

TRAINIMAL



Q1

Trainimal AB (publ)
Delårsrapport kvartal 1 2021/2022
maj 2021 – juli 2021

DET HÄR ÄR VI

Trainimal tillhandahåller individanpassad träning och kostrådgivning digitalt genom egenutvecklad smart teknologi.

Bolagets mest kända produkt är MammaFitness som är skapad av den välkända träningsprofilen Olga Rönnberg. MammaFitness har hjälpt över 30 000 kunder att bli den bästa versionen av sig själv.

Trainimals vision är att alla ska kunna uppnå fysisk hälsa och välbefinnande, oavsett sociala, ekonomiska och geografiska förutsättningar.

Trainimals aktier handlas på marknadsplatsen **NGM Nordic SME** under kortnamnet TRML och med ISIN-kod SE0011528082.

HIGHLIGHTS

Första kvartalet

maj 2021 – juli 2021



De viktigaste siffrorna:

- **Nettoomsättning** ökade med 32% till 6 446 (4 896) TSEK
- **Rörelseresultatet** uppgick till -200 (-153) TSEK
- **EBITDA** uppgick till 42 (-64) TSEK
- **Periodens resultat före skatt** uppgick till -432 (-165) TSEK
- **Resultat per aktie** uppgick till -0,18 (-0,09)
- **Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital** uppgick till -385 (-142) TSEK
- **Kassaflödet från den löpande verksamheten** uppgick till -2 843 (-1 558) TSEK och påverkades negativt av kostnader i samband med noteringen som belastade skuldnivån vid slutet av det fjärde kvartalet 2020/2021.

Andra KPI:er som är viktiga för verksamheten:

- **Operativiserad abonnemangsförsäljning** ökade med +15% till 5 223 (4 537) TSEK
- **Bruttomarginalen för abonnemangsförsäljning** uppgick till 56% (45%)
- **Snittintäkt per kund** ökade med 36%
- **Sålda dagar per kund** ökade med 3%
- **Aktiverat arbete för egen räkning** uppgick till 907 (547) TSEK

Väsentliga händelser:

- Det finns inga väsentliga händelser under perioden.
- **Bolaget tillsatte Birgitta Thörn som ny COO** i augusti 2021.

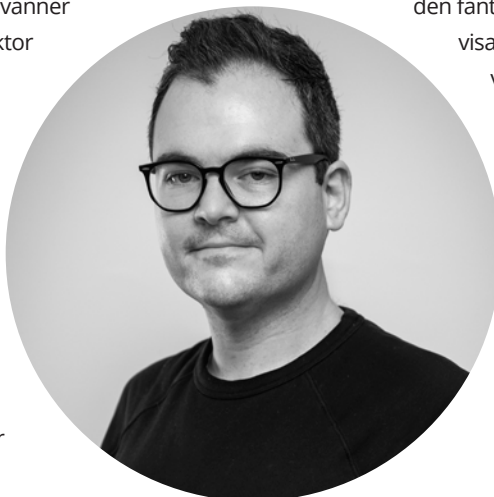
VD-ORDET MIKAEL PÉREZ



Trainimals affärskoncept är ett svar på den vanligaste problematiken kring träning och sunda hälsovanor; att faktiskt lyckas genomföra en förändring i det egna beteendet. Trainimals lösning erbjuder motivation genom personlig coaching och digital tillgänglighet för att passa in i din vardag. En hälsotjänst som hjälper dig etablera nya sunda vanor och ser till att din träning och sunda kost faktisk blir av och ger resultat. Förpackat till marknadens bästa kombination av värde och pris.

Vad säger våra kunder

Under 10+ år har Trainimal utvecklat vår tjänst för och med ständig input från våra över 30 000 medlemmar. Deras feedback har kontinuerligt varit positiv och rekommendationer från befintliga medlemmar till vänner och kollegor är en starkt bidragande faktor till vår organiska tillväxt. Som ett led i vårt kvalitetsarbete har vi i augusti 2021 låtit företaget Netigate utföra en kundundersökning om vår tjänst MammaFitness. Det är med tacksamhet och glädje som vi kan konstatera att våra medlemmar ger oss fantastiskt fina betyg och hela 8 av 10 medlemmar klassas som ambassadörer för vår tjänst. Detaljer om kundundersökningen hittar du på sid 7.



