



albertTM

ÅRSREDOVISNING 2021



Innehåll

1 Strategisk översikt

Introduktion till eEducation Albert AB	3
Alberts affärsmodell, vision och tillväxtstrategi	6
Alberts marknad	10
Alberts erbjudande, tjänster och produkter	13
Alberts 2021: Ett år av nya marknader och produkter	16
Förvärvet av IP-rättigheter från Stairway	17
Förvärvet av Ampd AB med appen Jaramba	18
Alberts aktie	19

2 Hållbarhetsredovisning

Hållbarhetsredovisning	22
Hållbar affär för Albert och dess intressenter	24

3 Förvaltningsberättelsen

Verksamhetens art och inriktning	30
Väsentliga händelser under räkenskapsåret	30
Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer	31

4 Finansiella rapporter

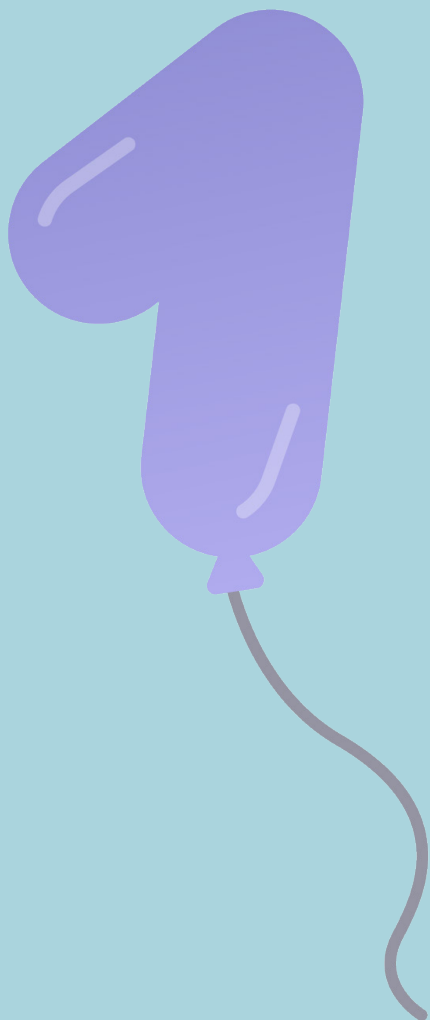
Finansiella rapporter	34
Noter till de finansiella rapporterna	47
Revisionsberättelse	59
Alternativa nyckeltal	62

eEducation Albert ABs lagstadgade koncern- och årsredovisning återfinns på sidorna 30 – 58 och är reviderade av koncernens revisorer.



Strategisk översikt

- **Introduktion till eEducation Albert AB**
- **Alberts affärsmodell, vision och tillväxtsstrategi**
- **Alberts marknad**
- **Alberts verksamhet / Alberts erbjudande / tjänster och produkter**
- **Alberts 2021 – Ett år av nya marknader och produkter**
- **Förvärv av Stairway**
- **Förvärv av Jaramba**
- **Alberts aktie**



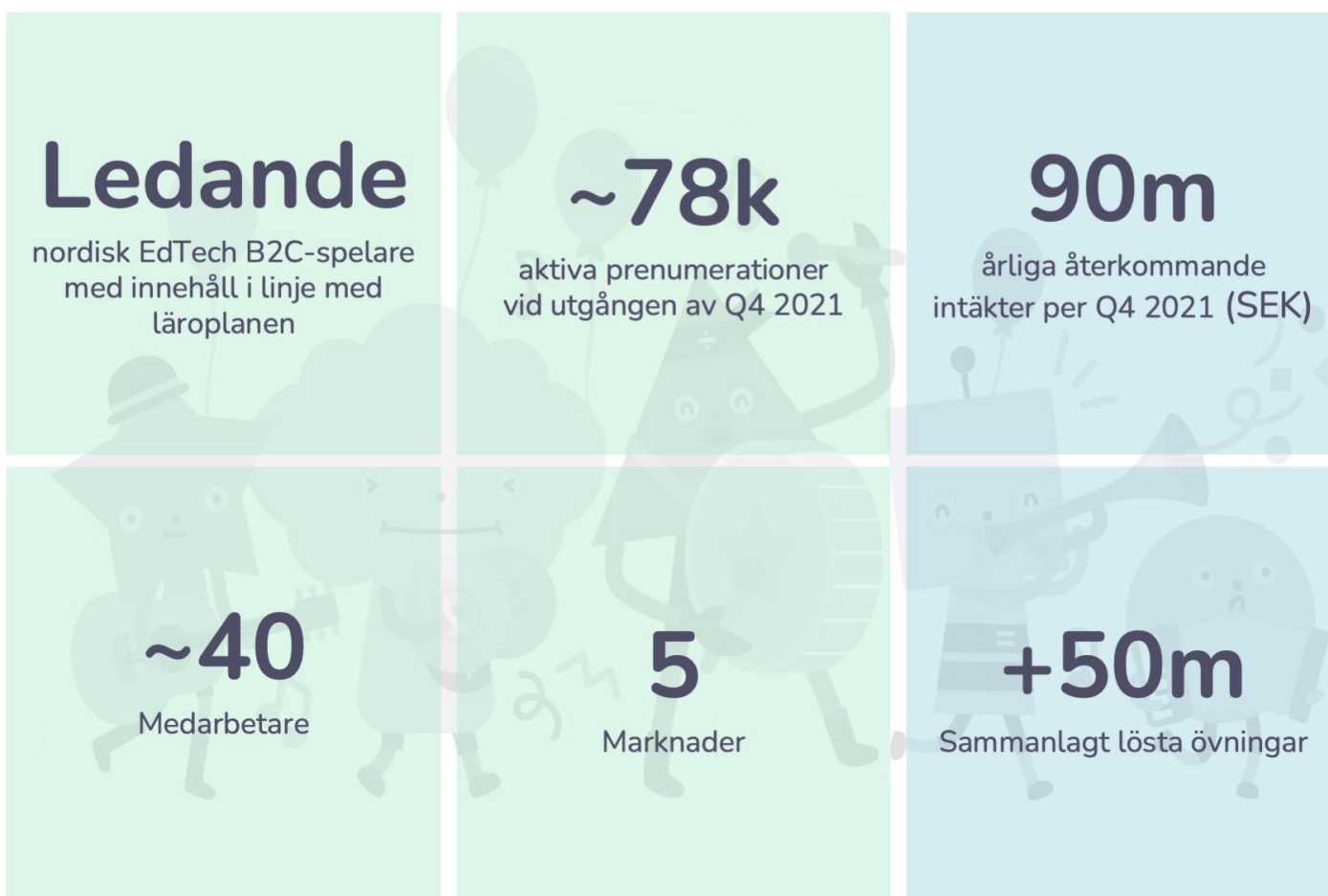
Introduktion till eEducation Albert AB

Introduktion

eEducation Albert, en ledande nordisk EdTech-aktör, grundades 2015 och är en app-baserad utbildningsplattform för barn i åldersintervallet 3-16 år. Bolaget erbjuder digitala utbildningstjänster på prenumerationsbasis. Tjänsterna tillhandahålls mot en fast månadsavgift genom appar, vilka tillgängliggörs på Apple App Store och Google Play.

Sedan bolaget grundades har Albert hjälpt över 375 000 familjer med deras barns utbildning. Bolaget har per utgången av 2021 cirka 40 anställda och inhyrd personal såsom konsulter vilka tillsammans utgör en innovativ grupp personer med diversifierad bakgrund vars gemensamma mål är att hjälpa fler barn att utveckla sina färdigheter på ett sätt som passar dem. Bolaget har sitt huvudkontor i Göteborg.

Albert befinner sig i en intensiv tillväxtfas. Bolagets antal betalande prenumeranter ökat från cirka 6 400 vid utgången av räkenskapsåret 2018 till cirka 78 000 vid utgången av räkenskapsåret 2021, vilket innebär en CAGR under den aktuella perioden om 130 procent. Albert har vidare utvecklat en affärsmodell, vilket resulterat i ett attraktivt förhållande mellan å ena sidan det förväntade ekonomiska livstidsvärdet (Eng. implied life time value, "LTV") per betalande prenumerant och å andra sidan kostnaden för kundanskaffning per betalande prenumerant (Eng. customer acquisition cost, "CAC").



Grundarna har ordet

Detta är vår första årsredovisning som publikt bolag och vi är stolta och glada över utvecklingen 2021, och särskilt avslutningen på året då vi i snabb takt börjat leverera på våra uppsatta mål och strategier som kommunicerades i samband med börsnoteringen under hösten.

Vi startade Albert med visionen om att demokratisera kunskap genom teknologi, och idag arbetar vi fokuserat med att skapa en individbaserad kunskapsresa för alla barn i Europa. Verksamheten utgår från vårt kontor i Göteborg där vi samlar runt 40 medarbetare med olika bakgrunder och expertis. Under året har de jobbat hårt mot ambitionen att skapa en "one-stop-shop" för lärande, där vår plattform svarar upp mot barn i alla ålderskategorier och deras föräldrar.

Fokus på tillväxt

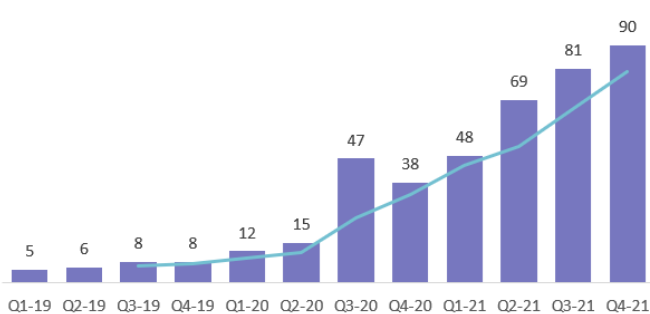
Albert befinner sig i en fas där vi prioriterar tillväxt över lönsamhet. Det reflekteras i årets finansiella utveckling där nettoomsättningen ökade med 162 procent och årligt återkommande intäkter (ARR) ökade med 138 procent. ARR är en direkt funktion av tillkommande kunder, kundbortfall (så kallad churn) samt genomsnittlig intäkt per betalande kund och vi arbetar med olika aktiviteter för att förbättra dessa komponenter över tid.

Produktutveckling och geografisk expansion

Viktiga produktmilstolpar under året var lanseringarna av Albert ABC, Albert Geo och Albert Code. Alla svarar upp mot en efterfrågan på nya ämnen och har fått ett bra mottagande bland våra kunder. I slutet av året tog vi ytterligare ett viktigt steg för att förbättra användarupplevelsen genom att samla ihop fler ämnen i en app. På sikt ska samtliga ämnen kunna tillhandahållas i samma app, vilket skapar högre återanvändningsgrad och driver fler prenumeranter till paketen som ger tillgång till fler ämnen.

■ ARR — 3 per. Mov. Avg. (ARR)

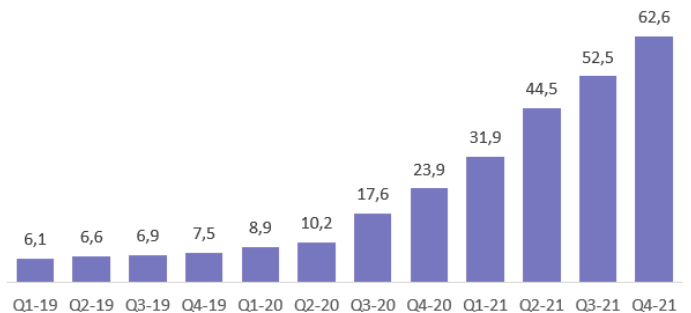
ARR - MSEK



En annan viktig strategisk prioritering för oss är geografisk expansion. Efter ett antal månaders utvärdering lanserades Albert i Storbritannien i oktober. Vi har lagt mycket tid på att lära känna den brittiska marknaden, och ser den som en nyckelmarknad för tillväxt framåt. Detta har också manifesterats genom senare förvärv.

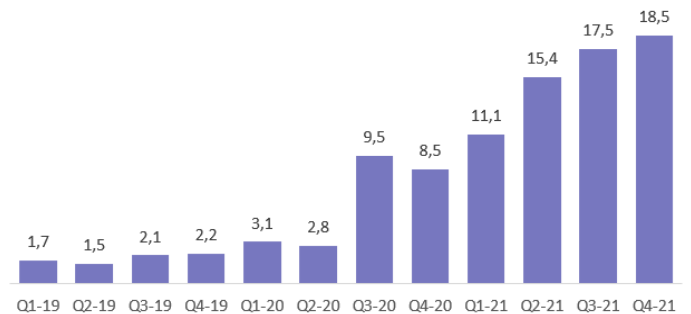
■ Nettooms. LTM.

Nettoomsättning, LTM - MSEK



■ Nettooms. Kvartal

Nettoomsättning, Kvartal - MSEK



Aktiv förvärvsagenda

En av de främsta anledningarna för oss att notera Albert är de stora förvärvsmöjligheter vi ser på den fragmenterade europeiska EdTech-marknaden. Ur ett globalt perspektiv har Europa släpat efter andra stora marknader såsom USA och Indien där det finns stora och väletablerade aktörer med höga marknadsandelar. I Europa däremot finns främst små och lokala aktörer, där endast ett fåtal erbjuder läroplansanpassat innehåll. Albert är i sammanhanget en av få aktörer som erbjuder lokalt läroplansanpassat innehåll på europeisk nivå – och detta gör oss till en attraktiv köpare.

Sedan börsnoteringen har vi genomfört tre stycken värdeskapande och kompletterande förvärv, två under 2021 och ett i början på 2022. Genom förvärvet av IP-rättigheterna till Stairway Learning i Storbritannien i november fick vi en effektiv möjlighet att bredda vårt erbjudande på den brittiska marknaden med fler ämnen till ungdomar mellan 10-16 år (vilket gjordes redan i februari 2022 under varumärket Albert Teen). I slutet på året köpte vi också Jaramba, en av Sveriges

mest populära appar för barn mellan 2-5 år i Apples och Googles plattformar. Efter årsskiftet har vi också gjort vårt största förvärv hittills i form av Sumdog. Det är särskilt spännande då det breddar Albert till B2B-marknaden med lärare som främsta målgrupp.

Goda förutsättningar för fortsatt strategisk leverans

Allt sammantaget är vi som konstaterat stolta över Alberts utveckling under 2021. Vi vill passa på att tacka våra kunder och medarbetare för året som varit, och våra nya aktieägare för förtroendet ni visar oss. Med alla framsteg under 2021 och inledningen på 2022 har vi lagt en stabil grund för att fortsätta leverera på vår tillväxtstrategi, och vi ser med stor tillförsikt fram mot att kunna hjälpa ännu fler barn med sitt lärande.

Kommentar med anledning av kriget i Ukraina

När denna årsredovisning publiceras pågår ett krig i Ukraina. Albert arbetar med ett flertal konsulter i landet, och har vidtagit många åtgärder för att hjälpa våra kollegor. Vi erbjuder bland annat omlokalisering till Sverige, betald ledighet tills vidare för att reducera otryggheten kring deras anställning och privatekonomi samt administrativt stöd för de som vill och kan ta sig ut från Ukraina till närliggande länder. Vi lider med det ukrainska folket och hoppas att kriget får ett snart slut.

Grundare,
Arta Mandegari och Salman Eskandari



Alberts historia

2016

I början var Albert en matematiktjänst som skolor kunde prenumerera på. Teamet besökte skolor och lärare, träffade klasser och hade demos. Efter en tid bestämde sig Arta och Salman för att byta fokus till konsumentmarknaden, där de såg ett större behov och bättre möjligheter att verkligen göra skillnad.

2018

Albert började dyka upp på platser där barn och familjer naturligt befann sig. Fotbollsturneringar, livsmedelsbutiker, nöjesparker, you name it!

2019

Albert började nämnas i flera av de största podcasterna, bloggarna och sociala mediekontona i Sverige. Albert var också en huvudsponsor för några av de största barnloppen i landet vid den tiden – och har varit det sedan dess.

2020

Efter att ha växt betydligt med medlemmar i Sverige började Albert expandera till fler marknader. Första steget blev att gå in i Norge och bra några månader senare fanns Albert även i Polen. Modellen visade sig skala väl även utanför Sverige, och 2020 avslutades som ett starkt tillväxt år.

2021

Albert gick in i ytterligare två marknader, Danmark och Storbritannien, och lanserade fler ämnen till medlemmarna. Albert har sedan start fokuserat på matematik, men fick nu ett breddat sortimentet som omfattar även svenska, geografi och programmering. Fram till hösten 2021 hade över 275 000 familjer valt att använda sig av oss – ett antal som ökar dag för dag och ett förtroende som vi är stolta över. I takt med att Albert växer, har också teamet blivit större och under resans gång har antalet anställda gått från cirka 10 personer till 40, med över 18 nationaliteter.

Under 2021 tog bolaget även nästa viktiga steg genom en börsnotering på Nasdaq First North Growth Market.

Vår resa mot att hjälpa varje barn lära sig på sitt eget sätt har bara börjat. Så spänn säkerhetsbältet och häng med!

Alberts affärsmodell, vision och tillväxtstrategi

Affärsmodell

Albert har för avsikt att vara en ledande aktör på marknaden för digitala utbildningstjänster. Bolaget har därför utvecklat en prenumerationsbaserad och tillväxtfokuserad affärsmodell med inbyggd skalbarhet. Styrkorna med bolagets affärsmodell samt konkreta initiativ för att möjliggöra fortsatt tillväxt illustreras i figuren nedan.



Källa: Bolagsinformation

Vision

Alberts vision är att erbjuda varje barn i Europa en skraddarsydd och individanpassade läroupplevelse.

