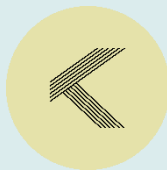


AI Revenue Assistant Software

På ständig jakt efter nästa affär



2026-08-18

Vi inleder bevakning på AI Revenue Assistant Software (Aira), ett AI-native mjukvarubolag som utvecklar och säljer en intelligent försäljningsassistent för europeiska B2B-bolag. Bolaget är en avknoppning från Upsales Technology och leds av samma entreprenörsteam som byggt Upsales de senaste decennierna. Aira kombinerar över två decennier av erfarenhet inom europeisk bolagsdata med moderna AI-modeller för att hjälpa entreprenörer och säljorganisationer att identifiera rätt affärsmöjligheter vid rätt tidpunkt. Genom att analysera bland annat finansiella rapporter, styrelseförändringar och bolagsnyheter syftar plattformen till att automatisera stora delar av det prospekterings- och administrationsarbete som traditionellt utförts manuellt. Bolaget befinner sig i en tidig kommersiell fas, men verkar på en marknad där den strukturella efterfrågan på AI-drivna produktivitetsverktyg växer snabbt samtidigt som konkurrensen i Europa fortfarande är relativt fragmenterad.

Ett erfaret team adresserar ett tydligt produktgap

Aira adresserar en marknad bestående av över 25 miljoner B2B-SME-bolag i Europa, där stora delar av dagens säljmjukvara fortfarande är utvecklad för större amerikanska enterprise-kunder. Bolaget har istället byggt en AI-native produkt med fokus på entreprenörer och mindre säljorganisationer, där användaren snabbt ska kunna identifiera relevanta affärsmöjligheter utan omfattande onboarding eller administration. Marknaden för AI-agenter väntas växa explosionsartat med en förväntad årlig genomsnittlig tillväxt om 43,5 %, en marknad där Aira har goda förutsättningar att etablera en stark position. Vi anser att en av bolagets främsta konkurrensfördelar är teamet bakom verksamheten. Flera nyckelpersoner kommer direkt från Upsales, där de under lång tid byggt upp en ledande nordisk plattform inom CRM och sales intelligence. Djup branschkunskap, erfarenhet av att hantera europeisk bolagsdata och en dokumenterad förmåga att bygga skalbara mjukvarubolag skapar enligt vår mening goda förutsättningar för att exekvera på bolagets tillväxtplan. Bolaget har högt ställda målsättningar, med ambitionen att uppnå 100 MSEK ARR inom de kommande tre åren.

Skalbar modell med konsolideringspotential

Den finansiella målsättningen baseras till stor del på organisk utveckling genom en effektiv go-to-market-strategi, men även en konsolideringsambition i syfte att stärka kärnerbudandet. Aira har kommunicerat en ambition att först etablera produkten och bygga en skalbar distributionsmodell, för att därefter komplettera den organiska tillväxten med selektiva förvärv. Fokus ligger inte på att bygga ett förvärvskonglomerat, utan på att stärka plattformen genom förvärv av etablerade mjukvarubolag och dataleverantörer vars teknik, data eller återkommande intäkter kan integreras i erbjudandet. Genom att addera ytterligare datakällor bedömer bolaget att kvaliteten i plattformens intelligenslager successivt kan förbättras, samtidigt som förvärven kan bidra till ökad tillväxt.

Outlook

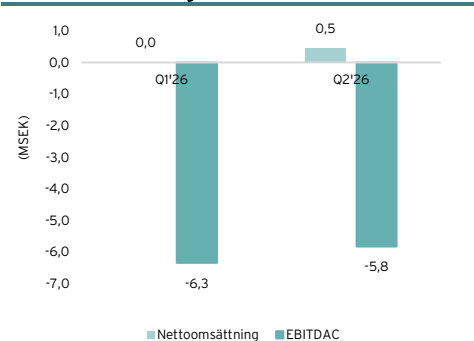
Med stöd av den förväntade marknadstillväxten är förutsättningarna för en snabb ARR-tillväxt goda. Tillväxttakten är dock förknippad med en naturlig osäkerhet, då bolaget växer från låga nivåer och produkten befinner sig i tidig kommersiell fas. Mot bakgrund av bolagets tidiga uppskalningsfas och dess begränsade historik, har vi valt att avvakta med finansiella estimat i vår analys. Vi ser flera attraktiva egenskaper i investeringscasen, såsom ett erfaret grundarteam med dokumenterat track record, exponering mot en av de snabbast växande mjukvarukategorierna globalt samt en stor och relativt underpenetrerad europeisk marknad. Snabbväxande AI-bolag tenderar i dagsläget att värderas till mycket höga multiplar. Som referens har de onoterade AI-bolagen Ramp, Pennylane och Legora värderats till cirka 35-56x ARR i sina senaste finansieringsrunder, samt det noterade AI-bolaget Brix till 26x ARR. Om Aira lyckas exekvera på sina finansiella målsättningar och värderas i linje med snabbväxande AI-bolag, finns en betydande uppsida i aktien.

(MSEK)	2024	2025	H1 2026
Nettoomsättning	n/a	0,0	0,5
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a
Aktiverat arbete	n/a	4,8	3,4
Totala intäkter	n/a	4,8	3,9
EV/S	n/a	n/a	83,3
Rörelsekostnader	n/a	-9,2	-13,3
EBITDAC	n/a	-9,2	-12,2
EBITDAC-marginal	n/a	neg.	neg.
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a
EV/EBITDAC	n/a	n/a	neg.
EBIT	n/a	-4,5	-9,4
EBIT-marginal	n/a	neg.	neg.
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a
EV/EBIT	n/a	n/a	neg.

*inkluderat kostnader som belastade Upsales innan avknoppning

VD	Daniel Wikberg
Lista	First North
Ticker	AIRA
Aktiekurs (SEK)	3,1
Antal aktier (Miljoner)	16,8
Börsvärde (MSEK)	52,3
Nettoskuld (MSEK)	-14,3
EV (MSEK)	38,0
Insideräggande	44,2 %
Nästa rapport	2026-10-23

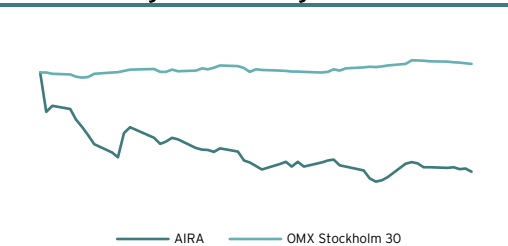
Kvartalsutveckling



Analytiker

Albin Eriksson
albin@kalqyl.se

Kursutveckling sedan notering



Kursutveckling %	1 m	3 m	12m
AIRA	-8,7	n/a	n/a

Investeringscase

1. Löser ett strukturellt problem i B2B-försäljning

Aira utvecklar en AI-driven plattform med målsättningen att förändra hur B2B-försäljning bedrivs. Bolaget utgår från att traditionella CRM-system i stor utsträckning bygger på manuell administration snarare än att aktivt hjälpa säljare att identifiera affärsmöjligheter och driva försäljning. Genom att kombinera generativ AI med strukturerad bolagsdata, finansiell information och kontinuerlig bevakning av marknadshändelser vill Aira automatisera stora delar av säljarens arbetsflöde. Om bolaget lyckas etablera produkten som ett naturligt arbetsverktyg finns förutsättningar att ta del av en stor och växande global marknad där AI väntas få en allt viktigare roll.

2. Erfaret team med dokumenterat track record

Bakom Aira står grundarna till Upsales, som under drygt två decennier byggde upp ett av Nordens ledande CRM-bolag. Den erfarenheten innebär enligt vår mening betydligt mer än teknisk kompetens. Teamet har tidigare byggt produkt, distributionsmodell, partnernätverk och kommersiell organisation inom samma marknad, vilket kan minska risken i den tidiga kommersialiseringsfasen. Ledningens etablerade nätverk inom europeisk B2B-försäljning skapar goda möjligheter att accelerera kundanskaffning och partnerskap.

3. Skalbar distributionsmodell och internationell expansion

Airas strategi bygger på en partnerdriven distributionsmodell där affiliates, innehållsskapare och strategiska partners utgör en viktig del av kundanskaffningen. Modellen syftar till att möjliggöra snabb geografisk expansion utan motsvarande ökning av den egna säljorganisationen. Med en produkt utvecklad för den europeiska marknaden och ambition att expandera internationellt bedömer vi att affärsmodellen har goda förutsättningar att skala om bolaget lyckas etablera ett starkt partnernätverk.

