

Gigger Group

Mangold Insight - Uppdragsanalys 2021-03-30

MANGOLD

Mindre jobbigt med jobb

Mangold inleder bevakning av Gigger Group ("Gigger") med rekommendationen Köp och en riktkurs på 4,50 kronor per aktie på tolv månaders sikt. Gigger är ett plattformsföretag som tillhandahåller en helhetstjänst inom anställningshantering för företag och egenanställda. Plattformen är en automatiserad digital blandning av bemannings-, rekryterings-, och egenanställningsföretag som hjälper såväl arbetsgivaren som tagaren. Plattformen har ett brett utbud av tjänster som kulminerar i en skalbar affärsmodell med återkommande intäkter. Intäkterna väntas öka i samband med att tjänsterna utvecklas. Gigger utökade sin plattformsportfölj genom förvärvet av influencerbolaget Collabs tidigare under 2021. Under 2020 ökade bolagets omsättning med 90 procent. . Mangold räknar med att den höga tillväxttakten fortsätter, drivet av strukturella marknadsförändringar, förvärv och expansion internationellt.

Expansion väntar

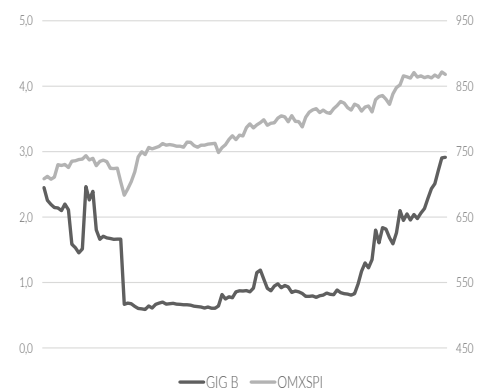
Efter en framgångsrik lansering i Sverige ska Gigger expandera till Storbritannien. Den globala arbetsmarknaden förändras snabbt och allt fler väljer att försörja sig genom att arbeta med korttidsuppdrag så kallade "gig". Den globala marknaden för den här typen av arbete växer fort och Giggers plattformstjänst är helt rätt i tiden. Bolaget har även stärkt kassan och lagt grunden för expansionsmöjligheter. Mangold bedömer att bolaget med en lyckosam expansion kan bli lönsamma 2022.

Uppsida i bolaget

Mangold har använt en DCF-modell för att värdera Gigger, vilket resulterar i en riktkurs om 4,50 kronor, en uppsida om drygt 50 procent mot dagens kurs. Detta grundas i bolagets skalbara intäktmodell samt en konkurrenskraftig tjänst på en snabbt växande marknad.

Information

Rek/Riktkurs (kr)	Köp 4,50
Risk	Hög
Kurs (kr)	2,95
Börsvärde (Mkr)	315
Antal aktier (Miljoner)	108
Free float	80%
Ticker	GIG B
Nästa rapport	2021-05-21
Hemsida	gigger.group
Analytiker	Caspar Hedman



Kursutveckling %

	1m	3m	12m
GIG B	115,9	272,1	-
OMXSPI	7,1	12,9	63,8

Nyckeltal

	2020	2021P	2022P	2023P	2024P
Försäljning (Mkr)	40,3	125,8	225,8	511,6	767,8
EBIT (Mkr)	-12,5	-8,6	3,3	36,1	87,6
Vinst före skatt (Mkr)	-12,6	-9,0	3,0	35,8	87,3
EPS (kr)	-0,09	-0,06	0,02	0,19	0,47
EV/Försäljning	16,1	5,2	2,9	1,3	0,8
EV/EBITDA	neg	neg	173,5	17,8	7,4
EV/EBIT	neg	neg	197,0	18,0	7,4
P/E	neg	neg	181,2	15,0	6,1

Ägarstruktur

	Antal Aktier	Kapital
Osix Sverige	15 079 472	18,17%
Olle Stenfors	9 078 000	10,94%
Properio Ventures	8 279 178	9,98%
Dynacap Partners	3 035 342	3,66%
Hallingström Group	2 975 190	3,58%
Aksonium Oy	2 760 000	3,33%
Tord Cederlund	2 197 300	2,65%
Henrik Sundewall	1 687 500	2,03%
Totalt	107 896 808	100%

Investment Case

Mindre jobbigt med jobb

Mangold inleder bevakning av Gigger med rekommendationen Köp och en riktkurs på 4,50 kr per aktie på 12 månaders sikt. Detta ger en uppsida om drygt 50 procent. Mangold bedömer att Gigger kommer att visa lönsamhet under 2022.

Riktkurs 4,50

Internationell trend i tidigt skede

Arbetsmarknaden upplever ett paradigmskifte i hur anställningsprocessen går till. Förändringen drivs av en yngre generation som hellre vill bli anlitade än anställda. Samtidigt inser fler företag att det är betydligt mer tid- och kostnadseffektivt att tillgodose sina kompetensbehov med korttidsanställningar istället för att anställa på traditionellt vis. HR-experter beskriver gig-trenden som långsiktig och bedömer att flertalet svenskar kommer erhålla sin främsta försörjning utifrån den, på några års sikt. Trenden är internationell och globala marknaden bedöms växa med i snitt 15 procent per år. Gigger är ledande inom svenska marknaden och har som mål att expandera internationellt. Lyckas bolaget med sin lansering i Storbritannien så lär expansionen ta fart.

