

*aspiro*



DELÅRSRAPPORT  
JANUARI-MARS 2007

Q1

# Bibehållen stark marknadsposition i Norge och Sverige. Utmaningar i Finland och Danmark samt framtidssatsningar försämrade lönsamheten.

- ◇ Under första kvartalet uppgick EBITDA till 4,8 MSEK (15,0 MSEK). Resultatet har belastats med omstrukturingskostnader om cirka 2,9 MSEK och kostnader om cirka 2 MSEK avseende satsningen inom nya tjänsteområden. De försämrade marknadsförutsättningarna i Finland och Danmark reducerade resultatet med cirka 7 MSEK.
- ◇ Resultatet efter skatt för tremånadersperioden uppgick till 1,9 MSEK (8,7 MSEK) och resultatet per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,01 SEK (0,05 SEK).
- ◇ Nettoomsättningen för första kvartalet 2007 uppgick till 97,1 MSEK (119,3 MSEK). De avvecklade verksamheterna i Storbritannien och Spanien reducerade omsättningen med 5,3 MSEK och de försämrade marknadsförutsättningarna i Finland och Danmark bidrog till att omsättningen reducerades med cirka 15 MSEK jämfört med första kvartalet 2006.
- ◇ Prenumerationstjänsterna och nummerupplysningstjänsten via sms utvecklades starkt under perioden.
- ◇ I januari tecknade Aspiros dotterbolag Rubberduck avtal med operatören 3 för leverans av den tekniska lösningen till 3s mobil-TV satsning i Sverige och Danmark.
- ◇ I februari förvärvade Aspiro 51 procent av andelarna i communityn Voolife (DemoRadio Nordic AB). Voolife är en svensk musik-community i ett tidigt skede med stark medlemstillväxt.
- ◇ Aspiro fick i uppdrag av bland andra Stabburet (Grandiosa), EA, Diplom Is, Viking Footwear och Mercedes C-class att genomföra mobila marknadsföringskampanjer. I slutet av perioden etablerade och lanserade Aspiro det första nordiska annonsnätverket för mobil reklam.
- ◇ Den 1 mars tillträdde Gunnar Sellæg som VD för Aspiro. Ole Jørgen Torvmark rekryterades som chef för affärsområdet Community under perioden.
- ◇ Styrelsen gör bedömningen att bolaget kommer att upprätthålla sin starka marknadsposition inom den befintliga verksamheten. Till följd av utmaningarna i Finland och Danmark kommer dock lönsamheten att bli lägre än föregående år.
- ◇ För att möjliggöra framtida stark tillväxt beslutade styrelsen under 2006 att satsa på områdena mobil-TV, musik, mobil marknadsföring, söktjänster och community. De kommande tre åren väntar sig Aspiro kraftig tillväxt inom dessa områden. Investeringarna beräknas belasta 2007 års redovisade EBITDA med 15-25 MSEK. Styrelsen räknar med att satsningen kommer att generera vinst under verksamhetsåret 2009.

NYCKELTAL	JAN-MAR 2007	(2006)
Nettoomsättning, MSEK	97,1	(119,3)
EBITDA, MSEK	4,8	(15,0)
Resultat efter skatt, MSEK	1,9	(8,7)
Resultat per aktie, SEK	0,01	(0,05)
Likvida medel, MSEK	89,0	(61,3)
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet, MSEK	8,2	(11,2)

Siffrorna inom parentes avser motsvarande period föregående år.

” Sämre marknadsförutsättningar i Danmark och Finland och fokus på att bygga upp de nya tjänsteområdena är de främsta orsakerna till att Aspiro inte visar tillväxt i det korta perspektivet. Aspiro ska vara ett tillväxtbolag och vi väntar oss en stark tillväxt inom de nya tjänsteområdena mobil-TV, söktjänster, musik, community och mobil marknadsföring de kommande åren. Det är som marknadsledare inom mobila nedladdningstjänster som vi nu håller på att ta positioner inom dessa närliggande tjänsteområden. En av våra största utmaningar är att skapa en tydligare organisation som är bättre rustad för att tillvarata framtida tillväxtpotentialer. Den viktigaste uppgiften blir därför inledningsvis att göra de olika enheterna mer oberoende av varandra, utan att förlora för många av de gemensamma synergier. Därmed möjliggör vi för en stark organisk tillväxt efter varje tjänsteområdes förutsättningar, säger Gunnar Sellæg, VD för Aspiro.

”





SIFFRORNA INOM PARENTES AVSER MOTSVARANDE PERIOD FÖREGÅENDE ÅR. DET FÖRVÄRVADE BOLAGET VOOLIFE (DEMO RADIO NORDIC AB) INGÅR I RÄKENSKAPERNA FRÅN OCH MED DEN 1 FEBRUARI 2007.

## OMSÄTTNING OCH RESULTAT

Aktuell rapportperiod (januari-mars)

Nettoomsättningen för första kvartalet 2007 uppgick till 97,1 MSEK (119,3 MSEK). De avvecklade verksamheterna i Storbritannien och Spanien reducerade omsättningen med 5,3 MSEK och de försämrade marknadsförutsättningarna i Finland och Danmark bidrog till att omsättningen reducerades med cirka 15 MSEK jämfört med första kvartalet 2006.

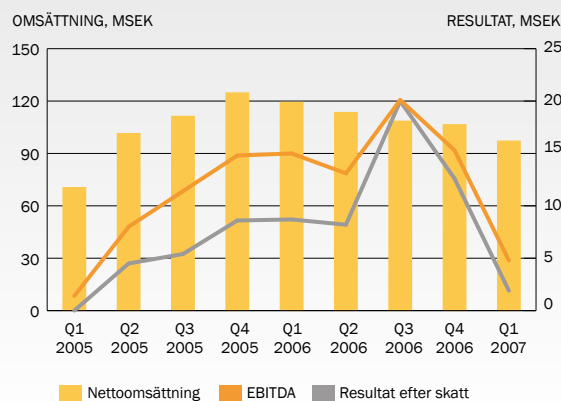
Inom affärsområdet nedladdningstjänster till mobiltelefoner är strategin sedan 2006 en ökad fokusering på lönsamhet. Aspiro har definierat prenumerationstjänster, nummerupplysning via sms, de stora nordiska operatörerna och de egna kanalerna som strategiskt viktigast. Som en naturlig följd av denna inriktning har Aspiro fortsatt att ta bort olönsam verksamhet i vissa annonserings- och mediepartnerkanaler. Strategin har bidragit till att marginalen inom Annonsering mer än fördubblats jämfört med första kvartalet 2006.

