med samma period 2024. Jämfört med första kvartalet 2025 ökade antalet MAU med cirka 15 miljoner och DAU med över 12 miljoner.
- **Annonstäkterna minskade med cirka 1 procent i fasta valutor men minskade med cirka 10 procent i SEK jämfört med tredje kvartalet föregående år.** I MEA och i resten av världen ökade försäljningen i lokal valuta medan den minskade något i lokal valuta i Indien. Perioden inleddes förhållandevis starkt men efter en oannonserad algoritmförändring från vår största annonsnätverkspartner minskade antalet annonsvisningar på Truecaller väsentligt. Sedan dess har det pågått ett intensivt arbete med att mitigera effekterna av algoritmförändringen. Parallellt med detta har Truecaller fortsatt exekvera på den långsiktiga strategin att diversifiera annonsintäkterna genom samarbeten med fler annonsnätverk, ökad direktförsäljning och mer diversifierad geografisk försäljning. Truecallers strategi att addera fler annonsplattformar och den starka tillväxten inom Truecallers återkommande intäkter har gjort att andelen av intäkter från de två största annonsnätverken successivt minskat från 70% av totala intäkter 2022 till cirka 45% av de totala intäkterna i det tredje kvartalet.
- **Truecallers tillväxt av betalande prenumeranter var rekordhög och prenumerationsintäkterna ökade med 55 procent i lokal valuta och med 43 procent i SEK.** Genomsnittligt antal betalande prenumeranter ökade med 310 000 under kvartalet. Detta var en ökning med 34% jämfört med föregående år och med 10% jämfört med föregående kvartal. Tillväxten av prenumeranter var stark både på iOS och Android. Familjeplanen fortsatte att växa starkt. Intäkterna drevs av såväl en högre konverteringsgrad, 0,69% (0,59% under motsvarande kvartal 2024), till betalande användare – som en ökning av genomsnittlig intäkt per betalande användare (ARPU) till 10,04 SEK per månad (9,23 SEK). Genomsnittligt antal betalande användare på iOS ökade med cirka 20 procent under kvartalet. På iOS är konverteringsgraden nu 3,46% (2,58%) och ARPU 13,57 SEK (13,07). Den relativa tillväxten av abonnemangsintäkter är högre på iOS än på Android. iOS stod för 47% (42%) av premiumintäkterna, men intäkterna ökar betydligt från båda plattformarna. Abonnemangsintäkterna ökade i samtliga regioner och den största delen av tillväxten kom från regioner utanför Indien och Mellanöstern/Afrika.
- **Intäkterna från Truecaller for Business (TfB) ökade med cirka 39 procent i fasta valutor och med 21 procent i SEK.** Samtliga delar av företagsaffären, Verified Business, Business Messaging som riskprodukter, visade god tillväxt. Inom Verified Business var ARR i konstant valuta 43% högre jämfört med motsvarande kvartal föregående år samt 13% högre än vid slutet av det andra kvartalet. Tillväxten fortsätter drivas av en kombination av nyförsäljning och att befintliga kunder nyttjar fler produkter och/eller utökar avtal till fler länder eller en större del av sin verksamhet. Revenue churn är fortsatt mycket låg. Den starkaste relativa intäktstillväxten sker utanför Indien men intäkterna fortsätter att utvecklas starkt även i Indien. Tillväxten inom Truecallers riskprodukt, Number Intelligence, fortsatte att öka med flera avtal tecknade med framstående kunder inom bank och finans samt kreditupplysningsföretag. Business Messaging fortsatte att visa tillväxt jämfört med samma period förra året. Tillväxten har dock planat ut tillfälligt som en effekt av att vi valt att inte leverera stora mängder marknadsföringsmeddelanden.
- **Truecaller lanserar plattformen AI-plattformen adVantage.** Med hjälp av avancerad maskininlärning och realtidsdata hjälper adVantage företag att leverera mer träffsäkra budskap, skapa starkare engagemang och driva bättre affärsresultat. Plattformen som ständigt lär sig av användarinteraktioner och förfinar resultat har testats med mycket goda resultat inom bland annat Truecallers annonsverksamhet och för företagsmeddelanden.

Väsentliga händelser efter kvartalets slut

- **Den 9 oktober passerade Truecaller 450 miljoner månatliga användare på Android.** Det motsvarar en tillväxt av drygt 50 miljoner användare jämfört med slutet av 2024.
- **Verified Business (VB) lanseras i Europa.** Som ett led i den geografiska expansionen av Truecallers företagsprodukter lanserades VB i Europa. Plattformen innehåller en mängd funktioner som hjälper företag att bygga förtroende, öka svarsfrekvensen och förbättra engagemanget genom att vända tidigare okända företagssamtal till verifierade, kontextdrivna interaktioner.



VD-ORD – TREDJE KVARTALET 2025

Stark tillväxt i återkommande intäkter och användare, annonsintäkter påverkade av externa utmaningar

Under det tredje kvartalet fortsatte vi att se mycket stark tillväxt i våra återkommande intäktsströmmar. Intäkterna från Premium-prenumerationer ökade med 55% i fast valuta, drivet av en ökning av konverteringar till betalande användare på både Android och iOS. Vi uppnådde den högsta tillväxten någonsin i antalet prenumeranter under kvartalet, vilket speglar ett starkt engagemang för vår produkt och fortsatt konsumentefterfrågan.

Vi såg också fortsatt stark tillväxt för Truecaller for Business, där intäkterna ökade med 39% i fast valuta, stödd av fortsatt låg kundbortfall, ökad företagsanvändning och geografisk diversifiering. Att öka våra återkommande intäkter är fortsatt ett av våra viktigaste strategiska mål, och vi kommer att intensifiera våra ansträngningar ytterligare framöver.

Vår annonsverksamhet mötte en utmanande marknadsmiljö, och intäkterna minskade med 1% i fast valuta. Kvartalet började starkt, med ökad efterfrågan från juli till mitten av augusti. Därefter började faktorer utanför vår kontroll – främst makroekonomisk osäkerhet på grund av pågående handelstillsdiskussioner och det regulatoriska förbudet mot Real Money Gaming (RMG) i Indien – att påverka den totala efterfrågan på den indiska annonsmarknaden negativt. Valutakurseffekter fortsatte också att vara en motvind. Utöver detta gjorde vår största annonsnätverkspartner en förändring i sin algoritm för klickspårning utan förvarning eller tydlig förklaring, vilket orsakade en nedgång i intäkterna för oss och flera andra stora publicister – trots att användarbeteendet och annonsleveransen på vår plattform var oförändrade. Detta bidrog i hög grad till svagare annonsintäkter under andra halvan av kvartalet. Vi arbetar hårt för att återhämta oss från detta och slutar inte förrän problemet är helt löst.

Även om dessa händelser har en negativ effekt på intäkterna nu, stärker de vår övertygelse om strategin att diversifiera våra intäktsströmmar och källor för våra annonsintäkter är helt rätt. Grunderna i vår annonsverksamhet är fortsatt starka, men det som tagit oss hit kommer inte att ta oss till nästa fas av tillväxt. Vi fortsätter därför att arbeta mot våra långsiktiga strategiska mål: en tydlig förskjutning mot mer direktförsäljning av annonser, mer annonstrafik på vår egna annonsplattform och en mer diversifierad geografisk mix. Vi stärker vår kapacitet för att genomföra dessa mål och tecknar löpande fler direkta annonskunder från olika branscher samt nya efterfrågepartners.

