

Ökad omsättning med en hög organisk tillväxt

Stark tillväxt i kvartalet men marginalerna vek nedåt

Omsättningen i det tredje kvartalet uppgick till 64,5 (23,0) mkr, vilket är en uppgång med 181%. Det är drivet av en stark organisk tillväxt i främst Nowa kommunikation, Prodekor och Tigerton samt förvärvet av Context Media och de ytterligare förvärv som numera konsolideras som dotterbolag mot tidigare intressebolag. Bruttovinsten (byråintäkten) ökade med 156% till 12,2 (4,8) mkr. Däremot minskade bruttomarginalen till 18,9 (20,7)%, beroende på att försäljningen av medieinnehåll har stått för den större delen av kvartalets omsättning, vilken har lägre marginaler än försäljning från tjänsteinnehåll. Det fick även genomslag på ebitda-resultatet som uppgick till 0,3 (-0,2) mkr med en ebitda-marginal om 0,4 (neg)%. Omsättningsmixen med lägre marginaler och den snabba expansionen med högre avskrivningar gjorde att rörelseresultatet kom in negativt på -1,7 (-0,6) mkr i kvartalet. Periodens resultat slutade totalt på -1,5 (-0,7) mkr. Det fria kassaflödet är fortsatt positivt och kassan uppgår efter kvartalets slut till 15,4 mkr. Vi räknar med att finansieringen på kort sikt ser ut att vara löst för bolaget. Eventuell ytterligare finansiering skulle kunna vara aktuell vid större förvärv eller om konjunkturen skulle vika tvärt.

Systems & Software växte +278%

Även om bolaget står inför en kommande lågkonjunktur är det värt att komma ihåg att koncernen, med dess diversifiering klarat tidigare utmaningar bra. Trots makroutmaningarna fortsätter bolaget sin planerade tillväxtsresa. Under kvartalet har bolaget fortsatt att investera i affärsområdet Systems & Software, vilket växte omsättningen med 278%, genom att fokusera på produktförbättringar, vidareutveckling och breddning av affären. Ordergången har också varit stabil under kvartalet och så här långt in i det fjärde kvartalet har den goda ordergången bestått. Kundbasen är fortsatt stark och nya kunder som One Partner Group, Fitness 24 Seven och Qsys har välkomnats. Under kvartalet fick bolaget även nytt förtroende från ICA med ett nytt ramavtal. Koncernen har också stärkt organisationen under kvartalet med en ny CFO samt tillsatt en affärsområdesrådgivare för Systems & Software, som kommer att tillträda under det fjärde kvartalet.

Ser fortsatt uppsida i aktien

För att värdera bolaget använder vi oss fortsatt av en DCF-modell över prognosperioden 2022 – 2026. Mot bakgrund av marknadssegmentet och en kommande lågkonjunktur låter vi WACC:en vara kvar på 14%, men ökar säkerhetsmarginalen till 25% från tidigare 20%. Det ger oss en nedjustering av det motiverade värdet till 0,70 – 1,00 (0,84 – 1,11) kronor på 12 – 18 månaders sikt och aktien känns i dagsläget ändå undervärderad av marknaden.

Thinc Jetty Collective

Rapportkommentar

Datum 23 november 2022
Analytiker Martin Stojilkovic

Basfakta

Bransch Kommunikationskonsulter
Styrelseordförande Hans Jacobsson
Vd Anders Wallqvist
Noteringsår 2018
Listning Spotlight Stock Market
Ticker THINC
Aktiekurs 0,325 kr
Antal aktier, milj. 154,6
Börsvärde, mkr 52,4
Nettoskuld, mkr -15,7
Företagsvärde (EV), mkr 36,7
Webbplats www.thinccollective.se

Kursutveckling senaste året



Källa: Refinitiv

Prognoser & Nyckeltal, mkr

	2021	2022p	2023p	2024p
Omsättning	154,0	312,2	334,0	357,3
Byråintäkt	33,9	75,7	80,9	86,5
Ebitda	2,9	8,8	11,0	15,3
Rörelseres. (Ebit)	0,4	1,1	3,3	7,5
Nettoresultat	0,3	0,7	2,4	5,8
Vinst per aktie	0,00 kr	0,00 kr	0,02 kr	0,04 kr
Omsättningsstillväxt	62,6%	102,7%	7,0%	7,0%
Bruttomarginal	22,0%	24,2%	24,2%	24,2%
Ebitda-marginal	1,9%	2,8%	3,3%	4,3%
Ebit-marginal	0,3%	0,3%	1,0%	2,1%
Nettoskuld/ebitda	-5,4	-1,8	-1,4	-1,0
P/e-tal	166,9	77,9	21,7	9,1
EV/ebitda	12,6	4,2	3,3	2,4
EV/omsättning	0,24	0,12	0,11	0,10

Källa: Bolaget, Analysguiden

Investeringstes

Kommunikation och teknik ihop - ComTech

Ofta utgår bolag generellt från hur kommunikationsproblem ska lösas för kunder eller från hur tekniklösningar ska kommuniceras. Det Thinc Jetty har gjort är att gruppen utgår från att lösa sina kunders kommunikationsutmaningar genom att addera teknik till kommunikation. De själva kallar det för ComTech och vi tror att det är deras stora konkurrensfördel. De ser kommunikationsutmaningen från ett litet annorlunda perspektiv mot vad tidigare varit normen. Vi tror vi att detta kommer kunna möjliggöra den expansion som Thinc Jetty kommunicerat i samband med sina uppdaterade mål.