Under första kvartalet uppgick EBITDA till 4,8 MSEK (15,0 MSEK). Resultatet har belastats med omstruktureringskostnader, avseende bland annat avgångsvederlag till tidigare verkställande direktör, om cirka 2,9 MSEK. Satsningen inom nya tjänsteområden har belastat resultatet med cirka 2 MSEK. De försämrade marknadsförutsättningarna i Finland och Danmark reducerade periodens EBITDA med cirka 7 MSEK.

Resultatet efter skatt för tremånadersperioden uppgick till 1,9 MSEK (8,7 MSEK).

Resultatet per aktie för första kvartalet, före och efter utspädning, uppgick till 0,01 SEK (0,05 SEK).

OMSÄTTNING OCH RESULTAT PER KVARTAL, 2005-2007



## MARKNAD

Under 2006 växte den nordiska marknaden för mobila innehållstjänster med i snitt cirka femton procent och omsättningen beräknas ha uppgått till cirka 2,5 miljarder SEK. Den totala marknaden avser värdet av alla premium sms/mms och wap-billing, vilket gör att siffran inkluderar exempelvis alla tävlingar och röstningar via sms. Tjänstesegmenten ringsignaler, bilder/filmklipp och spel växte något under 2006, den största tillväxten kom från ökad sms-aktivitet genom tävlingar, omröstningar och annan interaktivitet.

Även under 2007 väntar sig Aspiro att den totala marknaden för mobila innehållstjänster kommer att visa god tillväxt. Det är framför allt efterfrågan på musik, videos och söktjänster som ökar. Efterfrågan på ringsignaler och bakgrundsbilder har stagnerat och väntas minska något framöver.

Aspiro förväntar sig att efterfrågan på tjänster som mobil-TV och community-tjänster kommer att öka väsentligt när penetrationen av mer avancerade mobiltelefoner, som följer av den utbyggnad av 3G som skett de senaste åren, uppnår kritisk massa inom Aspiros målgrupper.

## VERKSAMHET

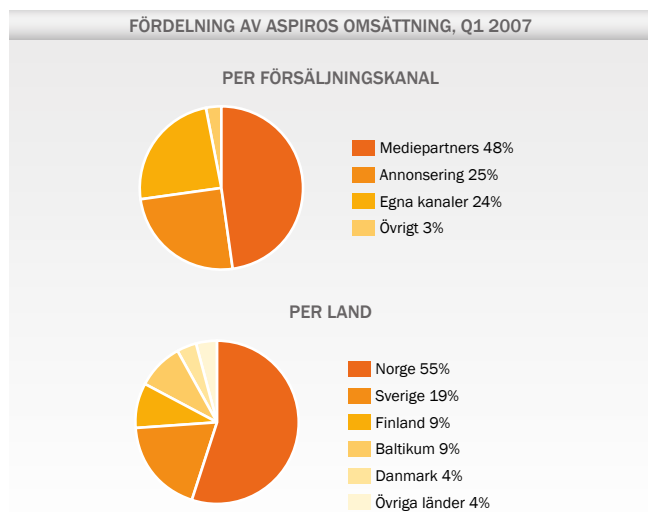
### Omsättning och resultat per försäljningskanal, Q1 2007

FÖRSÄLJNINGSKANAL	NETTO-OMSÄTTNING	RESULTAT EFTER DIREKTA KOSTNADER*
Mediepartners, MSEK	47,2	14,2
Annonsering, MSEK	24,6	11,0
Egna kanaler, MSEK	22,9	17,0
Övrigt, MSEK	2,4	2,2

\* Nettoomsättning minus kostnader för köpt innehåll, annonsering och intäktsdelning.

### Omsättning per land, Q1 2007

LAND	NETTOOMSÄTTNING, MSEK
Norge	53,1
Sverige	18,7
Finland	9,0
Baltikum	8,8
Danmark	4,0
Övriga länder	3,5



## MOBILA NEDLADDNINGSTJÄNSTER

Aspiro är marknadsledande i Norden och Baltikum inom nedladdningstjänster till mobiltelefoner. Aspiro erbjuder nedladdningstjänster som ringsignaler, spel, bilder, videos och musik.

Aspiros största marknader Norge och Sverige utvecklades väl även under första kvartalet. Det är framförallt prenumerationstjänsterna i de båda länderna och nummerupplysningen via sms i Norge som var framgångsrika.

Den finska verksamheten utvecklades mycket svagt till följd av den starka konkurrensen på den finska marknaden. Det åtgärdsprogram som Aspiro initierade i slutet av 2006 för att möta den förändrade marknadssituationen väntas få reell

effekt från och med andra kvartalet 2007. Minskning av antalet anställda, reducering av marknadsföringskostnader och lansering av ett nytt prenumerationskoncept är några av de åtgärder som har vidtagits.

De hårdare regleringar som infördes successivt under 2006 på den danska marknaden har påverkat försäljningen i Danmark, framför allt via annonser, negativt. Detta gjorde att Aspiro valde att inte köpa några annonser för försäljning av nedladdningstjänster under perioden. Under perioden avslutades också samarbeten med mindre mediepartners och gateway-verksamheten lades ned. Verksamheten i Danmark fokuseras på mer lönsamma egna kanaler och på operatörernas mobila portaler. Den danska organisationen har anpassats till de nya förutsättningarna och förändringen väntas påverka resultatet positivt från och med andra kvartalet.