En annan viktig del av annonsstrategin var lanseringen av adVantage under Q3 – vår egenutvecklade, AI-drivna rekommendationsmotor som möjliggör exakt segmentering och målgruppsinriktning med hjälp av AI. Plattformen har testats under året och har konsekvent levererat förbättrad avkastning (ROI) både för vår annonsverksamhet och för Truecaller for Business, och den skalas nu upp ytterligare.

Under de senaste tre åren har vi avsevärt minskat vårt beroende av våra två största annonspartners – från 71% av de totala intäkterna 2022 till cirka 45% under Q3 2025. Vi kommer att fortsätta denna diversifiering, vilket över tid kommer att stärka vår förmåga att hantera marknadsfluktuationer och skapa en mer robust tillväxtbas för framtiden.

När det gäller vårt finansiella resultat så ökade de totala nettointäkterna med 2% under kvartalet (14% i fast valuta). EBITDA minskade med 3% (ökade med 14% i fast valuta) samtidigt som EBITDA-marginalen var stabil på 34,7% (36,6% i fast valuta).

Användarengagemanget och adoptionen fortsätter att vara mycket stark, vilket understryker plattformens relevans och förtroende. Vi har nu passerat 450 miljoner aktiva användare globalt på Android, och prenumerationstillväxten är fortsatt stark på både iOS och Android, vilket visar på den stora efterfrågan på säkrare och mer tillförlitlig kommunikation.

Vi befinner oss i ett läge där våra långsiktiga ambitioner är fullt uppnåeliga – men de kräver fortsatt fokus och engagemang. Externa motvindar, såsom valutafluktuationer och svängningar på annonsmarknaden, gör att det blivit mer utmanande än förväntat att nå vårt finansiella mål för 2025. Samtidigt har vår användarbas och våra tillväxtmöjligheter totalt sett överträffat våra ursprungliga förväntningar. Därför fortsätter vi att investera – både i vår annonsverksamhet och, ännu mer strategiskt, i våra återkommande intäktsströmmar samt i produktutveckling för våra befintliga kunder. Vi är övertygade om att detta över tid kommer att leda till högre genomsnittlig intäkt per användare och starkare intäktstillväxt, vilket i sin tur gynnar våra aktieägare.

”Därför fortsätter vi att investera – både i vår annonsverksamhet och, ännu mer strategiskt, i våra återkommande intäktsströmmar samt i produktutveckling för våra befintliga kunder. Vi är övertygade om att detta över tid kommer att leda till högre genomsnittlig intäkt per användare och starkare intäktstillväxt, vilket i sin tur gynnar våra aktieägare.”

Sedan jag tog över som vd i början av året har vi mött vår beskärda del av marknadsvolatilitet och externa utmaningar, och det finns fortfarande arbete kvar att göra för att helt övervinna dessa. Men teamet och jag är fokuserade på de delar av verksamheten som vi kan påverka – global användartillväxt, tillväxt i premiumprenumeranter, att växa ARR från våra företagskunder, den direkta annonsförsäljningen och partnerdiversifiering – och alla dessa områden utvecklas väl. Detta påskyndar vår strategiska utveckling och positionerar Truecaller för förnyad tillväxt inom annonsering. Våra återkommande intäktsströmmar fortsätter att växa i hög och stabil takt, och bortsett från valutamotvindar visar vi också fortsatt god total intäktstillväxt.

Jag är övertygad om att våra produkter och tjänster kommer att fortsätta möta ökad efterfrågan, och att vi även framöver kommer att vara den bästa globala lösningen för säker och trygg samtals- och meddelandekommunikation.

Rishit Jhunjunwala, VD Truecaller

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 340,4	1 863,2
Bruttoresultat	354,3	351,9	1 121,9	1 018,5	1 421,5
Bruttomarginal (%)	75,7%	77,0%	76,8%	76,0%	76,3%
EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram	186,2	187,3	596,4	526,5	758,0
EBITDA-marginal (%), exklusive kostnader för incitamentsprogram	39,8%	41,0%	40,8%	39,3%	40,7%
EBITDA	162,5	167,4	484,4	483,1	684,2
EBITDA-marginal (%)	34,7%	36,6%	33,1%	36,0%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT)	145,9	154,7	436,5	444,3	632,1
Rörelsemarginal (%)	31,2%	33,8%	29,9%	33,1%	33,9%
Resultat efter finansiella poster	148,4	158,2	455,3	496,3	698,9
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Eget kapital	1 237,6	1 347,6	1 237,6	1 347,6	1 506,4
Balansomslutning	1 703,1	1 737,6	1 703,1	1 737,6	1 955,5
Soliditet (%)	72,7%	77,6%	72,7%	77,6%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	454	410	454	410	418

OPERATIVA NYCKELTAL

Juli- september 2025	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	441,7	318,9	90,0	32,8
Antal aktiva användare per dag (DAU), exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	379,3	281,1	72,2	26,0
Annonsintäkter per DAU, exklusive iOS	0,77	0,75	0,71	1,13
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	10,04	7,07	8,18	16,03

Juli- september 2024	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien	Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	385,4	280,0	76,1	29,3
Antal aktiva användare per dag (DAU), exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)	325,5	243,2	60,9	21,5
Annonsintäkter per DAU, exklusive iOS	0,99	0,99	0,82	1,44
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	9,23	6,11	8,21	15,52

Januari- september 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		
426,7	308,2	86,3	32,2
367,2	272,5	69,6	25,1
2,60	2,62	2,21	3,49
9,97	7,11	8,03	15,99

Januari- september 2024

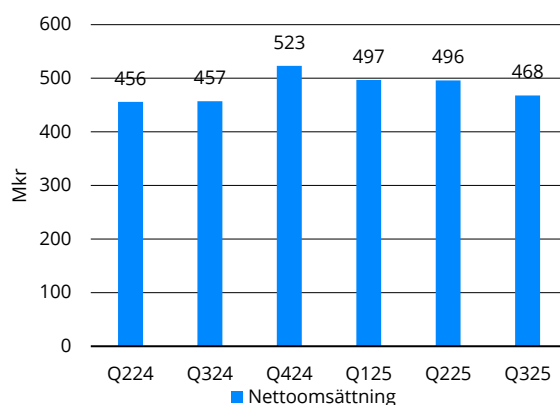
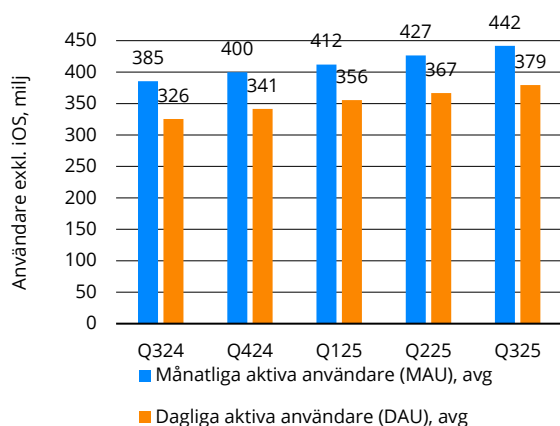
Antal aktiva användare per månad (MAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU) exklusive iOS, kvartalsgenomsnitt (miljoner)
Annonsintäkter per DAU exklusive iOS
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