Finansiella mål

Följande finansiella mål har antagits av Alberts styrelse:

- Albert strävar efter att öka nettoomsättningen med i genomsnitt över 50 procent per år på medellång sikt, varav organisk tillväxt ska stå för majoriteten av ökningen, samt att uppnå en nettoomsättning som överstiger 500 MSEK för helåret 2025.
- Alberts mål är att uppnå en EBITA-marginal om 40 procent på lång sikt.

Bolagets finansiella mål som är kopplade till omsättning tydliggör att tillväxt kommer prioriteras under de kommande åren.

Tillväxtstrategi

Albert har utvecklat en tillväxtstrategi som baserats på tre olika beståndsdelar. Dessa tre olika beståndsdelar avser:

1. Organisk tillväxt
2. Tillväxt genom förvärv
3. Tillväxt via samarbeten

Organisk tillväxt

Organisk tillväxt genom expansion till nya marknader

Albert erbjuder per utgången av 2021 tjänster riktade mot bolagets fem nuvarande marknader (Sverige, Norge, Danmark, Polen och Storbritannien) och en testmarknad (Tyskland). För att nå fler potentiella prenumeranter avser Albert att etablera sig på nya marknader. Bolagets bedömning är att lansering på ytterligare en större europeisk marknad skulle vara nödvändig för att uppnå nettoomsättningsmålet 2025 givet de antaganden och beräkningar som gjorts. Produktportföljen skulle således behöva expanderas geografiskt men inte nödvändigtvis breddas ytterligare.

Bolaget tillämpar en datadriven strategi vid lansering på nya marknader, där målet är bästa möjliga utfall med minsta möjliga investering. Strategin innefattar generellt att identifiera om det finns ett behov på den aktuella marknaden som Albert kan tillgodose och som kunderna är villiga att betala för. De tester som ligger till grund för bolagets val av nya marknader (och i vilken ordning Albert ska lansera sig på dem) är större experiment där bolaget driver trafik till en global hemsida, i ett annat varumärke, innehållandes en prototyp. Från denna hemsida analyseras sedan trafik och beteende från ett tjugotal länder och ett tiotal olika språk. I nästa skede, vilken påbörjas efter cirka 6-8 veckor, lanseras en s.k. MVP (Eng. minimum viable product) baserad på Junior, i eget varumärke, där cirka en tredjedel av innehållet är lokalt anpassat. Bolaget uppskattar den totala tidsåtgången för att lansera hela sitt erbjudande på en ny marknad till cirka 3-6 månader.

Organisk tillväxt genom expansion till nya marknader

För att kunna attrahera nya och bibehålla befintliga prenumeranter är Albert beroende av att kunna erbjuda attraktiva produkter. Albert arbetar löpande och strategiskt med att utveckla nya produkter, bland annat inom fler ämnesområden, och med att vidareutveckla befintliga produkter. Exempel på produkter inom nya ämnesområden som Albert lanserat under 2021 är Albert Geo (geografi) och Albert Code (programmering).

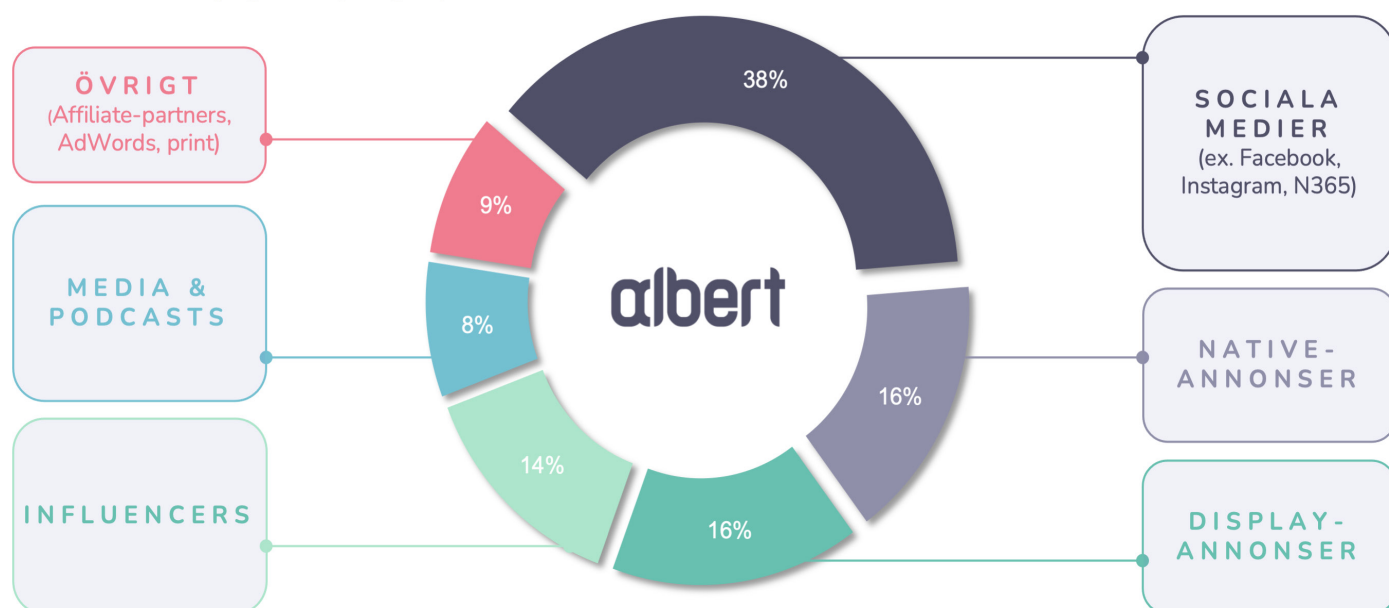
Organisk tillväxt genom investering i marknadsföring

För att öka medvetenheten hos potentiella prenumeranter om Alberts erbjudande arbetar bolaget löpande och strategiskt med att genomföra och utveckla bolagets marknadsföringsstrategi.

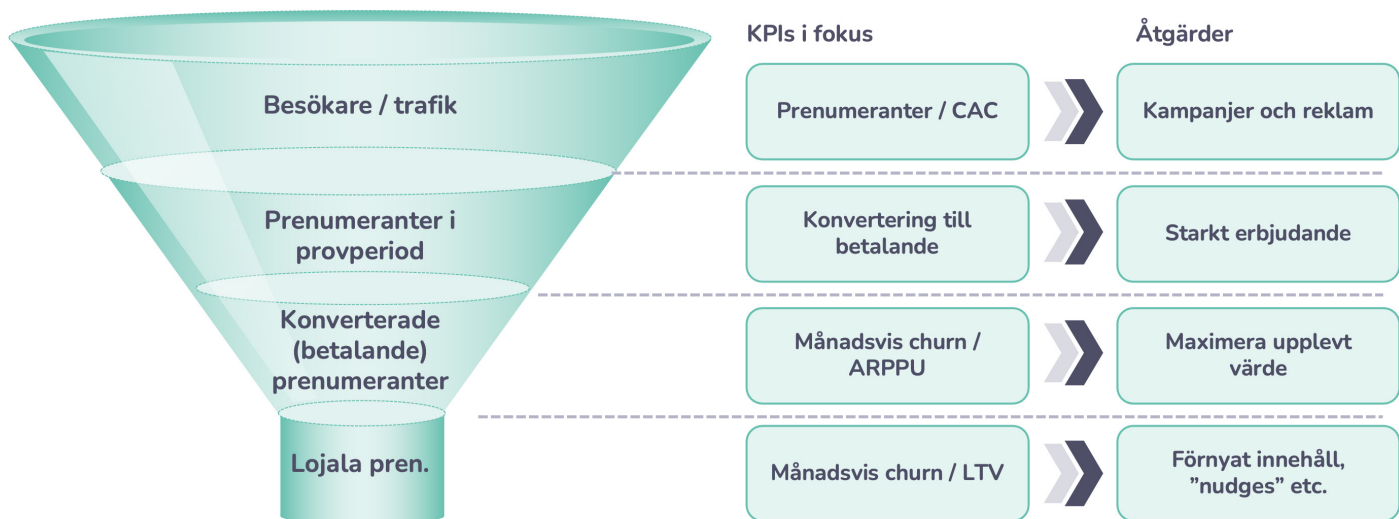
För att skapa en enhetlig kundupplevelse som spänner sig över flera olika plattformar har bolaget utvecklat en skalbar omnikanalbaserad marknadsföringsstrategi.

Bolagets marknadsstrategi är databaserad. Genom att löpande mäta avkastningen från genomförda investeringar (Eng. *return of investment*, "ROI") och nyckeltal (Eng. *key performance indicators*, "KPI") i marknadsföring kan bolaget kontinuerligt optimera marknadsföringsåtgärder med utgångspunkt i data som Albert samlar in. Ett exempel på ett sådant nyckeltal är konverteringsgraden till betalande- och gratisprenumeranter. Alberts marknadsföringsstrategi och prioriteringar har förändrats i takt med att bolaget har utvecklats. Under perioden 2018 till 2019 stod utbildande kanaler, såsom s.k. native-annonsering, för i genomsnitt cirka 40 procent av Alberts totala marknadsföringsbudget. När enhetsekonomin (förhållandet mellan LTV och CAC) nådde en validerad och tillfredställande nivå runt fjärde kvartalet 2019, började bolaget öka sin marknadsföringsbudget och skiftade samtidigt mot andra marknadsföringskanaler.

Andel av marknadsföringsutgifter 2020 (alla regioner)



Källa: Bolagsinformation
1) Avrundade procentsiffror



Källa: Bolagsinformation

Tillväxt via förvärv

Företagsförvärv har historiskt varit en viktig del av bolagets tillväxtstrategi. Albert avser att ha en aktiv verksamhet inom företagsförvärv under de närmaste åren. Bolaget arbetar löpande och strategiskt med att identifiera lämpliga målföretag och för kontinuerligt diskussioner med ett antal aktörer. Under 2021 har bolaget fört cirka 20 dialoger med potentiella förvärvskandidater, varav flertalet fortfarande är aktuella. Alberts ambition och mål är att genomföra förvärv till en rimlig ARR-multipel.

Förvärv i syfte att växa inom B2C-segmentet

För att kunna nå nya prenumeranter och öka engagemanget hos befintliga arbetar Albert löpande med att komplettera sitt befintliga erbjudande med nya och vidareutvecklade produkter. Som ett komplement till den egna produktutvecklingen har förvärv av företag med befintliga produkter historiskt varit en framgångsrik strategi för Albert. Bolaget förvärvade år 2018 Edimia Education AB och därmed en produkt som Albert vidareutvecklade till Junior. Albert avser att löpande utvärdera företag som innehar lämpliga produkter som Albert kan vidareutveckla och inkludera

B2C

Förvärv av befintliga EdTech-spelare med **kompletterande innehåll**, till exempel ytterligare ämnen

- Identifiera attraktiva produkter
- Europeiskt fokus
- Interna undersökningar på ex. AppStore
- Bedömning av ekonomisk profil
- Dialoger med utvalda företag
- Utvärdering och Due Diligence

Förvärv

B2B

Förvärv av större plattform(ar) med tillgång till **försäljningskanaler** mot skolor

- Identifiera företag med intäkter om 5–20 MSEK
- Nordiskt fokus
- Prioritet till företag med etablerade säljorganisationer
- Dialoger med utvalda företag
- Utvärdering och Due Diligence

Källa: Bolagsinformation

i sitt erbjudande. Albert erbjuder per utgången av 2021 tjänster inom flera olika ämnesområden riktade mot flera olika marknader. Bolaget har för avsikt att, i syfte att nå fler prenumeranter, löpande och strategiskt utvärdera förekomsten av lämpliga målföretag som har en etablerad användarbas på en eller flera attraktiva marknader och/eller inom ett eller flera attraktiva ämnesområden. På så vis avser bolaget att kunna expandera sitt erbjudande till ytterligare prenumeranter och därmed öka Alberts nettoomsättning.

Förvärv i syfte att växa inom B2B-segmentet

Baserat på företagets bedömning är Albert en ledande nordisk aktör inom B2C-segmentet avseende digitala utbildningstjänster med djupgående utlärningsinnehåll. Enligt bolagets uppfattning är Albert, mot bakgrund av den upparbetade befintliga verksamheten och kunskapen i företaget, väl positionerat för att ta marknadsutrymme även inom B2B-segmentet. Bolaget arbetar aktivt och strategiskt med att identifiera målföretag som är lämpliga att förvärva i syfte att expandera Alberts verksamhet till B2B-segmentet. B2B-aktörer anser bolaget vidare vara attraktiva ur ett innehållsperspektiv, då sådana aktörer generellt sett tillhandahåller innehåll som är anpassat efter lokal läroplan. Bolaget ser förvärv inom B2B-segmentet dels som en ytterligare potentiell intäktsström (genom skapandet av ett nytt affärsområde) samt som en kanal att driva hushåll till Alberts nuvarande B2C-erbjudande. Om Albert skulle se möjligheter till tillväxt inom B2B över tid skulle bolaget kunna anpassa sina nuvarande

produkter utefter detta. Efter årsskiftet har Albert genomfört ett första förvärv inom B2B-segmentet, Sumdog Ltd”.

Tillväxt genom samarbeten

I syfte att uppnå synergieffekter och att nå nya kunder, utvärderar Albert löpande möjligheten att genomföra samarbeten med aktörer inom olika delar av näringslivet. Genom att ingå samarbeten med förlag inom utbildningsområdet avser Albert att vidareutveckla innehållet i bolagets produkter, exempelvis genom att införliva sådana förlags material som innehåll i Alberts produkter. Därtill förväntar sig bolaget att genom samarbeten, såsom evenemang i samband idrottsaktiviteter, kunna öka potentiella prenumeranters medvetenhet om bolagets varumärke och erbjudande. Ytterligare en typ av samarbeten som företaget löpande utvärderar möjligheten att ingå är sådana som skulle kunna ingås med andra aktörer på marknaden för digitala utbildningstjänster. Albert erbjuder per utgången av 2021 flera olika tjänster inom flera olika ämnesområden riktade mot B2C-segmentet. Enligt Alberts uppfattning kan bolaget uppnå synergieffekter genom att samarbeta med aktörer som erbjuder tjänster som kompletterar Alberts erbjudande. Sådana aktörer skulle exempelvis kunna vara sådana som erbjuder digitala utbildningstjänster i nom andra ämnesområden än Alberts.

Samarbete med både innehållsproducenter och EdTech-spelare, vilka expanderar Alberts adresserbara marknad

Albert ABC



- Partnerskap med större nordiskt förlag. Inleddes som ett testprojekt med appen “ABC-Klubben”, utvecklad för användning i förskolor
- Lanserade Albert-versionen i februari 2021 med positiv retention-grad och engagemang. Långsiktigt avtal nu även säkerställt för en läsprodukt inriktad mot något äldre barn

Albert Geo



- Partnerskap med spansk geografi-app – lanserad under Q2 2021. Nu i en fyramånaders testperiod, varefter konceptet kommer att utvärderas
- Avtalet låter Albert att använda partnerns källkod och innehåll, paketerade till en Albert-produkt som fristående app

Albert Code



- Samarbete med programmerings-app – Lanserades under början av Q3 2021

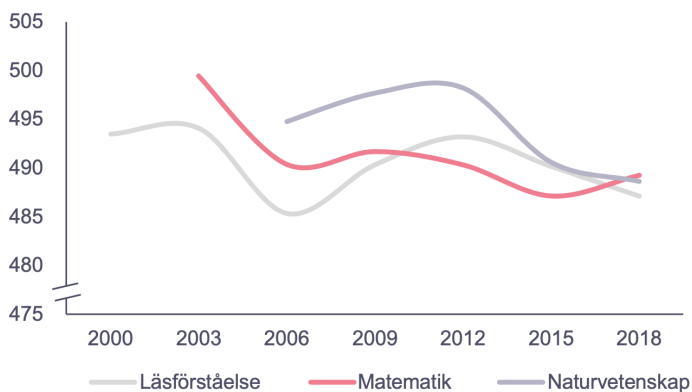
Alberts marknad

Översikt över skolresultat

Efterfrågan på utbildning ökar. I OECD-länderna har andelen av befolkningen i åldersintervallet 25-34 år med eftergymnasial utbildning ökat från 41 procent år 2015 till 45 procent år 2019, enligt data från OECD. Vidare förväntas globala utgifter relaterade till utbildning och upplärning öka med en genomsnittlig årlig tillväxttakt om cirka 6 procent från 5 400 miljarder USD år 2020 till 7 300 miljarder USD år 2025, vilket enligt Alberts uppfattning kan härledas till en ökad efterfrågan på utbildning.

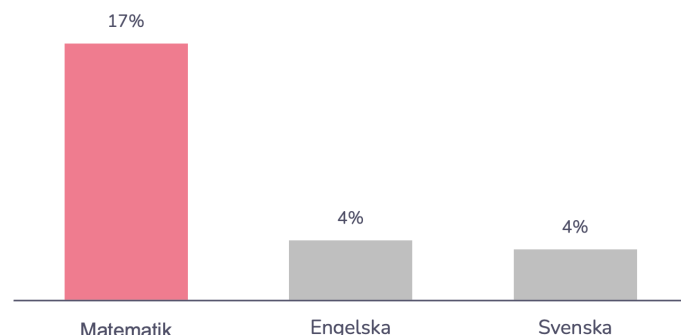
Samtidigt finns betydande problem med befintliga moderna skolsystem. Provresultaten i läsförståelse, matematik och vetenskap har enligt PISA-undersökningarna haft en negativ utveckling i OECD-länderna under perioden 2000–2018. Andelen elever i årskurs 9 i Sverige som inte fick godkänt resultat på nationella provet i matematik uppgick läsåret 2018/19 till cirka 17 procent. I Sverige utgör vidare underskottet av lärare en begränsande faktor. Cirka 69 000 lärare beräknas behöva anställas under åren 2019–2023 för att uppfylla framtida behov. Därtill är undervisningen generellt baserad på standardiserade metoder och material, vilket medför att graden av individualisering är låg.