Fortsätter att teckna nya kundavtal

Under andra halvan 2021 har bolaget tecknat en hel del större avtal, bland annat avtal med en svensk livsmedelskedja, ramavtal med den internationella organisationen InterPride i 70 länder, ramavtal med Volvo, avtal med Rikshem, Svenska Bostäder, Malmö Stad, Arbetsförmedlingen, Italienska turistbyrån samt Warner Studios. Denna trend har fortsatt även in i 2022, där bland annat dotterbolaget Context Media tecknat nytt ramavtal med en av Sveriges ledande livsmedelsproducenter, som kan komma att bidra till dotterbolagets försäljning med 3 – 7 procent under året samt ett treårsavtal med Swedavia värt 45 mkr initialt.

Förvärvsmodell som behåller entreprenörsandan

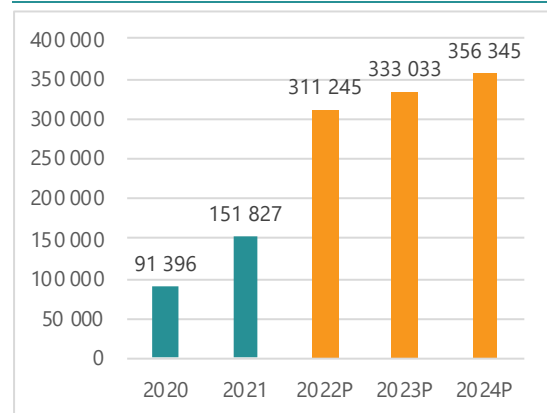
Koncernens förvärvsmodell, där förvärv av ett bolag görs stegvis upp till 70%, gör att koncernen efter genomfört förvärv lyckas behålla entreprenören inom gruppen. Då en del av betalningen utgörs av aktier i Thinc Jetty skapar det också ett incitament för att fortsätta driva sitt bolag, men även för att verka för att Thinc Jetty utvecklas väl. På så sätt får entreprenörerna fortsätta vara entreprenörer men nu med stöd från en större organisation. Den stora risken vid förvärv är annars att nyckelpersonerna lämnar efter ett tag, vilket vi bedömer att denna modell rimligen minskar risken för. Förvärvsmodellen bygger mycket på hur private equity-bolag eller riskkapitalbolag arbetar.

Dubblar omsättningsmålet för 2026 till 600 Mkr

Koncernen gav ut nya finansiella mål 2022 och siktar mot att nå en omsättning 2026 på 600 Mkr mot tidigare 300 Mkr. Mycket tack vare det 70 procentiga förvärvet av Context Media i början av december 2021, som tillför bolaget en omsättning på upp till 95 Mkr på årsbasis. Under de första nio månaderna 2022 har bolaget fortsatt att konsolidera dotterbolaget och gjort ytterligare tilläggsförvärv så att ägarandelarna uppgår till minst 70 procent. Över de kommande åren vill man växa, förutom organiskt, även med 2–3 förvärv per år som adderar minst 20–50 Mkr årligen. Koncernen letar efter lönsamma bolag med 10–20 anställda, som kan komplettera nuvarande kompetens och kunderbidande. Vi skissar på att de kursfall som vi noterat för många bolag kan komma att erbjuda fina tillfällen för koncernen att förvärva till rimliga multiplar.

Hög tillväxt förväntas

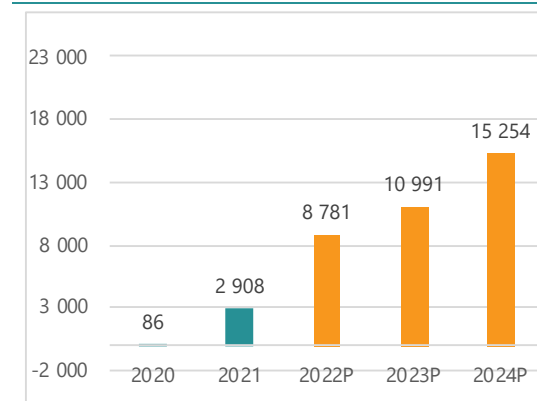
Organisk tillväxt av nettoomsättningen beräknas i snitt vara 38% årligen utan förvärv fram till 2024p, tkr. Mycket drivet av att alla förvärven under slutet av 2021.



