

2024 Årsredovisning



Strawbees.



JARAMBA



albert

albert
GROUP



Innehåll

Strategisk översikt

Introduktion till eEducation Albert AB	3
VD har ordet	4
Vår strategi	6
Mission och vision	7
Produkt	8
Marknad	11
Lönsam tillväxt	13

Hållbarhetsredovisning

Inledning	16
Hållbar affär för Albert och dess intressenter	17
Samhälle	18
Tjänster	19
Medarbetare	20
Mångfald	21
Miljö	22

Förvaltningsberättelse

Verksamhetens art och inriktning	24
Väsentliga händelser under och efter räkenskapsåret	25
Finansiell översikt	26
Albert-aktien	27
Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer	29
Förslag till disposition av årets resultat	31

Finansiella rapporter

Koncernens resultaträkning	33
Koncernens balansräkning	34
Koncernens förändring i eget kapital	36
Koncernens kassaflödesanalys	37
Moderbolagets resultaträkning	38
Moderbolagets balansräkning	39
Moderbolagets förändring i eget kapital	41
Moderbolagets kassaflödesanalys	42
Noter	43

Övrigt

Styrelsens och VD:s underskrift	56
Revisionberättelse	57
Nyckeltal och definitioner	59



Introduktion till eEducation Albert AB

Albert-gruppen utvecklar och säljer edtech-produkter för skolor och konsumenter.

Bolaget grundades 2015 med målet att demokratisera utbildning och ge varje barn möjligheten att nå sin fulla potential. Bolaget gör lärande engagerande och individ-anpassad genom en produktportfölj av utbildningsappar, utbildningsfilmer och fysiska läroprodukter. I portföljen ingår varumärkena Albert Junior, Albert Teen, Jaramba, Holy Owly, Film & Skola, Strawbees och Sumdog.

Konsumentprodukterna tillhandahålls genom appar mot en fast års- eller månadsavgift, vilka tillgängliggörs på Apple App Store och Google Play. Skolprodukterna säljs genom

direktförsäljning mot fast årsavgift eller engångsbelopp.

Bolaget är huvudsakligen verksamt i Norden, Storbritannien och USA, men är även aktivt på flera marknader i Europa och Asien. Baserat på Bolagets egna undersökningar är Bolaget en ledande aktör inom B2C-segmentet i Norden avseende digitala utbildningstjänster med djupgående utlärningsinnehåll. Sedan Bolaget grundades har Albert hjälpt miljontals barn världen över med lärande. Bolaget har sitt huvudkontor i Göteborg, Sverige, och lokala organisationer i Storbritannien och Frankrike.

178 msk

nettoomsättning

+9

marknader

15

produkter

103

medarbetare

6

varumärken

Nyckeltal i fokus

Tusentals SEK	2024	2023	2022	2021	2020
Nettoomsättning	177 791	177 893	101 796	62 564	23 907
Procentuell förändring mot jämförelseperiod	0%	75%	63%	162%	220%
EBITDA	-30 706	-6 251	-69 383	-52 269	-20 882
EBITDA Marginal	-17%	-4%	-68%	-84%	-87%
EBITA	-45 984	-25 096	-78 888	-57 113	-26 153
Periodens resultat före skatt	-113 666	-85 157	-102 445	-57 264	-26 381
Procentuell förändring mot jämförelseperiod	-33%	17%	-79%	-117%	-80%
Periodens resultat efter skatt	-104 789	-79 897	-97 664	-57 264	-26 381
Resultat per aktie (SEK)*	-4.17	-3.18	-5.51	-3.26	-2.72
Kassaflöde för den löpande verksamheten	-26 915	-17 880	-65 479	-51 513	-11 907
Periodens kassaflöde	-36 787	-22 217	-148 211	182 968	47 821

*Resultat per aktie har räknats om med den aktiesplit (250:1) som registrerades 25:e augusti 2021.

VD har ordet

Bästa aktieägare,

Lönsamhet är vårt stora fokus och resan mot detta är i full gång. 2024 har varit ett omställningens år där vi har vidtagit flera kraftfulla åtgärder. Vi har effektiviserat verksamheten, flyttat resurser till välpresterande områden, börjat genomföra kommersiella satsningar för att öka försäljningen och fokuserat produktutveckling till våra kärnområden. Sammantaget gör detta att vi står redo för 2025 och att nå lönsamhet.

Omställning och strategisk transformation

Inför 2024 satte vi fokus på lönsamhet och effektivitet vilket ledde till att vi under första kvartalet lanserade ett lönsamhetsprogram. En viktig del i detta var att uppnå synergier mellan våra varumärken och affärsområden. Tidigare verkade flera delar av koncernen relativt självständigt, men under året har vi enat bolaget och skapat en mer skalbar struktur. Detta har gett oss bättre förutsättningar att nyttja synergier mellan produktområden och geografiska marknader.

Denna organisationsförändring gjorde att vi också kunde få till en effektivare organisation. Vi inledde 2024 med 129 anställda och konsulter, men efter årets förändringar hade vi minskat detta till 103 personer. Som en konsekvens minskade våra löpande kostnader (exklusive marknadsföring) med drygt en miljon SEK per månad till ca 11 miljoner SEK per månad.

Marknadsutveckling och affärsframgångar

Trots kostnadsbesparingar har vi lyckats växa organiskt inom våra nyckelprodukter. Inom B2B har vi nått all-time-high i fakturerad försäljning för Strawbees och Swedish Film, medan Sumdog hade tillväxt under andra halvåret. Utvecklingen har varit god i USA, Sverige och Skottland. Däremot har tillväxten i England varit långsammare än förväntat, så vi har justerat strategin och kommer framåt att satsa mer på direktförsäljning vilket har varit ett framgångsrecept för oss på våra andra marknader. Inom B2C har vi sett ett positivt trendbrott sedan sommaren. Kampanjerna under andra halvåret har lett till en större bas av betalande prenumeranter än förväntat.

Det positiva momentumet i både B2B och B2C gjorde att vi valde att öka satsningarna på marknadsföring och kommersiell personal under hösten 2024, en satsning vi förväntar oss ska ge positiva effekter under 2025 och framöver.

Finansiell utveckling

Vår nettoomsättning för 2024 var 178 miljoner SEK, i linje med föregående år, medan EBITDA uppgick till -31 miljoner SEK, jämfört med -16 miljoner SEK för 2023 justerat för en positiv effekt om 13 002 TSEK hänförlig till att tilläggs-köpeskillingen för Sumdog-förvärvet inte realiserades och därmed återfördes, samt en negativ engångseffekt om 3 104 TSEK relaterad till transaktionskostnader för förvärv och kapitalanskaffning. Trots de lägre löpande kostnaderna har EBITDA försämrats. Detta beror på att vi ökat satsningarna på marknadsföring och minskat aktivering av FoU-kostnader vilket beror på en mindre andel utvecklingsarbete och mer underhållsarbete jämfört mot tidigare år. Framöver förväntas den ökade marknadsföring leda till ökad försäljning och med bibehållet fokus på de löpande kostnaderna ska lönsamheten gå åt rätt håll. Vi har en stabil finansiell position med en kassa om 44 miljoner SEK vid årets slut och en tydlig plan för att nå lönsamhet och därefter positivt kassaflöde.

Framtidsutsikter och strategiska prioriteringar för 2025

Vårt primära mål för 2025 är att nå positiv EBITDA. Detta ska uppnås genom att fortsätta fokusera på välpresterande affärsområden samtidigt som vi arbetar på ett effektivt sätt.

- **Albert Junior:** Öka livstidsvärdet av kunderna genom minskad churn, samt växa på nya och nyligen lanserade marknader såsom Polen, Rumänien och Tjeckien.
- **Strawbees:** Skala upp vår framgångsrika direktförsäljning i USA för att sälja mer till befintliga skoldistrikt men också vinna nya. Produkten är mogen, men anpassningar till olika lokala marknader gör den ännu mer attraktiv.

VD har ordet



- **Sumdog:** Accelerera tillväxten i England genom direktförsäljning och tydligare fokus på varumärket och positioneringen som volymträningsverktyg för matte.
- **Swedish Film:** Förbättra försäljningen och distributionen av vårt uppskattade utbud av utbildnings- och spelfilmer genom att utveckla våra egna streamingportaler och göra försäljningsorganisation mer effektiv.

Vi har redan inlett året med flera viktiga produktlanseringar: Sumdog "fluency booster", Albert Junior expansion till Tjeckien och en nylanserad streamingportal för filmer. Nu ser vi fram emot att vidareutveckla affären kring dessa under året.

Tack!

Jag vill avsluta med att tacka våra medarbetare, kunder och partners för ett hårt och engagerat arbete under 2024. Ett stort tack även till våra aktieägare för ert förtroende och ert fortsatta stöd. Vi går nu in i 2025 med en tydlig strategi och en stark beslutsamhet att vända till lönsamhet samtidigt som vi fortsätter vårt uppdrag att hjälpa barn runt om i världen att nå sin fulla potential genom engagerande lärande.

Bästa hälsningar,

Jonas Mårtensson, VD

Vår strategi

Skola och hemmet måste samverka kring barns lärande

I dagens samhälle är lärande och utbildning grundläggande för ett gott liv. Att behärska kärnämnen som läsning, skrivning och matematik är avgörande för fortsatt utveckling.

Lärande sker både i skolan och hemma, men utbildnings-systemet lyckas inte alltid hjälpa alla barn att nå sin fulla potential. PISA-resultaten visar på utmaningar där vissa elever tappat motivation, har särskilda behov eller inte får tillräcklig stimulans. Utbildningssystemet står inför en komplex uppgift att möta dessa varierande behov. Traditionella undervisningsmetoder engagerar inte alla, och även om moderna pedagogiska metoder som individanpassat och varierat lärande är väl beprövade, saknar många skolor tid, resurser och kunskap för att tillämpa dem fullt ut.

För att barn ska nå sin fulla potential krävs ett starkare samspel mellan skola och hem. Många föräldrar saknar insikt i vad deras barn lär sig och hur de bäst kan stödja dem.

Dessutom konkurrerar fritidsaktiviteter, vänner och digitala medier med lärandet. Vissa föräldrar kompenserar genom privat läxhjälp eller digitala resurser, men dessa är inte alltid tillgängliga eller kopplade till skolans läroplan.

Att engagera barn i lärande, både i skolan och hemma, är avgörande för deras framtid. Både utbildnings-systemet och föräldrar investerar tid och resurser i detta, vilket driver en växande marknad där behovet är stort och betalningsviljan finns. Sedan 2021 har investeringarna för utbildning ökat, och produkter för blandat lärande (så som digitala studie-appar) spelar en allt viktigare roll som komplement till klassrumsundervisning.

Samhället

Utbildning är avgörande för samhället, men många barn kämpar med inlärningssvårigheter, låg motivation eller brist på stöd, vilket påverkar samhället på lång sikt.

Skolan

Skolor möter varierande inlärnings-behov men saknar tid, resurser och effektiva verktyg för att genomföra individanpassat och engagerande lärande.

Hemmet

Föräldrar vill stödja sina barns lärande men saknar ofta kunskap, tid eller pengar. Kopplingen mellan skola och hem är svag, och kvalitativt stöd är inte alltid tillgängligt.

Engagerande och individanpassat lärande för alla

Vår mission är att hjälpa varje barn att nå sin fulla potential genom att göra lärandet roligt och individanpassat, både i skolan och hemma.

För att göra det är vår vision att skapa den mest engagerande och anpassade lärplattformen för blandat lärande som stärker lärare och föräldrar i att stötta barns utveckling.

För att åstadkomma detta fokuserar vi på sex nyckelområden

Engagerande lärande

Genom gamification, storytelling och interaktiv design blir lärande roligt.

Individanpassad lärupplevelse

Lärandet anpassas efter varje barns nivå, intressen och inlärningsstil.

Stark koppling mellan hem och skola

Vi ger insyn och stöd för att synliggöra elevens framsteg och behov.

Fokus på kärnämnen

Vi stärker grundläggande färdigheter inom matematik och STEM (samt läsning som komplettering i unga åldrar).

Flygande start på lärande

Genom att lägga ett stort fokus på lärande i tidig ålder ökar vi chanserna för långsiktig akademisk framgång.

Få ut det fulla värdet

Vi hjälper lärare, föräldrar och barn att använda våra produkter så att deras behov möts och de ser det fulla värdet i produkterna.

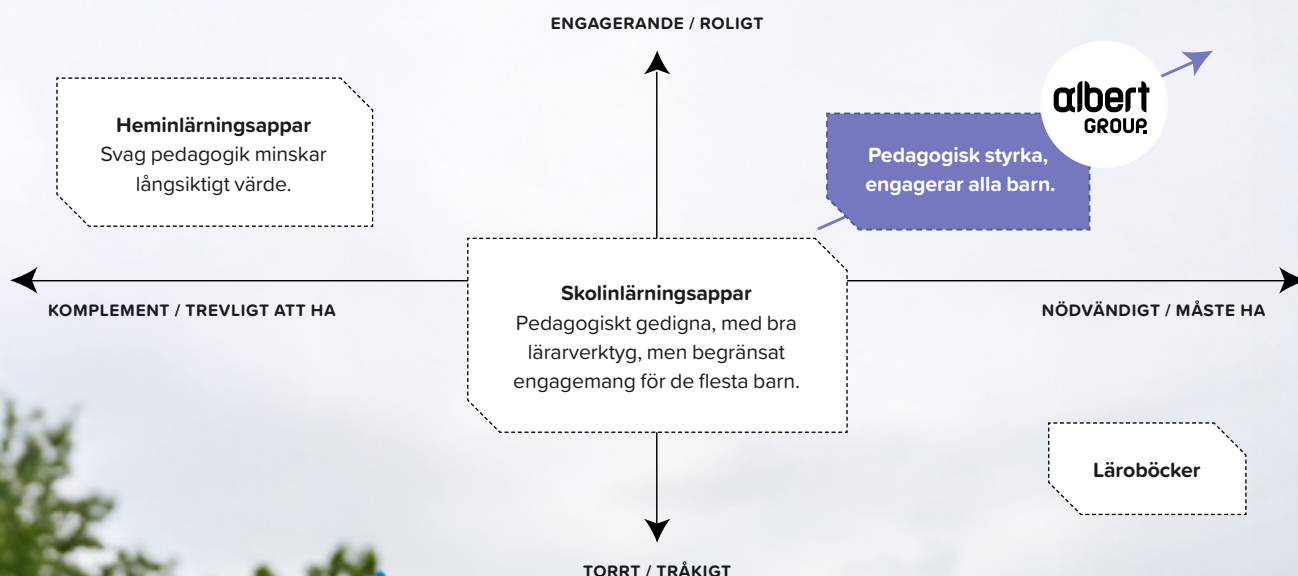
Produktstrategi

Att kombinera **pedagogisk kvalitet** med en **engagerande upplevelse** för användarna ser vi som en nyckel till framgång.

Denna positionering har genomsyrat vår strategi under lång tid och guidat både egen produktutveckling och förvärv av nya produkter. Det är också denna positionering som gör oss unika. Traditionella skolböcker håller ofta hög utbildningskvalitet men är inte så engagerande att använda och kräver aktivt lärarstöd. Detsamma gäller för de flesta läroappar anpassade för skolor som oftast är digitaliserade versioner av läroböcker.

Men det finns också läroappar som är engagerande, speciellt för hemmabruk, men de flesta av dessa håller inte tillräckligt hög utbildningskvalitet.

Genom att kombinera pedagogisk kvalitet med en engagerande upplevelse har vi en stark positionering för att tåla både barn, lärare och föräldrar.

