

Offentliggörande av delårsrapport 2, 2022

Syncro Group AB (publ) offentliggör härmed delårsrapport för perioden januari – juni 2022. Delårsrapporten finns tillgänglig som bifogat dokument samt på bolagets hemsida (www.syncro.group). Nedan följer en sammanfattning av delårsrapporten.

Andra kvartalet, april-juni 2022, i sammandrag

- Nettoomsättningen ökade med 137 procent och uppgick till 49 653 (20 990) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -8 455 (-1 871) tkr
- Kassaflödet uppgick till -1 704 (7 398) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till -0,05 (-0,04) kr

Första halvåret, januari-juni 2022, i sammandrag

- Nettoomsättningen ökade med 182 procent och uppgick till 87 507 (31 066) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) uppgick till -18 110 (-8 670) tkr
- Kassaflödet uppgick till -5 500 (4 164) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till -0,11 (-0,09) kr

Övergripande kommentarer gällande verksamheterna under andra kvartalet

- Fortsatt stark tillväxt som ökade med 137 procent totalt och 70 procent organiskt jämfört med samma kvartal föregående år
- Svagare nettoomsättningsutveckling inom Influencer Marketing (pro forma) som dock möts av god orderingång för H2 2022
- Inom verksamhetsområdet Arbetsmarknad visade Gigger tillväxt om 70 procent samtidigt som Happyrs lansering är försenad
- Omfattande tekniska investeringar har gjorts i bland annat Collabs och Happyr med planerade lanseringar under H2 2022
- Utveckling av affärsmodeller för att skapa förutsättning till förbättrad marginalstruktur i samtliga verksamheter framåt
- Avskrivningar på förvävsrelaterad goodwill belastar resultatet i högre omfattning än föregående år

Väsentliga händelser under andra kvartalet

- Teckningsoption av serie TO2 B tecknas till cirka 84,6 procent vilket tillför bolaget cirka 9,7 mkr
- Bolaget genomför en riktad emission inom outnyttjat emissionsutrymme från teckningsoption av serie TO2 B vilket tillför bolaget cirka 1,8 mkr
- Flaggningsmeddelande om att Aksonium OY med ägaren Markku Mäkinen passerat flaggningsgränsen 5 procent och därefter äger cirka 5,14 procent av kapitalet respektive cirka 5,05 procent av rösterna i bolaget
- Koncernledningen förstärks genom Pernille Lotus, VD WeAreCube Danmark
- Vid Bolagets årsstämma den 20 juni 2022 beslöts omvälja Anders Bruzelius, Ebbe Damm (som valdes till styrelseordförande) och Karin Wallström samt till nyval välja Ronny Elenius, Hanna Raftell och Amelie Söderberg
- Bolagets tidigare VD och storägare Claes Persson avlider efter en kort tids sjukdom

Väsentliga händelser efter periodens slut

- Per Hedelin utses till VD för dotterbolagen Gigger och Happyr
- Slutlig tilläggsköpeskilling om 11,25 mkr beslutas relaterat till förvärvet av WeAreCube AB
- Dotterbolaget Collabs lanserar ny plattform som även stärker WeAreCube's erbjudande

VD HAR ORDET

Vidareutvecklingen av våra SaaS-plattformar visar de resultat vi planerat och nettoomsättningen ökar fortsatt starkt!

När jag får frågan om hur det går för Syncro Group i dessa osäkra tider med krig, och en pandemi som både har avklingat men som fortfarande lurar bakom hörnet och som vi inte vet om den kommer att påverka oss ytterligare framöver, då svarar jag att jag känner mig väldigt trygg!

I inledningen av året har stor koncentration lagts vid att vidareutveckla de SaaS-plattformar bolagen har tillfört Syncro Group genom de genomförda förvärven under föregående år. Vår samlade kompetens och erfarenhet inom marknadskunskap, affärsutveckling och teknologi är en styrka få andra aktörer inom liknande verksamheter kan mäta sig med. Syncro Groups influencer marketing-affärsområde har genomgått en från bolaget målmedveten förändringsresa som kommunicerats redan vid förvärven av influencer marketingbolagen WeAreCube och Collabs. Det arbetet har pågått intensivt under första halvåret 2022 och genom lanseringen av Collabs nya SaaS-plattform har vi nu ett samlat marknadserbjudande inom influencer marketingbranschen som få, om än något annat bolag, kan visa upp. Collabs nya plattform har utvecklats i nära samarbete med ett antal av de största varumärkena i marknaden vilket öppnar upp för att ett flertal av dem väljer att ansluta som kund vilket banar väg för andra potentiella kunder att följa efter.

Jag känner mig trygg i att veta att det pågår vidareutveckling genom samma kompetenta affärsutvecklare och tech-team i våra övriga bolag vilket borgar för att dels genomföra de förbättringar och utökande marknadsmöjligheter som identifierats, dels att implementera ytterligare synergieffekter som snabbare kommer att ta oss till lönsamhet.

Givetvis har det osäkra marknadsläget även påverkat bolagen inom Syncro Group och i synnerhet influencer marketingbolaget WeAreCube med sina globala kunder som bas. Det är i den svenska marknaden det har haft störst påverkan då ett par tongivande kunder har varit tvungna att skjuta upp planerade influencer marketingkampanjer, främst beroende på att deras produkter och varor inte har kunnat säljas i den omfattningen de hade planerat. Detta beror i sin tur på att de har varit beroende av leveranser av komponenter från länder där tillverkningen strypts på grund av yttre omständigheter. Ambitionen och commitment att fortsätta skala upp till ursprungliga ordervärden är det ingen tvekan om att det kvarstår från kunderna. Vi ser en fördröjning, inte en minskning, varför vi med mer gynnsam leverans från krisdrabbade länder kommer att återta det tappet vi har upplevt nu.