Ett antal framgångsrika kampanjer genomfördes i februari i samband med Alla hjärtans dag och bidrog till stark försäljning i framförallt Sverige och Norge. I Sverige uppnåddes den högsta försäljningen någonsin på en enskild dag.

## FÖRSÄLJNINGSKANALER

Aspiro marknadsför och säljer sina tjänster till konsumenter via olika mediepartners samt via egna webb- och wapsidor och annonsering i främst tryckta medier.

### Mediepartners

Aspiro samarbetar med flera hundra mediebolag och operatörer såsom Telenor, NetCom, T-Mobile, TeliaSonera, 3, Sonofon, Tele2, TV3, Aftonbladet, VG samt norska TV2 och P4. Aspiro bidrar med mobila tjänster, marknadsföringsmaterial och kampanjer till sina partners. I utbyte får Aspiro marknadsföringsutrymme eller direktkontakt med konsumenter.

Nettoomsättningen inom Mediepartners för första kvartalet uppgick till 47,2 MSEK (61,3 MSEK). För perioden uppgick resultatet efter direkta kostnader till 14,2 MSEK (21,4 MSEK).

Aspiro lanserade prenumerationskonceptet Boomi på svenska TeliaSonera och Tele2s mobila portaler. Samarbetet med den skandinaviska operatören 3 kring mobila nedladdningstjänster reducerades under perioden. Aspiro tecknade avtal med norska Netcom avseende försäljning av innehålls-abonnemang via Netcoms kundtjänst.

Inom mobila nedladdningstjänster har Aspiro definierat de stora nordiska operatörerna som ett av de strategiskt viktigaste områdena. Aspiro har som mål att öka omsättningen på operatörernas portaler genom att tillhandahålla det bästa och mest efterfrågade innehållet, de bästa kampanjerna och genom att erbjuda leveranssäkerhet.

### Egna Kanaler

Egna kanaler avser Aspiros webb- och wapsidor, där bolaget marknadsför medlemsklubbar och egna varumärken som In-

poc, Cellus och Mobilehits. Inom Egna kanaler uppnår Aspiro högst marginaler eftersom försäljningskostnaden är lägre. Nummerupplysningstjänsten via sms ingår i egna kanaler (läs mer under avsnittet Söktjänster).

Nettoomsättningen inom Egna kanaler för första kvartalet uppgick till 22,9 MSEK (30,1 MSEK). För perioden uppgick resultatet efter direkta kostnader till 17,0 MSEK (24,4 MSEK).

Under perioden genomfördes ett antal kampanjer i de egna kanalerna, varav de försäljningsmässigt mest lyckade var de i samband med Alla hjärtans dag. I Danmark har relanseringen av inproc.dk fått bra genomslag. De egna kanalerna är ett av de strategiskt viktigaste områdena inom nedladdningstjänster till mobiltelefoner. Under 2007 kommer därför de egna kanalerna att få ökat fokus. Målet är att de egna kanalerna ska motsvara 1/3 av försäljningen och Aspiro ska äga några av de mest attraktiva varumärkena inom sina tjänsteområden i Norden och Baltikum.

#### Annonsering

Inom försäljningskanalen Annonsering köper Aspiro marknadsföringsutrymme framför allt i tryckta medier. Inom denna kanal är försäljningskostnaden relativt hög, men intäkten delas inte med annan part. Intäkter från prenumerationstjänster ingår också i försäljningskanalen Annonsering.

Nettoomsättningen inom Annonsering för första kvartalet uppgick till 24,6 MSEK (27,9 MSEK). För perioden uppgick resultatet efter direkta kostnader till 11,0 MSEK (5,8 MSEK).

Prenumerationstjänsterna utvecklades fortsatt väl och intäkterna ökade under perioden. Det nya prenumerationskonceptet, Boomi, visade god rekryteringstillväxt i Norge, Sverige och Baltikum. Lanseringen i Finland var inte lika framgångsrik och konceptet relanserades under ett nytt varumärke, Käenny, i slutet av perioden. Ett nytt lotteriprenumerationskoncept ”Lykkehjulet” testlanserades i Norge. Det är ett strategiskt beslut att driva försäljning från mer kortsiktiga intäkter från styckeförsäljning till mer återkommande intäkter.

Marginalen inom Annonsering har mer än fördubblats jämfört med motsvarande period föregående år. Aspiro kommer även fortsättningsvis att fokusera på de mest lönsamma annonseringskanalerna, vilket innebär att annonseringsvolymerna kommer att reduceras ytterligare i framförallt Finland.

## TJÄNSTER

#### Ringsignaler

Under första kvartalet 2007 sålde Aspiro cirka 2,0 miljoner ringsignaler, jämfört med första kvartalet 2006 då det såldes cirka 3,1 miljoner ringsignaler. Minskningen av antalet sålda ringsignaler beror bland annat på reducerad exponering hos operatören 3 och lägre försäljning i Finland och Danmark. Försäljningen av så kallade Funtones fortsatte att öka. I Sverige,

där utvecklingen har kommit längst, kommer närmare 50 procent av ringsignalförsäljningen från Funtones.

Aspiro och TeliaSonera utsåg de nominerade bidragen till Årets bästa ringsignalslåt på svenska Grammisgalan och vinnaren blev Basshunter med låten Boten Anna.

Under 2007 arbetar Aspiro vidare med kampanjer och olika former av kampanjverktyg som ska bidra till ökad försäljning och fortsatt utveckling av ringsignalkategorin.

#### Spel

Aspiro sålde cirka 687 000 mobilspel under första kvartalet, jämfört med cirka 840 000 spel under första kvartalet 2006.

Aspiro har under perioden prövat olika initiativ där konsumenten kan testa spel gratis och se olika demoversioner. Det ger kunden en chans att få en känsla för vad de köper samtidigt som det ger Aspiro en möjlighet att göra extra reklam för spelen.

