

Delårsrapport

Q1, 2022

FÖR PERIODEN 1 JANUARI – 31 MARS



Översikt

JANUARI – MARS 2022

Intäkter uppgick till 14 612 TSEK (12 330), motsvarande en ökning av 18,5 procent

Rörelseresultatet uppgick till -7 586 TSEK (-2 716)

Resultat efter skatt: -7 092 TSEK (-2 629)

Resultat per aktie uppgick till -2,10 SEK (-0,98)

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RAPPORTPERIODEN

Aventura Group lanserar Aventura studio för livestream och videoproduktion.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RAPPORTPERIODENS UTGÅNG

Aventura Group ingår ett strategiskt partnerskap med Acclime som genererar upp till 9,3 miljoner SEK i likviditet.

Aventura Group investerar 660 TSEK i ultra-fast fashion utmanaren Shekou, för en ägarandel av 12-20% beroende på utfallet av en förväntad finansiering av bolaget under Q2 2022.

Aventura Group ingår ett fördjupat partnerskap med Aarke för att växla upp tillväxten och lansera en omnikanalstrategi. Partnerskapet beräknas vara värt 20 MSEK i intäkter under de kommande tolv månaderna.

Nyckeltal	jan-mar		Helår
	2022	2021	2021
Intäkter, TSEK	14 612	12 330	65 356
EBIT, TSEK	-7 586	-2 716	-10 248
EBIT marginal, %	-52%	-22%	-16%
Resultat, TSEK	-7 092	-2 629	-10 295
Soliditet %	14%	24%	40%
Eget kapital, TSEK	1 951	2 071	9 107
Balansomslutning, TSEK	14 134	8 583	22 983
Antal aktier* (genomsnitt)	3 380 018	2 680 018	3 073 169
Antal aktier* (vid periodens slut)	3 380 018	2 680 018	3 380 018
Resultat per aktie **	-2,10	-0,98	-3,05

* Inkluderar A- och B- Aktier.

** Inga optioner förekommer. Resultat per aktie avser således före och efter utspädning. Beräkning gjord baserat på antal aktier vid periodens slut.

VD har ordet

Årets första kvartal är nu avklarat. Bolagets intäkter uppgick till 14,6 MSEK jämfört med 12,3 MSEK samma kvartal förra året, motsvarande en tillväxt med 18,5 procent. Resultatet var överlag enligt förväntan då Q1 vanligtvis är den period som kännetecknas av lägst aktivitet inom e-handelsvärlden. Efter periodens slut avslutade vi tre strategiska transaktioner som förväntas bidra med både likviditet och tillväxt under 2022. Vi ser dock tydliga orosmoln på horisonten, både internationellt och på hemmaplan, och framtidsutsikten för kommande kvartal är således mer oviss.

Perioden januari-mars är generellt sett en relativt svag period inom e-handelsindustrin efter årets största shoppinghelger under november och december. I Kina infaller dessutom det kinesiska nyåret under januari/februari, vilket medför att Q1 historiskt har varit bolagets svagaste period.

Detta kvartal har vi dock noterat en större säsongsvariation än vanligt. Den främsta anledningen är den generella oron kring Kinas strikta "Zero Covid"-policy. Detta har kulminerat i att hela Shanghai, där vårt huvudkontor är lokaliserat, stängt ned och har varit i lock-down sedan slutet av mars.

Vi dock klarat denna period relativt väl eftersom vår verksamhet är digital och att vi internt har goda processer på plats sedan tidigare. Det är dock osäkert hur mycket Covid-19 kommer att påverka Kinas ekonomi och konsumentmarknad under resten av året.

Vi har också märkt av att internationella bolag som önskar expandera och satsa i Kina tar längre tid på sig att ta beslut än tidigare.

Fokus under det första kvartalet har därför varit att fortsätta leverera till de kunder vi har, och bibehålla de löpande dialogerna kring nya affärsmöjligheter.

