



“Leverage successful models from the Nordics to simplify everyday life in East Africa”



Fjärde kvartalet (oktober - december 2021)

- Nettoomsättningen för fjärde kvartalet uppgick till 7,0 MSEK
- Rörelseresultat (EBITDA) för fjärde kvartalet uppgick till -2,8 MSEK
- Rörelseresultat (EBIT) för fjärde kvartalet uppgick till -4,1 MSEK
- Resultatet per aktie för fjärde kvartalet uppgick till -0,55 SEK
- Likvida medel vid periodens slut uppgick till 12,2 MSEK

Helåret 2021 (januari - december 2021)

- Nettoomsättningen uppgick till 23,5 MSEK
- Rörelseresultat (EBITDA) uppgick till -8,5 MSEK
- Rörelseresultat (EBIT) uppgick till -12,7 MSEK
- Resultatet per aktie uppgick till -1,69 SEK
- Likvida medel vid periodens slut uppgick till 12,2 MSEK

Väsentliga händelser under perioden

Tillväxt

- Social Media Lab hade en ökad aktivitet bland befintliga kunder samt fick in flera större kunder. Fjärde kvartalet blev årets starkaste och jämfört med samma period föregående år ökade omsättningen med 29%.
- Social Media Lab skrev avtal med mäklarkedjan Properties & Partners om att utveckla en tjänst i Social Content för mikromarknadsföring i sociala mediekanalet
- Kupatana fortsatte att växa och med Zoomtanzania stärker sin marknadsdominans

Förvärv & Organisation

- Bolaget utsåg Athena Nicolaidis till ny CFO för koncernen
- Kupatana gjorde en nyckelrekrytering för positionen "Head of classifieds och E-commerce" med över tio års erfarenhet från bla Avito, Jumia och Rocket Internet
- Bolaget slutförde förvärvet av de immateriella tillgångarna för Zoomtanzania
- Bolaget förvärvade den andra generationens plattform som inkluderar e-handelslösningar. Den nya plattformen möjliggör en mycket högre tillväxttakt både i användare, säkerhet och intäkter.
- Bolaget ingick ett avtal med Careplattform att starta ett JV-bolag inom digital vård i Afrika

Övriga händelser

- Bolaget genomförde en riktad nyemission om 11 MSEK innan finansiella- och juridiska omkostnader för att möjliggöra investeringar och en aggressivare tillväxt. Bolaget emitterade 1 981 980 miljoner nya aktier.
- Kostnader av engångskaraktär kopplade till emission uppgick under perioden till cirka 1,1 MSEK
- Goodwillavskrivningar uppgick för fjärde kvartalet till ca 1,2 MSEK

Väsentliga händelser efter periodens utgång

Den ledande marknadsplatsen i Tanzania är redo för lansering

- Kumatana har lanserat den nya plattformen med ny funktionalitet, säkerhet och design. All data har framgångsrikt flyttats över till den nya databasen.
- Unika användare har ökat under 2021 med mer än 200% och annonsinflödet med mer 100%. Detta är organisk ökning för Kumatana och Zoomtanzania tillsammans.
- Head of classifieds & e-commerce, Sammy Ben Abla, har flyttat till Dar es Salaam och byggt ut organisationen, byggt strategiska partnerskap och identifierat potentiella företagsförvärv för att stärka bolagets erbjudanden, intäkter och tillväxttakt.
- Bolaget har kommunicerat till den tanzaniska marknaden att Kumatana och Zoomtanzania slås ihop. Alla rikstäckande tidningar, nationella och lokala TV/radiostationer rapporterade om händelsen
- Kumatana har skrivit ett avtal med Uber att Kumatanas besökare kan boka "rides" genom Kumatana appen. Detta är en del av strategin att erbjuda flera vardagstjänster samt att öka intäktsströmmarna.

Unika samarbeten på plats för Social Media Lab

- Social Media Labs samarbete med ClearOn där Social Content används för digital kupongdistribution i sociala medier fortlöper. Tjänsten marknadsförs och säljs som SmartAd och ClearOn investerar i marknadskommunikation för att på bredfront nå ut till sina kunder under året
- Social Media Lab har gått live med mikromarknadsföring för mäklarkedjan Properties & Partners genom SaaS plattformen Social Content
- Social Media Lab har tecknat årsavtal med Whirlpool, Bonnierförlagen och Mobilapresentkort

Övrigt

- Bolaget valde att avsluta samarbetet med Careplattform och senarelägga satsningen på digital vård. Investeringsbeloppet är intakt och Bolaget satsar nu på Kumatanas tillväxtresa i Tanzania och Östafrika.