Aspiro har en av Europas starkaste spelportföljer för mobilspel. Aspiro förväntar sig att intresset för mobilspel kommer att öka både som en följd av att mobiltelefonerna blir mer avancerade och att allt bättre spel lanseras även till mobiltelefonen. Aspiro har som mål att ytterligare stärka sin position inom mobilspel.

#### Bild och film

Under första kvartalet såldes cirka 1,0 miljoner produkter inom gruppen bild/film, jämfört med första kvartalet 2006 då antalet uppgick till cirka 1,4 miljoner.

I och med att allt fler använder mer avancerade mobiltelefoner och mobilnäten blir mer kraftfulla kommer efterfrågan, och därmed utbudet, av mer avancerande tjänster inom video att öka. Parallellt med det minskar efterfrågan på enklare bildtjänster.

#### Information

Aspiro erbjuder olika prenumerationstjänster för information via sms till mobiltelefoner, som olika typer av uppdateringar av sportresultat och radarkontroller. Nummerupplysningstjänsten är Aspiros största informationstjänst och i Norge är Aspiro en av de största leverantörerna på marknaden (läs mer under avsnittet Söktjänster).

#### Nedladdningstjänst för musik

Aspiro säljer musik från de flesta stora skivbolagen och från ett antal mindre skivbolag. Totalt har Aspiro över 500 000 låtar i sitt utbud. Aspiro levererar sin nedladdningstjänst för musik tillsammans med fem operatörer i Norden. Sverige är än så länge Aspiros största marknad för musik i mobiltelefonen.

Även om merparten av försäljningen sker från hitlistorna så blir den så kallade backkatalogen allt viktigare för att nå större volymer. Aspiro bygger därför vidare på musikkatalogen

som väntas innehålla upp mot en miljon låtar innan utgången av 2007. Aspiro har målet att bli en betydande partner inom musik och har därför en ambitiös utvecklingsplan för nedladdningstjänsten under 2007 vad gäller funktionalitet och innehåll för både internet och mobiltelefon.

### MOBIL-TV

Aspiros dotterbolag Rubberduck har en av världens ledande lösningar för mobil-TV både för nedladdning och för sändning via mobil- eller TV-nät. Rubberduck erbjuder lösningar och tjänster som sammanlänkar operatörer, TV-bolag och innehållsleverantörer till kunder runt om i världen.

Under perioden tecknade Rubberduck avtal med den skandinaviska mobiloperatören 3 för såväl leverans av den tekniska lösningen som drift och hosting av deras mobil-TV satsning i Sverige och Danmark. Lösningen bygger på en videostandard med mycket hög bild- och ljudkvalitet även vid låg brandbredd. Tjänsten är unik i sitt slag då det tidigare inte funnits en fullständig mobil-TV tjänst med hög bildkvalitet som på ett enkelt sätt ger tillgång till ett omfattande kanalpaket och en programguide.

Rubberduck tecknade också avtal med svenska DubTools kring en tjänst för hosting och mobil distribution av musik via streaming.

Aspiro ska bygga en stark position genom att erbjuda befintliga partners nya underhållningstjänster via mobiltelefonen, exempelvis live-TV och -radio, nyheter, sportklipp och serier. Aspiro kommer även att erbjuda interaktiva TV-/video-tjänster som dating, chat, nyhetsklipp och röstning.

### SÖKTJÄNSTER

Det är med utgångspunkt från den marknadsledande positionen inom nummerupplysning via sms i Norge, som Aspiro bygger sin nya satsning inom personsök.

Aspiro tillhandahåller nummerupplysning via mobiltelefon och kommer även i fortsättningen att fokusera på sms, men etablerar sig även i nya mobila kanaler som mobilt internet, wap och mobila klienter. Aspiro kommer att utveckla nya mobila söktjänster utöver nummerupplysning som exempelvis kart- och vägbeskrivningstjänster, sökning via mobilt internet och sökning i andra källor som musik och bilder.

Under perioden tecknade Aspiro ett nytt avtal med norska TV3 avseende nummerupplysningstjänsten via sms.

Antalet personliga profiler som användarna av personsök-tjänsten folk.no har lagt upp har ökat i god takt sedan tjänsten testlanserades i slutet av 2006. Målet är att under 2007 etablera wap.folk.no som den mest använda nummerupplysningstjänsten på wap/mobilt internet i Norge. Aspiro kommer på sikt att lansera tjänsten även i Sverige och Finland.

### COMMUNITY

Inom tjänsteområdet Community har Aspiro idag en webb- och mobilbaserad community i Norge, Inpoc Home, ett norskt ungdomsmagasin, Inpoc Magazine och en svensk musik-community, Voolife.

Under 2006 ökade antalet läsare av Inpoc Magazine till 220 000 från 210 000 året innan och tidningen befäste därmed sin position som Norges mest lästa ungdomsmagasin. Under första kvartalet 2007 lanserades en egen upplaga av Inpoc Magazine för betalande prenumeranter och utgivningsfrekvensen utökades.

Antalet Inpoc medlemmar har ökat och antalet sidvisningar på www.inpoc.no har mer än fördubblades sedan lanseringen av community-konceptet Inpoc Home i september 2006.

I februari förvärvade Aspiro communityn Voolife, som befinner sig i en tidig utvecklingsfas och har en stark medlems-tillväxt. Aspiro gick in i bolaget i en tidig fas för att möjliggöra expansion tillsammans med grundarna. Voolife är ett socialt nätverk fokuserat på musik där användarna bland annat kan marknadsföra sig själva och sina intressen, möta nya vänner, kommunicera och lyssna på musik. Voolife tillhör den nya generationens communities, med större frihet och fokus på användargenererat innehåll. Voolife använder, och är en del av, den nya exploderande kulturen kring sociala nätverk och användargenererat innehåll. Voolife är en svensk community som anpassar innehållet och de personer man möter beroende på var användaren bor.

Under perioden organiserades Community i en egen enhet och en ny chef för området, Ole Jørgen Torvmark, rekryterades.