Därför är vi väldigt glada att vi efter kvartalets utgång kunnat rapportera tre mycket positiva nyheter både vad gäller expansion av nuvarande kundsamarbete, samt nya strategiska avtal:

- *Fördjupning av partnerskapet med Aarke:* Avtalet beräknas vara värt cirka 20 MSEK i intäkter för bolaget under de kommande tolv månaderna. Detta är en tydlig bekräftelse på att vår partnermodell är både uppskattad av våra kunder och skalbar för bolaget.
- *Nytt strategiskt samarbete med Acclime:* Tillsammans med ett av Asiens ledande leverantörer av administrativa bolagstjänster förstärker vi vårt tjänsteerbjudande kring företagsadministration, rapportering och regel efterlevnad. Förutom det strategiska värdet i affären förväntas samarbetet generera upp till 9,3 MSEK i likvid under 2022.
- *Investering i ultra-fast fashion utmanaren Shekou:* Bolaget med bas i Hong Kong och Nya Zeeland har sedan start sålt modeprodukter globalt till ett värde av cirka 80 MSEK. Med sin starka närvaro på sociala medier, och totalt 1,8 miljoner engagerade följare, har Aventura Group fått en unik möjlighet att gå in som en betydande strategisk ägare med en andel på 20 procent i ett bolag inom "Social Commerce", den hetaste e-handelstrenden.

Med ett utmanade kvartal bakom oss är vi i färd med att slutföra ett antal nya partnerskap, så vi förväntar oss att kunna växla upp tillväxten under Q2 och Q3 enligt plan. Det förutsätter dock att Kina relativt snabbt får bukt med pågående smittspridning av Covid och inte hamnar i en nedåtgående spiral med utökande och återkommande lock-downs.

Gustav Åström, VD och medgrundare



Om Aventura Group

Överblick

Aventura Group är en digital varumärkes- och e-handelsgrupp fokuserad på den kinesiska konsumentmarknaden.

Gruppen utvecklar och investerar i varumärken med stark potential i Kina, och expansionsplattformar som skalar varumärken inom olika kategorier.

Aventura Group AB är holdingbolaget för koncernens bolagsinnehav och sätter den långsiktiga strategin för gruppen. Aventura Group bygger värde genom att utveckla gruppbolagen, realisera synergier och söka förvärvs- och investeringsmöjligheter.

Aventura Group:s innehav delas in i två kategorier:

- Plattformsinnehav
- Varumärkesinnehav

Plattformsinnehav

Våra dotterbolag, eller "plattformar", fokuserar på olika varumärkessegment för att ge gruppen så bra tillväxtpotentialer som möjligt.

Vår gruppstruktur ger oss flera fördelar:

- Vi kan effektivt knyta till oss en entreprenöriell ledning och relevant spetskompetens.
- Vi kan skapa en unik affärsmodell för det specifika varumärkessegmentet.

- Bättre möjligheter att kapitalisera bolagen, och knyta till oss viktiga partners och investerare.
- Tydligare positionering och erbjudande mot varumärken.

I dagsläget består Aventura Group av fyra plattformsbolag:

- Aventura – DTC varumärken
- TicToc Ventures – Influencervarumärken
- Aurora Beauty – Scandinavian beauty ("S-beauty") varumärken
- Headway B2B – Tech/B2B bolag