4. Product-first-strategi för värdeskapande förvärv

Bolaget ser förvärv som en naturlig del av den långsiktiga strategin, men med ett tydligt fokus på att stärka produkten snarare än att bygga ett traditionellt förvärvskonglomerat. Ambitionen är att förvärva etablerade mjukvarubolag och dataleverantörer med återkommande intäkter, där teknologin eller datatillgångarna kan integreras i Airas plattform. Strategin kan både stärka produktens konkurrenskraft och skapa möjligheter att förvärva lönsamma återkommande intäkter till attraktiva multiplar.

5. Integrationer med globala CRM-plattformar breddar marknaden

Aira har utvecklat Aira Connect, en integrationsplattform som tillför licensierad företagsdata, finansiell information och AI-drivna köpsignaler direkt i etablerade CRM-system såsom HubSpot, Salesforce och Pipedrive. Vi ser detta som en tydlig fördel i kundanskaffningsprocessen, då instegströskeln sannolikt sänks avsevärt. Grundarteamet har under många år byggt mjukvara för B2B-försäljning och har erfarenhet av att konkurrera mot flera av världens ledande CRM-plattformar. Med Aira bygger teamet i stället vidare på de ledande globala ekosystemen och kan dra nytta av deras omfattande installerade kundbas. HubSpot hade exempelvis närmare 300 000 betalande kunder vid utgången av 2025, samtidigt som Europa är bolagets näst största och snabbast växande marknad. Lyckas Aira etablera sig som ett naturligt informationslager ovanpå dessa plattformar bedömer vi att det skapar goda förutsättningar för en snabbare internationell uppskalning.

Motargument

1. Exekveringsrisk

Aira har redan påbörjat kommersialiseringen av produkten och erhållit sina första betalande kunder. Det fortsatta investeringscaset bygger dock på att bolaget lyckas skala kundbasen och öka de återkommande abonnemangsinträkten i en takt som motiverar den långsiktiga tillväxtambitionen. Om bolaget inte lyckas exekvera på sin expansionsstrategi eller om tillväxttakten blir lägre än förväntat kan det påverka både den långsiktiga intjäningsförmågan och värderingen.

2. Konkurrens på en snabbföränderlig AI-marknad

Marknaden för AI-baserade säljverktyg utvecklas snabbt och kännetecknas av hög innovationstakt. Aira konkurrerar både med etablerade CRM-leverantörer såsom Salesforce, HubSpot och Microsoft samt med ett växande antal AI-nischaktörer. Samtidigt investerar flera kapitalstarka bolag betydande resurser i produktutveckling och artificiell intelligens. Om Aira inte lyckas bibehålla ett konkurrenskraftigt erbjudande riskerar bolagets tillväxt och marknadsposition att påverkas negativt.

3. Beroende av nyckelpersoner

Aira är fortfarande en liten organisation där en stor del av produktutvecklingen, den kommersiella strategin och bolagets externa relationer är koncentrerade till ett fåtal nyckelpersoner. Grundarteamets erfarenhet och nätverk utgör en viktig del av investeringscaset, vilket samtidigt innebär att ett bortfall av centrala personer skulle kunna påverka bolagets utveckling negativt.

4. Produktdrivna förvärv innebär integrationsrisk

Bolaget har kommunicerat en ambition att på sikt komplettera den organiska tillväxten med förvärv av etablerade mjukvaru- och databolag. Strategin syftar till att stärka produkten och bygga ett mer omfattande intelligenslager, men innebär samtidigt integrationsrisker. Förvärv kan bli mer kostsamma än väntat, integrationen kan ta längre tid än planerat och de förväntade produktförbättringarna kan utebli. Eftersom strategin fortfarande befinner sig på planeringsstadiet återstår det även att visa att bolaget kan genomföra värdeskapande förvärv i praktiken.

5. Finansieringsrisk

Aira befinner sig fortfarande i en investeringsfas och prioriterar produktutveckling samt internationell expansion framför kortsiktig lönsamhet. Om intäkstillväxten utvecklas långsammare än väntat kan bolaget behöva ta in ytterligare kapital innan verksamheten når ett positivt kassaflöde. Eventuella framtida kapitalanskaffningar kan innebära utspädning för befintliga aktieägare.

Innehållsförteckning

Investeringscase	2
Motargument	2
Innehållsförteckning.....	3
Aira - Med tydligt försprång från dag ett	4
En internt utvecklad Upsales-feature blev ett helt nytt AI-bolag	4
Flera branschexperter väntar sig en explosiv marknadstillväxt	5
Marknadstillväxten stödjer Airas tillväxtambitioner	5
Lansering genom Aira World Tour	6
En skalbar partnerskapsmodell ska driva tillväxt utan omfattande intern säljstyrka	7
Lansering och väntelista	7
Tillgång till omfattande data - sammanställning och paketering är vallgraven	8
Koppla insikter och affärsdata till CRM-system genom Aira Connect	8
Aira rankad som den bästa AI-säljassistenten för europeisk B2B-prospektering	9
Bygger på data från 65 miljoner bolag på 14 marknader	9
Finansiella målsättningar	10
Konsolidering är en del av strategin för att stärka produkten	10
Ledning.....	11
Styrelse.....	11
Ägarbild	12
Risker	13
Värdering	14
Värdeskapande avknoppning, men flöden pressar (som vanligt) kursen	15
Första kvartalet som självständigt bolag - Q2 2026 i korthet	16
Outlook.....	16
Exekvering mot finansiella mål kan ge betydande uppsida.....	17
Disclaimer	17

Aira - Med tydligt försprång från dag ett

Aira är ett svenskt mjukvarubolag inom AI-driven sales intelligence som utvecklar en digital försäljningsassistent för europeiska B2B-bolag. Utvecklingen av produkten inleddes 2024 och bygger på över två decennier av erfarenhet inom försäljningsmjukvara och europeisk bolagsdata. Genom att kombinera proprietär databehandling med moderna AI-modeller hjälper Aira entreprenörer, säljorganisationer och mindre företag att identifiera affärsmöjligheter, prioritera prospekt och agera vid rätt tidpunkt. Produktens kärna bygger på att automatiskt analysera signaler såsom finansiella rapporter, styrelseförändringar och bolagsnyheter för att generera konkreta försäljningsinsikter utan omfattande manuellt arbete eller administration.

Verksamheten är inriktad mot Europas stora marknad av små- och medelstora B2B-bolag, där bolaget bedömer att befintliga lösningar i stor utsträckning utvecklats för större enterprise-kunder och ofta präglas av komplex implementation och höga administrativa krav. Aira har istället utvecklat en mobil och AI-native plattform med fokus på enkel användning, snabb implementering och hög automatiseringsgrad. Bolaget befinner sig i en tidig kommersiell fas med kunder på flera europeiska marknader och arbetar parallellt med att bygga upp ett partnerbaserat distributionsnätverk för att möjliggöra en skalbar internationell expansion.

Airas tillväxtstrategi bygger initialt på att etablera produkten och expandera kundbasen genom organisk tillväxt och partnerledd distribution. Genom kontinuerlig produktutveckling och nära samarbete med kunder och partners avser bolaget successivt stärka plattformens funktionalitet och konkurrenskraft. Marknaden för AI-drivna försäljningsverktyg är fragmenterad med ett stort antal mindre aktörer, vilket på sikt skapar möjligheter för konsolidering. Bolaget har därför kommunicerat en ambition att över tid använda sin noterade plattform som grund för att genomföra selektiva förvärv av kompletterande mjukvarulösningar eller dataunderleverantörer.

Aira leds av samma entreprenörsteam som byggde och noterade Upsales Technology på Nasdaq First North 2019. Grundare och vd Daniel Wikberg har över 20 års erfarenhet av att utveckla mjukvarulösningar för försäljning och kundrelationer, och flera nyckelpersoner har tidigare haft ledande roller inom Upsales. Kombinationen av ett erfaret grundarteam, djup förståelse för europeisk bolagsdata och exponering mot den snabbt växande marknaden för AI-agenter skapar enligt vår bedömning goda förutsättningar för Aira. Om bolaget lyckas etablera en stark marknadsposition och exekvera på sin distributions- och konsolideringsstrategi finns potential att skapa betydande aktieägarvärde över tid.



