

Fair value & Kalqyl

Presenterar

NGM COMPANY INSIGHTS

Tema - **Stärkta vinstutsikter**

 GARPCO

 InfraCom
COMMUNICATIONS

 LOHILO

 mediaacle

 obducat

Seamless
Distribution Systems



VD Markus Strand:
**“Med större fokus och förbättrad
marknad är vi redo för lönsam
tillväxt”**

Presenteras av



Kalqyl



OM BOLAGET

Garpco är en industrikoncern som äger och utvecklar mindre och medelstora bolag med tydliga nischer. Våra bolag säljer produkter och lösningar till kunder som ställer höga krav på kvalitet, funktion och leveranssäkerhet. Det handlar ofta om applikationer där tillförlitlighet över tid är viktigare än att vara billigast.

Varje dotterbolag drivs självständigt med starkt fokus på kundrelationer och effektivitet. Koncernens roll är att skapa stabila förutsättningar genom tydlig styrning, finansiell disciplin och långsiktigt ägande. Under det senaste året har vi renodlat verksamheten och lagt mer kraft på våra kärnbolag, vilket har gjort koncernen enklare och mer fokuserad.

Vi verkar även i marknader som har varit utmanande, men där vi nu ser en gradvis förbättring. Med nischade erbjudanden, lång kundhistorik och en tydligare struktur står vi bättre rustade än tidigare. Garpco är en stabil ägare för våra bolag och ett långsiktigt investeringscase för aktieägare.

FAKTA

VD	Markus Strand
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	GARPCO
Aktiekurs (SEK)	254,0
Antal aktier (miljoner)	1,1
Börsvärde (MSEK)	266,8
Nettoskuld (MSEK)	72,3
Enterprise Value (MSEK)	339,1
Insynsägande	62,9 %
Nästa rapport	2026-02-23

STÖRSTA ÄGARE

Tibia Konsult AB	34,3 %
Investment AB Spiltan	15,6 %
Markus Åke Erik Strand	11,8 %
Investment AB Transocean	11,8 %
Ingrid Salén	2,4 %
Linda Garpheden	2,2 %
Malin Garpheden	2,2 %
Lars Lönnquist	1,9 %
Christian Karlsson	0,8 %
Fredrik Danell	0,8 %

Tre anledningar till att investera

SVENSK TILLVERKNINGSINDUSTRI

Garpco har en bred spridning av bolag inom tre affärsområden med tydligt fokus på svensk tillverkningsindustri. Våra enheter är till stor del verksamma på landsbygden och drivs av engagerade och erfarna medarbetare. Genom ett långsiktigt ägande, utan kortsiktig exitstrategi, kan vi utveckla och förädla välfungerande bolag över tid.

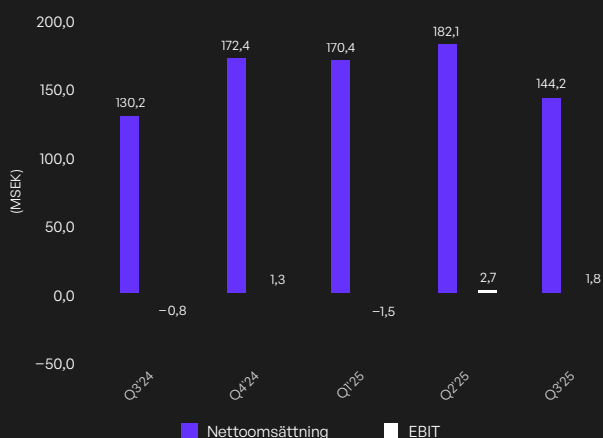
BÄTTRE UTVECKLING I AFFÄREN

Orderingången har förbättrats i stora delar av koncernen och flera bolag går in i perioden med ett bättre utgångsläge än tidigare. Det ger en stabilare affär och bättre förutsättningar för förbättrad lönsamhet i takt med att efterfrågan utvecklas.

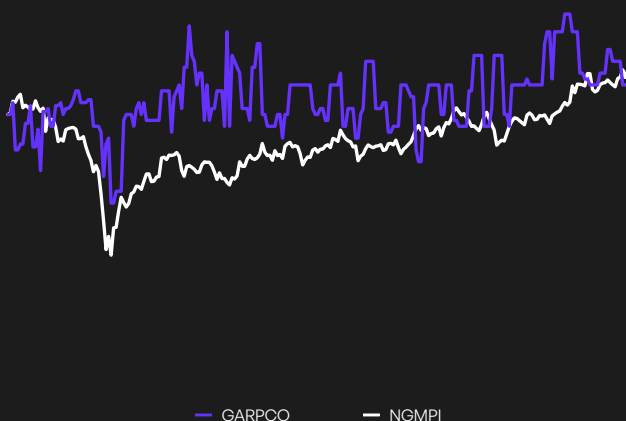
LÅNGSIKTIGT & ANSVARSFULLT ÄGANDE

Vi växer steg för steg med fokus på en sund balansräkning och långsiktigt värdeskapande. Förvärv genomförs selektivt och endast när de passar in strategiskt i våra befintliga affärsområden. Detta kompletteras med interna satsningar kopplade till utvalda kundprojekt.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Ni har nyligen gjort en omställning där ni har ökat fokus på era kärnverksamheter. Kan du berätta mer om denna omställning?

Våra tre affärsområden har haft olika utmaningar, men omstruktureringsarbetet har omfattat samtliga bolag i koncernen. För produktgrupper med svag lönsamhet har produktion avvecklats, avyttrats eller lagts ut externt. Det har gjort det möjligt för våra enheter att fokusera på produkter där vi ser långsiktig lönsamhet och tydlig tillväxtpotential. De största utmaningarna har funnits inom affärsområdet Interiör och Design, där omställningen varit mest omfattande.

2. När förväntar ni er att omställningsarbetet ska materialiseras fullt ut rent finansiellt?

Vi ser redan förbättringar, men arbetet ger effekt över tid. Vår bedömning är att effekterna av omställningen successivt blir tydligare under nuvarande verksamhetsår.

3. Orderingången har förbättrats i hela koncernen. Vilka kundsegment har visat mest styrka och vad är anledningarna bakom?

Det affärsområde som varit starkast under det senaste året är polymera material. Tillväxt har märkts inom flera kundsegment, bland annat försvar, gruv- och energisektorn. Inom Interiör och Design har vi sett en stabilisering efter flera år av lågkonjunktur. För Industriverktyg har tillväxten främst kommit från sågverksindustrin, både i Sverige och på exportmarknader.

