

Pressmeddelande

04 december 2024 12:20:00 CET

## Adverty avger marknadsuppdatering

**Adverty AB (publ) ger idag en uppdatering kring affärsläget, marknaden och verksamheten. Uppdateringen kan läsas i sin helhet nedan.**

Adverty har genomfört strategiska förändringar och fokuserat på produktutveckling för att möta marknadens ökande krav och säkerställa långsiktig tillväxt. Den nya produkten, In-Play 2.0, erbjuder mer interaktivitet och flexibilitet, vilket hittills har visat ökade intäkterna med 60–90% för uppdaterade spel och har tagits emot oerhört positivt. Marknadens växande acceptans för gaming skapar nya möjligheter, och bolaget fokuserar nu på programmatiska annonslösningar för skalbar tillväxt. Adverty är nu välpositionerat att stärka sin marknadsposition.

### Strategiska förändringar banar väg för långsiktig tillväxt och innovation

Adverty har upplevt stark tillväxt sedan 2021, men under det gångna året har bolaget genomfört nödvändiga strategiska förändringar för att skapa långsiktigt värde och möjliggöra fortsatt tillväxt i önskad takt. För att behålla sin position i branschens framkant har Adverty fokuserat på avgörande produktutveckling och implementerat viktiga organisatoriska förändringar. De senaste två åren har bolaget genomfört omorganiseringar och kostnadsbesparingar i olika omgångar för att ställa om till kommersialiseringsfas, vilket har resulterat i en slimmad och effektiv organisation med ett starkt samt motiverat team som idag har den kompetens som behövs för att fortsätta tillväxten.

### In-Play 2.0: ny standard för spelannonser

För att möta marknadens efterfrågan och säkerställa långsiktig tillväxt valde Adverty att utveckla In-Play 2.0. Genom att övergå från ett icke-klickbart till ett interaktivt och mätbart format har Adverty skapat en lösning som ger medieköpare ökad flexibilitet och större möjlighet att arbeta mer aktivt med bolagets varulager. Advertys plattform är nu helt kompatibel med programmatiskt levererade kampanjer, vilket gör det möjligt för bolaget att ta emot fler annonsformat och därmed attrahera större annonsbudgetar.

Det ligger mycket teknikutveckling bakom In-Play 2.0 för att få annonsytorna, vilka renderas inuti spelet i själva spelmiljön, att bli klickbara och samtidigt få hela processen att inte störa spelupplevelsen. Genom att prioritera produktutveckling under 2024 har bolaget skapat en produkt som inte bara möter publicisternas behov, utan även skiljer sig från befintliga lösningar på marknaden. Bolaget ser inte framåt att några större investeringar behöver göras i produkten eller i teknikutvecklingen utan kan nu gå tillbaka till att fokusera på försäljning och tillväxt. Bolaget kommer däremot alltid fortsätta att utvecklas för att säkerställa att Adverty fortsätter ligga i framkant och vara det primära valet för spelutvecklare, publicister och köpare.

## **Nya möjligheter för tillväxt och intäkter**

Per utgången av sista november 2024 är bolagets produkter aktiva hos cirka 100 publicister och finns därmed i fler än 600 spel. Detta är en mindre tillväxt från utgången av förra året och beror på att bolaget valt säkerställa driften och utvecklingen av In-Play 2.0 innan ytterligare spel adderas till portföljen.

Med introduktionen av In-Play 2.0 öppnas nya möjligheter för bolaget som inte fanns med In-Play 1.0. De spel som redan har uppdaterats har hittills visat en intäktsökning på 60-90 %. In-Play 2.0 öppnar även upp 100 % av digitala budgetar, där bolaget tidigare endast haft möjlighet att attrahera omkring 20 % av köparens budget.

Vidare har Bolaget tidigare inte haft möjlighet att arbeta direkt mot demand side plattformar (DSP), som har visat ett stort intresse för Adverty och produkten, då dessa har krävt att innehållet måste vara klickbart. Med In-Play 2.0 lanserat kan Adverty nu bearbeta dessa. Bolaget ser därmed stor potential för att maximera tillväxten och nå ännu fler kunder genom dessa aktörer, vilket ytterligare stärker bolagets position på marknaden.

## **Fokus på programmatisk handel istället för direktavtal**

Programmatisk handel, där försäljning och köp sker automatiserat, är den mest skalbara delen av bolagets verksamhet, och kommer därför att prioriteras för att maximera tillväxten. När det gäller direktavtalen kommer bolaget framöver inte ingå nya avtal med samma betalningsstruktur. Detta görs för att minska både tiden och risken mellan intäktsföring och kassaflöde.

Inbetalningar sker nu löpande från 3 av de 4 aktörerna med direktavtal, där bolaget har sett en ökad takt under sista kvartalet. Bolaget genomför regelbundet en översyn av dessa avtal för att säkerställa att eventuella justeringar kan hanteras vid behov. I den tidigare kommunicerade prognosen för 2025 finns inga intäkter ifrån direktavtalen medräknade.

## **Växande miljardmarknad**

Marknaden har förbättrats avsevärt de senaste åren, med en betydande ökning av acceptansen för gaming. Denna utveckling skapar nya möjligheter för bolaget att utbilda marknaden om varför och hur gaming bör integreras aktivt. Detta skifte driver efterfrågan på annonslösningar som Advertys, vilket innebär att fler budgetar kommer att allokeras till gaming. Gaming har länge varit en outnyttjad potential för annonsörer.

Inom gaming handlar det inte om nya produkter, utan om nya möjligheter. Branschen och framförallt Adverty har nu övervunnit de tekniska utmaningar som tidigare hindrat appar från att konkurrera med traditionella plattformar. Detta gör det naturligt för mediaköpare att inkludera gaming i sina marknadsföringskampanjer, vilket öppnar upp för en helt ny värld av möjligheter för mediaköpare att integrera gaming i alla sina digitala kampanjer. Det är en spännande utveckling som gynnar både annonsörer och Adverty. Detta kan tydligt ses då den globala marknaden för mobilannonsering uppgick till cirka 1 700 miljarder SEK under 2023 och förväntas växa till cirka 7 500 miljarder SEK till 2032.[1] Adverty ser även ett ökat intresse från nya köpare i marknaden, och som bolaget tidigare inte kunnat samarbeta med, då bolagets nya produkt, In-Play 2.0, nu möjliggör en betydligt bredare kundbas än tidigare.

**[1] [www.imarcgroup.com/in-app-advertising-market](http://www.imarcgroup.com/in-app-advertising-market)**

**För ytterligare information, vänligen kontakta:**

Jonas Söderqvist, CEO  
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).*

### **Bifogade filer**

**[Adverty avger marknadsuppdatering](#)**