

Pressmeddelande

04 augusti 2025 11:51:00 CEST

Adverty presenterar nyckelinitiativ: vägen mot lönsamhet

Under det gångna året har Adverty genomfört flera målinriktade strategiska satsningar med syfte att stärka den tekniska plattformen, bredda erbjudandet och öka intäktsgenereringen. Nedan presenteras bolagets nyckelinitiativ som på ett tydligt sätt stödjer målsättningen om långsiktig tillväxt och hållbar lönsamhet.

Effektivisering och skalbarhet med SDK 5

Advertys senaste SDK-version, SDK 5, representerar ett betydande tekniskt lyft. Den är modulär och fungerar oberoende av spelmotor eller plattform. Med små plugins kan den enkelt integreras i ledande motorer utan behov av ny SDK-utveckling för varje lösning. Det ger snabbare lanseringar, lägre utvecklingskostnader och ökad stabilitet.

Detta innebär:

- Snabbare utveckling och lansering av nya funktioner
- Stabil kostnadskontroll över utveckling och drift
- Enkel, pålitlig integration för spelutvecklare

Resultateffekter:

- Ökade intäkter för Adverty
- Förbättrad avkastning för publicister
- Stärkt teknisk konkurrenskraft

Advertys data visar att det befintliga varulagret räcker för att nå lönsamhet med nuvarande spelportfölj utan behov av att addera nya titlar. Det minskar risken och skapar en mer förutsägbar väg mot lönsamhet. 99 % av hanterade spel som använder Advertys plattform har behållits under första halvåret 2025, vilket styrker plattformens stabilitet och värde till bolagets spelutvecklare.

Klickbart inventory – Interaktivitet driver efterfrågan

Advertys klickbara inventory visar tydligt marknadsengagemang. Data från första halvåret 2025 visar att DSP:er¹ i snitt bjuder 156 % mer på klickbart inventory än på icke-klickbart, vilket tydligt bekräftar efterfrågan på interaktiva format. Det ger Adverty möjlighet att arbeta mer aktivt med prissättning av varulagret och därmed öka intäkterna inom interaktiva in-game format. Samtidigt finns betydande outnyttjad potential kvar i det icke-klickbara varulagret, vilket möjliggör fortsatt tillväxt med befintliga resurser.

Detta innebär:

- Högre efterfrågan på klickbart inventory från DSP:er
- Möjlighet till aktiv prissättning och optimering per inventory-typ
- Tillväxtpotential även inom existerande icke-klickbart varulager

Resultateffekter:

- Ökade intäkter från befintligt inventory
- Förbättrad annonsupplevelse och engagemang för köpare
- Långsiktig skalbarhet utan krav på nya spelintegrationer

Webb-SDK och breddat spelmotorstöd – Skalbar tillväxt

För att öka räckvidden och göra plattformen tillgänglig för fler spelutvecklare har Adverty lanserat publikt webb-stöd, vilket innebär att vem som helst kan implementera det i sina webbspel. Webbstödet fungerar redan med de spelmotorer som stöds av plattformen.

Stöd för **COCOS** och **GODOT**, två efterfrågade spelmotorer, ökar Advertys räckvidd med uppskattningsvis 10–12 % inom spelsegmentet. Framför allt innebär detta ökad flexibilitet att nå nya spelutvecklare.

Detta innebär:

- Ökad tillgänglighet genom ett publikt webb-SDK
- Breddad teknisk kompatibilitet med efterfrågade spelmotorer
- Flexibilitet att snabbt nå fler utvecklare och studios

Resultateffekter:

- Utökad räckvidd inom webb- och mobilspel
- Nya inventory-källor utan större utvecklingsinsatser
- Stärkt attraktionskraft hos både publicister och annonsörer

Framtidssäker annonsering med Native, Global Placement ID och VAST-video

Under året har Adverty infört stöd för **native** samt aktiverat ett **globalt placement-ID** i samtliga integrationer. Förändringarna påverkar inte spelupplevelsen, men möjliggör för annonsörer att köpa inventory via mer standardiserade protokoll i linje med den ökande efterfrågan på integrerade och mindre störande annonsformat från både publicister och DSP:er¹.

Adverty ser fortsatt stor potential i VAST-baserade videoformat, som erbjuder hög påverkan och god kompatibilitet med programmatiska strukturer. Trots vissa tekniska och operativa utmaningar är hävstången i detta format betydande. Adverty bedömer därför att det är en befogad och strategiskt viktig investering på vägen mot en mer diversifierad och lönsam intäktsmodell.

Detta innebär:

- Stöd för native-annonsering i linje med marknadens efterfrågan
- Fokus på ökad datatransparens och standardanpassning
- Gradvis utrullning av VAST-videoformat med optimering över tid

Resultateffekter:

- Förbättrad teknisk kompatibilitet med DSP:er och SSP:er²
- Ökad tillgång till efterfrågesidan inom programmatic
- Stärkt förtroende hos annonsörer och publicister
- Möjlig framtida intäktsökning genom videoformat med hög affärspotential

Sammanfattning: Strategiska nyckelinitiativ

Initiativ och effekt:

SDK 5: Effektiv, snabbare utveckling, stabil kostnadskontroll

Klickbart inventory: +156 % högre buddensitet, ökad intäkt per visning, stärkt marknadsposition

Webb-SDK: Global räckvidd, ny intäktskanal, högre CPM, ökad supply

Native & Global Placement ID: Sömlös upplevelse, bättre mätbarhet, starkare ekosystemkoppling

VAST-video: Hög påverkan, intäktsdiversifiering, programmatiskt kompatibelt; upp till 8x högre intäkt per visning, högre prisnivå och ökad fyllnadsgrad

Vägen framåt: lönsamhet och skalbar tillväxt

Adverty har genomfört ett strategiskt skifte mot teknisk spets, operationell effektivitet och finansiell kontroll. Med en stärkt plattform, dokumenterad efterfrågan från både annonsörer och publicister samt fokus på kostnadseffektiv tillväxt, bedömer bolaget att dessa nyckelinitiativ utgör ett starkt ramverk för långsiktig lönsamhet. Därtill breddar initiativen Advertys adresserbara marknad och skapar nya möjligheter att fånga upp budgetar som tidigare varit utom räckhåll. Genom dessa satsningar visar Adverty att bolaget inte bara följer utvecklingen, utan aktivt är med och formar **framtiden för in-play advertising**

¹ **DSP** (Demand-Side Platform): Alla annonsörer som köper digital annonsering använder en DSP för att få tillgång till publicister med annonsutrymme. En DSP gör det möjligt att automatiskt köpa annonsytor via en SSP och ger annonsören tillgång till ett brett nätverk av publicister i realtid.

² **SSP** (Supply-Side Platform): Alla publicister som vill sälja digitalt annonsutrymme ansluter sig till en SSP. Genom SSP:n får publicisten tillgång till ett stort antal DSP:er, vilket gör att varulagret blir synligt för samtliga annonsörer som använder dessa plattformar. Allt sker digitalt och programmatiskt, vilket gör försäljningen mer skalbar och effektiv jämfört med traditionella annonsaffärer.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Jonas Söderqvist, VD

Telefon: +46 733 42 34 25

E-post: 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.

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 2025-08-04 11:51 CEST.

Bifogade filer

Adverty presenterar nyckelinitiativ: vägen mot lönsamhet