



Hållbarhetsrapport 2025

Adtraction Group ABs hållbarhetsrapport avges av styrelsen och följer Årsredovisningslagen (ÅRL). Rapporten baseras på European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Hållbarhetsrapport

Denna rapport omfattar rapporteringsperioden 2025 och inkluderar alla bolag inom Adtraction Group AB. Styrelsen har det övergripande ansvaret för Adtractions hållbarhetsarbete. Adtractions övergripande hållbarhetsmål är att skapa förutsättningar för långsiktigt värdeskapande. För Adtraction innebär detta att växa som företag, hantera risker och identifiera möjligheter samtidigt som hänsyn tas till påverkan på människor och miljö.

Dubbel väsentlighetsanalys¹

Adtraction genomförde en dubbel väsentlighetsanalys under 2024 för att identifiera de mest relevanta hållbarhetsområdena, med fokus på finansiell påverkan, risker och möjligheter. Baserat på vägledning från ESRS-ramverket utvärderades två huvudsakliga perspektiv: intressenters relevans (ledning, medarbetare, styrelse, kunder, leverantörer, miljö) och Adtractions potentiella påverkan inom de identifierade områdena. De identifierade ämnena och prioriteringarna bedöms fortsatt vara relevanta för 2025 och har justerats vid behov.

Analysen identifierade klimat, arbetsstyrka (medarbetare), medarbetare i värdekedjan samt bolagsstyrning som centrala områden utifrån både intressenternas relevans och bolagets påverkan. En efterföljande analys av risker och möjligheter genomfördes där varje område utvärderades utifrån sannolikhet och potentiell påverkan. Områdena klassificerades därefter som hög, medel eller låg risk. Analysen belyser följande risker och möjligheter.

Risker

Låg risk

Områden med låg risk inkluderar begränsad insyn i arbetsförhållanden hos varumärken som är anslutna till plattformen, där Adtraction har begränsad insikt. Andra risker är kopplade till mångfald, där bristande variation kan leda till grupptänkande, samt IT-säkerhetsrisker relaterade till förlust av specialiserad kompetens eller bristande systemuppdateringar. Miljörisker bedöms som låga eftersom Adtractions direkta miljöpåverkan är begränsad.

Låg/medel risk

Identifierade områden med låg till medel risk inkluderar förändrade anställningsvillkor och

arbetsmiljö, vilket kan leda till ökad personalomsättning, kompetensförlust, högre rekryteringskostnader, lägre engagemang, minskad prestation och högre sjukfrånvaro. Ökad digitalisering innebär även en risk för dataintrång och bedrägerier.

Möjligheter

Stora möjligheter

Viktiga möjligheter som identifierats är bland annat en mer samordnad intern kompetensutveckling samt ökat kunskapsutbyte mellan avdelningar och marknader.

Medelstora möjligheter

Mer omfattande leverantörsutvärderingar, till exempel hållbarhetsbedömningar, ses som en långsiktig möjlighet. Nya rapporteringskrav skapar också en möjlighet för Adtraction att stärka sin konkurrenskraft genom ökad transparens kring hållbarhetsarbete och därigenom särskilja sig från konkurrenter.

Om rapporten

Adtractions hållbarhetsarbete utgår från den väsentlighetsanalys som beskrivs ovan samt FN:s globala mål för hållbar utveckling (SDG). För tydlig och fokuserad rapportering är arbetet organiserat kring tre huvudområden: social hållbarhet, miljöpåverkan och ansvarsfull bolagsstyrning.

Målet är att prioritera områden där bolaget kan göra störst positiv skillnad och bidra till långsiktig utveckling. De utvalda fokusområdena är:

- Arbetsmiljö, hälsa och säkerhet
- Jämställdhet och mångfald
- Miljöpåverkan och klimatarbete
- IT-säkerhet och affäretik
- Hållbar affärsmodell och värdekedja

Dessa områden är kopplade till FN:s globala mål 5 (Jämställdhet), 8 (Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt) och 13 (Bekämpa klimatförändringar).