Utveckling mot nya marknader

Kvartalet maj-juli har varit en intensiv period av säljdrivande aktiviteter i den svenska marknaden där vi fortsätter testa och utvärdera nya koncept, samtidigt som arbetet intensifieras inför vår kommande lansering i Storbritannien. Vi samlar kraften i våra kommunikationskanaler genom att lansera en ny hemsida där vi förenat vårt digitala magasin mamma.fit med mammafittness utbud av hälsotjänster och produkter. Vår digitala hub ser bättre ut än någonsin och är redo att ta emot nya medlemmar i Sverige och förbereds för att välkomna nya engelsktalande målgrupper.

Framåt

Trainimal fortsätter mot vår vision att tillgängliggöra personlig coaching både geografiskt och ekonomiskt, stärkta av den fantastiska uppskattning våra medlemmar visar mot vår tjänst. Med deras input kan vi fortsätta förbättra tjänsten för våra medlemmar och utvecklar nya koncept för att nå nya målgrupper. Vi ser fram emot att bygga en relation med nya målgrupper och inom kort nå mammor i Storbritannien då vi lanserar MammaFitness på engelska.

Mikael Pérez, VD

VERKSAMHETS- BERÄTTELSE



Trainimal erbjuder digitala lösningar för individanpassad personlig coaching inom hälsa, träning och kost. Trainimals affärsmodell vilar på tre pelare vilka utgör kärnan kring vilket vi bygger vårt växande ekosystem av tjänster, produkter och upplevelser.



Community

Trainimal har utvecklats och växt fram tillsammans med ett starkt community av följare och medlemmar. Vi känner vår målgrupp väl, interagerar dagligen med tusentals medlemmar och vi lyssnar på vårt community när vi utvecklar vårt erbjudande.



Hälsa

Den kunskap och coachande tjänst som vi erbjuder våra medlemmar. Vårt koncept utgår ifrån styrketräning i kombination med en balanserad kosthållning. Med individanpassad vägledning från kvalificerade coacher ger vi våra medlemmar deras bästa resultat för sin hälsa.



Teknik

Vår egenutvecklade plattform möjliggör interaktionen mellan medlem och coach. Plattformen hanterar våra medlemmars hälsoutveckling, analyserar data och stödjer våra coacher i att effektivt och med hög kvalitet vägleda medlemmar.

Affärskoncept

Tillväxt i befintligt erbjudande Mamma Fitness

Organisk tillväxt genom utökat tjänsteutbud och kundupplevelse.

Utökat eget produkt erbjudande och nya samarbeten

Annonsintäkter



Nya affärsvertikaler

Internationell expansion UK
Mamma Fitness

B2B: anslut externa coacher och aktörer
Mamma Fitness

Nya koncept riktade mot andra målgrupper

Licensiering av Trainimals plattform till externa operatörer



TRAINIMAL

Gemensam plattform

Synergier inom både tekniska utvecklingskostnader och kommersiellt erbjudande.

Gemensam Trainimal-plattform skapar expansiva möjligheter

Trainimals affärskoncept är ett svar på den vanligaste problematiken kring träning och sunda hälsovanor; att faktiskt lyckas genomföra en förändring i det egna beteendet. Trainimals lösning är att erbjuda individanpassad personlig coaching digitalt inom hälsa, träning och kost. Syftet med coaching är att skapa verktyg och stöd för att du ska hitta din egen inre motivation och etablera rutiner som fungerar. Genom Trainimals digitala plattform görs coaching, träning och kost tillgänglig och utformad för att enkelt passa in i din vardag och i ditt liv. Trainimals koncept erbjuder en hälsotjänst som faktiskt blir av och ger resultat, till marknadens bästa kombination av värde och pris.

Den tekniska plattformen möjliggör Trainimals affärsmodell genom att effektivisera den mänskliga insatsen i personlig coaching och leverera resultat för kund till en låg kostnad. Konceptet är väl beprövat och har utvecklats under tio års tid genom varumärket MammaFitness.

Strategiska initiativ för nya affärsområden

Trainimal har antagit en ambitiös utvecklingsplan för att ytter-

ligare utveckla användarupplevelsen samt för att kontinuerligt förbättra effektiviteten i coachers arbete genom plattformen. Parallellt förbereds ett antal långsiktiga strategiska initiativ för att öppna upp nya affärsområden, varav de viktigaste är:

- **Internationell Expansion** – i ett första steg för den internationella expansionen förbereds nu en engelskspråkig version av MammaFitness tjänster och mobilapplikation.
- **Business-to-Business** – förberedande steg tas för att öppna upp MammaFitness koncept för att låta externa enskilda coacher och större aktörer erbjuda MammaFitness tjänsteutbud till sina kunder och leverera konceptet med egna coacher. MammaFitness kommer fortsätta äga konceptet, löfte till kund och kräva certifiering av externa coacher via MammaFitness akademi.
- **Nya koncept och varumärken** riktade mot nya målgrupper. Både riktat till konsument och till business-to-business.
- **Licensiering av Trainimals plattform** till externa operatörer.