En internt utvecklad Upsales-feature blev ett helt nytt AI-bolag

Airas ursprung kommer i grunden från Upsales, där bolagets grundare Daniel Wikberg och teamet under de senaste åren arbetat med att utveckla nästa generations försäljningsverktyg. Produkten började initialt som en intern produktfunktion inom Upsales, med syftet att hjälpa användare identifiera relevanta säljsignaler och affärsmöjligheter, vilket senare utvecklades successivt till något större. Genom framsteg inom generativ AI och språkmodeller blev det möjligt att automatisera stora delar av det analysarbete som tidigare utförts manuellt av säljare och SDR-team.

I takt med att produkten mognade växte övertygelsen om att lösningen hade potential att adressera en betydligt större marknad än den befintliga Upsales-plattformen. Under 2026 beslutade därför Upsales att utveckla initiativet som ett fristående bolag under namnet Aira. Genom att kombinera över 20 års erfarenhet av europeisk bolagsdata med moderna AI-modeller skapades grunden för en AI-driven försäljningsassistent riktad mot europeiska B2B-bolag.



Flera branscheexperter väntar sig en explosiv marknadstillväxt

Aira verkar inom marknaden för AI-driven försäljningsteknologi, ett segment som befinner sig i snabb utveckling till följd av framsteg inom AI och ökad digitalisering av försäljningsprocesser. Historiskt har försäljningsarbete till stor del varit beroende av manuella processer såsom prospektering, informationsinhämtning och kundsegmentering. Genom utvecklingen av generativ AI och autonoma AI-agenter skapas nu möjligheter att automatisera och effektivisera betydande delar av dessa arbetsmoment, vilket väntas förändra hur företag identifierar, prioriterar och bearbetar potentiella kunder.

Den europeiska marknaden består av över 25 miljoner små och medelstora B2B-bolag, där många verksamheter fortfarande saknar tillgång till avancerade verktyg för försäljningsintelligens. En stor del av dagens marknadsledande lösningar har utvecklats för större amerikanska enterprise-kunder och präglas ofta av komplex implementation, omfattande administration och höga kostnader. Detta har skapat ett tydligt produktgap för mindre företag och entreprenörsledda organisationer, vilket Aira avser att adressera genom en AI-native och användarvänlig plattform.

Enligt bolaget väntas marknaden för AI inom försäljning växa från cirka 31 miljarder USD till 383 miljarder USD fram till 2034, samtidigt som vår sammanställning av marknaden för AI-agenter förväntas öka från 7,4 miljarder USD till 186,0 miljarder USD, motsvarande en CAGR om 43,5 %.

Marknadstillväxt för AI-Agenter				
	Tidsperiod	Början	Slut	Genomsnittlig tillväxt
MarketsandMarkets	2025-2030	5,3	52,6	46,3%
PrecedenceResearch	2025-2035	7,9	294,7	43,6%
FortuneBusinessInsights	2026-2034	8,0	251,4	46,6%
GrandViewResearch	2025-2033	7,6	182,9	49,6%
ResearchandMarkets	2025-2030	8,3	53,2	44,9%
BccResearch	2025-2030	8,0	49,3	43,3%
SnsInsider	2025-2035	7,8	316,9	44,9%
GlobeMarketResearch	2025-2035	9,9	567,1	49,9%
MarketResearchFuture	2025-2035	6,0	45,0	22,3%
Statista	2024-2030	5,1	47,1	44,1%
Snitt		7,4	186,0	43,5%
Median		7,8	118,1	44,9%

Marknadstillväxten stödjer Airas tillväxtambitioner

En attraktiv hög marknadstillväxt är sällan tillräcklig för att skapa ett framgångsrikt bolag. Enligt vår mening kommer Airas förmåga att exekvera på denna förväntade marknadstillväxt vara avgörande. Här anser vi att bolaget har en tydlig styrka och fördel genom det team som står bakom satsningen. Grundarna har tillsammans omkring 25 års erfarenhet av att utveckla, kommersialisera och skala mjukvara inom CRM och B2B-försäljning, efter att tidigare ha byggt upp Upsales från grunden till en väl etablerad aktör på marknaden. Erfarenheten omfattar inte enbart produktutveckling, utan även hur en effektiv go-to-market-strategi byggs, hur ett varumärke etableras och hur en skalbar försäljningsorganisation utvecklas.

Vi bedömer att denna erfarenhet minskar genomföranderisken i Airas exekveringsplan. Teamet har redan genomfört den resa som bolaget nu står inför och kan därmed återanvända etablerade arbetssätt, relationer och distributionskanaler i stället för att bygga upp dessa från grunden. I kombination med ett brett nätverk och ett dokumenterat track record ser vi goda förutsättningar för Aira att omsätta tidigare erfarenheter på en betydligt större internationell marknad, där en framgångsrik go-to-market-strategi kan få stor betydelse för bolagets långsiktiga skalbarhet.

Lansering genom Aira World Tour

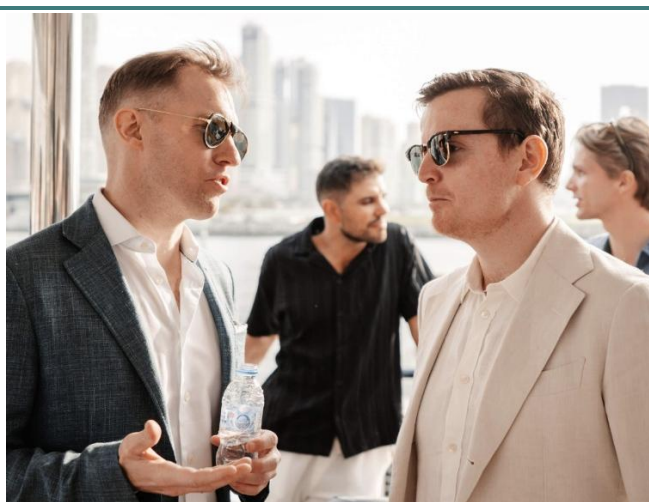
En del av bolagets kommersialiseringstrategi har utgått från att lansera produkten och varumärket genom Aira World Tour, en internationell lanseringsturné med fokus på att bygga varumärkeskännedom, etablera lokala nätverk och rekrytera partners. Totalt planerar bolaget att besöka 18 städer runt om i Europa och övriga världen, där eventen riktar sig till grundare, företagsledare, investerare och potentiella distributionspartners. Till skillnad från många SaaS-bolag, där kundanskaffningen huvudsakligen drivs genom digital marknadsföring och en egen säljorganisation, bygger Aira sin distributionsmodell kring ett bredare system av entreprenörer, rådgivare, utbildare och affiliates. Strategin syftar till att skapa lokala ambassadörer som kan bidra till såväl varumärkeskännedom som återkommande kundanskaffning.

Vd beskriver lanseringsresorna som oväntat effektiva, där bolaget konsekvent genomfört event i nya städer utan befintligt nätverk. Trots en liten organisation har kampanjen genererat starkt inflöde av anmälningar, affiliates, pipeline och affärsmöjligheter till en bråkdel av den kostnad som normalt krävs. Aira uppger även att lanseringen väckt mer intresse än någon tidigare lansering som grundarteamet gjort. Vd menar att denna go-to-market-strategi är en av grundarnas mest framgångsrika lanseringar hittills, både gällande räckvidd och kostnadseffektivitet.

Aira lanseringsevent i Dubai



Källa: aira.app/revenue-journal/events



Källa: [Aira.app/revenue-journal/events](https://aira.app/revenue-journal/events)



Källa: aira.app/revenue-journal/events

En skalbar partnerskapsmodell ska driva tillväxt utan omfattande intern säljstyrka

Genom lanseringsturnén Aira World Tour har Aira byggt upp ett omfattande nätverk av affiliatepartners som är en viktig del av bolagets distributionsstrategi. Enligt bolaget ger nätverket tillgång till över 135 000 B2B-orienterade entreprenörer, företagsledare och säljprofessionella genom nyhetsbrev, sociala medier, poddar och andra digitala kanaler. Istället för att förlita sig på en traditionell och kapitalkrävande säljorganisation har Aira valt en modell där partners, innehållsskapare och branschprofiler kan marknadsföra produkten mot sin befintliga målgrupp i utbyte mot återkommande provisioner. Modellen skapar incitament för partnern att bidra till långsiktig kundtillväxt samtidigt som Aira kan skala sin distribution med begränsade fasta kostnader. Vi bedömer att strategin är särskilt intressant i bolagets nuvarande skede, då den möjliggör snabb geografisk expansion och marknadspenetration utan att organisationen behöver växa i samma takt som kundbasen. Om nätverket fortsätter att expandera kan distributionsmodellen utvecklas till en betydande konkurrensfördel och bidra till en kapitaleffektiv tillväxt över tid.