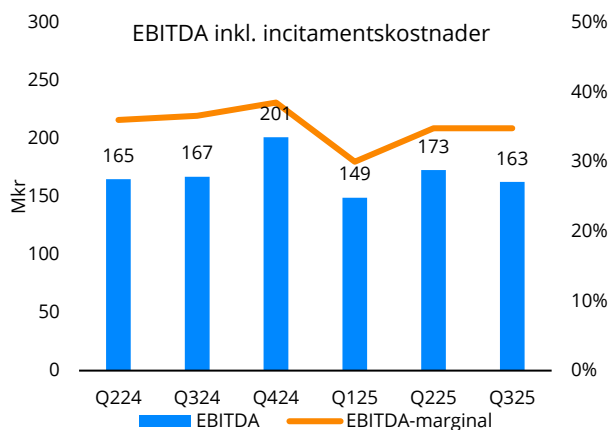
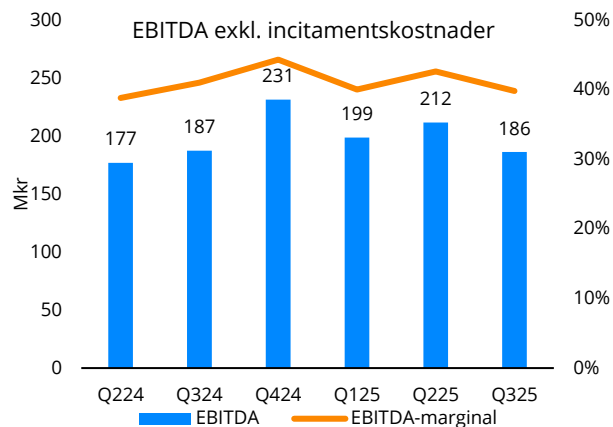
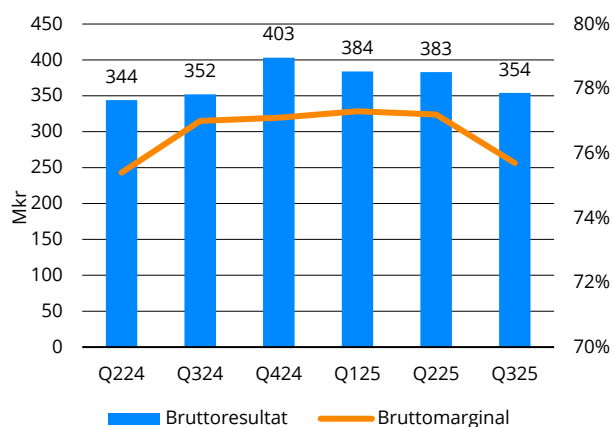
	Mellanöstern & Afrika Övriga världen		
Totalt	Indien		
371,9	271,0	72,8	28,1
315,2	236,3	58,2	20,6
3,09	3,16	2,32	4,37
9,05	5,82	8,64	15,33

Januari-december 2024

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

	Totalt	Indien	MEA Övriga världen
	378,9	275,6	74,5
	321,8	240,8	59,8
	4,18	4,24	3,25
	9,21	6,04	8,51





Finansiell utveckling

Tredje kvartalet 2025 (juli–september)

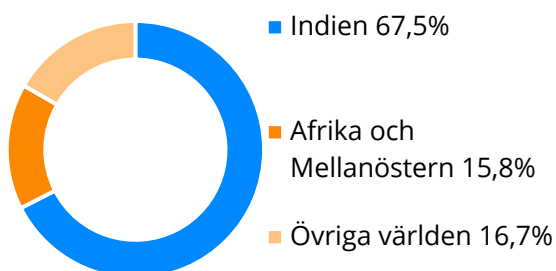
Intäkter

De totala intäkterna under tredje kvartalet ökade med 4 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år och uppgick till 476,7 (458,9) miljoner kronor. Valutaeffekter hade en betydande negativ påverkan på intäkterna under kvartalet. Ökningen i fasta valutor uppskattas ha varit 15 procent. Övriga intäkter uppgick till 8,8 (1,5) miljoner kronor.

Nettoomsättningen uppgick till 467,9 (457,3) miljoner kronor under tredje kvartalet, en ökning med 2 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Tillväxten i nettoomsättning i fasta valutor uppskattas ha varit 14 procent, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 15 procent i Mellanöstern & Afrika (MEA) till 73,8 (64,5) Mkr och med 21 procent i övriga världen (RoW) till 78,2 (64,6) Mkr samt minskade med 4 procent i Indien till 315,9 (328,2) Mkr. Försäljningstillväxten i samtliga rapporterade regioner påverkades negativt av den stärkta svenska kronan (SEK).



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna minskade med 10 procent till 290,2 (322,6) miljoner kronor. I fasta valutor uppskattas annonsintäkterna ha minskat med 1 procent.

Annonsintäkt per dagligt aktiv användare (DAU), exklusive iOS, minskade till 0,77 (0,99) SEK och minskade med 15 procent i fasta valutor. Minskningen av annonsintäkterna per dagligt aktiv användare är en kombination av en svagare annonsmarknad och användartillväxt på marknader, t ex Afrika, där betalningsförmågan än så länge är relativt låg, men där vi ser betydande långsiktiga intäktsmöjligheter.

Annonsintäkterna i fasta valutor ökade i MEA samt ROW men minskade i Indien. I svenska kronor minskade annonsintäkterna i Indien, ökade något i MEA samt minskade något i ROW.

Genomsnittspriserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade i SEK men ökade något i fasta valutor

jämfört med samma period föregående år. Antalet annonsvisningar som genererat intäkter till Truecaller minskade med cirka 10 procent. Annonsvisningarna och intäkterna från Truecallers största annonspartner minskade väsentligt i mitten av kvartalet efter en oannonserad algoritmförändring. Truecaller fortsätter att arbeta med den långsiktiga strategin att diversifiera annonsintäkterna både med avseende på kanaler och geografi. Annonsintäkterna från kanaler utanför de två största annonsnätverken fortsatte att visa tillväxt.

Intäkterna från premiumabonnemang ökade med 43 procent till 87,1 (67,3) miljoner kronor. Intäktstillväxten i fasta valutor uppgick till 56 procent. Den starkaste relativa intäktstillväxten 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 34 procent jämfört med samma kvartal föregående år och uppgick till 3,30 miljoner (2,46 miljoner). Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att öka och uppgick i genomsnitt till 0,69 % (0,59%) under kvartalet. Den genomsnittliga intäkten per användare ökade också och uppgick till 10,04 SEK (9,23). Tillväxten i genomsnittlig intäkt per användare var högre i lokala valutor. Intäkter från iOS står för cirka 47 % (42%) av de totala premiumintäkterna, och det genomsnittliga antalet prenumeranter på iOS ökade med 59 procent jämfört med samma period förra året och med 20 procent jämfört med föregående kvartal. Konverteringsgraden på iOS uppgick till 3,36% (2,58%) och den genomsnittliga månatliga intäkten per användare uppgick till 13,57 SEK (13,07). Intäkterna växte stadigt i samtliga regioner med den snabbaste tillväxten i resten av världen som nu nästan står för hälften av intäkterna från premiumabonnemang.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 21 procent till 79,9 (65,8) miljoner kronor. I fasta valutor bedöms tillväxten till 39 procent. Intäkterna utvecklades positivt inom samtliga intäktsområden: Verified Business, Business Messaging och riskprodukter. För Verified Business ökade den årliga återkommande intäkten (ARR) med 25 procent till 251 miljoner SEK (200 miljoner). Tillväxten i ARR i fasta valutor uppgick till cirka 43 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. Intäktsbortfallet från sådana uppsägningar i förhållande till de totala intäkterna uppgick i genomsnitt

till cirka 2,7 procent (4,0%) 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 3,9 miljarder (3,4) 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 8,8 (1,5) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 1 procent till 354,3 miljoner kronor (351,9) jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen uppgick till 75,7 procent (77,0). Den lägre bruttomarginalen är en kombination av att snittprovisionen till annonspartners ökade något samt något högre server- och verifikationskostnader. 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 minskade med 1 procent och uppgick till 186,2 miljoner kronor (187,3), med en EBITDA-marginal exklusive incitamentskostnader på 39,8 procent (41,0). Tillväxten i fasta valutor uppgick till cirka 14 procent.