Baserat på dessa fokusområden är bolagets hållbarhetsrapport strukturerad enligt följande:

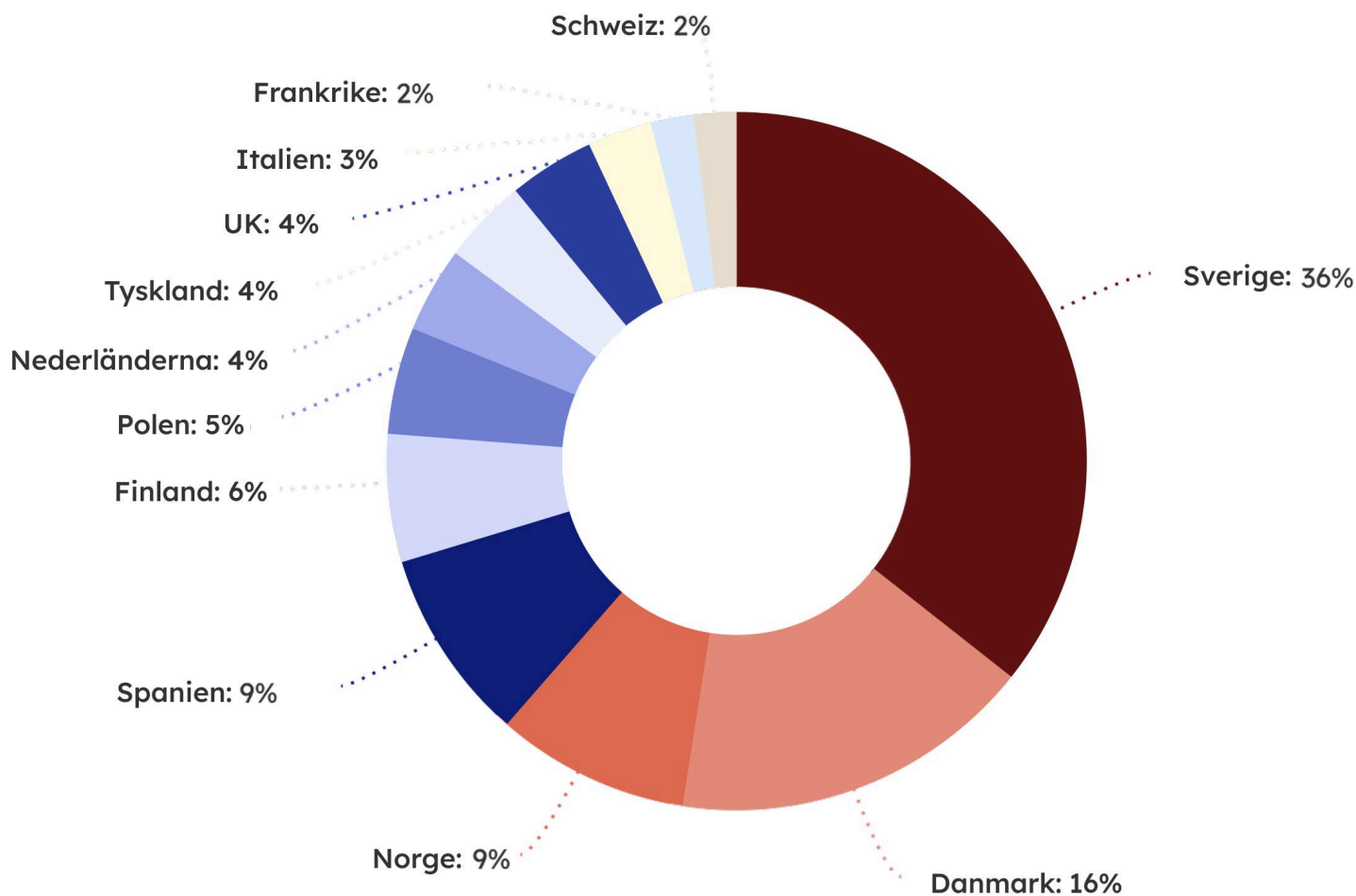
- Social hållbarhet
- Miljö och klimat
- Ansvarsfull bolagsstyrning

1. Kapitlet refererar till ESRS 2, SBM-3, IRO-2, GOV-1

Social hållbarhet

Adtraction strävar efter att erbjuda en arbetsmiljö som präglas av jämställdhet, mångfald och respekt för varje individ.