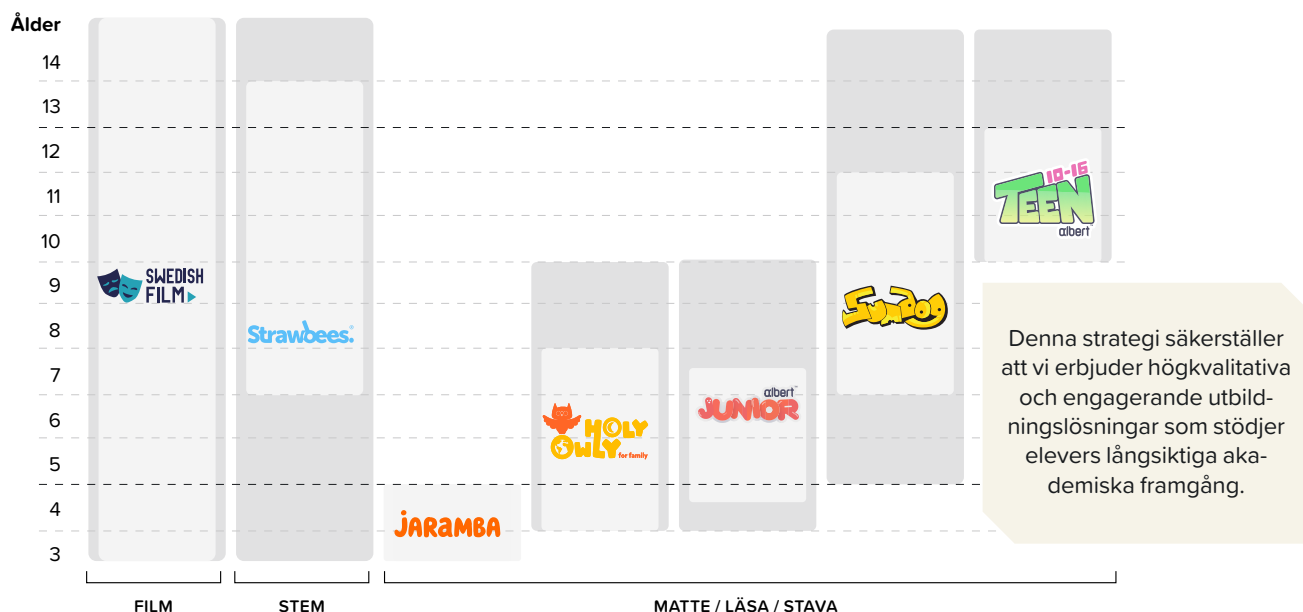


Vår strategi: Produkt

Tydligt fokus för konkurrenskraftig positionering

Lärande pågår under hela människans livstid. Det finns massvis med ämnen att lära sig om och lärande kan ske både formellt (så som i skolan) eller informellt (så som vid lek eller upplevelser). Albert-gruppen har valt att fokusera på några tydliga områden inom läromedel:

- Fokus på kärnämnen:** Kärnämnen är grunden för allt lärande och avgörande för framtida studier och yrkesliv. Forskning visar att goda kunskaper i matematik och språk tidigt i livet ökar chanserna för akademisk och ekonomisk framgång. Samtidigt har många barn svårigheter inom dessa områden, vilket gör insatser här särskilt viktiga. Med ett mer teknikbaserat samhälle växer efterfrågan på STEM-kompetens och vi rustar också barn för framtidens arbetsmarknad.
- Fokus på unga:** Tidiga insatser har störst effekt – om barn får en stabil grund i låg- och mellanstadiet ökar chansen att de lyckas senare. Lärglädje formas i unga år, och engagerande undervisning kan skapa en positiv
- inställning till lärande för livet.** Föräldrar är också mer involverade i dessa åldrar, vilket ger bättre möjligheter till samarbete mellan skola och hem. Dessutom har yngre elever större behov av pedagogiskt anpassade och interaktiva lärresurser. Därför fokuserar vi på barn i åldrarna 5-12 år.
- Fokus på blandat lärande:** Traditionell utbildning är ofta baserad på böcker och där finns det redan många bra lösningar. Modern pedagogik lyfter fram att barn lär sig bäst genom blandat lärande, det vill säga en kombination av digitala och fysiska metoder som skapar engagemang och variation. Digitala verktyg kan individanpassa lärandet, ge omedelbar feedback och öka motivationen genom spel och interaktivitet. Samtidigt stärker de skola-hem-kopplingen genom att ge föräldrar insyn i barnens utveckling. Genom att kombinera traditionella och moderna metoder säkerställer vi att fler elever får rätt förutsättningar att lyckas.

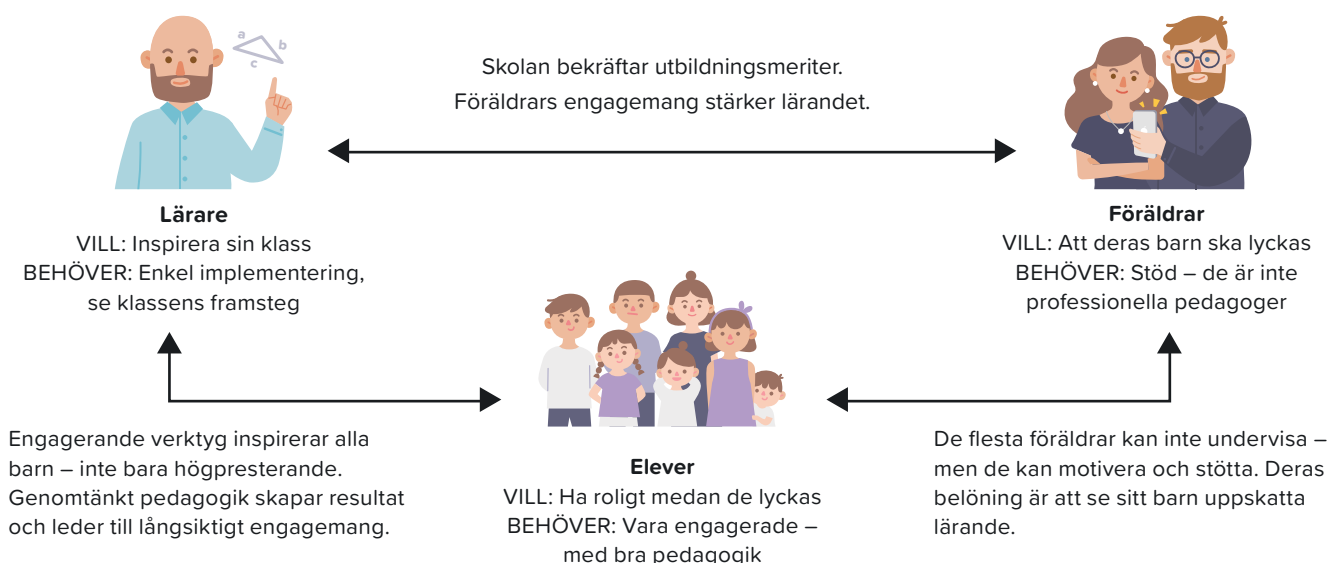


Vår strategi: Produkt

Knyt ihop lärande i skolan och hemmet

För att ge varje barn bästa möjliga förutsättningar att nå sin fulla lärandepotential måste vi skapa en sammanhållen läroresa mellan skolan och hemmet. Idag är kopplingen mellan dessa ofta bristfällig – föräldrar har begränsad insyn i vad deras barn ska lära sig, vilka områden de har svårt med och hur de bäst kan stödja hemma. Samtidigt konkurrerar lärandet med fritidsaktiviteter, och många föräldrar saknar tid, kunskap eller resurser för att ge rätt stöd.

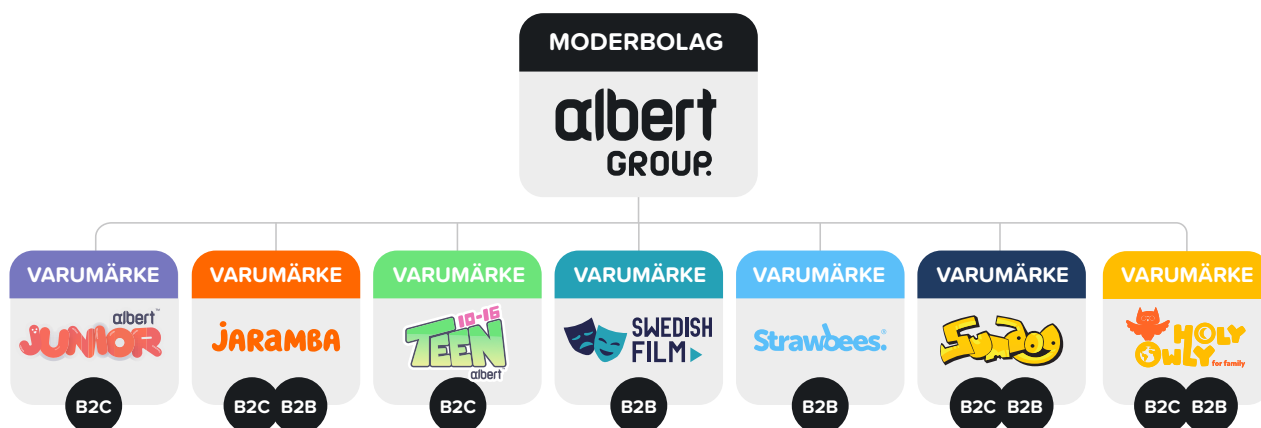
Genom att sätta barnet i centrum vill vi skapa en stark skola-hem-koppling där både lärare och föräldrar får insikter om barnets utveckling, kunskapsluckor och hur dessa kan åtgärdas. Med digitala verktyg kan vi göra detta i realtid, så att stöd kan ges både i skolan och hemma innan kunskapsluckor blir stora problem. Detta ökar möjligheten för varje barn att lyckas och gör lärandet mer tillgängligt och inkluderande.



Enhetligt grupp-DNA med starka produktidentiteter

Barn och ungdomar har ofta olika preferenser gällande upplevelser, varumärken, spel och fantasivärldar som de tycker om. Tydliga exempel på detta kan man se inom underhållningsbranschen, där olika barn tycker om olika typer av filmer, serier och spel varpå leverantörerna anpassar sig efter detta genom ett brett utbud av produkter. På samma sätt jobbar vi med en portföljstrategi med flera olika varumärken och produkter som är anpassade efter olika behov och

intressen men tillsammans skapar ett heltäckande erbjudande. Allt knyts ihop av Albert-gruppens övergripande varumärke som står för engagerande produkter, hög utbildningskvalitet och utmärkt kundsupport för att hjälpa kunderna få ut det maximala värdet av produkterna och lösa sina behov. Bakom de olika varumärkena finns även en gemensam arkitektur kring pedagogik, gamifiering, användarupplevelser, IT samt marknadsföring, försäljning och kundsupport.



Marknadsstrategi

Med en genomtänkt positionering och attraktiv produktportfölj handlar framgången om att ha 100 % fokus på kunderna och exekvera marknadsstrategin på ett effektivt sätt.

Direktförsäljning för att äga kundrelationen



För att maximera långsiktig tillväxt och kundvärde fokuserar vi på att äga kundrelationen och arbeta med direktförsäljning inom både B2B och B2C. Genom att ha en direkt kanal till våra kunder kan vi bygga starkare relationer, förstå kundernas utmaning för att säkerställa att de får ut maximalt värde ur våra produkter och optimera vår produktutveckling baserat på direkta kundinsikter.

Inom B2B är säljcyklerna relativt långa för att vinna både lärarna och beslutsfattarna, men när man väl byggt en stark relation är man partners på lång sikt. Vi tror på denna strategi och accepterar högre initiala kundanskaffningskostnader eftersom det ger oss kontroll över hela kundresan – från onboarding till långsiktig implementering. En nära dialog med skolor gör att vi kan stödja dem i att maximera läranderesultaten, vilket leder till högre kundnöjdhet, bättre retention och ökad affärsmässig hållbarhet. Vidare gör det också att vi kan använda kundrelation till att erbjuda flera av Albert-gruppens produkter.

Inom B2C säljer vi också till konsumenterna för att säkerställa en stark koppling till användarna, vilket är avgörande för engagemang och kundlojalitet. Direktkontakt gör det möjligt att anpassa vår kommunikation, erbjuda personliga rekommendationer och löpande förbättra användarupplevelsen. Dessutom ger det oss kontroll över prissättning,

varumärkesupplevelse och kunddata, vilket stärker vår konkurrenskraft.

För marknader där vi saknar lokal närvaro eller där direktförsäljning är mindre effektiv, samarbetar vi med utvalda strategiska återförsäljare. På så sätt kan vi expandera vår räckvidd utan att kompromissa med varumärkesupplevelsen eller kundvärdet.

“Vi accepterar högre initiala kundanskaffningskostnader eftersom det ger oss kontroll över hela kundresan – från onboarding till långsiktig implementering”

Fokusmarknader och expansionsstrategi



Vår geografiska expansionsstrategi bygger på att först stärka vår position i befintliga kärnmarknader innan vi skalar upp till nya länder. Genom att maximera vår närvaro i Norden, Storbritannien och USA kan vi säkerställa en stabil tillväxt, effektiv resursanvändning och en beprövad go-to-market-strategi inför framtida expansion.

Fokus på kärnmarknader

■ Norden (B2B & B2C)

Vår hemmamarknad där vi har en stark varumärkesposition och kan dra nytta av etablerade relationer inom både skola och hem. En stark närvaro här ger oss möjligheter att ha nära kundkontakt, testa nya innovationer och produkter, samt ge oss synlighet i samhällsdebatten. Här ser vi också stor potential för korsförsäljning mellan våra produktvarumärken, speciellt inom B2C.

■ Storbritannien (B2B & B2C)

Vår andra hemmamarknad där vi tack vare bolagsförvärv också har ett starkt varumärke och stabila kundrelationer sen mer än 15 år tillbaka. Storbritannien är en strategiskt viktig marknad för att anpassa produkterna till de brittiska kraven, vilket gör det lättare att på längre sikt expandera till andra marknader med arv från Storbritannien (Commonwealth). Här ser vi också stor potential för korsförsäljning mellan våra produktvarumärken, speciellt inom B2B.

■ USA (B2B)

En expansiv och högprioriterad marknad där vi har en stark position i utvalda delstater och stor potential att växa genom skoldistrikt och partnerskap. Utbildningen är mer kommersialiserad i USA vilket skapar bra förutsättningar att bygga en affär kring edtech-produkter där.

Stegvis expansion för hållbar tillväxt

Vår expansionsstrategi bygger på att maximera våra befintliga marknader innan vi växer vidare, men att hela tiden sondera nya möjligheter så vi är förberedda för nästa steg.

Vårt fokus nu är att utnyttja potentialen i våra nuvarande marknader genom korsförsäljning, ökad marknadsandel och starkare kundrelationer. Tack vare förvärv har vi nu en kommersiell närvaro på alla våra kärnmarknader, men än så länge inte börjat sälja alla våra produkter där. Därför är fokus på att lokalanpassa och sälja flera av våra produkter på fokusmarknaderna.

När vi har optimerat våra kärnmarknader är vår ambition att gå in i ett till två nya länder per år med en tydlig go-to-market-strategi, baserad på data och lärdomar från våra etablerade marknader. På längre sikt är målet att vara etablerad i 6-8 kärnmarknader, med flera produktvarumärken och dedikerade försäljningsorganisationer i varje region. För att förbereda för detta sonderar vi redan nu nya marknader genom att till exempel lansera en av våra B2C-produkter där (typiskt Albert Junior) eller sälja genom återförsäljare. Det ger oss bra datapunkter på attraktiviteten för en större satsning framöver.

Denna strategi säkerställer att vi expanderar på ett sätt som är både lönsamt och hållbart, samtidigt som vi maximerar vår impact i varje marknad vi går in i.

Planen för lönsam tillväxt

Albert-gruppen har under flera år jobbat med en långsiktig plan mot lönsam tillväxt. Den inleddes med ett fokus på att bygga en stark marknadsposition genom att organiskt utveckla den egna produktportföljen, växa kundbasen och expandera till nya marknader.

Som ett komplement användes förvärv för att täcka strategiska gap så som produkter och etablerad distribution på attraktiva marknader.

Under 2023 ställdes målsättningen om till lönsamhet och bygga en stabil bas. Efter en snabb organisk och förvärvad tillväxt lades mycket kraft på interna processer och strukturer för att uppnå en effektiv organisation, realisera synergier och ha en kostnadsbas anpassad till intäkterna. Detta arbetet accelererades av ett lönsamhetsprogram som lanserades i början av 2024. Med interna strukturer och kostnadsbasen under kontroll, började fokus

under andra halvåret 2024 att skruvas om mot intäktssidan och att öka försäljningen. Under 2025 är målsättningen att nå positiv EBITDA och därefter under 2026 nå positivt kassaflöde.

Med en lönsam och skalbar affärsmodell driven av effektiv och strukturerad organisation på plats är ambitionen att växa med lönsamhet. Basplanen bygger på att göra det organiskt genom att utveckla befintliga affärer, produkter och marknader, men under rätt förutsättningar kan även strategiska förvärv accelerera denna plan.

Bolagets finansiella mål

➤ Uppnå positiv EBITDA 2025.

➤ Uppnå positivt kassaflöde 2026 med befintlig kassa.

➤ Sträva efter tvåsiffrig lönsam tillväxt på längre sikt.

Vår strategi: Lönsam tillväxt

Strategiskt fokus för att nå lönsamhet

För att nå positiv EBITDA och kassaflöde har bolaget genomfört en strategisk översyn med målet att sätta fokus på våra mest välpresterande områden och allokera resurser till dem. Detta innebär att vi fokuserar på våra fyra varumärken Albert Junior, Strawbees, Sumdog och Swedish Film i Norden, Storbritannien och USA.



Öka livstidsvärdet av kunderna genom minskad churn, samt växa på nya och nyligen lanserade marknader såsom Polen, Rumänien och Tjeckien.



Skala upp vår framgångsrika direktförsäljning i USA för att sälja mer till befintliga skoldistrikt men också vinna nya. Produkten är mogen, men anpassningar till olika lokala marknader gör den ännu mer attraktiv.



Accelerera tillväxten i England genom direktförsäljning och tydligare fokus på varumärket och positioneringen som volymträningsverktyg för matte.



Förbättra försäljningen och distributionen av vårt uppskattade utbud av utbildnings- och spelfilmer genom att utveckla våra egna streamingportaler och göra försäljningsorganisation mer effektiv.

Förutom dessa specifika initiativ för våra olika varumärken och marknader har vi fyra strategiska fokusområden som genomsyrar allt vi gör:

1

Nödvändiga inslag i lärandet

Få våra produkter att bli nödvändiga inslag i lärandet genom kombinationen av kvalitativt pedagogiskt innehåll och engagerande användarupplevelser.

2

Bygga en vana

Hjälp kunderna att bygga en vana att använda produkterna genom att jobba med lärare och föräldrar att integrera det i deras respektive vardag.

3

Kunderna upplever det fulla värdet av våra produkter

Se till att kunderna upplever det fulla värdet av våra produkter genom att passionerat hjälpa kunderna att komma igång med våra produkter och lära sig nya funktioner och möjligheter.

4

Tillväxt genom en optimerad och skalbar affärsmodell

Driv tillväxt genom en optimerad och skalbar affärsmodell där vi båda kan attrahera nya kunder på skalbart sätt, men även minska churnen och därmed livstidsvärdet på kunderna.

