



Offentliggörande av delårsrapport 3, 2022

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

Nettoomsättning med 163 procents tillväxt når 133 mkr

Tredje kvartalet, juli-september 2022

- Nettoomsättningen ökade med 134 procent och uppgick till 45 853 (19 567) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för operativa verksamheter uppgick till -2 963 (-1 800) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för koncernen uppgick till -8 171 (-7 085) tkr
- Kassaflödet uppgick till -7 271 (7 853) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till -0,05 (-0,07) kr

Nio månader, januari-september 2022

- Nettoomsättningen ökade med 163 procent och uppgick till 133 360 (50 634) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för operativa verksamheter uppgick till -10 147 (-5 307) tkr
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för koncernen uppgick till -26 280 (-15 755) tkr
- Kassaflödet uppgick till -12 770 (-3 689) tkr
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till -0,16 (-0,15) kr

Övergripande kommentarer gällande verksamheterna under tredje kvartalet

- Fortsatt stark tillväxt som ökade med 134 procent totalt och 73 procent organiskt för verksamhet som ägdes under hela jämförelseåret 2021, jämfört med samma kvartal föregående år
- Inom verksamhetsområdet Arbetsmarknad visade Gigger fortsatt stark tillväxt om 73 procent under tredje kvartalet samt 74 procent under niomånadersperioden
- Omfattande tekniska investeringar har gjorts i flertalet verksamheter med lanseringar i närtid
- Utveckling av affärsmodeller för att skapa förutsättning till förbättrad marginalstruktur i samtliga verksamheter framåt genomfört med lanseringar i närtid
- Avskrivningar på förvävsrelaterad goodwill belastar resultatet och är dock inte kassaflödespåverkande

Väsentliga händelser under tredje kvartalet

- Per Hedelin utses till VD för både Gigger och Happyr med ansvar för affärsområdet arbetsmarknad
- Slutlig tilläggsköpeskilling i form av vederlagsaktier betalades gällande förvärvet av WeAreCube, baserat på uppnådda mål och villkor
- Syncro lanserar genom Collabs ny plattform med uttalad målsättning att bli "Google for influencer marketing"

Väsentliga händelser efter tredje kvartalet

- Olof Lindblom utses till Chief Marketing Officer ("CMO") för Syncro för att utveckla gruppens varumärkesarbete, kommunikation och marknadsföring
- Ebbe Damm utses till ny VD för Syncro efter Magnus Winterman och lämnar därmed rollen som bolagets styrelseordförande men kvarstår som styrelseledamot
- I samband med VD-bytet i Syncro väljs och tillträder Ronny Elénus rollen som styrelseordförande för Syncro, där han varit styrelseledamot sedan årsstämman 2022
- Syncro varumärkeslanseras i ny tappning med ny kommunikationsstrategi, grafisk profil och webb

VD har ordet – Omfattande förändringsarbete lägger grunden för stark framtid

Årets tredje kvartal har präglats av stora förändringar för Syncro. Förändringsresan började under sommaren, när den nya styrelsen stakade ut en ny strategi för bolaget. När processen började ledde jag denna förändring som styrelseordförande och sedan början av oktober har jag som vd tillsammans med ledningsgruppen arbetat med att implementera dessa förändringar. Vårt gedigna förändringsarbete är första steget mot att bli ett globalt skalbart och lönsamt bolag.

syncro

Tillsammans med entreprenörerna bakom de förvärvade dotterbolagen har Syncros ledning tagit fram en ny vision och ett nytt varumärke som lagt grunden för vår nya skalbara strategi. Under detta intensiva kvartal har vi dessutom re-lanserat både CUBE och Collabs, rekryterat ny spetskompetens till ledande roller, byggt nya strukturer och optimerat vår organisation vilket kommer att göra oss avsevärt mer effektiva framöver. Våra effektiviseringar ger årliga kostnadsbesparingar om cirka 20 miljoner kronor under 2023.

Det ekonomiska läget i världen skapar utmaningar för många företag som generellt brukar se över, och i vissa fall helt strypa, sina mediebudgetar i lågkonjunktur. Utöver det brukar många företag i lågkonjunktur effektivisera sina organisationer och friställa personal. I detta svåra marknadsklimat är Syncro mycket väl positionerat. Vårt fokus ligger på *influencer marketing*, som trots lågkonjunktur förväntas växa med 47 procent globalt under 2023, och på *frilansmarknaden* som ökar lavinartat när personal friställs i rask takt. Syncro drar nytta både av marknadsläget och av dessa trender.

Vi har lagt stora resurser på att utveckla Collabs, vårt "Google för influencer marketing", som är en unik AI-baserad teknik som ligger till grund för hela Syncros strategi för 2023. Tekniken är unik, även i en global kontext, och utmanar branschen med sin transparens. Till vår banbrytande teknik har vi kopplat flera nya affärsmodeller.

Den stora nyheten är att vi i början på 2023 lanserar Collabs Freemium. Vi har byggt en globalt skalbar infrastruktur för influencer marketing som ritar om landskapet inom ett av de snabbast växande medieslagen på marknaden. Att släppa Collabs i en freemium-modell gör att vi kommer att kunna ta stora marknadsandelar på kort tid över flera marknader.

Våra intäkter kommer genereras från flödet, rörelserna och transaktionerna i plattformen istället för från traditionella licensavgifter. Tekniken möjliggör en helt ny dimension för vår skalbarhet vilket i sig kommer att kunna generera nya intäkter för övriga bolag i gruppen. Vi kommer via denna freemium-modell att kunna driva mängder av nya kunder till både CUBE och Gigger för att på så sätt synkronisera våra affärsmodeller. Inom kort kommer vi att berätta mer om detta.

Jag ser framåt med stor tillförsikt. Efter en omfattande omstrukturering av vår organisation, våra processer och vårt marknadserbjudande är vi redo att ta nästa steg mot vår vision om att bli ett globalt skalbart och lönsamt bolag. Jag är stolt över den höga kompetens Syncro lyckas attrahera och ser fram emot att återkomma till er.

Ebbe Damm,
vd Syncro

Presentation hos Nyhetsbyrån Direkt

Idag, den 30 november 2022, kommenterar Syncro Groups VD Ebbe Damm rapporten tillsammans med Syncros CMO, Olof Lindblom, hos Direkt Studios. Se sändningen genom att [klicka här](#).

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Ebbe Damm, VD och koncernchef
Telefon: 0705 46 46 00
E-post: ebbe.damm@syncro.group

Olof Lindblom, CMO
Telefon: 0761 74 28 25
E-post: olof.lindblom@syncro.group

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

Offentliggörande

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 november 2022 kl. 15:30.