Vad säger våra medlemmar?

Trainimal har utvecklats som affärskoncept, teknisk plattform och som kundupplevelse tillsammans med våra medlemmar under 10+ år. Vi får ständig feedback genom våra sociala kanaler och gör ofta eget framtagna kundundersökningar som stöd för vårt utvecklingsarbete. Som ett centralt steg i utvecklingen av vår tjänst och dess kvalitet har vi i augusti utvidgat vår ledningsgrupp med Birgitta Thörn i den nya rollen Chief Operating Officer, med ansvar för leveransen av vår tjänst till medlem.

Som en start på kvalitetsarbetet har vi under augusti månad låtit företaget Netigate utföra en extern kundundersökning av vår tjänst. Netigates undersökning visar klara områden som vi ska se över och fortsätta förbättra, samtidigt som den visar att våra kunder är väldigt nöjda med hur de upplever MammaFitness tjänst.

Vi är extremt stolta över att kunna delge resultaten av kundundersökning, där våra medlemmar på frågan om helhetsintryck av MammaFitness ger oss i snitt 4,52 av 5 poäng.

Kundundersökning av Netigate

Datum: 2021-08-11 – 2021-09-02

Deltagande: ca 4% av våra aktiva medlemmar under perioden

Andel kvinnor: 100%

Ålder: 20–59 år

Nöjdhet: 4.52



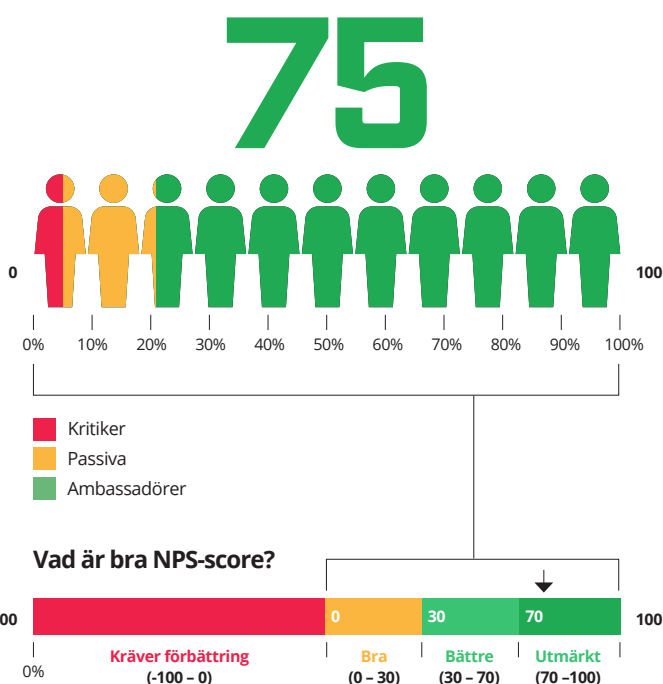
MammaFitness Net Promoter Score (NPS)

Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera MammaFitness till en vän eller kollega?

Netigates kundundersökning under augusti har även mätt MammaFitness Net Promoter Score (NPS).

NPS mäter lojalitet och engagemang hos de tillfrågade kunderna och svarar på frågan "hur sannolikt är det att du skulle rekommendera MammaFitness till en vän eller kollega?".

NPS-skalan är en tuff skala, där **ledande varumärken för vår målgrupp i sverige under 2020 låg omkring +40**. Vi är otroligt glada över att se hur lojala våra medlemmar är och att de uppskattar vår tjänst som de belönat med en **totalt NPS på 75** på skalan mellan -100 och +100.