Hållbarhetsredovisning

Inledning	16
Hållbar affär för Albert och dess intressenter	17
Prioritetsområden	
Samhälle	18
Tjänster	19
Medarbetare	20
Mångfald	21
Miljö	22

Inledning

eEducation Albert AB verkar för en hållbar affärsverksamhet, en utvecklande arbetsmiljö och att bidra till samhället genom att skapa god och inkluderande utbildning. Albert-gruppens hållbarhetsredovisning sammanfattar hållbarhetsarbetet under 2024.

Upprättande av hållbarhetsrapporten har skett på frivilliga grunder då inget krav för hållbarhetsrapportering föreligger.

Albert-gruppens verksamhet bidrar till en mer inkluderande utbildning och har för avsikt att vara en ledande leverantör av läromedel för blandat lärande både i skolan och hemmet. Albert-gruppens produkter bidrar till att göra utbildning roligare, enklare och mer lättillgängligt för alla, både den breda massan och barn med speciella behov.

Affärsmodell och hantering av huvudsakliga hållbarhetsrisker

Albert-gruppens verksamhet delas in i två olika affärsområden, verksamhet mot konsument (B2C) samt verksamhet mot skolor (B2B). De två affärsområdena har delvis olika hållbarhetspåverkan och hållbarhetsrisker i affären.

B2C

Produkterbjudandet utgörs av digitala utbildningstjänster som distribueras via Gruppens hemsidor och distributionsplattformar som App Store och Google Play Store med en månatlig eller årlig prenumerationsavgift. Dessa digitala produkter har en minimal miljöpåverkan. Från ett socialt perspektiv är viktiga frågor stillasittande hos barn samt skärmtid. Där är det viktigt att Albert-gruppen arbetar med ansvarsstagande skärmtid. Tanken med apparna är att barnen ska ha kortare digitala utbildningsstunder varje dag, till exempel genom varumärket Holy Owly som bygger på mikroinlärningspedagogik genom fem minuter lärande varje dag.

B2B

Albert-gruppen erbjuder också utbildningslösningar mot skolor. Även mot skolor utgörs majoriteten av produkt-erbjudandet av digitala tjänster, men Gruppen säljer även fysiska produkter under varumärket Strawbees samt hyr ut fysiska filmer genom varumärket Swedish Film. I dessa verksamheter finns en större hållbarhetspåverkan genom produktion och transport av produkter. Gruppen strävar efter att ta ansvar i dessa frågor genom medvetna val av material och produktionsprocesser för att minska företagets klimatpåverkan. Ett nära samarbete med Albert-gruppens leverantörer sker och Gruppen följer upp arbetsförhållanden och miljöhänsyn i leverantörskedjan genom granskningsprotokoll.

Intressentdialog

Albert-gruppen har löpande dialog med Gruppens intressenter såsom användare, kunder, leverantörer, samarbetspartner och investerare för att förstå Gruppens hållbarhetspåverkan och risker.

Policyer inom hållbarhet

Albert-gruppen arbetar löpande mot en hållbar verksamhet genom implementering av en hållbarhetspolicy och andra styrdokument. Albert-gruppen förväntar sig också att bolagets leverantörer och samarbetspartner följer motsvarande normer som reflekteras i Albert-gruppens hållbarhetspolicy och andra styrdokument i deras egna verksamheter.

Nya policyer godkänns av högsta ledningen och presenteras för alla anställda och finns tillgänglig på intranätet. För att säkerställa att alla anställda känner till policyerna och principerna och kan tillämpa dem i det dagliga arbetet får alla nyanställda ta del av dessa policyer när de börjar i bolaget som en del av onboardingprogrammet. Vidare sker löpande påminnelser kring de olika policyerna. Samtliga policyer i Gruppen ses över årligen och vid eventuella uppdateringar förmedlas dessa ut till anställda.

Bolaget saknar en policy för antikorruption, och en sådan policy kommer att tas fram och implementeras under 2025.

Hållbarhetsåtgärder i Albert-gruppen



Minimal miljöpåverkan – digital distribution av utbildningstjänster via hemsidor och appar.



Medvetna materialval och optimerad logistik för att minska klimatavtrycket i fysiska produkter.



Regelbunden uppföljning av arbetsförhållanden och miljöhänsyn genom granskningsprotokoll.

Prioritetsområden

Hållbar affär för Albert och dess intressenter

Albert-gruppens affär grundar sig på en kombination av innovation och långsiktighet när det gäller vår produktutveckling, vår verksamhet och våra medarbetare. Albert-gruppen strävar efter en hållbar företagspraxis, fortlöpande insatser för att främja våra medarbetares välbefinnande och utveckling, samt att bidra till lokalsamhället och minimera vårt klimatavtryck.

Inom Albert-gruppen tillämpar vi en bred definition av termen hållbarhet och våra ambitioner har sin grund i våra värderingar. Vi betraktar hållbarhet som en integrerad del av vår verksamhetsstrategi och som avgörande för vår framgång som bolag. Bolagets hållbarhetsfokus ligger inom fem olika områden: Samhälle, Tjänster, Medarbetare, Mångfald och Miljö.

FN:s Agenda 2030 och de 17 globala hållbarhetsmålen visar vägen till en bättre och mer hållbar framtid för alla. Albert-gruppen förbinder sig att göra verklig skillnad mot

en hållbar framtid och samarbetar med andra relevanta aktörer såsom organisationer, utbildningsinstitutioner och allmänheten. Matrisen nedan visar resultatet av vår utvärdering av överensstämmelsen mellan Albert-gruppens fokusområden inom hållbarhet och FN:s målstruktur.

Utöver en hållbarhetspolicy har Albert även policyer för följande områden som har en förankring till hållbarhetsområdet: Riskhantering, HR, Dataskydd, Arbetsmiljö, Jämställdhet, Diskriminering och Kommunikation.



Prioritetsområde: Samhälle



Samhälle

“Att hjälpa varje barn att nå sin fulla potential genom att göra lärande roligt och individanpassad.” är Albert-gruppens mission.

Utbildning är en grundläggande mänsklig rättighet och forskning visar att inkluderande utbildning av god kvalitet för alla är en av de viktigaste grunderna för välbefinnande, hälsa och jämställdhet i varje samhälle. Det ligger därmed i Albert-gruppens existensberättigande att uppfylla målet om god utbildning för alla i och med erbjudandet av Gruppens produkter och tjänster till ett pris som möjliggör den breda massan att kunna nyttja produkterna och därav demokratisera en god utbildning.

Det är också viktigt att värna om barns helhet. Att inte röra sig eller tillbringa för mycket tid framför skärmar är inte bra. Albert-gruppen arbetar aktivt med detta, dels genom att uppmuntra till blandat lärande där traditionellt lärande med böcker, kompletteras med digitala produkter och fysiska experimentprodukter. Vidare anpassas produkternas lärandeupplevelse för att passa till kortare sessioner för att inte stillasittandet ska bli för långvarigt.

Höjdpunkter 2024

- Albert-gruppens egna studier har visat att produkterna bidrar till att minska kunskaps-gapen i samhället. Speciellt effektiva är det för barn som har det svårt i skolan på grund av bristande motivation.
- Läroprodukterna har expanderats till nya kundgrupper och marknader vilket gjort att det haft större påverkan på samhället.

Albert har som ambition under 2025 att lansera följande initiativ

- Fortsatt engagemang i samhällsdebatten kring digital utbildning och hur digitala läro-medel kan bidra till en demokratiserad och individanpassad utbildning för alla barn.
- Fortsätta att demokratisera god utbildning genom att expandera erbjudandet med nya ämnen och på fler marknader.

Prioritetsområde: Tjänster

Tjänster

Inom Albert-gruppen värdesätter vi barns, ungas, lärares och föräldrars upplevelser och åsikter kring våra produkter genom att inkludera dem i vår produktutveckling. Detta gör vi genom att bland annat testa våra appar med barn, besöka skolor, intervjua lärare och föräldrar, genomföra dagboksstudier och skicka ut enkäter. Det är viktigt för oss att de som använder våra appar har en chans att påverka upplevelsen och utvecklingen. Det ger oss också möjlighet att få inspiration av barnens nyfikenhet och intresse för att lära sig nytt. I våra användarstudier har vi bland annat fått en större inblick i hur mycket barnen uppskattar karaktärerna i våra appar och hur de fungerar som ett sätt för barn att uttrycka sina lärdomar i ord.

Den viktigaste påverkan av tjänsterna är att de hjälper barn att göra lärande engagerande och att de utvecklar sina kunskaper. Under året har ett flertal studier genomförts av Albert-gruppen själv och av fristående aktörer.

Höjdpunkter 2024

- Flertalet användarstudier och kundundersökningar genomförda.
- Flera genomförda studier som visar att Albert-gruppens tjänster engagerar barn till lärande, håller hög utbildningskvalitet och utvecklar barnens kunskaper.

Albert har som ambition under 2025 att lansera följande initiativ

- Fortsätta bidra till att göra lärande engagerande.
- Utföra flera studier av Gruppens produkter.

Ett urval av resultaten är:

Albert Junior

I en studie med 192 föräldrar i Sverige ansåg 84 % att deras barn blev engagerade eller mycket engagerade i lärande genom appen. 60 % ansåg att barnens kunskaper utvecklades i samtliga grundämnen, där utveckling i matematik uppgick till hela 71 %.

84 %

Föräldrar såg ökat engagemang i lärande

Strawbees

Enligt den oberoende 2024 års "EdTech Impact Pedagogical Quality Evaluation" ansågs Strawbees hålla hög utbildningskvalitet och göra lärande effektivt. I en egen undersökning med över 2000 lärare i USA såg hela 88 % att elevernas kunskaper inom STEM (naturkunskap och teknik) hade förbättrats tack vare användning av Strawbees i undervisningen.

88 %

Lärare såg förbättrade STEM-kunskaper

Sumdog

I en studie med 324 brittiska lärare som använder Sumdog visade att 84 % ansåg att Sumdog hade bidragit till en förbättring av deras elevers matematikkunskaper, varav 58 % såg en betydande förbättring.

84 %

Lärare såg förbättrade matematikkunskaper

Prioritetsområde: Medarbetare

Medarbetare

Albert-gruppen strävar efter att vara en rättvis och attraktiv arbetsgivare. Vi tror att engagerade och kompetenta medarbetare är avgörande för vår framgång och därför lägger vi stor vikt vid att skapa en god arbetsmiljö som stöttar både den professionella och personliga utvecklingen för våra anställda. Våra medarbetares beslut och agerande driver verksamheten framåt. Om vi misslyckas med att rekrytera, utveckla och behålla medarbetare med rätt kompetens riskerar vi att bolaget underpresterar.

För att hantera detta arbetar vi aktivt med följande:

► **Värdegrund**

Vi har en tydlig värdegrund som skapar en gemensam plattform för hur vi agerar.

► **Öppet och transparent arbetsklimat**

Vi vill att alla medarbetare ska känna sig delaktiga och ha möjlighet att påverka sin arbetssituation.

► **Kompetens- och ledarskapsutveckling**

Vi erbjuder regelbunden kompetensutveckling för att våra medarbetare ska kunna växa och utvecklas i sina roller.

► **God fysisk arbetsmiljö**

Vi vill att våra medarbetare ska ha en trygg och trivsamt arbetsplats.

► **Hälsosamt arbetsklimat**

Vi värdesätter en god balans mellan arbete och fritid och uppmuntrar till flexibla arbetsformer.

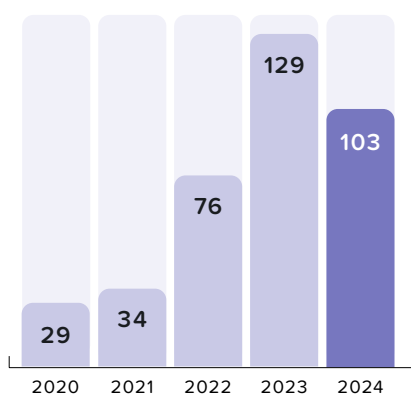
Höjdpunkter 2024

- Omorganisationer och personalnedskärningar har genomförts på ett professionellt och medmänskligt sätt, med stor omtanke både för personer som fått sluta och hjälpa dem vidare samt för personer som behållit sina anställningar.
- Högt deltagande (80-90 %) i våra medarbetarundersökningar varje kvartal och eNPS har ökat med 12 punkter under året.
- Gruppen har slutit upp kring ett antal värderingar och önskade beteende för god arbetsmiljö och högre presterande team.

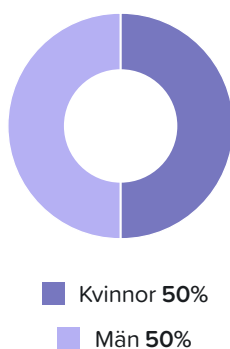
Albert har som ambition under 2025 att lansera följande initiativ

- Personliga utvecklingsplaner med riktade kompetensutvecklingsaktiviteter.
- Dialoger kring bolagets övergripande strategi och hur den påverkar strategierna för de olika varumärkena och respektive team.
- Fortsätta arbetet med medarbetarundersökningar och kontinuerligt förbättra identifierade gap.

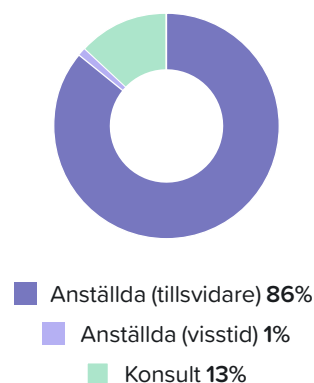
Antal heltidspersonal (anställda och konsulter) vid periodens utgång



Fördelning per kön



Fördelning per anställda och inhyrda konsulter



Prioritetsområde: Mångfald

Mångfald

En av våra grundvärderingar inom Albert-gruppen är att vår styrka ligger i våra olikheter. Vi har en stark tro på mångfald och att varje individ ska få vara sig själv fullt ut.

Hos oss är alla välkomna precis som de är. Vi ser mångfald som en möjlighet. Genom att sträva efter mångfald i alla dimensioner av olikhet och erfarenhet kan vi dra nytta av de styrkor som en diversifierad medarbetargrupp erbjuder. Vi är övertygade om att vi som ett bolag, karaktäriserat av mångfald och inkludering, stimulerar innovation och att det leder till en bättre utveckling av bolaget och dess vision.

Vi hyllar och lyfter våra kollegors olikheter på många sätt. Vi firar exempelvis dagar som "Moon Day" och "Internationell fika" för att uppmärksamma olika kulturer och traditioner.

Vi arrangerar interna evenemang och workshops där medarbetare kan dela med sig av sina egna kulturer och traditioner.

Vi uppmärksammade och firade bland annat Pride, Internationella kvinnodagen, "Women in tech" och kvinnors välbefinnande på arbetsplatsen (t.ex. genom att skapa kännedom kring klimakteriet). Det har gjorts genom interna

och externa aktiviteter, teman i våra produkter och lektioner samt marknadskommunikation.

Vi har arbetat aktivt för att öka mångfalden i organisationen i sin helhet och bland ledare. Exempelvis är 50 % av personalen i Gruppen kvinnor. Bland chefer är 52 % kvinnor och koncernledningen 33 %. Vidare har koncernledningen fått ökad mångfald under året genom att andelen personer med annat medborgarskap än svenskt har ökat från 14 till 33 %.

Vi har arbetat aktivt för att dra nytta av vår mångfald i vårt arbete för att belysa värdet av mångfalden. Vid marknadsundersökningar och lokalanpassningar av produkter och marknadsföring till nya marknader har vi engagerat medarbetare med bakgrund från dessa länder. Exempel är att vid Albert Juniors lokalanpassning till Rumänien var projektledaren en medarbetare från Rumänien och vid anpassningen till Tjeckien kom vår teamledare från just Tjeckien.

Höjdpunkter 2024

- Uppmärksammat flertalet händelser som syftar till mångfald: Pride, Internationella kvinnodagen, "Women in tech" och kvinnors välbefinnande på arbetsplatsen
- Ökat mångfalden i organisationen och bland ledare med avseende på kön och land
- Aktivt engagerat medarbetare med olika bakgrunder i affärs- och produktutveckling för att belysa värdet av mångfalden

Albert har som ambition under 2025 att lansera följande initiativ

- Öka mångfald bland ledande befattningshavare
- Göra lärande mer inkluderande för alla, oavsett kultur, socioekonomisk bakgrund, talang för lärande eller speciella behov (exempelvis ADHD, autism).



Prioritetsområde: Miljö

Miljö

Albert-gruppen är primärt ett digitalt och kunskapsbaserat företag då ca 84 % av omsättningen kommer från digitala produkter och tjänster och 99 % av personalen jobbar med kunskapsarbete.

Albert-gruppens övriga produkter produceras, marknadsförs och konsumeras till största del digitalt, vilket ger en mycket liten påverkan på miljön. Det är dock av högsta vikt att organisationen är så effektiv och miljömedveten som möjligt för att minska verksamhetens miljöpåverkan. Alla inrikes resor sker med tåg, och på kontoren källsorteras en majoritet av allt avfall. För längre resor planeras resorna för att minimera resandet.

De 16 % som inte är digitala produkter utgörs främst av Strawbees-produkten. Strawbees tillverkar och säljer fysiska produkter i form av kreativa konstruktionssatser med sugrör, kopplingar samt elektroniska robotkit. I den delen av verksamheten finns en miljöpåverkan från produktion och transport av produkterna. Strawbees jobbar aktivt med principerna att minska mängden material som används, att produkterna ska återanvändas i så hög grad som möjligt samt att de ska vara lätta att återvinna efter produkternas livslängd.