Strategin är utformad för att bygga ett distributionsnätverk kring sälj och marknadsföringskonsulter, utbildare och andra rådgivare med nära relationer till bolagets målgrupp, snarare än utvecklare och tekniska profiler. Tanken är att dessa aktörer både kan fungera som återförsäljare och ambassadörer för plattformen, samtidigt som de bidrar med utbildning, implementering och löpande kunddialog. Därigenom kan Aira bygga en skalbar distributionsmodell utan att vara lika beroende av en snabbt växande egen säljorganisation.

I stället för att fokusera på tekniska specifikationer och AI-modeller riktas även grundbudskapet i produkten mot entreprenörer och företagsledare, med fokus på frågor som tillväxt, försäljning och lönsamhet. Enligt ledningen är ambitionen att bygga det starkaste varumärket för företag som vill växa med hjälp av bättre data och artificiell intelligens. Denna positionering bidrar till att bredda målgruppen och göra produkten mer tillgänglig även för användare utan teknisk bakgrund, vilket kan stärka kundanskaffningen och bredda den adresserbara marknaden.

Airas upplägg för affiliatepartners



1) Registrera dig för att gå med i affiliateprogrammet

Anmäl dig till affiliateprogrammet och få en unik hänvisningslänk som spårar varje klick och registrering.



2) Dela din hänvisningslänk

Dela länken var du vill - på sociala medier, i nyhetsbrev, e-post, direktmeddelanden eller poddar. Varje klick spåras och kopplas automatiskt till din affiliateprofil.



3) Få betalt när konvertering sker

Varje gång en kund du hänvisat börjar betala får du 30 % i provision. Det motsvarar 45 USD per kund och månad i upp till 12 månader.

Lansering och väntelista

Genom lanseringsturnén Aira World Tour angav bolaget att de, per den 28 mars 2026, byggt upp en väntelista om 1 080 grundare, vd och säljchefer i Europa och Mellanöstern. Med tanke på att produkten fortfarande befinner sig i ett tidigt kommersiellt skede är det svårt att bedöma hur stor andel av dessa som kommer att konvertera till betalande kunder och hur snabbt detta kan ske. Väntelistan är en första indikation på det intresse som bolaget lyckats skapa genom sin go-to-market-strategi.

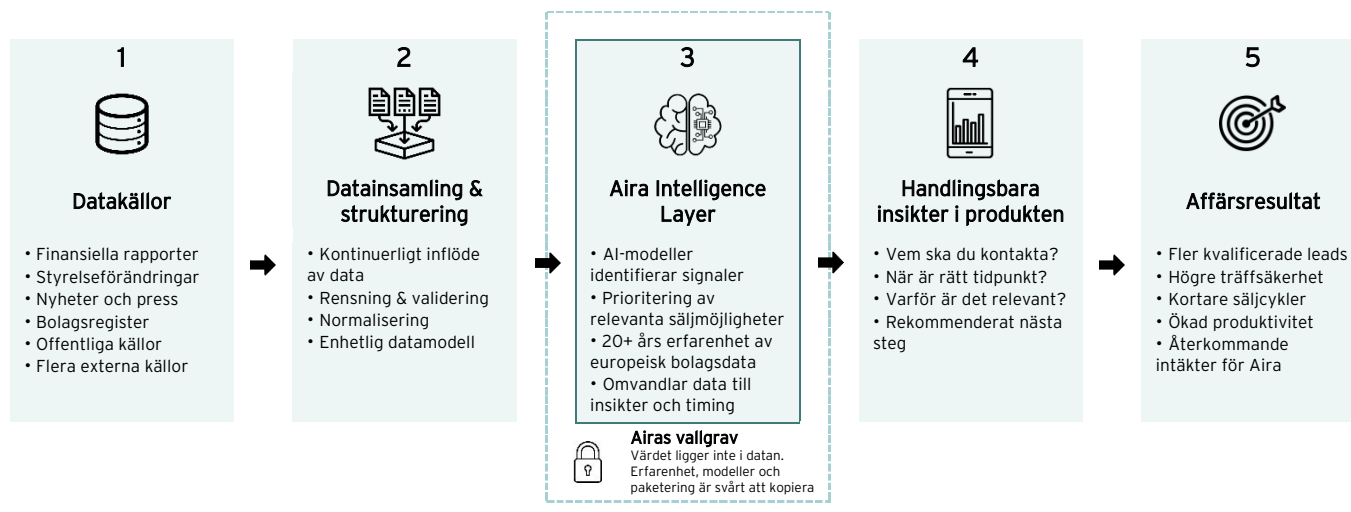
Vi anser att väntelistan, givet bolagets tidiga skede, illustrerar den kommersiella potential som finns om bolaget lyckas omsätta det initiala intresset till en betalande kundbas. I takt med att produkten vidareutvecklas, referenskunder tillkommer och distributionsnätverket expanderar, bedömer vi att Aira har goda förutsättningar att successivt öka sin återkommande abonnemangsomsättning. I takt med att kundbasen växer och varumärkeskännetecken ökar ser vi dessutom förutsättningar för att kundanskaffningskostnaden successivt kan minska, vilket tillsammans med ett högt levererat kundvärde kan skapa en attraktiv LTV/CAC-profil över tid.

Vid en hypotetisk konvertering om 100 % av väntelistan skulle detta motsvara cirka 19,4 MSEK i årliga återkommande abonnemangsintäkter (ARR). Vid utgången av det andra kvartalet 2026 uppgick ARR till 1,8 MSEK, vilket visar att bolaget på relativt kort tid lyckats etablera sina första återkommande intäkter. Aira uppger att det största bidraget kommer från Connect, den nylanserade produkten som innebär att CRM-användare kan integrera data direkt i sina befintliga CRM-system.

Tillgång till omfattande data - sammanställning och paketering är vallgraven

En viktig del av Airas erbjudande är tillgången till omfattande företagsdata. Genom licensierade datakällor har bolaget tillgång till finansiell information, kreditdata och ägarinformation för över 65 miljoner företag globalt. Plattformen övervakar dessutom mer än tre miljoner nyhetsartiklar varje dag och identifierar händelser som kan skapa nya affärsmöjligheter eller förändra kunders behov. Den breda datatäckningen utgör en viktig komponent i produkten, men vi bedömer inte att den i sig är bolagets främsta konkurrensfördel. Den verkliga vallgraven ligger enligt vår mening i hur informationen bearbetas och omsätts till användbara insikter. Företagsdata kan i många fall köpas från externa leverantörer och flera aktörer har tillgång till liknande informationskällor. Det som är betydligt svårare att kopiera är förmågan att omvandla stora datamängder till relevanta insikter som hjälper användaren att prioritera rätt kunder vid rätt tidpunkt. Här ser vi en tydlig styrka i teamets bakgrund från Upsales. Under mer än två decennier har ledningen utvecklat produkter som förädlar komplex bolagsdata till konkreta beslutsunderlag för säljorganisationer. Vi ser därför inte datan som den främsta vallgraven, utan snarare erfarenheten, produktutvecklingen och förmågan att skapa ett intelligenslager som gör informationen kommersiellt användbar.