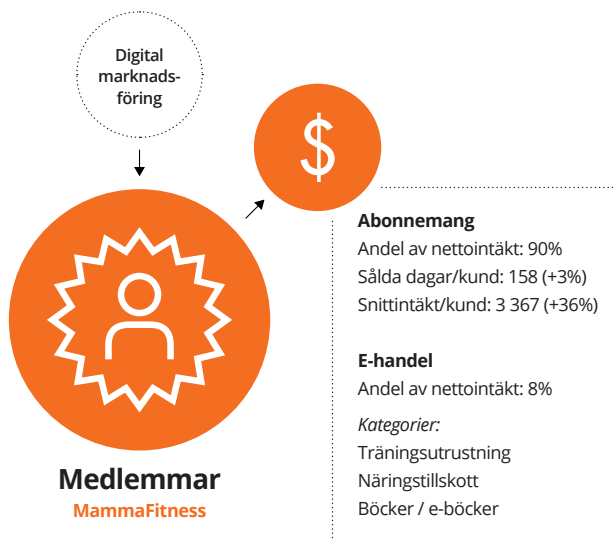


Intäktmodell

Insats



Intäkter



Organisk tillväxt i befintligt affärsområde

Trainimal har genom varumärket MammaFitness utvecklats och växt tillsammans med ett starkt community av följare. MammaFitness är ett väl etablerat varumärke och en förtroendeingivande aktör som varit aktiv inom digital coaching av framförallt mammor i 10+ år. MammaFitness vårdar och växer vårt community genom en tät interaktion med följare och genom att kontinuerligt förmedla värdeskapande innehåll inom hälsa, träning och kost. MammaFitness bygger genom närvaro i Social Media, publicering av artiklar från egna skribenter, inspirationsbrev och influencer-marketing en förtroendeskapande relation med följarna.

Genom MammaFitness community, kommunikation i egna kanaler samt med investeringar i digital marknadsföring konverterar vi följare till betalande medlemmar.

Trainimals erbjudande och intäktmodell baseras primärt på:

- **Medlemskapsabonnemang med månatlig betalning**, tas upp som intäkt löpande i takt med att abonnemanget nyttjas av medlem.
- **E-handel av relaterade hälsoprodukter med egna sortiment** inom Näringsstillskott, Träningsutrustning samt böcker och e-böcker.

Den månatliga abonnemangsförsäljningen står för 90% av nettoomsättningen och Trainimals viktigaste nyckeltal blir därför sålda dagar/kund samt snittintäkt per kund. De viktigaste initiativen under 2021 för en fortsatt organisk tillväxt av den befintliga affären är:

- **Utöka erbjudandet med nya tjänster** och utveckling av kundupplevelsen, inkluderar utveckling av live coaching i format "en-till-en" samt i format "en-till-många".
- **Utökad e-handelserbjudande** med nya kategorier, både genom utökad eget sortiment och genom samarbeten med externa varumärken.
- **Utvärdering av annonsintäkter** genom utvalda strategiska samarbeten.





Community

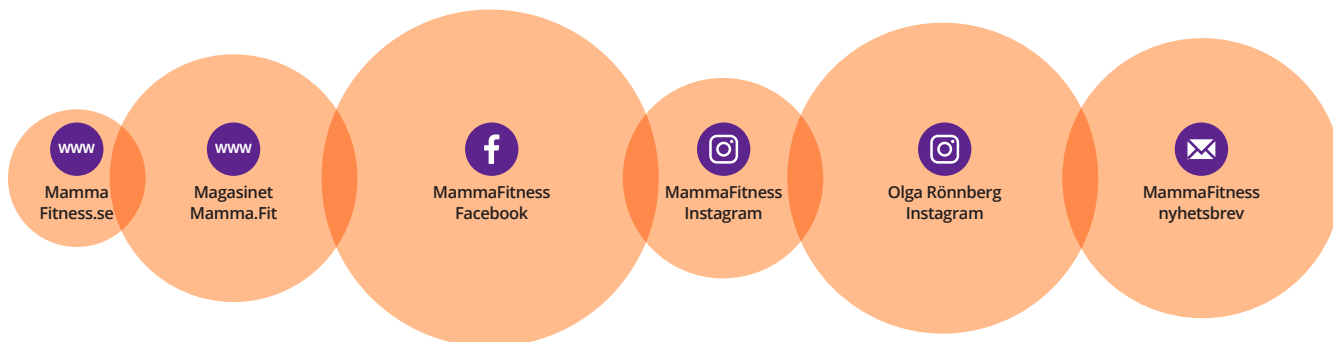
Många potentiella kanaler att fånga upp nya medlemmar

Med varumärket MammaFitness har Trainimal byggt kännetecken och följandeskap i främst sociala medier, genom långsiktig kommunikation där vi kontinuerligt delar med oss av vår expertis inom hälsa, träning och kost specifikt för målgruppen mammor. MammaFitness har etablerats som en förtroendeingivande auktoritet inom området, vilket våra över 200 000 följare i Sverige bekräftar. Våra aktiva medlemmar och följare är mycket viktiga för oss då de ger verksamheten daglig feedback på våra tjänster och inspel på hur vi kan utveckla vårt erbjudande.