4. Ni nämner förbättrade marknadsförhållanden och ökad marknadsandel i flera enheter. Vad tyder på att marknaden har vänt uppåt?

Utvecklingen skiljer sig mellan affärsområdena. I affärsområde Polymera material är vi marknadsledande i Skandinavien inom formgjutning av kundspecifika produkter i polyuretan, ett slittåligt material som fortsätter att ta marknadsandelar från andra materiallösningar. Inom Industriverktyg har vi under 2025 vunnit flera större sågverk, vilket har bidragit till att hålla volymerna uppe. För dessa affärsområden är det därför svårt att isolera ett tydligt konjunkturuppsving, eftersom tillväxten i stor utsträckning drivs av ökade marknadsandelar.

Inom Interiör och Design har däremot antalet förfrågningar ökat tydligt under 2025, från en mycket låg nivå i början av året. Det ser vi som ett tidigt tecken på en gradvis förstärkning av marknadsläget.

5. Hur ser ni på förvärvsmarknaden och nya förvärv kommande period?

Garpco har som mål att förvärva ett till två bolag per år, vilket även är vår ambition inför 2026. Det är en tillväxttakt som fungerar väl för vår organisation och affärsmodell. Under början av året tog vi en ägarposition i ett bolag med inriktning mot polyuretanbeläggningar för gruvindustrin, som ett första steg i en satsning inom ett område där vi ser tydlig långsiktig potential.



Markus Strand
VD, Garpco

[Läs mer om Garpco](#)

6. Många av era dotterbolag verkar gå in i 2026 med stark orderingång. Hur ser ni på potentialen för fortsatt tillväxt nästa år?

Eftersom Garpco har stort fokus på svensk tillverkningsindustri möter vi fortsatt relativt korta planeringshorisonter, påverkade av en orolig omvärld. Samtidigt gör vår bredd att vi står bättre rustade än många andra aktörer. Den positiva utveckling som började visa sig under 2025 ger stöd för en mer stabil utveckling framåt, även om marknadsförutsättningarna fortsatt varierar. Vi går dessutom in i 2026 med en rekordstor projektportfölj som våra dotterbolag systematiskt bearbetar, vilket ger goda förutsättningar för fortsatt tillväxt.



Markus Strand
VD, Garpco

7. Vilka segment eller produktområden ser ni störst tillväxtmöjligheter inom de kommande åren?

Vi ser tillväxtmöjligheter inom samtliga affärsområden, även om polymera material haft den starkaste positionen det senaste året. Om jag ska lyfta ett område per affärsben blir det försvarsindustrin inom Polymera material, sågverksmarknaden i Storbritannien och Irland för Industriverktyg samt den nya produktgruppen skrivtavlor inom Interiör och Design.

[Läs mer om Garpco](#)



VD Bo Kjellberg:
**“Etablerat abonnemangstjänstebolag
med tydligt fokus på lönsamhet”**

Presenteras av





InfraCom
COMMUNICATIONS

| Etablerat abonnemangstjänstebolag med tydligt fokus på lönsamhet

OM BOLAGET

Infracom är en helhetsleverantör av moln- och kommunikationslösningar med fokus på företag och offentliga verksamheter som ställer höga krav på tillgänglighet, säkerhet och driftsäkerhet. Bolaget erbjuder en helhet inom molntjänster, telefoni, nätverk och IT-drift – där vi tar ett helhetsansvar för kundens digitala infrastruktur.

Marknaden bolaget adresserar präglas av ökande komplexitet. Företag och organisationer behöver idag kunna arbeta platsoberoende, säkert och effektivt, samtidigt som kraven på regelefterlevnad, redundans och cybersäkerhet ökar. Många kunder upplever att de saknar en sammanhållen partner som både förstår verksamheten och kan leverera stabila, skalbara lösningar över tid.

Infracoms styrka ligger i kombinationen av teknisk spetskompetens, lokal närvaro och långsiktiga kundrelationer.

FAKTA

VD	Bo Kjellberg
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	INFRA
Aktiekurs (SEK)	27,0
Antal aktier (miljoner)	34,7
Börsvärde (MSEK)	937,6
Nettoskuld (MSEK)	187,0
Enterprise Value (MSEK)	1 124,6
Insynsägande	58,3 %
Nästa rapport	2026-02-20

STÖRSTA ÄGARE

Bo Kjellberg	52,6 %
Oskar Säfström	5,2 %
Alcur Fonder	4,7 %
Avanza Pension	4,7 %
FE Fonder	2,4 %
Nordnet Pensionsförsäkring	2,4 %
Ola Knutsson	2,3 %
Magnus Daneli	1,7 %
Cliens Fonder	1,7 %
Leeward Capital Holding AB	1,6 %

Tre anledningar till att investera

STABILA KASSAFLÖDEN

Infracom verkar inom affärskritisk IT och kommunikation, vilket skapar långsiktiga kundrelationer och en hög andel återkommande intäkter. Det ger förutsägbara kassaflöden och låg volatilitet, även i mer osäkra marknadslägen.

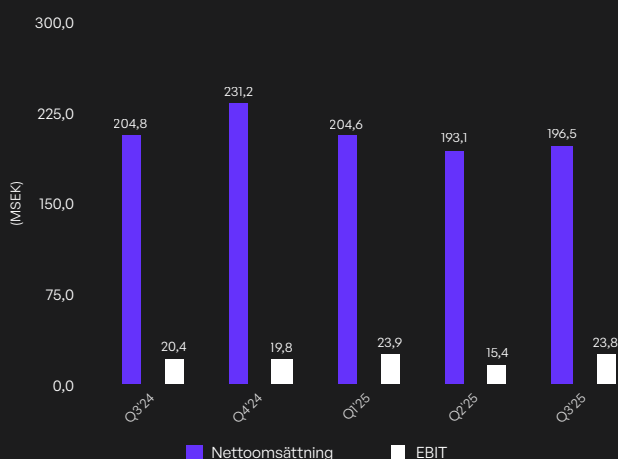
SKALBAR TILLVÄXTMODELL

Bolaget kombinerar organisk tillväxt med selektiva förvärv av välskötta bolag, vilket skapar möjligheter att snabbt bredda erbjudandet, stärka marknadspositionen och realisera synergier över tid.