Expansion utanför Sveriges gränser

Skalbar affärsmodell resulterar i vinst 2022

Problem kring personalhantering finns kvar även på den nya arbetsmarknaden. Manuell administration och lönehantering går långsamt och är kostsamt samtidigt som egenanställning för individer medför diverse komplikationer. Gigger har utvecklat en automatiserad plattform som erbjuder en helhetstjänst inom denna hantering. Plattformen medför fördelar för både arbetsgivaren och tagaren. Gigger tar ut en avgift på fakturerat belopp för utfört arbete. Avgiften utgör bolagets primära intäktström. Tjänsteutbudet är det mest omfattande på den svenska marknaden och erbjuds till ett konkurrenskraftigt pris. Gigger har återkommande intäkter och en skalbar affärsmodell. Genom att utveckla och öka sin kundstock så väntas bolaget kunna leverera ett positivt rörelseresultat år 2022.

Skalbarhet blir snart lönsamhet

Förvärvs ger synergieffekter

Bolaget tog i mars sitt första steg i förverkligandet av sin förvävsstrategi genom uppköpet av influencemarketingbolaget Collabs som har en plattform med 130 miljoner användare. Collabs agerar även de på en internationell marknad som växer fort. Förvärvet förväntas ge synergieffekter. Mangold ser förvärvet av Collabs som ett kvitto på ledningens förmåga att hitta bra bolag. Fortsatta förvärv väntas driva tillväxt framöver.

Fler plattformar inom gruppen

Gigger Group - Verksamhet

Bolaget i korthet

Gigger Group ("Gigger") bildades 2015 som ett entreprenörsdrivet bolag med Claes Persson som vd, han är även bolagets största ägare. Styrelseordförande i Gigger Group är Anders Bruzelius. Bolaget har sedan sommaren 2020 varit noterat på Spotlight Stock Market under namnet Gigger Group. Gigger erbjuder en digital plattform för hanteringen av korttids- och egenanställda, även kallade "giggers." Plattformen riktar sig till både företag och privatpersoner genom att erbjuda en helhetslösning för hela anställningen, för båda parter räkning, till en konkurrenskraftig avgift. I mars 2021 förvärvade gruppen influencermarketingbolaget Collabs och antalet anställda uppgår till 17 personer.

IT plattform för egenanställda

Ny arbetsmarknad kräver ny anställningsform

Giggers verksamhet och plattform riktar in sig på den så kallade gig-ekonomin som är en förhållandevis ny typ av arbetsmarknad. Gig-ekonomin är en arbetsmarknad där företag väljer att tillgodose sina anställningsbehov genom att anlita korttidsanställda. Tidigare så har företag valt att använda sig av en traditionell anställning för att fylla vakanser och på senare tid har de även använt sig av bemanningsföretag. Den svenska och globala arbetsmarknaden står dock inför en stor förändring. Det sker ett generationsskifte där arbetstagare blir allt mer villiga att anlitas på korta uppdrag samtidigt som företagen själva har detta som föredraget anställningsförhållande. Gigger erbjuder en helhetstjänst för denna nya typ av anställningsform. Plattformen ökar arbetstagares möjligheter att hitta lediga jobb och uppdrag i kombination med att den effektiviserar hanteringen av anställningen för arbetsgivaren.

Arbetsmarknaden förändras

Helhetstjänst för hela anställningsprocessen

Effektivare personalhantering

Plattformen riktar sig till företag och arbetsgivare. Utöver anlitan av personal kan företag använda sig av plattformen för att utannonsera tjänster, bygga personalpooler samt kommunicera med anställda. Det främsta värdeskapandet för företagen sker dock i effektiviseringen av hantering och administration av personal. En studie från PWC visar att anställningen av en korttidsanställd kan medföra merkostnader på mellan 9 och 16 procent, utöver lönen. Denna merkostnad beskrivs som "den gömda kostnaden av administration." Den gömda kostnaden beror främst på de ineffektiva funktioner inom schemaläggning och löneadministration som finns i de flesta företags personalavdelningar. Genom att använda Giggers helautomatiserade plattform kan företag snabbt och smidigt outsourca dessa resurskrävande funktioner och därmed sänka sina totala kostnader.

Företagen kan sänka sina kostnader

Gigger Group - Verksamhet forts.

Förmånliga arbetsvillkor

Plattformen är förmånlig för giggers (arbetstagaren). Företag lägger ut jobbannonser vilket skapar ett samlat ställe för arbetsökande att leta efter nya korttidsprojekt och tillfälliga anställningar. Likt företag så är hanteringen och administrationen av jobb väldigt resurs- och tidskrävande även för egenanställda. Individen i fråga är oftast ensamt ansvarig för fakturering, uppföljning, schemaläggning samt betalning av egenavgifter. Arbetstagare som är anlitade via Giggers plattform slipper dessa bekymmer. Egenanställning präglas ofta av frågor och oklarheter kring anställningsform och gällande arbetslagar. Det är även vanligt att arbetsgivare inte är villiga att anlita någon som ej är anknuten till och fakturerar via ett företag. Gigger har krav på att anställningarna via plattformen följer gällande lagar. De som söker arbetskraft kan därmed försäkra sig om att jobbet är lagligt och seriöst samtidigt som anställda slipper oroa sig för att bli utnyttjade av sina arbetsgivare.

Smidigt att hitta jobba

Intäktsmodell med konkurrenskraftigt pris

Gigger erbjuder ett ekosystem av tjänster relaterade till korttidsanställning och kan således generera intäkter på olika sätt. Den främsta intäktskanalen kommer från en avgift på det belopp som arbetstagare fakturerar för ett utfört arbete. Gigger tar ut en avgift på 3,5 procent på det fakturerade beloppet vilket är lägre än det pris närstående konkurrenter begär. Intäkterna och vinsten för bolaget är därför beroende på volym och affärsmodellen är skalbar. Den funktionella plattformen är färdigutvecklad. Ökad omsättning till följd av en ökning av anslutna arbetstagare medför därför inte några större rörliga kostnadsökningar. Utöver geografisk expansion har bolaget även som mål att utveckla plattformen och ser möjligheter att skapa fler intäktströmmar genom att ta betalt för tilläggstjänster i framtiden. Möjliga tilläggstjänster skulle kunna vara samfakturering och marknadsföringstjänster för företag samt fakturaköp och sälj för arbetstagare. Dessa tjänster torde vara naturliga utbyggnader av det tjänstepaket som finns samt är i linje med den skalbara affärsmodell som Gigger skapat. Ett första exempel på utvecklingen av tjänsten och bearbetningen av nya intäktskällor skedde 2020. Gigger bildade dottebolaget Vård & Omsorg för att kunna erbjuda sin plattform till landsting som tidigare inte anställde via bolag som betalade moms. På sikt kommer bolagets plattform och tjänster kunna användas för anställningar inom den svenska vårdsektorn.