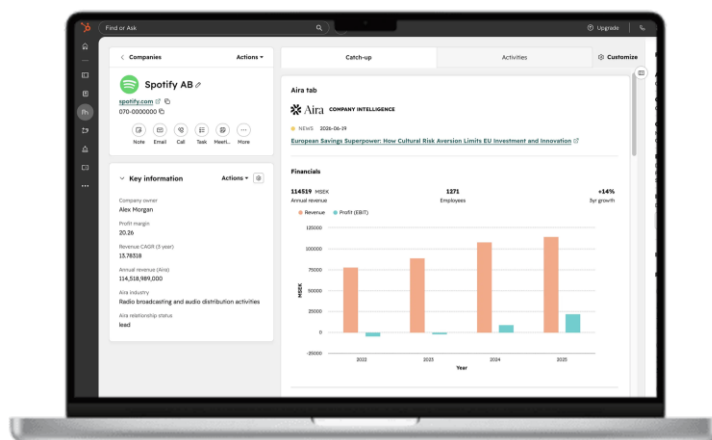
Airas värdekedja och försprång gentemot konkurrenter



Koppla insikter och affärsdata till CRM-system genom Aira Connect

Aira har nyligen lanserat Aira Connect, vilket innebär att användare kan integrera licensierad företagsdata, AI-genererade säljsignaler och prospekteringsfunktioner direkt i etablerade globala CRM-system som HubSpot, Salesforce och Pipedrive. Lösningen tillhandahåller det befintliga CRM-systemet med bland annat finansiell information, ägarstruktur, styrelseinformation och händelsedrivna bevakning, direkt i användarens befintliga arbetsflöde. Användaren behöver därmed inte växla mellan olika system för att ta del av Airas data och insikter, utan utgår uteslutande från CRM-systemet för att hantera sina kundrelationer och försäljningsprocesser. Vi bedömer att Aira Connect kan sänka tröskeln för användning av plattformen. Många företag har redan etablerade CRM-system med väl inarbetade arbetsflöden, vilket gör att ytterligare ett separat verktyg riskerar att skapa friktion i det dagliga arbetet. Genom att göra Airas data och AI-funktioner tillgängliga direkt i CRM-systemet blir produkten enklare att implementera och använda. Connect tecknas och betalas på årsbasis, vilket ger högre intäktsvisibilitet och begränsar den kortsiktiga churnrisken jämfört med mobilapplikationen.

Aira integration i HubSpot genom Aira Connect



Källa: www.aira.app/integrations/hubspot

Aira rankad som den bästa AI-säljassistenten för europeisk B2B-prospektering

Tätt in på Airas kommersiella lansering publicerade Tekpon, en av Europas ledande plattformar för mjukvarurecensioner, sin ranking över de främsta AI-säljassistenterna för 2026. Efter att ha utvärderat över 30 verktyg utifrån kriterier som AI-funktionalitet, arbetsflöde, datakvalitet, onboarding och prissättning rankades Aira som den främsta AI-säljassistenten för europeisk B2B-prospektering. I rankingen placerade sig Aira före etablerade aktörer som Apollo.io, Cognism, Ocean.io, Clay och HubSpot Breeze.

Tekpon lyfte framför allt fram Airas position på den europeiska marknaden. Plattformen bygger på en databas med 65 miljoner företag i 14 europeiska länder och erbjuder tillgång till bland annat finansiell information, ägarstruktur, styrelseinformation och officiella bolagshändelser. Därtill lyftes bolagets övervakning av omkring tre miljoner nyhetsartiklar per dag fram, vilket gör det möjligt att identifiera köp- och risksignaler kopplade till befintliga och potentiella kunder. Även den korta onboardingprocessen, AI-genererade mötesunderlag, CRM-integrationer, ISO 27001-certifiering och GDPR-efterlevnad beskrevs som viktiga konkurrensfördelar. Tekpons slutsats var att Aira utgör det starkaste alternativet för grundare och B2B-säljteam med fokus på den europeiska marknaden.

Tekpons ranking av de 9 bästa AI-säljassistenterna

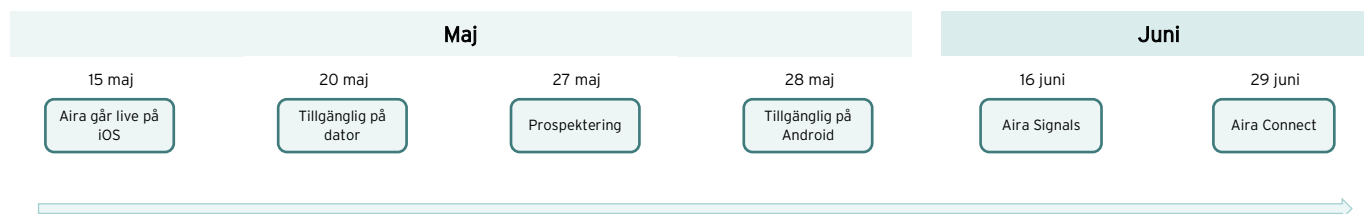


Källa: tekpon.com/insights/lead-generation/tools/best-ai-sales-assistants

Bygger på data från 65 miljoner bolag på 14 marknader

Aira bygger sitt erbjudande på en omfattande europeisk företagsdatabas som omfattar 65 miljoner företag och omkring 140 miljoner beslutsfattare fördelade över 14 marknader. Databasen innehåller bland annat finansiell information, ägarstruktur, styrelseinformation och kontaktuppgifter, vilket ger användarna ett brett beslutsunderlag genom hela försäljningsprocessen. Plattformen kompletteras med kontinuerlig nyhetsbevakning där miljontals artiklar analyseras varje dag för att identifiera händelser som kan skapa nya affärsmöjligheter. Bolaget har dessutom visat en snabb utvecklingstakt sedan lanseringen och lanserar löpande nya funktioner och produktuppdateringar. Vi bedömer att den höga innovationstakten blir viktig för att stärka produktens konkurrenskraft på en marknad där utvecklingen går snabbt.

Tidslinje produktutveckling 2026



Källa: <https://www.aira.app/news>

Finansiella målsättningar

Airas finansiella ambitioner är högt ställda. Bolaget har kommunicerat målsättningen att nå 100 MSEK i årliga återkommande intäkter (ARR) inom tre år. Referenscaset Upsales, som byggdes av samma grundare och ledning, nådde motsvarande nivå först efter cirka 18 års verksamhet. Aira verkar dock i en marknad som ser annorlunda ut idag med en markant högre digitaliseringsgrad och AI som möjliggör snabbare produktutveckling. Airas målsättning är mycket ambitiös, men illustrerar ledningens övertygelse om att erfarenheterna från Upsales kan återanvändas i ett betydligt snabbare växande marknadssegment.

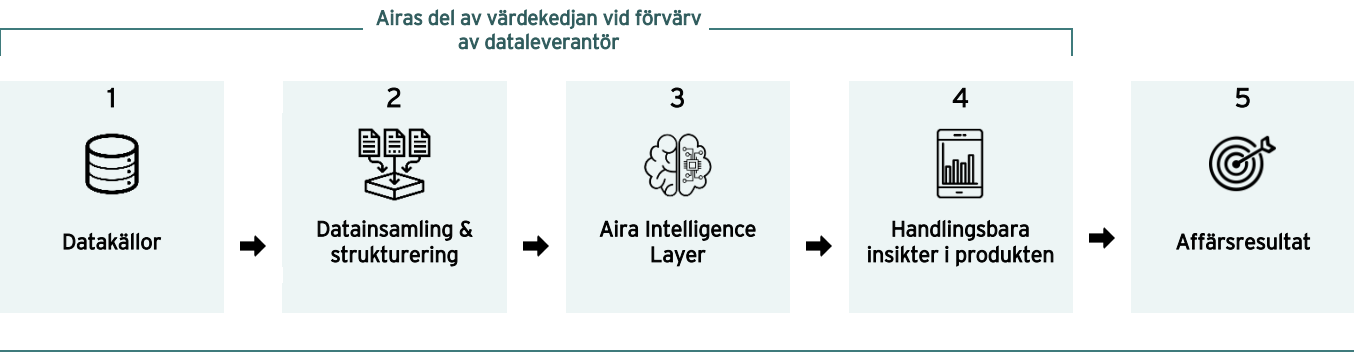
Långsiktiga finansiella mål	
Årligt återkommande intäkter (ARR):	100 MSEK inom tre år
Fas 1: Etablera produkt (2026)	Skala upp den tidiga kommersiella fasen. Aktivera den partnerdrivna distributionsmodellen och bygga upp kundbasen på europeiska marknader.
Fas 2: Skala upp distribution (2026-2027)	Expandera affiliate- och partner nätverket. Vidareutveckla samspelet mellan kunder, partners och produktutveckling till ett skalbart och svårreplikerat operativt system.
Fas 3: Konsolidera kategorin (2027 →)	Använda den noterade aktien som förvärvsvaluta för att förvärva kompletterande AI-baserade försäljningsverktyg och konsolidera fragmenterade delar av marknaden kring Aira-plattformen.

Konsolidering är en del av strategin för att stärka produkten

Förvärv är en del av Airas långsiktiga strategi, men skiljer sig från den modell som många mjukvarubolag tillämpar. Ambitionen är inte att bygga ett konglomerat av SaaS-bolag eller att bli ett förvärvsbolag, utan strategin syftar snarare till att förvärva verksamheter som stärker plattformens konkurrenskraft. Det kan handla om nischade mjukvarubolag med kompletterande funktionalitet, strategiskt viktiga tillgångar eller dataleverantörer vars information kan integreras i produkten. Enligt ledningen kommer den långsiktiga konkurrenskraften i första hand att avgöras av kvaliteten på det intelligenslager som byggs ovanpå datan, snarare än av datakällorna i sig. Samtidigt bedömer vi att ägande av attraktiva datatillgångar kan ge lägre beroende av externa leverantörer, höja lönsamheten och skapa nya kommersiella möjligheter.