Genomsnittliga PISA-testresultat för 15-åringar (OECD-länder, 2000-2018)



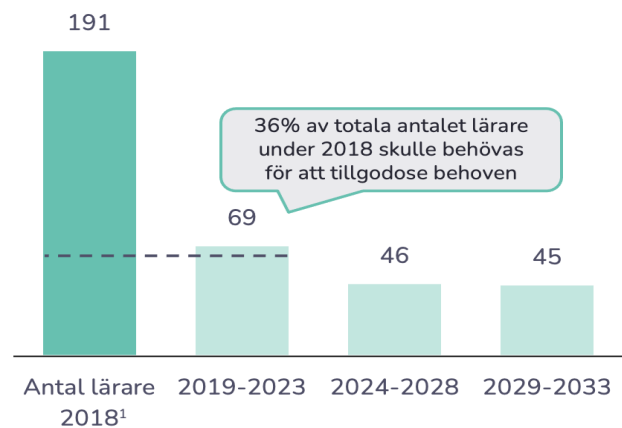
Källa: Skolverket, Sveriges Officiella Statistik, 2020, PISA 2000-2018

Andel av elever i årskurs 9 som ej blivit godkända på Svenska nationella proven (2018/19)



Källa: Skolverket, Sveriges Officiella Statistik, 2020, PISA 2000-2018

Rekrytering av nya lärare för att tillgodose behoven 2019-2033, Sverige (tusentals)



Källor: OECD, HolonIQ, Skolverket
1) Lärare och förskolelärare

Komplement till utbildningen som erbjuds i moderna skolsystem

Enligt Alberts uppfattning medför den ökade efterfrågan på utbildning, de otillfredsställande skolresultaten, situationen avseende tillgången på lärare och den låga graden av individualisering en ökad efterfrågan på komplement till den utbildning som erbjuds i moderna skolsystem. Privatundervisning är ett exempel på ett sådant komplement. Privatundervisning medför emellertid en betydande kostnad. Exempelvis visade bolagets undersökning av listpriser hos fyra privatundervisningsföretag i Sverige och Danmark att kostnaden för privatundervisning hos dessa aktörer uppgick till mellan cirka 2 000 – 4 000 SEK per månad. Enligt bolagets uppfattning är denna kostnad en betydande tröskel för majoriteten av hushållen i Alberts nuvarande och potentiella marknader.

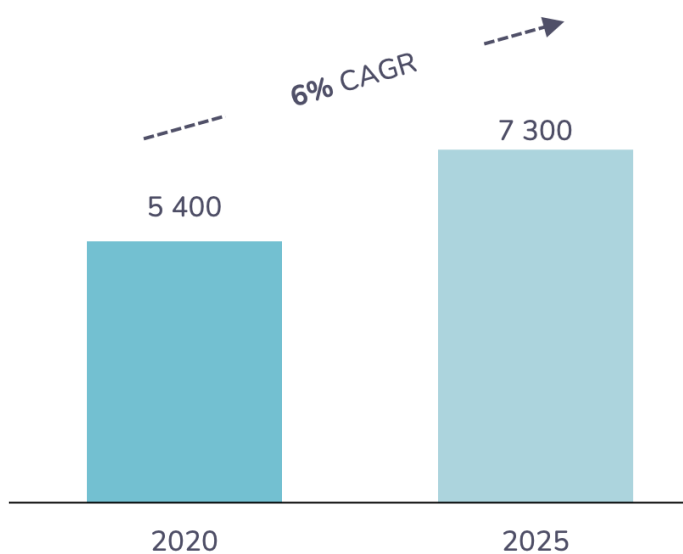
Förutom traditionell privatundervisning utgör digitala utbildningstjänster (Eng. *educational technology*, "EdTech") ett attraktivt komplement till klassrumsundervisningen i moderna skolsystem. Månadskostnaden för digitala utbildningstjänster är enligt Alberts uppfattning i regel betydligt lägre än kostnaden för privatundervisning, vilket gör digitala utbildningstjänster mer lättillgängliga. Kostnaden för de digitala utbildningstjänster som Albert tillhandahåller är 99 – 189 SEK per månad (eller motsvarande cirka belopp i lokal valuta och beroende på vilken plattform köpet sker genom).

Marknaden för digitala utbildningstjänster växer

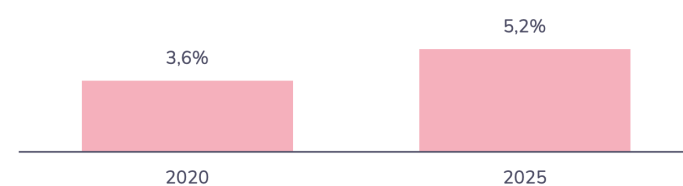
EdTech-sektorn förväntas växa från att utgöra cirka 3,6 procent till cirka 5,2 procent av de totala globala utgifterna för utbildning och upplärning under perioden 2020 – 2025, samtidigt som de totala globala utgifterna för utbildning och upplärning förväntas öka med en genomsnittlig årlig tillväxttakt (Eng. *Compound annual growth rate*, "CAGR") om 6 procent under samma period.

Särskilt starkt förväntas de globala bruttointäkterna från app-baserade digitala utbildningstjänster att öka. Bruttointäkterna på denna del av marknaden för digitala utbildningstjänster, som Albert är aktivt på,

Globala utgifter för utbildning (miljarder USD)



Källor: OECD, HolonIQ, Skolverket

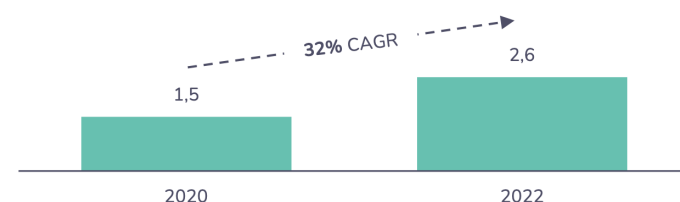


Källa: HolonIQ, SensorTower; The State of Education Apps, 2020, SCB

förväntas öka från 1,5 miljarder USD till 2,6 miljarder USD under perioden 2020 – 2022, vilket motsvarar en CAGR om cirka 32 procent. Bolaget uppskattar att en penetrationsnivå om 15-20 procent för app-baserade digitala utbildningstjänster på den skandinaviska marknaden (motsvarande cirka 3-4 elever i en klass om 20 elever) borde vara rimlig att uppnå inom de närmsta åren.

Vidare är tillgång till en teknisk enhet som kan användas för att nyttja digitala utbildningstjänster, såsom en smart mobiltelefon (smartphone) som har tillgång till Apple App Store eller Google Play,

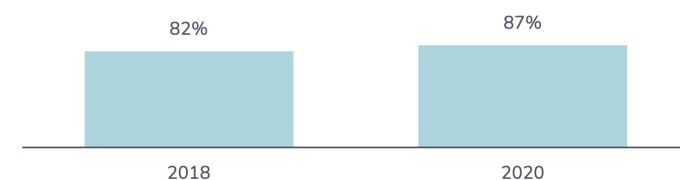
Global omsättning för utbildningsappar (miljarder USD)



Källa: HolonIQ, SensorTower; The State of Education Apps, 2020, SCB

en förutsättning för att användare ska kunna tillgodogöra sig sådana tjänster. I Sverige har andelen av befolkningen i åldrarna 16-85 som använder mobiltelefon ökat från 82 procent i 2018 till 87 procent i 2020. Användarbasen för Alberts tjänster återfinns i åldersintervallet 3-16 år, där framförallt de lägre åldrarna bedöms av bolaget nyttja sina föräldrars mobiltelefoner, varför bolaget anser att utvecklingen påverkar verksamheten positivt.

Andel av befolkningen som använder mobiltelefoner för privat bruk (Sverige, ålder 16-85)



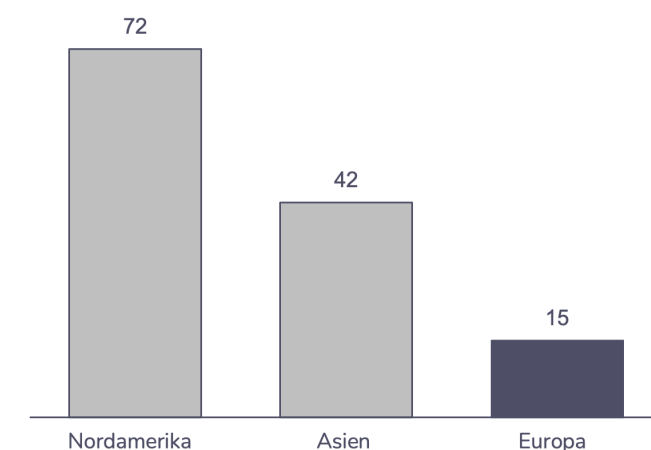
Översikt av marknaden för digitala utbildningstjänster

Albert är aktivt på den europeiska EdTech-marknaden.

På vissa EdTech-marknader, främst sådana där den etablerade pedagogiken appliceras på ett stort antal studenter, finns finansiellt starka aktörer som är etablerade hos sin målgrupp. Exempel på sådana marknader är Indien och USA. Förekomsten av EdTech-aktörer i USA, Asien och Europa värderade till 100 MUSD eller mer per den 31 december 2021 illustreras i figuren nedan.

På andra marknader är konkurrensen mer fragmenterad. Detta gäller enligt bolagets bedömning bland annat på flera marknader i Europa, där den

Antal EdTech-företag värderade över 100 miljoner USD, per den 10 september 2021



Källa: Bolagets bedömning, CB Insights

etablerade pedagogiken inte kan appliceras på ett stort antal studenter. I Sverige finns enligt Alberts bedömning ett antal etablerade aktörer som tillhandahåller digitala utbildningstjänster. Innehållet i dessa tjänster riktar sig emellertid främst till lärare. Albert bedömer att det finns goda förutsättningar för aktörer som är rätt positionerade att ta större utrymme på de europeiska marknaderna där konkurrensen är fragmenterad. Alberts avsikt är att vara en aktör som Alberts avsikt är att vara en aktör som kan ta sådant utrymme, och Alberts affärsmodell är, bland annat genom att fokusera på skalbarhet, kan ta sådant utrymme, och affärsmodell är, bland annat genom att fokusera på skalbarhet, positionerad utefter denna avsikt.

Alberts nuvarande marknader och testmarknader

Albert tillgängliggör digitala utbildningstjänster riktade mot fem olika marknader per 31 december 2021. Dessa marknader är Sverige, Norge, Danmark, Polen och Storbritannien.

Utöver Alberts nuvarande marknader bedrivs i begränsad omfattning verksamhet på utvärderingsbasis på en marknad.

Alberts huvudmarknader

Sverige är per 31 december 2021 Alberts huvudmarknad. Under räkenskapsåret 2020 stod den svenska marknaden för 90 procent av Alberts totala nettoomsättning. Under räkenskapsåret 2021 stod den svenska marknaden för 61 procent av Alberts totala nettoomsättning, vilket är en följd av bolagets internationella expansion. Andelen av Alberts nettoomsättning som genereras från andra marknader än Sverige har ökat betydligt sedan bolaget grundades och påvisar efterfrågan på Alberts produkter i andra länder än Sverige.

Alberts marknadsutsikter

Utöver att utveckla och utöka befintliga erbjudanden riktade mot nuvarande marknader utvärderar Albert löpande möjligheterna att lansera tjänster riktade mot nya marknader, bland annat genom att bedriva verksamhet i begränsad omfattning i utvärderingssyfte på bolagets testmarknader.

Enligt Alberts bedömning har bolaget, mot bakgrund av sin skalbara affärsmodell, goda förutsättningar för att etablera sig främst på de europeiska marknaderna där konkurrensen är fragmenterad. Alberts avsikt är att i första hand fortsatt verka för att positionera sig på sådana marknader.

Kunder

Alberts kunder är i huvudsak föräldrar till de barn som bolagets produkter är anpassat för, vilka är barn i åldersintervallet 3-16 år. Albert har per 31 december 2021 cirka 77 800 betalande prenumeranter. Sedan bolaget grundades har Albert hjälpt över 300 000 familjer med deras barns utbildning.

Alberts erbjudande, tjänster och produkter

Alberts erbjudande och tjänster

Albert erbjuder per utgången av 2021 tre olika prenumerationsbaserade tjänster till kunder. Dessa är Albert BASIC, Albert STANDARD och Albert PLUS. Betalande prenumeranter kan (beroende på tjänst) nyttja en eller flera av Alberts produkter, vilka är Albert, Junior, ABC, Geo och Code.

Albert erbjuder tjänsterna utan uppsägningstid eller bindningstid och fritt från reklam.

1. **Albert BASIC** erbjuds till ett ordinarie pris om 99-119 SEK per månad (eller motsvarande cirka belopp i lokal valuta och beroende på vilken plattform köpet sker genom). Tjänsten ger en (1) användare tillgång till en (1) av prenumeranten utvald produkt som Albert erbjuder inom ramen för Albert BASIC på den relevanta marknaden. BASIC riktas mot bolagets samtliga nuvarande marknader. Genom tjänsten ges föräldrar löpande information om sina barns utveckling genom månadsrapporter.

2. **Albert PLUS** erbjuds till ett ordinarie pris om 169-189 SEK per månad (eller motsvarande cirka belopp i lokal valuta och beroende på vilken plattform köpet sker genom). Tjänsten ger fyra (4) användare tillgång till samtliga produkter som Albert erbjuder på den relevanta marknaden. PLUS riktas mot bolagets samtliga nuvarande marknader. Genom tjänsten ges föräldrar möjlighet att följa sina barns utveckling, milstolpar och dagliga aktivitet i produkterna.

3. **Albert STANDARD**, som lanserades under juli 2021, erbjuds till ett ordinarie pris om 139 SEK per månad (eller motsvarande cirka belopp i lokal valuta och beroende på vilken plattform köpet sker genom). Tjänsten ger en (1) användare tillgång till samtliga produkter som Albert erbjuder på den relevanta marknaden. Albert riktas mot bolagets samtliga nuvarande marknader. Genom tjänsten ges föräldrar möjlighet att följa sina barns utveckling, milstolpar och dagliga aktivitet i produkterna.

Albert erbjuder även inom ramen för marknadsföringskampanjer bolagets tjänster via kostnadsfria provprenumerationer.

Alberts ämnen och produkter

Albert erbjuder per utgången av 2021 fem ämnen inom ramen för bolagets tjänster. Dessa produkter är Junior, ABC, produkten Albert, Geo och Code. Albert äger merparten av rättigheterna till innehållet i Junior och produkten Albert, vilket har en positiv inverkan på Alberts justerade bruttomarginal. Visst övrigt innehåll, exempelvis övningar i matematik, licensieras från tredje part. Samtliga produkter kräver internetuppkoppling för full funktionalitet.

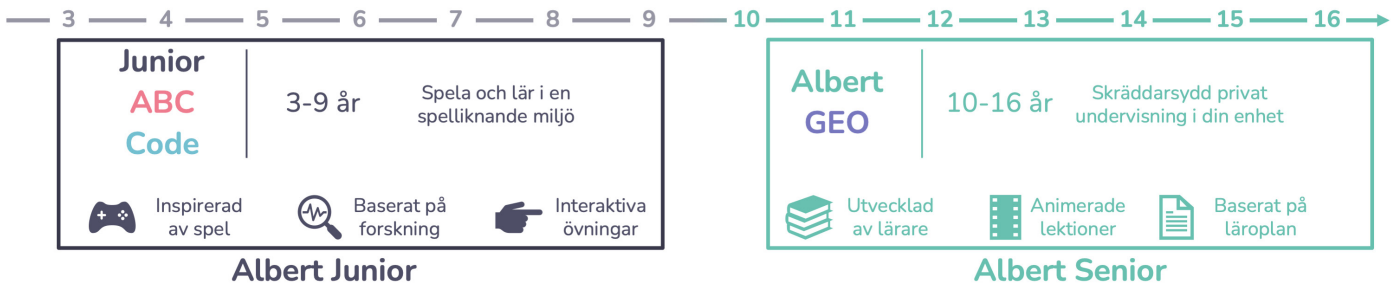
1. **Albert** är en matematikapp med innehåll för barn i åldersintervallen 10-16 år. Produkten är riktad mot föräldrar till barn i den relevanta åldersintervallen i Sverige. Produktens innehåll är anpassat efter läroplanen för den aktuella årskursen i Sverige.

2. **Junior** är matematik med innehåll för barn i åldersintervallen 3-9 år. Produkten är riktad mot föräldrar till barn i den relevanta åldersintervallen i Bolagets samtliga nuvarande marknader. Produktens innehåll är i huvudsak anpassat efter läroplanen för den aktuella årskursen på samtliga av Alberts marknader.

3. **ABC** är läsförståelse med innehåll för barn i åldersintervallen 3-9 år. Produkten är riktad mot föräldrar till barn i den relevanta åldersintervallen i Sverige.

4. **Geo** är geografi med innehåll för barn i åldersintervallen 10-16 år. Produkten är riktad mot föräldrar till barn i den relevanta åldersintervallen i Sverige och Norge och är ett samarbete med det spanska företaget Sierra Chica Software. Avtalet tillåter Albert att använda GeoExperts källkod och innehåll, under Alberts varumärke.

5. **Code** är programmeringsförståelse med innehåll för barn i åldersintervallen 3-9 år. Produkten är riktad mot föräldrar till barn i den relevanta åldersintervallen i Sverige, Danmark, Norge, Polen samt Storbritannien och är ett samarbete med det spanska företaget Learn Land S.L. som löper under en ettårig testperiod under ett liknande koncept som Geo, med undantaget att Albert inte själva utvecklar appen.