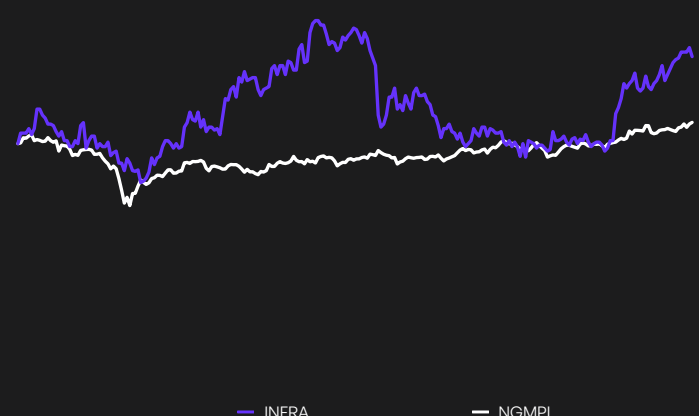
TYDLIGT VÄRDESKAPANDE

Med fokus på egenproducerade tjänster och marginalförbättringar, effektiviseringar och kapitaldisciplin skapar Infracom värde både genom resultattillväxt och starkt kassaflöde vilket skapar utdelningar och fortsatt strategisk expansion

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Infracom har etablerat sig som en stabil aktör inom moln och kommunikationslösningar. Vad är nästa steg för att lyfta tillväxten till nästa nivå?

Nästa steg handlar om att accelerera den organiska tillväxten parallellt med fortsatt selektiva förvärv. Vi fokuserar på att korsförsälja fler tjänster till befintliga kunder, stärka vårt erbjudande inom moln och säkerhet samt vinna större affärer inom offentlig sektor. Samtidigt fortsätter vi att effektivisera koncernen för att bli mer framåtlutade mot tillväxt.

2. Ni genomförde 2023 ett transformativt förvärv av Connect. Kan du ge oss en statusuppdatering på bolaget och var ni befinner er nu?

Integreringen av Connect inom InfraComgruppen fortskrider. Det tar tid att anpassa kulturella skillnader och hitta ett gemensamt framåtlutat fokus. En viktig fråga är även effektivisering samt att stärka lönsamheten. Vi har verkligen kommit en bra bit på vägen, men arbetet är inte klart.

3. Er tillväxt har historiskt främst kommit från förvärv. Hur ser ni på förvärvsmarknaden för tillfället och vilken typ av förvärv letar ni efter?

Förvärvsmarknaden är fortsatt aktiv. Vi letar efter bolag med stabil lönsamhet, tydlig kundbas som passar vår organisation.

4. Ni förlängde nyligen ramavtalet med Höglandsförbundet värt upp till cirka 390 MSEK över en fyraårsperiod. Hur ser ni på möjligheten att ta fler av den här typen av affärer?

Avtalet bekräftar vår förmåga att leverera i större och komplexa upphandlingar. Offentlig sektor är ett prioriterat segment eftersom volymen passar "större" bolag, och vi ser goda möjligheter att vinna fler ramavtal där långsiktighet, kvalitet och driftsäkerhet är avgörande faktorer.

5. Hur ser ni på lönsamheten framåt i relation till de finansiella målen?

Vi har ett tydligt fokus på att successivt förbättra marginalerna genom egenproducerade tjänster, skalfördelar, effektiviseringar, automation och ett mer standardiserat erbjudande. Vår ambition är att kombinera tillväxt med förbättrad lönsamhet för att möta våra finansiella mål.

6. Vad blir de långsiktiga värdedrivarna för Infracom under de kommande tre åren?

Vi bygger sten för sten. De viktigaste värdedrivarna är att få ut vårt helhetserbjudande till befintliga och nya företag, öka nyttan och kundnöjdheten, fokusera på andelen återkommande intäkter, förbättrade marginaler.

Sammantaget skapar detta ett tjänstedrivet bolag med starkt kassaflöde, stabil resultattillväxt och ett attraktivt långsiktigt investeringscase.



Bo Kjellberg
VD, Infracom

[Läs mer om Infracom](#)

LOHILO



VD Richard Hertvig:
**“Vi är innovativa och snabba ut på
våra marknader”**

Presenteras av





Vi är innovativa och snabba ut på våra marknader

OM BOLAGET

Lohilo Foods är ett svenskt livsmedelsbolag som utvecklar, marknadsför och säljer innovativa produkter inom segmentet för moderna och funktionella livsmedel. Bolaget har som mål att skapa en "next generation food experience" genom att kombinera hög kvalitet, stark smakprofil och tydlig innovation i produkter som möter dagens konsumenttrender. Fokus ligger på att erbjuda alternativ som upplevs som både njutbara och moderna, där konsumenter inte behöver kompromissa mellan smak, bekvämlighet och en mer medveten livsstil.

Genom en affärsmodell med snabba ledtider och effektiv produktutveckling kan Lohilo snabbt identifiera trender och lansera nya produkter som svarar mot förändrade konsumentpreferenser. Den nära dialogen med återförsäljare, distributörer och slutkunder är en central del i bolagets strategi och bidrar till att säkerställa relevans och efterfrågan i lanseringar.

Bolaget verkar i ett segment som präglas av hög innovationsgrad och stark konkurrens, där varumärke, differentiering och förmågan att snabbt skala upp framgångsrika produkter är avgörande. Genom sitt tydliga fokus på innovation, smak och varumärkesbyggande strävar Lohilo efter att stärka sin position och skapa långsiktig tillväxt på den nordiska livsmedelsmarknaden.

FAKTA

VD	Richard Hertvig
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	LOHILO
Aktiekurs (SEK)	1,5
Antal aktier (miljoner)	37,7
Börsvärde (MSEK)	55,2
Nettoskuld (MSEK)	15,0
Enterprise Value (MSEK)	70,2
Insynsägande	31,2 %
Nästa rapport	2026-02-27

STÖRSTA ÄGARE

Voxson Carl-L Eriksson AB	15,1 %
MF30 Holding AB	12,3 %
Santhe Dahl	9,6 %
Nordics Plus Group Oy	7,6 %
Nordnet Pensionsförsäkring	6,2 %
Avanza Pension	4,3 %
Sebbot Invest AB	4,3 %
Johan Baskin	3,7 %
Mika Antero Leppajarvi	2,3 %
Hans Jacobsson	2,1 %

Tre anledningar till att investera

STARK INNOVATIONSKRAFT

Bolaget arbetar kontinuerligt med att ta fram nya recept, smaker och produktformat, ofta i nära samarbete med olika leverantörer och partners. Exempelvis utvecklas nya produktrecept, justeringar av förpackningar och lanseringar på nya marknader i samråd med både interna team och internationella kunder. Målet är att följa trender och vara först på våra marknader med innovativa livsmedelsprodukter för att skapa så stort värde som möjligt snabbt och långsiktigt.