EBITDA inklusive kostnader för incitamentsprogram minskade med 3 procent till 162,6 miljoner kronor (167,4), med en EBITDA-marginal på 34,7 procent (36,6). I fasta valutor ökade EBITDA med cirka 14 procent jämfört med samma period föregående år.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade med 6 procent till 145,9 miljoner kronor (154,7), motsvarande en rörelsemarginal på 31,2 procent (33,8).

Personalkostnaderna under kvartalet ökade med 8 procent till 111,9 miljoner kronor (103,5). Lönekostnaderna ökade främst som en följd av den årliga lönejusteringen som träder i kraft i början av andra kvartalet samt något ökade kostnader för incitamentsprogram. Personalkostnaderna exklusive incitamentsprogram ökade med 6 procent och uppgick 88,3 miljoner kronor (83,6).

Koncernens långsiktiga incitamentsprogram resulterade i en lönerelaterad kostnad om 38,0 miljoner kronor (16,7) med motsvarande ökning i eget kapital, samt sociala avgifter om -14,4 miljoner kronor (3,2) 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 2025. 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 med 7 procent till 88,6 miljoner kronor (82,6) jämfört med samma period föregående år.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt minskade med 8 procent till 148,4 miljoner kronor (158,2). Periodens resultat efter skatt uppgick till 108,5 miljoner kronor (117,8). Finansiella nettointäkter uppgick till 2,6 miljoner kronor (3,5).

Den totala skattekostnaden uppgick till 39,9 miljoner kronor (40,3), vilket motsvarar en effektiv skattesats om 26,9 procent (25,5) 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 0,32 (0,34) SEK och efter utspädning till 0,32 (0,34) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

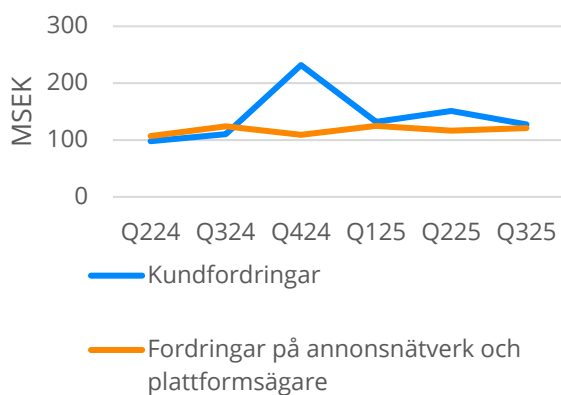
Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 26,0 (121,7) Mkr varav -81,0 (-19,9) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -70,4 (-44,6) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Förändringarna i rörelsekapitalet beror främst på inlösen av incitamentsprogram som ägde rum i juni men hade kassaflödeseffekter mellan det andra och tredje kvartalet samt förändringar i leverantörsskulder. Betald skatt förväntas minska under fjärde kvartalet då den beräknade preliminärskatten i Sverige har justerats baserat på årets faktiska utfall. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 16,9 (-201,9) Mkr och inkluderade investeringar i kortfristiga räntefonder om (-) (-200) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -77,4 (-88,7) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -73,3 (-80,4) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -34,5 (-169,0) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 395,3 (334,4) Mkr samt 595,1 (771,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 72,7 (77,6) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Den revolverande företagskrediten är tillgänglig fram till 2028.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 september 2025 till 1 703,1 (1 737,6) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 127,4 (110,4) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 120,9 (124,1) Mkr. Jämfört med föregående kvartal minskade kundfordringarna. Ökningen av kundfordringar gentemot föregående år beror främst på tillväxten av Truecallers for Business, samt av en ökad annonsförsäljning direkt till slutkund och via nya annonsnätverkspartners. Betalningsvillkoren för företagets kunder är normalt 30–90 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 (2,3) per den 30 september 2025. Fordringarna på annonsnätverk och plattformsägare är huvudsakligen kopplade till utestående fordringar mot Google.



Investeringar

Under tredje kvartalet 2025 kapitaliserades 8,7 miljoner kronor (1,5) 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 som Google och Apple. Därmed finns det begränsad direkt valutarisksexponering. Dessa partners fakturerar i sin tur användare av Truecallers tjänster delvis i lokala valutor, vilket medför en indirekt valutarisksexponering för Truecaller. Truecaller har dock inte fullständig information om valutarisken eller hur valutapåverkan hanteras av parterna 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 51 miljoner kronor under tredje kvartalet 2025 jämfört med motsvarande kvartal 2024. Detta berodde på en förstärkning av SEK mot de flesta utländska valutor, i genomsnitt med 12% mot INR och 9% mot USD, jämfört med samma period 2024. Företaget uppskattar också att valutakursförändringar hade en negativ effekt på EBITDA om cirka 28 miljoner kronor, motsvarande cirka 1,9 procentenheter på EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 2,5 (1,9) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -5,9 (-6,1) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -4,7 (-4,9) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 september 2025 till 44,1 (29,8) 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-september 2025

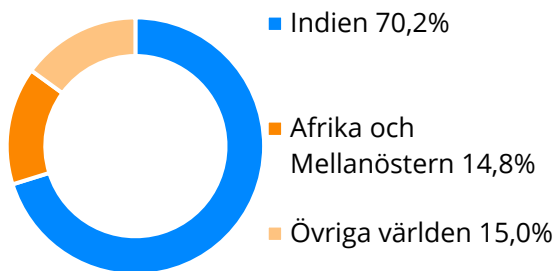
Intäkter

De totala intäkterna för perioden ökade med 11 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år och uppgick till 1 489,4 miljoner kronor (1 347,8). Ökningen i fasta valutor uppskattas till 19 procent. Övriga intäkter uppgick till 28,2 miljoner kronor (7,4).

Nettoomsättningen uppgick till 1 461,3 miljoner kronor (1 340,4), en ökning med 9 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Truecallers uppskattning är att nettoomsättningstillväxten i fasta valutor var 18 procent, se avsnittet Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 5 procent i Indien till 1 025,7 (978,7) Mkr, med 21 procent i Mellanöstern & Afrika (MEA) till 215,6 (177,5) Mkr och med 19 procent i övriga världen (RoW) till 219,9 (184,2) Mkr. Försäljningstillväxten i samtliga rapporterade regioner påverkades negativt av den stärkta SEK



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna i SEK minskade med cirka 2 procent till 955,2 miljoner kronor (972,6). Truecallers uppskattning är att annonsintäkterna ökade med 6 procent i fasta valutor. Truecallers direktförsäljning ökade och bidrog positivt till bruttomarginalen under perioden.

Annonsintäkter per daglig aktiv användare (DAU), exklusive iOS, minskade till 2,60 SEK (3,09). Minskningen i fasta valutor var cirka 9 procent.