Vi tar under 2021 ett helhetsgrepp för att samla kraften i alla våra kanaler. I slutet av augusti har vi nylanserat hemsidan MammaFitness.se, nu sammanslagen med webbmagasinet Mamma.Fit. Den nya samlade hemsidan blir en hubb,

där målgruppen mammor hittar kunskap, råd, tar del av andra mammors upplevelser och delar med sig av sina egna erfarenheter. Trafiken vi genererar till denna hub genom vårt värdeskapande innehåll kan framöver enkelt hitta och tillgodogöra sig vår tjänst personlig coaching och vårt övriga erbjudande av hälso- och livsstilsprodukter.

Vi kommer fortsätta utveckla och driva ett starkt community kring MammaFitness, för och tillsammans med våra medlemmar, och därigenom driva besöks trafik och möta nya följare, medlemmar och kunder. Med communityt i centrum ska vi fortsatt utveckla vårt tjänsteutbud av coachat stöd kring hälsa, kost och träning - samt bygga ut vårt ekosystem av relaterade produkter för att kontinuerligt erbjuda våra följare mer värde.



MammaFitness.se

15-20'

unika besökare
varje månad

Magasinet
Mamma.Fit

50-80'

unika besökare
varje månad

MammaFitness
Facebook

92 100

följare

MammaFitness
Instagram

34 400

följare

Olga Rönnberg
Instagram

83 800

följare

MammaFitness
nyhetsbrev

50 000

prenumeranter



Hälsa

Medlemmar som interagerar digitalt med coacher

Kärnan i vårt erbjudande utgörs av medlemskap där medlemmar interagerar digitalt med coacher genom MammaFitness mobilapplikation eller webbplattform. Interaktionen är på en-till-en basis och textbaserad. Medlemmen får individanpassade tränings- och kostplaner, tar del av över 800 träningsvideor, fler än 1 100 inspirerande recept samt ett flertal smarta funktioner för att registrera sin aktivitet och kunna följa sin utveckling. Kommunikationen mellan medlem och coach blir effektiv och genom att vi hela tiden följer medlemmarnas aktiviteter vet vi hur de svarar på det individanpassade upplägget och kan korrigera programmen för bästa resultat. Kombinationen av smart teknik och mänsklig coaching gör att medlemmen blir mer motiverad och benägen att nå sina mål.

Vi har från våra medlemmar sett intresse för ytterligare utbud med ännu mer interaktion, varför vi från januari 2021 lanserade MammaFitness Premium med ett begränsat antal platser. Premiummedlemskapet löper under 90 dagar och

fokuserar förutom träning och kost även på mental coaching med veckovisa utmaningar. I tillägg till MammaFitness kost- och träningsprogram får Premiummedlemmarna tillgång till exklusiva forum där de delar sin hälsaresa med andra samt deltar i interaktiva webinarier och föreläsningar i en-till-många format.

Premium lanserades som en pilot för att utvärdera formatet och har mottagits väl, vilket gjort att vi följt upp med fler Premium-grupper och även lanserat ett liknande upplägg MammaFitness Plus.

Vi kommer under året fortsätta utvärdera en-till-många koncepten och tillsammans med våra medlemmar och följare utforska hur vi bäst kan erbjuda mer värde genom mer interaktivitet, livesändningar och liknande funktioner. Vi ser stor potential i formatet och vår ambition är att fortsätta vara ledande pionjärer inom digital coaching.



Teknik

Kraftfull teknik bakom rik användarupplevelse

Trainimals tekniska plattform möjliggör företagets affärskoncept. Medlemmar får genom mobilapplikationen tillgång till en mängd funktioner för att planera och registrera kostintag & genomförda träningspass, följa sin utveckling över tid samt kommunicera med sina coacher och ta emot veckovis feedback. Våra coacher hanterar medlemmarna i ett webbgränssnitt som utformats för att effektivisera arbetet med varje medlem och hålla reda på när det är dags att ge feedback, skicka kostplaner och träningsprogram. Det bakomliggande systemet följer löpande upp vad varje medlem registrerar, summerar individens utveckling och anpassar automatiskt kostplaner och träningsprogram för bästa resultat framåt. Systemet kommer även med rekommendationer för åtgärder från coach, allt för att ge varje medlem bästa möjliga resultat samt för att optimera den tid varje coach disponerar på vär-

deskapande åtgärder som kundkontakt och uppföljning. I vår vidare ambition att fortsätta ha en ledande roll som pionjärer inom digitaliseringen av personlig coaching är det centralt att vi fortsätter investera i och utveckla vår tekniska plattform.