Strawbees har inga egna fabriker utan samarbetar med två leverantörer i Kina. Produktionen sker i fabriker och inkluderar både automatiserat och manuellt arbete. Företaget är medvetet om att produktionen kan ha en stor social och miljömässig påverkan i leverantörernas och underleverantörernas verksamheter och strävar efter att utöva tillbörlig aktsamhet avseende mänskliga rättigheter och miljöskydd hos leverantörerna.

Under året har produktionsplaneringen ändrats till att producera större och färre batcher, vilket bland annat minskar antalet transporter och miljöpåverkan.

Konstruktionssatserna är huvudsakligen tillverkade i materialet polypropen (PP) som är en högkvalitativ plast. Fördelen med att använda högkvalitativ plast i form av ett sugrör är att mycket mindre plast kan användas och strukturerna blir väldigt lätta.

Strawbees kopplingar och sugrör är lätta att modifiera och är hållbara. De kan böjas, bli blöta och till och med stoppas i diskmaskinen. Konstruktionssatserna kan också användas ihop med återbrukade material som kartong, plastbehållare och vanliga sugrör, vilket ger mervärde till material som annars skulle hamna i soptunnan. I slutändan kan barnen ta isär sina projekt och börja om igen.

När produkterna är utslitna kan de återvinnas i plast-återvinning. För att göra våra kit lättare att återvinna har vi valt att använda den enklaste plasten att sortera och återvinna, polypropen, för alla komponenter i systemet.

Inom ett flertal av Albert-gruppens produkter fokuseras det på att koppla utbildning till miljöfrågor. I Holy Owly går hela appen ut på att lösa uppgifter för att rensa världen från skräp. I Strawbees plattform finns det flera lektioner som berör de globala målen, och vi säljer även en hållbarhetsstation där elever kan göra sina egna Strawbees från skräp. I Film & Skola-portalen finns närmare 200 stycken utbildningsfilmer inom miljöområdet.

Höjdpunkter 2024

- Ny effektivare förpackning som använder mindre material och fungerar bättre för ett automatiserat produktionsflöde.
- Nytt system i produktionsledet för komponentrefill, som ytterligare kan reducera materialanvändning.
- Förbättrad produktionsplanering har lett till färre, men större produktioner vilket effektiviserar energianvändning i produktionen samt logistik.

Albert har som ambition under 2025 att lansera följande initiativ

- Utföra egna inspektioner av tillverkningen på plats i Kina, samt kontroll av miljö- och arbetsmiljöcertifikat.
- Beräkna bolagets klimatavtryck och baserat på det ta fram en plan för hur klimatavtrycket kan reduceras.

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för eEducation Albert AB (publ) avger härmed årsredovisningen och koncernredovisningen för räkenskapsåret 2024-01-01 – 2024-12-31.

Verksamhetens art och inriktning	24
Väsentliga händelser under och efter räkenskapsåret	25
Finansiell översikt	26
Albert-aktien	27
Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer	29
Förslag till disposition av årets resultat	31

Verksamhetens art och inriktning

eEducation Albert AB (publ) grundades 2015 med missionen att demokratisera lärande. Albert-gruppens affärsidé är att kombinera teknisk innovation med skräddarsytt innehåll för att erbjuda individanpassade lärupplevelser i världsklass.

Resan började med lanseringen av en av världens första digitala lärare och bolaget har under årens lopp expanderat både organiskt och genom strategiska förvärv. Idag är Albert-gruppen en ledande europeisk EdTech-koncern med åtta varumärken och närvaro på fler än tio marknader.

Gruppens omfattande utbud av produkter och tjänster gör det möjligt att betjäna både skolmarknaden (B2B) och konsumentmarknaden (B2C). Försäljning till skolmarknaden sker primärt genom bolagen Sumdog Ltd, Strawbees AB och Swedish Film AB (Film och Skola). Försäljning till konsumentmarknaden sker primärt genom eEducation Albert AB, Ampd AB (Jaramba) och Kids MBA SAS (Holy Owly). Bolagen Sumdog Ltd, Strawbees AB, ARPU Management AB/Swedish Film AB, Ampd AB och Kids MBA SAS är helägda dotterbolag till eEducation Albert AB (publ).

Produktportföljen av läromedel innehåller appar, filmer och fysiska konstruktionsprodukter, och spänner över flera ämnesområden. Produkterna har fokus på de yngre åldrarna (5-12 år) men det finns produkter från förskolan till gymnasiet. Omsättningen för 2024 uppgick till 178 miljoner SEK, där 59 % kommer från försäljning till skolor (B2B) och 41 % från försäljning till konsumenter (B2C). Försäljningen till skolmarknaden sker främst genom direktförsäljning, vilket ger möjlighet att etablera långsiktiga relationer, men även till viss begränsad del genom återförsäljare. Försäljning till konsumenter sker genom egna hemsidor och digitala marknadsplatser som Google Play Store och App Store där digitala produkter når en bred publik.

B2B-intäkterna kommer främst från abonnemang och präglas av längre kontraktstider, vanligtvis ett år, med förskottsbetalning, vilket ger ökad förutsägbarhet i intäkter och kassaflöde. En del B2B-intäkter kommer också från transaktionsförsäljning, men där andelen återköp är hög. Intäkterna från B2C-segmentet kommer genom prenumerationer, där kunderna antingen betalar per månad eller för ett år i förväg. B2C-affären har högre intäkt per kund, bättre skalbarhet men samtidigt högre churn. Tillsammans skapar dessa affärsmodeller en balans mellan långsiktig stabilitet och skalbarhet.

Medarbetare

Per den 31 december 2024 hade Gruppen totalt 103 sysselsatta personer (anställda och konsulter). Dessa motsvarar 96 heltidsekvivalenter (FTE). Av de sysselsatta personerna arbetar 65 % i den svenska verksamheterna, 29 % i den brittiska verksamheten och 6 % övriga länder. Vid samma tidpunkt föregående år hade Gruppen totalt 129 sysselsatta personer.

Hållbarhet

eEducation Albert AB verkar för en hållbar affärsverksamhet, en utvecklande arbetsmiljö och att bidra till samhället genom att skapa god och demokratisk utbildning. Gruppen tillämpar en bred definition av termen hållbarhet och ambitionerna grundas i gruppens värderingar. Hållbarhet ses som en integrerad del

av verksamhetsstrategin och som avgörande för Gruppens framgång. Gruppens hållbarhetsfokus ligger inom fem olika områden: Medarbetare, Samhälle, Mångfald, Tjänster och Miljö. En utförlig genomgång av Gruppens hållbarhetsarbete återfinns i den frivilligt upprättade Hållbarhetsrapporten, se sida 15-22 i Alberts Årsredovisning 2024.

Forskning och utveckling

Bolaget bedriver kontinuerlig utveckling av sina digitala utbildningslösningar för att stärka sin marknadsposition, säkerställa en hög användarupplevelse och leverera innovativa samt skalbara produkter.

Under året har bolaget fortsatt att investera i utveckling av nya funktioner och applikationer. Utvecklingsarbetet har främst skett inom ramen för bolagets produkter som Strawbees Classroom, Albert Junior, Albert Teen och Jaramba.

Investeringarna omfattar både interna resurser, såsom personal inom produkt- och teknikutveckling, samt externa konsulttjänster. Egenutvecklade applikationer och plattformar utgör en central del av bolagets långsiktiga strategi och bidrar till ökad konkurrenskraft.

I enlighet med bolagets redovisningsprinciper aktiveras utgifter för egenutvecklade immateriella tillgångar när kriterierna enligt K3 uppfylls. De aktiverade utvecklingskostnaderna skrivs av över tillgångarnas beräknade nyttjandeperiod, vilken fastställs utifrån produktens livscykel och framtida ekonomiska fördelar. Se även not 8.

Framtidsutsikter

eEducation Albert AB har en långsiktig strategi att bli en ledande nordisk EdTech-aktör med lönsam tillväxt. Efter en snabb tillväxtfas, både organiskt och genom förvärv, har fokus under 2023 och 2024 varit att optimera affären och ta nästa steg i att integrera de förvärvade bolagen i en enad, effektiv organisation. Genom utökat fokus på försäljning, effektivare organisation och diversifierad produktportfölj är bolagets ambition att vända till positiv EBITDA och kassaflöde.

Den makroekonomiska miljön har varit och är fortsatt utmanande för många bolag, så även eEducation Albert AB. Bolaget har upplevt att makroekonomin har haft en större negativ påverkan på B2C-affären än på B2B-affären. Dock vände denna trend under sommaren 2024 och B2C-affären stärktes. Genom en diversifierad produktstrategi minskar sårbarheten mot enskilda marknadsförändringar samtidigt som det öppnar upp för nya intäktsströmmar. Bolagets arbete med effektiviseringsåtgärder inom organisationen innebär både minskade kostnader och en ökad flexibiliteten inför marknadens förändringar, samtidigt som synergier tillvaratas. Med en stark ledning och en diversifierad portfölj av produkter/tjänster förblir bolaget optimistiskt inför framtiden och den fortsatta resan mot lönsam tillväxt.

Väsentliga händelser under och efter räkenskapsåret

Under räkenskapsåret

januari

I januari 2024 introducerade Albert ett lönsamhetsprogram med målsättningen att uppnå positivt EBITDA under 2025. Programmet omfattade bland annat organisationsförändringar, personalneddragningar, effektiviseringar och ett ökat fokus på integrationen av förvärvade företag. Under februari kommunicerades den nya organisationsstrukturen och den nya ledningsgruppen (som senare implementerades i april). I samband med detta meddelade vice VD Anne-Louise Wirén att hon lämnar sin roll. Under första kvartalet 2024 aviserade även Alberts grundare, Salman Eskandari och Arta Mande-gari, att de lämnar sina operativa roller i bolaget.

april

I april 2024 identifierade bolaget i samband med upprättande av årsredovisningen ett strukturellt fel i eEducation Albert AB. Detta fel resulterade i en felaktig redovisning av de intäkter som hänförs till abonnemang där betalning ej skett. Korrigeringen innebar en minskning av nettoomsättningen och motsvarande kostnader för år 2023 med 17,2 MSEK samt för år 2022 med 21,3 MSEK. Korrigeringen hade ingen resultat- eller kassaflödespåverkan.

Under sommaren

Under sommaren genomfördes en strategisk översyn av Albert-gruppens samtliga produkter, varumärken och marknader med syftet att identifiera de bäst presterande områdena och fokusera på dessa för att förbättra lönsamheten. Resultatet blev att fokusera på varumärkena Albert Junior, Sumdog, Strawbees och Swedish Film i Norden, Storbritannien och USA. Det innebar också att minska satsningarna på Frankrike och språk. Som en konsekvens fattades den 2 oktober ett beslut att omstrukturera och minska resursallokeringen till dotterbolaget Kids MBA i Frankrike. Effekten resulterade i nedskrivning av övervärden i koncernen på 20,6 SEK (exkl uppskjuten skatt som återförts på -4,2 MSEK). I moderbolaget, eEducation Albert AB, har andelarna från förvärvet av Kids MBA skrivits ned med motsvarande 7,7 MSEK, vilket motsvarar 100 % av andelarna i dotterbolaget. Dessutom har mellanhavanden mellan moderbolaget och dotterbolaget skrivits ned med 21,2 MSEK.

juli

I juli ingick dotterbolaget Sumdog Ltd ett strategiskt partnerskap med YPO (Yorkshire Purchasing Organisation), en ledande brittisk leverantör till skolor. Partnerskapet innebar att Albert-gruppens matematikplattform Sumdog inkluderas som en kärnprodukt i YPO:s EdTech-paket "Learning Box", vilket stärker Albert-gruppens marknadsnärvaro i Storbritannien.

september

I september lanserades Albert Junior i Rumänien efter ett framgångsrikt pilotprojekt under våren. Syftet var att fortsätta växa kundbasen i Albert Junior till en rimlig kundanskaffningskostnad.

Efter räkenskapsåret

I februari 2025 lanserades Albert Junior i Tjeckien. Lanseringen var ett strategiskt steg mot ökad marknadsnärvaro och lönsam tillväxt, i linje med expansionen i Rumänien under 2024.

Finansiell översikt

Under året har bolaget fortsatt arbetet med att stärka affärsmodellen och optimera intäktsstrukturen. Nettoomsättningen uppgick till 177 791 (177 893) TSEK, vilket är i nivå med föregående år. Bolaget har sett en fortsatt tillväxt inom B2B-segmentet, vilket nu utgör en ökande andel av den totala nettoomsättningen i linje med den långsiktiga strategin.

Bruttomarginalen uppgick till 78 %, jämfört med 77 % föregående års justerade marginal.

De totala intäkterna för året uppgick till 192 045 (209 512) TSEK. Jämfört med föregående år har intäkterna påverkats negativt av en lägre andel aktiverade utvecklingskostnader på grund av en mindre andel utvecklingsarbete och mer underhållsarbete jämfört mot tidigare år. samt en engångseffekt föregående år relaterad till en återförd tilläggsköpeskilling. Exklusive dessa faktorer ligger nettoomsättningen i linje med föregående år, vilket bekräftar bolagets förmåga att upprätthålla sin marknadsposition.

Bolaget har under året genomfört riktade satsningar för att driva tillväxt och lönsamhet, med fokus på en förstärkt säljorganisation, effektivare kundanskaffning och optimering av kostnadsbasen. Marknadsföringssatsningarna inom B2C har intensifierats för att stärka varumärkets position och skapa förutsättningar för långsiktig tillväxt. Dessa insatser har resulterat i en stark fakturerad försäljning under andra halvåret, vilket förväntas påverka nettoomsättningen positivt framåt.

Samtidigt har bolaget genomfört kostnadseffektiviseringar. Det omstruktureringsprogram som initierades under första kvartalet har resulterat i lägre personalkostnader och en mer anpassad organisation i linje med bolagets långsiktiga målsättning.

Resultatutveckling och EBITDA

EBITDA för helåret uppgick till -30 706 (-6 251) TSEK. Jämfört med föregående års EBITDA-resultat justerat för engångseffekter, uppgår förändringen till -14 557 TSEK, vilket främst förklaras av:

- Ökade satsningar på marknadsföring och kundanskaffning
- Lägre andel aktiverade utvecklingskostnader
- Lägre personalkostnader till följd av genomförda effektiviseringar

Satsningarna inom marknadsföring och produktutveckling har haft en kortsiktig påverkan på EBITDA men förväntas ge en långsiktig positiv effekt på bolagets tillväxt och lönsamhet. Bolaget fortsätter att utveckla sina processer för att säkerställa en balanserad tillväxt med lönsamhet i fokus.

Rörelsekapital och kassaflöde

Vid årets slut uppgick rörelsekapitalet till -42 244 (-37 406) TSEK. Förändringen drevs huvudsakligen av:

- Ökade förutbetalda intäkter inom B2C
- Ökade royaltyskulder i Swedish Film
- Något högre leverantörsskulder

Denna utveckling är i linje med bolagets affärsmodell och speglar en stark försäljning i slutet av året.

Kassaflödet under perioden uppgick till -36 787 (-22 712) TSEK, vilket är en försämring med 14 570 TSEK jämfört föregående år. Det sämre kassaflödet förklaras främst av ett försämrat resultat. Vidare förklaras skillnaden av att kassaflödet under motsvarande period 2023 var extraordinärt bra på grund av det kapitaltillskott som genomfördes i samband med att bolaget genomförde tre förvärv.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -26 915 (-17 880) TSEK, en försämring jämfört med föregående år, primärt hänförlig till det svagare operativa resultatet.

Kassaflödet från investeringsverksamheten förbättrades väsentligt till -6 870 (-61 387) TSEK, vilket beror på en lägre andel aktiverade utvecklingskostnader men främst på grund av att inga förvärv genomförts under året.

Vid årets slut uppgick likvida medel till 44 472 (80 482) TSEK. Bolaget har fortsatt en tydlig målsättning att uppnå positivt EBITDA under 2025 och genomföra sin strategiska plan inom befintlig likviditet.

Investeringar

Under året investerade Albert-gruppen 6 882 (14 034) TSEK i egenupparbetade immateriella tillgångar, primärt relaterade till utveckling av nya produkter och vidareutveckling av befintliga tjänster. Investeringarna inkluderade kapitalisering av utvecklingskostnader såsom personal inom produkt- och teknikutveckling samt externa konsulttjänster. De främsta produkterna som utvecklats under året är Strawbees Classroom, Albert Junior, Albert Teen samt Jaramba.

Nedskrivningar

Som en del av arbetet med att förbättra lönsamheten beslutade bolaget under året att omstrukturera dotterbolaget Kids MBA. Beslutet resulterade i en nedskrivning av övervärden 20 640 TSEK (exkl. återföring av uppskjuten skatt på -4 252 TSEK)

I moderbolaget eEducation Albert AB skrevs koncernandelarna från förvärvet av Kids MBA ned med 7 695 TSEK motsvarande 100 %. Därutöver skrevs koncerninterna skulder och fordringar mellan moderbolaget och dotterbolaget ned med cirka 21 286 TSEK.

Nedskrivningarna har genomförts enligt tillämpliga redovisningsstandarder.

Albert-aktien

eEducation Albert ABs aktie noterades den 1 oktober 2021 på Nasdaq First North Growth Market under kortnamnet ALBERT. Under augusti 2021 genomfördes en aktiesplit 250:1 efter beslut på årsstämman.

Följande enskilda aktieägare ägde den 31 december 2024 över 10 % av bolagets totala antal aktier: Schibsted ASA 13,15 %.