Andel heltidsanställda (FTE:s) fördelat per marknad²



Kunskap, erfarenhet och engagemang är viktiga styrkor och tillgångar inom Adtraction, och medarbetarnas välmående är en viktig del av företagets framgång. För att stödja en hälsosam och hållbar arbetsplats har Adtraction identifierat fyra centrala faktorer som påverkar den övergripande

medarbetarupplevelsen: arbetstillfredsställelse, balans mellan arbete och privatliv, arbetsrelaterad stress och arbetsmiljö. Att skapa en inkluderande och dynamisk arbetsplats där välmående och personlig utveckling prioriteras är därför ett av Adtractions viktigaste ansvar.

2. Grafen refererar till ESRS S1-5

Arbetsmiljövariabler³

Variabel	2025	2024
Personalomsättning	19.6%	31%
Employee Net Promoter Score (eNPS)	41	37
Pulse	4.3 av 5.0	4.3 av 5.0
Procent av anställda med regelbunda 1-1s	75%	75%
Procent av nyanställda som får onboarding	100%	100%
Antal rapporterade fall av diskriminering	0	0
Antal rättsfall som involverar anställda	0	0

Adtraction följer regelbundet upp arbetsmiljörelaterade faktorer genom en kombination av årliga undersökningar, individuella uppföljningar och en kultur som uppmuntrar kontinuerlig feedback. Företaget genomför årliga medarbetarundersökningar för att mäta inkludering, engagemang och övergripande välmående.

Under 2025 uppgick företagets eNPS till 41, vilket enligt Questback anses vara ett starkt resultat och innebär en förbättring jämfört med 2024 då resultatet var 37. Utvecklingen speglar företagets fortsatta arbete med att stärka medarbetarnas engagemang och trivsel i organisationen.

Under det senaste året har Adtraction även vidareutvecklat sin HR-funktion med ett ökat fokus på mer strukturerade och samordnade processer kopplade till rekrytering, onboarding och medarbetarutveckling. Målet är att skapa en mer enhetlig medarbetarupplevelse mellan marknader och säkerställa att både nya och befintliga medarbetare får det stöd som behövs för att lyckas och utvecklas inom företaget.

För att säkerställa kontinuerlig dialog och uppföljning använder Adtraction 15Five, ett digitalt verktyg där mer än 75% av medarbetarna regelbundet rapporterar om framsteg, utmaningar och sitt övergripande välmående. Check-ins genomförs löpande och chefer finns tillgängliga för att ge stöd och utvecklingsmöjligheter.

Företaget arbetar också aktivt för en feedbackdriven kultur där öppen dialog och kommunikation är centrala delar av det dagliga arbetet. Genom en inkluderande och transparent arbetsmiljö skapas förutsättningar för kontinuerligt lärande och förbättring.

För att stärka samarbetet och företagskulturen i en internationell organisation arrangerar Adtraction årliga globala konferenser. Dessa sammankomster skapar möjligheter för kunskapsutbyte, inspiration och starkare relationer mellan team på olika marknader.

Adtraction kommer fortsätta att utveckla sitt arbete med arbetsmiljö och medarbetarengagemang med fokus på transparens, inkludering och kontinuerlig förbättring.



3. Tabellen refereras till ESRS S1-1

Jämställdhet, mångfald och inkludering⁴

Adtraction främjar jämställdhet, mångfald och respekt på arbetsplatsen. Genom att uppmärksamma varje individs unika perspektiv och bidrag strävar företaget efter att skapa en dynamisk och innovativ arbetsmiljö. Adtraction vill attrahera och behålla talangfulla personer som bidrar positivt till arbetsplatskulturen och aktivt skapar värde i sina team.