Ledningens rapport

Fjärde kvartalet präglades av viktiga steg för Kupatana. Vi har gjort betydande strategiska investeringar genom att slutföra förvärvet av vår största konkurrent, Zoomtanzania, på marknaden i Tanzania och genom att förvärva en ny andra generationens plattform. Förvärvet av Zoomtanzania ger oss en tydlig marknadsdominans med en kraftig ökning av både säljare och köpare. Med miljontals unika användare (både säljare och köpare) kommer vår nya plattform erbjuda en helt ny upplevelse med nya funktionaliteter, högre säkerhet och flera tjänster. Detta tillsammans med nyckelrekryteringen av Sammy Ben Abla som har utökat organisationen och lagt fram strategin som bäddar för en kraftig tillväxt 2022 och framåt.

Vi har ett tydligt fokus och förbereder oss för en kraftig tillväxt. Vi har jobbat med att etablera ytterligare strategiska partnerskap som stärker attraktiviteten i våra appar som kommer att öka intäktsströmmarna. Strategin bygger på att ha en app som erbjuder flera vardagstjänster. Genom att erbjuda flera vardagstjänster i en och samma app som tex att boka taxi, restaurang, hotell, flygbiljett eller betala vägs katt, försäkringar mm kan vi kapitalisera på vår trafik. Målet är att de behåller vår app så vi enkelt och kontinuerligt kan kommunicera erbjudanden som är skraddarsydda för våra användares behov. Vi blir ännu mer datadrivna för att öka konverteringar och därmed tillväxten på det mest kostnadseffektiva sätt.

Även om vi har gått live med den nya plattformen så blir den 4 mars startskottet för oss då vi arrangerar ett medieevent för ca 60 företag tillsammans med nyhetsmedia. Vi är väldigt positiva till att 2022 kommer att bli ett händelserikt år och att vi kommer att kunna kommunicera spännande nyheter mer frekvent.

Vårt andra bolag, Social Media Lab, hade ett bra fjärde kvartal där försäljningen ökade med 29% jämfört samma kvartal förra året. På helåret var tillväxten 10% jämfört med 2020 vilket är lägre än vad vi förväntade oss. Pandemieffekten fortsatte tyvärr att göra avtryck under året. Vi arbetar för att så snabbt som möjligt komma tillbaka till 2019 års tillväxt och gör vissa förändringar i personalen bla genom att rekrytera en ny säljchef. Vi har utvecklat moduler till Social Content som säljs som en SaaS lösningen inom två olika verksamhetsområden. Den ena är kupongdistribution i sociala medier i samarbete med ClearOn och den andra är mikromarknadsföring för bostadsannonser i sociala mediekanaler. Både dessa områden har fallit väl ut hos våra kunder och vi ser en stor utvecklingspotential.

Mikromarknadsföringen planeras att integreras med Kupatana inom kort för att ge vår kunder möjlighet att marknadsföra sina hemsidor/webbutiker i sociala medier.

Vi fortsätter att titta på ytterligare strategiska förvärv som stärker våra affärer och tillväxt i existerande och nya marknader.



Philip Ebbersten
VD

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Philip Ebbersten', written in a cursive style.

Verksamheten

Euroafrica Digital Ventures i korthet

Euroafrica Digital Ventures AB (publ) är ett techbolag inom digital media. Bolaget har under mer än ett decennium arbetat med marknadsföring i digitala kanaler och utvecklat kundanpassade SaaS-lösningar för effektivare och bättre resultat för marknadsföringskampanjer. Med en etablerad verksamhet i Norden har Bolaget tagit beprövade affärskoncept till tillväxtregionen Östafrika. Bolaget driver Tanzanias största digitala köp- och säljplattform och ska stärka denna befintliga plattform genom att nyttja synergier mellan Bolagets tekniska plattformar samt att expandera till andra tillväxtmarknader i Östafrika.

