

Falkenberg den 17 2021

PRESSMEDDELANDE

Kvartalsrapport för Tikspac AB,

1 jan - 31 mars 2021

Tikspac AB - Levererar bästa Q1 resultatet någonsin i bolagets historia

Nettoomsättningen uppgick till 7,18 MSEK, jämfört med 5,48 MSEK samma period föregående år. Detta innebär en ökning av omsättningen med 31 %. Resultatet för Q1 uppgår till 2,55 MSEK vilket i förhållande till samma period 2020 är en förbättring med 3,16 MSEK och i förhållande till rekordåret 2019, 2,27 MSEK. Vår likviditet är stark och uppgår till 19 MSEK. Primärt består ökningen av resultatet av fortsatt kostnadskontroll, rationaliseringar, förändrade principer och rutiner och optimering av kundrelationer. Vi fortsätter dock att jobba med att ta bort kostnader som inte direkt kan härledas till positiv och riskjusterad ROI. Som en funktion av flertalet operativa insatser har första kvartalet för 2021 levererat enligt uppsatta mål av ledning och styrelse.

Första kvartalet 1 januari - 31 mars 2021, Koncernen

1. Nettoomsättningen uppgick till 7 183 Tkr
2. Rörelsens kostnader uppgick till 4 627 Tkr
3. Resultat uppgick till 2 552 Tkr
4. Likviditeten uppgår till 18 755 Tkr

Revisorsgranskning:

Denna rapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Framtida rapporttillfällen: Årsredovisning 22 April, Q2 rapport 9 juli

Viktiga händelser 1 jan - 31 mars 2021

- Flagging av innehav i iApotek Int AB

Styrelsen och ledningen har under en längre period analyserat vilken eller vilka produktkategorier som gör sig bäst att förmedla via våra 27 miljoner påsar vi delar ut årligen. Flertalet genomförda analyser påvisar en tydlig och enhetlig bild i form av att en produktmix relaterat till husdjur och apoteksrelaterade produkter gör sig bäst som reklam på våra påsar inte minst pga hur demografin för vår målgrupp ser ut. Som ett led i långsiktiga strategiska värdehöjande insatser har verksamheten därav valt att ta en mer framträdande roll i iApotek med syftet att integrera och optimera verksamheternas specifika fördelar.

- Förvärv av husdjursbutik etablerad på internet

Ledningen har ett klart och tydligt syfte med att ta tillvara på verksamhetens tillgångar bestående av kontakttillfällen som uppstår i samband med att någon besöker en av våra 7 000 miljöstationer. Detta har vi löpande redogjort för att vi kommer göra i form av att köpa in redan existerande verksamheter alternativt etablera nya som är i linje med målgruppen som besöker våra miljöstationer. Vi har nu officiellt köpt e-butiken Kattohund.se. Det är en e-butik som primärt säljer husdjursrelaterade produkter. E-butiken håller på att fräschas upp och kommer exponeras som en ny version första veckan i maj. E-butiken genererar en väl tilltagen omsättning och har en väldigt besöksfrekvens. Verksamhetens ambition är att över tid etablera och erbjuda egna e-butiker till målgruppen i fråga som det naturliga valet när inköp av husdjursrelaterade produkter via internet ska ta vid.

- Ny påse bestående av insamlad återvunnen plast är numer levererad

Trots en del utmaningar med leverans har vi nu äntligen fått våra nya påsar som inte bara är i linje med vad FN och Håll Sverige Rent förespråkar utan dessutom kostnadsbesparande i dubbel bemärkelse. Dels sparar vi närmare 1,5 MSEK på årsbasis i verksamheten men ännu bättre är att vi genom att använda påsar av insamlad återvunnen plast (som primärt kommer från våra världshav) även bidrar till att bespara vår miljö från problem plasten orsakar.

- Egna varumärken DogPal och SökFynd

Vi har tidigare nämnt att vi avser aktualisera vårt varumärke Dogpal.se (webbshop med utbud av varor avsett att nå husdjursägaren). Detta kommer att ske under Q2 och vara en kombination av premium produkter och produkter exponerade på vår inköpta e-butik Kattohund.se. Vi avser även bredda utbudet över tid till att även inbegripa (webbshop för alla typer av varor) Sökfynd.se. Lansering flyttas fram till Q3 2021.

- Strukturaffärer

TiksPac kommer fortsatt titta på flertalet olika strukturaffärer framöver inte minst pga att vi står starka likviditetsmässigt. Däremot kommer verksamheten, fram till senhösten, ha fokus på att integrera affärer vi redan initierat och ta tillvara på alla dess fördelar. Målet är tydligt i form av att utöka vår befintliga omsättning, reducera våra risker och utöka värdet på hela vår verksamhet.