För att stödja en inkluderande arbetsplats följer Adtraction regelbundet upp ålders- och könsfördelningen i organisationen. Under 2025 representerade företagets medarbetare 19 olika nationaliteter och åldersspannet var mellan 18 och 59 år. Könsfördelningen bland heltidsanställda (FTE) var 57% män och 43% kvinnor.

Ålders- och könsfördelning

Variabel	2025	2024
Könsfördelning ⁵		
Män	57%	62%
Kvinnor	43%	38%
Åldersspann	18-59 år	20-54 år
Nationaliteter	19	19

Adtraction strävar efter att skapa en arbetsplats där alla medarbetare känner sig inkluderade och har möjlighet att utvecklas, oavsett bakgrund. För att stödja detta används engelska som huvudspråk i intern och affärsrelaterad kommunikation, vilket säkerställer tydlig och inkluderande kommunikation på alla marknader där företaget är verksamt.

Rekrytera för mångfald

Adtraction arbetar aktivt för att främja en inkluderande och mångsidig arbetsmiljö, vilket även återspeglas i företagets rekryteringsprocesser. Med en stärkt HR-funktion och ett ökat fokus på mer strukturerade och samordnade rekryteringsprocesser tillämpar företaget en icke-diskriminerande rekryteringsstrategi där kompetens och erfarenhet står i centrum. Detta bidrar till att säkerställa att rekryteringen baseras på relevanta kvalifikationer och att alla kandidater ges lika möjligheter.

Utöver heltidsrekrytering erbjuder Adtraction praktikplatser och deltidsroller på flera marknader. Under 2025 hade företaget totalt 19 deltidsanställda, vilket bidrar med nya perspektiv och ökad mångfald i teamen.

Nolltolerans för diskriminering

Adtraction har en strikt policy mot diskriminering och är oberoende av politiska och religiösa ideologier. Företaget tolererar inte diskriminering baserad på kön, hudfärg, sexuell läggning, religion, politiska övertygelser eller funktionsnedsättning.

Diskriminering i form av rasism, sexism, åldersdiskriminering, ableism, homofobi eller transfobi har ingen plats inom Adtraction. Företaget gör inga kompromisser när det gäller medarbetares rättigheter och säkerhet, och arbetet med att förebygga trakasserier och diskriminering är en grundläggande del av företagskulturen.

För att stödja en inkluderande arbetsplats följer företaget regelbundet upp könsfördelning, åldersspann och representation av olika nationaliteter. Eventuella incidenter kopplade till diskriminering tas även upp i den årliga medarbetarundersökningen. Som en del av Adtractions långsiktiga arbete har en Code of Conduct etablerats för att stärka det interna hållbarhetsarbetet.

4. Sektionen refererar till ESRS S1-1, G1-4

5. Heltidsanställda

Mål

För att stärka arbetet med social hållbarhet har Adtraction fastställt tydliga mål för de kommande tre åren. Målen utvärderas kontinuerligt och kan justeras vid behov.



Könsfördelning

Övervaka könsfördelningen med mål att bibehålla en balans inom intervallet 40/60 till 60/40.



eNPS

Mäta eNPS årligen med målet att öka eNPS scoren från 41.



Stärka HR-arbetet

Vidareutveckla HR-arbetet genom ökade utbildningsmöjligheter, intern kompetensutveckling och ledarskapsprogram.