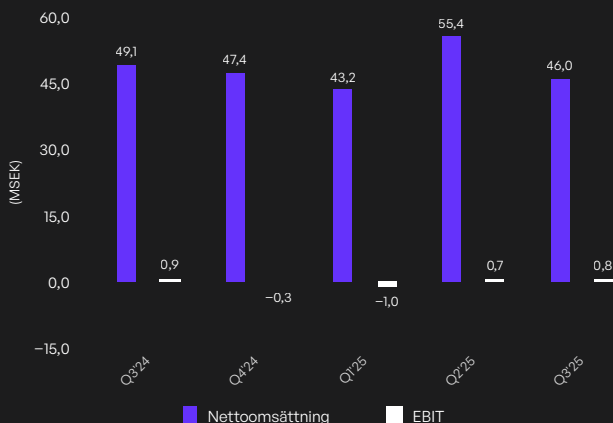
EFFEKTIVA SAMARBETEN MED SNABB GO TO MARKET

Snabb förmåga att anpassa produktion, logistik och leveranser efter kundernas behov. Med en snabb go to marketprocess så når vi våra marknader väldigt snabbt med nya innovativa produkter och lanseringar.

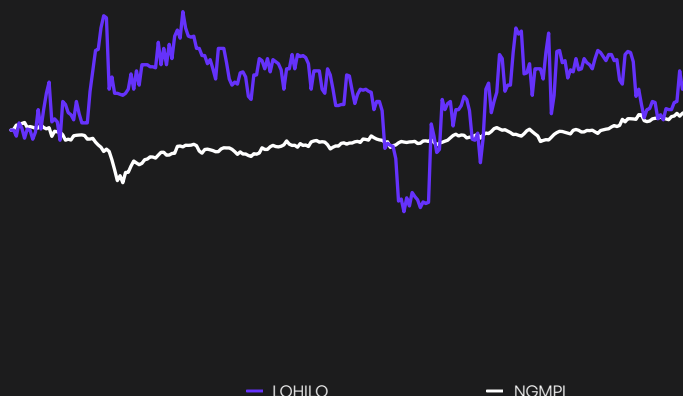
VÄXANDE INTERNATIONELL NÄRVARO

Stor potential genom etablerade samarbeten i bland annat Norden, Nederländerna och Kina. Med en stark innovativ produktportfölj med egna varumärken kommer vi etablera oss starkare i våra exportländer långsiktigt.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Vilka skulle ni säga är de viktigaste milstolparna eller förändringarna för Lohilo det senaste året?

Flera viktiga framsteg har gjorts, bland annat breddade listningar i dagligvaruhandeln, framgångsrika produktlanseringar och ett starkt internationellt samarbete genom nya projekt med både europeiska och asiatiska partners. Dessutom har vi förbättrat interna processer kring produktion och produktutveckling. Vi har fokuserat på lönsamhet och att se till att sälja rätt produktportfölj som driver lönsamhet och tillväxt långsiktigt.

2. Hur arbetar ni med innovation och produktutveckling för att möta förändrade konsumentbeteenden?

Vi arbetar nära våra leverantörer, utvecklar löpande nya recept och anpassar produkterna efter marknadens krav. Bolaget testar nya produktidéer, smaker och förpackningslösningar och följer upp med kunddialoger för att säkerställa att produkterna möter efterfrågan på marknaden. Vi har örat nära marknaden och följer de trender som kommer i framför allt sociala medier. Vi har ett team som jobbar heltid med produktutveckling och kvalitet tillsammans med säljteamet och VD.

3. Vad ligger bakom försäljningsnedgången under året, och vilka åtgärder vidtar ni för att vända trenden?

Vi har lagt fokus på lönsamhet och att ta bort olönsamma svansar. Organisationen är nu rustad för att skapa tillväxt på ett lönsamt sätt framåt.

4. Vilka nya kategorier eller marknader ser ni störst potential i för tillväxt de närmaste åren?

Expansionsmöjligheter ses särskilt inom nya produktinnovationer inom livsmedel på marknader där vi är etablerade. Intresset från internationella marknader, exempelvis Holland och Kina, visar att potentialen är betydande även utanför Norden.



Richard Hertvig
VD, Lohilo Foods

5. Trots lägre försäljning har ni förbättrat bruttomarginalen under året. Vilka faktorer har drivit den marginalförbättringen?

Fokus på att sälja lönsamma produkter i portföljen, förbättrad kostnadskontroll, stärkt svensk valuta och mer effektiva produktionsprocesser har bidragit till förbättrade marginaler.

6. Ni har som finansiellt mål att växa i snitt 10% per år och nå en EBITDA-marginal på minst 10% under 2025–2029. Vad krävs för att nå dit, och när ser ni att marginalmålet blir realistiskt?

För att nå målen krävs det att vi fortsätter med det vi är duktiga på; fortsatt innovationsarbete, fler kunder nationellt och internationella samarbeten, bättre kostnadskontroll och förbättrad inköps- och produktionsplanering.

Med effektivare processer, växande efterfrågan på hemmamarknaden och exporten bedöms marginalmålet vara realistiskt när produktion och logistik kan skalas upp.

7. Ni förväntar er att kunna nå tillväxtmålen från och med 2026. Vilka är de största värdedrivarna på kort sikt?

De största värdedrivarna inkluderar breddade listningar i dagligvaruhandeln, lansering av nya smaker och produktserier, samt starkt internationell närvaro. Dessutom bidrar bättre leveransprecision, snabbare beslut kring inköp- och produktionsfrågor och ett ökat fokus på exportaffärer till snabbare tillväxt.

[Läs mer om Lohilo](#)



VD Santosh Jain:
**“Fokuserade på att bygga skalbara
och regelefterlevande
teknikplattformar för tillväxt”**

Presenteras av



Kalqyl



OM BOLAGET

Mediacle Group är ett teknikdrivet företag som verkar inom iGaming, digital marknadsföring och SaaS. Bolaget utvecklar och driver plattformar som hjälper speloperatörer och partners att effektivt förvärva, hantera och monetisera användare inom sina målmarknader.

Erbjudandet kombinerar egenutvecklad mjukvara, datadriven analys och operativ expertis inom affiliatemarknadsföring, attribution och prestationsoptimering. I takt med att regleringen ökar och kundanskaffning blir mer komplex möter Mediacle det växande behovet av efterlevnad, transparens och skalbara tekniska lösningar.

