

PRESSRELEASE | 2026-05-20

Stabilt första kvartal i nivå med starkt jämförelseår – fortsatt fokus på lönsamhet, styrning och skalbarhet

Perioden 1 januari – 31 mars, Koncernen

- Nettoomsättningen ökade till 81 723 tkr (79 976 tkr), motsvarande 2,2%
- Bruttovinsten (Byråintäkten) uppgick till 21 265 tkr (19 741 tkr), motsvarande en ökning om 7,7%
- Bruttovinstmarginalen ökade till 26,0% (24,9%)
- Rörelseresultat före avskrivningar EBITDA uppgick till 1 643 tkr (2 381 tkr)
- Justerat EBITDA resultat exkluderat resultatandelar i perioden för BANG Agency 2026 och 2025 uppgår till 1 939 tkr (1 941 tkr) motsvarande en EBITDA marginal om 2,4% (2,4%)
- EBITDA - marginalen för perioden uppgick till 2,0% (3,0%)
- Resultat efter finansnetto för perioden uppgick till -439 tkr (563 tkr)
- Nettoresultat per aktie efter skatt uppgick till -0,02 kr (0,04 kr)
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 5 045 tkr (738 tkr)
- Periodens kassaflöde uppgick till 567 tkr (174 tkr)
- Eget kapital per den 31 mars 2026 uppgick till 51 358 tkr (49 180 tkr)
- Likvida medel per den 31 mars 2026 uppgick till 4 970 tkr (10 344 tkr)

Viktiga händelser 1 januari – 31 mars 2026

- Thinc Collective vinner uppdrag för VGR (Västra Götalandsregionen) till ett uppskattat försäljningsvärde av 80 mkr under avtalsperioden om 4 år.
- Thinc Collectives samarbete med Granath Reklambyrå utvecklas och intentionen om att bli delägare under inledningen av 2027.
- Göteborg & Co väljer Thinc Collective bolaget Jetty gällande digitalt evenemangssystem.
- Thinc Collective ingår aktieöverlåtelseavtal om försäljning av hela sitt aktieinnehav i Brand Arena Nordic Agency Group Agency AB.
- Thinc Collective förvärvar ytterligare 15% i Safir Communication.
- Thinc Collective -bolaget Context Media Stockholm inleder samarbete med Fontana Food gällande varumärkesbyggande kommunikation.
- Thinc Collective - bolaget KKM vinner uppdrag till ett värde om 5,8 mkr gällande kommunikation med fokus på arbetsmarknadsfrågor och kompetensförsörjning.

Viktiga händelser efter periodens slut

- Thinc Collective - bolaget KKM vinner uppdrag till ett värde om 2,6 mkr gällande kommunikation med fokus på social och ekonomisk hållbarhet.

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

- **Omsättningen ökade med 2,2% under första kvartalet.**
- **Byråintäkten uppgick till 21,2 mkr (19,7) för kvartalet, en ökning på 7,7%.**
- **EBITDA uppgick till 1,6 Mkr (2,4) för kvartalet; justerat EBITDA exklusive resultatandelar för Brand Arena Nordic Group Agency (Bang) för 2026 och 2025 och som avyttras per 1 april 2026 är motsvarande utfall 1,9 mkr (1,9).**

Första kvartalet 2026 visar att Thinc Collective står stabilt även i en fortsatt avvaktande marknad. Det rapporterade EBITDA-resultatet är något lägre än föregående år, men den underliggande resultatutvecklingen är starkare än vad det redovisade utfallet indikerar. Justerat för Brand Arena Nordic Group Agency (BANG Agency), som ingick i koncernen under kvartalet men avyttrades per den 1 april, ligger resultatet i nivå med motsvarande period 2025. Detta ska ses i ljuset av att första kvartalet 2025 var ett starkt kvartal för såväl koncernen som för BANG Agency.

Utvecklingen förbättrades tydligt under mars efter en svagare inledning på året. Flera bolag visade en starkare utveckling under månaden jämfört med januari och februari, vilket stärker vår syn på resten av året. Under första kvartalet ökade omsättningen med 2% mot föregående år, där Affärsområde Strategy stod för en betydande del av tillväxten. Byråintäkten ökade till 21,2 mkr (19,7), vilket motsvarar 26% av omsättningen (25%). Rapporterad EBITDA för kvartalet uppgick till 1,6 mkr (2,4 mkr). Justerad EBITDA, exklusive BANG Agency, uppgick till 1,9 mkr (1,9), vilket tydliggör att den kvarvarande verksamheten utvecklas stabilt och i nivå med föregående år trots ett fortsatt avvaktande marknadsläge.

Fortsatt fokus på kvalitet, effektivitet och specialistkompetens

Vi verkar på en marknad som premierar aktörer som kan kombinera strategisk höjd med genomförandekraft och som samtidigt kan visa förmåga att arbeta smartare, mer datadrivet och mer kostnadseffektivt.

Under kvartalet ser vi också att utvecklingen skiljer sig mellan bolag och segment. Nowa Kommunikation, Context Media och KKM visar förbättrad resultatutveckling under slutet av kvartalet jämfört med föregående år, medan Safir Communication och FAB Agency möter mycket starka jämförelsetal från 2025. Empower och Websearch visar samtidigt tydliga förbättringar jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Detta understryker vikten av att följa utvecklingen nära, både på bolags- och affärsområdesnivå.