Verksamhetens utveckling

Bolaget gjorde en stor strategisk investering under Q4 i Kupertana genom att slutföra förvärvet av tillgångarna i Zoomtanzania och förvärva en andra generationens IT plattform. Lokalanpassning, ny design och migrering av data från den gamla plattformen har fortlöpt sedan slutet av november 2021. Beslut har tagits att slå ihop båda plattformarna och därmed öka annonsinflödet och trafiken till en och samma marknadsplats. Kupertana kommer att få en tydligare marknadsdominans när de båda varumärkena har gått in i den nya uppdaterade plattformen. Vidare gjorde bolaget en nyckelrekrytering av Sammy B.

Abla som har erfarenhet från Avito, Jumia och Rocket Internet som driver och utvecklar det lokala bolaget.

Social Media Lab såg en positiv ökning av försäljningen under sista kvartalet. Tillväxten var ca 29% högre jämfört med samma period förra året. Högre kundaktivitet bland befintliga kunder och flera nya kunder på väg in. Bolaget ser också ett intresse för det strategiska samarbetet med ClearOn för kupongdistribution i sociala medier där Social Content står för tekniken och Social Media Lab för marknadsföringen i de fall kunderna väljer det. Efter en framgångsrik testkampanj med Dafgårds och introduktionen av tjänsten på ClearOns årliga kundevent är försäljning och marknadsföring igång. Ytterligare en kampanj genomfördes med Essisty (Libresse) och andra är på väg in. I takt med att flera projekt genomförs kommer fler kunder se möjligheterna att genomföra kupongdistribution i sociala medier samt att vi samlar in mer data om kampanjerna och kan bli effektivare i marknadsföringen.

Euroafrica skrev ett avtal om att starta ett JV-bolag tillsammans med Careplatform Sweden AB och introducera digital vård i Afrika. Avtalet innebär att Euroafrica investerar 2 MSEK för 51% och Careplatform går in med teknisk plattform och know-how för 49% av det gemensamma bolaget.

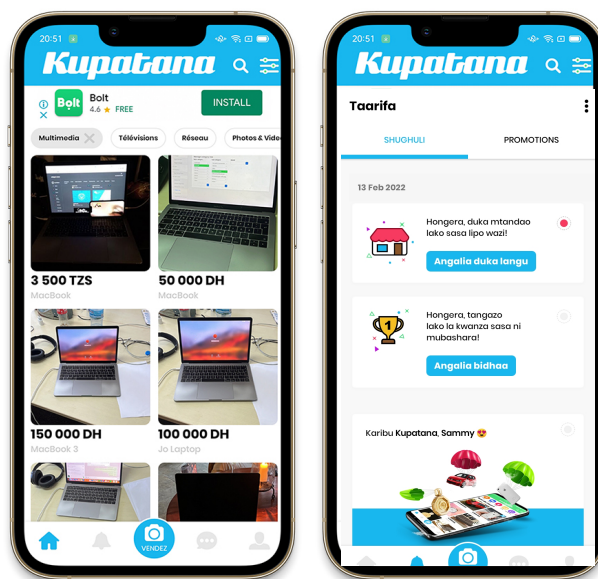
Händelser efter rapportperiodens utgång

Kupatana & Zoomtanzania

Bolagets nya marknadsplats har lanserats och fått god respons av marknaden. I samband med lanseringen av plattformen släpper Kupatana även en helt ny visuell identitet och en ny strategi för sin kundtjänst med syfte att skapa en trygg och säker plats för säljare och köpare att utbyta produkter på. Beslutet har fattats att migrera de båda varumärkena in i en och samma plattform. Det har genomförts en rad olika analyser och vi har bestämt oss för att behålla Kupatana som varumärke för de båda plattformarna.

Den nya plattformen finns tillgänglig på webb, iOS och Android och erbjuder flertalet nya tjänster så som möjligheten för säljare att öppna upp egna butiker, en virtuell plånbok för att genomföra köp av olika VAS tjänster samt en snabbare och förbättrad användarupplevelse för både säljare och köpare.