Aspiro har ambitionen att förvärva ytterligare bolag inom Community som har verksamhet i Norden, primärt utanför Norge.

### MOBIL MARKNADSFÖRING

Aspiro har en av marknadens ledande teknologier för att effektivt genomföra kampanjer med hjälp av mobiltelefonen. Under 2007 fick Aspiro återigen i uppdrag av Stabburet att ansvara för den mobila delen av deras nya reklamkampanj ”Full Pakke” för fryspizzan Grandiosa. Projektet är mer omfattande den här gången då Aspiro utvecklar mobilsiter, gör utskick till mottagare och levererar Grandiosa-innehåll till deltagarna.

Under perioden skrev Aspiro avtal med några stora annonsörer, bland andra EA, Diplom Is, Viking Footwear och Mercedes C-class avseende mobila marknadsföringskampanjer.

I slutet av perioden etablerade och lanserade Aspiro det första nordiska annonsnätverket för mobil reklam. Initialt innebär det att Aspiro ska sälja reklam på bland andra norska Aftenposten, Netcom, NRK och VG:s mobilportaler. Med sitt annonsvisningssystem erbjuder Aspiro annonsörer att köpa utrymme på ledande mobilportaler. Systemet gör det möjligt



att styra visningen av annonser (banners) efter olika parametrar som dag/tid, operatörsanknytning, mobiltelefonmodell och frekvens.

## PERSONAL OCH ORGANISATION

Vid periodens slut hade Aspiro 137 (134) heltidsanställda.

Den 1 mars tillträdde Gunnar Sellæg som VD för Aspiro. Gunnar Sellæg rekryterades till Aspiro i slutet av augusti förra året och utsågs i december till COO för att leda den operativa verksamheten. Innan han kom till Aspiro var Gunnar Sellæg VD för norska Aftenposten Multimedia. Som ledare för Aftenposten Multimedia ansvarade han för några av Norges mest intressanta och framgångsrika nätsatsningar såsom E24, Aftenposten.no, Golf.no och Forbruker.no.

Under perioden rekryterades Ole Jørgen Torvmark som chef för affärsområdet Community och han tillträder i juni 2007. Initialt innebär det att Ole Jørgen Torvmark kommer att ansvara för Aspiros norska community Inpoc Home, svenska musikcommunityn Voolife och Inpoc Magazine. Han kommer även att ansvara för framtida organiska communitysatsningar och förvärv inom detta område. Ole Jørgen Torvmark var senast VD och chefredaktör för Aller Edge Media, där han bland annat ansvarade för konceptutvecklingen av musik- och communitysatsningen Mox samt radio- och TV-kanalen Mox Live.

Information om alla medlemmar i Aspiros nya ledningsgrupp finns tillgängligt på bolagets hemsida, [www.aspiro.com](http://www.aspiro.com).

Under perioden rekryterade Aspiro bland annat HR-chef, landschef för Norge och landschef för Estland samt ett antal personer inom försäljning, teknik och mobil-TV.

## FÖRVÄRV

I februari förvärvade Aspiro 51 procent av andelarna i communityn Voolife (DemoRadio Nordic AB). Voolife är en svensk community i ett tidigt skede med stark medlemstillväxt. Förvärvet var starten för Aspiros community-satsning i Sverige. Tillskottet av kapital till Voolife ska användas för expansion och förvärvet väntas inte ha någon väsentlig påverkan på Aspiros resultat för 2007. Aspiro har option på att förvärva resterande aktier under 2009.

Under perioden genomförde Aspiro också ett mindre förvärv av det baltiska bolaget Yoyota (Terflex OÜ) som är verksam inom mobila innehållstjänster. Förvärvet väntas stärka Aspiros marknadsposition i Baltikum.

## INVESTERINGAR

Under första kvartalet har utgifter om cirka 2,9 MSEK (0,1 MSEK) aktiverats avseende nya tjänsteområden. Investeringar i materiella anläggningstillgångar uppgick till 1,0 MSEK (0,6 MSEK) för första kvartalet.

## LIKVIDITET OCH FINANSIERING

Koncernens likvida medel uppgick till 89,0 MSEK (61,3 MSEK) vid periodens utgång. Första kvartalets kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet uppgick till 8,2 MSEK (11,2 MSEK).

## MODERBOLAGET

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till 39,8 MSEK (33,0 MSEK), varav 36,2 MSEK (29,1 MSEK) avser koncernintern försäljning, under första kvartalet. Resultat före skatt under samma period uppgick till 9,2 MSEK (0,9 MSEK).

## AKTIEN OCH ÄGARE

Aspiro är ett smallcapbolag noterat på den Nordiska Börsen i Stockholm. Den 30 mars var börskursen 2,67 SEK och det totala börsvärdet uppgick till cirka 509 MSEK.

Vid periodens utgång var antalet utestående aktier i Aspiro 190 538 115. Vid fullt utnyttjande av utestående teckningsoptioner kan antalet aktier öka till 201 638 115. De största ägarna, ägargrupperat, och deras innehav per 30 mars framgår av tabellen nedan.

STÖRSTA ÄGARE PER 2007-03-30		
Ägare	Antal aktier	Innehav (%)
Schibsted-koncernen	81 772 222	42,92
Investra ASA	8 000 000	4,20
Orkla ASA	6 000 000	3,15
SEB Enskilda ASA	5 112 743	2,68
Swedbank Robur Fonder	3 993 500	2,10
Länsförsäkringar fonder	3 256 000	1,71
Antech Alliance Inc	3 200 000	1,68
EFG Investment Bank AB	3 106 176	1,63
DnB Nor Bank ASA	2 495 199	1,31
Banco fonder	2 230 000	1,17
Övriga ägare	71 372 275	37,45
<b>Totalt 2007-03-30</b>	<b>190 538 115</b>	<b>100,00</b>

## VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER PERIODENS UTGÅNG

Inga väsentliga händelser har inträffat efter rapportperiodens utgång.