Thinc Collective är inte en traditionell byrågrupp, utan en kommunikations- och teknisknära koncern där olika verksamheter bidrar på olika sätt över året. Vår ambition är att fortsätta styra kapital, kompetens och fokus dit vi ser störst potential, samtidigt som vi vidareutvecklar koncernens gemensamma erbjudande och långsiktiga skalbarhet.

Förstärkt struktur och tydligare fokus i koncernen

Vi har under kvartalet förvärvat ytterligare 15% av Safir Communication och äger efter affären totalt 64% av aktierna i bolaget. Därmed kommer vi att konsolidera Safir från och med tillträdesdagen den 1 april. Safir har de senaste åren haft en stabil lönsamhetsnivå och successivt förstärkt organisationen på ett bra sätt. Vårt samarbete utvecklas positivt

och Safir utgör en viktig del av koncernens fortsatta utveckling, genom sin starka kompetens inom Investor Relations och strategisk kommunikation.

Dessutom har vi tillsammans med ägarna i BANG Agency kommit fram till att verksamheten utvecklas bäst utanför koncernen. De förväntade synergieffekterna har inte har realiserats enligt plan och den planerade samlokaliseringen med våra övriga verksamheter har inte genomförts. Thinc Collective har därför valt att avyttra innehavet till de tidigare ägarna. Affären stärker kassaflödet och bidrar samtidigt till ett tydligare fokus på koncernens kärnverksamhet och långsiktiga prioriteringar.

Nowadays har från den 1 januari 2026 lämnat koncernen ägarmässigt, men finns fortsatt kvar i verksamheten genom samarbetsavtal. Även detta är en del av den mer fokuserade struktur vi arbetar mot, där varje bolag och samarbete ska bidra tydligt till affär, kompetens, kundnytta och lönsamhet.

Moderbolagets resultat uppgick under kvartalet till -3,2 mkr, jämfört med -3,6 mkr föregående år. I moderbolaget återfinns merparten av koncernens centrala kostnader och utvecklingen återspeglar tydligt de besparingsåtgärder som genomförts under det senaste året. Effekten av dessa åtgärder väntas successivt få större genomslag under resterande del av 2026, vilket skapar bättre förutsättningar för stärkt lönsamhet framåt.

Operativ effektivitet som grund för fortsatt värdeskapande

Vi fortsätter att prioritera byråintäkt, marginal och effektivitet framför ren omsättningstillväxt. Omsättning är viktigt, men det är vår förmåga att skapa hög byråintäkt, leverera effektivt och omvandla uppdrag till lönsamhet och kassaflöde som långsiktigt driver värdeskapandet i koncernen.

Nyckeltal som byråintäkt per anställd och EBITDA per anställd är därför centrala i vår styrning. De ger en tydlig bild av verksamhetens effektivitet, resursutnyttjande, projektstyrning och operativa kvalitet. I en marknad där kunderna ställer högre krav och där investeringar granskas allt mer noggrant blir dessa faktorer avgörande för vår förmåga att successivt stärka marginal, lönsamhet och konkurrenskraft över tid.

Teknik och AI stärker erbjudande och skalbarhet

De strategiska prioriteringar vi kommunicerade under 2025 ligger fast. AI, teknikstöd, paketering och mer skalbara affärsmodeller är fortsatt centrala för Thinc Collectives långsiktiga konkurrenskraft. Det handlar inte bara om att effektivisera interna processer, utan om att utveckla tjänster och arbetssätt som ger kunderna tydligare affärsnytta, snabbare insikter och bättre beslutsunderlag.

Kunderna efterfrågar i allt högre grad partners som kan hjälpa dem att prioritera rätt, navigera i ett snabbt föränderligt kommunikationslandskap och omsätta data, teknik och kreativitet i faktisk effekt. Där har Thinc Collective en tydlig position. Vår ambition är att kombinera den rådgivande byråns förståelse för kundens affär med teknikens möjligheter till effektivitet, lärande och skalbarhet. Thinc Collectives styrka ligger även framåt i bredden och balansen i erbjudandet, men också i vår förmåga att vidareutveckla teknik- och AI-drivna lösningar som stärker både kundnytta och konkurrenskraft. Vi använder inte bara AI i våra leveranser, utan utvecklar även egna verktyg och lösningar för kunder och partners. Under kvartalet har vi fortsatt att utveckla ett mer skalbart och produktorienterat erbjudande vid sidan av våra traditionella

tjänster. Exempel på lösningar är sedan tidigare verktyg för tillgänglighetsanalys, AI-baserad söksanalys och rekommendationstjänster, samt nya lösningar inom optimering och innehållsproduktion.

God position inför resten av 2026

Vi går in i årets andra kvartal med en förstärkt struktur, en tydligare bild av den underliggande lönsamheten och ett fortsatt starkt fokus på affärer som bidrar till byråintäkt och resultat. Utvecklingen under slutet av kvartalet visar att koncernen har förmåga att snabbt anpassa sig när marknadsaktiviteten ökar, och att flera bolag redan under kvartalets sista månad visade en förbättrad utveckling jämfört med årets inledning. Sammantaget visar första kvartalet att Thinc Collective står stabilt. Den redovisade utvecklingen påverkas av strukturförändringar och starka jämförelsetal från föregående år, men den underliggande verksamheten utvecklas i nivå med 2025 exklusive BANG Agency. Med en starkare och mer fokuserad koncernstruktur, förbättrad utveckling i flera bolag och fortsatt fokus på effektivisering, paketering och försäljning är vår målsättning att successivt stärka både marginal och resultat under kommande kvartal.

Anders Wallqvist, VD
Göteborg i maj 2026

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.