Tjänsten har låg avgift

Nya tjänster

Utvecklingen inom bolaget redan påbörjad

Gigger Group - Verksamhet forts.

Förvärv av influencerplattform

I mars 2021 förvärvade Gigger influencerbolaget Collabs för 57,5 miljoner kronor. Marknaden för influencermarknadsföring är relativt ung men växer kraftigt. Koncernen har till följd av förvärvet två plattformar under sitt paraply. Plattformarna ska vara oberoende av varandra men det finns stora möjligheter till positiva synergieffekter på koncernnivå. Collabs är en global influencermarketing-plattform med över 130 miljoner anknutna influencers, varav 250 000 befinner sig i Sverige. På en global nivå så har 70 procent av användarna idag inget eget företag och är därmed att beskriva som "giggers." Utöver plattformen så förvärvar Gigger en enorm potentiell kundgrupp som kan använda sig av Giggers tjänst vid fakturering av sina influenceruppdrag, vilket borde ses som förmånligt för Giggers skalbara modell. Verksamheterna liknar även varandra operationellt och det finns därmed möjligheter till kostnadsbesparingar på koncernnivå vilket kan leda till marginalförbättringar. Gigger förbättrar även sin marknadsföringskompetens markant genom att ha direkt tillgång till ett stort globalt nätverk av influencers. Vid en framtida geografisk expansion så kan detta vara en väsentlig marknadsföringskanal för att etablera sig internationellt. Plattformen lär även generera växande omsättning. Bolaget har som mål att göra fler liknande transaktioner i framtiden. Mangold bedömer det som troligt att bolaget i sådana fall breddar sin plattformsportfölj som medför synergieffekter.

Plattform med 130 miljoner användare

Influencers skapar engagemang

Plattformar inom influencermarketing skiljer sig åt och är strukturerade på olika sätt. Collabs arbetar främst med influencers som har mellan 3 000 och 300 000 följare på sociala medier. Det är den här typen av influencers som skapar störst "engagement" hos sina följare. Engagement är antalet följare som påverkas av ett socialt medieinlägg. Det beror främst på att följarna känner sig närmre influencern och därmed lättare influeras. Engagemeng är ett väsentligt mått inom influencerbranschen, som starkt korrelerar med hur framgångsrik och intäktsbringande en kampanj blir. Mangold bedömer det som positivt att Collabs arbetar i det ledande influencersegmentet. Speciellt om plattformen ska användas som marknadsföringskanal vid Giggers framtida lanseringar.

Engagement och intäkter går hand i hand

INFLUENCERSEGMENT - ENGAGEMENG

Storlek (antal följare)	Instagram	YouTube	TikTok
Micro (<15k)	3,9%	1,6%	17,9%
Regular (15K-50K)	2,4%	0,5%	9,7%
Rising (50K-100K)	1,9%	0,5%	8,3%
Mid (50K-100K)	1,6%	0,4%	6,6%
Macro (500k-1M)	1,4%	0,4%	6,2%
Mega (1M +)	1,2%	0,4%	4,9%

Influencersegmenten varierar i engagement

Källa: Influencer Marketing Hub

Gigger Group - Marknad

Svenska marknaden

Marknaden för egenanställda i Sverige växer. Arbetsmarknaden står inför ett paradigmskifte där en yngre generation av arbetare hellre vill vara anlitade än anställda för att få mer kontroll på sin vardag och öka sin självständighet gentemot sin arbetsgivare. Samtidigt använder sig företag alltmer av konsultprojekt och korttidsanställningar för att möta sina verksamhetsbehov. Enligt en studie av konsultfirman Edelman Intelligence så bedöms hälften av den totala arbetskraften i USA vara egenanställd 2027, där det är den underliggande trenden som är intressant. Enligt fackorganisationen LO så finns det cirka 700 000 svenskar som arbetar inom gig-ekonomin. Rekryteringsbolaget Manpower Group gjorde 2017 en undersökning där man kom fram till att 87 procent av svenskar hade kunnat tänka sig att arbeta som gigger i framtiden. HR-rådgivare och experter i landet är till stor del överens om att gig-ekonomin är kvar för att stanna och att andelen svenskar som har det som sin primära försörjningskälla kommer att öka.

Svenskar försörjer sig annorlunda

Konkurrenskraftigt tjänsteutbud

I samband med att marknaden och antalet potentiella gig-arbetstagare har ökat har även potentiella konkurrenter till Gigger blivit flera. Alla aktörer inom bemannings- och egenanställningsbranschen bör dock inte bedömas som direkta konkurrenter till Gigger och bolagets plattform. Den främsta konkurrensen återfinns i matchningssegmentet mellan jobböppningar och jobbsökande samt skapandet av potentiella personalpools. Segmentet är fyllt av bemanningsföretag och rekryteringsbyråer. Rekrytering är inte Giggers kärnverksamhet, utan snarare en utav plattformens funktioner, som Gigger i sin tur inte tar betalt för. Det finns även så kallade egenanställningsföretag som erbjuder tjänster inom administrering och hantering av egenanställda. Konkurrenternas administrering sker till stor del manuellt. Priset de tar ut är således betydligt högre än de 3,5 procent som Gigger tar för sin tjänst. Giggers plattform är digitaliserad och automatiserad vilket gör att den kan göra samma jobb som konkurrenterna fast snabbare och till en lägre kostnad. Konkurrensen på den svenska marknaden beror alltså på hur man definierar marknaden, där Giggers kärnverksamhet bedöms som unik och marknadsledande.