Åtgärder

- Mäta eNPS
- Övervaka könsfördelning
- Utveckla interna program för kompetensutveckling
- Följa upp personalomsättning och sträva efter att hålla den under 20%

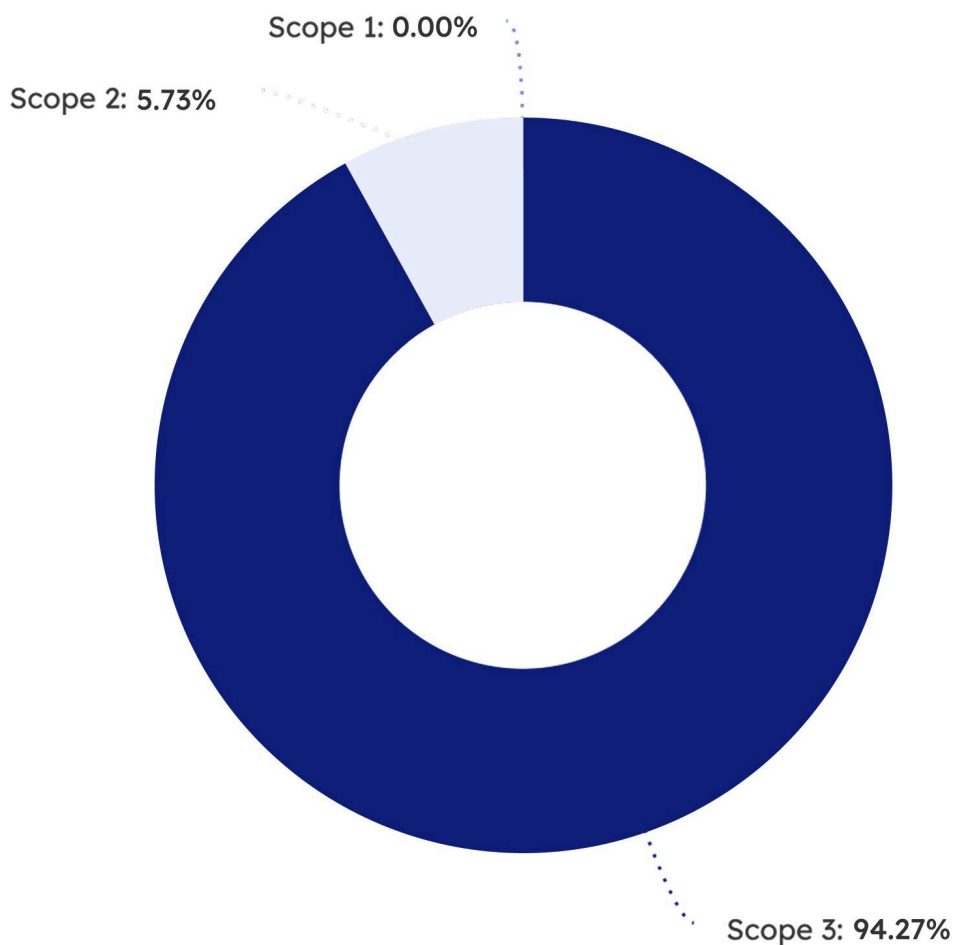
Miljö och klimat⁶

Adtraction strävar efter att driva verksamheten på ett miljövänligt sätt och minska sin påverkan på klimatet. Bolaget integrerar hållbara val i den dagliga verksamheten och reducerar sin miljöpåverkan där det är möjligt.

Enligt GHG-protokollet delas utsläpp av växthusgaser in i tre scope: Scope 1, 2 och 3. Scope 1 och 2 omfattar direkta och indirekta utsläpp från källor som företaget äger eller kontrollerar, medan Scope 3 omfattar utsläpp som uppstår i företagets värdekedja. Cirka 94% av Adtractions utsläpp faller inom Scope 3 och är främst kopplade till affärsresor, livsmedelskonsumtion samt inköp av varor och tjänster.



Utsläpp fördelade per scope



6. Kapitlet refererar till ESRS E1

Bolagets utsläpp

Fördelning av bolagets utsläpp

Variabel	Utsläpp (kg CO2e) 2025	Utsläpp (kg CO2e) 2024	% av totala utsläpp 2025	% av totala utsläpp 2024	Per anställd (kg CO2e) 2025	Per anställd (kg CO2e) 2024
Affärsresor	287 422	182 572	61,4%	51,4%	2 375	1 496
Elektronik	22 699	21 179	4,9%	6,0%	188	174
Mat och dryck	33 123	32 930	7,1%	9,3%	274	270
Frakt	3 439	1 768	0,7%	0,5%	28	14
Kontor	37 505	52 647	8,0%	14,8%	310	432
Övriga inköp	22 421	40 484	4,8%	11,4%	185	332
Fordonsanvändning	-	757	-	0,2%	-	6
IT-tjänster	61 199	22 686	13,1%	6,4%	506	186
Totala utsläpp	467 808	355 023	100,0%	100,0%	3 866	2 910

