

PRESSRELEASE | 2025-08-26

Tillväxt i byråintäkt och stor lönsamhetsförbättring trots avvaktande marknad

Andra kvartalet 1 april–30 juni, Koncernen

- Nettoomsättningen för perioden minskade till 70 496 tkr (76 849 tkr).
- Bruttovinsten (Byråintäkten) ökade till 23 149 tkr (18 642 tkr), bruttovinstmarginalen ökade till 32,8% (24,2%).
- Rörelseresultat före avskrivningar, EBITDA, ökade till 6 590 tkr (3 366 tkr).
- EBITDA-marginalen för perioden ökade till 9,3% (4,4%).
- Resultat efter finansnetto för perioden uppgick till 4 638 tkr (1 532 tkr).
- Nettoresultat per aktie efter skatt uppgick till 0,27 kr (0,10 kr).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -2 205 tkr (5 455 tkr).
- Eget kapital per den 30 juni 2025 uppgick till 53 557 tkr (52 661 tkr).
- Likvida medel per den 30 juni 2025 uppgick till 9 023 tkr (6 277 tkr).

Perioden 1 januari–30 juni, Koncernen

- Nettoomsättningen för perioden minskade till 150 472 tkr (153 312 tkr).
- Bruttovinsten (Byråintäkten) ökade till 42 890 tkr (37 814 tkr), bruttovinstmarginalen ökade till 28,5% (24,7%).
- Rörelseresultat före avskrivningar, EBITDA, ökade till 8 971 tkr (5 423 tkr).
- EBITDA-marginalen för perioden ökade till 6,0% (3,5%).
- Resultat efter finansnetto för perioden uppgick till 5 201 tkr (2 091 tkr).
- Nettoresultat per aktie efter skatt uppgick till 0,31 kr (0,13 kr).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1 146 tkr (775 tkr).

Viktiga händelser 1 april–30 juni 2025

- Nowa Kommunikation vinner uppdrag för Valmyndigheten med uppskattat totalt försäljningsvärde på 22 mkr.
- Thinc Collective har tecknat ett samarbetsavtal med en svensk hotellkedja för att stötta den i dess fortsatta varumärkesutveckling och kommunikation.



- Göteborgs Stad tecknar ramavtal med uppskattat försäljningsvärde om 35 mkr avseende mediabyrå och rangordnar Nowa Kommunikation som nummer ett.

Viktiga händelser efter periodens slut

- Stockholms stad tecknar ramavtal med BANG Agency gällande mötes- och evenemangstjänster med ett maximalt försäljningsvärde om 130 mkr under avtalsperioden.
- Thinc Collective släpper pressmeddelande om nya finansiella mål för perioden 2025–2029.

Säsongsvariationer

Försäljningen varierar över kvartalen. Dotterbolagens försäljning fluktuerar över året i linje med totala medie- och kommunikationsinvesteringar i marknaden där historiskt sett kvartal två och fyra är de starkaste perioderna.

VD har ordet

- **EBITDA-resultat för perioden ökade med 95% till 6,6 mkr (3,4).**
- **Stark vändning för koncernbolaget BANG Agency.**
- **Digitala produkter ger utväxling.**

Under kvartalet uppgick omsättningen till 70 mkr (77) en minskning med 9%, byråintäkten (bruttovinsten) uppgick till 23,1 mkr (18,6) och EBITDA-resultatet ökade till 6,6 mkr (3,4). EBITDA-marginalen ökade därmed till 9,3% från 4,4 % föregående år.

Andra kvartalets utfall kom in starkare än budget, mycket för att vändningen av ett flertal bolag med BANG i spetsen föll på plats tidigare än förväntat. För Thinc Collectives och branschens säsong gäller normalt att Q1 är medelstarkt, Q2 lite starkare än Q1, Q3 svagt och Q4 mycket starkt. Men Q2 blev alltså till och med starkare än vi själva hoppats.

Att Thinc får utväxling än snabbare och bättre än tidigare är mycket bra tecken på vår styrka och att kontinuitet i sälj och samarbete ger resultat.

Marknaden och Thinc Collective

Koncernen gläds åt att vi med jämna mellanrum får nya stora kunder men överlag består den stora ökningen från föregående år av två delar; BANGs fantastiska vändning och att koncernens alla bolag vart och ett bidragit med en liten ökning. Sammanfattningsvis handlar det mycket om målmedvetet arbete med besparingar, sunt affärsmannaskap och gediget säljarbete. Med snabb tillväxt kommer växtutmaningar och tillsammans har vi steg för steg låst upp knutarna för att idag kunna leverera en rejäl vinst.

Marknaden är något trögare än vad Thinc uppvisar (enligt [IRM](#) och [Sveriges Mediebyråer](#)) och inte bara säljarbete och besparing ligger bakom Thincs tillväxt. Kunderna efterfrågar allt oftare

vårt helhetserbjudande och merförsäljning står för stor del av den ökade vinsten. Vi breddar vårt erbjudande hos befintliga kunder och förutom ökad kundnöjdhet så ger det en bra avkastning på nedlagd tid.

Vår närmaste framtid

Vi har lanserat våra färdigutvecklade egna lösningar inom digital och AI-baserad teknik och i testfasen har vi redan sett bra resultat i form av uppdrag åt våra kunder. Tjänsterna AI-SEO (sökmotoroptimering), ABM (account-based-marketing) och dataprospекtering hjälper kunderna med effektiviteten och tar oss in på nya områden hos kund. Dessa områden kommer att utvecklas under året och allt tydligare bli en del av Thincs erbjudande och kundnytta.

Upphandlingsteamet och BANG har nyligen vunnit Stockholms stad som kund inom event och vi inväntar besked från ett stort antal upphandlingar. Vi har flyttat in i nya lokaler i Göteborg på den dynamiska Masthugskajen där vi med stor hörsal och egen studio kan växa och ännu bättre ta emot kunder och partners.

Vi har haft framgång i våra globala samarbeten och knyter till oss både kunder och partners genom detta. Jag ser fram emot ett fin utveckling för Thinc under andra halvåret med fler, nya spännande paketeringar.

Anders Wallqvist, VD
Göteborg i augusti 2025

Denna information är sådan som Thinc Collective AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU nr 596/2014). Informationen lämnades, genom angiven kontaktpersons försorg, för offentliggörande 2025-08-26 08:30 CET.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Anders Wallqvist, VD Thinc Collective AB
070-722 08 42

anders.wallqvist@thinccollective.se