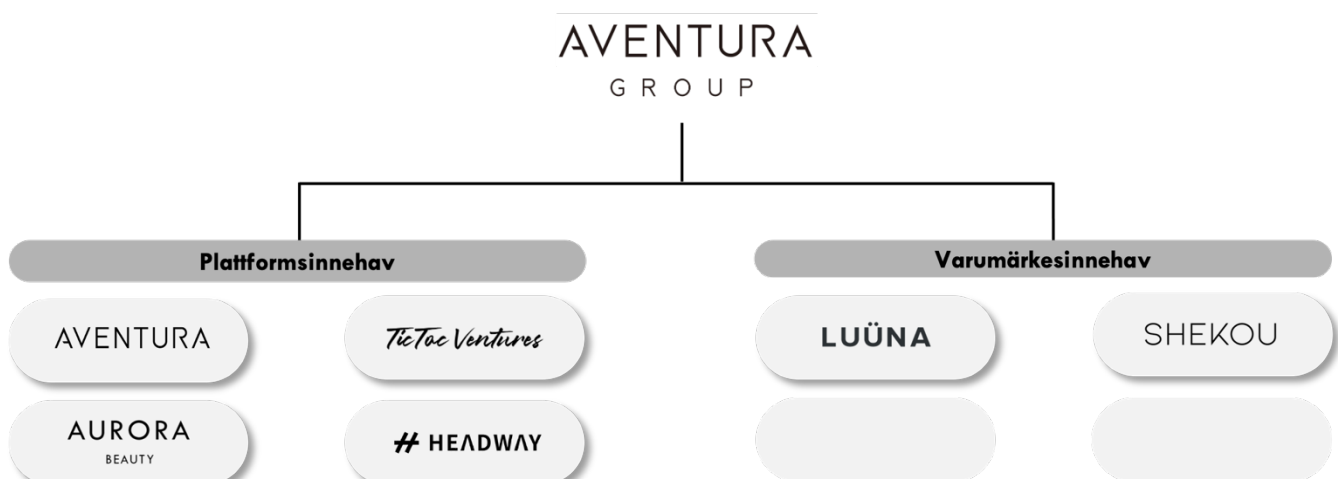
Varumärkesinnehav

Gruppen investerar aktivt i utvalda varumärken som kan skalas genom våra expansionsplattformar. Detta kan vara både i form av direktinvesteringar, eller samriskbolag för den kinesiska marknaden.

Investeringar i varumärken görs antingen genom holdingbolaget Aventura Group eller plattformsbolagen TicToc Ventures och Aurora Beauty.

I dagsläget har gruppen två varumärkesinnehav: femtech-varumärket LUÜNA Naturals, vars Kina-verksamhet drivs av Aventura, och det andra varumärket är Shekou.

AVENTURA GROUP:S PORTFÖLJSTRUKTUR

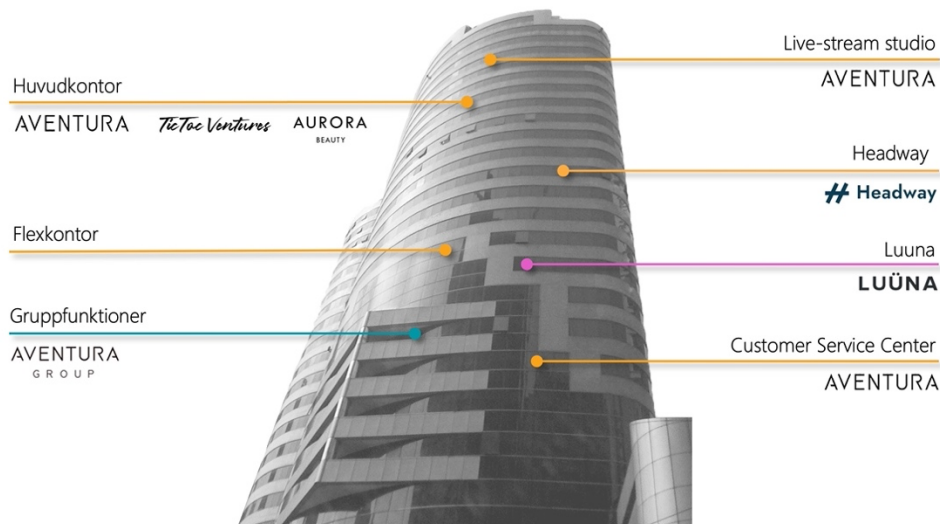


*Investeringen i Shekou gjordes efter rapportperioden.

ÖVERSIKT AV GRUPPENS PLATTFORMAR

	AVENTURA	<i>TiToC Ventures</i>	AURORA	# Headway
	<i>Accelerator för internationella DTC varumärken i Kina</i>	<i>Bygger nya generationen influencervarumärken i Kina</i>	<i>Etablerar S-beauty i Asien: Investerar i och skalar varumärken</i>	<i>Kina-partner för internationella B2B- & techbolag</i>
Ägarandel	100%	49,5%	75%	100%
Röstandel	100%	54,4%	96,8%	100%
VD	Gustav Åström	Jeffery Wang	Frederic Liberman	Mikael Lindblom
Hemsida	www.aventura.group/aventura	www.tictoc.ventures	www.aurora.beauty	www.headwayb2b.com
Segmentfokus	DTC varumärken inom mode, beauty, wellness, accessoarer m.m.	Influencervarumärken	Scandinavian beauty varumärken	B2B och tech
Affärsmodell	<ul style="list-style-type: none"> • Vinstdelning med kund/varumärke 	<ul style="list-style-type: none"> • Direktägande i varumärken • Vinstdelning 	<ul style="list-style-type: none"> • Direktägande i varumärken • Vinstdelning 	<ul style="list-style-type: none"> • Fasta löpande intäkter
Status	<ul style="list-style-type: none"> • Organisk tillväxt: 50%+ YoY 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanserades i juni 2021 • Extern finansiering: 2 MSEK 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanserades i september 2021 	<ul style="list-style-type: none"> • Organisk tillväxt: 50%+ YoY

