

PRESSRELEASE | 2025-11-20

Thinc Collective Q3 – lägre aktivitet och förbättrad marginal

- **Förstärkta bruttomarginaler.**
- **EBITDA något upp mot föregående år med tydlig förbättring hittills i år.**
- **Ökat antal fullservicekunder och återkommande intäkter.**

Tredje kvartalet 1 juli–30 september, Koncernen

- Nettoomsättningen för perioden uppgick till 59 322 tkr (68 188 tkr).
- Bruttovinsten (Byråintäkten) uppgick till 16 295 tkr (16 924 tkr), bruttovinstmarginalen ökade till 27,5% (24,8%).
- Rörelseresultat före avskrivningar EBITDA uppgick till -995 tkr (-1 158 tkr).
- EBITDA-marginalen för perioden uppgick till -1,7% (-1,7%).
- Resultat efter finansnetto för perioden uppgick till -3 322 tkr (-3 076 tkr).
- Nettoresultat per aktie efter skatt uppgick till -0,24 kr (-0,18 kr).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -5 286 tkr (4 077 tkr).
- Eget kapital per den 30 september 2025 uppgick till 49 389 tkr (49 772 tkr).
- Likvida medel per den 30 september 2025 uppgick till 8 360 tkr (11 559 tkr).

Perioden 1 januari–30 september, Koncernen

- Nettoomsättningen för perioden minskade till 209 794 tkr (221 500 tkr).
- Bruttovinsten (Byråintäkten) ökade till 59 186 tkr (54 738 tkr), bruttovinstmarginalen ökade till 28,2% (24,7%).
- Rörelseresultat före avskrivningar EBITDA ökade till 7 976 tkr (4 265 tkr).
- EBITDA-marginalen för perioden ökade till 3,8% (1,9%).
- Resultat efter finansnetto för perioden uppgick till 1 879 tkr (-985 tkr).
- Nettoresultat per aktie efter skatt uppgick till 0,06 kr (-0,06 kr).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -6 761 tkr (4 852 tkr).
- Eget kapital per den 30 september 2025 uppgick till 49 389 tkr (49 772 tkr).
- Likvida medel per den 30 september 2025 uppgick till 8 360 tkr (11 559 tkr).

Viktiga händelser 1 juli–30 september 2025

- Stockholms stad tecknar ramavtal med koncernbolaget BANG Agency, gällande mötes- och evenemangstjänster med ett försäljningsvärde om 130 mkr under avtalsperioden.

- Thinc Collectives styrelse lämnar nya finansiella mål för perioden 2025–2029.
- BANG Agency vinner ramavtal med FMV med maximalt försäljningsvärde av 10 mkr under avtalsperioden.

Viktiga händelser efter periodens slut

- Coop Norrbotten väljer koncernbolaget Context Media som ny mediebyrå.
- Hélène Westerholm blir ny VD för koncernbolaget Safir Communication.

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

- **Förstärkta bruttomarginaler.**
- **EBITDA något upp mot föregående år med tydlig förbättring hittills i år.**
- **Ökat antal fullservicekunder och återkommande intäkter.**

Tredje kvartalets utfall kom in som väntat: betydligt lägre än Q2 men bättre än Q3 föregående år. Detta är normalt i branschen. Nu ser vi fram emot ett starkt Q4 som vi brukar kunna prestera.

Under kvartalet minskade omsättningen med cirka 13% till 59 mkr (68), vilket i huvudsak beror på kundtapp på mediebyråsidan. Glädjande är dock att byråintäkterna håller i sig tack vare förbättrade marginaler, så att byråintäkten (bruttovinsten) uppgick till 16,3 mkr (16,9) och EBITDA till -1,0 mkr (-1,2).

För Q1-Q3 ser det betydligt bättre ut med EBITDA som nästan fördubblats till 8,0 mkr (4,3).

Koncernens styrka, det vill säga att vara en intern arbetsmarknad, ha hög korsförsäljning (cross) och en helhet som genom sina många olika branscher blir säsongsberoende, håller i och visar åter sin styrka.