## FRAMTIDSUTSIKTER

Aspiros strategi inom befintlig verksamhet är fokus på hög lönsamhet. Det betyder att Aspiro även fortsättningsvis kan välja att reducera omsättning, som inte är strategiskt viktigt, i olönsamma annonserings- och mediepartnerkanaler. Prenumerationstjänster, nummerupplysning via sms, de stora nordiska



operatörerna och de egna kanalerna kommer även fortsättningsvis att prioriteras inom den befintliga verksamheten.

Styrelsen gör bedömningen att bolaget kommer att upprätthålla sin starka marknadsposition inom den befintliga verksamheten. Till följd av utmaningarna i Finland och Danmark kommer dock lönsamheten att bli lägre än föregående år.

För att möjliggöra framtida stark tillväxt beslutade styrelsen under 2006 att satsa på områdena mobil-TV, musik, mobil marknadsföring, söktjänster och community. De kommande tre åren väntar sig Aspiro kraftig tillväxt inom dessa områden. Satsningen beräknas belasta 2007 års redovisade EBITDA med 15-25 MSEK. Styrelsen räknar med att satsningen kommer att generera vinst under verksamhetsåret 2009.

### ÅRSSTÄMMA 2007 OCH ÅRSREDOVISNING

Aspiros årsstämma 2007 kommer att äga rum tisdagen den 15 maj klockan 16.00 i Aspiros lokaler på Östermalmsgatan 87 D i Stockholm.

Den 12 april offentliggjorde Aspiros valberedning att de kommer att föreslå Aspiros årsstämma omval av ledamöterna Ulf Hubendick, Christian Ruth och Gunnar Strömblad. Valberedningen kommer också att föreslå att Peter Pay och Nils Petter Tetlie väljs till nya styrelseledamöter. Christian Ruth föreslås till ny ordförande. Styrelseledamöterna Erik Mitteregger och Johan Lenander har avböjt omval.

Årsredovisningen finns tillgänglig på bolagets huvudkontor och på bolagets hemsida, [www.aspiro.com](http://www.aspiro.com). Årsredovisningen kan beställas från Aspiro (se kontaktuppgifter till höger).

### KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Årsstämma 2007	15 maj 2007
Delårsrapport januari-juni	16 augusti 2007
Delårsrapport januari-september	1 november 2007
Bokslutskommuniké 2007	Februari 2008
Årsredovisning 2007	April 2008

### IR-KONTAKT

Aktuell information om Aspiro finns på [www.aspiro.com](http://www.aspiro.com). Det går bra att kontakta bolaget via e-post [investor.relations@aspiro.com](mailto:investor.relations@aspiro.com), telefon 040-630 03 00, fax 08-441 19 10 eller post Aspiro AB (publ), Investor Relations, Östermalmsgatan 87 D, SE-114 59 Stockholm.

MALMÖ DEN 10 MAJ 2007

GUNNAR SELLÆG, VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR  
ASPIRO AB (PUBL)  
ORG. NR. 556519-9998

### FRÅGOR BESVARAS AV:

Ann Charlotte Svensson, Informations- och IR-chef  
tel: (+46) 0709-91 80 10  
e-post: [anncharlotte.svensson@aspiro.com](mailto:anncharlotte.svensson@aspiro.com)

Gunnar Sellæg, VD  
tel: (+47) 901 81 528  
e-post: [gunnar.sellæg@aspiro.com](mailto:gunnar.sellæg@aspiro.com)

FINANSIELLT SAMMANDRAG	Q1 2007	Q4 2006	Q3 2006	Q2 2006	Q1 2006	Q4 2005	Q3 2005	Q2 2005	Q1 2005
Nettoomsättning, MSEK	97,1	106,5	108,5	113,5	119,3	124,7	111,3	101,4	70,5
EBITDA, MSEK	4,8	15,3	20,1	13,1	15,0	14,8	11,4	8,0	1,4
Rörelseresultat, MSEK	1,2	-23,6	16,9	10,0	11,9	12,0	9,3	4,6	-1,2
Resultat före skatt, MSEK	1,2	-22,8	20,1	10,6	11,1	13,6	9,0	3,7	-1,1
Resultat efter skatt, MSEK	1,9	12,6	20,0	8,2	8,7	8,6	5,4	4,5	-0,5
Soliditet, %	83	82	81	79	79	77	78	80	76
Räntabilitet på eget kapital, %	0,4	2,6	4,2	1,8	2,0	2,0	1,3	1,1	neg.
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,01	0,07	0,10	0,04	0,05	0,05	0,03	0,02	-0,00
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,01	0,07	0,10	0,04	0,05	0,05	0,03	0,02	-0,00
Genomsnittligt antal utestående aktier, tusental	190 538	190 538	190 538	189 549	189 538	189 248	186 572	186 572	117 585
Genomsnittligt antal utestående aktier och potentiella aktier, tusental	201 638	201 638	201 592	199 547	199 556	199 266	196 590	190 755	118 603

# Koncernens resultaträkning

	JAN-MAR	JAN-MAR	JAN-DEC
KSEK	2007	2006	2006
Nettoomsättning	97 132	119 345	447 808
Övriga rörelseintäkter	1 251	713	1 929
<b>Summa</b>	<b>98 383</b>	<b>120 058</b>	<b>449 737</b>
Aktiverat arbete för egen räkning	2 938	96	4 034
Tjänster och handelsvaror	-19 778	-22 603	-86 605
Övriga externa kostnader	-46 791	-56 059	-201 106
Personalkostnader	-29 208	-25 303	-98 617
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-690	-634	-2 486
Avskrivningar och nedskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-2 990	-2 519	-45 864
Övriga rörelsekostnader	-707	-1 161	-3 924
<b>Summa</b>	<b>-97 226</b>	<b>-108 183</b>	<b>-434 568</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>1 157</b>	<b>11 875</b>	<b>15 169</b>
Finansnetto	34	-815	3 900
<b>Resultat före skatt</b>	<b>1 191</b>	<b>11 060</b>	<b>19 069</b>
Skatt	722	-2 375	30 476
<b>Periodens resultat*</b>	<b>1 913</b>	<b>8 685</b>	<b>49 545</b>
*Hänförligt till moderföretagets aktieägare	2 193	8 685	49 545
Hänförligt till minoritetsintresse	-280	-	-
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	0,01	0,05	0,26
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	0,01	0,05	0,26
Genomsnittligt antal aktier före utspädning (tusental)	190 538	189 538	190 041
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning (tusental)	190 538	190 948	190 041