Affärsresor

Under 2025 uppgick utsläppen från tjänsteresor till 287,4 ton CO2e, vilket motsvarar 2,4 ton per anställd. Jämfört med 2024 innebär detta en ökning i utsläpp, vilket speglar en högre nivå av resor och fysiska möten mellan Adtractions marknader under året. Flygresor stod för den största andelen av utsläppen från tjänsteresor, följt av färjeresor och boende.

För att minska miljöpåverkan där det är möjligt placerar Adtraction sina kontor strategiskt i centrala lägen för att uppmuntra användning av kollektivtrafik.

För att kompensera för utsläpp och bidra till klimatarbete investerar Adtraction i klimatprojekt. Dessa projekt ingår i GoClimates portfölj, är certifierade av Gold Standard Foundation och stödjer FN:s globala mål 5 (Jämställdhet) och 13 (Bekämpa klimatförändringarna).

Daglig verksamhet

Även om Adtraction driver en helt digital plattform uppstår utsläpp genom kontorsverksamhet, inköp av varor och tjänster samt digital infrastruktur. Adtraction samarbetar med fastighetsägare för att minska elförbrukningen och säkerställa att elen kommer från förnybara källor. I dag drivs majoriteten av Adtractions kontor med förnybar el.

Adtraction arbetar också för att minska sitt klimatavtryck genom att använda molnbaserade tjänster och genom att gå mot en mer cirkulär affärsmodell. Detta innebär att utrustning endast köps in när det är nödvändigt och att elektronisk utrustning återvinns enligt hållbarhetsstandarder. Sedan 2021 har Adtraction etablerat processer för ansvarsfull hantering och återvinning av elektroniskt avfall.



Utsläpp Affärsresor fördelat per marknad⁷

Marknad	Utsläpp 2025 (kg CO2e)	Utsläpp 2024 (kg CO2e)	Per anställd 2025 (kg CO2e)	Per anställd 2024 (kg CO2e)
Danmark	14 436	21 709	722	1 047
Finland	3 080	4 338	440	717
Frankrike	-	1 074	-	293
Tyskland	10 186	11 166	1 922	2 288
Italien	21	13	6	5
Nederländerna	5 529	1 779	1 024	365
Norge	5 600	12 580	514	1 146
Polen	53	436	9	60
Spanien	126	103	12	9
Sverige	236 120	123 766	5 491	2 818
Schweiz	4 253	4 584	1 466	1 879
England	8 018	1 024	1 822	280
Affärsresor	287 422	182 572	2 375	1 496

Mål

För att minska sin klimatpåverkan har Adtraction satt upp följande mål för de kommande tre åren. Dessa mål utvärderas löpande och kan justeras vid behov:



Hålla utsläppen på samma nivå eller lägre än nuvarande nivå på 3,9 ton CO2e per anställd

Beräkna utsläpp årligen för att säkra att utsläpp ligger vid samma eller lägre nivåer.



Åtgärder

- Kompensera för 2025 års utsläpp genom klimatprojekt.
- Årligen beräkna utsläpp och analysera trender för att säkerställa kontinuerlig förbättring.
- Återvinna oanvänd utrustning och fortsätta implementera cirkulära processer för hållbar resursanvändning.

Ansvarsfull bolagsstyrning⁸

Adtractions övergripande hållbarhetsmål är att skapa förutsättningar för långsiktigt värdeskapande. Detta innebär att balansera tillväxt, riskhantering och identifiering av affärsmöjligheter, samtidigt som verksamheten bedrivs på ett ansvarsfullt och hållbart sätt.