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

De genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade något i SEK men ökade något i fasta valutor jämfört med samma period förra året. Antalet annonsvisningar som genererade intäkter för Truecaller ökade med cirka 2 procent jämfört med samma period förra året.

Intäkterna från premiumabonnemang ökade med 40 procent till 265,5 miljoner kronor (190,1). Intäkstillväxten i fasta valutor var cirka 49 procent. Den starkaste relativa intäkstillväxten skedde på iOS. Alla regioner visade stark tillväxt.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 37 procent till 236,7 miljoner kronor (173,0). Intäkstillväxten i fasta valutor var cirka 50 procent. Alla delar av verksamheten – Verified Business, Business Messaging och riskprodukter – noterade stark tillväxt.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 28,2 (7,4) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 10 procent till 1 121,9 miljoner kronor (1 018,5) jämfört med samma period förra året. Bruttomarginalen uppgick till 76,8 procent (76,0). Den ökade bruttomarginalen berodde främst på 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 13 procent och uppgick till 596,4 miljoner kronor (526,5), och EBITDA-marginalen exklusive incitamentskostnader var 40,8 procent (39,3). Tillväxten i fasta valutor var cirka 26 procent.

EBITDA inklusive kostnader för incitamentsprogram var stabil och nådde 484,4 miljoner kronor (483,1), med en EBITDA-marginal på 33,1 procent (36,0). I fasta valutor ökade EBITDA med cirka 14 procent jämfört med samma period föregående år.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade med 2 procent och uppgick till 436,5 miljoner kronor (444,3), motsvarande en rörelsemarginal på 29,9 procent (33,1).

Personalkostnaderna under perioden ökade till 389,7 miljoner kronor (299,7). 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 8 procent till 277,7 miljoner kronor (256,3).

Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönerelaterad kostnad för perioden på 94,3 miljoner kronor (37,4) med en motsvarande ökning i eget kapital samt sociala avgifter på 17,6 miljoner kronor (6,0) 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 2025. 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 276,0 miljoner kronor (243,0) jämfört med samma period föregående år. De främsta drivkrafterna för ökningen var investeringar i marknadsföringskostnader, bland annat 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 455,3 (496,3) miljoner SEK. Resultat efter skatt för perioden uppgick till 328,2 (373,9) miljoner SEK. Nettofinansiella intäkter uppgick till 18,8 (52,0) 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 127,0 (122,4) miljoner SEK, vilket motsvarar en effektiv skattesats på 27,9 (24,7) procent för koncernen. Den effektiva skattesatsen är en kombination av de svenska och indiska bolagsskattesatserna, och eftersom en ökande andel av koncernens vinst allokteras till Indien förväntas skattesatsen öka gradvis. Det förekommer dock variationer mellan kvartalen.

Resultat per aktie före och efter utspädning var 0,96 (1,08) SEK och efter utspädning till 0,96 (1,08) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 397,8 (361,7) Mkr varav 1,7 (-70,9) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -191,2 (-130,9) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Betald skatt förväntas minska under det fjärde kvartalet 2025 till följd av justering av utbetald preliminärskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 219,9 (192,2) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 350,0 (400,0) Mkr samt en investering i kortfristiga räntefonder om -100,0 (-200) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -669,0 (-850,1) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -90,1 (-217,8) Mkr och utbetald utdelning som uppgick till -583,2 (-589,8) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -51,2 (-296,2) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 395,3 (334,4) Mkr samt 595,1 (771,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 72,7 (77,6) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Den revolverande företagskrediten är tillgänglig fram till 2028.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 september 2025 till 1 703,1 (1 737,6) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 127,4 (110,4) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 120,9 (124,1) Mkr. Ökningen av kundfordringar beror främst på tillväxten av Truecaller for Business, samt av en ökad annonsförsäljning direkt till slutkund och via nya annonsnätverkspartners. Betalningsvillkoren för företagets kunder är normalt 30-90 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 (2,3) per den 30 september 2025. Fordringarna på annonsnätverk och plattformsägare är huvudsakligen kopplade till utestående fordringar mot Google och Meta.

Investeringar

Under perioden aktiverades 27,0 (6,2) 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 som 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 115 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 65 miljoner SEK, vilket motsvarar cirka 1,8 procentenheter på EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter uppgick till 21,6 (6,4) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 450,0 (395,6) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 450,0 (396,4) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 september 2025 till 44,1 (29,8) 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

Truecaller fortsätter utveckling mot sin strategiska vision att gå från att vara en nummerpresentationsapp till att bli ett heltäckande skyddslager för personlig kommunikation. Produktutvecklingen under det tredje kvartalet speglar ett starkt engagemang för att bygga en tillitsinfrastruktur som proaktivt hanterar den globala ökningen av spam, bedrägerier och anonym kommunikation.

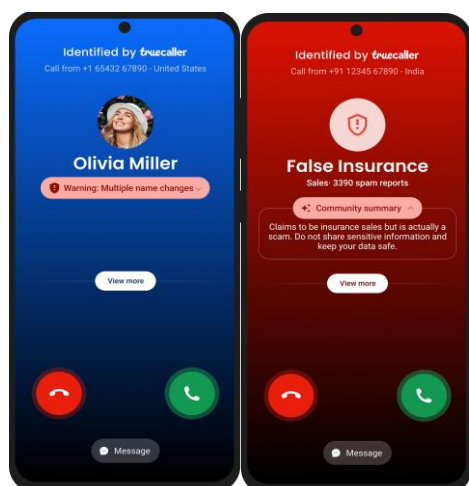
Genom att utnyttja avancerad AI och maskininlärning går Truecaller bortom passiv identifiering och levererar proaktiv kommunikationsintelligens som hjälper användare att inte bara avgöra vem som ringer, utan också varför det är relevant – ett avgörande unikt säljargument (USP) i dagens digitala landskap.

Kvartalets innovationer inom AI, intäktsgenerering och B2B-tjänster understryker företagets fortsatta fokus på att bygga en robust och diversifierad plattform för hållbar långsiktig tillväxt

Ett lager av säker kommunikation: Produkt- och AI-uppdateringar

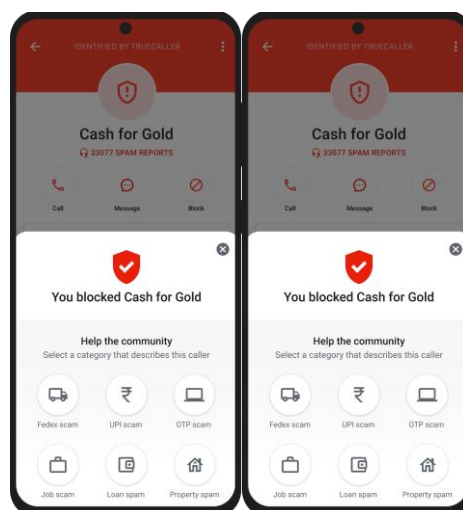
Under kvartalet skalade Truecaller upp sina egenutvecklade AI-drivna identitets- och meddelandefunktioner avsevärt, vilket stärker dess position som den främsta tillitsmotorn för miljarder samtal och meddelanden världen över.

Företagets fokus på att identifiera syftet bakom ett samtal – inte bara namnet – blev tydligt genom expansionen av lösningen AI Identity. Denna avancerade funktion, som kan upptäcka potentiella bedrägerier genom att identifiera nyligen eller frekvent ändrade namn samt andra typer av misstänkta signaler med ett färgkodat system, fick stor spridning. Antalet AI Identity-visningar ökade från 158 miljarder under andra kvartalet till 189 miljarder under tredje kvartalet, vilket visar ökat användarförtroende för dessa smartare funktioner.