Bolaget fokuserar på långsiktigt värdeskapande snarare än kortsiktiga taktiker och stöttar partners med system som är utformade för att anpassa sig till regelverksförändringar och förändrade marknadsdynamiker. När iGaming-branschen fortsätter att professionaliseras är Mediacle väl positionerat att dra nytta av skiftet mot färre men mer kapabla teknikpartners på mogna marknader.

FAKTA

VD	Santosh Jain
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	MEGR
Aktiekurs (SEK)	5,7
Antal aktier (miljoner)	12,6
Börsvärde (MSEK)	71,2
Nettoskuld (MSEK)	-104,0
Enterprise Value (MSEK)	-32,8
Insynsägande	89,2 %
Nästa rapport	2026-02-27

STÖRSTA ÄGARE

Santosh Jain	84,0 %
NanoCap Group	5,2 %
Thomas Jansson	2,4 %
Avanza Pension	1,5 %
Ola Knutsson	1,4 %
Nordnet Pensionsförsäkring	1,1 %
Richard Näsström	0,8 %
Lasse Jaakko Järvinen	0,6 %
Joakim Danielsson	0,6 %
Rune Löderup	0,3 %

Tre anledningar till att investera

TEKNIKDRIVEN PLATTFORM

Vår egenutvecklade teknik ligger till grund för affiliathantering, attribution och prestationsoptimering, vilket skapar skalbarhet, konkurrensfördelar och operativ hävstång på flera marknader.

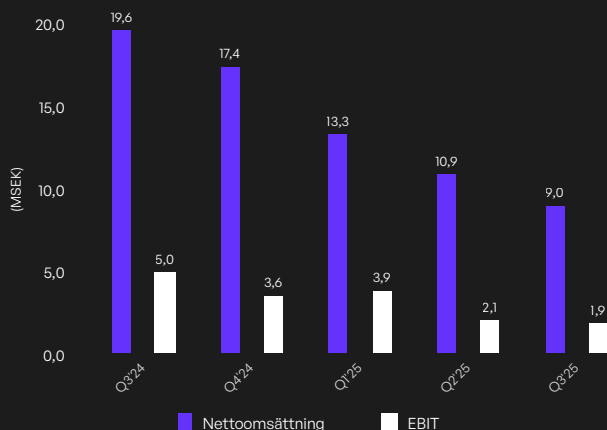
MARKNADSFOKUS

Vi arbetar med starkt fokus på regelafterlevnad och långsiktig hållbarhet. I takt med att regleringen ökar söker operatörer i allt större utsträckning partners med beprövad styrning, transparens och regulatorisk förståelse – områden där Mediacle är väl positionerat.

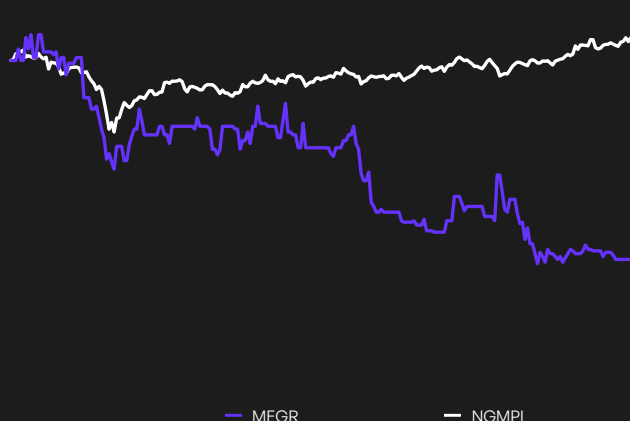
DIVERSIFIERAD INTÄKTSMODELL

Våra intäkter är fördelade över SaaS, licensiering, revenue share och långsiktiga partnerskap. Denna diversifiering minskar volatiliteten och stödjer en gradvis ökning av förutsägbara, återkommande intäktsströmmar över tid.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Hur differentierar ni er på en mycket konkurrensutsatt iGaming-marknad med ökande regulatoriska krav?

Vår differentiering bygger på kombinationen av teknik, regelefterlevnad och operativ erfarenhet. I stället för att konkurrera med volym eller kortsiktiga prestationstaktiker fokuserar vi på att bygga skalbara system som är utformade för reglerade miljöer. Det gör att vi snabbt kan anpassa oss till regelverksförändringar och samtidigt stötta partners med transparenta, datadrivna lösningar som prioriterar långsiktigt värdeskapande.

2. Hur har ni arbetat för att förbättra marginalerna under en period med lägre marknadstillväxt?

Vi har fokuserat på operativ disciplin, automatisering och att prioritera intäkter av högre kvalitet. Detta inkluderar optimering av marknadsföringskostnader, ökad användning av egenutvecklad teknik och en förskjutning mot mer förutsägbara, återkommande intäktsmodeller. Marginalförbättringen har drivits av effektivisering snarare än aggressiva kostnadsbesparingar.



Santosh Jain
VD, Mediacle

3. Vilka nya produkter eller tjänster förväntas driva en återhämtning under 2026?

Vårt fokus ligger på att expandera våra SaaS- och attributionsplattformar, tillsammans med AI-drivna verktyg som förbättrar förvärvseffektivitet och kundlivstidsvärde. Dessa produkter är utformade för att stödja partners på marknader där transparens, datanoggrannhet och regelefterlevnad blir allt viktigare.

4. Vad är er strategi för att växa effektivt på reglerade och mogna marknader?

Vi prioriterar selektiv expansion framför snabb tillväxt. Det innebär fokus på marknader där regelverket är tydligt, partners är välkapitaliserade och de långsiktiga ekonomiska förutsättningarna är attraktiva. Tillväxten drivs genom partnerskap, plattformsskalbarhet och disciplinerad kapitalallokering – inte marknadsandel till varje pris.

5. Hur planerar ni att använda er starka balansräkning för att skapa aktieägarvärde?

Vi har en konservativ och flexibel syn på kapitalallokering. Vår prioritet är att bibehålla finansiell motståndskraft samtidigt som vi selektivt investerar i teknik, produktutveckling och möjligheter som stärker vår plattform och långsiktiga intjäningsförmåga.

[Läs mer om Mediacle](#)

6. Vad är er strategi för att öka andelen återkommande licens- eller SaaS-intäkter?

Vi arbetar successivt med att flytta kunder från tjänstebaserade uppdrag till plattformsbaserade relationer. Detta inkluderar modulära SaaS-erbjudanden, långsiktiga licensavtal och inbäddade tekniska lösningar som blir integrerade i partnernas verksamhet, vilket ökar kundlojaliteten och intäktsförutsägbarheten över tid.