Aktiestruktur

Aktiekapitalet i eEducation Albert AB (publ) uppgick den 31 december 2024 till 1 256 445,85 (1 256 445,85) SEK fördelat på 25 128 917 (25 128 917) aktier med kvotvärde 0,05 (0,05) SEK. Samtliga aktier har lika röstvärde samt äger lika rätt till andel i Alberts tillgångar och resultat.

Per utgången av 31 december 2024 har bolaget två personaloptionsprogram bestående av högst 1 365 937 optionsrätter berättigande till maximalt 1 365 937 aktier, varvid aktiekapitalet kan öka med högst 68 297 SEK. Maximal utspädning av aktivt personaloptionsprogram uppgår till 5,2 %.

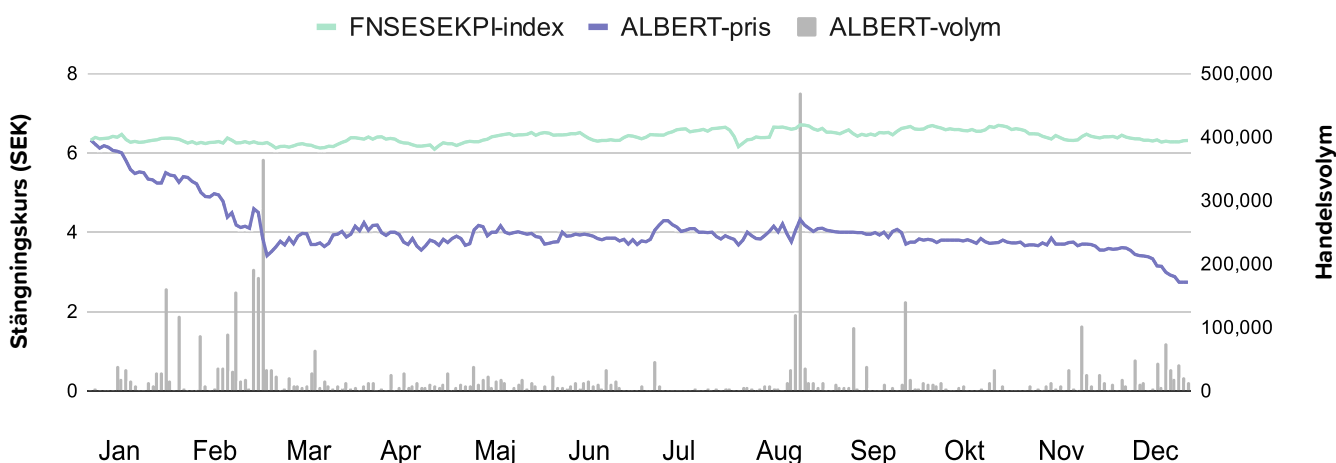
Handel i aktien under 2024

Den 31 december 2024 var börskursen 2,74 SEK per aktie senast betalt, vilket innebär en minskning med 56 % sedan 1 januari 2024. First North All Share index minskade under samma period med 1 %. Vid utgången av 2024 uppgick Alberts börsvärde till 69 MSEK baserat på senaste betalkurs. Den högsta kursen under året var 6,32 SEK och noterades den 2024-01-03. Den lägsta kursen under året var 2,74 SEK, vilket noterades den 2024-12-23. Antalet omsatta ALBERT-aktier på First North Growth Market under året uppgick till 4 746 517 till ett värde av 19 607 861 SEK. Det omsatta antalet aktier motsvarar 18,9 % av antalet utestående aktier vid årets utgång.

Analytikerbevakning

Vid utgången av 2024 hade analytiker från Penser by Carnegie aktiv bevakning av Alberts aktie.

Albert-aktiens utveckling under 2024



Ägarstruktur

Vid årsskiftet var antalet kända ägare i Albert 2 280 stycken. Av dessa ägde 89 % 1 000 eller färre aktier. De tio största ägarna svarade för 58,7 % av aktierna och rösterna. Andelen ägande registrerade på adresser utanför Sverige var 44,6 %.

Utdelningspolicy

Eftersom Albert befinner sig i en fas där man fokuserar på lönsamhet och positivt kassaflöde så avser Bolagets styrelse att inte föreslå någon utdelning på kort till medellång sikt. Bolagets genererade kassaflöde avses i stället att skapa en positiv kassa samt att återinvestera i verksamheten hänsyn taget till kassa och kassaflöde.

Investerarrelationer

Alberts kommunikation ska alltid kännetecknas av relevant, tydlig och korrekt information som underlättar förståelsen för bolagets affärsmodell, strategi och finansiella utveckling. Albert delger sina aktieägare och övriga intressenter lika och samtidig information i frågor som kan påverka värderingen av bolagets aktier.

Albert publicerar delårsrapporter, årsredovisning samt pressmeddelanden som återfinns på investors.hejalbert.se/reports. Via hemsidan kan man även prenumerera på utskick.

10 största aktieägare den 31 december 2024

Aktieägare	Antalet aktier	Kapital och röster
Schibsted ASA	3 304 514	13,15%
Ahlström Invest B.V.	2 028 993	8,07%
Muirfield Invest Aktiebolag	2 000 000	7,96%
Nordnet Pensionsförsäkring	1 321 935	5,26%
Håkan Roos (RoosGruppen)	1 290 045	5,13%
Consensus Asset Management	1 277 157	5,08%
Akelius Apartments Ltd	1 021 493	4,07%
Samuels Invest AB	884 750	3,52%
Lena Apler	821 500	3,32%
Inbox Capital	773 250	3,08%
Ägarlista topp 10	14 723 637	58,65%
Övriga	10 405 280	41,35%
Totalt	25 128 917	100,00%

Ägarstatistik per den 31 december 2024

Storleksklass	Antal aktier,	Antal aktieägare	Aktier och röster%
1–500	144	1 932	84,74%
501–1 000	81	103	4,52%
1 001–5 000	336	136	5,96%
5 001–10 000	216	31	1,36%
10 001–20 000	309	21	0,92%
20 001–50 000	700	20	0,88%
50 001–	19 260	37	1,62%
Anonymt ägande	4 083	0	0,00%
Summa	25 129	2 280	100,00%

Finansiell Kalender

Bolagsstämma	29 apr 2025
Delårsrapport Q1	16 maj 2025
Delårsrapport Q2	22 aug 2025
Delårsrapport Q3	11 nov 2025
Bokslutskommuniké Q4	26 feb 2026

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Albert-gruppen är som alla bolag exponerat för risker både i omvärlden och inom den egna verksamheten. Nedan beskrivs de väsentliga riskerna som identifierats i verksamheten.

Gruppen verkar på en konkurrensutsatt marknad

Albert-gruppen erbjuder olika typer av utbildningsprodukter, primärt utbildningsappar men även fysiska konstruktionssprodukter, böcker och filmer. Huvudmarknader är Norden, Storbritannien och USA, men försäljning sker även till andra europeiska länder samt asiatiska länder. Gruppens omfattande utbud av produkter och tjänster gör det möjligt att betjäna både skolmarknaden (B2B) och konsumentmarknaden (B2C).

Albert-gruppen verkar på en internationellt konkurrensutsatt marknad där utbudet av utbildningstjänster riktat mot såväl skolmarknaden som konsumentmarknaden är brett. Konkurrens kommer både från etablerade läromedelsleverantörer (till exempel läromedelsförlag) samt stora, globala EdTech-bolag och små, nytänkande start-ups.

Hantering

Albert-gruppen jobbar med kontinuerlig och systematisk marknadsbevakning. Inför produktlanseringar så väl som inträden på nya marknader genomförs grundlig konkurrentanalys för att säkerställa att marknadsförutsättningarna finns för en framgångsrik lansering. Parallellt jobbar Gruppen kontinuerligt med förbättringar av befintliga produkter, för att säkerställa att de håller hög kvalitet och står sig väl i den hårda konkurrens som råder på de flesta marknader.

Kraven på hög kvalitet i form av läroplansanpassning, användarupplevelse, design och teknik ökar från både skolsektorn och konsumentmarknaden, vilket gynnar Albert-gruppens produkter som möter dessa krav men vilket kan hindra andra konkurrenter som inte är lika välutvecklade.

Den breddning av produktportföljen som skett de senaste åren, till följd av både organisk produktutveckling och strategiska förvärv, syftar till att stärka Gruppens konkurrenskraft. Dels genom diversifierade intäktsströmmar, dels genom att kunna ta en större andel av kundens plånbok vilket potentiellt minskar exponering för konkurrenter.

Att ha solida finanser gynnar också Albert-gruppen då flertalet mindre konkurrenter i nuvarande makroekonomiska läge fått ekonomiska problem och tvingas minska på sina produkt- och marknadssatsningar.

Riskbedömning

Risken bedöms som medel. Konkurrensen är signifikant, men Gruppens produkter och tjänster håller hög kvalitet och den breda produktportföljen bidrar till en diversifierad kundbas.

Externa marknadsförhållanden

Efterfrågan på Albert-gruppens produkter och tjänster påverkas av flera externa faktorer, inkluderandes makroekonomiskt klimat, politiska beslut och lagar och förordningar. Gruppens försäljning till konsumentmarknaden är något mer känslig för svängningar i konjunkturen. Detta märktes under de senaste årens svaga konjunktur med något försämrade konverteringssiffror, men kunde samtidigt förbättras lika snabbt när konjunkturen stärktes i höstas. För skolmarknaden är påverkan av konjunkturen inte lika tydlig men däremot påverkas skolornas inköpskraft av politiska beslut och i vissa fall lagar och förordningar. Förändringar inom dessa områden kan få påverkan på Gruppens affär.

Hantering

Bolaget jobbar med kontinuerlig bevakning av externa faktorer och försöker i största möjliga mån att anpassa produkter, tjänster och strategier efter dessa. Gruppens breda produktportfölj och närvaro på flera marknader minskar riskexponeringen för lokala förändringar i såväl konjunktur som politiska beslut, lagar och regler. De diversifierade intäktsströmmarna från konsument- respektive skolmarknaden minskar också risken, då dessa typiskt påverkas av olika externa faktorer. Vidare sker att proaktivt arbete med att säkra upp exporten mot viktiga marknader, så som USA, för få minimal påverkan av politiska beslut.

Riskbedömning

Risken bedöms som medel. Dessa externa faktorer ligger utanför Gruppens kontroll, men den breda produktportföljen, den geografiska närvaron på fler marknader och de olika intäktslagen (skolor respektive konsumenter) ger ett visst skydd.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Gruppens erbjudande kan efterliknas och tappar i uniktet

Innehållet i Gruppens produkter och tjänster baseras på läroplaner och annat tillgängligt kursmaterial utvecklat för relevanta åldersgrupper. Gruppens kostnader för att bibehålla, uppdatera och nyutveckla relevant innehåll är relativt små. Det finns en risk för att en ny aktör med stark finansiering eller andra marknadsaktörer utan större initiala investeringar kan etablera sig på Gruppens befintliga marknader eller sådana marknader som Gruppen ämnar etablera sig på. Eftersom Gruppen i betydande omfattning inte kan skydda innehållet i sitt erbjudande finns det en risk att konkurrenter och andra marknadsaktörer kan lansera liknande tjänster vilket skulle påverka Gruppens tillväxt negativt.

Hantering

Genom att, utöver löpande innehållsutveckling, fokusera på användarupplevelsen och att säkerställa ett högt användande av Gruppens produkter, minskas risken att produkterna är rakt utbytbara mot en konkurrerande produkt med motsvarande innehåll.

För skolsegmentet byggs även lojalitet genom långsiktiga relationer och nära kunddialoger. Dels med de upphandlande enheterna, men även lärarna genom till exempel utbildning, tävlingar och skolbesök.

Gruppens produkter kopplar också samman barnets prestation och utveckling med lärare genom lärarportaler och föräldrar genom föräldraportaler. Denna typ av datadriven överblick och rapportering skapar också en inläsningsseffekt.

Gruppen har investerat mycket i varumärkesbyggande, dels av varumärkesnamnen, dels i de karaktärer, fantasi-världar och historier som finns i läroprodukterna och kringliggande tjänster såsom tävlingar och merchandise. Till exempel känner de flesta barnfamiljer i Sverige till Albert och man ser barn bära kläder och varor med Alberts karaktärer. Motsvarande ses för Sumdog i Storbritannien och Holy Owl i Frankrike. Detta är svårt att replikera. På längre sikt ämnar vi knyta ihop ekosystemet mellan eleven/barnet, skolan/läraren och hemmet/föräldrarna för en ännu starkare inläsningsseffekt.

Riskbedömning

Riskenivån bedöms som låg. Även om innehåll i vissa fall kan vara liknande i konkurrerande produkter och tjänster, finns en uniktet i flera av Gruppens produkter som tillsammans med fokus på användarupplevelsen och kringtjänster ökar kundlojaliteten.

Marknadsföringskostnader och marknadsföringsåtgärder

I syfte att öka kännedomen och kundbasen på konsumentmarknaden har Albert-gruppen historiskt investerat avsevärt i marknadsföring. Det finns ett tydligt samband mellan investeringar i marknadsföring och ökad tillväxt i användarbasen.

Marknadsföringskostnader utgör en betydande del av Gruppens kostnader och kommer så göra även framgent.

Bolaget nyttjar flertalet marknadsföringskanaler såsom annonsering på Meta och Google, influencers och banners på hemsidor. Utfallet av marknadsföringsinsatserna är i hög grad beroende av målgruppen och intresset för Gruppens erbjudande. En eller flera upprepade misslyckade marknadsföringsåtgärder riskerar att negativt inverka på förväntad kundanskaffningstakt av prenumeranter och Gruppens resultat i relation till de kostnader som marknadsföringsinsatserna medfört. Vidare är kundanskaffningskostnaden beroende av annonspriset, en faktor som ligger utanför bolagets kontroll. För att säkerställa god ekonomisk avkastning på alla marknadsföringsinsatser så spenderar Gruppen mindre pengar på marknadsföring under perioder med högre annonspriser, vilket typiskt leder till lägre antal nya kunder. Detta innebär att om annonspriserna ligger högt under en längre period, riskerar kundbasen att avstanna eller minska.

Hantering

Genom att via förvärv och organisk expansion ha lanserat fler produkter på flera marknader har Gruppen skapat möjlighet att optimera marknadsföringsinvesteringar mellan marknader och produkter, så att resurserna vid varje tidpunkt kan riktas dit bäst avkastning ges. Vidare har det rikare produktutbudet medfört en betydligt större total kundbas, som möjliggör för korsförsäljning av produkter mellan kunder samt möjlighet att nyttja redan etablerade varumärken vid lansering av nya produkter. Detta, tillsammans med den ökande andelen intäkter som härrör från skolmarknaden, bidrar till något minskat beroende av traditionell marknadsföring.

Gruppen jobbar också med att öka den organiska kundanskaffningen genom till exempel sökmotoroptimering (SEO), PR, sociala medier, tävlingar och rekommendationer. Organisk kundanskaffning är inte beroende av annonspriser och minskar därmed risken. Den tar däremot längre tid att bygga upp varför det är en långsiktig satsning.

Riskbedömning

Riskenivån bedöms som medel. Priserna på annonsering har fluktuerat senaste åren och Gruppens konsumentaffär är till stor del fortsatt beroende av marknadsföring för att säkerställa en stabil/växande kundbas. Att mer än hälften av bolagets intäkter nu kommer från skolmarknaden minskar dock exponeringen.

Nyckelkompetenser och kompetensförsörjning

Bolagets verksamhet är starkt beroende av kompetenta, erfarna och motiverade medarbetare. Att tappa nyckelpersoner och att ha utmaningar med att attrahera och rekrytera nya talanger skulle få stor inverkan på Gruppens verksamhet.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Hantering

Gruppen arbetar aktivt med personal- och kulturfrågor för att säkerställa att medarbetarna trivs, är motiverade och ser möjlighet till utveckling inom Albert-gruppen.

Olika typer av incitamentsprogram finns framtagna för nyckelpersoner och medarbetarnöjdhet mäts löpande.

Vidare innebär den nya organisationsstrukturen att vi skapar starkare funktioner med fler personer inom liknande kompetensområde. Det innebär att en organisation inte är beroende av en enskild individ för ett visst kompetensområde. Den enade organisationen innebär också att våra insatser inom personalutveckling och successionsplanering blir kraftfullare och vi kan både skapa interna karriärmöjligheter och internt ersätta personer som slutar på en viss roll.

Riskbedömning

Riskenivån bedöms som låg. Även om konkurrensen om duktiga medarbetare är hård, så har Gruppen generellt en hög medarbetarnöjdhet, en relativt låg personalomsättning och starkt arbetsgivarvarumärke.

Likviditet- och refinansieringsrisk

Att sakna likvida medel för att fortsätta bedriva sin verksamhet skulle vara mycket allvarligt för Gruppen.

Hantering

Albert-gruppen är välfinansierad med en kassa på motsvarande ca 44 miljoner SEK vid utgången av 2024. Gruppen jobbar löpande med långsiktig affärsplanering och med att prognostisera framtida kassaflöde för att säkerställa en fortsatt god likviditet.

Riskbedömning

Riskenivån bedöms som låg. Gruppen bedömer att nuvarande kassa ska räcka för att vända till positiv EBITDA och positivt kassaflöde.