# Koncernens balansräkning

KSEK	31/3 2007	31/3 2006	31/12 2006
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Goodwill	345 185	356 070	340 234
Andra immateriella tillgångar	54 764	52 377	53 863
Inventarier	5 443	4 513	4 879
Andra aktier	1 510	51	19
Uppskjuten skattefordran	36 530	2 604	36 497
Andra långfristiga fordringar	178	450	172
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>443 610</b>	<b>416 065</b>	<b>435 664</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Kundfordringar	46 801	62 952	66 737
Övriga fordringar	9 611	4 740	6 440
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	11 914	24 761	9 718
Likvida medel	88 985	61 304	79 417
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>157 311</b>	<b>153 757</b>	<b>162 312</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>600 921</b>	<b>569 822</b>	<b>597 976</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare			
Aktiekapital	335 347	333 587	335 347
Övrigt tillskjutet kapital	233 715	232 380	233 715
Reserver	3 491	5 429	-559
Balanserat resultat	-79 438	-130 904	-129 488
Periodens resultat	2 193	8 685	49 545
<b>Summa</b>	<b>495 308</b>	<b>449 177</b>	<b>488 560</b>
Minoritetsintresse	1 752	-	-
<b>Summa eget kapital</b>	<b>497 060</b>	<b>449 177</b>	<b>488 560</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Övriga skulder	218	1	-
Uppskjuten skatteskuld	12 443	13 775	13 162
Övriga avsättningar	-	164	-
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>12 661</b>	<b>13 940</b>	<b>13 162</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder	25 420	35 419	25 707
Aktuella skatteskulder	4 302	11 145	6 401
Övriga skulder	18 496	16 240	15 432
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	38 363	41 770	42 291
Övriga avsättningar	4 619	2 131	6 423
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>91 200</b>	<b>106 705</b>	<b>96 254</b>
<b>Summa skulder</b>	<b>103 861</b>	<b>120 645</b>	<b>109 416</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>600 921</b>	<b>569 822</b>	<b>597 976</b>



# Koncernens kassaflödesanalys

	JAN-MAR	JAN-MAR	JAN-DEC
KSEK	2007	2006	2006
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Periodens resultat	1 913	8 685	49 545
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	6 298	2 529	8 792
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>8 211</b>	<b>11 214</b>	<b>58 337</b>
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	11 109	-6 139	-9 984
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>19 320</b>	<b>5 075</b>	<b>48 353</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Förvärv/avyttring av dotterföretag	-6 712	-32 296	-51 530
Förändring av immateriella anläggningstillgångar	-3 337	-96	-4 034
Förändring av materiella anläggningstillgångar	-1 034	-628	-2 973
Förändring av finansiella anläggningstillgångar	-	-57	202
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-11 083</b>	<b>-33 077</b>	<b>-58 335</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Nyemission/optionsförsäljning	-	-	3 095
Förändring av finansiella skulder	-	-	0
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3 095</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>8 237</b>	<b>-28 002</b>	<b>-6 887</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>79 417</b>	<b>89 407</b>	<b>89 407</b>
Kursdifferens i likvida medel	1 331	-101	-3 103
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>88 985</b>	<b>61 304</b>	<b>79 417</b>

## Fördelning per kvartal

KSEK	Q1 2007	Q4 2006	Q3 2006	Q2 2006	Q1 2006	Q4 2005	Q3 2005	Q2 2005	Q1 2005
Nettoomsättning	97 132	106 529	108 480	113 454	119 345	124 690	111 265	101 376	70 533
Övriga rörelseintäkter	1 251	330	342	544	713	924	596	673	739
<b>Summa</b>	<b>98 383</b>	<b>106 859</b>	<b>108 822</b>	<b>113 998</b>	<b>120 058</b>	<b>125 614</b>	<b>111 861</b>	<b>102 049</b>	<b>71 272</b>
Aktiverat arbete för egen räkning	2 938	2 521	1 389	28	96	-	-	-	-
Tjänster och handelsvaror	-19 778	-22 644	-18 967	-22 391	-22 603	-26 533	-22 745	-17 306	-10 661
Övriga externa kostnader	-46 791	-44 460	-47 838	-52 749	-56 059	-59 266	-56 453	-56 070	-41 952
Personalkostnader	-29 208	-26 080	-22 219	-25 015	-25 303	-24 408	-20 744	-20 367	-16 737
Avskrivningar/nedskrivningar:									
materiella anläggningstillgångar	-690	-539	-692	-621	-634	-582	-579	-559	-328
immateriella anläggningstillgångar	-2 990	-38 348	-2 528	-2 469	-2 519	-2 145	-1 477	-2 894	-2 242
Övriga rörelsekostnader	-707	-895	-1 100	-768	-1 161	-633	-558	-271	-521
<b>Summa</b>	<b>-97 226</b>	<b>-130 445</b>	<b>-91 955</b>	<b>-103 985</b>	<b>-108 183</b>	<b>-113 567</b>	<b>-102 556</b>	<b>-97 467</b>	<b>-72 441</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>1 157</b>	<b>-23 586</b>	<b>16 867</b>	<b>10 013</b>	<b>11 875</b>	<b>12 047</b>	<b>9 305</b>	<b>4 582</b>	<b>-1 169</b>
Finansnetto	34	813	3 268	634	-815	1 558	-287	-861	87
<b>Resultat före skatt</b>	<b>1 191</b>	<b>-22 773</b>	<b>20 135</b>	<b>10 647</b>	<b>11 060</b>	<b>13 605</b>	<b>9 018</b>	<b>3 721</b>	<b>-1 082</b>
Skatt	722	35 420	-131	-2 438	-2 375	-4 973	-3 627	779	608
<b>Periodens resultat</b>	<b>1 913</b>	<b>12 647</b>	<b>20 004</b>	<b>8 209</b>	<b>8 685</b>	<b>8 632</b>	<b>5 391</b>	<b>4 500</b>	<b>-474</b>