- Dashboard som enkelt visualiserar hur produkten presterar med förslag på förbättringar till säljarna
- AI-baserad annonsantering
- Möjligheten att öppna butiker
- Förbättrad infrastruktur och möjligheten att skala upp nya tjänster
- Notifikationssystem för att öka användandet av apparna
- Nya VAS funktioner
- GPS-baserade sökningar



Förbättringar och ökad funktionalitet

- Förbättrad process för att lägga upp annonser, tar några sekunder istället för minuter
- Automatisk kategorisering av annonser
- "Wallet" plattform som vi döpt till Kupesa för att hantera betalning av tjänster
- Chattfunktion för snabbare och säkrare kommunikation



Sammanläggningen mellan Kupatana och Zoomtanzania kompletterar varandra och gör oss till den absolut mest dominanta marknadsplatsen online i alla kategorier. Kupatana är t.ex. starkare i bilkategorin medan Zoomtanzania är starkare inom fastigheter och jobb. Bolaget kommer arbeta aktivt med att implementera en unik intäktmodell för respektive kategori och lägga till flera tjänster som möjliggör flera intäktströmmar.

I samband med lanseringen av den nya plattformen kommer vi att erbjuda följande "Value Added Services":

- Turbo ad – en kombination av boost och featured
- Boost ad – placerar din annons högst upp i flödet under 7 dagar
- Featured ad – ger din annons mer synlighet i flödet under 7 dagar



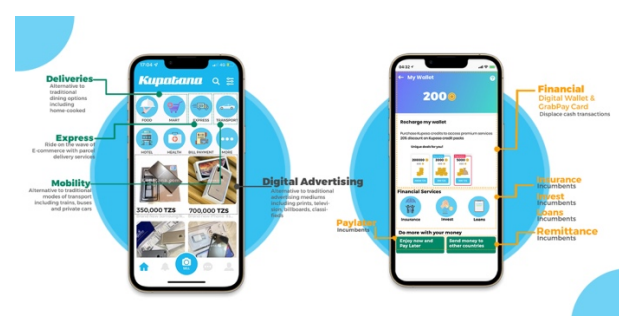
Annonsförsäljning och online butiker

Bolaget organiserar ett medieevent den 4 mars och kommer i samband med det introducera möjligheten till annonsering och skapandet av online butiker.

Som en av de mest besökta sajterna i Tanzania erbjuder Kupatana en fantastisk möjlighet för annonsörer att nå ut till miljontals kunder.

På medieevent den 4 mars kommer drygt 60 marknadschefer och VD:ar från mediebyråer, resebyråer, telekombolag, betalningsbolag, banker, spelbolag och FMCG-bolag att närvara. Intresset att samman har fått stort intresse och Bolaget kommer presentera den nya plattformen, erbjudanden och möjligheterna att vara synlig på Kupatana.

Kupatana blir en super-app



Målsättningen för Kupatana är att bli en super-app likt aktörer som Grab i Indonesien. Det här är ett växande fenomen i utvecklingsländer och i Tanzania är behovet stort för att samla alla tjänster på en och samma plats. Teamet har redan påbörjat arbetet med planerna för detta och ingått ett avtal med bland annat Uber för att erbjuda möjligheten att boka resor genom apparna. När Kupatana services lanseras kommer besökarna att kunna göra alltifrån boka flyg och hotell, biljetter till evenemang och leverans av mat.

Bolagets appstrategi är att möjliggöra flera tjänster som används i vardagen för att skapa en helhetslösning för användarna. På det sättet säkerställer Bolaget en kontinuerlig och relevant kommunikation till användarna. Att erbjuda övriga tjänster ökar även intäktströmmarna. Bolaget sitter i skarpa förhandlingar med flera aktörer och partners.