Alberts ämnen är per utgången av 2021 strukturerade på två olika plattformar, Albert Junior och Albert Senior, beroende på målgrupp för användaren. Detta för att tillgängliga Alberts samtliga ämnen lättare för användarna.

Alberts vision om flertalet ämnen till användare

Bolagets långsiktiga intention är att kunna tillhandahålla ett brett erbjudande som sträcker sig över flera olika ämnesområden och åldersintervaller inom ramen för flexibla prismodeller som passar olika typer av kunder. Albert utvärderar löpande förutsättningarna för att lansera flera produkter inom flera nya och befintliga ämnesområden på flera olika marknader och avser att påbörja utvecklingen av en

produkt inom ämnesområdet engelska under 2021.

Bolagets utvecklingsarbete utgår från en systematisk arbetsmodell som ger utrymme för att bland annat beakta prenumeranternas synpunkter, spårbara beteendemönster och prenumeranternas engagemang. Alberts utvecklingsarbete utförs av den egna utvecklingsorganisationen samt av konsulter, vilka bland annat består av lokala lärare på marknader som Albert överväger lansering på.

Strategi

Exempel på aktiviteter

Produktexpansion

Breda potentiell användarbas & förbättra retention-grad

Breda produktutbudet genom att lägga till fler ämnen utöver matematik

Intern utveckling eller genom förvärf / partnerskap

Förbättringar & funktionalitet

Öka intäkterna per användare & förbättra retention

Nya funktioner som möjliggör intäkter från köp "in-app" och förbättrar engagemang

Förfinad prisstrategi och prenumerations-alternativ

Albert ABC
lanserat 2021

+38% högre engagemang i testgrupper (aktiva dagar)

Förbättrad åldersdistribution, Albert når allt yngre användare

Albert Geo / Albert Code
lanserade 2021

Produkter i testfas

Geografi Programmering

Familjekonton
lanserat 2020

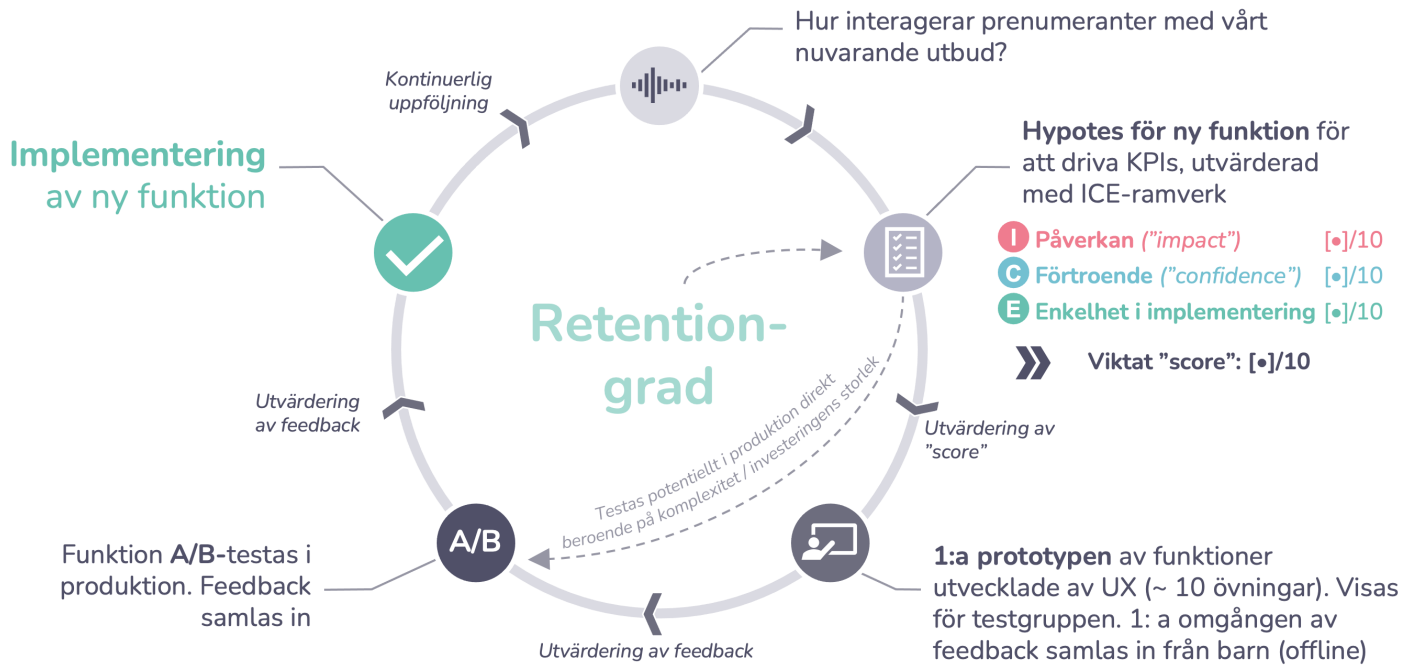
ARPPU har ökat med cirka 10%

Minskad churn bland familjer med flera användare

Nya funktioner
Produkt-"road map" på kort sikt

Belöningssystem Sociala medier (bjud in/följ) Föräldra-feedback

Prov-förberedelse Livechatt



Alberts 2021: Ett år av nya marknader och produkter

2021



2022

Förvärvet av IP-rättigheter från Stairway

Albert ingick i november 2021 ett IP-avtal som innebär att de förvärvar IP-rättigheterna relaterade till Stairway Learning ("Stairway"). Förvärvet gör det möjligt för Albert att bredda sitt erbjudande till den brittiska marknaden med ett heltäckande och läroplansanpassat innehåll för matematik, fysik och biologi.

Stairway är en digital privatlärare i matematik, fysik och biologi med fokus på elever som behöver behörighet enligt GCSE (General Certificate of Secondary Education). Sedan lanseringen 2019 har produkten konsekvent fått höga betyg från tiotusentals användare i Storbritannien. Förvärvet innebär att Albert tar över rättigheterna till innehållet i produkten, som kommer att integreras i Alberts egna appar för barn mellan 10 och 16 år. Lanseringen i Storbritannien förväntas ske under första kvartalet 2022.

Det är väldigt spännande att kunna presentera detta första förvärv sedan Alberts notering. Vi är imponerade av Stairways produkt och tror att innehållet kommer bli ett väldigt bra tillägg i Alberts appar när vi nu fortsätter att bredda vårt erbjudande till den brittiska marknaden

med fler ämnen och till fler ålderskategorier, säger Arta Mandegari och Salman Eskandari, grundare av Albert.

- Vi är glada över att samarbeta med Albert för att accelerera deras expansion till engelsktalande marknader och att fortsätta vårt gemensamma uppdrag att skapa en digital privatlärare som ökar tillgängligheten till högkvalitativ utbildning, säger Charles Williamson, vd och grundare av Stairway.

Med det nya innehållet kommer Albert ges möjlighet att erbjuda sina framtida kunder i Storbritannien ett bredare utbud av ämnen till barn mellan 10 och 16 år. Över tid strävar bolaget efter att erbjuda en likvärdig produkt till barn mellan 3 och 16 på alla sina marknader.



Förvärvet av Ampd AB med appen Jaramba

Albert förvärvade den 30 december 2021 Ampd AB med appen Jaramba för 10 MSEK och kompletterar erbjudandet med nytt innehåll till den yngsta ålderskategorin. Köpeskillingen uppgick till 10 MSEK varav 5 MSEK sker genom en riktad nyemission till säljarna med teckningskurs om 50 SEK per aktie, motsvarande en premie om cirka 16,3 procent jämfört stängningskursen på Nasdaq First North Growth Market den 29 december 2021.

Jaramba har genom åren haft cirka 100 000 registrerade användare, varav 42 000 har varit betalande prenumeranter. I dagsläget uppgår antalet betalande prenumeranter till mellan 4 000-5 000 och Ampd AB har uppnått breakeven på EBITA-nivå. Albert ser god potential att konvertera registrerade användare till ett gemensamt erbjudande från Albert och Jaramba, vilket även skulle innebära kostnadssynergier inom utveckling och marknadsföring. Jaramba beräknas ha årliga återkommande intäkter (ARR) om 5-10 MSEK och en positiv effekt på Alberts EBITA under 2022.

Jaramba fokuserar sitt innehåll på läsa, räkna och lek för barn mellan 2-5 år, vilket kompletterar Albert vars användare främst är från 6 år och uppåt. Innehållet i Jaramba kopplar an till flertalet IP-rättigheter till populära barnkaraktärer såsom Hello Kitty, Pino och Timmy Lamm.

Jaramba har även ett intäktsben i form av "Jaramba Förskola" som har ytterligare cirka 3 000 betalda förskolelicenser. Här ser Albert också en möjlighet att över tid nyttja denna plattform för att penetrera förskolemarknaden än mer.

"Förvärvet av Jaramba är tydligt tillväxtorienterat. Genom detta förvärv får vi en helt ny kund- och produktkategori samtidigt som vi bygger läroplattformen både på bredden och djupet. Detta bedömer vi också kommer ha positiv påverkan på vår churn över tid. Vi är glada att teamet bakom Jaramba även fortsätter vara engagerade i utvecklingen framåt. Allt sammantaget är vi övertygade om att vi kan få fler barnfamiljer att få upp ögonen för både Jaramba och ett framtida gemensamt erbjudande med Albert", säger Arta Mandegari och Salman Eskandari, grundare av Albert.

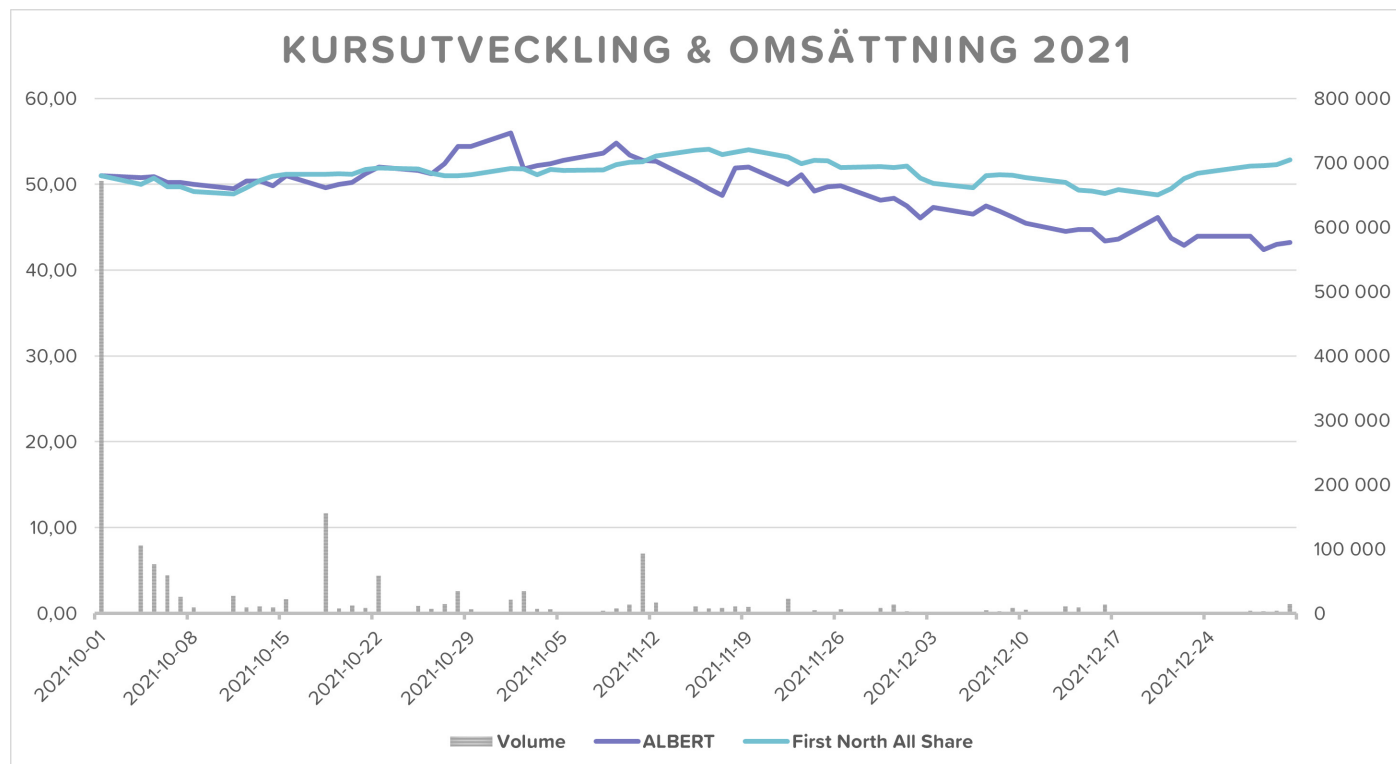
"Vi är väldigt glada att bli en del av Albert och tillsammans jobba för positiv skärmtid och lärorikt

innehåll för ännu fler barnfamiljer. Under åren har vi lagt all vår tid och kraft på att utveckla en rolig tjänst med välkända karaktärer, och med Alberts resurser och räckvidd ser vi fram mot att ta Jaramba till nästa nivå", säger Jörgen Balogh, vd för Ampd AB.



Alberts aktie

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



Aktiestruktur

Aktiekapitalet i eEducation Albert AB (publ) uppgick den 31 december 2021 till 878 982,75 (194 725) SEK fördelat på 17 579 655 (38 945) aktier med kvotvärde 0,05 (5) SEK. Samtliga aktier har lika röstvärde samt äger lika rätt till andel i Alberts tillgångar och resultat. Totalt återfinns 1 311 kvalificerade personaloptioner utestående per den 31 december 2021.

Handel i aktien under 2021

Den 31 december 2021 var börskursen 43,20 SEK per aktie senast betalt, vilket innebär en minskning med 11,84 procent sedan börsnoteringen 1 oktober 2021. First North All Share index ökade under samma period med 3,62 procent. Vid utgången av 2021 uppgick Alberts börsvärde till 759 441 TSEK baserat på senaste betalkurs. Den högsta kursen under året var 56,00 SEK och noterades den 1 november 2021. Den lägsta kursen under året var 42,40 SEK, vilket noterades den 28 december 2021. Antalet omsatta ALBERT-aktier på First North Growth Market under året uppgick till 1 761 282 till ett värde av 89 286 TSEK. Det omsatta antalet aktier motsvarar 10,02 % av antalet utestående aktier vid årets utgång.

Analytikerbevakning

Vid utgången av 2021 hade analytiker från SEB aktiv bevakning av Alberts aktie.

Ägarstruktur

Vid årsskiftet var antalet kända ägare i Albert 3 568. Av dessa ägde 94,1 procent 1 000 eller färre aktier. De tio största ägarna svarade för 69,9 procent av aktierna och rösterna. Andelen ägande registrerade på adresser utanför Sverige var 28,8 %.

Utdelningspolicy

Eftersom Albert befinner sig i en tillväxtfas avser bolagets styrelse att inte föreslå någon utdelning på kort till medellång sikt. Bolagets genererade kassaflöde avses i stället att återinvestera i tillväxt, både organiskt och via förvärv.

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/. Via hemsidan kan man även prenumerera på utskick.

Finansiell kalender 2022

Delårsrapport januari – mars: 2 maj 2022

Årsstämma: 3 maj 2022

Delårsrapport januari – juni: 18 juli 2022

Delårsrapport januari – september: 2 november 2022

Bokslutskommuniké: februari 2023

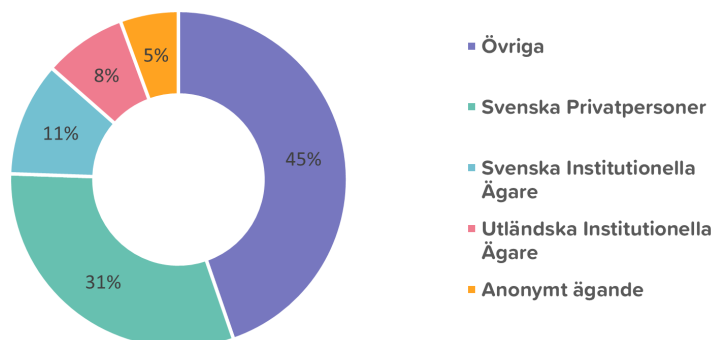
10 största aktieägare den 31 december 2021

Aktieägare	Antalet aktier	Kapital och röster
Schibsted ASA	2 632 000	15,0%
Consensus Asset Management	1 653 653	9,4%
Abanico Invest AB	1 371 331	8,1%
Muirfield Invest Aktiebolag	1 335 831	7,9%
RoosGruppen AB	1 019 831	5,8%
Arta Mandegari	899 500	5,1%
Salman Eskandari	899 500	5,1%
Samuels Invest AB	884 750	5,0%
Inbox Capital AB	773 250	4,4%
Helichrysum Gruppen AB	721 500	4,1%
Summa 10 största aktieägarna	12 171 146	69,9%
Ovriga aktieägare	5 408 509	30,1%
SUMMA	17 579 655	100,0%

Ägarstatistik

Storleksklass	Antal aktier, tusental	Antal aktieägare	Aktier och röster, %
1–500	206	3 245	1,2
501–1 000	92	113	0,5
1 001–5 000	355	134	2,0
5 001–10 000	224	31	1,3
10 001–15 000	90	7	0,5
15 001–20 000	20	1	0,1
20 001-	15 495	37	88,8
Anonymt ägande	1 097	-	5,6
Summa	17 580	3 568	100,0

Ägartyper



Hållbarhetsredovisning

- Hållbarhetsredovisning
- Hållbar affär för Albert och dess intressenter



Hållbarhetsredovisning

Albert verkar för en hållbar affärsverksamhet, en utvecklande arbetsmiljö och att bidra till samhället samt minimera det klimatavtryck verksamheten bidrar till. eEducation Albert AB:s hållbarhetsredovisning sammanfattar hållbarhetsarbetet under 2021. Styrelsen och verkställande direktören har vid undertecknande av årsredovisningen även godkänt hållbarhetsrapporten. Bolagets hållbarhetsredovisning är frivilligt upprättad och inte granskad av bolagets revisorer.