7. Vad ser ni som den största värdedrivaren för Mediacle Group de kommande åren?

Den största värdedrivaren är den fortsatta övergången mot teknikdrivna iGaming-ekosystem. När operatörer söker färre men mer kapabla partners positionerar Mediacles kombination av egna plattformar, marknadsförståelse och skalbara affärsmodeller bolaget för att fånga långsiktigt värde.



Santosh Jain
VD, Mediacle

[Läs mer om Mediacle](#)



VD Patrik Lundström:
**“Med vår bevisade teknik
kapitaliserar vi på några av
marknadens största trender”**

Presenteras av



Kalqyl





Med vår bevisade teknik kapitaliserar vi på några av
marknadens största trender

OM BOLAGET

Obducat är global marknadsledare inom Nanoimprint Lithography (NIL) och erbjuder en nischad och beprövad teknologi som kombinerar skalbar och kostnadseffektiv produktion med energieffektivitet för flera applikationsområden. Bolagets lösningar möjliggör högpresisionstillverkning av mikro- och nanostrukturer inom bland annat halvledare, optik och sensorer; områden som står inför betydande strukturell tillväxt, inte minst drivet av utvecklingen inom AI och försvarsindustrin.

Obducat är nu kapitaliserat för en effektiv operativ drift som ger bolaget förutsättningarna att leverera inneliggande orderstock och samtidigt stärka säljorganisationen med målet att redovisa ett operationellt positivt kassaflöde under 2026. Därtill siktar Obducat på en rullande tolv månaderstakt för både orderingång och omsättning överstigande 100 MSEK, med en årlig tillväxttakt (CAGR) om 15 procent mellan 2026 och 2028.

Inom tre år är Obducats ambition att leda NIL teknologins bredare industriella genomslag, och därmed fullt ut kapitalisera på sin marknadsledande position.

FAKTA

VD	Patrik Lundström
Lista	NGM
Ticker	OBDU
Aktiekurs (SEK)	0,1
Antal aktier (miljoner)	672,2
Börsvärde (MSEK)	40,3
Nettoskuld (MSEK)	15,9
Enterprise Value (MSEK)	56,2
Insynsägande	7,0 %
Nästa rapport	2026-02-20

STÖRSTA ÄGARE

Avanza Pension	8,6 %
Nowo Fund Management AB	7,5 %
Nordnet Pensionsförsäkring	6,2 %
Per-Olof Lodin	4,4 %
Mikael Mäkilä	3,3 %
Gunvald Berger	2,8 %
Lundström & Bergstrand	2,7 %
Mats Gunnar Andersson	2,0 %
Swedbank Försäkring	1,7 %
Patrik Lundström	1,7 %

Tre anledningar till att investera

BEVISAD NIL-TEKNOLOGI

Obducat är pionjär och världsledande inom sin nisch med över 200 installationer globalt. Tekniken kombinerar skalbar och kostnadseffektiv produktion med energieffektivitet för flera applikationsområden inom bland annat halvledare, optik och sensorer.

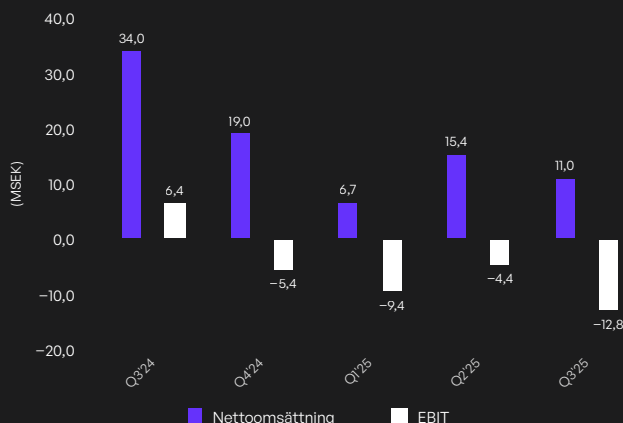
BETYDANDE STRUKTURELL TILLVÄXT

Bolagets lösningar möjliggör högpresisionstillverkning inom bland annat halvledare, optik och sensorer; områden som står inför betydande strukturell tillväxt, inte minst drivet av utvecklingen inom AI och försvarsindustrin.

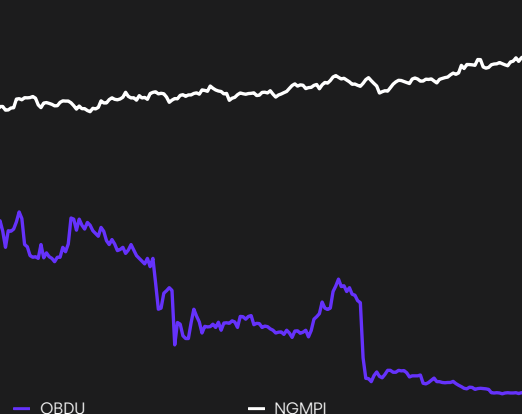
ETABLERAD FOUNDRY-VERKSAMHET

Genom bolagets etablerade foundry-verksamhet påskyndas industrialiseringen av NIL samtidigt som kundernas investeringsbeslut förenklas.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Kan du berätta mer om ert marknadserbjudande?

Obducats produktportfölj omfattar fyra olika litografiprodukter och tjänster:

1. Nanoimprintlitografisystem (NIL)
2. Resistprocess-system
3. Våtprocess-system
4. Foundry Services (Produktionsservice)

Kärnan i Obducats verksamhet är nanoimprintlitografin och bolaget levererar NIL-maskiner till kunder som önskar göra utveckling och produktion internt men erbjuder även kunder som önskar att köpa produktionsservice av Obducat istället för att investera i egen utrustning.

Obducats produkter avseende resist- och våtprocessning är kompletterande produkter till nanoimprintlitografin och avser processsteg före respektive efter nanoimprintlitografin.

2. Ni har precis tagit in nytt kapital och även fått beviljat omfattande investeringsstöd i Portugal. Hur påverkar det era investerings- och tillväxtplaner?

Det beviljade investeringsstödet till verksamheten i Portugal är ett kvitto på Obducats position i marknaden och skapar nya möjligheter att signifikant öka produktionskapaciteten inom ramen för bolagets foundry-verksamhet. Bolaget arbetar nu lokalt i Portugal med att säkerställa det ytterligare kapital som behövs för att möjliggöra genomförandet av expansionsprojektet. Den planerade expansionen skapar förutsättningarna för ytterligare tillväxt då bolaget också kommer att kunna adressera kundkategorier med större volymbehov.