SOCIAL MEDIA LAB & SOCIAL CONTENT

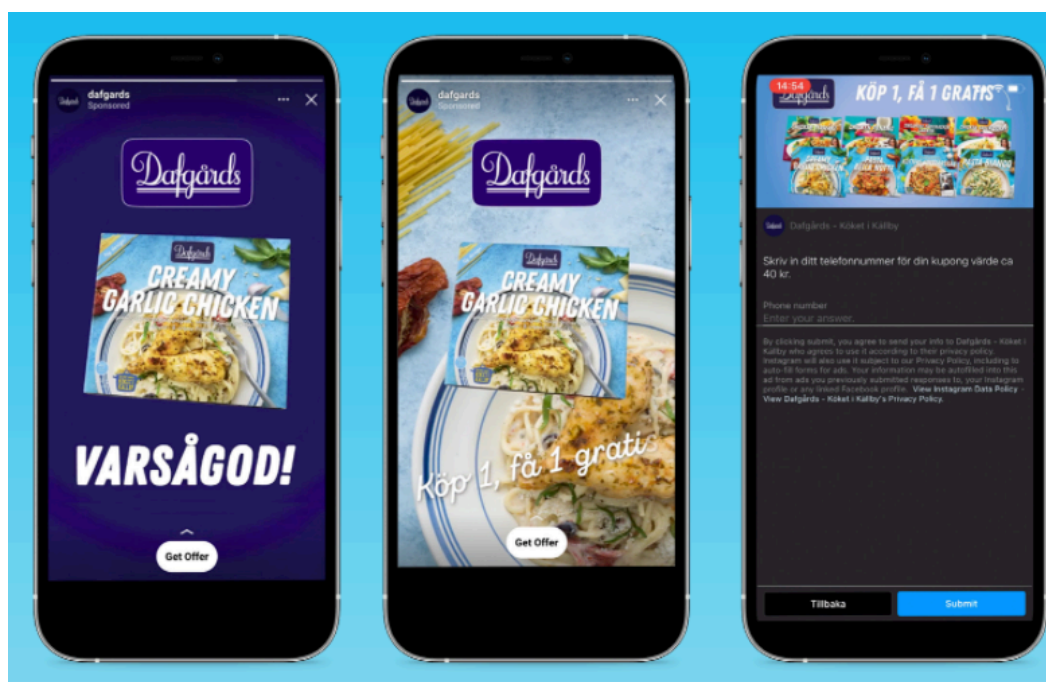
Social Media Lab har efter årsskiftet signerat ett årsavtal med Whirlpool. Bolaget ska leverera marknadsföringstjänster i flera kanaler Google, Facebook och Instagram. Vidare har bolaget fått förnyat förtroende och förlängt avtalet med Bonnierförlagen för Facebook/Instagram marknadsföring samt signerat ett årsavtal med Mobilapresentkort för digital marknadsföring.

Bolaget stärker upp försäljningsavdelningen med rekrytering av en ny försäljningschef samt ytterligare personer på säljavdelningen. Rekryteringen av ny säljchef är i slutfasen.

Social Media Lab och ClearOn har paketerat Social Content tjänsten om digitala kuponger - SmartAd. ClearOn investerar i marknadskommunikation för att lyfta ut SmartAd tjänsten på bredfront till sina tusentals kunder under året.

Den nyligen lanserade automatiska mikromarknadsföringstjänsten för mäklarkedjor är i gång. Social Media Lab kommer att sälja tjänsten till flera bostadsmäklarkedjor under året.

Exempel på integration med Clearon:



Finansiell och övrig information

Nettoomsättning och resultat

Koncernen hade 7,0 MSEK i nettoomsättning under fjärde kvartalet. Resultatet efter skatt under fjärde kvartalet uppgick till -4,1 MSEK. Nettoomsättningen under helåret 2021 uppgick till 23,5 MSEK och resultatet efter skatt uppgick till -12,8 MSEK.

Finansiell ställning och kassaflöde

Koncernens egna kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgick per den 31:a december till 34,1 MSEK. Det ger en soliditet på 68 %. Likvida medel uppgick till 12,2 MSEK vid periodens slut. Kassaflödet från den löpande verksamheten efter förändringar i rörelsekapital för fjärde kvartalet uppgick till 0,3 MSEK och under helåret 2021 till -3,2 MSEK. Kassaflödet från investeringsverksamheten för fjärde kvartalet uppgick till -7,1 MSEK och under helåret 2021 till -9,0 MSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten för fjärde kvartalet uppgick till 10,2 MSEK och för helåret 2021 till 23,6 MSEK. Det totala kassaflödet för fjärde kvartalet uppgick till 3,4 MSEK och för helåret 2021 till 11,3 MSEK.

Investeringar

Under fjärde kvartalet har bolaget investerat 7,0 MSEK och under helåret 2021 investerades 7,9 MSEK i immateriella anläggningstillgångar.

Antal utestående aktier

Antalet utestående aktier i bolaget vid periodens utgång var 12 084 117 styck inklusive nyemissionen från IPO:n om 6 000 aktier.

Personal

I koncernen finns 16 heltidsanställda och ytterligare personal anlitas på konsultbasis.