Tusentals SEK	2024	2023	2022	2021	2020
Nettoomsättning	177 791	177 893	101 796	62 564	23 907
Resultat efter finansiella poster	-113 666	-85 157	-102 445	-57 264	-26 381
balansomslutningen	212 870	314 977	304 005	279 801	76 800
Soliditet (%)	51%	67%	79%	95%	91%

Förslag till disposition av årets resultat

Resultatdisposition

Styrelsen föreslår att disponera bolagets resultat enligt följande

Till årsstämmans förfogande står

Balanserat resultat	222 487 877
Årets förlust	-59 002 110
	163 485 767
Styrelsen föreslår att ingen utdelning skall lämnas	0
Balanseras i ny räkning	163 485 767
Summa	163 485 767

Finansiella rapporter

Koncernens resultaträkning	33
Koncernens balansräkning	34
Koncernens förändring i eget kapital	36
Koncernens kassaflödesanalys	37
Moderbolagets resultaträkning	38
Moderbolagets balansräkning	39
Moderbolagets förändring i eget kapital	41
Moderbolagets kassaflödesanalys	42
Noter	43

Koncernen

Koncernens resultaträkning

Tusentals SEK	Not	2024	2023
		jan–dec	jan–dec
Nettoomsättning	3	177 791	177 893
Aktiverat arbete för egen räkning	8	6 882	14 034
Övriga rörelseintäkter	4	7 372	17 585
		192 045	209 512
Rörelsens kostnader			
Råvaror och förnödenheter		-5 375	-4 085
Övriga externa kostnader		-121 251	-104 880
Personalkostnader	5	-94 372	-100 021
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	8,9	-84 359	-80 499
Övriga rörelsekostnader		-1 754	-6 776
Rörelseresultat		-115 066	-86 750
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och andra liknande resultatposter		1 932	2 212
Räntekostnader och liknande resultatposter		-532	-619
Resultat efter finansiella poster		-113 666	-85 157
Skatt på periodens resultat	7	8 877	5 260
Periodens resultat		-104 789	-79 897
Resultat per aktie			
–före och efter utspädning (kr)*		-4,17	-3,18
Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång		25 128 917	25 128 917
Genomsnittligt antal utestående aktier		25 128 917	24 235 604

*Avser både före och efter utspädning då beloppet är negativt.

Koncernen

Koncernens balansräkning

Tusentals SEK	Not	2024	2023
		31 dec	31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	8	34 494	74 256
Goodwill	8,19	73 039	97 402
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	8,19	26 175	35 256
		133 708	206 913
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	9	264	468
		264	468
Finansiella anläggningstillgångar			
Andra långfristiga fordringar		426	421
		426	421
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		134 398	207 802
Omsättningstillgångar			
Varulager		5 239	3 556
Kundfordringar		14 778	15 441
Övriga fordringar		4 017	3 573
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	12	9 966	4 673
		34 001	27 243
Kassa och bank			
Likvida medel		44 472	80 482
		44 472	80 482
Summa omsättningstillgångar		78 473	107 725
SUMMA TILLGÅNGAR		212 870	315 529

Koncernen

Koncernens balansräkning *forts.*

Tusentals SEK	Not	2024 31 dec	2023 31 dec
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Aktiekapital	13,14	1 256	1 256
Övrigt tillskjutet kapital		520 838	520 838
Balanserat resultat inkl. periodens resultat		-411 894	-311 676
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		110 200	210 418
Innehav utan bestämmande inflytande			
Summa eget kapital		110 200	210 418
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	7,15	8 954	17 944
Övriga avsättningar	15	311	311
		9 265	18 255
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	16	6 033	6 955
		6 033	6 955
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		6 353	5 366
Checkräkningskredit	17	2 457	2 522
Aktuell skatteskuld		222	1 727
Kortfristiga skulder till kreditinstitut	16	303	2 316
Övriga skulder		8 149	8 687
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	69 890	59 283
		87 373	79 901
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		212 870	315 529

Koncernen

Koncernens förändring i eget kapital

Tusentals SEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inkl. årets resultat	Summa eget kapital
Ingående eget kapital 2023-01-01	886	472 129	-233 637	239 378
Periodens resultat	-	-	-79 897	-79 897
Förändringar direkt mot eget kapital				
Omräkningsdifferens	-	-	772	772
Personaloptioner	-	-	1 086	1 086
	-	-	1 858	1 858
Transaktioner med ägare				
Registrerad nyemission	205	- 205	-	-
Emissionskostnader	0	-3 500	-	-3 500
Apportemission	165	52 414	-	52 579
	370	48 709	-	49 079
Utgående eget kapital 2023-12-31	1 256	520 838	-311 676	210 418
Ingående eget kapital 2024-01-01	1 256	520 838	-311 676	210 418
Periodens resultat	-	-	-104 789	-104 789
Förändringar direkt mot eget kapital				
Omräkningsdifferens	-	-	3 547	3 547
Personaloptioner	-	-	1 023	1 023
	-	-	4 570	4 570
Utgående eget kapital 2024-12-31	1 256	520 838	-411 894	110 200

Antalet aktier per balansdagen uppgår till 25 128 917 st

Koncernen

Koncernens kassaflödesanalys

Tusentals SEK	2024	2023
	jan–dec	jan–dec
Kassaflöde från den löpande verksamheten		
Resultatet före finansiella poster	-115 066	-86 750
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet:		
Av- och nedskrivningar	84 359	80 499
Realisationsresultat	-22	-
Förändringar i avsättningar	-	-13 002
Optioner	1 023	772
Omräkningsdifferenser	-427	-165
Erhållen ränta	1 290	2 212
Erlagd ränta	-532	-619
Betald skatt	-1 619	2 128
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapitalet	-30 994	-14 925
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapitalet		
Ökning/minskning av varulager	-1 683	3 494
Ökning/minskning av fordringar	-3 424	3 091
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	9 186	-9 540
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-26 915	-17 880
Investeringsverksamheten		
Förvärv av dotterbolag	-	-45 431
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-26	-204
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-6 844	-15 752
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-6 870	-61 387
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	-	70 100
Emissionskostnader	-	-3 500
Nettoförändring checkräkning	-66	124
Amortering av skuld	-2 936	-9 674
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-3 002	57 050
PERIODENS KASSAFLÖDE	-36 787	-22 217
Likvida medel vid periodens ingång	80 482	104 144
Kursdifferens i likvida medel	777	-1 445
Likvida medel vid Periodens utgång	44 472	80 482

Moderbolaget

Moderbolagets resultaträkning

Tusentals SEK	Not	2024	2023
		jan–dec	jan–dec
Nettoomsättning	3	57 475	62 118
Aktiverat arbete för egen räkning	8	6 460	12 700
Övriga rörelseintäkter	4	16 166	3 303
		80 101	78 121
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader		-70 531	-55 893
Personalkostnader		-35 077	-37 220
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	8,9	-12 325	-11 279
Övriga rörelsekostnader		- 198	-4 959
Rörelseresultat		-38 030	-31 230
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och andra liknande resultatposter		622	1 565
Räntekostnader och liknande resultatposter		-183	-190
Nedskrivningar av långfristiga fordringar		-21 286	-
Nedskrivningar av andelar dotterbolag	11	-7 695	-46 815
Resultat efter finansiella poster		-66 572	-76 670
Bokslutsdispositioner			
Koncernbidrag	6	7 570	2 941
Resultat före skatt		-59 002	-73 729
Skatt på periodens resultat	7	-	-
Periodens resultat		-59 002	-73 729

Moderbolaget

Moderbolagets balansräkning

Tusentals SEK	Not	2024	2023
		31 dec	31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	8	12 835	18 571
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	8	258	387
		13 093	18 958
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	11	180 587	188 282
Andra långfristiga fordringar		257	257
		180 844	188 539
Summa anläggningstillgångar		193 937	207 497
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar		2 498	5 929
Fordringar till koncernföretag		15 072	14 889
Skattefordringar		93	-
Övriga fordringar		838	-
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	12	6 152	874
		24 653	21 692
Kassa och bank			
Likvida medel		5 636	29 888
		5 636	29 888
Summa omsättningstillgångar		30 289	51 579
SUMMA TILLGÅNGAR		224 226	259 076

Moderbolaget

Moderbolagets balansräkning *forts.*

Tusentals SEK	Not	2024	2023
		31 dec	31 dec
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	13,14	1 256	1 256
Fond för utvecklingsutgifter		12 835	18 571
		14 091	19 827
Fritt eget kapital			
Överkursfond		520 838	520 838
Balanserat resultat		-298 350	-231 381
Periodens resultat		-59 002	-73 729
		163 486	215 728
Summa eget kapital		177 577	235 555
Avsättningar			
Övriga avsättningar	15	311	311
		311	311
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		3 823	2 652
Skulder till koncernföretag		26 992	10 081
Aktuell skatteskuld		-	377
Övriga skulder		2 796	2 675
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18	12 727	7 423
		46 338	23 208
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		224 226	259 076

Moderbolaget

Moderbolagets förändring i eget kapital

Tusentals SEK	BUNDET EGET KAPITAL			FRITT EGET KAPITAL		
	Aktiekapital	Nyemission	Fond för utvecklingsutgifter	Överkursfond	Balanserat resultat inkl. periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående eget kapital 2023-01-01	886	205	16 999	471 924	-230 578	259 436
Periodens resultat	-	-			-73 729	-73 729
Förändringar direkt mot eget kapital						
Personaloptioner	-	-	-	-	772	772
	-	-	-	-	772	772
Transaktioner med ägare						
Registrerad nyemission	205	- 205				
Emissionskostnader	-		-	-3 500	-	-3 500
Apportemission	165		-	52 414	-	52 579
	370	- 205		48 914	-	49 079
Omföring mellan poster i eget kapital						
Fond för utvecklingsutgifter	-	-	1 572	-	-1 572	-
	-	-	1 572	-	-1 572	-
Utgående eget kapital 2023-12-31	1 256	-	18 571	520 838	-305 109	235 555
Ingående eget kapital 2024-01-01	1 256	-	18 571	520 838	-305 109	235 555
Periodens resultat	-	-	-	-	-59 002	-59 002
Förändringar direkt mot eget kapital						
Personaloptioner	-	-	-	-	1 023	1 023
	-	-	-	-	1 023	1 023
Omföring mellan poster i eget kapital						
Fond för utvecklingsutgifter	-	-	-5 736	-	5 736	-
	-	-	-5 736	-	5 736	-
Utgående eget kapital 2024-12-31	1 256	-	12 835	520 838	-357 352	177 577

Antal aktier per balansdagen uppgår till 25 128 197 st.

Moderbolaget

Moderbolagets kassaflödesanalys

Tusentals SEK	2024	2023
	jan-dec	jan-dec
Kassaflöde från den löpande verksamheten		
Resultatet före finansiella poster	-38 030	-31 230
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet:		
Av- och nedskrivningar	12 325	-1 723
Optioner	1 023	772
Kursvinster/förluster	-	863
Erhållen ränta	439	1 565
Erlagd ränta	-183	-190
Betald skatt	-470	47
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapitalet	-24 896	-29 896
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapitalet		
Ökning/minskning av fordringar	-23 971	-11 032
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	31 075	8 346
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-17 792	-32 582
Investeringsverksamheten		
Förvärv av dotterbolag	-	-73 394
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-6 460	-12 700
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-6 460	-86 094
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	-	70 100
Emissionskostnader	-	-3 500
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-	66 600
PERIODENS KASSAFLÖDE	-24 252	-52 076
Likvida medel vid periodens ingång	29 888	81 964
Kursdifferens i likvida medel	-	-
Likvida medel vid Periodens utgång	5 636	29 888

Noter till de finansiella rapporterna

eEducation Albert AB (publ), moderbolaget, och dess dotterbolag är en internationellt verksam EdTech- koncern.

Koncernen utvecklar och marknadsför digitala utbildnings-tjänster på prenumerationsbasis till både privatpersoner och skolor. Moderbolaget eEducation Albert AB (publ), organisations-nummer 559020– 9093, är ett aktiebolag registrerat i Sverige med säte i Göteborg, besöksadress Polhemsplatsen 5, 411 11 Göteborg. Moderbolagets aktier är noterade på First North Growth Market under kortnamnet ALBERT.

Utöver eEducation Albert AB (publ) inkluderar koncern-redovisningen Ampd AB, organisationsnummer 559187–3269,

eEducation Albert Invest AB, organisationsnummer 559063–9331, ARPU Management AB, organisationsnummer 556690–9197, Swedish Film AB, 556556-5925, Norweigan Film AS, 991698140, Strawbees AB, organisationsnummer 556983–8914, Kids MBA SAS, organisationsnummer 8132219900025, Sumdog Ltd, organisationsnummer SC167331 samt Sumdog Inc, skatteregistreringsnummer 352503565.

Styrelsen har den 26:e mars 2025 godkänt denna koncern- och årsredovisning för offentliggörande.

Not	Sida
N.1 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper	44
N.2 Viktiga uppskattningar och bedömningar	47
N.3 Nettoomsättningens fördelning	48
N.4 Övriga rörelseintäkter	48
N.5 Personal	48
N.6 Bokslutsdispositioner	49
N.7 Skatt på årets resultat	49
N.8 Immateriella tillgångar	50
N.9 Materiella tillgångar	51
N.10 Operationella Leasingavtal	52
N.11 Andelar i koncernföretag	52

Not	Sida
N.12 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	52
N.13 Eget kapital	53
N.14 Aktierelaterade ersättningar	53
N.15 Avsättningar	53
N.16 Skulder till kreditinstitut	54
N.17 Checkräkningskredit	54
N.18 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	54
N.19 Förvärv av rörelse	54
N.20 Ställda Säkerheter	54
N.21 Närstående transaktioner	54
N.22 Händelser efter balansdag	54

Noter till de finansiella rapporterna

N.1 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper

Företaget tillämpar Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning ("K3").

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar moderföretaget eEducation Albert AB (publ) och de företag över vilka moderföretaget direkt eller indirekt har bestämmande inflytande (dotterföretag). Bestämmande inflytande innebär en rätt att utforma ett annat företags finansiella och operativa strategier i syfte att erhålla ekonomiska fördelar. Bestämmande inflytande föreligger i normalfallet då moderföretaget direkt eller indirekt innehar aktier som representerar mer än 50 % av rösterna.

Ett dotterföretags intäkter och kostnader tas in i koncernredovisningen från och med tidpunkten för förvärvet till och med den tidpunkt då moderföretaget inte längre har ett bestämmande inflytande över dotterföretaget.

Redovisningsprinciperna för dotterföretag överensstämmer med koncernens redovisningsprinciper.

Alla koncerninterna transaktioner, mellanhavanden samt orealiserade vinster och förluster hänförliga till koncerninterna transaktioner har eliminerats vid upprättandet av koncernredovisningen.

Rörelseförvärv

Bolaget har inte genomfört några rörelseförvärv under räkenskapsåret. Rörelseförvärv redovisas enligt förvärvsmetoden. Köpeskillingen för rörelseförvärvet värderas till verkligt värde vid förvärvstidpunkten, vilket beräknas som summan av de verkliga värdena per förvärvstidpunkten för erlagda tillgångar, uppkomna eller övertagna skulder samt emitterade egetkapitalinstrument och utgifter som är direkt hänförliga till rörelseförvärvet.

Exempel på utgifter är transaktionskostnader. I köpeskillingen ingår villkorad köpeskillning, förutsatt att det vid förvärvstidpunkten är sannolikt att köpeskillingen kommer att justeras vid en senare tidpunkt och att beloppet kan uppskattas på ett tillförlitligt sätt.

Goodwill

Goodwill utgör skillnaden mellan anskaffningsvärdet och koncernens andel av det verkliga värdet på ett förvärvat dotterföretags identifierbara tillgångar och skulder på förvärvsdagen. Vid förvärvstidpunkten redovisas goodwill till anskaffningsvärde och efter det första redovisningstillfället värderas den till anskaffningsvärde efter avdrag för avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Goodwill skrivs av över den förväntade nyttjandeperioden vilken uppgår till 5 år.

Per varje balansdag gör företaget en bedömning om det finns någon indikation på att värdet av goodwill är lägre än det redovisade värdet. Finns det en sådan indikation beräknar företaget återvinningsvärdet för goodwill och upprättar en nedskrivningsprövning.

Vid ett nedskrivningsbehov justeras goodwill på den kassagerande enheten som den är hänförlig till. En redovisad nedskrivning av goodwill får dock inte återföras i en senare period.

Intäkter

Intäkter redovisas till det verkliga värdet av den ersättning som erhållits eller kommer att erhållas, med avdrag för mervärdesskatt, rabatter, returer och liknande avdrag.

Koncernens intäkter består i huvudsak av prenumerationsintäkter erhållna från kunder vid prenumeration av koncernens digitala utbildningstjänster. Intäkter från försäljning av tjänster på löpande räkning redovisas som intäkt i den period tjänsten nyttjas av kund.

Intäkter från koncernens varuförsäljningar tas upp vid den tidpunkt då de väsentliga risker och förmåner som är förknippade med äganderätten till varorna har övergått till köparen. Detta sker vid leverans av varor till kunden..

Omräkning av poster i utländsk valuta

Koncernens funktionella valuta och rapporteringsvaluta är Svenska kronor (SEK).

Monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta har omräknats till balansdagens kurs. Valutakursdifferenser redovisas i resultaträkningen under finansiella poster.

Icke-monetära tillgångar och skulder som redovisas till historiskt anskaffningsvärde har inte omräknats.

Utländska dotterbolag redovisas enligt dagskursmetoden, vilket innebär att tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurs och att intäkter och kostnader omräknas till genomsnittskurs för perioden.