Våra värderingar

Vi vill göra skillnad, på riktigt

Vi tar varje chans att göra skillnad. Vårt syfte är att göra plugget roligare, enklare och mer lättillgängligt. Inget barn ska behöva må dåligt på grund av skolarbete.

Vi utmanar gamla tankesätt

Vi tar alla möjligheter att vidareutveckla vår tjänst. Genom Albert får barn och unga ett alternativ anpassat efter sina egna förutsättningar. Barn är olika och lär sig i sin egen takt på olika sätt.



Vi strävar efter ständig förbättring

Vi är ett ungt företag som strävar efter att arbeta och leverera på ett sätt som inspirerar. Allt för att barnen ska få en så bra upplevelse av Albert som möjligt.

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 du välkommen precis som du är.

Alberts verksamheten bidrar till en mer demokratisk utbildning

Alberts verksamhet bidrar till att göra utbildning roligare, enklare och mer lättillgängligt för den breda massan. Alberts vision är att erbjuda varje barn i Europa en skraddarsydd och individanpassad läroupplevelse. Produkterbjudandet utgörs av digital utbildningstjänst som distribueras via Appstore och Google play med en månatlig prenumerationsavgift.

Affärsmodell

Albert har för avsikt att vara en ledande aktör på marknaden för digitala utbildningstjänster. Bolaget har därför utvecklat en prenumerationsbaserad och tillväxtfokuserad affärsmodell med inbyggd skalbarhet. För mer detaljerad beskrivning av affärsmodellen se sidan 6.

Intressedialog

Albert engagerar sig löpande i dialog tillsammans med bolagets intressenter såsom intervjuer med användare samt möten med samarbetspartner och investerare.

Policyer inom hållbarhet

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

Alberts hållbarhetsrapport innehåller följande avsnitt som därav uppfyller kraven i enlighet med årsredovisningslagen:

- Affärsmodell, sida 6
- Medarbetare, sida 25
- Samhälle, sida 26
- Mångfald, sida 26
- Tjänster, sida 26
- Miljö, sida 28

Utöver hållbarhetspolicy har Albert även policyer för följande områden som har en förankring till hållbarhetsområdet:

- Code of Conduct policy
- Riskhanteringspolicy
- HR-policy
- Dataskyddspolicy
- Arbetsmiljöpolicy
- Jämställdhetsplan
- Diskrimineringspolicy
- Kommunikationspolicy

Policydokumenten implementeras genom informationsgivning inom organisationen samt eventuell utbildning. Samtliga policyer ses över minst årligen.

Hållbarhetsrisker

Alberts verksamhet är utsatt för vissa risker som relaterar till hållbarhetsområden. Specifika risker finns under respektive kommande sektion samt i riskavsnittet på sidorna 31 - 32.



Hållbar affär för Albert och dess intressenter

Alberts snabba och stabila verksamhetstillväxt grundar sig på en kombination av innovation och långsiktighet när det gäller vår produktutveckling, vår verksamhet och våra medarbetare. Albert strävar efter en hållbar företagspraxis, fortlöpande insatser för att främja våra medarbetares välbefinnande och utveckling, samt att bidra till lokalsamhället och minimera vårt klimatavtryck. Vi tillämpar 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.

Uppföljning och ramverk

Albert använder ett antal styrdokument och mått för att uppnå ett fokuserat och relevant hållbarhetsarbete. Detta ramverk består av en kombination av interna policyer, däribland bolagets hållbarhetspolicy och policyer som stödjer mångfald samt globalt erkända principer och ramverk. Det övergripande ansvaret för efterlevnad av dessa policyer och principer ligger hos styrelsen. Dock krävs det att alla medarbetare är införstådda med att våra mål endast kan uppnås om alla medarbetare bidrar tillsammans. 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.

En verksamhet med ett tydligt syfte

Agenda 2030 och de 17 globala målen visar vägen till en bättre och mer hållbar framtid för alla. Albert 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 Alberts ambitioner inom hållbarhetsområdet och FN:s målstruktur.

Höjdpunkter och initiativ under 2021

Effekterna av covid-19-pandemin har även under 2021 varit kännbara både i de lokala och globala ekonomierna.

För Albert påminde pandemin det viktiga arbete kring hållbarhet som bolaget står inför. Detta främst i anslutning till "god utbildning för alla" vilket möjliggörs via Alberts tjänster. Albert har under 2021 följt FHMs rekommendationer vilket inneburit möjligheten till arbeta hemma för samtliga anställda som önskat detta. För att säkerställa en god arbetsmiljö i hemmet har Albert tillfälligt tillhandahållit extra datorskärmar till samtliga anställda som efterfrågat detta.

PRIORITETSOMRÅDE							
MEDARBETARE	SAMHÄLLE		MÅNGFALD	TJÄNSTER		MILJÖ	
HÅLLBARHETSMÅL							
8 ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT	3 GOD HÄLSA OCH VÄLBEFINNANDE		5 JÄMSTÄLLDHET	4 GOD UTBILDNING FÖR ALLA		12 HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION	
10 MINSKAD OJÄMLIKHET	4 GOD UTBILDNING FÖR ALLA		10 MINSKAD OJÄMLIKHET			13 BEKÄMPA KLIMAT-FÖRÄNDRINGARNA	

MEDARBETARE	SAMHÄLLE	MÅNGFALD	TJÄNSTER	MILJÖ
<p>Utvecklingssamtal mellan anställd och chef för kontinuerlig utveckling</p> <p>Tillhandahåller friskvårdsbidrag till samtliga</p> <p>Semesterrätt utökad till 30 dagar</p>	<p>Tillhandahåller utbildning i 5 länder</p> <p>Samarbeten med aktörer för att öka barns aktivitet</p>	<p>47 procent kvinnor på bolaget</p> <p>40 procent kvinnor i styrelsen</p> <p>19 olika språk pratas totalt hos de anställda</p>	<p>Lansering av 3 nya ämnen</p> <p>52 intervjuer och 48 tester genomförda med användare och kunder</p>	<p>Optimering av elförbrukning tillsammans med Greenly</p> <p>Samarbeten med aktörer för att öka barns fysiska aktivitet</p>

En verksamhet med ett tydligt syfte

Medarbetare

Albert ska vara en rättvis och attraktiv arbetsgivare. Bolaget ska arbeta aktivt för att främja en god arbetsmiljö som stöttar den professionella och personliga utvecklingen av de anställda. Våra medarbetares beslut och agerande driver verksamheten framåt och det finns en risk om vi misslyckas med att rekrytera, utveckla och behålla medarbetare med rätt kompetens, att det kan leda till att bolaget underpresterar. För att hantera detta arbetar vi intensivt med värdegrund och att skapa ett öppet och transparent arbetsklimat, vi har kompetens- och ledarskapsutveckling löpande för anställda.

Höjdpunkter 2021:

- Personalstyrkan växte med 17 % sedan 2020
- Initiativ kring friskvårdsbidrag för samtliga anställda för att främja anställdas hälsa
- Antalet semesterdagar för samtliga anställda ökade från 25 till 30 dagar

Albert är ett kunskapsintensivt bolag där medarbetares kompetens därför är direkt avgörande för Alberts tillväxt. För att engagera och utveckla kompetenta och inspirerade medarbetare identifieras utvecklingsbehov i regelbundna samtal mellan medarbetare och chefer. Under 2021 har Albert inte haft några kvinnor i ledningsgruppen vilket aktivt setts över.

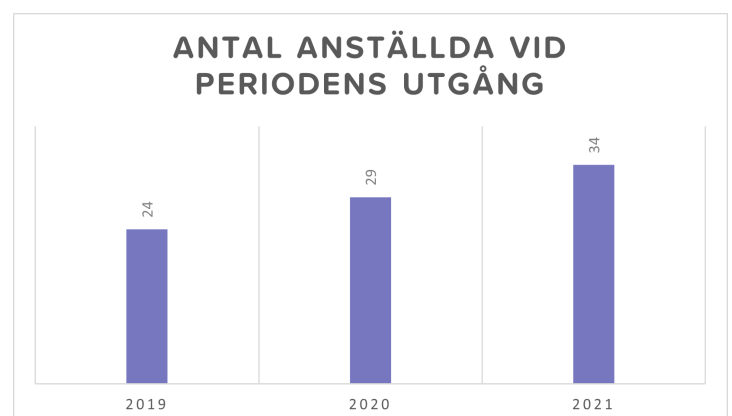
Utöver kompetenta och inspirerade medarbetare fokuserar Albert på att skapa en god fysisk arbetsmiljö och ett hälsosamt arbetsklimat där alla kan känna sig trygga, utvecklas och må bra. Ett steg i denna satsning har under 2021 varit att erbjuda

samtliga tillsvidareanställda friskvårdsbidrag för att underlätta en hälsosam livsstil. Albert uppmanar till en god balans mellan yrkesliv och privatliv och stöttar därför anställda till flexibla arbetsformer.

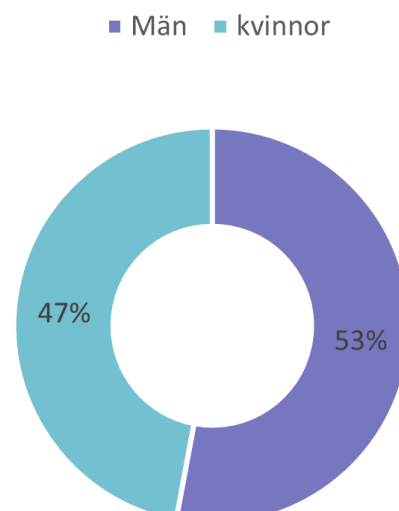
Ambitioner framåtriktat:

Albert har som ambition under 2022 att lansera följande initiativ:

- Genomföra en medarbetarundersökning för samtliga anställda och därefter initiera konkreta mål baserat på medarbetarnas återkoppling



Fördelning per kön



- Ambition att lansera ett nytt kvalificerat person-
aloptionsprogram till anställda

Samhälle

”Att erbjuda varje barn i Europa en skraddarsydd och individanpassade lärupplevelse” är Alberts vision. 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 därav i Alberts existensberättigande att uppfylla målet om god utbildning för alla i och med erbjudandet av bolagets produkter och tjänster till ett pris som möjliggör den breda massan att kunna nyttja produkterna och därav demokratisera en god utbildning.

Höjdpunkter 2021:

- Lansering av ytterligare ämnen såsom lokalt språk, geografi samt grundläggande kunskaper för programmering
- Lansering i ytterligare länder såsom Danmark och Storbritannien för att bredda möjligheten till god utbildning i fler länder

Påverkan av pandemin

Studie från Folkhälsomyndigheten påvisar att vikten av insatser för mer fysisk aktivitet bland barn. Resultatet av studien påvisar ett tydligt samband mellan fysisk aktivitet, mindre stresskänslor och ett bättre mående. Alberts tjänster nyttjats av barn sittande vilket därav hade fortsatt kunnat minska den fysiska aktiviteten hos barn och ungdomar. För att motverka denna utveckling involverar Albert sig i diverse löptävlingar inom Sverige såsom Göteborgsvarvet och liknande aktörer. Albert stod för gratis deltagande samt prova-på konto för Alberts tjänst.

Under pandemin har dessa aktiviteter varit uppskjutna på grund av smittorisk men Albert ser fram emot att fortsätta involvera och utveckla dessa samarbeten framåtriktat för att främja ökad fysisk aktivitet hos barn och ungdomar.

Ambitioner framåtriktat:

Albert har som ambition under 2022 att lansera följande initiativ:

- Fortsatt utöka antalet ämnen som Albert tillhandahåller till kunderna
- Fortsatt lansera Alberts tjänster i fler länder inom Europa
- Ambition att fortsätta samarbeten med löptävlingar och andra initiativ som främjar fysisk aktivitet hos barn och ungdomar

Mångfald

En av våra fyra grundvärderingar 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 Albert är alla välkomna precis som de är. Risken kopplad till mångfald är att om vi skulle brista i denna aspekt skulle vi inte fullt ut dra nytta av värdet av olikheter och inte nyttja de styrkor som kommer med en diversifierad medarbetargrupp. Vi hanterar detta genom att sträva efter mångfald i alla dimensioner av olikhet och erfarenhet. Vi är övertygade om att vi som ett bolag karaktäriserat av mångfald och inkludering stimulerar innovation och att det leder till en bättre utvecklingen av bolaget och dess vision.

Höjdpunkter 2021:

- 47 procent kvinnor av samtliga anställda
- 40 procent kvinnor i styrelsen
- Fler än 19 språk pratas hos Alberts 34 anställda

Albert är en inkluderande arbetsplats där varje individ uppmärksammas utifrån dennes egna meriter och kvalifikationer. För att främja ett inkluderande och mångfald förs all intern kommunikation på engelska som är det fastställda bolagsspråket. Albert har nolltolerans mot all form av diskriminering, mobbing eller trakasserier.

Ambitioner framåtriktat:

Albert har som ambition under 2022 att lansera följande initiativ:

- Fortsatt fokus på ökad representation av kön och nationalitet i ställning av ledande befattningshavare

Tjänster

För att göra våra ämnen mer pedagogiska och öka möjligheten för barn och unga att utvecklas värdesätter Albert att alltid sätta våra användares upplevelse i fokus. För att göra detta på bästa sätt inkluderas användare och kunder i vår produktutveckling genom t.ex. användarstudier, enkäter och intervjuer. Genom att testa i ett tidigt stadiet med prototyper och workshops ökar möjligheten för barnen att påverka hur just de vill lära sig. Ytterligare så testar vi produkter och ämnen för att utvärdera användarvänligheten och se hur vi kan förbättra dessa framåt. Områden vi fokuserar på är allt från användarvänlighet och pedagogik till hur vi kan göra produkterna roliga och motiverande för att väcka barnens intresse för lärande. Utöver att omsätta resultaten från användarstudierna till krav och förbättringsmöjligheter som implementeras i vår design ger det barnen som deltar i testerna en möjlighet att känna att de kan påverka och förändra.

Höjdpunkter 2021:

- Lansering av ytterligare ämnen såsom lokalt språk, geografi samt grundläggande kunskaper för programmering
- År 2021 genomfördes 52 intervjuer med föräldrar och 48 tester och workshops med barn i tre av våra marknader; Sverige, Polen och Storbritannien. Tillsammans med våra användare och kunder har vi med gemensam kraft kunnat utveckla våra produkter till att passa barnens och föräldrarnas behov ännu bättre.

Påverkan av pandemin

En skillnad som noterats sett i år från vår kontakt med användare är att de uttrycker ett ännu större behov av att stötta barn med skolarbete hemma. Under pandemin har många föräldrar kämpat med att aktivera barnen hemma då de själva behövt jobba. Samtidigt som de kämpat med ett dåligt samvete att de inte inte alltid haft möjlighet att engagera sig i den mån de önskar på grund av deras eget arbete. Att då få höra om föräldrar vars barn sätter sig bredvid dem när de är i videomöte och säger jag ska också jobba, samtidigt som de tar upp Albert på sin surfplatta känns väldigt kul att höra. Eller att man får höra hur appen inte enbart hjälper föräldrarna att aktivera sina barn, utan att det också tillåter dem att få en inblick i barnens lärande, likt denna förälder:

“ABC är jättekul och bra att kunna spela och lära samtidigt. Speciellt när man är sjuk från skolan. I ABC har jag också fått höra hur mitt barn ljudar. Med ABC får man inblick i hur lärandet går till, annars lämnar man i dem till skolan och helt plötsligt kan de läsa.”

Ambitioner framåtriktat:

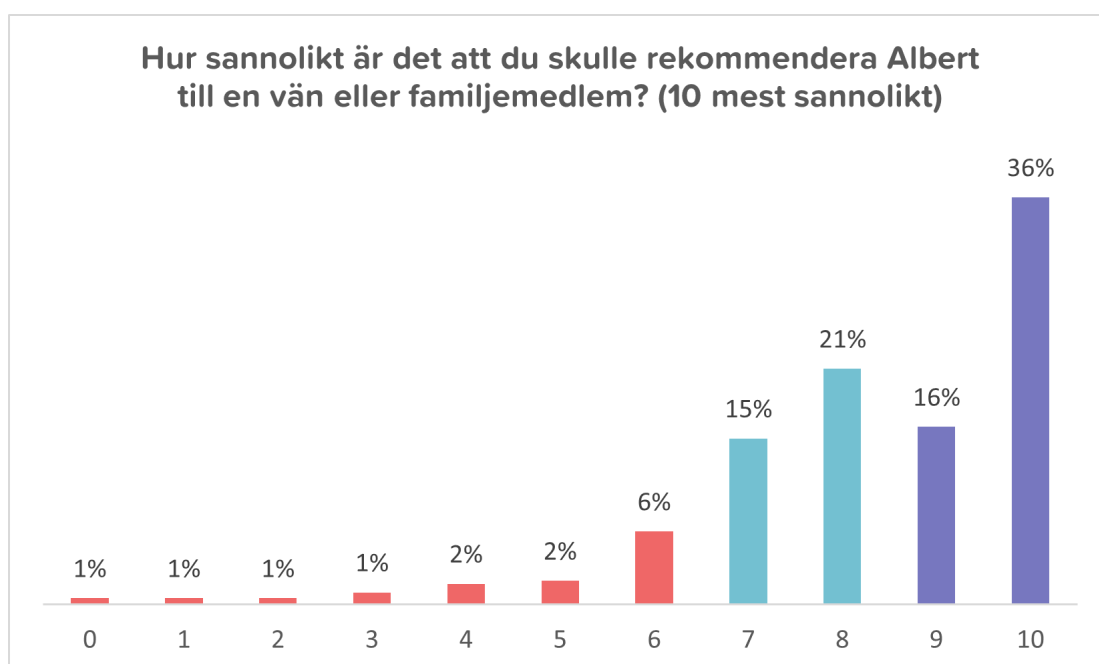
Albert har som ambition under 2022 att lansera följande initiativ:

Kommande år kommer Albert fortsätta arbetet mot att skapa god utbildning till alla genom att fortsatt inkludera våra användare i vår produktutveckling. Vår ambition är att utföra användarstudier i ytterligare marknader som vi är aktiva, för att säkerställa att vi kan tillgodose behov hos användare i alla våra marknader. Utöver detta vill vi utforska flera metoder för att förstå våra användares behov och jobba kontinuerligt med användarstudier i fler steg i produktutvecklingen. Vår förhoppning är genom att ständigt sätta användarens upplevelse i fokus att fler av våra användare och kunder ska få samma upplevelse som denna mamma:

“Jag tycker att det är en fantastisk app och en fantastisk grej man har skapat för barnen och det märks att ni lyckas och det märks att barnen får ett intresse. Ta bara min dotter som exempel, vi märker att det finns ett helt annat intresse av att vilja förstå matematik i skolan, eftersom det är matte-appen som hon har utforskat mest då.”