På liknande sätt ökade volymen av AI-drivna Message IDs (MIDs), som tillför viktig kontext till SMS, kraftigt – från 7,4 miljarder visningar under andra kvartalet till över 14 miljarder under tredje kvartalet – en ökning på nästan 90 procent kvartal över kvartal.

Truecallers största styrka är dess community-baserade nätverk, som fortsätter att ge värdefull feedback till företagets intelligenta system. Antalet besvarade användarundersökningar ökade från 212 miljoner till 242 miljoner kvartal över kvartal, vilket visar på fortsatt engagemang från användarna. Denna kollektiva försvarsmekanism möjliggjorde en ökning med 68 procent av Scam Feed-användare under kvartalet, då företaget ökade medvetenheten om aktuella bedrägeritrender bland en ny användargrupp och planerar att lansera Scam Feed utanför Indien under fjärde kvartalet.



Betydande framsteg gjordes också för att minska skillnaderna mellan Android- och iOS-versionerna – ett viktigt steg för framtida intäktsmöjligheter. Förbättringar av Live Lookup-tjänsten på iOS inkluderade mer frekvent datauppdatering för att identifiera nya spammare samt förbättrad cachelagring av ofta blockerade nummer, vilket ökar effektiviteten och minskar fördröjningar.

Dessutom kan Premium-användare i Indien nu verifiera sin identitet med Aadhaar och få en blå bock i appen. För ökad kontroll utökades möjligheten att blockera egna nummerserier till alla Premium-användare, och funktionen testas nu gratis i Chile som pilot.

Stark tillväxt i Premium-intäkter

Kvartalet markerade en viktig milstolpe för Truecallers Premium-prenumerationer, vilket visar företagets ökande framgång i att skapa återkommande intäktsströmmar utöver kärnverksamheten med annonser.

Under Q3 uppgick Premium-intäkterna till 96,4 miljoner, vilket motsvarar en tillväxt på 11 procent kvartal över kvartal (QoQ), 43 procent år över år (YoY), och 56 procent YoY i fasta valutor. Antalet prenumerationer ökade med 10 procent QoQ, där iOS stod för den starkaste tillväxten med 19,5 procent QoQ.

Internationella marknader var viktiga tillväxt drivare. Mellanöstern och Afrika (MEA) samt Rest of World (ROW) visade stark tillväxt på båda plattformarna. USA fortsätter vara en nyckelmarknad och står för 17 procent av iOS-intäkterna och 7 procent av Android-intäkterna, med en QoQ-tillväxt på 14 respektive 10 procent. Indien visade också god tillväxt på iOS med 20 procent högre intäkter och 21 procent fler prenumerationer QoQ.

Flera Premium-marknader hade exceptionell prenumerationstillväxt under kvartalet, bland annat Nigeria (36 %), Colombia (33 %) och Brasilien (21 %). Förnyelsegraden för globala iOS Premium-prenumerationer låg kvar på cirka 90 %, vilket signalerar hög kundnöjdhet.

För att förbättra retention ytterligare och öka antalet betalande användare fortsatte företaget att optimera sin Premium Monetization Engine. Nya upplevelser för att motverka avhopp infördes, med skräddarsydd kommunikation och erbjudanden före, under och efter prenumurations-periodens slut. Nästa steg blir att integrera AI för att skala innehållsskapande, möjliggöra kontinuerlig leverans och utforska partnerskap för paketerade erbjudanden.

Truecaller Ads och AdVantage

Det tredje kvartalet präglades av konsolidering och tillväxt inom annonsplattformen, med fokus på att skala upp upplevelser med hög påverkan, fördjupa dataintelligens och strategiskt utöka annonsutrymmet.

Den interna annonsservern TAS tog stora steg i att förbättra brandingprodukter som Truecaller Masthead och Truecaller Play, vilket ökade deras synlighet och mätbarhet. En ny lösning, Prime-view, lanserades för att låta varumärken äga flera annonsytor längs hela användarresan. Dessutom introducerades kontextuell målgruppsstyrning på efter-samtalsskärmen för mer relevanta och etiska kopplingar till användare.

På prestationssidan förbättrades ROI kraftigt för stora kunder genom optimering av kreativt innehåll och placeringar samt retargeting av högvärdiga användargrupper.

En höjdpunkt under kvartalet var lanseringen av AdVantage – en helt automatiserad, AI-driven rekommendationsmotor

som erbjuder skarpare målgruppsinriktning, högre engagemang och bättre annonsresultat. Dataplattformen för kontinuerlig A/B-testning av annonser färdigställdes, vilket möjliggör datadrivna produktbeslut.

För att öka intäkterna introducerades nya annonsformat som AppOpen Ads och Carousel Ads på detaljvyer vilket breddar intäktsportföljen. Optimering på geografisk nivå säkerställde att annonsutbudet matchar efterfrågan i nyckelmarknader.

Ökad användning av Truecaller for Business företagslösningar

Truecaller for Business (TfB) fortsatte sin starka tillväxt under tredje kvartalet och bekräftade strategin att etablera en verifierad företagsuppringartjänst och ett lättviktigt digitalt identitetslager.

Kvartalet kännetecknades av hög användning av kundupplevelsefunktioner (CX) bland TfB:s företagskunder: Call Reason nådde 75% användning, Call-Me-Back (CMB) 40 % och Video Caller ID (VCID) 31 % adoption.

Erbjudandet breddades med lanseringen av ett nytt karusellformat för Verified Campaigns, vilket gör det lättare för marknadsföringsteam att hantera flera kampanjer samtidigt och öka kundernas livstidsvärde (LTV). En specialiserad produkt, Verified Banners på SMS Message ID (MID), introducerades för kunder inom Bank-, Finans- och Försäkringssektorn (BFSI), vilket gör det möjligt att maximera värdet av transaktions-SMS.

Produkten Number Intelligence (NI) fortsatte att prestera starkt och bidrog till både intäkter och nya kunder, särskilt genom strategiska partnerskap. Nya funktioner gör det möjligt för kunder att snabbt testa NI-poäng mot sina egna modeller, vilket avsevärt förkortar säljcykeln.

Samarbetet med Tanla fortsätter att vara en viktig drivkraft för volymer inom transaktions- och marknadsföringsmeddelanden. De första resultaten från testningen av AdVantage (se ovan) för förbättrad målgruppsstyrning i marknadsföringsmeddelanden är lovande, med potential att bredda användningsområdena ytterligare.

Övrig information

Truecallers databehandling

Truecallers plattform är utformad med hänsyn till integritet och dataskydd. Den bygger på samtycke, transparens och ändamålsbegränsning. Användare har full kontroll över sina personuppgifter, medan information om icke-användare behandlas restriktivt och enbart för att främja säker och informerad kommunikation. Truecaller behandlar endast data som användare tillhandahåller med informerat och uttryckligt samtycke. När en användare väljer att använda Truecaller samlas endast minimala personuppgifter in, såsom namn och telefonnummer, för att möjliggöra samtalsidentifiering i enlighet med gällande regleringar. Eventuell ytterligare information som användaren frivilligt lämnar är helt valfri och styrs av användarens egna inställningar. Användare kan när som helst ta bort sina telefonnummer från Truecallers plattform via en publik webbsida eller genom att kontakta Truecallers kundsupport.