Vi har under 2021 antagit en ambitiös plan för att vidare utveckla användarupplevelsen med särskilt fokus på kundupplevelsen och på medlemmens möjlighet att dela sin upplevelse och hälsoutveckling med andra. Flera nya funktioner kommer lanseras löpande under det kommande året. Vi lanserar även ett långsiktigt arbete med att analysera den enorma mängd data vi har från våra tiotusentals tidigare medlemmars hälsoutveckling, för att genom intelligenta funktioner applicera slutsatser från data för att förbättra varje kommande medlems hälsoreultat.

VERKSAMHETSBERÄTTELSE

Medlemsanskaffning, highlights

Trainimal startar från juli 2021 ett nyckelinitiativ för att nå MammaFitness målgrupp i ett tidigare skede. Vi lanserar abonnemanget "Magträning för nyblivna mammor" där vi riktar oss till nyblivna mammor och erbjuder coachad träning från 6 veckor efter förlossningen, med fokus på de vanligaste följderna i mammans kropp efter en graviditet, där rätt träning direkt ger stora hälsofördelar. MammaFitness erbjudande "Magträning för nyblivna mammor" kommer i samarbete med BabyBag att årligen kommuniceras till 80 000 nyblivna mammor årligen genom barnmorskor på förlossningsavdelningar och barnvårdscentraler. En starkt förtroendebyggande kanal där vi årligen når 75% av Sveriges nyblivna mammor.

I samband med initiativet att nå ut till nyblivna mammor lanserar Trainimal ytterligare en viktig pusselbit i den större marknadsföringsstrategin där vi öppnar upp en version av MammaFitness mobilapplikation utan tilldelade coacher. En öppen version av mobilapplikationen kommer låta oss bjuda in potentiella kunder till att testa vår funktionalitet, lära känna vårt tränings och kostupplägg och där vi betydligt sänker tröskeln för nya medlemmar att kliva ombord.

Medlemsanskaffning – Customer acquisition cost (CAC)

För att finna och attrahera fler nya medlemmar är vår ambition att genom aktiv marknadsföring säkerställa att hela vår målgrupp i Sverige känner till MammaFitness, och ser oss som det självklara valet för att finna kunskap om träning och kost och där de får hjälp att nå långsiktiga resultat med sin hälsa. Ett viktigt steg i detta arbete är lanseringen i augusti av

den nya hemsidan, där trafiken som vårt kunnande och våra artiklar genererar enkelt möter vårt utbud av hälsotjänster och produkter. I kombination med detta intensifierar vi även från september vår investering i marknadsföring digitalt i samarbete med den digitala byrån Ingager.

Intäkt per kund och sålda coachade dagar per kund – ARPC

Under 2021 har vi utvidgat vårt erbjudande till våra medlemmar genom lanseringen av nya abonnemangsformer, med ökad interaktivitet till ett högre pris. Vi har även genomfört generella prishöjningar för att kompensera för en ändrad momsreglering och för att ligga bättre i relation till marknadspriser för coaching.

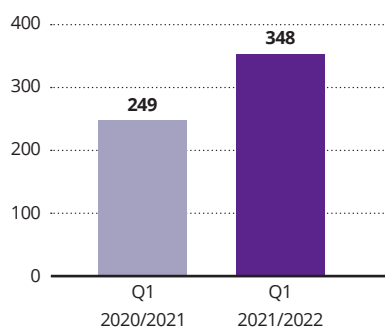
Effekten är att vi har ökat snittintäkten per kund till 3 367 SEK under året aug 2020 - jul 2021 (2 475) en ökning om 36%. Samtidigt säljer vi fler coachade dagar per kund, 158 dagar under året aug 2020 - jul 2021 (153) vilket är en ökning om 3%. Våra medlemmar investerar mer i sin hälsa och köper i genomsnitt mer omfattande tjänster och fler coachade dagar än tidigare.

	aug 2020 - juli 2021	aug 2019 - juli 2020	Förändring %
Sålda dagar/kund	158	153	+3%
Snittintäkt	3 367	2 475	+36%
Sålda dagar	1,11 M	1,18 M	-6%

Investering och utfall i marknadsföring

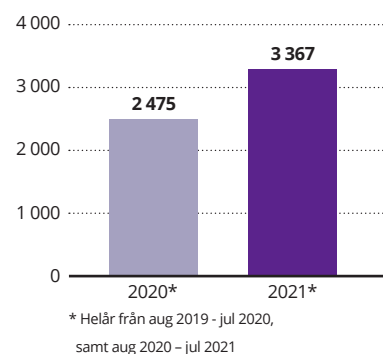
Marknadsföring (CAC)