Transaktioner med närstående

Under rapportperioden oktober till och med december 2021 har transaktioner med närstående skett enligt följande: styrelseledamoten och vice VD Peter Persson, har via bolag erhållit ersättning om 243 KSEK för tjänster relaterade till affärsutveckling. För helåret har transaktioner med närstående skett enligt följande: styrelseledamoten och vice VD Peter Persson, har via bolag erhållit ersättning om 890 KSEK för tjänster relaterade till affärsutveckling, VD och tidigare styrelseledamoten Philip Ebbersten har via bolag erhållit ersättning om 240 KSEK för tjänster relaterade till företagsledning (avser perioden januari till mars och innan det Ebbersten anställdes

som VD), styrelsens ordförande Peter Hjorth har via bolag erhållit ersättning om 120 KSEK för tjänster relaterade till företagsledning (avser perioden januari till mars). Överenskommelse om tjänster med närstående sker på marknadsmässiga villkor.

Moderbolaget

Verksamheten i Euroafrica Digital Ventures AB (publ) är inriktad på tillhandahållande av koncernledningsfunktion, samt koncerngemensam finansiering. För fjärde kvartalet redovisas kostnader om 2,5 (0,5) MSEK och resultatet efter skatt uppgick till -2,3 (-8,7) MSEK. För helåret 2021 redovisas kostnader om 8,0 (2,5) MSEK och resultat efter skatt uppgick till -7,2 (-10,3) MSEK.

Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

Bolaget förvärvade under 2020 100% av aktierna i Kupatana AB med dotterföretaget Kupatana Tanzania Limited genom ett så kallat omvänt förvärv.

Under första kvartalet 2021 förvärvade bolaget 100 % av aktierna i SocialMediaLab Nordic AB, "SML", genom främst betalning med egna aktier. Då aktieägarna i SML genom transaktionen erhöll ett bestämmande inflytande över Euroafrica är även detta att betrakta som ett omvänt förvärv. Koncernredovisning har således upprättats såsom att SocialMediaLab Nordic AB är den redovisningsmässiga förvärvaren även fast Euroafrica är det legala förvärvaren. Detta innebär också att koncernens jämförelsesiffror avser koncernredovisningen för SML-koncernen för motsvarande perioder föregående år.

Företag där Bolaget innehar majoriteten av rösterna på bolagsstämman och företag där Bolaget genom avtal har ett bestämmande inflytande klassificeras som dotterföretag och konsolideras i koncernredovisningen. Dotterföretagen inkluderas i koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet överförs till koncernen. De exkluderas ur koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet upphör.

I övrigt är redovisningsprinciperna oförändrade jämfört med föregående år.

Risker

Väsentliga risk- och osäkerhetsfaktorer finns i alla bolag. De olika risker som finns rörande koncernens verksamhet diskuteras mer utförligt i Bolagets årsredovisning för 2020 som finns på Bolagets hemsida (www.euroafricadigitalventures.com).

Kommande rapporttillfällen

- Årsredovisning 2021 lämnas den 10 maj 2022
- Delårsrapport för perioden januari – mars 2022 lämnas 25 maj 2022
- Årsstämma 2022 hålls den 3 juni 2022
- Delårsrapport för perioden april – juni 2022 lämnas 25 augusti 2022
- Delårsrapport för perioden juli – september lämnas 24 november 2022
- Bokslutskommuniké för perioden januari – december 2022 lämnas 23 februari 2023

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför.

Denna information är sådan som Euroafrica Digital Venturas AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående persons försorg, för offentliggörande den 24 februari 2022 kl. 8.45.

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

Stockholm, den 24 februari 2022

Philip Ebbersten
VD

Peter Hjorth
Ordförande

Peter Persson
Ledamot

Emelie Smid
Ledamot

Fredrik Holmström
Ledamot

Johan Nordin
Ledamot

Björn Jonsson
Ledamot

För ytterligare information kontakta:

Philip Ebbersten, VD, Euroafrica Digital Ventures AB (publ)