Priset och plattform - bättre en konkurrenters

KONKURRENTERS TJÄNSTEUTBUD

FUNKTION	GIGGER	BOLAGSKRAFT	COOL COMPANY	GIGSTR	YEPSTR	FRILANS FINANS
Fakturera utan företag	JA	JA	JA	NEJ	JA	JA
Lönehantering (med arbetsgivaransvar)	JA	JA	JA	NEJ	NEJ	JA
Schemaläggning	JA	NEJ	NEJ	NEJ	JA	NEJ
Rekryteringstjänster	JA	NEJ	JA	JA	JA	NEJ
Personalpools	JA	NEJ	NEJ	JA	NEJ	NEJ

Omfattande tjänsteutbud

Källa: Bolagets rapporter

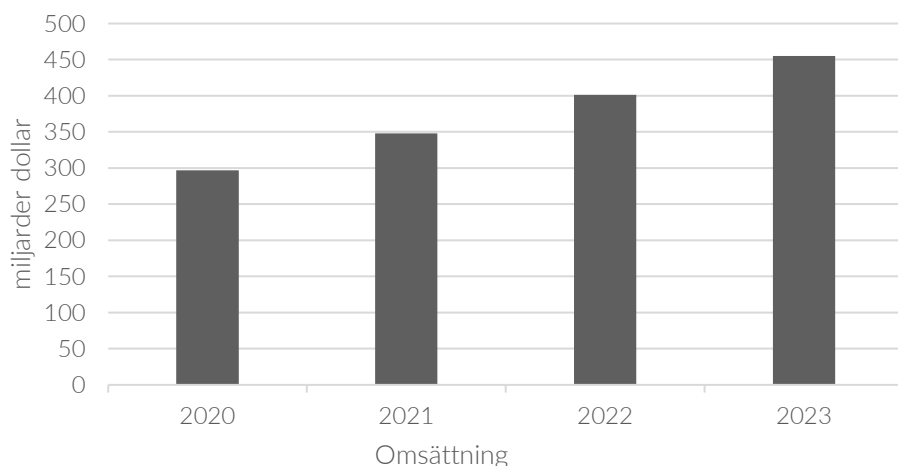
Gigger Group - Marknad forts.

Goda expansionsmöjligheter internationellt

Den snabbväxande trend som ses inom arbetsmarknaden är global. Försäkringskonglomeratet AON publicerade en rapport i 2020 som menade på att majoriteten av amerikanska HR-direktörer bedömde att 75 procent av deras arbetskraftskullebestå av korttidsanställda år 2025. Marknadsundersökningsbolaget Statista estimerar även att den globala gig-ekonomin kommer omsätta drygt 450 miljarder dollar år 2023.

Globala marknaden växer

Den globala gig-ekonomin



Källa: Statista Research

Arbetsmiljölagarna i Sverige är relativt omfattande. Giggers tillväxt på den svenska marknaden är ett kvitto på att kompetensen finns för framtida lanseringar. Arbetsmarknaderna internationellt präglas av samma problem som den svenska och därmed finns det goda expansionsmöjligheter. Bolaget har som mål att göra sin första lansering i Storbritannien under 2021.

Svensk lansering visar på styrka i tjänsten

Brittiska gig-ekonomin

Den brittiska gig-ekonomin är betydligt större än den svenska och utgör en stor potentiell marknad för Giggers plattform. Hertfordshires universitet har publicerat en studie som påvisar att 12 procent av den brittiska befolkningen som är i arbetsför ålder har gig-ekonomin som sin främsta försörjningskälla, vilket är en rejäl ökning som skett. Vidare så har arbetslagstiftning trätt i kraft under 2020 som ökar skattetrycket på egenföretagare och stärkt den underliggande tillväxttenden i marknaden. Vilket borde göra Giggers upplägg mer attraktivt.

Storbritannien - ett perfekt case för gigger

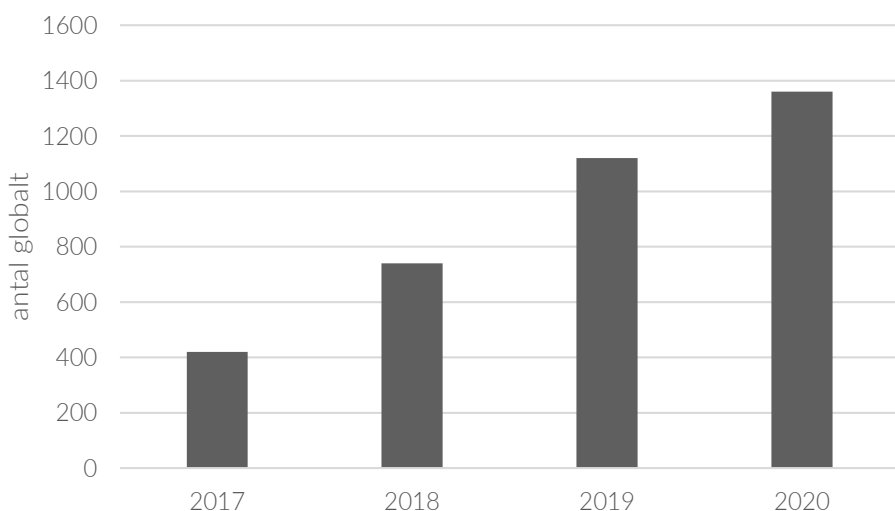
Gigger Group - Marknad forts.