SEK



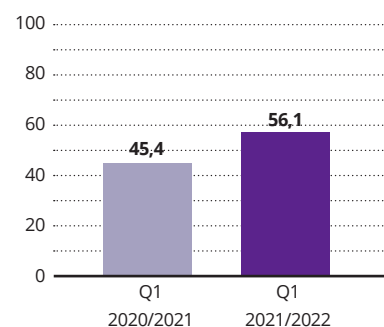
Intäkt/kund (snitt)

SEK



Bruttomarginal på abonnemang

%





Geografisk expansion

Vi känner vår målgrupp väl och har utvecklats och växt genom att vara lyhörda mot våra medlemmar och följare i över 10 år. Målgruppen har under denna resa varit den svenska mamman och hennes utmaningar med kost och träning. Det finns skillnader mellan mammor i olika länder, främst gällande kost och vanor, men det finns betydligt fler likheter. Vi vet att den tjänst som vi med framgång erbjudit svenska mammor sedan 2010, med rätt justeringar efter lokala vanor och språk, kommer kunna hjälpa mammor med deras hälsoresor oavsett geografisk förutsättning.

Trainimal har antagit en långsiktig strategisk tillväxtplan som inkluderar expansion mot nya geografiska marknader, inom vilka vi ser en exponentiell tillväxtpotential. I ett första steg för den internationella expansionen förbereds nu en engelskspråkig version av MammaFitness tjänster och mobilapplikation. Hela upplägget med träning, kost, recept, artiklar, översätts och lokaliseras för att matcha i första hand marknaden i Storbritannien. Storbritannien är en större och mer etablerad hälsomarknad än den svenska, en lansering i Storbritannien innebär för Trainimal en betydande ökning i marknadsunderlag med en relativt begränsad förberedande investering. Den brittiska marknaden är ett logiskt första steg i en expansion då den ligger relativt nära den svenska kulturellt, men även genom att alla coacher från Sverige är

engelskspråkiga. Trainimal har redan i dagsläget coacher utbildade och verksamma i Storbritannien.

Lanseringen i Storbritannien är central för Trainimal för att se hur vårt erbjudande tas emot av mammor på en helt ny marknad. Vi ska lära känna den engelska mamman och bygga varumärkeskännedom, förtroende, följare och betalande medlemmar genom MammaFitness beprövade modell av att skapa ett värdeskapande community. Ett community som vi bygger genom att dela med oss av vår kunskap genom artiklar, innehåll från våra coacher såväl som genom att släppa fram våra medlemmar som contentskapare med deras upplevelser och hälsoreultat. Därtill kommer vi också att stötta tillväxten med aktiv marknadsföring för att effektivt nå ut specifikt till vår målgrupp.

Vi är övertygade om att även den brittiska mamman kommer attraheras av MammaFitness unika erbjudande där personlig coaching genom smart teknologi ger våra medlemmar marknadens bästa resultat levererat till ett överkomligt pris.

Personal

Trainimal kraftsamlar inför en expansiv tillväxtfas och rekryterar löpande personal och nyckelroller inom teknisk utveckling, marknadsföring och hälsocoacher. Ledningsgruppen utökades i augusti med COO Birgitta Thörn.

EKONOMISK UTVECKLING



Första kvartalet maj 2021 - juli 2022

Abonnemangsomsättningen ökade med 29% jämfört med samma period föregående år. Övriga intäkter uppgick till 79 TSEK (22) och aktiverat arbete för egen räkning avseende anskaffningsvärdet av internt utvecklade immateriella tillgångar (t.ex. material och löner) uppgick till 907 TSEK (547). Royaltyn-täkterna justerades nedåt med -275 TSEK pga tidigare period. Dessa resulterade i intäkter under första kvartalet 2021/2022 som uppgick till 7 432 TSEK (5 465), vilket är en ökning med 36% jämfört med samma period föregående år.

Bruttomarginalen är över 24% högre än fjolåret pga prisökningarna i augusti 2020 som fick sin fulla effekt efter årsskiftet och dessutom pga lanseringen av premium-produkter.

Bolaget fortsätter att investera i ökad personalstyrka för att driva den tekniska utvecklingen och detta reflekteras i den högre personalkostnaden för kvartalet. Övriga externa kostnader har ökat primärt för 838 TSEK management fees som reflekterades i lönekostnader i föregående period. Dessutom har bolaget investerat till en högre grad i marknadsföring i kvartalet samt har högre kostnader relaterade till noteringen.

Rörelseresultatet är -200 TSEK (-153) och EBITDA är fortsatt positiv och uppgår till 42 TSEK (-64).