E-post: philip.ebbersten@kupatiana.com

www.euroafricadigitalventures.com

Koncernresultaträkning

	Koncern 3 mån 2021-10-01 2021-12-31	Koncern 12 mån 2021-01-01 2021-12-31	Koncern 12 mån 2020-01-01 2020-12-31
(Belopp i KSEK)			
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	7 007	23 517	21 358
Aktiverat arbete för egen räkning	679	1 577	553
Övriga rörelseintäkter	-203	744	1 817
Summa intäkter	7 483	25 838	23 729
Rörelsens kostnader			
Varu- och materialkostnader	-4 186	-14 076	-11 042
Övriga externa kostnader	-2 662	-9 794	-3 954
Personalkostnader	-3 408	-10 443	-8 238
Av- och nedskrivningar materiella och immateriella anläggningstillgångar	-1 241	-4 133	-
Summa kostnader	-11 496	-38 446	-23 235
Rörelseresultat	-4 013	-12 608	494
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i koncernföretag	-	-25	-12
Resultat från andelar i intresseföretag	-88	-88	-
Finansiella intäkter	-	5	6
Finansiella kostnader	-15	-74	-144
Resultat efter finansiella poster	-4 117	-12 791	344
Skatt	-16	-16	-66
PERIODENS RESULTAT	-4 133	-12 807	278
Resultat per aktie före utspädning, SEK	-0,55	-1,69	555
Genomsnittligt antal aktier, st	7 564 003	7 564 003	500
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,45	-1,40	-
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning, st ¹⁾	9 126 503	9 126 503	-

1) Vid fulltäckning av TO1 tillkommer 1 562 500 aktier.

Koncernbalansräkning

	Koncern	Koncern
(Belopp i KSEK)	2021-12-31	2020-12-31
Tecknat ej inbetalt kapital	38	-
Tillgångar		
Immateriella tillgångar	32 365	3 954
Inventarier, verktyg och installationer	114	-
Aktier i intresseföretag	26	-
Andra långfristiga fordringar	348	17
Kundfordringar	2 957	3 661
Kortfristiga fordringar	1 297	466
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	819	174
Kassa och Bank	12 152	807
Summa tillgångar	50 116	9 080
Eget kapital och skulder		
Eget kapital	34 122	662
Checkräkningskredit	1 191	1 208
Leverantörsskulder	3 471	2 121
Andra långfristiga skulder	1 122	-
Kortfristiga skulder	7 774	3 889
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 436	1 201
Summa eget kapital och skulder	50 116	9 080

Förändringar av eget kapital

	Koncern	Koncern	Koncern
	2021-10-01	2021-01-01	2020-01-01
(Belopp i KSEK)	2021-12-31	2021-12-31	2020-12-31
Ingående balans	28 347	662	384
Nyemissioner	25 261	31 000	-
Ej registrerad nyemission	-14 261	-	-
Nyemissionskostnader	-1 104	-2 867	-
Erhållna aktieägartillskott	-	-	26
Omvänt förvärv	-	18 122	-
Rättelse av tidigare år	8	8	-
Omräkningsdifferens	4	3	-
Periodens resultat	-4 133	-12 806	278
Utgående balans	34 122	34 122	662

Kassaflödesanalys

	Koncern	Koncern	Koncern
	2021-10-01	2021-01-01	2020-01-01
(Belopp i KSEK)	2021-12-31	2021-12-31	2020-12-31
Kassaflödet från den löpande verksamheten efter förändringar i rörelsekapital	255	-3 215	855
Kassaflödet från investeringsverksamheten	-7 115	-9 007	-971
Kassaflödet från finansieringsverksamheten	10 220	23 567	-238
Periodens kassaflöde	3 360	11 345	-354
Likvida medel vid periodens början	8 793	807	1 161
Likvida medel vid periodens slut	12 152	12 152	807
Förändring i periodens kassaflöde	3 360	11 345	-354