Marknaden och Thinc Collective

Koncernens största tillväxtpotential; att ha kunder i eget namn, har växlat upp och visar färg.

Kunder som Svenska Mäklarhuset och Tocca Entertainment är nya fullservicekunder till koncernen som helhet och inte till ett enskilt koncernbolag.

Just förmågan att kunna sluta ramavtal över tid, få ihop team med alla, verkligen alla, kompetenser som kunderna behöver och få all kommunikation att agera sömlöst är en styrka och när vi nu börjat marknads-föra och sälja våra helhetslösningar på allvar gläds vi åt att konceptet lyckas, också i lågkonjunktur.

Teknik, paketering och produkter

Vi har talat länge om comtech, AI och att vara teknikorienterade. Thinc Collective har över tid mer än väl bevisat att vi står emot konjunkturväxlingar med vår bredd inom

kompetens och olika slags kunder och branscher men vi kan nu också säga att vi tydligt tar oss in i den oftast tryggare och mer begripliga världen av produkter, fasta paketeringar och långsiktiga avtal. Där utvecklar vi egen teknik och egna AI-lösningar och riskerar inte på samma sätt konkurrerens av en uppsjö aktörer eller bli en av många användare i ett AI-verktyg.

Koncernens andel av fasta månadsavgifter i långsiktiga avtal ökar alltså stadigt liksom produktifiering och teknikutveckling; må det vara Tundrans drift- och supportavtal, Prodekors produkter inom möteskommunikation, Websearchs AI-utveckling för tillgänglighet eller Thinc Collectives egen AI för att förbättra webbsidor för AI-sökmotoroptimering (AEO). Från att 2022 ha pratat om att vi behöver röra oss in i dessa områden, är vi nu här. Vår utveckling är en bidragande del till vår marginalförbättring och kommer vara en viktig beståndsdel för att nå vårt marginalmål på 7%. Första steget är taget, vallen är bruten och vi är nu en ny sorts hybrid.

Avstämning mot finansiella mål

Vid en avstämning mot våra finansiella mål för byråintäkt och EBITDA-marginal, ligger vi väl i linje med byråintäkten som växt cirka 8% under årets första nio månader eller 6% rullande tolv månader. EBITDA är på god väg mot det långsiktiga målet som under åren 2025–2029 ska kunna nå 7%. Efter årets första nio månader har vi förbättrat EBITDA väsentligt från 1,9% till 3,8%. Vi kommer inte att nå EBITDA-marginalen 7% i år, men jag hyser goda förhoppningar om att fortsätta denna förbättring under kommande kvartal så att vi slutligen når vårt mål. Vårt utdelningsmål om minst 30% av resultat efter skatt ligger fast och det kommer att bli tydligt hur stor utdelningen kan bli när Q4 räknats in.

Vår närmaste framtid

Thinc Collective har för närvarande många leads, det vill säga tänkbara nya kunder. Ibland är den närmaste framtiden inte mer spännande än att genomföra alla möten med dem och behålla vår vanliga vinstandel eller bättre. Jag ser fram emot vår fortsatta teknikutveckling, vår produktifieringsresa och att få följa utvecklingen av våra unga, fina ledare som går utbildning för att säkerställa återväxt. Men mest av allt kanske att kunna stänga de osedvanligt många möjliga kunder vi pratar med just nu.

Anders Wallqvist, VD
Göteborg i november 2025

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Anders Wallqvist, VD, Thinc Collective AB
070-722 08 42
anders.wallqvist@thinccollective.se

Om Thinc Collective

Thinc Collective är en kommunikationskoncern som erbjuder en grupp av bolag inom system, kommunikation och struktur. Gruppens kompetensområden omfattar allt från data, analys, teknikutveckling och SaaS-system till kommunikation, reklam, media, PR och brand experience. Bolagen arbetar strategiskt såväl som kreativt och operativt. Koncernen riktar sig till kunder oavsett bransch med behov av sammanhållen kommunikation.