Källa: Bolaget, Analysguidens prognoser

Kraftigt tillväxt i ebitda-resultatet

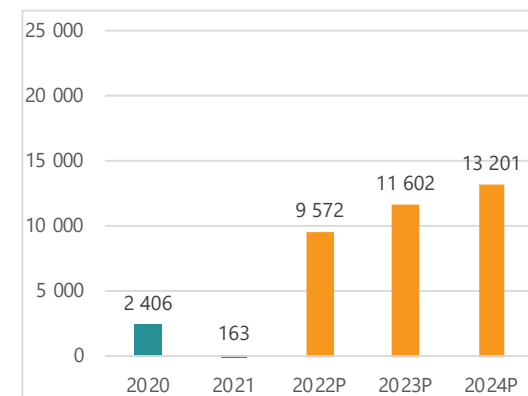
Ebitda, 2020 – 2024p, tkr.



Källa: Bolaget, Analysguidens prognoser.

Stark utveckling av fritt kassaflöde

Fritt kassaflöde 2020 – 2024p, tkr.



Källa: Bolaget, Analysguidens prognoser.

Prognoser och Värdering

Vi värderar i dagsläget koncernen som en kommunikationsbyrå, som säljer konsulttimmar. Affärsområdet Systems & Software, där koncernens SaaS-lösning från gamla Jetty och det nya intressebolaget Websearch ingår, växte förvisso 278% i kvartalet jämfört med året innan men affärsområdet står bara för 2% av omsättningen. Till dess att affärsområdet blir en större del av helhet räknar vi inte med dess bidrag i någon större omfattning.

Bolaget själva räknar med en organisk tillväxt på 15–20% årligen i enlighet med de finansiella målen. Nettoomsättningen för det tredje kvartalet landade på 64,5 mkr, vilket är i linje med vår prognos för helåret 2022. Vi räknar med en tillväxt på 105% för året som helhet då fjärde kvartalet förväntas vara starkt likt det andra kvartalet. Därefter räknar vi med en genomsnittlig årlig organisk tillväxt på 7%, vilket är oförändrat mot tidigare. Det ger i snitt en årlig organisk tillväxt av nettoomsättningen på cirka 22% under prognosperioden fram till 2026.

Totalt sett skissar vi på att koncernens nettoomsättning för i år hamnar runt 311 mkr för att öka till 333 mkr för 2023 och 356 mkr för 2024. Dessa antaganden är oaktat eventuella förvärv som kan komma att kommuniceras längre fram. Men om koncernen ska uppnå sitt omsättningsmål om 600 mkr fram till 2026 kommer dessa att krävas. Med stor sannolikhet kommer då även emission av fler aktier behöva göras, vilket kommer att leda till utspädning för befintliga aktieägare.

Vad gäller ebitda-marginalen räknar vi dels med att de negativa bidragen från främst Jetty förbättras och blir positiva. Vi skissar också på att koncernen kommer att fokusera på att växa organiskt inom tjänstedelen, där marginaler från PR, Strategi, Content och Digital är klart högre än från Media. Det gör att ebitda-marginalen letar sig upp mot nästan 7% i slutet av vår prognosperiod.

I det tredje kvartalet visade bolaget ett negativt rörelseresultat om -1,7 mkr och för årets första nio månader uppgår rörelseresultatet till -1,5 mkr. Detta är drivet av en större försäljning från Nowa Kommunikation och Context Media, som med sitt medieinnehåll har lägre marginaler än de bolag i koncernen som levererar tjänster. Även om det fjärde kvartalet normalt sett är starkt, gör vi ändå en viss uppjustering i vårt antagande för årets rörelsekostnader. Dessa antas uppgå till 21,5% av bolagets totala intäkter mot tidigare 21%. Mot bakgrund av en annalkande lågkonjunktur gör vi även motsvarande för rörelsekostnaderna under 2023 och 2024, genom att vi justerar upp dessa till 21% respektive 20% av intäkter. Det är en uppjustering med en procentenhet årligen för de kommande två åren.

Vi tror likt tidigare att bolaget når ett positivt rörelseresultat för året, men att det landar på 1,1 mkr mot tidigare 5,7 mkr. Minskningen förklaras av vårt ändrade antagande om rörelsekostnaderna, men också av att avskrivningarna nu ökat efter de ytterligare kompletteringsförvärv som genomförts under året. För 2023 räknar vi med att rörelseresultatet ökar till 3,3 (11,1) mkr och 2024 till 7,5 (13,8) mkr. Det motsvarar en rörelsemarginal om 0,3 procent, 1,0 procent respektive 2,1 procent för de tre åren.

Aktien är lågt värderad av marknaden

Vi utgår från att värdera Thinc Jetty utifrån en DCF-modell men stämmer av modellen med en ev/ebitda-multipel om 6,5, vilket är vad konkurrenterna värderas till normalt sett.