3. Hur arbetar ni med att skala upp verksamheten och vilka faktorer blir viktigast för att lyckas?

Vi driver på NIL-teknologins bredare industrialisering vilket skapar förutsättningar för snabbare tillväxt. Ett viktigt steg i detta arbete är att utöka bolagets foundry-verksamhet för att påskynda kundernas adoption, och här blir projektet i Portugal en viktig katalysator. Därutöver breddar vi vår geografiska närvaro i Europa, Asien och Nordamerika genom strategiska partnerskap.

4. Vilka marknader prioriterar ni för internationell expansion under de kommande två åren?

Under de kommande två åren kommer vi i första hand att växa tillsammans med etablerade kunder för att validera, kvalificera och expandera NIL-processer globalt. Vidare kommer vi att kapitalisera på redan upparbetade försäljningskanaler i Europa, Asien och Nordamerika tillsammans med vår befintliga interna säljstyrka.

5. Hur arbetar ni för att stärka bolagets operativa effektivitet och lönsamhet?

Genom att exempelvis implementera smart standardisering kan vi öka skalbarheten samtidigt som vi bibehåller en hög grad av kundanpassning. Detta kortar ledtiderna för våra kunder samtidigt som det leder till marginalförbättring. I takt med att vi växer så ökar vi vårt fokus på eftermarknaden och därmed andelen återkommande intäkter.

6. Vad ser ni som den största värde drivaren för aktieägarna under kommande år?

Att Obducat nu kommer igång med att leverera på den ineliggande orderstocken och samtidigt etablerar en stark grund för tillväxt som ligger i linje med bolagets mål att nå en rullande tolv månaderstakt för både orderingång och omsättning som överstiger 100 MSEK.

7. Vilken position har ni på marknaden om vi blickar tre år framåt?

Vi är fortsatt ledande inom NIL och har industrialiserat tekniken i stor skala globalt, med ett starkt och växande erbjudande inom eftermarknadstjänster.



Patrik Lundström
VD, Obducat

[Läs mer om Obducats](#)

Seamless

Distribution Systems



VD Martin Schedin:

“Vår turnaround är slutförd – SDS är redo för skalbar och lönsam tillväxt 2026”

Presenteras av



Kalqyl



OM BOLAGET

Seamless Distribution Systems är en global leverantör av affärskritiska mjukvaruplattformar för digital försäljning och distribution inom telekom, med särskilt fokus på tillväxt- och tillväxtmarknader. Bolagets lösningar gör det möjligt för mobiloperatörer att digitalisera hela flödet av förbetalda tjänster såsom airtime och data – från operatör, via distributörer och återförsäljare, till slutkund.

I många av bolagets kärnmarknader är över 90 procent av alla mobilabonnemang förbetalda och distributionen sker via stora nätverk av små återförsäljare. Den traditionella, fysiska modellen är kapitalkrävande, ineffektiv och medför bristande kontroll och intäktsläckage. SDS adresserar detta genom att ersätta fysisk distribution med realtidsbaserade, digitala transaktioner som ger full transparens, bättre intäktsssäkring och ökad operativ effektivitet.

Bolagets plattform är djupt integrerad i kundernas kärnsystem och hanterar i genomsnitt omkring 80 procent av operatörernas intäkter, vilket skapar höga inträdesbarriärer och långsiktiga kundrelationer. Med över 50 marknader, mer än 700 miljoner slutkunder och årliga transaktioner motsvarande cirka 14 miljarder USD är SDS en etablerad och pålitlig partner till flera av världens ledande mobiloperatörer.

FAKTA

VD	Martin Schedin
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	SDS
Aktiekurs (SEK)	8,4
Antal aktier (miljoner)	21,5
Börsvärde (MSEK)	179,3
Nettoskuld (MSEK)	227,0
Enterprise Value (MSEK)	406,3
Insynsägande	11,8 %
Nästa rapport	2026-02-26

STÖRSTA ÄGARE

Avanza Pension	12,7 %
Jan Karlander	11,2 %
Swedbank Försäkring	9,2 %
Mats Andersson	6,2 %
Veronica Wallman	5,4 %
Roland Wallman	4,8 %
Tomas Klevbo	4,8 %
Martin Roos	4,1 %
ÖstVäst Capital Management	3,8 %
Eddy Cojulun	3,1 %

Tre anledningar till att investera

AFFÄRSKRITISK PLATTFORM

SDS mjukvara hanterar ca 80 % av operatörernas intäkter på bolagets marknader och är djupt integrerad i deras kärnsystem.

Detta skapar mycket höga byteskostnader, låg kundflykt (churn) och långa kundrelationer på över fem år, vilket ger en extremt stabil och affärsgrund.

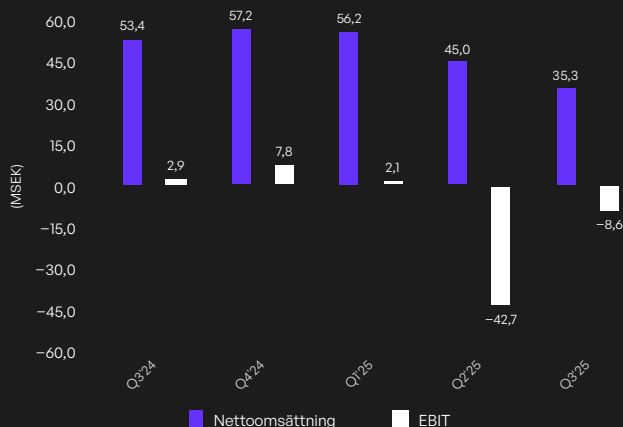
SKALBAR INTÄKTSMODELL

Bolaget kombinerar projektbaserade produkt- och installationsintäkter med återkommande intäkter från support, managed services och tilläggsmoduler. När en kund väl är live finns betydande potential till merförsäljning utan motsvarande kostnadsökning, vilket ger god operativ hävstång. Med en ny portfölj av AI-moduler skapar SDS mervärde hos befintliga Tier-1-operatörer utan behov av kostsam kundanskaffning. AI-stöd för säljprognoser och lageroptimering ökar operatörernas intäkter avsevärt, vilket driver bolagets skalbara tillväxt framåt.