Fler marknadsför med influencers

Marknaden för influencermarketing bedöms växa i snitt med 32 procent årligen enligt marknadsundersökningsbolaget Markets and Markets. Samma studie visar att den globala marknaden värderades till sex miljarder dollar 2020 och bedöms växa till drygt 24 miljarder dollar 2025. Den nordamerikanska marknaden är den största samtidigt som den asiatiska marknaden väntas växa snabbast under prognosperioden. Det som driver marknaden är en ökning av mobiltelefonanvändningen i världen till följd av en utbyggnad av telekomnätverk vilket ökat tillgången till mobiler och internet. Traditionellt TV-tittande har minskat med 50 procent i åldersgruppen 18 till 26 där allt fler väljer att underhålla sig på internet. Influencermarketing anses vara en utav de effektivaste marknadsföringskanalerna inom internetsegmentet där Collabs är en etablerad aktör, både inom Europa och globalt. Collabs kommer att kunna använda sin marknadsposition för att knyta till sig fler influencers.

Framtidens marknadsföring

Influencermarketing-plattformar



Källa: Influencer Marketing Hub

Antalet aktörer på den globala influencermarketing-marknaden har ökat kraftigt under de senaste åren. Den nordamerikanska marknaden är den mest utvecklade. Det förväntade samarbetet mellan Gigger och Collabs-plattformarna resulterar i att Collabs kommer att kunna erbjuda Giggers tjänst till sina influencers för utförda kampanjer. Följden av detta utökade tjänsteerbjudande blir att Collabs diversifierar sig bland andra liknande plattformar och därmed ökar sin konkurrenskraft. Vi ser samarbetet med Gigger, kombinerat med det lojala influencersegment som Collabs fokuserar på, som en stabil grund att driva tillväxt på.

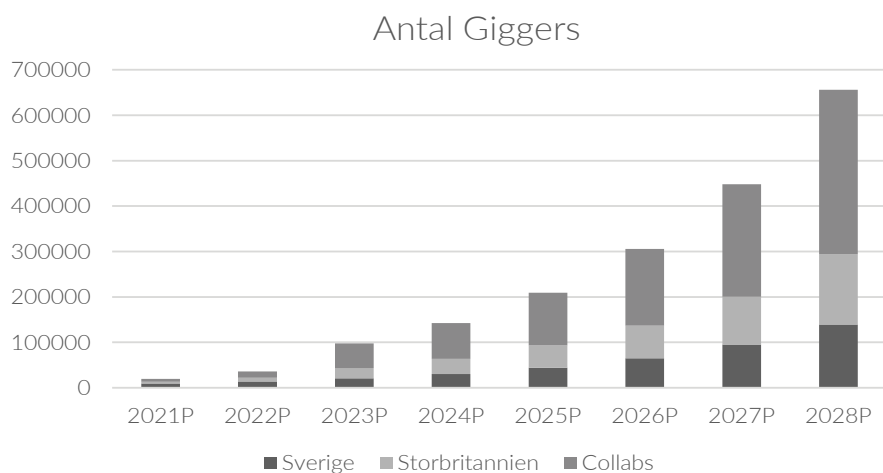
Gigger ger nischad tjänsteutbud

Gigger Group - Prognoser

Betalande Giggers

Bolaget hade cirka 7 000 giggers i Sverige i början av 2021. Mangold räknar med att Gigger lyckas knyta till sig nya svenska giggers i samma takt som tidigare. Vi har räknat med att Gigger lanserar sin plattform på den brittiska marknaden under 2021, och vid slutet av året har drygt 3 000 brittiska giggers. Som grund för detta har Mangold tittat på den andel av svenska marknaden som bolaget har. Genom att anta att Gigger lyckas uppnå en del av de svenska marknadsandelarna på den större applicerbara brittiska marknaden så får vi fram ett antal för engelska giggers. Vi har vidare antagit att en mindre andel av de potentiella kunder som är anslutna till Collabs börjar använda sig av Giggers tjänst för att fakturera för utförda uppdrag och på så sätt generar intäkter till gruppen. Med dessa restriktiva antaganden har vi kommit fram till ett totalt antal giggers som utgör underlaget för prognoserna på bolagets primära intäktström.

Giggers från alla håll och kanter



Stor potential för kunder i Collabs

Källa: Mangold Insight

Det prognostiserade antalet betalande giggers ska inte likställas med antalet registrerade användare på plattformen, den siffran lär vara betydligt högre. Antalet är en uppskattning på antalet användare som kommer använda Gigger för faktureringen av sin primära försörjning och därmed utgöra en större del av bolagets framtida intäkter.

Giggers blir intäkter

För att komma fram till hur antalet Giggers påverkar omsättningen har vi antagit en potentiell snittintäkt per gigger. Snittintäkten per svensk gigger är i samma nivå med vad bolaget tjänar idag. Snittintäkten för engelska giggers baseras på engelsk lönestatistik och intäkter från Collabs-giggers grundar sig i en snittintäkt för utförandet av en mindre influencerkampanj.

Återkommande intäkter

Gigger Group - Prognoser forts

Stark tillväxt spås fortsätta

Giggers omsättning ökade med knappt 90 procent mellan 2019 och 2020 och vi bedömer att tillväxten kommer vara fortsatt hög. Omsättningen grundar sig i antalet giggers och en förväntad snittintäkt per gigger. Vidare har det antagits att Collabs som plattform uppnår sina omsättningsmål samt växer i takt med influencermarknaden vilket medför att de uppnår en prognostiserad omsättning år 2025 på drygt 100 miljoner kronor.