Värdekedjan

I början av 2025 samarbetade Adtraction med 2 200 annonsörer och 8 000 partners. I takt med att nätverket fortsätter att växa blir det allt viktigare att säkerställa ansvarsfulla och hållbara affärsmetoder i hela värdekedjan. En central del av Adtractions affärsfilosofi är att upprätthålla höga etiska standarder och respektera mänskliga rättigheter.

En väl fungerande Know Your Customer (KYC)-process är viktig för att kunna bedöma och hantera potentiella risker kopplade till annonsörer och partners. Adtraction genomför manuella granskningar för att säkerställa att alla affärspartners uppfyller företagets krav på professionalitet och förväntat beteende.

Vid val av leverantörer utvärderar Adtraction flera faktorer, bland annat kostnad, kvalitet, tillförlitlighet och etiska riktlinjer. Viktiga leverantörer inkluderar Amazon Web Services, Slack, Kleer Group, Salesforce, Intercom, Tableau och Google. Företaget strävar efter att samarbeta med pålitliga och ansvarsfulla leverantörer som uppfyller både operativa och etiska krav.

Antikorruption⁹

Adtractions supportteam övervakar kontinuerligt aktivitet och transaktioner på plattformen för att upptäcka och förebygga potentiella bedrägerier. Om misstänkta mönster identifieras genomförs en noggrann utredning för att bedöma aktivitetens

omfattning och karaktär.

För att ytterligare minska risker måste rapporterade transaktioner godkännas av annonsörer innan betalningar genomförs. Företaget hanterar inte kunder från högriskländer eller länder som omfattas av sanktionslistor, och betalningar till sådana länder blockeras.

IT-säkerhet

Adtraction driver en digital plattform där säkerhet och dataintegritet är avgörande. För att minska risken för cyberhot har företaget implementerat en Mobile Device Management (MDM)-lösning som säkerställer att företagets enheter hanteras i enlighet med interna säkerhetsstandarder. Dessutom genomförs dagliga säkerhetskopieringar av kritisk data. Dessa säkerhetskopior är krypterade och testas regelbundet för att säkerställa att de fungerar som avsett.

Ekonomi

Adtraction har uppvisat kontinuerlig tillväxt, lönsamhet och starka kassaflöden mellan 2009 och 2024. Trots en utmanande marknad under 2025 har företaget fortsatt att leverera lönsamhet och ett starkt kassaflöde.

Den stabila finansiella positionen ger en god grund för fortsatta investeringar i hållbarhetsinitiativ och vidareutveckling av verksamheten.

8. Kapitlet refererar till ESRS G1

9. Paragrafen refererar till ESRS G1-3

Mål

Adtraction har satt upp följande mål inom bolagsstyrning för de kommande tre åren:



Fortsatt förstärkning av anti-korruptionsarbetet

Ökad övervakning och åtgärder för att minimera bedrägeririsker.



Åtgärder

- Införa fler krav för godkännande på plattformen.
- Utvärdera och utveckla interna processer för bedrägeribekämpning.

Ytterligare information

Information	Kommentar
Organisationens namn	Adtraction Group AB
Organisationsnummer	559303-4753
Hemsida	www.adtraction.com
Aktiviteter, märken, produkter och tjänster	Digital marknadsföring. Bolaget utvecklar och driver en plattform som kopplar samman annonsörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare.
Säte	Stockholm, Sverige
Ägandeskap	Public, Nasdaq First North Growth Markets
Kontaktperson	Anna Hjortaas, CMO
Rapportstandard	Rapporten är delvis baserad på ESRS
Rapporteringsperiod	2025
Extern försäkran	Rapporten är godkänd av styrelsen. Den har inte blivit granskad av en compliance officer, men en extern part har biträtt Adtraction med att ta fram rapporten.
Bolag som ingår i rapporten	Adtraction Group AB och dotterbolag
Högsta styrande organ	Bolagets styrelse
Interna nyckelintressenter	Ledning, anställda, styrelsen
Externa nyckelintressenter	Annonsörer, partners, aktieägare och bank