Miljö

Alberts produkter produceras, marknadsförs och konsumeras digitalt. Trots detta är det av högsta vikt att organisationen är så effektiv och miljömedveten som möjligt för att minska verksamhetens miljöpåverkan. Bolaget har under 2021 initierat ett arbete att mäta koncernens klimatpåverkan i form av energiförbrukning som ett första stadie, detta tillsammans med Greenly.



Höjdpunkter 2021:

- Initierat samarbete med Greenly för att identifiera och därför aktivt arbete med elförbrukningen

Ambitioner framåtriktat:

Albert har som ambition under 2022 att lansera följande initiativ:

- Presentera Alberts första rapport avseende elförbrukning internt och därför aktivt arbete med att förbättra denna på sikt



Förvaltningsberättelsen

- Verksamhetens art och inriktning
- Ägarförhållanden
- Väsentliga händelser under räkenskapsåret
- Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer



Förvaltningsberättelsen

Styrelsen och verkställande direktören för eEducation Albert AB (publ) avger härmed årsredovisningen och koncernredovisningen för räkenskapsåret 2021-01-01 – 2021-12-31.

Verksamhetens art och inriktning

I syfte att demokratisera möjligheten till privatlärare, har eEducation Albert AB skapat världens första digitala lärare, Albert, som är tillgänglig dygnet runt, alla dagar om året för elever & föräldrar. Bolagets affärsidé är att kombinera teknisk innovation med ett skraddarsytt innehåll för att tillhandahålla en individuell lärupplevelse i världsklass. Mer specifikt möjliggör Albert att elever får obegränsad tillgång till läxhjälp, lektioner och kunskapsmätningar direkt i sin mobila enhet, när som helst och vart som helst. Tjänsterna distribueras som app på marknadsplatserna Google Play Butik och App Store. Albert hjälper idag elever från förskolan hela vägen till gymnasiet.

Föräldrar och elever kan köpa obegränsad tillgång till Albert genom prenumerationer för en låg fast månatlig kostnad. Alla användare har tillgång till Albert via sina mobiltelefoner eller läsplattor. eEducation Albert ABs kunder är främst föräldrar, elever, skolor och kommuner från hela Sverige, men bolagets huvudsakliga fokus ligger på försäljning gentemot föräldrar i familjebaserade hushåll.

Ägarförhållande

Nedan enskilda akteägare ägde per den 31 december 2021 över 10 % av bolagets totala antalet aktier.

Schibsted ASA 15,0 %

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Under april 2021 lanserades Albert ABC i Sverige som skall möjliggöra Alberts användare att lära sig att läsa. Utöver detta lanserades Albert Geo under slutet av kvartalet, produkten möjliggör användarna att lära sig geografi.

Under juni reglerades teckningsoptioner som lanserades under 2016, vilket resulterade i inbetalningar om totalt 731 TSEK som redovisas som ej registrerat aktiekapital.

Under juli 2021 lanserades Albert Code som skall möjliggöra Alberts användare att lära sig grundläggande principer i programmering.

Under juli 2021 lanserades Albert Standard som ny prenumurationsplan. Denna möjliggör en användare att nyttja samtliga av Alberts produkter för en månatlig kostnad om 139 SEK.

Under augusti registrerades de aktier som reglerades i samband med teckningsoptionerna under juni 2021, vilket resulterade i 406 nya aktier och en ökning av aktiekapitalet med 2 TSEK.

Under augusti genomfördes en fondemission utan utgivande av nya aktier, vilket resulterade i att aktiekapitalet ökade med 365 TSEK. Albert ökade även bolagets aktier genom att varje aktie delades upp i relationen 250:1, varvid antalet aktier ökade från 48 729 till 12 182 250 st.

Under september redogjorde Albert sin avsikt att notera bolagets aktier på Nasdaq First North Growth Market och även offentliggjorde prospektet inför börsnoteringen.

Den 1 oktober 2021 inledde handeln av Alberts aktie på First North Growth Market under kortnamnet ALBERT. I samband med noteringen skedde även en nyemission av totalt 5 397 405 aktier, inklusive övertilldelningsoptionen.

Under november förvärvade Albert IP-rättigheter relaterade till Stairway för att stärka erbjudandet till 10 – 16 år i Storbritannien initialt samt därefter lansering på resterande av Alberts marknader. Förvärvet resulterade i en initial köpeskillning om 55 000 GBP, motsvarande 645 000 SEK per förvärvsdagens valutakurs. Förvärvet finansierades med tillgängliga likvida medel. Utöver den initiala köpeskillningen kommer en royalty att betalas löpande mellan 2022 – 2025 som avser en låg ensiffrig procentandel av nettoomsättningen kopplat till produkten som lanseras med IP-rättigheterna från Stairway. Förväntad lansering i Storbritannien under första kvartalet 2022. Under november lanserades en ny plattform för att samla ämnen till samma målgrupp i samma app. Detta för att öka användarvänligheten för kunderna.

Under december förvärvades samtliga aktier i Amp AB för totalt 10 MSEK varav 5 MSEK avsåg kontant ersättning och resterande avsåg 100 000 aktier. Affären gick igenom under 2021 som pågående nyemission samt registrerades aktierna under januari 2022. För övrig information avseende transaktionen se

not 11 för förvärvsanalys och not 14 för registrering av apportemissionen. Ampd AB:s produkt Jaramba avses att utgöra Alberts plattform för mindre barn och därav utöka innehåll för barn redan vid 2 års ålder.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

EdTech-marknaden karaktäriseras av stora aktörer i andra geografiska regioner

Albert erbjuder digitala utbildningstjänster på prenumerationsbasis i form av Albert Junior ("Junior"), Albert ("produkten Albert"), Albert Geo ("Geo"), Albert Code ("Code") och Albert ABC ("ABC"). Tjänsterna finns tillgängliga i appform och kan då laddas ner från Apple App Store och Google Play. Alberts huvudmarknad är Sverige och därutöver erbjuder Albert tjänster riktade mot Norge, Polen, Danmark och UK, varav Sverige under 2021 stod för 61 procent av den totala nettoomsättningen. Således representerar den svenska marknaden en betydande del av den totala marknaden.

Edtech-marknaden karaktäriseras av stora aktörer i USA och Indien med etablerad närvaro och kundbas. I marknader som de nyss nämnda finns därmed i hög grad etableringströsklar som kan komma att kräva stora investeringar av Albert. Det finns även en risk att dessa aktörer väljer att etablera sig även i Europa vilket hade ökat konkurrenssituationen i Alberts nuvarande marknader.

Bolagets erbjudande kan utan större investeringar efterliknas

Innehållet i företagets erbjudande baseras på läroplaner och annat tillgängligt kursmaterial utvecklat för relevanta årskurser. Bolagets huvudsakliga investering vid lansering på nya geografiska marknader sker i form av anlåtande av lokal kompetens såsom lärare och andra konsulter. Bolagets kostnader för att bibehålla, uppdatera och nyutveckla relevant innehåll till prenumeranter är relativt begränsade. Innehållet baseras vidare på allmänt tillgänglig information och/eller avtal med förlag som tillhandahåller kurslitteratur. Det finns en risk för att en ny aktör med stark finansiering eller andra marknadsaktörer utan större initiala investeringar kan etablera sig på bolagets befintliga marknader eller sådana marknader som Albert ämnar etablera sig på. Eftersom bolaget inte kan skydda innehållet i sitt erbjudande finns det en risk att konkurrenter och andra marknadsaktörer kan lansera liknande tjänster vilket skulle påverka bolagets tillväxt väsentligt negativt.

Anskaffning av nya prenumeranter och bibehållande av befintliga

Alberts användarbas avlägger en prenumerationsavgift i förskott mot obegränsad användning av innehållet i erbjudande. Prenumeranter kan när som helst avsluta sina prenumerationer och bolaget är därmed i hög grad beroende av att kunna locka nya samt behålla befintliga prenumeranter. För att åstadkomma detta måste Albert kunna erbjuda attraktivt och aktuellt innehåll. Intäkter från prenumeranter svarade för 100 procent av Bolagets nettoomsättning under 2021.

Bolaget mäter löpande antalet prenumeranter som förnyar sina prenumerationer. Albert kan komma att behöva vidareutveckla och förbättra sina befintliga tjänster och lansera nya tjänster med tillkommande funktioner och innehåll för att kunna möta efterfrågan från befintliga och potentiella prenumeranter i takt med att deras preferenser förändras. Det finns en risk att Albert inte lyckas vidareutveckla och förbättra sina befintliga tjänster samt lansera nya tjänster i den utsträckning som krävs för att bolaget ska uppnå tillväxt och lönsamhet.

Albert är beroende av att priser fortsatt uppfyller befintliga prenumeranters preferenser och är attraktiva för potentiella nya prenumeranter. Om Bolaget misslyckas i detta avseende, exempelvis genom prishöjningar, finns det en risk för minskad lönsamhet och/eller försämrad tillväxt.

Tillväxten av Alberts prenumerationsbas och storleken på intäktsretention är viktiga faktorer som kan inverka på investerarens bedömning av Alberts prestation. Det finns en risk att inte lyckas leva upp till marknadens förväntningar, till exempel genom att inte möta förväntat antal prenumeranter, innebärandes att Alberts tillväxt inte uppnått förbestämda mål och som ytterst kan försämra bolagets framtida finansieringsmöjligheter.

Marknadsföringskostnader och marknadsföringsåtgärder

I syfte att öka kännedomen om Alberts erbjudande och värva nya prenumeranter har Albert historiskt investerat mycket i marknadsföring. Det finns ett tydligt samband mellan investeringar i marknadsföringsåtgärder och ökad tillväxt i bolagets användarbas. Marknadsföringskostnader, beräknat så som övriga externa kostnader, är en stor del av bolagets utgifter.

Albert har haft och kommer även fortsättningsvis att ha höga utgifter för marknadsföringsåtgärder för att utöka sin prenumerationsbas, omsättning

och därigenom tillväxt. Bolaget nyttjar flertalet marknadsföringsmetoder såsom annonsering på Facebook, via influencers, banners på hemsidor och TV-reklam. Utfallet av marknadsföringsåtgärder är i hög grad beroende av målgruppen och intresset för Alberts erbjudande. En eller flera upprepade misslyckade marknadsföringsåtgärder riskerar att negativt inverka på förväntad kundanskaffningstakt av prenumeranter och resultat i relation till de kostnader som diverse marknadsföringsåtgärder medfört.

Beroende av externa samarbetspartners

För att kunna bemöta prenumeranternas preferenser är bolaget beroende av att kunna vidareutveckla sina tjänster. En viktig faktor för att bolaget på ett effektivt sätt ska kunna genomföra utvecklingsåtgärder är att kartlägga prenumeranters beteendemönster i produkterna. Under räkenskapsåret 2021 nyttjade 100 procent av prenumeranterna bolagets produkter genom de appar som Bolaget tillgängliggör genom Apple App Store och Google Play. För att kunna kartlägga prenumeranternas beteenden vid nyttjande av dessa appar är bolaget beroende av att data från prenumeranterna delas med bolaget. Det finns en risk att villkoren för bolagets möjlighet att tillgängliggöra produkterna via Apple App Store och Google Play förändras genom exempelvis att dataöverföringen till bolaget begränsas. Villkoren för tillgängliggörande på relevanta plattformar regleras av standardavtal vars innehåll Albert saknar möjlighet att påverka. I det yttersta ledet skulle förändringar av villkoren, och därmed den begränsade nyttjanderätten av data,

kunna resultera i att bolaget sämre kan bemöta prenumeranternas preferenser, vilket skulle ha en negativ inverkan på bolagets möjligheter att vidareutveckla sina tjänster vilket skulle ha en negativ påverkan på bolagets tillväxt och omsättning.

Händelser efter balansdagen

Under januari registrerades vederlagsaktierna till säljarna av Ampd AB varmed utestående aktier ökade med 100 000 st och aktiekapital med 5 TSEK.

I februari förvärvades Sumdog Ltd och Albert expanderade därmed till B2B-segmentet. Den totala köpeskillingen uppgår till maximalt 8,85 MGBP varav den initiala köpeskillingen uppgår till 6,85 MGBP. Tilläggsköpeskillingen om maximalt 2 MGBP regleras under 2022-2023 och är kopplad till de årliga återkommande intäkterna (ARR). Maximal tilläggsköpeskillning erläggs när minst en ARR på 4,5 MGBP uppnås vid utgången av 2023.

Efter balansdagen, den 24 februari, inledde Ryssland en militär attack mot Ukraina. Albert har ett flertal konsulter inom produktutveckling i Ukraina, och har därför vidtagit många åtgärder för att hjälpa våra kollegor. Detta inkluderar omlokalisering till Sverige, betald ledighet tills vidare för att reducera otryggheten kring anställning och privatekonomi samt administrativt stöd för de som vill och kan ta sig ut från Ukraina till närliggande länder.

Flerårsjämförelse

tSEK	2021	2020	2019	2018	2017
Nettoomsättning	62 564	23 907	7 466	5 407	1 270
Resultat efter finansiella poster	-57 264	-26 381	-14 681	-28 266	-4 559
Balansomslutningen	279 801	76 800	35 826	53 724	12 665
Soliditet (%)	95	91	85	84	70

Resultatdisposition

Styrelsen föreslår att disponera bolagets resultat enligt följande

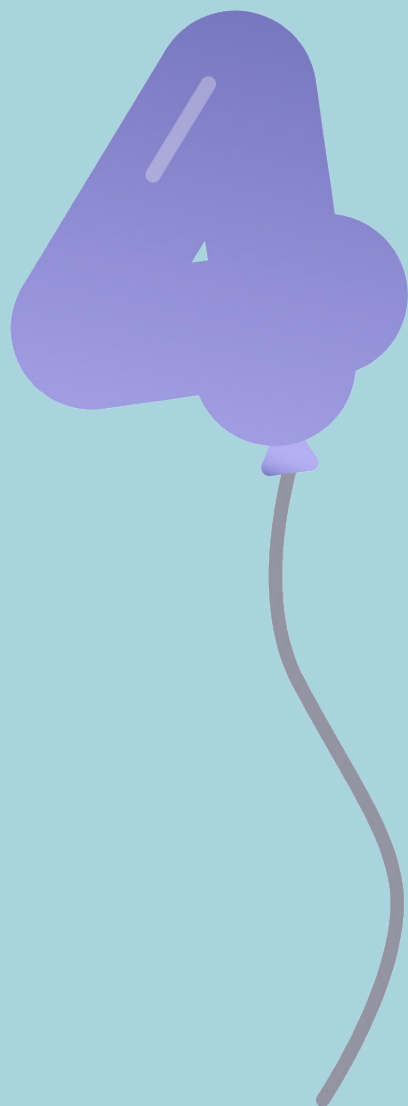
Till årsstämman förfogande står

Balanserad vinst	315 461 784
Årets förlust	<u>-57 253 873</u>
	258 207 911

Styrelsen föreslår att	
Utdelning (0,00 SEK)	0
Balanseras i ny räkning	<u>258 207 911</u>
Summa	258 207 911

Finansiella rapporter

- Finansiella rapporter
- Noter till de finansiella rapporterna
- Revisionsberättelse
- Alternativa nycketal



Finansiella rapporter

- Resultaträkning för koncernen
- Rapport över finansiell ställning för koncernen
- Rapport över förändring i eget kapital för koncernen
- Kassaflödesanalys för koncernen
- Resultaträkning för moderbolaget
- Rapport över finansiell ställning för moderbolaget
- Rapport över förändring i eget kapital för moderbolaget
- Kassaflödesanalys för moderbolaget

Resultaträkning för koncernen

TSEK	Not	Koncernen	
		Jan-dec 2021	Jan-dec 2020
Nettoomsättning	2,3	62 564	23 907
Aktiverat arbete för egen räkning	6	7 749	5 509
Övriga rörelseintäkter		–	174
		70 313	29 590
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	2	-103 650	-38 770
Personalkostnader	4	-18 828	-11 701
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6,7	-4 844	-5 354
Övriga rörelsekostnader		-104	–
Rörelseresultat		-57 113	-26 236
Resultat från finansiella poster			
Räntekostnader och liknande resultatposter		-151	-159
Resultat efter finansiella poster		-57 264	-26 395
Skatt på periodens resultat	5	–	–
Periodens resultat		-57 264	-26 395
Resultat per aktie			
– före och efter utspädning (kr)*		-3,26	-677,75
Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång		17 579 655	38 945
Genomsnittligt antal utestående aktier		13 480 851	38 945