Strategin omfattar även förvärv av etablerade mjukvarubolag med återkommande abonnemangsinträder. Utöver att bredda produktutbudet kan sådana förvärv bidra med kompletterande ARR och en befintlig kundbas. Ledningen har samtidigt betonat att investeringsdisciplinen kommer att vara hög. Fokus ligger på bolag med bevisad affärsmodell, fungerande produkt och återkommande intäkter, där ARR om minst cirka 10 MSEK ses som en lämplig utgångspunkt. Att förvärva verksamheter enbart för teknologins skull är enligt bolaget inte aktuellt.

Det är ännu för tidigt att bedöma vilken roll eventuella förvärv kommer att spela i Airas utveckling, då fokus under de närmaste åren väntas ligga på att etablera produkten och bygga en skalbar distributionsmodell. Vi ser därför inte potentiella förvärv som en förutsättning för investeringscaset. Lyckas bolaget däremot genomföra selektiva förvärv som stärker produkten och samtidigt adderar återkommande intäkter ser vi en ytterligare uppsida i erbjudandet. Samtidigt saknar det nuvarande teamet en etablerad förvärvshistorik, vilket innebär att strategin även medför en viss exekveringsrisk.



Ledning



Daniel Wikberg, vd

Daniel är grundare av både Aira och Upsales Technology. Han grundade Upsales 2003 och har varit bolagets vd fram till juli 2026. Under hans ledarskap har Upsales utvecklats till en etablerad SaaS-plattform inom CRM och säljautomation med kunder i tio länder och en omsättning om cirka 152 MSEK.

Innehav: 7 370 493 aktier



Ninnie Karlsson, CFO

Ninnie ansvarar för bolagets ekonomi och finansiella rapportering. Hon är grundare och vd för NIN9 AB, genom vilket hon erbjuder interim CFO-tjänster. Senast arbetade hon som interim CFO för Upsales Technology under första kvartalet 2026. Dessförinnan var hon CFO på Jobylon (2022-2024). Hon har även arbetat som managementkonsult på Arkwright Consulting och som revisor på PwC.

Innehav: 1 500 aktier



Adam Normelli, CMO

Adam har ansvarat för marknadsföringen i både Upsales och Aira sedan 2021. Innan dess drev han ett eget produktionsbolag med kunder som Daniel Wellington och Ideal of Sweden. Han anslöt till Upsales 2021 och befordrades kort därefter till marknadschef med ansvar för hela marknadsorganisationen.

Innehav: 8 024 aktier



Fredrik Seidl, CTO

Fredrik ansvarar för bolagets teknik- och produktutvecklingsorganisation. Innan han utsågs till CTO hade han flera ledande roller inom Upsales, där han byggde upp omfattande erfarenhet av utveckling av skalbara SaaS-plattformar. Han leder idag teamet bakom Airas AI-plattform.

Innehav: 8 477 aktier i bolaget

Styrelse



Olle Rydqvist, styrelseordförande

Olle är medgrundare till Kleer Group AB, en ledande plattform inom ekonomitjänster. Under hans tid som vd växte bolaget med cirka 50 procent per år och tilldelades DI Gasell sex år i rad. Sedan 2021 är han verksam som investerare och styrelseledamot med fokus på teknikbolag.

Innehav: 0 aktier



Daniel Wikberg, styrelseledamot och vd

Daniel är grundare av både Aira och Upsales Technology. Han grundade Upsales 2003 och har varit bolagets vd fram till juli 2026. Under hans ledarskap har Upsales utvecklats till en etablerad SaaS-plattform inom CRM och säljautomation med kunder i tio länder och en omsättning om cirka 152 MSEK.

Innehav: 7 370 493 aktier



Baltsar Sahlin, styrelseledamot

Baltsar är medgrundare och vd för Mynt AB, Nordens största plattform för företagskort och utgiftshantering. Under hans ledning har Mynt vuxit till över 12 000 kunder och etablerat partnerskap med bland annat Fortnox, Visa och Nordea. Tidigare har Sahlin arbetat som managementkonsult och lett ett tillväxtprogram på Ericsson AB.

Innehav: 60 000 aktier

Ägarbild

Utestående aktier	Aktiekurs	Börsvärde
16 838 375	3,1 SEK	52,3 MSEK
Antal aktieägare	Insynsägande	Free float
1 601	44,2 %	55,8 %

Vd och grundare Daniel Wikberg är bolagets största ägare med totalt 43,8 % av kapitalet. Vidare består ägarlistan av den engelska fonden Herald Investment Management (5,9 %), Avanza Pension (5,8 %) följt av Nordea Fonder (5,1 %) och Nordnet Pensionsförsäkring (2,9 %). Vidare har en rad insynspersoner ett ägande i bolaget.

Ägare	Antal aktier (m)	Kapital
1. Daniel Wikberg 	7,4	43,8%
2. Herald Investment Management	1,0	5,9%
3. Avanza Pension	1,0	5,8%
4. Nordea Funds	0,9	5,1%
5. Nordnet Pensionsförsäkring	0,5	2,9%
6. Schroders	0,4	2,4%
7. Edvin Molander	0,4	2,1%
8. Anders Julin AB	0,3	1,7%
9. Erik Arvidsson	0,3	1,6%
10. Kristoffer Halldén	0,2	0,9%
11. Jonas Nordlander	0,2	0,9%
12. Björn Algvist	0,2	0,9%
13. Proprius Partners Oy	0,1	0,7%
14. Movestic Livförsäkring AB	0,1	0,7%
15. Fredrik Höglén	0,1	0,7%
16. Nordea Liv & Pension	0,1	0,6%
17. Dimitrios Stasais	0,1	0,6%
18. Håkan Kjellman	0,1	0,5%
19. Anna Wikberg	0,1	0,5%
20. Johan Jacobsson	0,1	0,4%
21. FRAM Capital GmbH	0,1	0,4%
22. Baltsar Sahlin 	0,1	0,4%
23. Jim David Robert Lundgren	0,1	0,4%
24. Nils Mårten Ljunghorn	0,1	0,3%
25. Kevin Forss Nordlund	0,0	0,2%

Risker

Skalnings- och exekveringsrisk

Investeringscaset bygger på att bolaget lyckas skala verksamheten genom att successivt expandera kundbasen och öka de återkommande abonnemangsinträden. Produkten befinner sig fortfarande i ett tidigt kommersiellt skede och bolaget har ännu inte visat att affärsmodellen kan skalas i större omfattning. Om kundanskaffningen utvecklas långsammare än väntat, försäljningen inte skalar i förväntad takt eller kundbehållningen blir svagare än väntat finns en risk att intäktsstillväxten och vägen till lönsamhet fördröjs alternativt uteblir. Eftersom bolagets värdering i hög grad bygger på framtida tillväxt bedömer vi att detta är den enskilt viktigaste risken.



Hög

Konkurrens- och teknologisk

Marknaden för AI-baserade säljverktyg utvecklas i snabb takt och präglas av hög innovationstakt. Aira konkurrerar indirekt med flera kapitalstarka aktörer som Salesforce, HubSpot, Microsoft och ett stort antal snabbväxande AI-bolag. Även om bolaget differentierar sig genom europeisk datatäckning och ett AI-drivet arbetsflöde finns en risk att konkurrenter utvecklar liknande funktionalitet eller integrerar motsvarande lösningar i sina befintliga plattformar. En hög utvecklingstakt ställer samtidigt stora krav på kontinuerlig produktutveckling för att bibehålla konkurrenskraften.



Medel

Nyckelpersonberoende

Aira är fortfarande en liten organisation där produktutveckling, strategi och kommersialisering till stor del drivs av grundarteamet. Investeringscaset bygger i hög utsträckning på ledningens erfarenhet från att tidigare ha utvecklat och skalat ett mjukvarubolag inom samma marknad. Ett bortfall av centrala nyckelpersoner eller svårigheter att attrahera kvalificerad kompetens skulle därför kunna påverka bolagets utveckling och genomförandeförmåga negativt.