Hög tillväxttakt i bolag och marknad

GIGGER GROUP - PROGNOSS OMSÄTTNING

	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P
Omsättning (Mkr)	40,3	125,8	225,8	511,6	767,8	1112,6

Källa: Mangold Insight

Försiktiga antaganden

Det är värt att poängtera att omsättningsprognoserna baseras på försiktiga antaganden för att ta höjd för risker som är hänförliga till internationell expansion. Mangold ser positivt på bolagets förmåga att utveckla sin tjänst och kapitalisera på möjliga tilläggstjänster. Vidare har inga antaganden gjorts om några ytterligare förvärv eller geografisk expansion utöver den som ska ske i snar framtid i Storbritannien. De marknadsandelar som antagits är även dessa lägre än de bolaget lyckats uppnå i Sverige och skulle bolaget bearbeta den brittiska marknaden lika framgångsrikt som den svenska så skulle det öka gruppens totala omsättning markant. Lyckas de även knyta sig an nya kunder ur Collabs plattform i en större utsträckning skulle även detta ha stor påverkan på bolagets framtida omsättning.

Finns fler möjligheter än de som antagits

Lönsamhet väntar

Mangold räknar med att bolaget blir lönsamt år 2022 och att det lyckas nå en vinstmarginal på 9 procent år 2024. Giggers affärsmodell är skalbar och gynnas av ökad omsättning. Bolaget har en utvecklad produkt som inte kommer att vara resurskrävande framöver. Den personal Gigger har idag bedöms som tillräcklig och bolaget kommer inte behöva göra någon betydande utökning under den närmaste tiden eftersom att tjänsten är utvecklad. En utveckling av plattformen med tilläggstjänster skulle kunna kräva nya rekryteringar. Dessa tilläggstjänster väntas dock vara mer lönsamma för bolaget. Bolaget bedöms kunna göra betydande besparingar inom sina marknadsföringskostnader vid internationella lanseringar till följd av sitt ägande i Collabs och tillgången till deras influencerkanaler. Kostnaderna lär öka om verksamheter läggs till i samband med förvärv. Ledningen har som mål att göra förvärv som passar in i bolagets skalbara affärsmodell. Den ökade omsättningen och synergieffekter som ett framgångsrikt förvärv medför lär leda till marginalförbättringar.

Lönsamhet 2022

Finansiering säkrad

Bolaget genomförde en övertecknad företrädesemission under det första kvartalet 2021 vilket resulterade i att balansräkningen stärktes med 10,4 miljoner kronor. Finansieringen beräknas därmed vara säkrad på några års sikt. Bolagets mål är att kunna finansiera förvärv och verksamheten med sitt kassaflöde från och med 2022.

Fulltecknad emission i februari

Gigger Group - Värdering

Värdering med uppsida

Mangold använder sig av en DCF-modell för att värdera bolaget, och bedömer att ett avkastningskrav om 11 procent för Gigger är lämpligt. Detta är i linje med PwC:s riskpremiestudie från 2020 som sätter marknadsriskpremien till 7,7 procent och ett storleksrelaterat riskpremie tillägg för bolag under 100 miljoner kronor i börsvärde om 4,6 procent. Giggers börsvärde uppgår till 313 miljoner kronor och därför använder vi istället ett småbolagstillägg på 3,3 procent och ett totalt avkastningskrav på 11 procent. Detta resulterar i en riktkurs om 4,50 kronor per aktie, en uppsida om drygt 50 procent. Aktiekursen har ökat med drygt 200 procent under 2021. Vid framräkningen av motiverat värde så har vi använt oss av aktieantalet efter utspädningen som sker vid Collabs-förvärvet.

Riktkurs om 4,50 kronor per aktie

GIGGER GROUP - DCF-VÄRDERING

(Mkr)	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P	2027P	2028P
EBIT	-8,6	3,3	36,1	87,6	166,1	291,7	449,7	562,9
Fritt kassaflöde	-20,0	5,4	20,4	65,4	128,2	218,1	343,7	422,4
Terminalvärde								
Antaganden	Avkrav	Tillväxt	Skatt					
	11%	3%	22%					
Motiverat värde								
Enterprise value	650							
Equity value	10							
Motiverat värde per aktie (kr)	4,51							

Källa: Mangold Insight

Känslighetsanalys

Avkastningskravet påverkar värderingen i stor utsträckning. Om avkastningskravet höjs till 12 respektive 13 procent faller vårt DCF-värde till 4,29 respektive 4,08 kronor per aktie.

GIGGER GROUP - KÄNSLIGHETSANALYS

	Avkastningskrav (WACC)			
Försäljning	10%	11%	12%	13%
Bear (0,75X)	2,12	2,05	1,97	1,90
Base (X)	4,75	4,50	4,29	4,08
Bull (1,5X)	9,50	8,97	8,48	8,00

Källa: Mangold Insight

Uppsida vid lägre avkastningskrav

Bolagets omsättning påverkar även värderingen. Olika omsättningsscenarioerna blir extra intressanta när man tar hänsyn till de försiktiga antaganden som gjorts angående förvärv och marknadsandelar vid geografisk expansion. Känslighetsanalysen visar att en ökning av omsättningen med 50 procent skulle ge aktien ett motiverat värde på 8,97 vilket ger en uppsida om 200 procent.