Utländska dotterföretags finansiella rapporter omräknas till koncernens redovisningsvaluta enligt följande principer: till balansdagskurs för balansräkningen och till genomsnittskurs för resultaträkningen. Omräkningsdifferenser som uppstår vid omräkningen redovisas i eget kapital.

Ersättning till anställda

Ersättningar till anställda i form av löner, betald semester, betald sjukfrånvaro med mera samt pensioner redovisas i takt med intjänandet. Beträffande pensioner och andra ersättningar efter avslutad anställning klassificeras dessa som avgiftsbestämda eller förmånsbestämda pensionsplaner. Koncernen har endast avgiftsbestämda pensionsplaner.

Avgiftsbestämda planer

För avgiftsbestämda planer betalar koncernen fastställda avgifter till en separat oberoende juridisk enhet och har ingen förpliktelse att betala ytterligare avgifter. Koncernens resultat belastas för kostnader i takt med att förmånerna intjänas vilket normalt sammanfaller med tidpunkten för när premier erläggs.

Inkomstskatter

Skattekostnaden utgörs av summan av aktuell skatt och uppskjuten skatt.

Aktuell skatt

Aktuell skatt beräknas på det skattepliktiga resultatet för perioden. Skattepliktigt resultat skiljer sig från det redovisade resultatet i resultaträkningen då det har justerats för ej skattepliktiga intäkter och ej avdragsgilla kostnader samt för intäkter och kostnader som är skattepliktiga eller avdragsgilla i andra perioder. Koncernens aktuella skatteskuld beräknas enligt de skattesatser som gäller per balansdagen.

Noter till de finansiella rapporterna

N.1 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper forts.

Uppskjuten skatt

Uppskjuten skatt redovisas på temporära skillnader mellan det redovisade värdet på tillgångar och skulder i de finansiella rapporterna och det skattemässiga värdet som används vid beräkning av skattepliktigt resultat. Uppskjuten skatt redovisas enligt den så kallade balansräkningsmetoden. Uppskjutna skatteskulder redovisas för i princip alla skattepliktiga temporära skillnader, och uppskjutna skattefordringar redovisas i princip för alla avdragsgilla temporära skillnader i den omfattning det är sannolikt att beloppen kan utnyttjas mot framtida skattepliktiga överskott. Uppskjuten skatteskuld redovisas för skattepliktiga temporära skillnader hänförliga till investeringar i dotterföretag, utom i de fall koncernen kan styra tidpunkten för återföring av de temporära skillnaderna och det inte är uppenbart att den temporära skillnaden kommer att återföras inom en överskådlig framtid.

Det redovisade värdet på uppskjutna skattefordringar omprövas varje balansdag och reduceras till den del det inte längre är sannolikt att tillräckliga skattepliktiga resultat kommer att finnas tillgängliga för att utnyttjas, helt eller delvis, mot den uppskjutna skattefordran.

Med hänsyn till osäkerheten om framtiden har företagsledningen beslutat att inte redovisa någon uppskjuten skattefordran.

Värderingen av uppskjuten skatt baseras på hur företaget, per balansdagen, förväntar sig att återvinna det redovisade värdet för motsvarande tillgång eller reglera det redovisade värdet för motsvarande skuld.

Uppskjuten skatt beräknas baserat på de skattesatser och skatteregler som har beslutats före balansdagen. Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder kvittas då de hänför sig till inkomstskatt som debiteras av samma myndighet och då koncernen har för avsikt att reglera skatten med ett nettobelopp.

Aktuell och uppskjuten skatt för perioden

Aktuell och uppskjuten skatt redovisas som en kostnad eller intäkt i resultaträkningen, utom när skatten är hänförlig till transaktioner som redovisats direkt mot eget kapital. I sådana fall ska även skatten redovisas direkt mot eget kapital. Vid aktuell och uppskjuten skatt som uppkommer vid redovisning av rörelseförvärv, redovisas skatteeffekten i förvärvskalkylen.

Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Anskaffningsvärdet består av inköpspriset, utgifter som är direkt hänförliga till förvärvet för att bringa den på plats och i skick att användas samt uppskattade utgifter för nedmontering och bortforsling av tillgången och återställande av plats där den finns.

Maskiner och andra tekniska anläggningar:

Inventarier	5 år
Datorer	5 år

Immateriella anläggningstillgångar

Immateriella tillgångar som förvärvats separat redovisas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. Avskrivningen

sker linjärt över tillgångens uppskattade nyttjandeperiod, vilken uppskattas till 5 år. Bedömda nyttjandeperioder och avskrivningsmetoder omprövas om det finns en indikation på att dessa har förändrats jämfört med uppskattningen vid föregående balansdag.

Effekten av eventuella ändringar i uppskattningar och bedömningar redovisas framåtriktat. Avskrivning påbörjas när tillgången kan användas.

Anskaffning som en del av ett rörelseförvärv

Immateriella tillgångar som förvärvats i ett företagsförvärv identifieras och redovisas separat från goodwill när de uppfyller definitionen av en immateriell tillgång och deras verkliga värden kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Anskaffningsvärdet för sådana immateriella tillgångar utgörs av deras verkliga värde vid förvärvstidpunkten.

Dessa tillgångar skrivs av över den förväntade nyttjandeperioden, vilken uppgår till 5 år.

Efter det första redovisningstillfället redovisas immateriella tillgångar förvärvade i ett rörelseförvärv till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar på samma sätt som separat förvärvade immateriella tillgångar.

Anskaffning genom intern upparbetning

Koncernen tillämpar aktiveringsmodellen vilket innebär att arbetet med att ta fram en internt upparbetad immateriell anläggningstillgång delas upp i en forskningsfas och en utvecklingsfas. Samtliga utgifter som härrör från koncernens forskningsfas redovisas som kostnad när de uppkommer.

Samtliga utgifter för utveckling av nya ämnen att inkludera i koncernens digitala utbildningstjänster redovisas som en tillgång om samtliga följande villkor är uppfyllda:

- det är tekniskt möjligt att färdigställa den immateriella anläggningstillgången så att den kan användas eller säljas,
- företaget avsikt är att färdigställa den immateriella anläggningstillgången och att använda eller sälja den,
- det finns förutsättningar för att använda eller sälja den immateriella anläggningstillgången,
- det är sannolikt att den immateriella anläggningstillgången kommer att generera framtida ekonomiska fördelar,
- det finns erforderliga och adekvata tekniska, ekonomiska och andra resurser för att fullfölja utvecklingen och för att använda eller sälja den immateriella anläggningstillgången, och de utgifter som är hänförliga till den immateriella anläggningstillgången under dess utveckling kan beräknas tillförlitligt.

Utgifter för en internt upparbetad immateriell anläggningstillgång ingår enbart i anskaffningsvärdet om syftet vid förvärvet är att den delen genom eget utvecklingsarbete ska utgöra en del av en ny unik tillgång.

Efter första redovisningstillfället redovisas internt upparbetade immateriella anläggningstillgångar till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. Avskrivning påbörjas när tillgången kan användas.

Noter till de finansiella rapporterna

N.1 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper forts.

Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter

Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter redovisas till anskaffningsvärde reducerat med ackumulerade avskrivningar samt eventuella nedskrivningar. Posten avser i all väsentlighet förvärvade programvaror från Stairway och Jaramba under 2022 och Sumdog under 2023.

Avskrivningar

Avskrivningar redovisas i resultaträkningen linjärt över immateriella tillgångars beräknade nyttjandeperioder, såvida inte sådana nyttjandeperioder är obestämda. Avskrivningsbara immateriella tillgångar skrivs av från det datum då de är tillgängliga för användning.

De beräknade nyttjandeperioderna är:

Egenutvecklade immateriella tillgångar	3 år
Goodwill	5 år
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	5 år

Varulager

Varulagret är upptaget till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Därvid har inkursrisk beaktats. Anskaffningsvärdet beräknas enligt först in- först ut-principen.

Likvida medel

Likvida medel inkluderar kassamedel och disponibla tillgodohavanden hos banker och andra kreditinstitut samt andra kortfristiga likvida placeringar som lätt kan omvandlas till kontanter och är föremål för en obetydlig risk för värdefluktuationer. För att klassificeras som likvida medel får löptiden inte överskrida tre månader från tidpunkten för förvärvet.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen visar koncernens och moderbolagets förändringar av företagets likvida medel under räkenskapsåret.

Kassaflödesanalysen har upprättats enligt den indirekta metoden. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medfört in- och utbetalningar.

Specifika redovisningsprinciper för moderföretaget Dotterföretag

Andelar i dotterföretag redovisas till anskaffningsvärde. Utdelning från dotterföretag redovisas som intäkt när rätten att få utdelning bedöms som säker och kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Materiella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar som är av mindre värde eller kan antas ha en ekonomisk livslängd på högst tre år redovisas som kostnad vid det första redovisningstillfället förutsatt att företaget kan göra motsvarande avdrag enligt Inkomstskattelagen.

Immateriella anläggningstillgångar

När företaget redovisar utgifter för eget utvecklingsarbete som tillgång omförs motsvarande belopp från fritt eget kapital till en fond för utvecklingsutgifter.

Aktierelaterade ersättningar

För Albert-gruppen redovisas aktierelaterade ersättningar som regleras med egetkapitalinstrument till verkligt värde vid tilldelan-
detidpunkten.

Tilldelandetidpunkten definieras som den tidpunkt då företaget ingår avtal om aktierelaterade ersättningar. Det verkliga värdet fastställs vid tilldelandetidpunkten och redovisas som en kostnad med motsvarande justering i eget kapital. Denna kostnad fördelas över intjänandeperioden, baserat på företagets uppskattning av det antal aktier som förväntas bli inlösbara. För att beräkna det verkliga värdet tillämpas Black-Scholes värderingsmodell.

Sociala avgifter som är hänförliga till de aktierelaterade ersättningarna periodiseras på samma sätt som kostnaden för de tjänster som erhålls. Skulden för dessa ersättningar omvärderas vid varje bokslutstidpunkt fram tills dess att den är reglerad.

Noter till de finansiella rapporterna

N.2 Viktiga uppskattningar och bedömningar

Viktiga källor till osäkerhet i uppskattningar

Nedan redogörs för de viktigaste antagandena om framtiden, och andra viktiga källor till osäkerhet i uppskattningar per balansdagen, som innebär en betydande risk för väsentliga justeringar i redovisade värden för tillgångar och skulder under nästa räkenskapsår.

Nedskrivningsprövningar

Imateriella tillgångar

Vid varje balansdag görs en bedömning av om det föreligger någon indikation på en värdeminskning avseende koncernens tillgångar. Denna bedömning sker årligen men kan det ske oftare om det finns indikationer på att tillgången kan ha minskat i värde.

Om så är fallet görs en bedömning av tillgångens återvinningsvärde. Återvinningsvärdet utgörs av det högsta av tillgångens verkliga värde, med avdrag för försäljningskostnader, och nyttjandevärdet.

Med nyttjandevärde avses nuvärdet av framtida kassaflöden hänförliga till tillgången och nuvärdet av nettoförsäljningsvärdet vid nyttjandeperiodens slut. Om det beräknade återvinningsvärdet understiger det redovisade värdet görs en nedskrivning till tillgångens återvinningsvärde. En tidigare nedskrivning återförs när det har inträffat en förändring i de antaganden som låg till grund för att fastställa tillgångens återvinningsvärde när den skrevs ned och som innebär att nedskrivningen ej längre bedöms som erforderlig.

Återföringar av tidigare gjorda nedskrivningar prövas individuellt och redovisas i resultaträkningen. Nedskrivningar av goodwill återförs inte i en efterföljande period.

Under året har beslut tagits om omstruktureringen och resursallokering i Kids MBA SAS. Detta resulterade att bolaget under året skrivit ner övervärden i koncernen på 20 640 TSEK.

Finansiella tillgångar

Per balansdagen har det genomförts nedskrivningsprövningar vilket inte har resulterat i nedskrivningar i andelsvärden i moderbolaget per 31 december 2024.

Under året har beslut tagits om omstruktureringen och resursallokering i Kids MBA SAS. Detta resulterade i att i moderbolaget eEducation Albert AB har skrivit ner andelarna från förvärvet av Kids MBA med motsvarande 7 695 TSEK, vilket motsvarar 100 % av andelarna i dotterbolaget.

Aktivering av underskottsavdrag som uppskjuten skattefordran

Bolaget har ackumulerade skattemässiga underskottsavdrag som per 31 december 2024 som uppgår till 261 MSEK. En uppskjuten skattefordran har dock inte redovisats för dessa underskottsavdrag, då koncernen hittills har redovisat negativa resultat och bedömer att skattemässiga överskott inte kommer att utnyttjas inom överskådlig framtid.

Bolaget kommer löpande att utvärdera aktiveringen av en uppskjuten skattefordran i takt med att resultatförbättringar realiserar och en stabil lönsamhet kan påvisas.

Tilläggsköpeskillning

Den 20 januari 2023 förvärvade eEducation Albert samtliga aktier i Kids MBA SAS. En tilläggsköpeskillning var avtalad att utgå efter årsstämman 2025 under förutsättning att den organiska tillväxten i den konsoliderade årliga nettoomsättningen för samtliga bolag i koncernen per den 31 januari 2024 uppgick till totalt 70 % mellan räkenskapsåren 2022–2024. Då den faktiska nettoomsättningen för 2024 inte uppnått den nivå som krävs för att villkoren ska uppfyllas, kommer tilläggsköpeskillningen inte att utgå. Ingen avsättning för tilläggsköpeskillningen har bokförts.

Den 31 januari 2023 förvärvade eEducation Albert samtliga aktier i Strawbees AB. En tilläggsköpeskillning var avtalad att utgå efter årsstämman 2025 under förutsättning att den organiska tillväxten i den konsoliderade årliga nettoomsättningen för samtliga bolag i koncernen per den 31 januari 2024 uppgick till totalt 50 % mellan räkenskapsåren 2022–2024. Då den faktiska nettoomsättningen för 2024 inte uppnått den nivå som krävs för att villkoren ska uppfyllas, kommer tilläggsköpeskillningen inte att utgå. Ingen avsättning för tilläggsköpeskillningen har bokförts.

Noter till de finansiella rapporterna

N.3 Nettoomsättningens fördelning

Alberts VD, som högste verkställande beslutsfattare, följer upp och analyserar resultat och finansiell ställning för bolaget som helhet samt per affärsområde och affärsmodell.

Affärsområden:

B2C – Försäljning till hushåll

B2B – Försäljning till skolor och annan verksamhet

Affärsmodeller:

B2C – Försäljning av digitala produkter genom abonnemang

B2B – Försäljning av digitala produkter genom abonnemang

B2B – Försäljning av digitala produkter utan abonnemang

B2B – Försäljning av fysiska produkter utan abonnemang

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
B2C	73 274	79 212	57 475	62 118
B2B	104 517	98 681	-	-
Summa	177 791	177 893	57 475	62 118

N.4 Övriga rörelseintäkter

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Kursvinster av rörelsekaraktär	1 909	4 317	144	3 303
Erhållna offentliga stöd	3	265	-	-
Orealiserad tilläggsköpeskillning	-	13 002	-	-
Interna intäkter	-	-	10 714	-
Intäkter för marknadsföring	5 308	-	5 308	-
Övrigt	152	-	-	-
Summa	7 372	17 584	16 166	3 303

N.5 Personal

Medelantal anställda FTE

	KONCERNEN				MODERBOLAGET			
	2024		2023		2024		2023	
	Medelantalet	Varav män	Medelantalet	Varav män	Medelantalet	Varav män	Medelantalet	Varav män
Sverige	57	26	67	32	31	13	40	17
Storbritanien	26	13	31	11	-	-	-	-
Frankrike	10	4	12	4	-	-	-	-
Summa	93	43	110	47	31	13	40	17

Andel kvinnor i ledande befattningshavare

	2024	2023
Styrelsen	20%	40%
Ledande befattningshavare	33%	43%

Noter till de finansiella rapporterna

N.5 Personal forts.

Löner andra ersättningar och sociala kostnader

	KONCERNEN				MODERBOLAGET			
	2024		2023		2024		2023	
	Löner och ersättningar		Sociala kostnader		Löner och ersättningar		Sociala kostnader	
Styrelse och VD	4 254	6 021	1 957	2 241	3 176	3 093	1 383	1 148
Övriga Anställda	66 708	68 483	19 165	18 822	20 973	22 964	8 200	8 757
-varav pensionskostnader	-	-	5 766	5 467	-	-	1 928	1 727
Summa	70 962	74 504	21 122	21 063	24 148	26 057	9 583	9 905

N.6 Bokslutsdispositioner

Tusentals SEK	MODERBOLAGET	
	2024	2023
Mottagna Koncernbidrag ¹⁾	7 570	2 941
	7 570	2 941

¹⁾ Moderbolaget har erhållit koncernbidrag från Ampd AB (559187-3269) och ARPU Management AB(556690-9197).