Medel

Finansieringsrisk

Bolaget befinner sig i en investeringsfas där fokus ligger på produktutveckling och internationell expansion. Om uppskalningen tar längre tid än väntat eller kostnadsnivån ökar snabbare än intäkterna kan Aira behöva tillföra ytterligare kapital innan verksamheten når ett positivt kassaflöde. Framtida kapitalanskaffningar kan medföra utspädning för befintliga aktieägare och påverka avkastningen negativt.



Medel

Förvärvs- och integrationsrisk

Aira har kommunicerat en ambition att på sikt komplettera den organiska tillväxten med förvärv av etablerade mjukvaru- och databolag. Strategin syftar främst till att stärka produkten genom ytterligare funktionalitet och datakällor, men innebär samtidigt risker kopplade till värdering, integration och kapitalallokering. Om bolaget misslyckas med att identifiera lämpliga förvärvsobjekt eller integrera dessa på ett framgångsrikt sätt kan de förväntade produktförbättringarna och synergier utebli.



Låg

Databeroende och datakvalitet

Airas erbjudande bygger på tillgång till stora mängder extern företagsdata, däribland finansiell information, ägarstruktur, kontaktuppgifter och nyhetsflöden. Förändrade kommersiella villkor från dataleverantörer, begränsad tillgång till data eller försämrad datakvalitet kan påverka produktens värdeerbjudande och öka bolagets kostnadsbas. Aira har samtidigt kommunicerat en ambition att på sikt komplettera den organiska utvecklingen med förvärv av dataleverantörer, vilket kan minska beroendet av externa aktörer och stärka kontrollen över viktiga datatillgångar. Fram till dess kvarstår dock beroendet av externa leverantörer som en viktig operativ risk.



Medel

Värdering

Key stats

Antal aktier	16 838 375	Börsvärde (MSEK)	52,3
Aktiekurs (SEK)	3,1	Nettoskuld (MSEK)	-14,3
		Enterprise value (MSEK)	38,0

Rullande 12 månader

Nettoomsättning	0,5	EV/S	87,7
EBITDAC	-21,4	EV/EBITDA	neg.
Vinst	-13,9	P/E	neg.
Adj. FCF	-20,3	EV/FCF	neg.

Källa: Börsdata

Historiskt snitt

	EV/S	EV/EBITDAC	P/E	EV/FCF
Snitt 3 år	n/a	n/a	n/a	n/a
Snitt 5 år	n/a	n/a	n/a	n/a

Källa: Börsdata

Nyckeltal

Bruttomarginal	EBITDAC-marginal	EBIT-marginal	Vinstmarginal
n/a	neg.	neg.	neg.
OPCF-marginal	FCF-marginal	ROE	ROIC
neg.	neg.	neg.	neg.

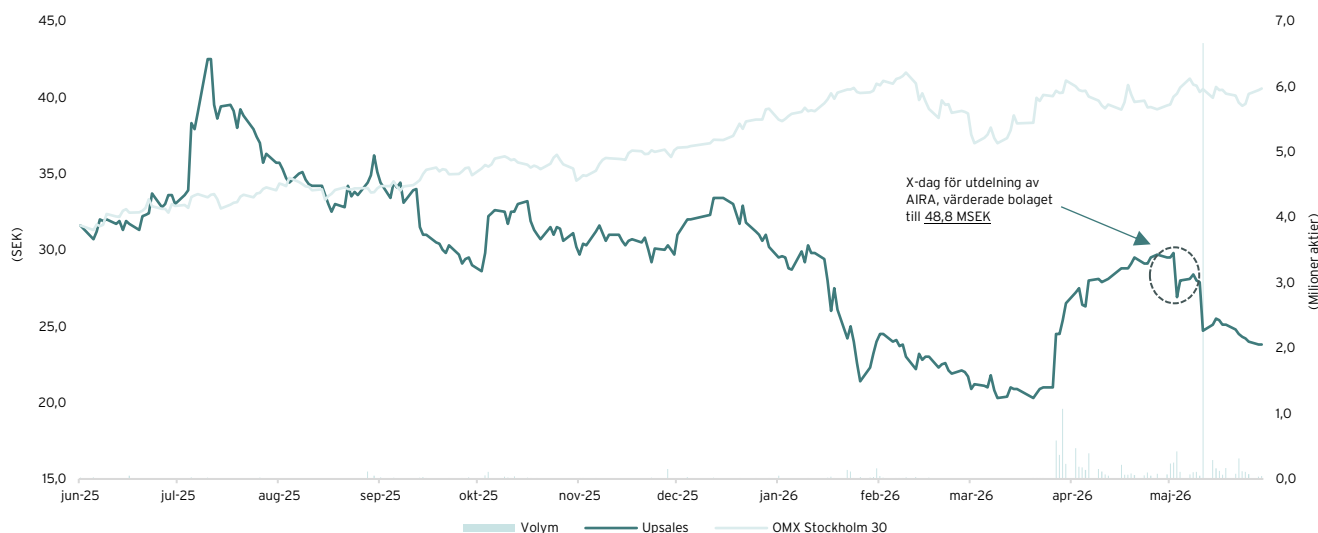
Källa: Börsdata

Värdeskapande avknoppning, men flöden pressar (som vanligt) kursen

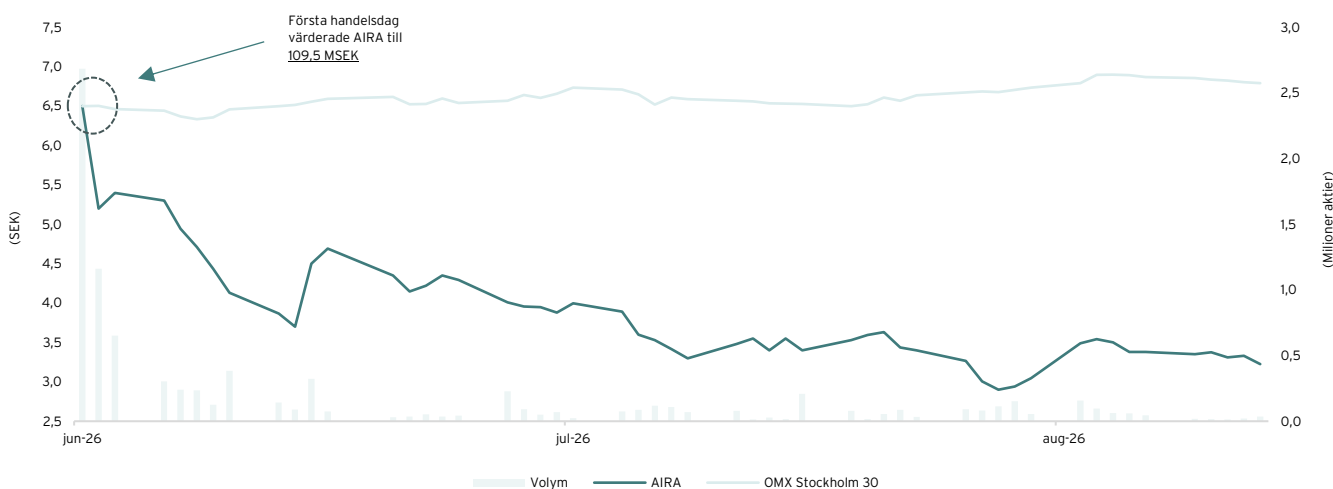
På X-dagen för utdelningen av Aira minskade Upsales marknadsvärde med totalt 48,8 MSEK, vilket kan ses som en ungefärlig referenspunkt för den initiala värderingen på Aira. I takt med att bolaget lyckades bygga upp ett större marknadsintresse och kommunicerade mer information värderades Aira till 109,5 MSEK vid stängning av bolagets första handelsdag. Avknoppningen av Aira skapade därför initialt cirka 60,7 MSEK i avkastning för Upsales aktieägare.

Ett vanligt fenomen för avknoppningar är att aktiekursen initialt pressas av säljflöden från aktieägare som saknar intresse för det avknoppade bolaget. Under Airas första handelsdag utgjorde ägarbasen exakt samma ägare som Upsales ägarbas per 20 maj 2026. Upsales ägarbas består av ett flertal institutioner och privatinvestorer, vilket innebär att Aira inte nödvändigtvis passar samtliga Upsales-ägares investeringsprofil. Initialt kan avknoppningar likt Aira skapa säljflöden som pressar aktien, vilket i vissa fall kan reverseras när de initiala säljflödena avtar och bolaget börjar leverera operativt.

