

Pressmeddelande
2026-06-16

Truecaller informerar om den senaste utvecklingen i sin annonsaffär

Den flaggning som infördes på Truecallers annonsinventarie hos bolagets största efterfrågepartner i augusti 2025 har nu avlägsnats. Till följd av detta har bolaget under de senaste dagarna sett en marginell ökning av intäkterna från partnern.

Eftersom flaggningen togs bort nyligen bedöms påverkan på annonsintäkterna under det andra kvartalet 2026 bli begränsad. Att flaggningen har avlägsnats är positivt, men bolagets bedömning är att det fortfarande är för tidigt att dra några säkra slutsatser om den långsiktiga effekten på intäkterna. Flaggningen tillämpas av en algoritm som kontinuerligt omvärderar annonsinventariet. Det innebär att flaggningen potentiellt kan komma att återinföras i framtiden i samband med att bolaget genomför uppdateringar av appen.

Flaggningen uppstod till följd av en oannonserad algoritmförändring som efterfrågepartnern införde i mitten av augusti förra året och som påverkade Truecaller. Som en följd av detta försämrades resultatet för Truecallers annonsinventarie avsevärt, vilket ledde till lägre annonsintäkter från partnern.

Sedan förändringen infördes i augusti 2025 har kontinuerliga förbättringar, omfattande insatser och löpande tester i nära samarbete med partnern haft en positiv inverkan på hur Truecaller bedöms som publicist. Detta har nu resulterat i att flaggningen har tagits bort.

“Under de senaste tio månaderna har vi arbetat intensivt med att åtgärda de utmaningar som uppstod förra året. Även om det fortfarande är mycket tidigt är jag glad över att vår annonsinventarie inte längre är flaggat, vilket tydligt visar på de framsteg vi har gjort, även om vi inte kan vara säkra på att flaggningen inte återinförs i framtiden. Vårt fokus är fortsatt att genomföra vår uppdaterade annonsstrategi med samma övertygelse som tidigare”, säger Rishit Jhunjhunwala, VD, Truecaller.

Oavsett de framsteg som gjorts med den största efterfrågepartnern kvarstår Truecallers huvudsakliga fokus på att leverera den långsiktiga annonsstrategin, vilken syftar till att uppnå hållbar tillväxt och minska volatiliteten i annonsintäkterna. Strategin omfattar, men är inte begränsad till:

- Migrering till en ny annonsarkitektur, där Truecaller hittills under det andra kvartalet har migrerat över 200 miljoner användare (jämfört med 30 miljoner användare vid utgången av första kvartalet), med ambitionen att hela användarbasen ska vara migrerad i början av det tredje kvartalet.
- Implementering av en ny budgivningsmodell för programmatisk annonsering där alla partners behandlas lika, med målet att öka intäkten per annonsvisning. Modellen har redan implementerats i mindre skala och förväntas skalas upp under andra halvåret 2026.



- Öka direktförsäljningen av annonser genom en kombination av intelligent användarsegmentering, unikt annonsutrymme, förstärkta säljinsatser och distributionspartnerskap.

Ytterligare information kommer att lämnas i delårsrapporten och presentationen för det andra kvartalet, som publiceras den 17 juli 2026.

För mer information, kontakta gärna:

Andreas Frid, Head of IR & Communication
+46 705 29 08 00
andreas.frid@truecaller.com

Om Truecaller:

Truecaller är den ledande globala plattformen för säker och pålitlig kommunikation. Bedrägerier och oönskad kommunikation är vardag i digitala ekonomier och tillväxtmarknader i synnerhet. Vårt uppdrag är att skapa tillförlitlig kommunikation. Truecaller är en naturlig del av den dagliga kommunikationen för mer än 500 miljoner aktiva användare. Truecaller är noterat på Nasdaq Stockholm sedan 8 oktober 2021. För mer information besök gärna corporate.truecaller.com.