## Förändring i eget kapital 1/1 - 31/3 2007

KSEK	HÄNFÖRLIGT TILL MODERFÖRETAGETS AKTIEÄGARE					MINORITETS- INTRESSE	TOTALT
	AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	RESERVER	BALANSERAT RESULTAT	PERIODENS RESULTAT		
Eget kapital 31 december 2006	335 347	233 715	-559	-129 488	49 545	-	488 560
<b>Ingående eget kapital 1 januari 2007</b>	<b>335 347</b>	<b>233 715</b>	<b>-559</b>	<b>-129 488</b>	<b>49 545</b>	<b>-</b>	<b>488 560</b>
Överföring av föregående års resultat	-	-	-	49 545	-49 545	-	-
Effekt av personaloptionsprogram	-	-	-	505	-	-	505
Minoritetsintresse	-	-	-	-	-	2 032	2 032
Förändring av omräkningsreserv	-	-	4 050	-	-	-	4 050
<b>Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4 050</b>	<b>50 050</b>	<b>-49 545</b>	<b>2 032</b>	<b>6 587</b>
Periodens resultat	-	-	-	-	2 193	-280	1 913
<b>Utgående eget kapital 31 mars 2007</b>	<b>335 347</b>	<b>233 715</b>	<b>3 491</b>	<b>-79 438</b>	<b>2 193</b>	<b>1 752</b>	<b>497 060</b>

## Förändring i eget kapital 1/1 - 31/3 2006

KSEK	HÄNFÖRLIGT TILL MODERFÖRETAGETS AKTIEÄGARE					TOTALT
	AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	RESERVER	BALANSERAT RESULTAT	PERIODENS RESULTAT	
Eget kapital 31 december 2005	333 587	232 380	6 368	-149 360	18 049	441 024
<b>Ingående eget kapital 1 januari 2006</b>	<b>333 587</b>	<b>232 380</b>	<b>6 368</b>	<b>-149 360</b>	<b>18 049</b>	<b>441 024</b>
Överföring av föregående års resultat	-	-	-	18 049	-18 049	-
Effekt av personaloptionsprogram	-	-	-	407	-	407
Förändring av omräkningsreserv	-	-	-939	-	-	-939
<b>Summa förmögenhetsförändringar redovisade direkt mot eget kapital</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-939</b>	<b>18 456</b>	<b>-18 049</b>	<b>-532</b>
Periodens resultat	-	-	-	-	8 685	8 685
<b>Utgående eget kapital 31 mars 2006</b>	<b>333 587</b>	<b>232 380</b>	<b>5 429</b>	<b>-130 904</b>	<b>8 685</b>	<b>449 177</b>



## KOMMENTARER TILL REDOVISNINGEN

---

Denna kvartalsrapport har för koncernen upprättats i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och RR 31 Delårsrapportering för koncerner. De redovisningsprinciper som tillämpas överensstämmer med de redovisningsprinciper som användes vid upprättandet av den senaste årsredovisningen.

Förvärvet av Teraflex OÜ ("Yoyota") genomfördes under perioden. Köpeskillingen uppgick till 1,5 MSEK kontant. Yoyota ingår dock inte i periodens räkenskaper. Förvärvets påverkan på koncernens resultat bedöms till -0,25 MSEK, vilket har belastat resultatet för första kvartalet. Beloppet ingår i övriga rörelsekostnader. Andelarna i Yoyota ingår i posten andra aktier i koncernens balansräkning.

Förvärvet av DemoRadio Nordic AB ("Voolife") slutfördes i början av februari och Voolife ingår i räkenskaperna från och med den 1 februari 2007. Anskaffningspriset för 51 procent av andelarna i Voolife har preliminärt beräknats till 4,8 MSEK. En preliminär fördelning av anskaffningspriset har medfört att inga immateriella tillgångar har kunnat identifieras och redovisas separat från goodwill. Goodwill, hänförlig till förvärvet av Voolife ingår i koncernen med 5 MSEK. I koncernens resultat för första kvartalet ingår en förlust hänförlig till Voolife om 0,5 MSEK.

Utestående teckningsoptioner leder inte till någon utspädning under första kvartalet. Beräkningen är genomförd utifrån en genomsnittlig aktiekurs på 3,02 SEK per aktie.

Denna kvartalsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

## KORT OM ASPIRO

Aspiro skapar och tillhandahåller mobila underhållnings-, informations- och community-tjänster till konsumenter och är marknadsledare i Norden. Med Aspiros tjänster kan användarna titta på TV, lyssna på musik, umgås på communities, spela spel med mera i mobilen eller på webben. Försäljningen sker genom partnerskap med mobiloperatörer och mediebolag samt via egna webb- och wappportaler och annonsering under varumärken som Inpoc, Cellus, Mobilehits och Boomi. Aspiro grundades 1998 och är ett smallcapbolag noterat på den Nordiska Börsen i Stockholm. 2006 omsatte Aspiro 448 MSEK och har cirka 140 medarbetare. Huvudkontoret ligger i Sverige och marknadskontor finns i Norge, Sverige, Finland, Danmark, Estland, Lettland och Litauen.

The logo for Aspiro, featuring the word "aspiro" in a bold, italicized, blue sans-serif font.

Aspiro AB  
Investor Relations  
Östermalmsgatan 87 D, 114 59 Stockholm  
Tel: 040-630 03 00, Fax: 08-441 19 10  
[www.aspiro.com](http://www.aspiro.com), [investor.relations@aspiro.com](mailto:investor.relations@aspiro.com)