Mot bakgrund av marknadssentimentet använder vi oss av en oförändrad diskonteringsränta på 14%. Säkerhetsmarginalen ökar vi till 25% (tidigare 20%) för att reflektera osäkerheten kring DCF som värderingsmetod, men också för att ta höjd för den osäkerhet som en kommande lågkonjunktur för med sig. DCF-värderingen landar med en säkerhetsmarginal om 25 procent på en värdering mellan 0,73 – 0,98 (0,89 - 1,11) kronor på 12–18 månader sikt.

Vi räknar med att ebitda-marginalen klättrar upp till 4,3 (6) % i slutet av 2024. Det motsvarar värderingsmultiplar på ev/ebitda 2,4 (3,3) för 2024p och en ebitda om 15,3 (19,9) mkr. En ev/ebitda-multipel på 6,5 gånger ev/ebitda för 2024 ger oss en värdering på 0,64 kronor.

En kombination av dessa två värderingsmetoder ger att ett rimligt värde ligger någonstans mellan 0,70 – 1,00 kronor för bolagets aktie. Vi väljer därför att göra en nedjustering av riktkursen för bolagets aktie till 0,70 – 1,00 (0,84 – 1,11) kronor på 12 – 18 månaders sikt.

Ser ytterligare uppsida i aktien

DCF-värdering över prognosperioden 2022p–2026p.

Riskfri ränta	2,0%
Systematisk risk premie	7,5%
Småbolagspremie	5,0%
WACC	14,0%
CAGR 2022-2026	22%
Slutvärde, msek	167
Enterprise Value, msek	137
Nettokassa, msek	-14,0
Långfristiga skulder, msek	0,5
Börsvärde	152,0
Säkerhetsmarginal	0-20%
Antal utestående aktier, milj.	154,6
Motiverat värde per aktie, SEK	0,65 - 0,93
Senaste värde, 2022-11-21	0,339 kr
Uppsida/nedsida	116 - 188%

Källa: Bolaget, Analysguidens prognoser

Motiverat värde 0,70 – 1,00 kronor

Verksamheten

Thinc Jetty bildades genom det omvända förvärvet mellan Jetty och Nowa Kommunikation. Koncernen är verksam inom kommunikationsbranschen med sju kontor, sex i Sverige (Stockholm, Göteborg, Luleå, Umeå, Växjö och Svedala) och ett kontor i Norge (Oslo). Gruppen har även som ambition att etablera kontor i Köpenhamn under de kommande åren. Bolaget är sedan 2018 listat på Spotlight Stock Market.

Affärsmodell

Koncernens huvudsakliga affärsmodell är att sälja konsulttimmar. Genom en central funktion för sälj, ekonomi och IT, ges varje dotterbolag i koncernen stöd och hjälp med dessa frågor även om det själva också har ett säljansvar med ansvar för sig resultaträkning.

Affärsområdet Systems & Solutions, där gamla Jettys verksamhet nu befinner, jobbar de efter en SaaS-modell. Kunder betalar en månatlig abonnemangsavgift beroende på vilken typ av tjänst de har behov av. Modellen erbjuds i fem versioner,

- Free
- Small (1150 kr/månad),
- Efficient (3150 kr/månad)
- Pro (3650 kr/månad)
- Build your own

I den sistnämnda modellen väljer kunden själv vilka tjänster/moduler som den behöver och vill lägga till de andra fyra versionerna. Abonnemangspriset utgår ifrån en fastställd prislista för de olika modulerna.

Finansiella mål

I februari 2022 kommunicerade styrelsen nya uppdaterade mål i och med förvärvet av Context Media.

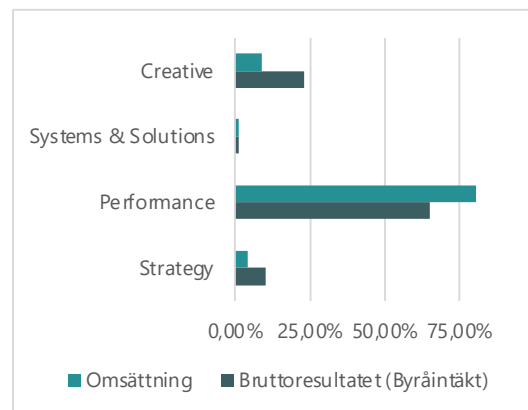
De nya långsiktiga finansiella målen som gäller från och med 2022 är:

- Öka försäljning snabbare än marknaden. Över tid ska den genomsnittliga tillväxten **överstiga 20%** inklusive förvärv.
- Öka försäljningen inom Systems & Software och bolaget Jetty AB till en tydlig position inom SaaS (Software-as-a-solution) system. Den genomsnittliga årliga tillväxten ska över tid **överstiga 50%**.
- Att koncernens omsättning 2026 minst ska uppgå till **600 mkr**
- Att genomföra 2–3 förvärv årligen inom valda tjänstekategorier och som årligen totalt tillför minst **20–50 mkr** i omsättning och helst minst 10 anställda.
- Uppnä en årlig genomsnittlig **ebitda-marginal om minst 10%** för koncernens tjänsteproducerande bolag och **minst 5%** för koncernens medierelaterade bolag, mätt som resultat före finansiella poster, skatt och avskrivningar av immateriella tillgångar hänförliga till förvärv, justerat för engångsposter och ställt i relation till nettoomsättningen.