AVENTURA GROUP:S HUVUDKONTOR I SHANGHAI



Aventura Group har sitt operationella huvudkontor i Xin Cheng Mansion på 167 Jiangning Road i centrala Shanghai. Gruppens verksamhet är spridd över sex kontor i byggnaden.

Aventura Group:s marknad

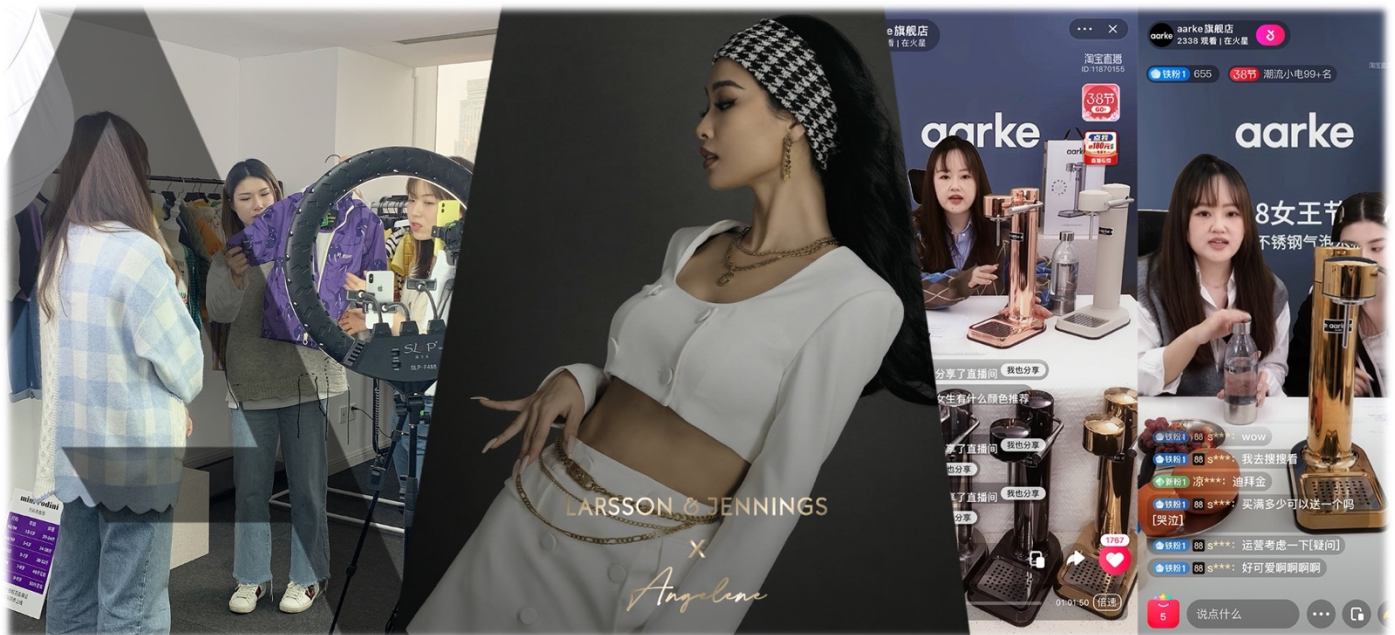
Kinas dynamiska e-handelssektor är värderad till 7 500 miljarder SEK, enligt databastjänsten eCommerceDB. Detta motsvarar cirka 1,2 gånger det sammanlagda värdet av motsvarande marknader i USA och Europa (6 170 miljarder SEK). Den kinesiska e-handelssektorn förutspås växa ytterligare cirka 70 procent under de kommande fyra åren och nå ett värde av cirka 12 775 miljarder SEK i 2024.