Ökad omsättning i skalbar modell ger mycket uppsida

Gigger Group- SWOT

Styrkor

- Konkurrenskraftig plattform och tjänsteutbud
- Skalbar affärsmodell
- Förvävsstrategi

Svagheter

- Beroende av nyckelpersoner
- Begränsade resurser jämfört med konkurrenter och andra etablerade aktörer

Möjligheter

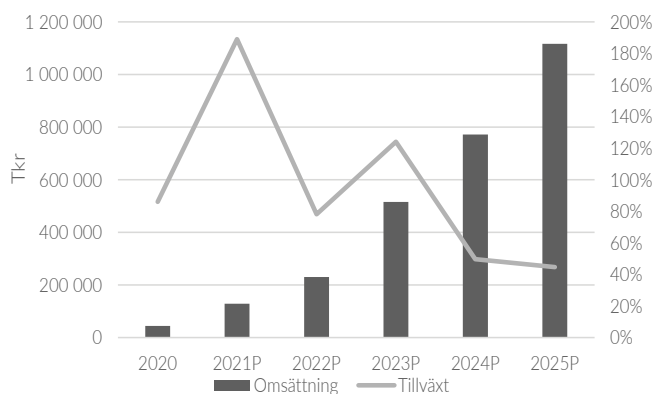
- Globala expansionsmöjligheter
- Utvecklingen av plattformen och tillhörande tjänster

Hot

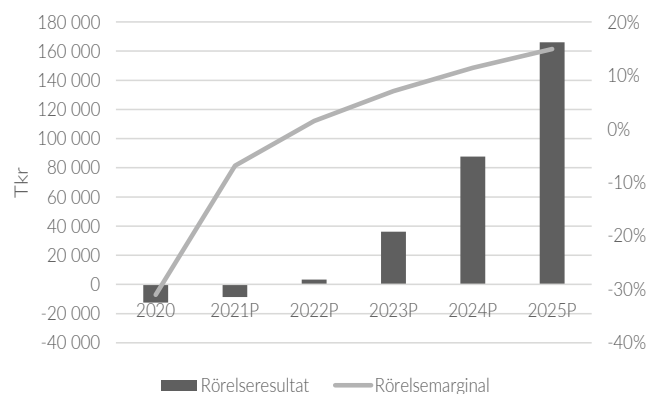
- Reglering på arbetsmarknaden
- Konkurrens från internationella aktörer

Gigger Group - Appendix

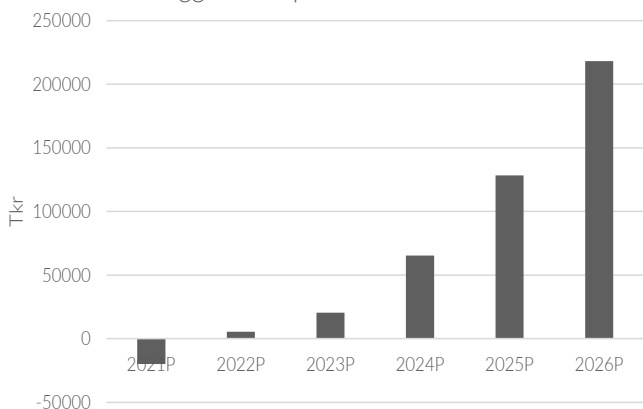
Gigger Group - omsättning och tillväxt



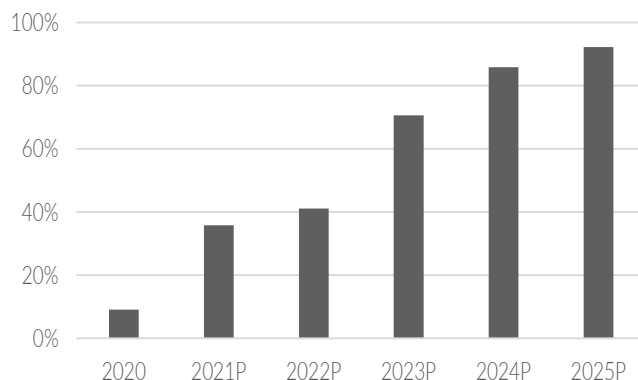
Gigger Group - rörelseresultat och marginal



Gigger Group - Fritt kassaflöde



Gigger Group - Soliditet



Källa: Mangold Insight

Gigger Group- Appendix

Bolagets ledning och styrelse

Claes Persson, tidigare säljchef på Scribona. Erfarenhet från affärsutveckling från Xerox och Formscape. Han har utbildats på Yale University, Linköpings universitet och Borås universitet.

Claes Persson, vd, storägare, erfarenhet av affärsutveckling

Anders Bruzelius, Är sedan 2020 styrelseordförande i Gigger Group. Lång erfarenhet av aktieanalys och aktiestrategi från Swedbank. Han är vd för Bruzelius & Partners, ägare av Bruzelius Invest samt partner på Trivor Capital. Han innehar en Bachelor of Science i ekonomi från Lunds universitet.

Anders Bruzelius, SO, erfarenhet av aktier och småbolag

Karin Wallström Nordén, styrelseledamot i Gigger Group sedan 2018. Hon har tidigare erfarenhet som finansjournalist och som information och marknadsdirektör i Gunnebo Gruppen. Karin Wallström Nordén har en MSc i Redovisning och Företagsanalys från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

Karin Wallström Nordén, MSc från Göteborgs universitet.

Joakim Dahl, styrelseledamot i Gigger Group sedan 2019. Managementkonsult och Creative Director. Tidigare erfarenhet från styrelseuppdrag och affärsutveckling i Provobis-sfären. Han har tidigare erfarenhet från Utrikesdepartementet och Influence AB. Joakim är utbildad inom affärsstyrning från IHM Business School och har ytterligare utbildning från Stockholm, Uppsala och Göteborgs universitet.

Joakim Dahl, affärsutveckling och kreativa kompetenser

Patrik Westerlund, styrelseledamot sedan 2018. Han är advokat och har gedigen erfarenhet inom legala frågor. Han innehar en LL.M i juridik från Stockholms universitet.