Det jag också känner mig trygg med är att säljteamen i Sverige och i Danmark inte nöjer sig med att vänta på att de försenade orderarna ska komma åter, de lägger i en extra växel och träffar ännu fler potentiella kunder för att säkerställa att de inte är beroende av detta faktum. Stor vikt har lagts i att rekrytera fler säljare med bred erfarenhet och stort kontaktnät inom branschen.

Syncro Group är inte längre en start-up, vi har tagit steget till att vara en scale-up som har kommit igenom de flesta utmaningarna i att identifiera synergier mellan bolagen i gruppen vilket resultaten kommer att visa det närmaste halvåret.

Allt vi gör inom Syncro Group och alltid har planerat för är att vi ska ha som målsättning som utgångspunkt ifrån att vi ska vara ett börsnoterat företag med allt det medför. Allt ifrån struktur, kompetent affärsidé och där medarbetarna är målmedvetna, motiverade och trivs och där verksamheten är sund och lönsam med resultatet att vi ska ha nöjda aktieägare. Jag anser att vi har många av de pusselbitarna på plats och under andra kvartalet blev det även förändringar i vår styrelse där ny kompetens inträder och kompletterar de som är valda att fortsätta sedan tidigare och som är i linje med den fas Syncro Group befinner sig i nu.

Vid Bolagets årsstämma valdes Ebbe Damm till styrelseordförande, Anders Bruzelius, Karin Wallström, Ronny Elenius, Hanna Raftell och Amelie Söderberg till ordinarie styrelsemedlemmar. Jag kan konstatera att vi med denna styrelsesammansättning har en ytterst kompetent och för uppdraget väl anpassad styrelse att både stötta mig i Syncro Groups fortsatta framgångsresa och



genom sina erfarenheter och kontaktnät möjliggöra både affärsmöjligheter och input till nya förvärv framöver.

Med relansering av både WeAreCube och Collabs genomfört fortlöper arbetet med att utveckla plattformarna för Gigger och Happyr och utverka ytterligare synergier för alla bolag i gruppen. Ny VD för båda bolagen är Per Hedelin som kommer in med mångårig erfarenhet från digitalisering inom arbetsmarknaden. Per startar officiellt 1 oktober.

Syncro Group följer fortfarande ursprungligt lagd strategi med att utverka all möjlig synergi mellan bolagen i gruppen samt att utveckla affären i respektive bolag. Fokus har under rådande omständigheter legat på den nordiska marknaden för att utveckla en best practice att sedan kunna applicera på andra marknader. Den tidigare kommunicerade etableringen i Storbritannien har under det första halvåret medvetet avvaktats. När beslut om fortsatt satsning på den marknaden har fattats kommer detta att meddelas marknaden.

Jag kan konstatera att min roll som VD för Syncro Group som jag innehaft sedan 1 januari 2022 har varit precis så spännande och innehållsrik som jag förväntade mig. Jag förstod att vi hade väldigt kompetenta medarbetare inom koncernen vilket gjorde mitt beslut att anta rollen lätt. Att på nära håll följa utvecklingen tillsammans med mina medarbetare i hur vi jobbar med IT-utveckling, projektledning, finance och försäljning gör mig stolt varje dag.

Syncro Group har valt att satsa på bolag som inte är beroende av konjunktur eller världsläge, de är alla inom tillväxtbranscher som ska tillföra värde oavsett. Konjunktur och världsläge kan ha inverkan på tidsramarna för satsningarna men ska inte påverkas av minskat behov av de tjänster bolagen marknadsför.

Vi står väl rustade att satsa ännu hårdare i marknader där vi byggt oss till försprång!

Magnus Winterman

VD och koncernchef Syncro Group AB (publ)

Presentation hos Nyhetsbyrån Direkt

Idag, den 30 augusti 2022, kommer Syncro Groups VD Magnus Winterman kommentera rapporten hos Direkt Studios kl. 08.30. Se sändningen genom att [klicka här](#).

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Syncro Group AB (publ)
Magnus Winterman, VD
Telefon: 0702 95 99 55
E-post: magnus.winterman@syncro.group

Henrik Sundewall, CFO
Telefon: 0768 77 00 00
E-post: henrik.sundewall@syncro.group

Denna information är sådan information som Syncro Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 30 augusti 2022 kl. 08:00.



Om Syncro Group

Syncro Group AB (publ) är ett marknadsnoterat bolag med strategi att äga, förvalta och förädla SaaS-bolag inom den nya marknadsekonomin. I portföljen återfinns bolag med SaaS-plattformar utvecklade med marknadens modernaste teknologier som var och ett är självförsörjande och som korsbefruktar de övriga bolagen i portföljen. Målsättningen är att i ett tidigt skede identifiera och förvärva SaaS-bolag som har en överlägsen affärsstrategi och en digital plattform som kan bli ledande inom sitt affärsområde. Varje bolag ska medverka till att öppna upp möjliga synergier mellan övriga bolag i gruppen.