

Pressmeddelande

14 oktober 2024 23:22:00 CEST

## Bolagets förtydligande avseende intäkter och kundfordringar

Adverty har två typer av avtal mot köpsidan: direktavtal med regionala återförsäljare samt avtal med programmatiska handelsplatser. Bolaget har för närvarande 4 större direktavtal med återförsäljare, där respektive återförsäljare har ett avtalat exklusivt utrymme till Advertys spel-inventory i sin respektive egna region.

För dessa fyra större direktavtal är betalningstiderna längre jämfört med de vanliga programmatiska, innebärandes att de har mer än 1 år på sig att betala. Intäkterna samt kostnaderna har redovisats vid avtalets ingång och likviden inflyter successivt under avtalets löptid. Detta förtydligar varför fordringarna för närvarande utgör en stor del av balansposterna och varför kassan fylls på i den takt som den gör. Bolaget kommer framgent inte att ingå liknande direktavtal, detta för att säkerställa ett jämnare och mer förutsägbart flöde av inbetalningar.

Kundfordringarna för direktavtalen uppgick totalt till 38,45 MSEK per den 2024-09-30, där inbetalningar till bolaget sker löpande. Redovisade kostnader för dessa avtal uppgick till totalt 21,5 MSEK per den 2024-09-30. Kundfordringar motsvarande 18 MSEK förfaller den 31 december 2024. Bolagets bedömning är att likviden kommer att regleras under överskådlig tid, dock med en viss risk att betalning inte sker innan fakturornas förfallodatum utan i stället successivt därefter. Bolaget bedömer löpande riskerna avseende tidigare benämnda kundfordringar och eventuellt behov av att behöva boka om till osäkra fordringar eller skriva ned den del som anses osäker.

Bolaget förväntar sig att samtliga av de större direkta avtalen är betalda till fullo under 2025 och 2026. Inga ytterligare intäkter från dessa fyra större direktavtal finns reflekterat i prognosen ([pm](#)) för 2024, 2025 eller 2026.

Utöver tidigare nämnda avtal har bolaget betydande intäkter och kassaflöden. De är alltså inte avgörande för bolagets verksamhet, men har lett till fluktuationer i kassaflödet och intäkterna. Om hela avtalsvärdet inte hade bokförts som en intäkt direkt vid signering per dem senaste 4 kvartalen utan i stället bokförts vid inbetalningar hade kvartalen sett ut som följande:

### Kommunicerade intäkter:

2023

Q1: 4,4 MSEK

Q2: 8,4 MSEK

Q3: 14 MSEK

Q4: 24,7 MSEK

Totalt omsättning 2023: 51,5 MSEK

2024

Q1: 17,3 MSEK

Q2: 18,2 MSEK

Q3: 6,5 MSEK (prognostiserad)

Q4: 10 MSEK (prognostiserad)

Totalt omsättning 2024: 52 MSEK

#### **Alternativ uppställning av intäkter:**

2023

Q1: 4,4 MSEK

Q2: 8,4 MSEK

Q3: 7,3 MSEK

Q4: 12,1 MSEK

Totalt omsättning 2023 32,2 MSEK

2024

Q1: 8,1 MSEK

Q2: 8,7 MSEK

Q3: 7,7 MSEK (prognostiserad)

Q4: 13,2 MSEK (prognostiserad)

Totalt omsättning 2024: 37,7 MSEK (prognostiserad)

#### **Bolagets underliggande beräkningar gällande prognos 2025-2026**

Adverty lanserar nu ett klickbart annonsformat med In-Play 2.0, vilken är en viktig och nödvändig produkt för bolagets fortsatta tillväxt. Med In-Play 1.0 och programmatiska, icke-klickbara annonser, har det visat sig att varje ny spelaktivering, för varje ny integrering, når sin potentiala topp i ett tidigt skede, för att sedan sakta minska i värde, istället för att successivt fortsätta växa. Detta beror på att majoriteten av medieköpare kräver någon form av "performance"-data utöver annonsens synlighet, och där är klicket avgörande.

Att fortsätta skala In-Play 1.0 kräver antingen en onaturligt aggressiv tillväxt av bolagets spelportfölj, eller en lika onaturlig tillväxt av programmatiska integrationer, vilket inte är hållbart i längden med tanke på de icke-klickbara annonsernas natur i sammanhanget. Samtidigt som bolaget, tillsammans med sina konkurrenter, aktivt jobbar med att få mediebranschen att i större utsträckning acceptera icke-klickbara In-Play-annonser, på liknande sätt som de accepterat icke-klickbar TV- och utomhusreklam, har det visat sig att behovet för "performance"-annonsering inom interaktiva digitala medier (internet, sociala medier, appar och gaming) är alltför övergripande.

Bolaget är i skrivande stund på god väg att aktivera In-Play 2.0 i ett 30-tal befintliga och nya spel, där ett intensivt arbete pågår under det fjärde kvartalet med att få en tillräckligt stor volym av klickbara annonser tillgängliga från årsskiftet för att kunna möta medieköparnas krav på produkten.

Med exklusiva, klickbara In-Play 2.0-annonser i tillräckliga volymer anses Adverty som en mycket intressant aktör av många ledande DSP:er (Demand-side-platforms, vilka köper annonser av SSP:er) på köpsidan, vilka bolaget tidigare inte kunnat nå på samma sätt med en icke-klickbar produkt. Detta, tillsammans med fortsatt tillväxt av bolagets totala spelportfölj, med ökade intäkter per spel till spelutvecklare, gör att bolaget prognostiserar en stark tillväxt av intäkter de kommande åren.

I den kommunicerade prognosen räknar bolaget med att nå närmare 600 spel med In-Play 2.0 under 2025 samt närmare 1200 spel under år 2026, från både befintliga och nya publicister. In-Play 2.0-annonser beräknas ha 50 % högre fyllnadsgrad samt 3-4 gånger högre genomsnittspris än vad bolaget idag säljer In-Play 1.0-annonser för, på den öppna programmatiska marknaden.

**För ytterligare information, vänligen kontakta:**

Jonas Söderqvist, VD  
Telefon: +46 733 42 34 25  
E-post: [js@adverty.com](mailto:js@adverty.com)

**Om Adverty**

*Adverty, den ledande plattformen för in-game annonsering, sammanför varumärken och människor genom spektakulära In-Play™ annonser, utifrån sin revolutionerande och patenterade teknik byggd för VR/AR- och mobilspel. Plattformen levererar programmatisk video- och displayannonsering till spel över hela världen och låter kreatörer monetarisera den fullständiga spelupplevelsen med icke-påträngande, lättintegrerade, immersiva annonser.*

*Adverty är grundat 2016 med kontor i Stockholm, London, Istanbul och Lviv och skapar nya intäktskanaler för spelutvecklare samt ger annonsörer möjlighet att nå unikt engagerade målgrupper. Mer information på [www.adverty.com](http://www.adverty.com).*

*Denna information är sådan information som Adverty AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 2024-10-14 23:22 CEST.*

**Bifogade filer**

**[Bolagets förtydligande avseende intäkter och kundfordringar](#)**