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

Rapport över finansiell ställning för koncernen

TSEK	Not	Koncernen	
		31 dec 2021	31 dec 2020
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	6,11	8 734	4 886
Goodwill	11	28	-
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	6,11	12 426	167
		21 188	5 053
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	7	144	265
		144	265
Finansiella anläggningstillgångar			
Andra långfristiga fordringar		257	125
		257	125
Summa anläggningstillgångar		21 589	5 443
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	2	5 411	11
Övriga fordringar	2	945	2 359
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		357	397
		6 713	2 767
Kassa och bank			
Likvida medel		251 499	68 532
		251 499	68 532
Summa omsättningstillgångar		258 212	71 298
SUMMA TILLGÅNGAR		279 801	76 742

Rapport över finansiell ställning för koncernen

TSEK	Not	Koncernen	
		31 dec 2021	31 dec 2020
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Koncernen			
Aktiekapital	9	879	195
Övrigt tillskjutet kapital		410 340	152 470
Balanserat resultat inkl. periodens resultat		-144 069	-82 591
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		267 150	70 073
Innehav utan bestämmande inflytande		-	-
Summa eget kapital		267 150	70 073
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	5,11	2 427	-
		2 427	-
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	12	-	817
		-	817
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		2 238	446
Aktuell skatteskuld		288	84
Övriga skulder		1 798	2 846
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		5 900	2 475
		10 224	5 851
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		279 801	76 742

Rapport över förändring i eget kapital för koncernen

Koncernen

<i>TSEK</i>	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inkl. periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående eget kapital 2020-01-01	195	85 792	-55 739	30 248
Effekt av retroaktiv tillämpning				–
Justerat eget kapital 2020-01-01	195	85 792	-55 739	30 248
Periodens resultat			-26 395	-26 395
<i>Transaktioner med ägare</i>				
Utdelning				–
Nyemission				–
Inbetalning av ej registrerat aktiekapital		66 220		66 220
	–	–	–	66 220
<i>Omföring mellan poster i eget kapital</i>				
Fond för utvecklingsutgifter		457	-457	–
	–	457	-457	–
Utgående eget kapital 2020-12-31	195	152 470	-82 591	70 073

Rapport över förändring i eget kapital för koncernen

Koncernen

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inkl. periodens resultat	Summa eget kapital
<i>TSEK</i>				
Ingående eget kapital 2021-01-01	195	152 469	-82 591	70 073
Effekt av retroaktiv tillämpning				–
Justerat eget kapital 2021-01-01	195	152 469	-82 591	70 073
Periodens resultat			-57 264	-57 264
<i>Transaktioner med ägare</i>				
Utdelning				–
Reglering av optioner		731		731
Nyemission	47	-47		-
Nyttjande av optioner	2	-2		-
Nyemission vid notering	270	264 203		264 473
Emissionskostnader		-15 863		-15 863
Apportemission		5 000		5 000
	319	254 022	–	254 341
<i>Omföring mellan poster i eget kapital</i>				
Fondemission	365		-365	-
Fond för utvecklingsutgifter		3 848	-3 848	–
	365	3 848	-4 213	–
Utgående eget kapital 2021-12-31	879	410 340	-144 069	267 150

Kassaflödesanalys för koncernen

TSEK	Koncernen	
	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster	-57 264	-26 395
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	4 839	5 355
Betald skatt	201	84
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-52 225	-20 956
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	-3 747	7 182
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder	4 459	1 828
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-51 513	-11 954
Investeringsverksamheten		
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	–	-181
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8 394	-5 509
Förvärv av dotterföretag/rörelse, netto likvidpåverkan	-4 808	–
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-13 202	-5 690
Finansieringsverksamheten		
Inlösta aktieoptioner	731	–
Nyemission	264 473	66 220
Emissionskostnader	-15 863	–
Amortering av lån	-1 658	-777
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	247 683	65 443
Periodens kassaflöde	182 968	47 808
Likvida medel vid periodens början	68 532	20 724
Likvida medel vid periodens slut	251 499	68 532

Resultaträkning för moderbolaget

TSEK	Not	Moderbolaget	
		Jan-dec 2021	Jan-dec 2020
Nettoomsättning	2,3	62 564	23 907
Aktiverat arbete för egen räkning	6	7 749	5 509
Övriga rörelseintäkter		–	174
		70 313	29 590
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	2	-103 639	-38 756
Personalkostnader	4	-18 828	-11 701
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	6,7	-4 844	-5 354
Övriga rörelsekostnader		-104	–
Rörelseresultat		-57 103	-26 222
Resultat från finansiella poster			
Resultat från andelar i koncernföretag		25	-25
Räntekostnader och liknande resultatposter		-177	-134
Resultat efter finansiella poster		-57 254	-26 381
Skatt på periodens resultat	5	–	–
Periodens resultat		-57 254	-26 381
Resultat per aktie			
– före och efter utspädning (kr)*		-3,26	-677,40
Antalet utestående aktier vid rapportperiodens utgång		17 579 655	38 945
Genomsnittligt antal utestående aktier		13 480 851	38 945

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

Rapport över finansiell ställning för moderbolaget

TSEK	Not	Moderbolaget	
		31 dec 2021	31 dec 2020
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	6	8 112	4 886
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	6	645	167
		8 757	5 053
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	7	111	265
		111	265
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	8,11	10 088	88
Andra långfristiga fordringar		257	125
		10 345	213
Summa anläggningstillgångar		19 214	5 531
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	2	5 120	11
Övriga fordringar	2	927	2 359
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		335	397
		6 382	2 767
Kassa och bank			
Likvida medel		251 273	68 502
		251 273	68 502
Summa omsättningstillgångar		257 655	71 269
SUMMA TILLGÅNGAR		276 869	76 800

Rapport över finansiell ställning för moderbolaget

TSEK	Not	Moderbolaget	
		31 dec 2021	31 dec 2020
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Moderbolaget			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	9	879	195
Pågående nyemission		5	0
Fond för utvecklingsutgifter		8 112	4 886
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond		401 601	147 584
Balanserat resultat		-86 139	-56 166
Årets resultat		-57 254	-26 381
Summa eget kapital		267 204	70 117
<i>Långfristiga skulder</i>			
Skulder till kreditinstitut	12	-	817
Skulder till koncernföretag		-	20
		-	837
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Leverantörsskulder		2 149	446
Aktuell skatteskuld		285	84
Övriga skulder		1 761	2 846
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		5 469	2 470
		9 665	5 846
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		276 869	76 800

Rapport över förändring i eget kapital för moderbolaget

Moderbolaget

	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Summa eget kapital
	Aktiekapital	Fond för utvecklingsutgifter	Överkursfond	Balanserat resultat inkl. årets resultat	
<i>TSEK</i>					
Ingående eget kapital 2020-01-01	195	4 429	81 363	-55 709	30 278
Effekt av retroaktiv tillämpning					–
Justerat eget kapital 2020-01-01	195	4 429	81 363	-55 709	30 278
Periodens resultat				-26 381	-26 381
<i>Transaktioner med ägare</i>					
Utdelning					–
Nyemission					–
Aktieägartillskott					–
Inbetalning av ej registrerat aktiekapital			66 220		66 220
	–	–	66 220	–	66 220
<i>Omföring mellan poster i eget kapital</i>					
Fond för utvecklingsutgifter		457		-457	–
	–	457	–	-457	–
Utgående eget kapital 2020-12-31	195	4 886	147 584	-82 548	70 117

Moderbolaget

	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Summa eget kapital
	Aktie-kapital	Fond för utvecklings-utgifter	Överkursfond	Balanserat resultat inkl. årets resultat	
<i>TSEK</i>					
Ingående eget kapital 2021-01-01	195	4 886	147 584	-82 548	70 117
Effekt av retroaktiv tillämpning					–
Justerat eget kapital 2021-01-01	195	4 886	147 584	-82 548	70 117
Periodens resultat				-57 254	-57 254
<i>Transaktioner med ägare</i>					–
Reglering av optioner			731		731
Nyemission	47		-47		–
Nyttjande av optioner	2		-2		–
Nyemission vid notering	270		264 203		264 473
Emissionskostnader			-15 863		-15 863
Apportemission			5 000		5 000
	319	–	254 022	–	254 341
<i>Omföring mellan poster i eget kapital</i>					
Fondemission	365			-365	–
Fond för utvecklingsutgifter		3 226		-3 226	–
	365	3 226	–	-3 591	–
Utgående eget kapital 2021-12-31	879	8 112	401 606	-143 393	267 204

2020

Antalet aktier per balansdagen uppgår till 38 945 st.

2021

Antalet aktier per balansdagen uppgår till 17 579 655 st.

Kassaflödesanalys för moderbolaget

TSEK	Moderbolaget	
	Jan-dec 2021	Jan-dec 2020
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster	-57 254	-26 381
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	4 844	5 379
Betald skatt	201	84
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-52 209	-20 918
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>		
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	-3 747	7 182
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder	4 459	1 828
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-51 497	-11 908
Investeringsverksamheten		
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	–	-181
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-8 394	-5 509
Förvärv av koncernföretag	-5 000	–
Avyttring av koncernföretag	–	-25
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-13 394	-5 715
Finansieringsverksamheten		
Inlösta aktieoptioner	731	–
Nyemission	264 473	66 220
Emissionskostnader	-15 863	–
Amortering av lån	-1 678	-777
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	247 663	65 443
Periodens kassaflöde	182 772	47 820
Likvida medel vid periodens början	68 502	20 681
Likvida medel vid periodens slut	251 273	68 502

Noter till de finansiella rapporterna

eEducation Albert AB (publ), moderbolaget, och dess dotterbolag är en internationellt verksam EdTech koncern. Albert utvecklar och marknadsför digitala utbildningstjänster på prenumerationsbasis. Moderbolaget eEducation Albert AB (publ), organisationsnummer 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 koncernredovisningen Ampd AB, organisationsnummer 559187-3269, samt eEducation Albert Invest AB, organisationsnummer 559063-9331.

Detta är första året som koncernredovisning upprättas. För 2020 inkluderas eEducation Albert AB (publ) samt eEducation Albert Invest AB i koncernredovisningen. För 2021 inkluderas eEducation Albert AB (publ), eEducation Albert Invest AB samt Ampd AB i koncernredovisningen.

Styrelsen har den 30 mars 2022 godkänt denna koncern- och årsredovisning för offentliggörande.

Innehållsförteckning

	Sida
Not 1 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper	48
Not 2 Viktiga uppskattningar och bedömningar	51
Not 3 Nettoomsättningens fördelning	52
Not 4 Personal	53
Not 5 Skatt på årets resultat	53
Not 6 Immateriella tillgångar	54
Not 7 Materiella tillgångar	55
Not 8 Andelar i koncernföretag	56
Not 9 Eget kapital	56
Not 10 Aktierelaterade ersättningar	56
Not 11 Förvärv av rörelse	56
Not 12 Ställda säkerheter	57
Not 13 Närstående transaktioner	57
Not 14 Händelser efter balansdag	57

Not 1. Redovisningsprinciper och värderingsprinciper

Företaget tillämpar Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 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. Vid bedömningen av om ett bestämmande inflytande föreligger, ska hänsyn tas till innehav av finansiella instrument som är potentiellt röstberättigade och som utan dröjsmål kan utnyttjas eller konverteras till röstberättigade eget kapitalinstrument. Hänsyn ska också tas till om företaget genom agent har möjlighet att styra verksamheten. 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. Se avsnitt Rörelseförvärv nedan för redovisning av förvärv och avyttring av dotterföretag.

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.

Detta är första året som koncernredovisning upprättas. För 2020 inkluderas eEducation Albert AB (publ) samt eEducation Albert Invest AB i koncernredovisningen. För 2021 inkluderas eEducation Albert AB (publ), eEducation Albert Invest AB samt Ampd AB i koncernredovisningen.

Rörelseförvärv

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. Anskaffningsvärdet för den förvärvade enheten justeras på balansdagen och när den slutliga köpeskillingen fastställs, dock ej senare än ett år efter förvärvstidpunkten.

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 prövning av nedskrivningsbehov fördelas goodwill på de kassagenererande enheter som förväntas bli gynnade av förvärvet. Om återvinningsvärdet för en kassagenererande enhet fastställs till ett lägre värde än det redovisade värdet, fördelas nedskrivningsbeloppet, först minskas det redovisade värdet för goodwill som hänförts till den kassagenererande enheten och sedan minskas det redovisade värdet på övriga tillgångar i proportion till det redovisade värdet för varje tillgång i enheten.

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 mervärdeskatt, rabatter, returer och liknande avdrag.

Koncernens intäkter består i huvudsak av prenumerationsintäkter erhållna från kunder vid prenumeration av koncernens digitala utbildningstjänster. Dessa prenumerationer kan ske antingen via företagets hemsida eller In-App via App Store eller Google Play. Prenumerationerna säljs på månatlig, halvår och årsbasis där månatliga prenumeration är vanligast.

Utländsk valuta

Moderföretagets redovisningsvaluta är svenska kronor (SEK).

Omräkning av poster i utländsk valuta

Vid varje balansdag räknas monetära poster i utländsk valuta om till balansdagens kurs. Icke-monetära poster, som värderas till historiskt anskaffningsvärde i en utländsk valuta, räknas inte om. Valutakursdifferenser redovisas i rörelseresultatet eller som finansiell post utifrån den underliggande affärshändelsen, i den period de uppstår.

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. Det finns inga övriga långfristiga ersättningar till anställda.

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.

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 skattemässiga 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. Uppskjutna skatteskulder och skattefordringar redovisas inte om den temporära skillnaden är hänförlig till goodwill.

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.

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.

Alla övriga kostnader för reparationer och underhåll samt tillkommande utgifter redovisas i resultaträkningen i den period då de uppkommer.

Maskiner och andra tekniska anläggningar:

Inventarier	5 år
Datorer	3 år

Immateriella anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar.

Anskaffning genom separata förvärv

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

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 2021.

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 5 år liknande rättigheter

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 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.

Not 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.

Nedskrivningsprövning av egenutvecklade immateriella 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.

Inga indikationer på nedskrivningsbehov föreligger per 31 december 2021. De projekt som aktiverats i balansräkningen kan med rimlig säkerhet antas generera ekonomiska fördelar inom en överskådlig framtid. Tillgångar skrivs av linjärt över bedömd nyttjandeperiod.

Aktivering av underskottsavdrag som uppskjuten skattefordring

Då verksamheten fortsatt fokuserar på tillväxt redovisas ett negativt skattemässigt resultat. Detta har resulterat i underskottsavdrag i verksamheten. Beaktat osäkerheten om framtiden har företagsledningen ej valt att värdera dessa som uppskjuten skattefordran. Per 31 december 2021 hade Albert totala underskottsavdrag om 149 MSEK.

Bedömning av slutkund vid försäljning via Apple App Store och Google Play

Företagsledningen har under 2021 gjort ny bedömning avseende identifierad slutkund kopplat till den försäljning som sker via Apple App Store och Google Play. Slutkunden bedöms nu avseende slutanvändaren av produkten. Denna förändrade bedömning har resulterat i att Albert nu redovisar nettoomsättningen före betald plattformsavgift och denna redovisas också som en kostnad. Under 2021 har försäljning via Apple och Google ökat i omfattning varmed detaljerad analys har skett av transaktionsflöden och avstämning av branschpraxis. I samband med detta gjordes en ny

bedömning att användarna av produkterna skall anses som Alberts slutkunder.

Effekten av denna ändrade bedömning har resulterat i en ökad nettoomsättning om 1 930 TSEK samt en tillkommande kostnad om 1 930 TSEK för januari – december 2021. Förändringen har ingen påverkan på Alberts bruttoresultat men påverkar bruttomarginalen negativt då nettoomsättningen ökar men bruttoresultatet är oförändrat. Den ändrade bedömningen resulterade även i att inbetalningar från plattformarna redovisas som kundfordringar i stället för tidigare redovisade som övriga kortfristiga fordringar. Ingen justering har skett avseende jämförelsetalen.

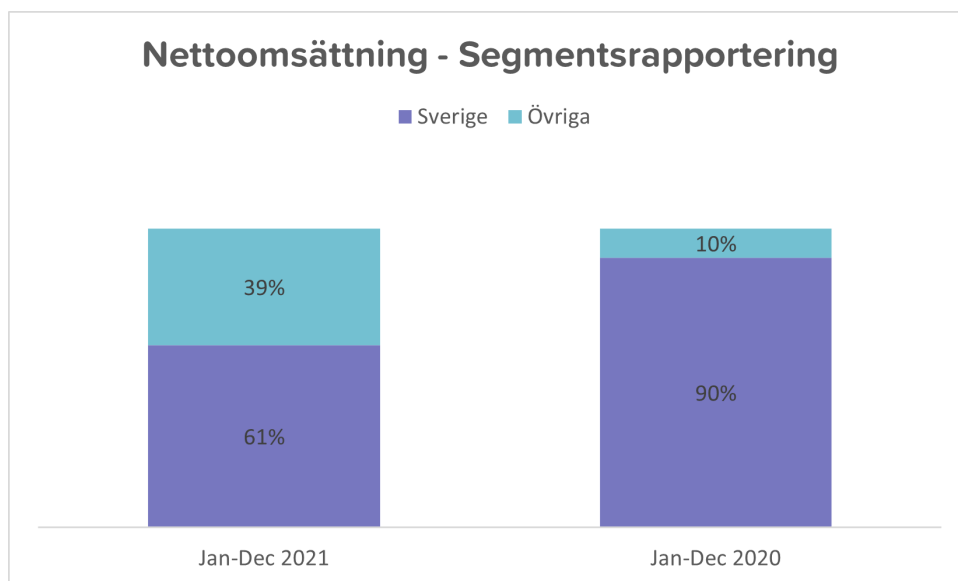
Försäljningen via Apple och Google har tidigare år varit begränsad i dess omfattning varmed den ändrade bedömningen och dess redovisning ej bedöms ha en väsentlig påverkan på bolagets historiska finansiella rapporter om förändring skett retroaktivt. Förändringen hade heller inte inneburit någon resultat effekt då redovisning av plattformsavgifter påverkar nettoomsättning och direkta försäljningskostnader med samma belopp varmed bruttoresultat förblir oförändrat.