Vad gäller utdelning är det koncernens mål att kommunicera en framtida utdelningspolicy i samband med bokslutskommunikén 2023,

Performance är störst

Varje affärsområdes bidrag till omsättningen och bruttoreultatet (byråintäkten) 2021 i %.



Källa: Bolaget.

Koncernens olika affärsområden

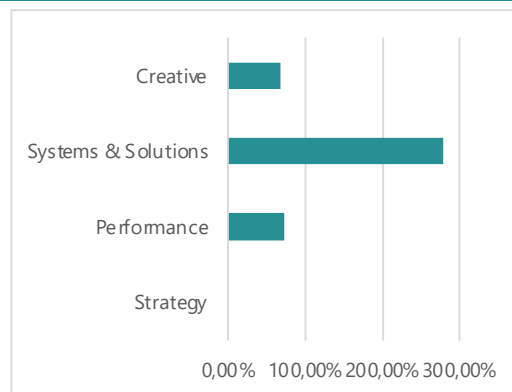
Koncernen är uppdelad i fyra olika affärsområden



Källa: Bolaget.

Försäljningstillväxt Q3-2022

Varje affärsområdes försäljningstillväxt i procent.



givet att kassaflödet stabiliserar sig under 2022–2023. Avsikten är att koncernen ska ha ett starkt positivt kassaflöde där stora delar delas ut till aktieägarna.

Koncernen är uppdelad i fyra olika affärsområden; Creative, Systems & Solutions, Performance och Strategy:

Inom **Creative** jobbar bolagen med att erbjuda kunder marknadsplaner, grafiska profiler, AD och copytjänster, illustration, 3D-grafik, film- och ljudproduktion, samt e-learning.

I **Systems & Solutions** återfinns det som tidigare var Jettys verksamhet samt att ytterligare tjänster har adderats. Numera ingår systemstöd inom möte och event, SaaS-System inom fysiska möten och evenemang, automatiserad annonsproduktion, digital asset managementsystem (DAM) samt drift och support.

Affärsområdet **Performance** fokuserar på tjänster som medieråd-givning och medieköp, social media- och content, taktiskt påverkansarbete, aktivitetsplaner, originalarbete, webbproduktion, och interaktionsdesign.

Det sista affärsområdet **Strategy** fokuserar på att erbjuda tjänster inom främst strategisk kommunikationsinsikt (undersökningar, analyser och uppföljningar,) strategiska planer, målgrupps-, konkurrens- och omvärldsbevakningar, varumärkesplattformar, PR och IR-arbete, säljstrategier, digital strategi, samt årsredovisningar och hållbarhetsarbete.