HÖJDPUNKTER FRÅN FÖRSTA KVARTALET

Cross-border e-handel, d.v.s. att sälja från utlandet till Kina har nyligen nått en ny milstolpe genom nyheten från januari 2022 att den ledande internationella plattformen Shopify ingått ett partnerskap med JD.com, Kinas näst största återförsäljare på nätet. I korthet innebär samarbetet att Shopifys 1,7 miljoner e-handlare nu på ett enklare sätt ska kunna sälja sina produkter till JD.com:s 550 miljoner kunder i Kina. Samtidigt kommer kinesiska varumärken och e-handlare genom JD.com:s hjälp kunna etablera försäljningskanaler direkt mot slutkund, s.k. D2C, på marknader i västvärlden.

TikTok är inte bara världens mest nedladdade sociala mobilapp globalt, men också en språngbräda för kinesiska varumärken som transformeras till D2C-spelare på den globala marknaden. Det mest framgångsrika exemplet är utan tvekan SHEIN som säljer kläder genom "ultrafast fashion". I april 2022 rapporterade Bloomberg att bolaget värderas till cirka 990 miljarder SEK – mer än värderingen av H&M och Zara tillsammans.

Accenture släppte nyligen sin analysrapport "Insikter om kinesiska konsumenter år 2022". 70 % av de tillfrågade kinesiska konsumenterna uppgav förra året att "majoriteten av mina köpta varor kommer att användas ofta". Den typiske kinesens intresse för miljöfrågor vid inköp återspeglas ytterligare i det faktum att 60 % av respondenterna anser att det är viktigare att fatta miljövänliga beslut när man köper stora produkter, eftersom "energiförbrukningen är större". Resterande 40% anser att det är viktigare att fatta miljövänliga beslut vid inköp av mindre produkter eftersom "många bäckar små."



Aventura Group jobbar idag med Social Commerce i olika former.

Kommentarer till finansiella rapporter

RESULTATRÄKNINGEN

Rörelsens intäkter

Nettoomsättningen för Aventura Group uppgick under perioden 1 januari – 31 mars 2022 till 14 612 TSEK (12 330). Övriga rörelseintäkter uppgick till 288 TSEK (415).

Den totala omsättningen uppgick till 14 899 TSEK, motsvarande en ökning med 16,9 procent jämfört med motsvarande period i 2021 (12 746).

Rörelsekostnader

Under 2021 och det första kvartalet 2022 fortsatte Aventura Group:s satsningar för ökad tillväxt, b.l.a i utvecklingen av sina plattformar, vilket resulterat i en högre kostnadsbas för bolaget.

Rörelsekostnaderna steg till -22 485 TSEK under det första kvartalet 2022 från -15 461 TSEK under motsvarande period i 2021.

Den största rörelsekostnaden är de direkta kostnaderna av erbjudna tjänster, som omnämns som kostnad för försäljning i resultaträkningen, om -14 908 TSEK (-11 785), motsvarande cirka 66 procent av de totala kostnaderna för rörelsen.

Personalkostnader ökade till -3 578 TSEK (-1 808) under det första kvartalet. Övriga externa kostnader ökade till -3 738 TSEK under första kvartalet 2022, jämfört med -1 698 TSEK under samma period förra året. Posten övriga externa kostnader utgjordes främst av hyra av lokal, marknadsföring och konsultkostnader.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till -261 TSEK (-170).

Rörelseresultat

Rörelseresultatet uppgick till -7 586 TSEK (-2 716) för det första kvartalet 2022.

Resultat efter skatt

Resultat efter skatt uppgick till -7 092 TSEK (-2 629).

BALANSRÄKNINGEN

Tillgångarna till slutet av perioden uppgick till 14 134 TSEK, jämfört med 8 583 TSEK per 31 mars 2021.

Anläggningstillgångar

Bolagets anläggningstillgångar, uppgick den 31 mars 2022 till 4 492 TSEK (2 527). Denna post avser till största del kundkontrakt av 2 881 TSEK.

Omsättningstillgångar

Bolagets omsättningstillgångar av 9 643 TSEK (6 055), bestod främst av likvida medel om 4 567 TSEK (2 622) och kundfordringar om 2 998 TSEK (2 062).

Ökningen av likvida medel kan härledas från nyemissionen i samband med noteringen av bolagets B-aktier på Nasdaq First North under föregående år.