Not 3. Nettoomsättningens fördelning

Alberts VD, som högste verkställande beslutsfattare, följer upp och analyserar resultat och finansiell ställning för bolaget som helhet samt per geografisk marknad. Bolagets nettoomsättning är därav fördelade såsom Sverige och övriga länder.

Följande segment har identifierats:

- Segment: Sverige, all försäljning till Sverige som marknad
- Segment: Övriga, all försäljning som inte sker i Sverige som marknad



TSEK	Jan-dec	
	2021	2020
Geografisk marknad		
Sverige	38 110	21 560
Övriga	24 454	2 347
Summa	62 564	23 907

Not 4. Personal

Medelantalet anställda (FTE)	2021	2020
Koncern	27,33	22,00
Moderbolaget	27,33	22,00

Andel kvinnor i ledande befattningshavare	2021	2020
Styrelsen	40%	20%
Ledande befattningshavare	0%	0%

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader*	Löner och ersättningar		Sociala kostnader	
	2021	2020	2021	2020
Koncernen	13 636	8 698	4 866	2 771
- varav pensionskostnader	-	-	719	430
Summa	13 636	8 698	4 866	2 771

Tabellen är baserade på kostnadsförda ersättningar

Not 5. Skatt på årets resultat

Årets skattekostnad	Koncernen		Moderbolaget	
	2021	2020	2021	2020
Aktuell skatt för året	-	-	-	-
Uppskjuten skatt	-	-	-	-
Summa skattekostnad	-	-	-	-
Avstämning av effektiv skattesats				
Resultat före skatt	-57 264	-26 395	-57 254	-26 381
Beräknad skatt, 20,6% (21,4)	11 794	5 649	11 794	5 646
Ej skattepliktiga intäkter	0	0	0	0
Ej avdragsgilla kostnader	0	0	0	0
Skatteeffekt av emissionskostnader	3 395	-	3 395	-
Ej aktiverade underskott	-15 191	-5 649	15 189	-5 646
Summa skattekostnad	-	-	-	-

Uppskjuten skatt – Koncernen	Uppskjutna skattefordringar		Uppskjutna skatteskulder	
	2021	2020	2021	2020
Övervärden immateriella tillgångar	-	-	2 427	-
Summa skattekostnad	-	-	2 427	-

Not 6. Immateriella anläggningstillgångar

Egenutvecklade 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.

	Koncernen		Moderbolaget	
Egenutvecklade immateriella tillgångar	2021	2020	2021	2020
Akkumulerade anskaffningsvärden				
<i>Ingående balans</i>	15 676	10 167	15 676	10 167
<i>Investeringar</i>	7 749	5 509	7 749	5 509
<i>Förvärv*</i>	662	-	-	-
<i>Utrangeringar</i>	-1 982	-	-1 987	-
Utgående balans	22 060	15 676	21 438	15 676
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
<i>Ingående balans</i>	-10 790	-5 738	-10 790	-5 738
<i>Avskrivningar</i>	-4 523	-5 052	-4 523	-5 052
<i>Utrangeringar</i>	1 982	-	1 982	-
Utgående balans	-13 326	-10 790	-13 326	-10 790
Redovisade värden	8 734	4 886	8 112	4 886

*Förvärvade egenutvecklade immateriella tillgångar avser förvärvade tillgångar i Ampd AB som förvärvades 2021-12-30

Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	Koncernen		Moderbolaget	
	2021	2020	2021	2020
Akkumulerade anskaffningsvärden				
<i>Ingående balans</i>	500	500	500	500
<i>Förvärv*</i>	12 426	-	645	-
Utgående balans	12 926	500	1 145	500
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
<i>Ingående balans</i>	-333	-167	-333	-167
<i>Avskrivningar</i>	-167	-166	-167	-166
Utgående balans	-500	-333	-500	-333
Redovisade värden	12 426	167	645	167

*Förvärvade tillgångar avser IP-rättigheter från Stairway, 645 kSEK, samt allokerade övervärden vid förvärvet av Ampd AB, 11 781 kSEK.

Not 7. Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer	Koncernen		Moderbolaget	
	2021	2020	2021	2020
Akkumulerade anskaffningsvärden				
<i>Ingående balans</i>	474	293	474	293
<i>Inköp</i>	-	181	-	181
<i>Förvärv*</i>	33	-	-	-
Utgående balans	507	474	474	474
Akkumulerade av- och nedskrivningar				
<i>Ingående balans</i>	-209	-73	-209	-73
<i>Avskrivningar</i>	-154	-136	-154	-136
Utgående balans	-363	-209	-363	-209
Redovisade värden	144	265	111	265

*Förvärvade tillgångar avser datorer i Ampd AB som förvärvades 2021-12-30.

Not 8. Andelar i koncernföretag

Andelar i koncernföretag	Moderbolaget	
	2021	2020
Ingående anskaffningsvärde	88	88
Förvärv	10 000	-
Utgående bokfört värde	10 088	88

Bolag	Org.nr.	Säte	Andel i %	Bokfört värde 2021	Bokfört värde 2020
eEducation Albert Invest AB	559063–9331	Göteborg, Sverige	100	88	88
Apm� AB	559187–3269	Stockholm, Sverige	100	10 000	-
Summa				10 088	88

Not 9. Eget kapital

Per den 31 december 2021 omfattade det registrerade aktiekapitalet 17 579 655 stamaktier (38 945) med ett kvotvärde om 0,05 (5) kr.

Not 10. Aktierelaterade ersättningar

Per utgången av 31 december 2021 har bolaget ett kvalificerat personaloptionsprogram bestående av högst 1 311 optionsrätter berättigande till maximalt 327 750 aktier, varvid aktiekapitalet kan öka med högst 16 387,5 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 kvalificerade personaloptionerna intjänas under en period om tre (3) år från dagen för tilldelning och kan därefter av optionsinnehavare utnyttjas för teckning av aktier senast ett år därefter. Sista möjliga påkallandedatum inträffar under 2025. Lösenpriset för varje aktie som omfattas av de kvalificerade personaloptionerna uppgår till 10,27 SEK.

Maximal utspädning av aktivt kvalificerat personaloptionsprogram uppgår till 1,86 procent.

Not 11. Förvärv av rörelse

eEducation Albert förvärvade den 30 december 2021 samtliga aktier i Ampd AB. Köpeskillingen uppgick till 10 MSEK varav 5 MSEK skedde genom en riktad apportemission till säljarna med teckningskurs om 50 SEK per aktie och resterande betalades kontant och finansierades med tillgängliga likvida medel. Inga tilläggsköpeskillingar föreligger. Förvärvet ses som ett rörelseförvärv i enlighet med K3 kapitel 19.

Nettoomsättningen för Ampd AB 2021 uppgick till 3,2 MSEK (3,5), och rörelseresultatet före avskrivningar (EBITA) för samma period uppgick till -0,3 MSEK (0). Förvärvet har inte påverkat Alberts redovisade resultaträkning för koncernen för 2021. Förvärvet förväntas att bidra positivt till Alberts EBITA från och med 2021.

Övervärdet hänförligt till förvärvet uppgick per 30 december 2021 till 9,4 MSEK varav 11,8 MSEK avsåg utvecklade programvaror samt -2,4 MSEK avsåg uppskjuten skatt hänförlig till övervärden.

Nedanstående tabell sammanfattar erlagd köpeskillning samt förvärvade tillgångar och skulder som redovisas till verkligt värde per förvärvsdagen. Förvärvsanalysen är preliminär och kan komma att justeras.

TSEK	2021
Likvida medel	5 000
Vederlagsaktier (50 SEK / aktie)	5 000
Summa köpeskillning	10 000
Identifierbara tillgångar och skulder	
Programvaror	11 781
Varumärke	-
Egenutvecklade immateriella tillgångar	622
Goodwill	28
Materiella anläggningstillgångar	33
Övriga kortfristiga fordringar	331
Likvida medel	192
Rörelseskulder	-560
Uppskjuten skatt hänförlig till övervärden	-2 427
Totala förvärvade tillgångar och skulder	10 000

TSEK	
Erlagda likvida medel	-5 000
Likvida medel i förvärvad verksamhet	192
Påverkan på koncernens likvida medel	- 4808

Not 12. Ställda säkerheter

Bolaget har under kvartalet amorterat samtliga lån till kreditinstitut varmed inga ställda säkerheter föreligger per 31 december 2021. Dessa ställda säkerheter uppgick per 31 december 2021 till 0 (4 000) TSEK.

Not 13. Närstående transaktioner

Inköp av marknadsföring har skett under räkenskapsåret från Schibsted inklusive koncernbolag som bedöms som närstående part beaktat styrelsrepresentation och ägande. Transaktionerna bedöms vara en del av eEducation Albert AB:s normala verksamhet och skett på marknadsmässiga villkor. Totala kostnader 9 358 (35) TSEK för helåret.

Not 14. Händelser efter balansdag

Under januari registrerades vederlagsaktierna till säljarna av Ampd AB varmed utestående aktier ökade med 100 000 st och aktiekapital med 5 TSEK.

I februari förvärvades Sumdog Ltd och Albert expanderade därmed till B2B-segmentet. Den totala köpeskillingen uppgår till maximalt 8,85 MGBP varav den initiala köpeskillingen uppgår till 6,85 MGBP. Tilläggsköpeskillingen om maximalt 2 MGBP regleras under 2022-2023 och är kopplad till de årliga återkommande intäkterna (ARR). Maximal tilläggsköpeskillning erläggs när minst en ARR på 4,5 MGBP uppnås vid utgången av 2023.

Styrelsens förslag till utdelning uppgår till 0 MSEK (0) motsvarande 0,00 SEK (0,00) per aktie.

Efter balansdagen, den 24 februari, inledde Ryssland en militär attack mot Ukraina. Albert har ett flertal konsulter inom produktutveckling i Ukraina, och har därför vidtagit många åtgärder för att hjälpa våra kollegor. Detta inkluderar omlokalisering till Sverige, betald ledighet tills vidare för att reducera otryggheten kring anställning och privatekonomi samt administrativt stöd för de som vill och kan ta sig ut från Ukraina till närliggande länder.

Intygande av års- och hållbarhetsredovisningen

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.

Underskrift av årsredovisningen

Göteborg den 30 mars 2022

Jacob Møller
Ordförande

Richard Sandenskog
Styrelseledamot

Eva Nilsagård
Styrelseledamot

Helene Broms
Styrelseledamot

Paul Meyer
Styrelseledamot

Arta Mandegari
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats den 30 mars 2022

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 2021-01-01 – 2021-12-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 29–58 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 2021 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 1–28 samt 62–69. 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.

Övriga upplysningar

Revisionen av årsredovisningen för räkenskapsåret 2020-01-01 – 2020-12-31 har utförts av en annan revisor som lämnat en revisionsberättelse daterad 17 maj 2021 med omodifierade uttalanden i *Rapport om årsredovisningen*.

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. Risken 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.

- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. 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 2021-01-01 – 2021-12-31 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 revisionsred i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisionsred 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 fortlöpande 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 trygghetssätt. 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 trygghetssätt.

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 ersättningskyldighet 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 revisionsred i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningskyldighet 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 revisionsred 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

Alternativa nyckeltal

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
Justerat bruttoresultat	Nettoomsättning med avdrag för direkta försäljningskostnader vilket är definierade som plattformsavgifter, royalty, licenser och avgift för betalhantering	Tydliggöra Bolagets bidrag som skall täcka fasta- och rörliga kostnader i verksamheten
Justerad bruttomarginal	Justerat bruttoresultat som en del av nettoomsättning	Mäta hur stor del av Bolagets nettoomsättning som blir kvar för att täcka fasta- och rörliga kostnader
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	EBITA som en del av nettoomsättning	Tydliggöra Bolagets lönsamhet genererat av den löpande verksamheten. Underlättar jämförelse av lönsamhet mellan olika bolag och branscher
EBIT-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
Nettokassa (-)/skuld (+)	Räntebärande skulder minus räntebärande fordringar och likvida medel	Visar bolagets totala skuldsättning

Finansiella nyckeltal	Definition	Motivering för användare
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

Operativa nyckeltal	Definition	Motivering för användare
Antalet prenumeranter	Avser bolagets betalande prenumeranter vid periodens utgång	Tydliggöra bolagets totala betalande användarbas
ARPPU	Genomsnittlig månatlig nettoomsättning per betalande prenumerant under perioden i SEK	Tydliggöra prenumeranters genomsnittliga spendering på Bolagets appar
ARR	Årliga återkommande intäkter i MSEK. Beräknas via ARPPU multiplicerat med antalet prenumeranter multiplicerat med 12	Tydliggör Bolagets återkommande intäkter på årsbasis

Nyckeltal – Tabeller

Alberts finansiella nyckeltal

Belopp i tSEK	2021	2020
Nettoomsättning	62 564	23 907
Nettoomsättningstillväxt (%)	162	220
Organisk nettoomsättningstillväxt (%)	162	220
Justerat bruttoresultat	56 815	23 101
Justerad bruttomarginal (%)	91	97
EBITA	-57 113	-26 236
EBITA-marginal	Neg.	Neg.
EBIT	-57 113	-26 236
EBIT-marginal	Neg.	Neg.
Resultat per aktie före utspädning*	-3,26	-677,75
Resultat per aktie efterutspädning*	-3,26	-677,75

*) Resultat per aktie före och efter utspädning är samma belopp då utspädning ej inträffar vid förlust

Alberts finansiella nyckeltal

Belopp i tSEK	2021	2020
Nettokassa (-) / Nettoskuld (+)	-251 499	-66 874
Rörelsekapital	-1 425	-155
Soliditet (%)	95	91

Alberts operationella nyckeltal

	2021	2020
Antal prenumeranter – Tusental	77,8	37,1
ARPPU (SEK)	96,0	84,5
ARR (MSEK)	89,6	37,6

Nyckeltal – Avstämningstabeller

Alberts finansiella nyckeltal - Avstämningstabell

Belopp i tSEK	2021	2020
Nettoomsättning nuvarande årsperiod	62 564	23 907
-Nettoomsättning förgående årsperiod	-23 907	-7 466
-/- Nettoomsättning förgående årsperiod	23 907	7 466
Nettoomsättningstillväxt (%)	162	220
Nettoomsättning nuvarande årsperiod	62 564	23 907
- Nettoomsättning från förvärvad verksamhet under perioden	-	-
-Nettoomsättning förgående årsperiod	-23 907	-7 466
-/- Nettoomsättning förgående årsperiod	23 907	7 466

Nettoomsättningstillväxt (%)	162	220
Nettoomsättning	62 564	23 907
- Direkta försäljningskostnader	-5 750	-806
Justerat bruttoresultat	56 814	23 101
Justerat bruttoresultat	56 814	23 101
-/- Nettoomsättning	62 564	23 907
Justerad bruttomarginal (%)	91	97
Rörelseresultat	-57 113	-26 236
+ Av- och nedskrivningar på förvävsrelaterade poster	-	-
EBITA	-57 113	-26 236
EBITA	-57 113	-26 236
-/- Nettoomsättning	62 564	23 907
EBITA-marginal	-	-
EBIT	-57 113	-26 236
-/- Nettoomsättning	62 564	23 907
EBIT-marginal	-	-
Periodens resultat	-57 264	-26 395
Antalet aktier före utspädning	17 579 655	38 945
Resultat per aktie före utspädning*	-3,26	-677,40
Periodens resultat	-57 264	-26 395
Antalet aktier efter utspädning	17 907 405	40 909
Resultat per aktie efter utspädning*	-3,26	-677,40

*) Resultat per aktie före och efter utspädning är samma belopp då utspädning ej inträffar vid förlust

Alberts finansiella nyckeltal - Avstämningstabell

Belopp i tSEK	2021	2020
Räntebärande skulder – Lång	-	817
+ Räntebärande skulder - Kort	-	841
- Räntebärande fordringar	-	-
- Likvida medel	-251 499	-68 532
Nettokassa (-)/skuld (+)	-251 499	-66 874
Kundfordringar	5 411	11
+ Övriga fordringar	945	2 359
+ Förutbetalda kostnader & Upplupna intäkter	357	397
-Leverantörsskulder	-2 238	-446
- Upplupna kostnader & Förutbetalda intäkter	-5 900	-2 475
Rörelsekapital	-1 425	-155

Eget kapital	267 150	70 073
-/- Totala tillgångar	279 801	76 742
Soliditet (%)	95	91

Alberts operationella nyckeltal - Avstämningstabell

	2021	2020
Antal prenumeranter – tusental	77,8	37,1
* ARPPU	96,0	84,5
* 12	12	12
ARR (MSEK)	89,6	37,6

eEducation Albert i korthet

Albert grundades 2015 och är en appbaserad utbildningsplattform för barn i åldersintervallet 3-16 år. Bolaget erbjuder digitala utbildningstjänster på prenumerationsbasis.

Tjänsterna tillhandahålls mot en fast månadsavgift genom appar, vilka tillgängliggörs på Apple App Store och Google Play. 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 över 300 000 familjer med deras barns utbildning.

Bolaget har ca 40 anställda vilka tillsammans utgör en innovativ grupp människor med diversifierad bakgrund vars gemensamma mål är att hjälpa fler barn att utveckla sina färdigheter på ett sätt som passar dem. Bolaget har sitt huvudkontor i Göteborg.



albertTM