Truecaller har infört omfattande och branschstandardiserade säkerhetsåtgärder för att skydda integriteten hos insamlade och behandlade personuppgifter. Detta inkluderar säkra servrar, åtkomstkontroller och molnsäkerhet tillhandahållen av välrenommerade leverantörer. Den tekniska arkitekturen bygger på strikt organisatorisk separation, vilket säkerställer efterlevnad av gällande dataskyddsbestämmelser i alla jurisdiktioner. Den absoluta majoriteten av data som behandlas gäller användardata, företagsdata (utanför dataskyddets tillämpningsområde) samt spamrelaterade data. Vissa användare väljer frivilligt att bidra med uppgifter, exempelvis namnförslag.

För icke-användardata baseras behandlingen på Truecallers berättigade intresse att tillhandahålla korrekta nummerpresentationstjänster, möjliggöra informerade beslut och minska exponeringen för oönskad eller skadlig kommunikation. All databehandling sker med starka skydd för personlig integritet. Data begränsas till det nödvändiga, anonymiseras och pseudonymiseras. Lagringstiden är strikt begränsad till vad som krävs för att tillhandahålla tjänsterna.

Användare kan själva blockera, rapportera eller avmarkera nummer och informeras tydligt i appen om hur deras bidrag och data används för att skydda gemenskapen. Icke-användare har tillgång till tydlig information via Truecallers sekretesspolicy och kan när som helst begära att deras nummer tas bort från sökdatasen.

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

Bokslutskommuniké 2025: 17 februari 2026

Delårsrapport januari-mars 2026: 7 maj 2026

Delårsrapport januari-juni 2026: 17 juli 2026

Delårsrapport januari-september 2026: 3 november 2026

Kontaktuppgifter

Rishit Jhunhunwala, CEO

E-post: rishit.jhunhunwala@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 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 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Nettoomsättning	3	467 941	457 306	1 461 257	1 340 442	1 863 218
Övriga intäkter		71	27	1 221	1 182	1 236
Aktiverat arbete för egen räkning		8 681	1 522	26 959	6 196	11 881
Förmedlingskostnader		-113 598	-105 372	-339 360	-321 981	-441 728
Övriga externa kostnader		-88 626	-82 572	-275 967	-242 999	-330 501
Personalkostnader		-111 925	-103 497	-389 738	-299 728	-419 898
Av- och nedskrivningar		-16 681	-12 716	-47 914	-38 856	-52 067
Rörelseresultat		145 863	154 698	436 458	444 256	632 140
Finansnetto		2 583	3 480	18 799	52 049	66 724
Resultat efter finansiella poster		148 446	158 178	455 257	496 305	698 864
Skatt		-39 935	-40 348	-127 026	-122 412	-174 541
Periodens resultat ¹⁾		108 510	117 830	328 232	373 893	524 323
Resultat per aktie						
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,32	0,34	0,96	1,08	1,51
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		343 820 038	344 875 897	343 454 642	347 013 520	346 995 706
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		343 820 038	344 875 897	343 454 642	347 013 520	346 995 706

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Periodens resultat		108 510	117 830	328 232	373 893	524 323
Övrigt totalresultat för perioden						
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omräkningsdifferens		-13 100	-10 142	-43 247	393	14 403
Förändringar av kassaflödessäkringar		4 238	-	-4 163	-	-1 416
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-	-	68
Övrigt totalresultat för perioden		-8 862	-10 142	-47 410	393	13 056
Totalresultat för perioden ¹⁾		99 648	107 688	280 822	374 286	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 sep	2024 30 sep	2024 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		44 757	44 807	49 083
Övriga immateriella tillgångar		43 224	23 194	27 589
Materiella anläggningstillgångar		10 807	14 774	14 455
Nyttjanderättstillgångar		70 883	103 462	95 744
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 698	32 698	32 698
Uppskjuten skattefordran		34 489	35 615	36 229
Andra långfristiga fordringar	4	11 692	13 795	22 664
Summa anläggningstillgångar		248 550	268 346	278 461
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	464 133	363 241	353 020
Kortfristiga placeringar	4	595 084	771 616	827 950
Likvida medel	4	395 337	334 361	496 047
Summa omsättningstillgångar		1454 555	1469 218	1677 017
SUMMA TILLGÅNGAR		1703 105	1737 564	1955 479
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 237 597	1 347 600	1 506 439
Summa eget kapital		1 237 597	1 347 600	1 506 439
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		9 308	7 716	9 386
Leasingskulder		56 305	73 109	74 331
Uppskjuten skatteskuld		27 106	36 115	35 399
Övriga långfristiga skulder	4	14 918	12 082	13 779
Summa långfristiga skulder		107 638	129 022	132 893
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		37 780	33 676	25 798
Övriga kortfristiga skulder	4	320 091	227 265	290 347
Summa kortfristiga skulder		357 870	260 942	316 146
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1703 105	1737 564	1955 479

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	148 446	158 178	455 257	496 305	698 864
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	28 925	28 013	132 024	67 160	101 090
Betald inkomstskatt	-70 380	-44 632	-191 188	-130 890	-177 128
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	106 991	141 559	396 093	432 575	622 826
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital ¹⁾					
Förändringar av rörelsefordringar	-25 398	-25 457	-36 813	-76 885	-68 657
Förändringar av rörelseskulder	-55 583	5 565	38 562	6 001	49 916
Kassaflöde från den löpande verksamheten	26 010	121 667	397 842	361 691	604 086
Investeringsverksamheten					
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-	-	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-968	-468	-3 084	-1 578	-2 298
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8 681	-1 522	-26 959	-6 196	-11 881
Investering i kortfristiga placeringar	-	-200 000	-100 000	-200 000	-250 000
Förändring av finansiella fordringar	26 549	-	-	-	-5 665
Försäljning av kortfristiga placeringar	-	-	350 000	400 000	400 000
Finansiella anläggningstillgångar	-	-	-	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	16 900	-201 990	219 957	192 226	130 157
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	-1	-	-1	-	-
Erhållna medel för teckningsoptioner	2 024	-	30 846	-	1 126
Återköp teckningsoptioner	-	-	-76	-18 287	-18 361
Amortering av leasingsskuld	-6 120	-8 127	-26 540	-24 275	-33 272
Återköp av egna aktier	-73 308	-80 468	-90 077	-217 775	-241 797
Utbetald utdelning	-	-	-583 158	-589 799	-589 799
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-77 405	-88 684	-669 007	-850 136	-882 104
Periodens kassaflöde	-34 494	-169 008	-51 209	-296 219	-147 861
Likvida medel vid periodens början	446 880	512 617	496 047	631 347	631 347
Valutakursdifferens i likvida medel	-17 049	-9 248	-49 502	-768	12 560
Likvida medel vid periodens slut	395 337	334 361	395 337	334 361	496 046

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

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets ägare
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	
Ingående eget kapital 2024-01-01	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Periodens resultat	-	-	-	373 893	373 893
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	393	-	393
Periodens totalresultat	-	-	393	373 893	374 286
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	58	-	-	-57	1
Makulering av egna aktier	-57	-	-	57	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-217 775	-217 775
Teckningsoptioner	-	-52	-	-	-52
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	37 236	37 236
Utdelning 1)	-	-	-	-589 799	-589 799
Summa	1	-52	-	-770 338	-770 388
Utgående eget kapital 2024-09-30	763	1 738 246	-7 740	-383 770	1 347 600
Ingående eget kapital 2025-01-01	764	1 738 172	4 854	-237 350	1 506 440
Periodens resultat	-	-	-	328 232	328 232
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-43 247	-	-43 247
Förändringar av kassaflödessäkringar	-	-	-4 163	-	-4 163
Periodens totalresultat	-	-	-47 410	328 232	280 822
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	1	-	-	-	1
Makulering av egna aktier	-	-	-	-	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-90 077	-90 077
Teckningsoptioner	-	30 770	-	-	30 770
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	92 799	92 799
Utdelning 1)	-	-	-	-583 158	-583 158
Summa	1	30 770	-	-580 435	-549 664
Utgående eget kapital 2025-09-30	765	1 768 943	-42 555	-489 553	1 237 598