SYSTEMS & SOFTWARE

CREATIVE

STRATEGY



STRATEGY

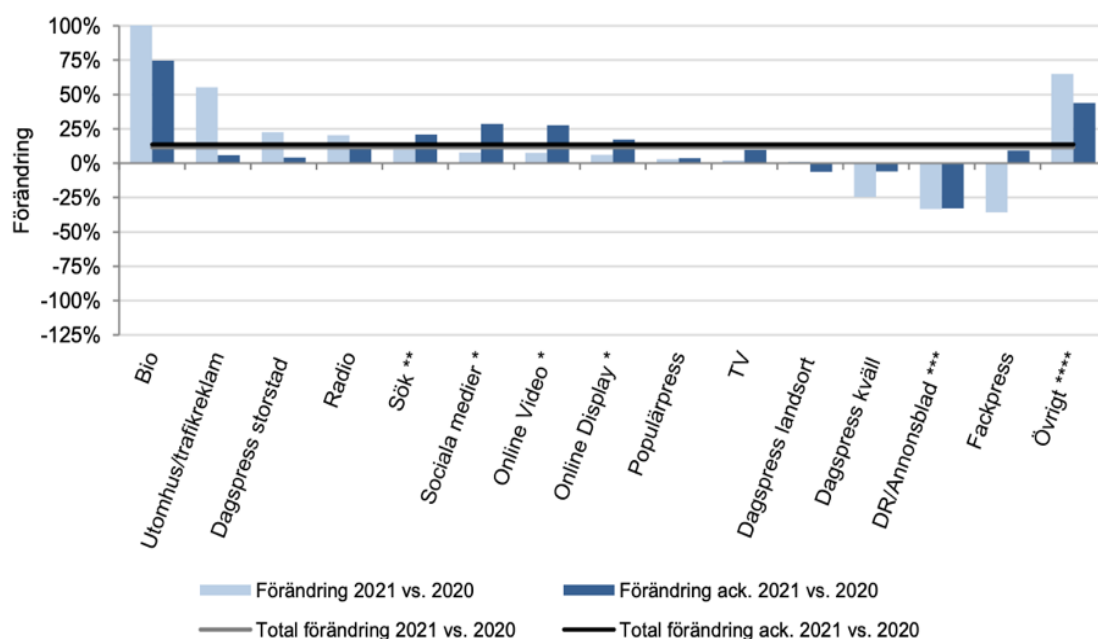
PERFORMANCE

Källa: Bolaget

Marknaden

Marknaden för reklam har efter en tung period återhämtat sig rejält sedan pandemiutbrottet år 2020. Under 2020 minskade medieinvesteringarna i Sverige, förmedlade via Sveriges Mediebyråer, med 17,8% jämfört med 2019. Till viss del kompenseras en del av detta tapp av att reklam inom de digitala medierna ökade. Läser man i IRM:s (Institutet för Reklam- och Mediestatistik) årsrapporten

minskade de totala medieinvesteringarna med 5,2% jämfört med 2019 till nära 39 miljarder kronor under 2020. Under 2021, har medieinvesteringarna, förmedlade via Sveriges Mediebyråers medlemmar, ökat med 13,6%, vilket innebär en full återhämtning efter tappet under 2020. Enligt IRM:s årsrapport för 2021 växte de totalt 18,6% till cirka 46 miljarder kronor. Även januari 2022 har öppnat upp nästan 28% jämfört med januari 2021. Dock ska man komma ihåg att i januari för ett år sedan hade marknaden knappast återhämtat sig, så jämförelsetalen i början av 2022 är låga.



Källa: Sveriges Mediebyråers årsstatistik 2021

Förvärvsmodell

Thinc jobbar efter en förvärvsmodell som ska främja och bevara entreprenörskapet inom koncernen. Modellen består av två steg. I den **första steget** förvärvas 25% och affären kan gå tillbaka inom ett år om någon av parterna inte tycker att det föll väl ut. Betalningen för de första 25% är uttalat lägre än marknadsvärdet, men säljarna erhåller ledningsstöd, administration, bokföringshjälp, plats på kontor och access till ramavtal med mera. Inom två till tre år inlöses en option på ytterligare 24 % in. Den styrs då helt av det nya marknadsvärdet. På så sätt får det säljande bolaget totalt sett bra betalt för de första 49 procenten. I det **andra steget** förvärvas de sista 21% genom att säljaren erbjudas att växla dessa aktier mot aktier i Thinc Jetty Collective och på så sätt bli delägare i hela koncernen samtidigt som den har kvar 30% av sitt bolag. Tanken bakom är att entreprenörskraften behålls och ett incitament för delägarna byggs in på lång sikt.

Säljstrategi

Bolaget har som vision att bli Nordens ledande kommunikationskoncern genom en aktiv och strategisk bearbetning av marknaden, vilket görs på tre olika sätt. **1)** Genom bearbetning av gruppens eget arbete med nya kunder och utveckling av befintliga kunder. Denna bearbetning står bakom 70% av den försäljning som skapas. Kundaffären utvecklas under en kunds livscykel genom att växa med kunden och att bredda tjänsteutbudet med kompetenser från fler bolag inom

gruppen. Resterande försäljning skapas genom samarbeten mellan de olika bolagen i koncernen, för att på så sätt öka affärsnyttan för kunderna. **2)** Från kunderna finns det en ökad efterfrågan om partnerskap för att lösa uppdragen och ta ett större grepp kring det totala kommunikationsbehovet. Anledningen är att kommunikationslandskapet blir alltmer komplext och fragmenterat. I dessa fall bearbetar koncernen marknaden utifrån varumärket Thinc och kundansvariga plockar sedan specialister ur gruppens olika bolag för att lösa kundens utmaningar. Detta angreppssätt startades upp under 2021 och idag står dessa affärer för cirka 5% av koncernens totala omsättning. **3)** Slutligen, för de större kunderna använder sig koncernen av ramavtal, där enskilda bolag inom koncernen ges möjlighet att jobba med kunderna utifrån sin nischade expertis.

Trender på marknaden

Den övergripande trenden inom marknaden är att man går från tryckt media mot digital media. Thinc Jetty märker också av att tempot framöver går snabbare och snabbare på marknaden. Generellt sett går man mer mot ett helhetstänk kring annonsering och fokus ligger på att arbeta i team. Inte lika mycket byråtänk som tidigare. Kundernas krav och förväntningar har också ökat markant.