I praktiken hålls inte bolagets kassa i enbart SEK utan också i HKD och RMB, vilket både ger en bättre riskspridning och matchar bolagets operationella kassabehov.

Eget kapital

Bolagets eget kapital uppgick den 31 mars 2022 till 1 951 TSEK (2 071), av vilket bundet kapital motsvarade 666 TSEK.

Långfristiga skulder

Bolagets långfristiga skulder per den 31 mars 2022 uppgick till 3 863 TSEK (3 206).

Kortfristiga skulder

Bolagets kortfristiga skulder, främst bestående av posten upplupna kostnader och förutbetalda intäkter om 5 043 TSEK (810), uppgick den 31 mars 2022 till 8 321 TSEK (3 306).

KASSAFLÖDET

Kassaflöde från den löpande verksamheten
Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -6 730 TSEK (-364) under perioden 1 januari – 31 mars 2022. Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital var -7 068 TSEK (-2 561), främst hänförligt till resultatet efter skatt.

Kassaflöde från investeringsverksamheten
Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 0 TSEK (-72) under perioden och avsåg förvärv av finansiella tillgångar samt materiella anläggningstillgångar.

Kassaflöde från finansieringsverksamheten
Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 39 TSEK (1 420) under det första kvartalet 2022, och bestod av förändring av långfristiga skulder om 39 TSEK (370).

Periodens kassaflöde

Det totala kassaflödet för bolaget uppgick till -6 691 TSEK (984) och likvida medel vid periodens slut uppgick till 4 567 TSEK (2 622).

Finansiell information – Koncernen

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTATET

SEK	jan-mar		Helår
	2022	2021	2021
Nettoomsättning	14 611 531	12 330 338	65 355 962
Övriga rörelseintäkter	287 835	415 394	1 500 290
Summa rörelsens intäkter	14 899 366	12 745 732	66 856 252
Kostnad för försäljning	-14 908 467	-11 785 254	-53 335 734
Övriga externa kostnader	-3 737 644	-1 698 414	-12 222 708
Personalkostnader	-3 577 544	-1 807 769	-10 388 823
Av-/Nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-261 467	-169 960	-952 205
Övriga rörelsekostnader	0	0	-204 708
Summa rörelsens kostnader	-22 485 123	-15 461 397	-77 104 178
Rörelseresultat	-7 585 757	-2 715 665	-10 247 926
Ränteintäkter och liknande resultatposter	515 962	121 746	130 030
Räntekostnader och liknande resultatposter	-904	-7 726	-17 760
Finansnetto	515 058	114 020	112 270
Resultat före skatt	-7 070 698	-2 601 645	-10 135 656
Skatt	-20 948	-26 877	-159 063
Resultat efter skatt	-7 091 646	-2 628 522	-10 294 719
ÖVRIGT TOTALRESULTAT			
Valutakursdifferenser	-63 862	-58 447	-140 568
Summa totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	-7 155 508	-2 686 969	-10 435 287

KONCERNENS BALANSRÄKNING

SEK	jan-mar		Helår
	2022	2021	2021
Nettoomsättning	14 611 531	12 330 338	65 355 962
Övriga rörelseintäkter	287 835	415 394	1 500 290
Summa rörelsens intäkter	14 899 366	12 745 732	66 856 252
Kostnad för försäljning	-14 908 467	-11 785 254	-53 335 734
Övriga externa kostnader	-3 737 644	-1 698 414	-12 222 708
Personalkostnader	-3 577 544	-1 807 769	-10 388 823
Av-/Nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-261 467	-169 960	-952 205
Övriga rörelsekostnader	0	0	-204 708
Summa rörelsens kostnader	-22 485 123	-15 461 397	-77 104 178
Rörelseresultat	-7 585 757	-2 715 665	-10 247 926
Ränteintäkter och liknande resultatposter	515 962	121 746	130 030
Räntekostnader och liknande resultatposter	-904	-7 726	-17 760
Finansnetto	515 058	114 020	112 270
Resultat före skatt	-7 070 698	-2 601 645	-10 135 656
Skatt	-20 948	-26 877	-159 063
Resultat efter skatt	-7 091 646	-2 628 522	-10 294 719
ÖVRIGT TOTALRESULTAT			
Valutakursdifferenser	-63 862	-58 447	-140 568
Summa totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	-7 155 508	-2 686 969	-10 435 287