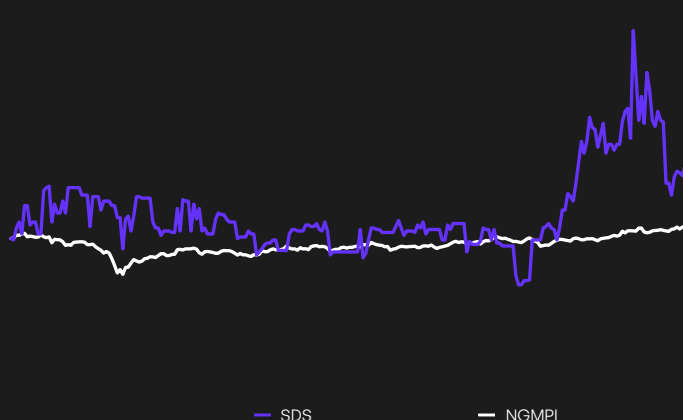
TURNAROUND GENOMFÖRD

Efter ett omfattande effektiviserings- och omstruktureringsprogram under 2025 står SDS med en lägre och mer flexibel kostnadsbas, ett förnyat erbjudande inklusive AI-drivna lösningar samt en tydligare kommersiell strategi – vilket sammantaget positionerar bolaget för uthållig lönsam tillväxt. Bolaget har framgångsrikt implementerat ett effektiviseringsprogram på 66 miljoner SEK. Detta innebär att SDS nu når break-even enbart på sina existerande återkommande intäkter, vilket dramatiskt sänker den finansiella risken och gör att varje ny produktaffär påverkar resultatet positivt.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



1. Ni har genomfört en omfattande omstrukturering. Vilka konkreta åtgärder har ni gjort och vilken effekt har ni fått på intäkter och marginaler?

Vi har genomfört genomgripande åtgärder inom operationell drift, produktutveckling, organisation och styrning för att skapa "det nya SDS 2.0". Den mest centrala åtgärden är ett kostnadseffektiviseringsprogram på 66 miljoner SEK som nu nått full effekt när vi kliver in i 2026. Vi har gått från stora, volatila engångsprojekt till en stabilare mix av projekt, vilket sänker risken. Effekten är en optimerad kostnadsbas där våra återkommande intäkter nu täcker bolagets driftskostnader. Detta lägger grunden för en betydande marginalexpansion under 2026, med en prognos på resultat före skatt från 45–55 MSEK.

2. Kan du berätta om er go-to-market modell och strategin för att öka intäkterna kommande år?

Vår nuvarande strategi fokuserar på att maximera värdet i vår befintliga kundbas av Tier-1-operatörer genom att sälja ytterligare moduler och tjänster. Vi använder en konsultativ säljmodell där vårt nya strategikontor tillsammans med säljarna hjälper våra kunder att identifiera intäktspotential via vår AI-mjukvara. Genom att addera funktioner som AI-baserade säljmål och lageroptimering kan vi öka våra intäkter utan att behöva vinna nya kunder, vilket är den mest lönsamma tillväxtvägen. Strategin framåt är att kombinera selektiv nykundsbearbetning med ökad merförsäljning i den befintliga kundbasen, vilket ger snabbare intäktsbidrag och lägre risk.



Martin Schedin
VD, Seamless Distribution

3. Kan du berätta mer om er orderingång och konverteringsgrad samt vad som driver utvecklingen?

Orderingången har visat starkt momentum med strategiska vinster den senaste tiden, inklusive en order på 11 miljoner SEK för Smart CapEx från en av världens största operatörer och en order på 8 miljoner SEK i Mellanöstern. Utvecklingen drivs av operatörernas behov av att optimera sina investeringar och motverka intäktsläckage. Vi har en rekordstor pipeline som vi jobbar intensivt för att konvertera redan i Q1 och Q2 för att leverera stark lönsamhet under 2026.

4. Hur prioriterar ni mellan tillväxt på nya marknader och fördjupning hos befintliga kunder?

Vår primära prioritet just nu är fördjupning hos befintliga kunder, då det innebär lägst risk och högst marginal. Vi har en enorm potential i att rulla ut vår AI-portfölj till de 50+ marknader där vi redan finns. När vår lönsamhet är uthålligt stabil kommer vi att expandera mot nya segment som bredbandsleverantörer och Enterprise-lösningar. Ytterligare tillväxtmöjligheter finns i nya geografiska marknader såsom Asien och Latinamerika.

[Läs mer om Seamless Distribution Systems](#)

5. Ni har varit starka inom Afrika. Hur ser ni på möjligheterna att växa i Europa, Mellanöstern och USA?

Möjligheterna är mycket goda att växa på existerande marknader, Mellanöstern och Afrika. Vi ser även starka framtida tillväxtmöjligheter i Asien och Latinamerika.

Marknadsanalyser visar en förväntad årlig tillväxt (CAGR) på 18–23 % inom våra segment i Mellanöstern, Afrika och Asien fram till 2030. Vi ser även en stark trend där operatörer i dessa regioner behöver modernisera sina administrativa system (BSS), där SDS har en nischad expertis Sales & Distribution. Europa och USA bedöms som långsiktiga möjligheter, framför allt inom nischade segment och hos operatörer med komplexa distributionsstrukturer, men är inte huvudfokus på kort sikt.

6. Vilka tekniska innovationer eller produktförbättringar väntas driva tillväxt under 2026 och framåt?

Tillväxten kommer att drivas av vår AI-drivna portfölj, särskilt verktyg för försäljningsprognoser och ”Smart CapEx” som hjälper operatörer att planera sina nätverksinvesteringar mer intelligent. Vi introducerar även generativ analys och AI-assistenter (Co-pilots) som gör det enklare för operatörer att fatta datadrivna beslut i realtid. Dessa innovationer förbättrar kundernas ROI avsevärt, vilket gör våra lösningar ännu mer oumbärliga.

7. Vad krävs för att ta bolaget från en stabiliseringsfas till uthållig tillväxt och lönsamhet?

Vi har redan passerat stabiliseringsfasen genom vår turnaround under 2025. För att nå uthållig tillväxt fokuserar vi på att i år konvertera vår historiskt starka pipeline – som tidigare snittat på cirka 70 miljoner SEK per år för nyförsäljning av produkter – till leveranser under 2026 på vår nu optimerade kostnadsplattform. Levererar vi på det målet, som innebär stark lönsamhet, vilket vi är full fokuserade på att göra, så är tillväxtpotentialen stor, inte bara inom existerande kundbas, utan inom andra vertikaler och nya geografiska marknader.



Martin Schedin
VD, Seamless Distribution

[Läs mer om Seamless Distribution Systems](#)

Disclaimer

Informationen ovan är framtagen av FairValue FV AB och ska inte ses som personlig rådgivning. Alla investeringar innebär risk – värdet kan både gå upp och ner och du kan förlora hela eller delar av ditt investerade kapital. Historisk avkastning är ingen garanti för framtida resultat.



NGM COMPANY INSIGHTS

Fair *value* & Kalqyl