Det duger inte längre att leverera enbart enligt kravspecifikationen, utan förväntningarna ligger på mer därtill. Från kundhåll har man fortfarande en tendens att vilja gå mot specialister. Fast i längden är det omständligt att ha att göra med flera byråer, vilket gör att större kunder föredrar att arbeta mot en byrå, som i sin tur samordnar med specialister. Lite som att välja totalentreprenad vid ett husbygge.

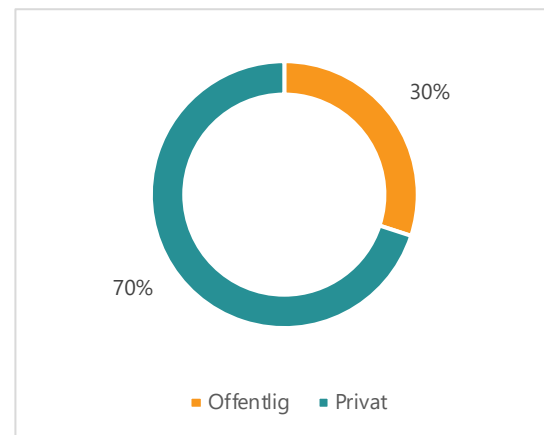
Kunder

Totalt har koncernen cirka 650 kunder, där de tio största kunderna står för cirka 27% av intäkterna. Inom koncernen jobbar de aktivt med att skapa en bred spridning i kundportföljen och undvika ett allt för stort beroende från enskilda kunder. Idag består bolagets kundmix av ungefär 30% offentliga uppdrag och resten mot den privata sektorn. De flesta av kunderna är återkommande kunder och man har väldigt få rena projektkunder. I snitt är kundavtalen på 1–3 mkr med en avtalstid på minst 24 månader.

Större enskilda offentliga kunder är Arbetsförmedlingen, Swedavia, Skolverket, Socialstyrelsen, Skatteverket, Försvarsmakten, Polisen Region Stockholm, Region Göteborg och Stockholms stad. Fördelen med att arbeta med offentlig upphandling är att dessa avtal sträcker sig över 2 år med ytterligare 2 års förlängning. Något som gör att det blir lättare att få en jämnare intäktsbas. På den privata sidan är spridningen av kunder stor, men värda att nämna är bland annat ICA, TV4, Schenker, Ikea, AstraZeneca, Volvo, Guldfågeln, Löfbergs, Coop, Autoexperten, GP Batteries, Happy Homes, Göteborgsvarvet, Hockeyallsvenskan, Live Nation, Roskildefestivalen och Interpride.

Fördelning av kundgrupp

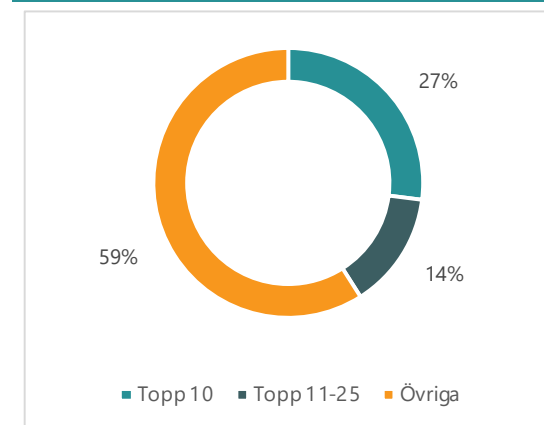
Den privata sektorn är klart störst



Källa: Bolaget, Analysguiden

Kundmix

I % av omsättningen



Källa: Bolaget

Största aktieägarna i %

Grundarna kvar är kvar i koncernen

Anders Wallqvist (grundare)	16,9%
Rune Nordström (grundare)	11,9%
Hans Jacobsson (grundare)	10,8%
Aces High AB	9,8%
Pegroco Invest AB	8,1%
Christoffer Danell	3,2%
Staffan Petersson	3,2%
Fredrik Sundberg	3,1%
Thomas Lindström	1,9%
Jesper Lindeblad	1,8%
Övriga aktieägare	29,4%

Källa: Euroclear, Holdings per 2022-11-18

Risker

Koncernens verksamhet är förknippad med ett antal risker som mer eller mindre kan påverka omsättning- och resultatutveckling.

Beroende av nyckelpersoner

Den framtida tillväxten inom koncernen beror till hög grad på att kunna behålla entreprenörsandan samt företagsledningens och styrelsens inklusive övriga nyckelpersoners kunskaper. Om någon av koncernens nyckelpersoner slutar eller om Thinc Jetty i framtiden får svårt att rekrytera denna kategori av personal, kan det inverka negativt på koncernens verksamhet, resultat- och finansiella ställning.

Kundrelationer

Koncernen är beroende av att dess kunder finner de tjänster som erbjudas konkurrenskraftiga. En minskad efterfrågan från bolagens kunder på dessa tjänster, drivet av konjunktur eller andra orsaker, kan leda till en minskad omsättning. Förlust av kundrelationer kan påverka bolagets möjligheter till att växa sin omsättning enligt plan.