Patrik Westerlund, advokat

Resultaträkning och balansräkning

Resultaträkning (Tkr)	2019	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P
Försäljning	24 012	40 337	125 777	225 756	511 571	767 811	1 112 552
Övriga intäkter		4 354	3 400	4 400	4 400	4 400	4 400
Kostnad sålda varor	0	0	-41 506	-69 984	-153 471	-222 665	-311 515
Bruttovinst	24 012	44 691	87 670	160 172	362 500	549 546	805 438
Bruttomarginal	100%	111%	70%	71%	71%	72%	72%
Övriga externa kostnader	0	-11 517	-18 427	-25 430	-35 093	-48 077	-65 866
Personalkostnader	-19 934	-36 897	-75 062	-128 318	-285 032	-406 908	-566 399
Övriga kostnader	-3 797	-6 171	-1 700	-2 678	-5 874	-6 568	-6 729
Avskrivningar	-1 380	-2 621	-1 114	-446	-401	-361	-325
Rörelseresultat	-1 099	-12 515	-8 633	3 301	36 100	87 632	166 119
Rörelsemarginal	-5%	-31%	-7%	1%	7%	11%	15%
Räntenetto	1 224	-132	-339	-339	-339	-339	-339
Vinst efter finansnetto	125	-12 647	-8 972	2 962	35 761	87 293	165 780
Skatter	0	0	0	-652	-7 867	-19 204	-36 472
Nettovinst	125	-12 647	-8 972	2 310	27 894	68 088	129 309
Balansräkning (Tkr)	2019	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P
Tillgångar							
Kassa och bank	1 432	10 217	2 841	7 924	27 997	93 070	220 952
Kortfristiga fordringar	6 419	16 588	12 061	10 515	21 023	26 295	30 481
Lager	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Anläggningstillgångar	6 063	5 570	4 456	4 010	3 609	3 248	2 924
Övrigt	518	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Totalt tillgångar	14 432	32 375	19 358	22 449	52 630	122 614	254 356
Skulder							
Leverantörsskulder	2 930	1 797	1 137	1 917	4 205	6 100	8 535
Skulder	7 539	27 621	11 300	11 300	11 300	11 300	11 300
Totala skulder	10 469	29 418	12 437	13 217	15 505	17 400	19 835
Eget kapital							
Bundet eget kapital	8 374	1 449	14 385	14 385	14 385	14 385	14 385
Fritt eget kapital	-4 411	1 406	-7 566	-5 256	22 638	90 726	220 035
Innehav utan bestämmande inflytande	0	102	102	102	102	102	102
Totalt eget kapital	3 963	2 957	6 921	9 231	37 125	105 213	234 522
Totalt skulder o eget kapital	14 432	32 375	19 358	22 449	52 630	122 614	254 356

Källa: Mangold Insight

Disclaimer

Mangold Fondkommission AB ("Mangold" eller "Mangold Insight") erbjuder finansiella lösningar till företag och personer med potential, som levereras på ett personligt sätt med hög servicenivå och tillgänglighet. Bolaget bedriver i dagsläget verksamhet inom två segment; i) Investment Banking och ii) Private Banking. Mangold står under Finansinspektionens tillsyn och bedriver värdepappersrörelse enligt lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden. Mangold är medlem på NASDAQ Stockholm, Spotlight Stock Market och Nordic Growth Market samt derivatmedlem på NASDAQ Stockholm.

Denna publikation har sammanställts av Mangold Insight i informationssyfte och ska inte ses som rådgivning. Innehållet har grundats på information från allmänt tillgängliga källor vilka bedömts som tillförlitliga. Sakinnehållets riktighet och fullständighet liksom lämnade prognoser och rekommendationen kan således inte garanteras. Mangold Insight lämnar inte i förväg ut slutsatser och/eller omdömen i publikationen. Åsikter som lämnats i publikationen är analytikernas åsikter vid tillfället för upprättandet av publikationen och dessa kan ändras. Det lämnas ingen försäkran om att framtida händelser kommer vara i enlighet med åsikter framförda i publikationen.

Mangold fransäger sig allt ansvar för direkt eller indirekt skada som kan grunda sig på denna publikation. Placeringar i finansiella instrument är förenade med ekonomisk risk. Att en placering historiskt haft en god värdeutveckling är ingen garanti för framtiden. Mangold fransäger sig därmed allt ansvar för eventuell förlust eller skada av vad slag det må vara som grundar sig på användandet av publikationen.

Denna publikation får inte mångfaldigas för annat än personligt bruk. Dokumentet får inte spridas till fysiska eller juridiska personer som är medborgare eller har hemvist i ett land där sådan spridning är otillåten enligt tillämplig lag eller annan bestämmelse. För att sprida hela eller delar av denna publikation krävs Mangolds skriftliga medgivande.

Mangold kan genomföra publikationer på uppdrag av, och mot en ersättning från, det bolag som belyses i analysen alternativt ett emissionsinstitut i samband med M&A, nyemission eller en notering.

För utförandet av denna publikation kan läsaren utgå från att Mangold erhåller ersättning av bolaget. Det kan även föreligga ett uppdragsförhållande eller rådgivningssituation mellan bolaget och någon annan avdelning hos Mangold. Vid fullgörandet av sådana uppdrag kan Mangold i eget namn behöva utföra transaktioner med bolagets aktie eller relaterade instrument, till exempel om Mangold har uppdrag som likviditetsgarant. Mangold har riktlinjer för hantering av intressekonflikter och restriktioner för när handel får ske i finansiella instrument.

Mangolds analytiker äger inte aktier i Gigger Group.

Mangold äger inte aktier i Gigger Group.

Mangold har utfört tjänster för Bolaget och har erhållit ersättning från Bolaget baserat på detta.

Mangold står under Finansinspektionens tillsyn.

Rekommendationsstruktur:

Mangold Insight graderar aktierekommendationer på tolv månaders sikt enligt följande struktur:

Köp – En uppsida i aktien på minst 20 procent

Öka – En uppsida i aktien på 10-20 procent

Neutral – En uppsida och nedsida i aktien på 0 till 10 procent

Minska – En nedsida i aktien på 10-20 procent

Sälj – En nedsida i aktien på minst 20 procent