Nyckeltal

	Koncern 2021-10-01 2021-12-31	Koncern 2021-01-01 2021-12-31	Koncern 2020-01-01 2020-12-31
Marginaler			
Summa rörelsens intäkter, KSEK	7 483	25 838	23 729
Bruttomarginal, %	40,3	40,1	48,3
Rörelsemarginal, %	neg	neg	2,3%
Vinstmarginal, %	neg	neg	2,3%
Räntabilitet			
Avkastning på totalt kapital, %	neg	neg	5,5%
Avkastning på eget kapital, %	neg	neg	52%
Kapitalstruktur			
Eget Kapital, KSEK	34 122	34 122	662
Balansomslutning, KSEK	50 116	50 116	9 080
Soliditet, %	68%	68%	7%
Investeringar			
Nettoinvesteringar i immateriella tillgångar, KSEK	7006	7904	971
Nettoinvesteringar i materiella tillgångar, KSEK	109	109	-
Medarbetare			
Antal anställda vid periodens slut, st	16	16	14
Data per aktie			
Aktier vid periodens slut, st	12 084 117	12 084 117	500
Genomsnittligt antal aktier, st	7 564 003	7 564 003	500
Resultat per aktie, SEK	-0,55	-1,69	555
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,45	-1,40	-
Eget kapital per aktie, SEK	2,82	2,82	1 323
Aktiernas kvotvärde/nominellt värde, SEK	1,84	1,84	100
Totalt aktiekapital, SEK	22 234 776	22 234 776	50 000

Moderbolagets resultaträkning

	3 mån	3 mån	12 mån	12 mån
	2021-10-01	2020-10-01	2021-01-01	2020-01-01
(Belopp i KSEK)	2021-12-31	2020-12-31	2021-12-31	2020-12-31
Rörelsens intäkter				
Nettoomsättning	160	-	875	400
Summa intäkter	160	-	875	400
Rörelsens kostnader				
Övriga externa kostnader	-1 483	-490	-6 055	-2 457
Personalkostnader	-1 021	-	-1 985	-
Av- och nedskrivningar materiella och immateriella anläggningstillgångar	-	-	-	-
Summa kostnader	-2 504	-490	-8 040	-2 457
Rörelseresultat	-2 345	-490	-7 166	-2 057
Resultat från finansiella investeringar				
Resultat från andelar i koncernföretag	-	-8 218	-	-8 218
Finansiella intäkter	-	-	-	-
Finansiella kostnader	-4	-	-4	-
Resultat efter finansiella poster	-2 348	-8 709	-7 170	-10 276
Skatt	-	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	-2 348	-8 709	-7 170	-10 276

Moderbolagets balansräkning

(Belopp i KSEK)	2021-12-31	2020-12-31
Tillgångar		
Tecknat ej inbetalt kapital	38	139
Immateriella anläggningstillgångar	6 327	-
Aktier i dotterföretag	46 451	14 848
Aktier i intresseföretag	-	-
Fordringar hos koncernföretag	623	400
Kortfristiga fordringar	-	70
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	158	60
Kassa och Bank	10 538	813
Summa tillgångar	64 136	16 329
Eget kapital och skulder		
Eget kapital	59 152	15 867
Leverantörsskulder	238	151
Skulder till koncernföretag	700	-
Kortfristiga skulder	3 321	13
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	726	299
Summa eget kapital och skulder	64 136	16 329

Definitioner av nyckeltal för koncernen

Nyckeltal

Marginaler

Rörelsemarginal, %

Rörelseresultat i procent av totala intäkter.

Vinstmarginal, %

Resultat efter finansnetto i procent av totala intäkter.

Räntabilitet

Avkastning på eget kapital, %

Nettoresultat i procent av genomsnittligt eget kapital. Genomsnittligt eget kapital beräknas som ingående plus utgående eget kapital dividerat med två.

Avkastning på totalt kapital, %

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av genomsnittligt balansomslutning. Genomsnittligt balansomslutning har beräknats som ingående plus utgående sysselsatt kapital dividerat med två.

Kapitalstruktur

Eget kapital, tkr

Eget kapital vid periodens slut.

Soliditet, %

Eget kapital inkl. minoritet i procent av balansomslutningen.

Investeringar

Nettoinvesteringar i immateriella och materiella anläggningstillg. tkr

Periodens investeringar i immateriella och materiella anläggningstillgångar minskat med periodens försäljningar och utrangeringar.

Medarbetare

Antal anställda, st

Antal anställda beräknad utifrån arbetad heltid vid periodens slut.

Data per aktie

Antal aktier, st

Antal utestående aktier vid periodens slut.

Genomsnittligt antal aktier, st

Genomsnittligt antal aktier under perioden.

Resultat per aktie, kr

Resultat efter skatt, dividerat med genomsnittligt antal aktier för perioden.

Eget kapital per aktie, kr

Eget kapital vid periodens slut dividerat med antal aktier vid periodens slut.