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

TSEK	jan-mar		Helår
	2022	2021	2021
Resultat efter finansiella poster	-7 097	-2 602	-10 020
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	194	170	886
Betald skatt	-165	-129	-159
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapitalet	-7 068	-2 561	-9 293
Ökning/minskning av varulager	-302	-35	-794
Ökning/minskning av fordringar	2 667	2 716	-1 265
Ökning/minskning av kortsiktiga skulder	-2 027	-484	6 228
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-6 730	-364	-5 124
Förvärv av finansiella tillgångar	0	0	-1 099
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	0	-72	-1 490
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	0	0	-326
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0	-72	-2 915
Nyemission	0	1 050	14 659
Erhållna aktieägartillskott	0	0	1 550
Förändring av skulder	39	370	1 280
Amortering av lån	0	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	39	1 420	17 489
Årets kassaflöde	-6 691	984	9 450
Likvida medel vid periodens början	11 182	1 682	1 682
Kursdifferens i likvida medel	76	-44	50
Likvida medel vid periodens slut	4 567	2 622	11 182

KONCERNENS FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL

TSEK	jan-mar		Helår
	2022	2021	2021
Vid periodens början	9 107	2 135	3 833
Periodens totalresultat	0	0	-10 435
Nyemission	0	4 123	18 200
Emissionskostnader	0	0	-3 541
Aktieägartillskott	0	399	1 050
Omklassificering	0	0	0
Utgående eget kapital	9 107	5 652	9 107

Tilläggsupplysningar

1. ALLMÄN INFORMATION

Aventura Group AB, org.nr. 559236-2593, bildades och registrerades den 10 januari 2020. Bolaget är ett svenskt publikt aktiebolag. Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun. Bolagets registrerade adress är David Bagares gata 7, 111 36 Stockholm. Enligt bolagsordningen skall Bolagets verksamhet vara direkt eller indirekt, tillhandahålla rådgivning inom försäljning, kundservice och logistik, investeringar i handels och serviceföretag och handha administrativ verksamhet åt dotterbolagen samt därmed förenlig verksamhet.

2. REDOVISNINGSPRINCIPER

Kvartalsrapporten för perioden 1 januari – 31 mars 2022 har upprättats med tillämpning av årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 årsredovisning och koncernredovisning (K3), om inte något annat anges. Redovisningsprinciperna är inte förändrade jämfört med föregående period.

3. RISKFAKTORER

Ett urval av riskfaktorer för bolaget går att finna i bolagets memorandum på bolagets hemsida.

4. TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Bolaget har ingått ett konsultavtal med Kaimen AB, som kontrolleras av vice VD Johan Wikander, rörande Wikanders roll som vice VD för bolaget. Under berörd period har en ersättning om totalt 166 TSEK utgått till Kaimen AB.

Bolagets dotterbolag i Hong Kong har ingått ett konsultavtal med Paracelus Holdings Ltd., som kontrolleras

av aktieägaren Niklas Ponnert, rörande Ponnerts roll i bolaget. Ersättning under berörd period uppgick till 274 TSEK.

5. GRANSKNING

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av revisor.

6. FINANSIELL KALENDER

Årsstämma 2021: 16 juni 2022

Delårsrapport april-juni 2022: 25 augusti 2022

Delårsrapport juli-september 2022: 24 november 2022

7. KONTAKTER

Gustav Åström, VD

Tel: +46 72 509 31 17

E-post: gustav.astrom@aventura.group

Emil Ponnert, Director IR & Corporate Development

Tel: +46 70 310 27 15

E-post: emil.ponnert@aventura.group

Certified Adviser: Augment Partners

Tel + 46 8 604 22 55

E-post: info@augment.se

8. ÖVRIG INFORMATION

Kortnamn: AVENT B

ISIN-kod för aktie av serie A SE0015838024

ISIN-kod för aktie av serie B SE0015961438

LEI-kod 89450019F3BPCRVRH6

Stockholm, 25 maj 2022



Mikael Thurow
Ordförande



Johan Aledal
Ledamot



Gustav Åström
VD



Patrik Elfving
Ledamot



AVENTURA