- Digital Miljöstation

Verksamheten har nu fått sin första funktionella prototyp levererad. Som vi redogjort för ett antal ggr tidigare kommer möjligheten till att som första aktör kunna erbjuda digital mediayta i samband med analogt förfarande inte bara vara ett regelrätt tillskott till verksamhetens värde utan även ett stort värde i form av att kunna marknadsföra egna produkter. Den första stationen är tänkt att exponeras utomhus under Q2.

Fakta om vår digitala skylt.

- Vi använder AI-teknik i de nya stationerna, vilka med hjälp av en sensor i realtid bedömer ålder och kön på den som står vid skylten. Baserat på det kan skylten förmedla skraddarsydda budskap från företag som främst vill nå just den demografin. På detta vis ökar vi förutsättningarna för att det blir ett positivt möte mellan mottagare och företaget som skickar budskapet. Skylten som är 100% digital, drivs av solceller.

Integritetsmässigt möter lösningen inga hinder, då inga bilder tas och ingen information sparas. Under 2021 kommer stationer att sättas upp i ett antal utvalda kommuner i Sverige med start under Q2.

- TiksPac aktien

Styrelsen arbetar fortsatt med att åter notera TiksPac aktien i en eller annan form. Häri exkluderas inte strukturaffärer som direkt eller indirekt leder till notering. Däremot som tillägg till tidigare kommunicerad information har styrelsen och ledningen som ambition att när väl TiksPac aktien åter blir aktuell att notera på en marknadsplats att det sker till värden väsentligt högre än vid tillfället då aktien på ett regelvidrigt sätt blev avnoterad. Både styrelsen och verksamhetens större ägare ser helt andra värden i bolaget än vad som tidigare gjort sig gällande. Detta primärt kopplat till hur nuvarande organisation ser ut, potentialen i omsättning, vinst och expansion men även pga verksamhetens tillgångar i form av alla kontakttillfällen påsarna medför. Ledningens ambition är att vårda, utveckla och optimera alla verksamhetens värden fram till dess.

VD har ordet

Jag väljer att börja på samma sätt som vid förra rapporten; jag har nu varit operativt ansvarig inom TiksPac sedan juni 2020. Under denna period har verksamheten stabiliserats, kostnader sänkts samtidigt som bolaget fortsätter arbeta med kostnadskontroll och strukturaffärer. Utöver detta vill jag specifikt lyfta fram att vi har börjat exponera TiksPac som varumärke via TV i samband med när Allsvenska matcher visas på kanal 5. Detta är i linje med ledningens strategi att etablera TiksPac som ett miljösmart företag inför en bredare publik vilket indirekt även breddar perspektiv och potential avseende attraktionsvärdet i vår verksamhet.

Förutom att hålla ett högt tempo är det min absoluta ambition att enträget jobba för att bygga väsentligt högre värden över tid i TiksPac. Detta kommer att ske via strategiska samarbeten, expansion, operativ styrning, nymodighet och exponering av egna varumärken via våra kommunikativa kanaler. Jag är av inställningen att TiksPac som verksamhet går en väldigt intressant period tillmötes framöver. Målet, när väl integrationen av befintliga strukturaffärer är genomförda, är att jobba hårt för att notera verksamheten på nytt på etablerad marknadsplats och till ett väsentligt högre värde än när det regelvidrigt blev avnoterat.

Jag ser väldigt positivt på 2021 där både tillskott av nya affärer och digitalisering kommer vägleda våra insatser framöver med det absoluta syftet att bygga aktieägarvärde över tid.

Omvärldsanalys:

"Efter krisen kommer tid för återuppbyggnad". Historiskt sett har varje industriell revolution kommit till som en funktion av nya insikter som inte bara berikat enskilda aktörer utan även den breda allmänheten. Att vi nu står inför en ny industriell era är i allra högsta grad uppenbart. Grön Ekonomi har verkligen seglat upp som det enda hållbara sättet att bedriva affärer på framöver inte minst med tanke på dess effekter och konsekvenser i vardagen för oss alla om vi inte gör så.

Pandemin har fört med sig mycket av ondo men även en hel del av godo. Omstöpningen har tilltagit i styrka och givet dialoger olika näringsidkare för i olika sammanhang kommer det bli ofrånkomligt för företag att inte ta sitt CSR-ansvar. En tydlig trend är att människors värnande om lokalsamhället, lokala traditioner och värderingar stärks som en motreaktion till den ökande urbaniseringen och internationaliseringen (Glokalisering). Lokala nätverk och en plats i lokalsamhället växer i betydelse och med tanke på den lokala inriktning TiksPac bedriver ser vi verkligen på framtiden med tillförsikt inte minst pga kombinationen av teknisk digitaliserad innovation utförd på lokal och miljösmart nivå.

Falkenberg, 16:e april 2021

Dejan Shabacker, VD
dejan.shabacker@tikspac.com
Tel. +46 (0) 733 406 643