Upsales Technology aktiekursutveckling 1 år



AIRA aktiekursutveckling sedan notering



Första kvartalet som självständigt bolag - Q2 2026 i korthet

Den 17 juli 2026 rapporterade Aira den första kvartalsrapporten som noterat bolag. Eftersom bolagets erbjudande kommersialiserades under kvartalet, gav siffrorna en fingervisning om erbjudandets initiala träffsäkerhet. Bolaget beskriver att de hittills sett högst efterfrågan på Connect, ett erbjudande som lanserades under kvartalet. Denna lansering ökar det genomsnittliga ordervärdet, stärker intäktskvaliteten och ger tillgång till en stor kundbas. Bolaget beskriver att de signerade den första betalande kunden kort efter lanseringen av erbjudandet.

De årligt återkommande intäkterna (ARR) uppgick till 1,8 MSEK vid utgången av perioden. Nettoomsättningen uppgick till 0,5 MSEK, EBITDA uppgick till -4,6 MSEK samt EBIT uppgick till -4,9 MSEK. Det aktiveringsjusterade lönsamhetsmättet EBITDAC uppgick till -5,8 MSEK under kvartalet. Kassaflödet från den operativa verksamheten uppgick till -4,1 MSEK, samt det justerade fria kassaflödet uppgick till -4,6 MSEK.

Då bolagets erbjudande kommersialiserades under kvartalet, ser vi på de initiala försäljningssiffrorna som relativt starka. Bolagets kostnadsbas påverkades under kvartalet av engångsposter relaterade till börsnoteringen, vilka ej väntas belasta kostnadsbasen i samma utsträckning framgent. I samband med noteringen bedömde bolaget att den tillförda kassan är tillräcklig för att finansiera bolagets verksamhet under 15-18 månader, även utan intäkter.

(MSEK)	Q1'26	Q2'26	H1'26
Årligt återkommande intäkter (ARR)	0,0	1,8	1,8
Nettoomsättning	0,0	0,5	0,5
Aktiverat arbete	2,2	1,2	3,4
Övriga intäkter	0,0	0,0	0,0
Totala intäkter	2,2	1,7	3,9
Direkta kostnader	0,0	-0,7	-0,7
Övriga externa kostnader	-4,8	-3,6	-8,4
Personalkostnader	-1,6	-2,0	-3,6
Av- och nedskrivningar	-0,3	-0,4	-0,6
Övriga rörelsekostnader	0,0	0,0	0,0
Totala rörelsekostnader	-6,6	-6,7	-13,3
EBITDAC	-6,3	-5,8	-12,2
EBITDA	-4,2	-4,6	-8,8
EBIT	-4,4	-4,9	-9,4
Inkomstskatt	0,0	0,0	0,0
Nettovinst	-4,4	-4,9	-9,4

*inkluderat kostnader som belastade Upsales innan avknoppning

Outlook

Aira har ännu enbart lämnat en kvartalsrapport som självständigt noterat bolag. Då Aira är i ett tidigt skede med låga intäkter, råder en naturlig osäkerhet kring bolagets framtida finansiella utveckling. Den kommersiella lanseringen av Aira utfördes den 15 april 2026, med en väntelista som vid utgången av mars innehöll 1 080 personer. Det är i dagsläget svårt att estimerar bolagets framtida uppskalningstakt och finansiella utveckling, givet dess tidiga skede.

En del av bolagets kunder kan i teorin säga upp abonnemanget med relativt kort framförhållning (applikationskunder), vilket innebär att bolagets ARR kan fluktuera mellan kvartalen. Däremot säljer bolaget erbjudandet Connect på årsabonnemang, vilket bidrar till en lägre initial churn och högre intäktskvalitet. Connect står även för merparten av bolagets intäkter, vilket bidrar till en ökad stabilitet i bolagets intjäning.

Vi har sammanställt en teoretisk känslighetsanalys för Airas potentiella intäkter, för att ge en uppfattning om bolagets intäktpotential baserat på hur många licenser Aira lyckas sälja. Känslighetsanalysen tar inte höjd för någon churn, utan förutsätter att samtliga kunder som ingår en licensprenumeration fortsätter vara betalande kund. Vi anser att Upsales-teamets gedigna track record, med självfinansierad organisk tillväxt sedan start, talar för att Aira kommer att kunna exekvera väl på sin go-to-market-strategi och sitt erbjudande.

Känslighetsanalys intäkter Aira.app

Antal sålda licenser	100	250	500	1 000	1 500	2 000	2 500	3 000	3 500	4 000	4 500	5 000
Försäljningspris årligen (EUR)	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800	1 800
ARR (MEUR)	0,2	0,5	0,9	1,8	2,7	3,6	4,5	5,4	6,3	7,2	8,1	9,0
EUR/SEK*	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01	11,01
ARR (MSEK)	2,0	5,0	9,9	19,8	29,7	39,6	49,5	59,5	69,4	79,3	89,2	99,1
Andel via affiliate program	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%	65%
Affiliate rev-share	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
Årlig bruttovinst (MSEK)	1,6	4,0	8,0	16,0	23,9	31,9	39,9	47,9	55,8	63,8	71,8	79,8

*per 2026-08-17

Exekvering mot finansiella mål kan ge betydande uppsida

Mot bakgrund av bolagets tidiga fas och begränsade historik har vi valt att avvakta med finansiella estimat i vår analys. Bolaget har en finansiell målsättning att nå 100 MSEK i ARR inom tre år, vilket även inkluderar tillväxt genom förvärv. Om Aira uppnår sin finansiella målsättning om 100 MSEK i ARR inom tre år, bedömer vi att uppsidan i aktien är betydande. Snabbväxande AI-bolag värderas i dagsläget mycket högt, där särskilt onoterade AI-bolag under de senaste åren genomfört kapitalanskaffningar på mycket höga ARR-multiplar.

Som referens har de onoterade AI-bolagen Ramp, Pennylane och Legora värderats till cirka 35-56x ARR i sina senaste finansieringsrundor. Samtliga dessa bolag är snabbväxande och genomför kontinuerligt nya finansieringsrundor för att finansiera den framtida tillväxtresan. Givet nuvarande sentiment, en framgångsrik kommersialisering av Aira och teamets goda track record, finns goda möjligheter att marknaden kommer att värdera bolaget högt. Som referens värderas även det svenska noterade AI-bolaget Briox, som under det senaste året uppvisat stark tillväxt, till cirka 26x ARR.

Med tanke på den planerade internationella expansionen och bolagets ambition att på sikt genomföra förvärv bedömer vi dock att sannolikheten för ytterligare kapitalanskaffningar är relativt hög. Grundarteamets historik från Upsales visar samtidigt att teamet har erfarenhet av att bygga ett snabbväxande mjukvarubolag med obefintligt behov av extern finansiering.

Disclaimer

Kalqyl bedriver verksamhet avseende bolag- och aktieanalys där information har sammanställts utifrån källor som Kalqyl bedömer är tillförlitliga. Informationens riktighet kan Kalqyl dock inte garantera, och inget som skrivs i analysen ska eller bör betraktas som en rekommendation till investering av något slag.

Denna analys är en uppdragsanalys, där det analyserade Bolaget har ingått avtal med Kalqyl avseende analys. Analysen/erna publiceras antingen vid enskilt tillfälle, eller per löpande basis under avtalsperioden mot en sedvanlig ersättning.

Åsikter och slutsatser som återfinns i analysen är enbart avsedd för mottagaren. Kalqyl ska ej hållas ansvariga för vare sig direkta eller indirekta skador som orsakats av beslut på grund av information i denna analys.

Alla investeringar i finansiella instrument är förknippade med ekonomisk risk, och historisk avkastning ger ingen garanti för framtida avkastning. Kalqyl har interna riktlinjer för anställdas privata aktieäggande i bolag som omfattas av analys. För att säkerställa oberoende och förtroende gäller särskilda handelsrestriktioner. Efter köp av aktier i ett bolag som omfattas av analys får försäljning med vinst inte ske inom 30 dagar. Dessutom råder handelsstopp i 14 dagar före planerad publicering av initieringsanalys, samt i 48 timmar efter publicering. För rapportkommentar/uppföljningsanalys råder handelsstopp från det datumet arbetet påbörjas, samt i 48 h efter publicering. Under dessa perioder får inga transaktioner genomföras i det aktuella bolagets aktier eller relaterade instrument.

Intressekonflikt

Albin Eriksson äger inte aktier i det analyserade bolaget

Analysen är en uppdragsanalys