N.7 Skatt på årets resultat

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Aktuell skatt för året	-113	-1 292	-	-
Uppskjuten skatt	8 990	6 552	-	-
Summa skatteintäkt	8 877	5 260	-	-
Avstämning av effektiv skattesats				
Resultat före skatt	-113 666	-85 157	-59 002	-73 729
Skatteeffekter av:				
Beräknad skatt, 20,6% (20,6)	23 415	17 542	12 154	15 188
Ej skattepliktiga intäkter	4 398	53	1	1
Ej avdragsgilla kostnader	-15	-8	- 14	- 8
Skatteeffekt nedskrivning andelar	-5 970	-9 644	-5 970	-9 644
Skatteeffekt av emissionskostnader	-	-736	-	-736
Uppskjuten skatt	8 990	6 263	-	-
Ej aktiverade underskott	-21 941	-8 210	-6 171	-4 801
Summa skatteintäkt	8 877	5 260	-	-

KONCERNEN				
Uppskjuten Skatt	Uppskjutna Skattefordringar		Uppskjutna Skatteskulder	
	2024	2023	2024	2023
Övervärden Immaterialla tillgångar	-	-	8 112	17 102
Övrigt	-	-	842	842
	-	-	8 954	17 944

Samtliga skattemässiga underskott har enligt nuvarande regelverk inga förfallodatum, dock finns restriktioner för hur stor del av underskotten som kan kvittas mot skattemässiga vinster

respektive år. Av koncernens totala skattemässiga underskott är 0 % värderade i form av uppskjutna skattefordringar.

Noter till de finansiella rapporterna

N.8 Immateriella tillgångar

Med forskningskostnader avses utgifter för forskning som syftar till att erhålla ny kunskap avseende utveckling av ämnen eller områden i nuvarande ämnen. Med utgifter för utveckling avses utgifter där kunskap tillämpas för att åstadkomma nya eller förbättrade ämnen eller plattformar.

Utgifter för forskning kostnadsförs i den period de uppkommer. I koncernen redovisas utgifter för utveckling som immateriell tillgång i det fall tillgången bedöms kunna generera framtida

ekonomiska fördelar och då endast under förutsättning att det är tekniskt och finansiellt möjligt att färdigställa tillgången, att avsikten är och förutsättning finns att tillgången kan användas i verksamheten eller säljas samt att värdet kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

I koncernens balansräkning är egenutvecklade immateriella tillgångar redovisade till anskaffningsvärde reducerat med ackumulerade avskrivningar och nedskrivningar.

Egenutvecklade immateriella tillgångar

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående balans	133 571	75 450	50 672	37 972
Investeringar	6 882	15 752	6 460	12 700
Förvärv	-	42 334	-	-
Nedskrivningar	- 30 959	-	-	-
Omklassificering	-	-75	-	-
Omräkningsdifferens	2 294	110	-	-
Utgående balans	111 788	133 571	57 132	50 672
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
Ingående balans	-59 315	-27 778	-32 101	-20 973
Avskrivningar	-27 025	-28 544	-12 196	-11 128
Nedskrivning	-	-3 024	-	-
Återföring	10 319	-	-	-
Omklassificering	-	75	-	-
Omräkningsdiff	-1 274	-44	-	-
Utgående balans	-77 295	-59 315	-44 297	-32 101
Redovisat värde	34 494	74 256	12 835	18 571

Goodwill

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående Balans	133 749	28 251	-	-
Investeringar	-	-	-	-
Förvärv	-	105 498	-	-
Omräkningsdifferens	2 467	-	-	-
Utgående balans	136 216	133 749	-	-
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
Ingående Balans	-36 347	-7 239	-	-
Avskrivningar	-25 313	-29 165	-	-
Nedskrivning	-	-8 325	-	-
Omklassificeringar	-	8 380	-	-
Omräkningsdiff	-1 517	-	-	-
Utgående balans	-63 177	-36 347	-	-
Redovisat värde	73 039	97 402	-	-

Noter till de finansiella rapporterna

N.8 Imateriella tillgångar forts.

Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående Balans	56 180	56 180	1 145	1 145
Investeringar	-	-	-	-
Utrangering	-38	-	-	-
Omräkningsdifferens	4 810			
Utgående balans	60 952	56 180	1 145	1 145
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
Ingående Balans	-20 924	-9 796	-758	-629
Avskrivningar	-11 129	-11 129	-129	-129
Utrangeringar	-	-	-	-
Omräkningsdiff	-2 724	1	-	-
Utgående balans	-34 777	-20 924	-887	-758
Redovisat värde	26 175	35 256	258	387

N.9 Materiella tillgångar

Inventarier, verktyg och installationer redovisas till anskaffningsvärde reducerat med ackumulerade avskrivningar samt eventuella nedskrivningar. Posten avser i all väsentlighet datorer samt kontorsinventarier.

Avskrivningar enligt plan baseras på ursprungliga anskaffningsvärden reducerade med beräknat restvärde.

De materiella anläggningstillgångarnas restvärden och nyttjandeperioder omprövas vid varje balansdag, och justeras vid behov. Avskrivningar sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod.

De beräknade nyttjandeperioderna är: Inventarier, verktyg och installationer 5 år.

Inventarier, verktyg och installationer

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Akkumulerade anskaffningsvärden				
Ingående Balans	1 312	723	474	474
Inköp	40	204	-	-
Förvärv	-	384	-	-
Utrangering	-45	-	-	-
Omräkningsdifferens	25	1	-	-
Utgående balans	1 332	1 312	474	474
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
Ingående Balans	-844	-522	-474	-452
Avskrivningar	-253	-311	-	-22
Utrangeringar	45	-	-	-
Omräkningsdiff	-16	-11	-	-
Utgående balans	-1 068	-844	-474	-474
Redovisat värde	264	468	-	-

Noter till de finansiella rapporterna

N.10 Operationella Leasingavtal

Bland bolagets operationella leasingavtal förekommer inga variabla avgifter eller restriktioner av väsentligt värde. Årets operationella leasingkostnader fördelas enligt följande:

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Kostnadsförda leasingavgifter under året	332	270	7	7
Framtida minimileaseavgifterna för icke uppsägningsbara operationella leasingavtal fördelas sig enligt följande:				
Inom ett år	276	275	5	5
Längre än ett år men inom fem år	227	481	-	-
Summa	503	756	5	5

N.11 Andelar i koncernföretag

Tusentals SEK	MODERBOLAGET	
	2024	2023
Ingående anskaffningsvärde	188 282	110 714
Förvärv	-	129 384
Nedskrivningar	-7 695	-51 816
Totalt	180 587	188 282

Bolag	Org.nr.	Säte	Andel i %	Bokfört värde 2024	Bokfört värde 2023	Eget Kapital 2024-12-31	Resultat 2024
eEducation Albert Invest AB	559063-9331	Göteborg, Sverige	100	88	88	30	0
Ampd AB	559187-3269	Stockholm, Sverige	100	10 000	10 000	959	- 1
Sumdog Ltd	SC167331	Edinburgh, Storbritannien	100	70 315	70 315	715	- 4 350
Kids MBA SAS	813 221 199	Paris, Frankrike	100	-	7 695	- 7 990	12 298
Strawbees AB	556983-8914	Göteborg, Sverige	100	24 514	24 514	746	- 2 938
ARPU Management AB	556690-9197	Stockholm, Sverige	100	75 670	75 670	11 444	376
Summa			100	180 587	188 282	5 904	5 385

Under året har beslut tagits om omstruktureringen och resursallokering i Kids MBA SAS. Detta resulterade i att i moderbolaget eEducation Albert AB har andelarna från förvärvet av Kids MBA

skrivits ned med motsvarande 7 695 TSEK, vilket motsvarar 100 % av andelarna i dotterbolaget.

N.12 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Förutbetalda leasingavg och hyror	739	777	449	289
Förutbetalda serviceavgifter	325	216	394	185
Förutbetalda försäkringar	45	30	-	30
Upplupen ränteintäkt	2	105	8	114
Förutbetalda plattformskostnader	7 226	2 448	5 222	183
Övrigt	1 629	1 097	79	73
Summa	9 966	4 673	6 152	874

Noter till de finansiella rapporterna

N.13 Eget kapital

Per den 31 december 2024 omfattade det registrerade aktiekapitalet 25 128 917 stamaktier (25 128 917) med ett kvotvärde om 0,05 (0,05) kr.

N.14 Aktierelaterade ersättningar

Per utgången av 31 december 2024 har bolaget två personaloptionsprogram bestående av högst 1 994 479 optionsrätter berättigande till maximalt 1 994 479 aktier, varvid aktiekapitalet kan öka med högst 99 724 SEK. Bolaget har ingått avtal med respektive deltagare för samtliga optioner, varvid vid påkallande av utnyttjande av deltagaren ska styrelsen i Bolaget kalla till bolagsstämma där beslut om emission av motsvarande mängd aktier ska behandlas.

De första personaloptionerna intjänas under en period om tre och ett halvt år (3,5) år från dagen för tilldelning och kan därefter av optionsinnehavare utnyttjas för teckning av aktier senast 2 månader därefter. Sista möjliga påkallandedatum inträffar

under 2025. Lösenpriset för varje aktie som omfattas av personaloptionerna uppgår till 59,11 SEK.

De andra personaloptionerna intjänas under en period om tre år (3) år från dagen för tilldelning och kan därefter av optionsinnehavare utnyttjas för teckning av aktier senast 2 månader därefter. Sista möjliga påkallandedatum inträffar under 2026. Lösenpriset för varje aktie som omfattas av personaloptionerna uppgår till 13,74 SEK.

Maximal utspädning av aktivt personaloptionsprogram uppgår till 5,2%.

Personaloptioner

Tusentals SEK	Initial balans	Förändringar under året	Slutgiltig balans
Antal personaloptioner vid årets början	1 994 966	-	1 994 966
Antal personaloptioner förfallna under året	-	-487	-487
Antal personaloptioner förverkade under året	-	-569 790	-569 790
Antal personaloptioner som ej allokerats	-	569 790	569 790
Antal personaloptioner vid årets slut			1 994 479

N.15 Avsättningar

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Övriga avsättningar				
Vid årets ingång	311	12 450	311	12 450
Nya avsättningar	-	311	-	311
Anspråktaget belopp	-	-12 450	-	-12 450
Summa övriga avsättningar	311	311	311	311
Uppskjuten skatt				
Vid årets ingång	17 944	15 675	-	-
Nya avsättningar periodiseringsfond	-	415	-	-
Nya avsättningar övervärden	-	17 529	-	-
Anspråktaget belopp	-8 990	-15 675	-	-
Summa utgående uppskjuten skatt	8 954	17 944	-	-

Noter till de finansiella rapporterna

N.16 Skulder till kreditinstitut

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Skulder som förfaller inom 1 år	303	2 316	-	-
Skulder som förfaller senare än 1 år men senast 5 år efter balansdagen	6 033	6 955	-	-
Summa skulder till kreditinstitut	6 336	9 271	-	-

N.17 Checkräkningskredit

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Beviljat belopp	2 500	2 500	-	-
Utnyttjat belopp	2 457	2 522	-	-

N.18 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Tusentals SEK	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2024	2023	2024	2023
Upplupna kostnader för Royalties	32 974	30 697	692	2 303
Upplupna kostnader för årsabonemang	28 572	21 870	8 561	2 154
Upplupna löner, semesterlöner och sociala avgifter	6 555	5 826	3 013	2 903
Upplupna hyresrabatter	-	63	-	63
Övriga poster	1 789	827	461	-
Summa	69 890	59 283	12 727	7 423

N.19 Förvärv av rörelser

Bolaget har inte genomfört några rörelseförvärv under räkenskapsåret 2024.

Under föregående år, 2023, förvärvade bolaget Swedish Film AB, Strawbees AB samt Kids MBA. För mer information om dessa förvärv, hänvisas till årsredovisningen för 2023.

I balansräkningen per 31 december 2024 ingår fortfarande poster relaterade till tidigare förvärv, såsom goodwill och eventuella tilläggsköpeskillningar, vilka redovisas enligt förvärvsmetoden. Se även not 8 för ytterligare information.

N.20 Ställda säkerheter

Bolaget har en borgensförbindelse kopplad till ett hyresavtal som löper till 2025-12-31. Förpliktelsen utgör en eventalförpliktelse

och avser säkerställande av hyresbetalningar. Exponeringen uppgår till maximalt 458 TSEK.

N.21 Närståendetransaktioner

Inköp av marknadsföring har skett under räkenskapsåret från Schibsted Tillväxtmedier Annonsförsäljning AB 300 TSEK och mr Grytterihielm AB 500 TSEK inklusive koncernbolag som bedöms

som närstående part beaktat styrelserepresentation och ägande. Transaktionerna bedöms vara en del av eEducation Albert AB:s normala verksamhet och skett på marknadsmässiga villkor.

N.22 Händelser efter balansdag

- Albert Junior lanserades i Tjeckien. Lanseringen var ytterligare ett strategiskt steg mot lönsam tillväxt och utökad global närvaro efter lanseringen i Rumänien.

Övrigt

Styrelsens och vd:s underskrift	56
Revisionsberättelse	57
Nyckeltal och definitioner	59

Styrelsens och VD:s underskrift

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

Underskrifter av rapporten
framgår av våra elektroniska underskrifter
Göteborg, 26 mars 2025

Björn Bengtsson
Ordförande

Richard Sandenskog
Styrelseledamot

Peter Grytterhielm
Styrelseledamot

Carl Kinell
Styrelseledamot

Andrea Carr
Styrelseledamot

Jonas Mårtensson
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den dag
som framgår av vår elektroniska underskrift
Ernst & Young AB

Linda Sallander
Auktoriserad Revisor



Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i eEducation Albert AB, org.nr 559020 - 9093
Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för eEducation Albert AB för räkenskapsåret 2024. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 23–56 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen och koncernredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 december 2024 och av dessas finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 1–22 samt 59–61. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risker för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.



- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen och koncernredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag och en koncern inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- planerar och utför vi koncernrevisionen för att inhämta tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för företag eller affärsenheter inom koncernen som grund för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och genomgång av det revisionsarbete som utförts för koncernrevisionens syfte. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av eEducation Albert AB för räkenskapsåret 2024 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens

verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att förtlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Göteborg den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Ernst & Young AB

Linda Sallander
Auktoriserad revisor

Nyckeltal och definitioner

Finansiella Nyckeltal	Definition	Motivering för användare
Nettoomsättning, LTM	Avser nettoomsättningen för de senaste 12 månaderna	Tydliggör Bolagets nettoomsättning för de senaste 12 månaderna
Nettoomsättningstillväxt	Förändring i nettoomsättningen jämfört med samma period föregående år	Tydliggör Bolagets tillväxt i nettoomsättning jämfört med samma period föregående år
Organisk nettoomsättningstillväxt	Organisk tillväxt avser försäljningstillväxt från befintlig verksamhet justerad för effekter från förvärv och avyttringar	Mäta Bolagets tillväxt i nettoomsättning jämfört med samma period föregående år exklusive eventuella förvärv under perioderna, detta för ökad jämförelse över tid
Bruttoresultat	Nettoomsättning med avdrag för direkta försäljningskostnader vilket är definierade som varukostnader, plattformsavgifter, royalty, licenser och avgift för betalhantering	Tydliggöra Bolagets bidrag som skall täcka fasta- och rörliga kostnader i verksamheten
Bruttomarginal	Bruttoresultat som en del av nettoomsättning	Mäta hur stor del av Bolagets nettoomsättning som blir kvar för att täcka fasta- och rörliga kostnader
EBITDA	Rörelseresultat före finansiella poster, skatter, avskrivningar och nedskrivningar	Mäta resultatet från den löpande verksamheten oberoende av materiella och immateriella tillgångars av- och nedskrivningar
EBITDA marginal	EBITDA som en del av nettoomsättningen	Tydliggöra Bolagets lönsamhet genererat av den löpande verksamheten. Underlättar jämförelsen av lönsamhet mellan olika bolag och branscher
EBITA	Resultat före räntor, skatt samt av- och nedskrivningar av förvärvsrelaterade tillgångar	Mäta resultatet från den löpande verksamheten oberoende av av- och nedskrivning av förvärvsrelaterade tillgångar
EBITA-marginal	EBIT som en del av nettoomsättning	Visar hur stor andel av omsättning som blir kvar efter rörelsens samtliga kostnader och som kan disponeras till andra ändamål

Nyckeltal och definitioner

Finansiella Nyckeltal	Definition	Motivering för användare
Nettokassa (-)/skuld (+)	Räntebärande skulder minus räntebärande fordringar och likvida medel	Visar bolagets totala skuldsättning
Rörelsekapital	Omsättningstillgångar exklusive likvida medel minskat med leverantörsskulder och upplupna kostnader samt förutbetalda intäkter	Tydliggör hur mycket kapital som behövs för att finansiera den löpande verksamheten
Soliditet	Eget kapital som del av totala tillgångar	Tydliggör Bolagets kapitalstruktur och därav bolagets finansiella styrka
Resultat per aktie före utspädning	Periodens resultat efter skatt hänförligt till moderbolagets aktieägare dividerat med det vägda genomsnittliga antalet utestående stamaktier under perioden	Tydliggör aktieägarnas resultat per aktie före utspädning
Resultat per aktie efter utspädning	Periodens resultat efter skatt hänförligt till moderbolagets aktieägare dividerat med det vägda genomsnittliga antalet utestående stamaktier justerat för effekterna av alla potentiella stamaktier som ger upphov till utspädningseffekt under perioden	Tydliggör aktieägarnas resultat per aktie efter utspädning

Kontaktuppgifter

Jonas Mårtensson

Verkställande direktör

Telefon: +46 72-970 70 84

E-post: jonas@hejalbert.se

Finansiell kalender

Bolagsstämma	29 apr 2025
--------------	-------------

Delårsrapport Q1	16 maj 2025
------------------	-------------

Delårsrapport Q2	22 aug 2025
------------------	-------------

Delårsrapport Q3	11 nov 2025
------------------	-------------

Bokslutskommuniké Q4	26 feb 2026
----------------------	-------------

Läs mer om Albert Group

På vår hemsida www.the-albertgroup.com

I våra delårsrapporter www.investors.hejalbert.se

albert
GROUP.