Personalomsättning

I branschen är det hård konkurrens om de personer som besitter kunskaper som efterfrågas både nu och framöver. Eftersom efterfrågan numera och framåt drivs av personer, vilka är kunniga inom digitala medier är det många som slåss om dem. Det finns en risk att koncernen har svårt att hitta den personal som krävs för att möta efterfrågan, men också för att behålla de personer som det är hårdast konkurrens om.

Framtida tillväxt

Koncernen har som strategi att växa omsättningen kraftigt både organiskt men också via förvärv enligt sin förvärvmodell. Om detta inte sker finns det risk att koncernens inte når upp till sina högt uppställda mål.

Framtida kapitalbehov

Det kan inte uteslutas att det tar längre tid än förväntat innan koncernen uppnår en kontinuerligt stabil lönsamhet. Det kan inte heller uteslutas att det i framtiden kan komma att krävas ett större kapitalbehov än vad som idag bedöms som nödvändigt. Det finns inga garantier för att ett sådant utökat kapitalbehov kan anskaffas på för aktieägarna fördelaktiga villkor. En försämrad lönsamhet kan även påverka bolagets marknadsvärde negativt.

Konkurrens

De produkter och tjänster som bolagen inom Thinc Jetty producerar åt sina kunder kan komma att utsättas för ökad eller förändrad konkurrens genom utvecklandet av nya produktlösningar. Om en konkurrent skulle utveckla en ny produkt eller tjänst med förbättrade egenskaper, kan den nya produkten ta marknadsandelar på bekostnad av de tjänster eller produkter som koncernen erbjuder. Något som i sin tur kan påverka försäljningen negativt.

Likviditetsbrist

Koncernens aktie handlas idag på Spotlight Stock Market och har en låg likviditeten. Det finns en risk att volatiliteten i aktien bitvis kan vara hög med stora svängningar i aktiekursen upp och ned. Det kan också vara svårt att köpa eller sälja aktier i den löpande handeln vid önskad tidpunkt om det vid den tidpunkten föreligger låg likviditet i aktien.

Utspädning vid framtida emissioner

Det finns en risk att Thinc Jetty i framtiden, för att säkerställa kapital, för fortsatt utveckling och produktion kan komma att behöva genomföra nyemissioner av fler aktier och aktierelaterade instrument. Sådana emissioner kan komma att genom utspädning minska aktieägarens relativa ägande och röstandel samt vinst per aktie för de som inte deltar i dessa emissioner. Det kan också ge en negativ bild av koncernen skulle det bedömas ske alltför ofta.

Val av marknadsplats

Aktier som handlas på Spotlight Stock Market står under Finansinspektionens tillsyn. Men dessa värdepapper omfattas inte av lika omfattande regelverk som de värdepapper som är upptagna till handel på reglerade marknader, likt Nasdaq Stockholmsbörsen. Spotlight Stock Market har ett eget regelsystem som är anpassat för mindre bolag och tillväxtbolag för att främja ett gott investerarskydd. Som en följd av skillnader i de olika regelverkens omfattning kan en placering i koncernens aktie vara mer riskfylld än en placering i ett värdepapper som handlas på en mer reglerad marknad.

Disclaimer

Aktiespararna, www.aktiespararna.se, publicerar analyser om bolag som sammanställts med hjälp av källor som bedömts tillförlitliga. Aktiespararna kan dock inte garantera informationens riktighet. Ingenting som skrivs i analysen ska betraktas som en rekommendation eller uppmaning att investera i något finansiellt instrument. Åsikter och slutsatser som uttrycks i analysen är avsedd endast för mottagaren. Analysen är en så kallad Uppdragsanalys där det analyserade Bolaget tecknat ett avtal med Aktiespararna. Analyserna publiceras löpande under avtalsperioden och mot sedvanlig fast ersättning. Aktiespararna har i övrigt inget ekonomiskt intresse avseende det som är föremål för denna analys. Aktiespararna har rutiner för hantering av intressekonflikter, vilket säkerställer objektivitet och oberoende.

Innehållet får kopieras, reproduceras och distribueras. Aktiespararna kan dock inte hållas ansvariga för vare sig direkta eller indirekta skador som orsakats av beslut fattade på grundval av information i denna analys.

Investeringar i finansiella instrument ger möjligheter till värdestegringar och vinster. Alla sådana investeringar är också förenade med risker. Riskerna varierar mellan olika typer av finansiella instrument och kombinationer av dessa. Historisk avkastning ska inte betraktas som en indikation för framtida avkastning.

Analytikern Martin Stojilkovic äger inte och får heller inte äga aktier i det analyserade bolaget.

Ansvarig analytiker:

Martin Stojilkovic