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 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Rörelsens intäkter		2 478	1 904	21 573	6 383	10 405
Övriga externa kostnader		-5 529	-3 010	-16 380	-8 833	-10 919
Personalkostnader		-1 885	-3 686	-15 233	-10 058	-14 937
Rörelseresultat		- 4 936	-4 792	-10 040	-12 507	-15 451
Finansnetto		-998	-1 333	460 063	408 125	556 974
Resultat efter finansiella poster		- 5 934	-6 125	450 022	395 618	541 523
Bokslutsdispositioner		-	-	-	-	8 500
Resultat före skatt		- 5 934	-6 125	450 022	395 618	550 023
Skatt		-1 221	1 245	-71	794	-129
Periodens resultat		-4 713	-4 880	449 951	396 412	549 893

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2025 30 sep	2024 30 sep	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		5 446	6 839	3 604
Fordringar hos koncernföretag		36 945	13 539	24 306
Kortfristiga placeringar		173 678	260 311	260 311
Likvida medel		44 090	29 829	68 414
Summa omsättningstillgångar		260 159	310 518	356 635
SUMMA TILLGÅNGAR		10 557 336	10 607 695	10 653 812
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		10 545 802	10 496 188	10 645 516
Skulder hos koncernföretag		1 180	105 000	-
Kortfristiga skulder		10 353	6 507	8 296
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 557 336	10 607 695	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 3).

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 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Geografisk region					
Indien	315 857	328 248	1 025 727	978 686	1 350 600
Mellanöstern och Afrika	73 777	64 458	215 627	177 504	253 512
Övriga världen	78 306	64 600	219 903	184 252	259 106
Intäkter från avtal med kunder	467 941	457 306	1 461 257	1 340 442	1 863 218

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

Belopp i Tkr	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Typ av tjänst					
Annonsintäkter	290 189	322 644	955 140	972 618	1 344 598
Användarintäkter	96 444	67 342	265 528	190 126	267 821
Truecaller for Business	79 914	65 843	236 730	173 084	244 943
Övriga intäkter	1 394	1 477	3 859	4 614	5 856
Intäkter från avtal med kunder	467 941	457 306	1 461 257	1 340 442	1 863 218

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 september 2025

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	11 692	11 692
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	120 886	120 886
Kundfordringar	-	127 392	127 392
Kortfristiga placeringar	595 084	-	595 084
Likvida medel	-	395 337	395 337
Totalt	627 782	655 307	1 283 089
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	39 509	39 509
Villkorad tilläggsköpeskilling	9 073	-	9 073
Totalt	9 073	39 509	48 582

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 september 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	13 795	13 795
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	124 076	124 076
Kundfordringar	-	110 437	110 437

Kortfristiga placeringar	771 616	-	771 616
Likvida medel	-	334 361	334 361
Totalt	804 314	582 669	1 386 983

FINANSIELLA SKULDER

Leverantörsskulder	-	35 134	35 134
Villkorad tilläggsköpeskilling	9 108	-	9 108
Totalt	9 108	35 134	44 242

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	22 664	22 664
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	124 076	124 076
Kundfordringar	-	110 437	110 437
Kortfristiga placeringar	827 950	-	827 950
Likvida medel	-	496 046	496 046
Totalt	860 648	753 224	1 613 871
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	32 476	32 476
Villkorad tilläggsköpeskilling	10 307	-	10 307
Totalt	10 307	32 476	42 783

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 tilläggsköpeskilling 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 observerbara marknadsdata.

Under perioden har inga överföringar mellan nivåerna förekommit. Koncernen har inga finansiella tillgångar eller skulder som har kvittats i redovisningen eller som omfattas av ett rättsligt bindande avtal om nettning.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har placeringar i kortfristiga räntefonder. Det verkliga värdet på innehavet framkommer genom att använda marknadspriser på balansdagen enligt nivå 1. Effekten av värderingen till verkligt värde redovisas i resultaträkningen. Justeringen till verkligt värde av dessa instrument återspeglas direkt i posten kortfristiga placeringar i rapporten över finansiell ställning.

Kortfristiga placeringar, Tkr	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Ingående balans	827 950	941 256	941 256
Investering kortfristiga placeringar	100 000	200 000	250 000

Försäljning av kortfristiga placeringar	-350 000	-400 000	-400 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	17 134	30 360	36 694
Utgående balans	594 084	771 616	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-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Ingående balans	10 307	8 404	8 404
Anskaffningsvärde	-	-	-
Utbetalning	-	-	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	-1 234	704	1 903
Utgående balans	9 073	9 108	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.

De lönerelaterade kostnaderna ökade till följd av införandet av ett nytt program under 2025. 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 om koncernens historiska optionsprogram återfinns i årsredovisningen 2024.

Kostnader för incitamentsprogram, Mkr

	2025 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-38,0	-16,5	-94,3	-37,2	-55,9

Sociala avgifter	14,4	-3,2	-17,6	-6,0	-17,8
------------------	------	------	-------	------	-------

Kostnader för

incitamentsprog ram	-23,6	-19,7	-112,0	-43,3	-73,8
----------------------------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------

Not 6. Egna aktier

Truecaller har under 2025 köpt tillbaka 1 822 500 B-aktier för 90,1 miljoner kronor inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna aktier per 2025-09-30 uppgår till 5 767 832 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, 2025-10-27

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedì
Styrelseledamot

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Aruna Sundararajan
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Rishit Jhunjunwala
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 jul-sep	2024 jul-sep	2025 jan-sep	2024 jan-sep	2024 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal					
Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 340,4	1 863,2
Minus förmedlingskostnader	-113,6	-105,4	-339,4	-322,0	-441,7
Bruttoresultat	354,3	351,9	1 121,9	1 018,5	1 421,5
Dividerat med Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 340,5	1 863,2
Bruttomarginal	75,7%	77,0%	76,8%	76,0%	76,3%
EBITDA och EBITDA-marginal					
Rörelseresultat (EBIT)	145,9	154,7	436,5	444,3	632,1
Exklusive av- och nedskrivningar	-16,7	12,7	47,9	38,9	52,1
EBITDA	162,5	167,4	484,4	483,1	684,2
Dividerat med Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 304,4	1 863,2
EBITDA-marginal	34,7%	36,6%	33,1%	36,0%	36,7%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal					
Rörelseresultat (EBIT)	145,9	154,7	436,5	444,3	632,1
Dividerat med Nettoomsättning	467,9	457,3	1 461,3	1 340,2	1 863,2
Rörelsemarginal	31,2%	33,8%	29,9%	33,1%	33,9%
Soliditet					
Summa Eget kapital	1 237,6	1 347,6	1 237,6	1 347,6	1 506,4
Dividerat med Summa tillgångar	1 703,1	1 737,6	1 703,1	1 737,6	1 955,5
Soliditet	72,7%	77,6%	72,7%	77,6%	77,0%