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital under första kvartalet uppgick till -385 TSEK (-142). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -2 843 TSEK (-1 558) på grund av de höga leverantörsskulder vid notering som belastade skuldnivån vid slutet av det fjärde kvartalet 2020/2021.

Utvecklingsfonden i eget kapital är avsatt till nettovärdet av internt utvecklade immateriella tillgångar och uppgick till 2 885 TSEK (538).

Balansomslutningen vid de första kvartalets utgång uppgick till 30 033 TSEK (12 251).

Per den 31 juli 2021 uppgick de långfristiga skulderna till 3 397 TSEK (0) och de kortfristiga skulderna uppgick till 4 171 TSEK (3 313). Likvida medel uppgick till 14 195 TSEK (6 306) och soliditeten var 74,6 procent (73,6) vid de första kvartalets utgång.

Med hänsyn till hur verksamheten förväntas utvecklas under kommande året samt till finansieringsmöjligheter som finns är styrelsen och ledningens bedömning att bolagets fortsatta drift är säkerställd.



Investeringar och avskrivningar

Investeringar i aktiverat arbete för egen räkning under första kvartalet 2021/2022 uppgick till 907 TSEK (547) och avskrivningar uppgick till 130 TSEK (9).

Medarbetare

Medeltal anställda under kvartalet uppgick till 10 (8) varav 4 (4) kvinnor.

Aktie

Antalet registrerade aktier uppgick den 31 juli 2021 till 2 347 813 (1 878 251) st. Genomsnittlig antal aktier under första kvartalet 2021/2022 uppgick till 2 347 813 st (1 878 251) och under helåret 2020/2021 uppgick till 1 917 381 st (1 878 251).

Aktiekapital

Aktiekapitalet i Trainimal uppgick den 31 juli 2021 till 939 TSEK, fördelat på 2 347 813 st aktier med ett kvotvärde om 0,40 kr/st.

Aktieägare

Bolaget har ca 2 400 ägare vid 10 juni 2021, varav ca 2 000 kvinnor.

Transaktioner med närstående

Bolaget är ett dotterbolag (ägardenedel 61,78%) till Nova World Fitness Ltd, Company No. 8291198 med säte i London, Storbritannien. Nova World Fitness Ltd ägs 100% av Håkan Rönnerberg och Olga Rönnerberg.

Bolaget har ett managementavtal med Mahalo Invest SL som ägs 100% av Håkan Rönnerberg och Olga Rönnerberg. Under kvartalet sålde bolaget en tjänstebil till Mahalo till ett värderat marknadsvärde om 477 TSEK.

	Q1 2021/2022	Q1 2020/2021
Inköp av tjänster från Mahalo	838	-
Utbetalda löner och förmåner	48	1 001

Revisorernas granskning

Denna kvartalsrapport har inte granskats av Bolagets revisorer.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

En beskrivning av Trainimals väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer finns på sidor 15-17 i Årsredovisningen 2021 som finns tillgänglig på bolagets hemsida.

Pandemin

Effekterna av Covid-19 pandemin har haft en betydande inverkan på friskvårdsmarknaden på grund av införda restriktioner. Tack vare den pågående digitala omställningen har dock nya träningskoncept, likt Trainimals produktbjudande som möjliggör för utövaren att träna t.ex. hemifrån, fått en större acceptans av allmänheten. Dessa koncept bedöms fortsätta växa i relation till övriga marknadssegment.



Årsstämma 2021

Bolagets årsstämma kommer att äga rum 4 oktober 2021. Kallelsen samt årsredovisningen är tillgänglig på bolagets hemsida.

Kommande rapporteringstillfällen

Delårsrapport Q2, aug 2021 – okt 2021

2021-12-17

Väsentliga händelser under och efter perioden

Det finns inga väsentliga händelser under perioden. Bolaget tillsatte Birgitta Thörn som ny COO i augusti 2021.

EPS

Vinst per aktie uppgick till -0,18 SEK (-0,09) både innan och efter utspädning under det första kvartalet 2021/2022.

Redovisnings och värderingsprinciper

Denna kvartalsrapport har upprättats enligt Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 årsredovisning (K3). Mer om Bolagets redovisningsprinciper finns på sidorna 23-25 i årsredovisningen 2021.

Redovisningsprinciperna är oförändrade.

Signaturer

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att denna bokslutskommuniké ger en rättvisande översikt av Bolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som företaget står inför.

Stockholm den 20 september 2021

Håkan Rönnberg, Styrelseordförande

Olga Rönnberg, Styrelseledamot och Vice-VD

Fredrik Hansson, Styrelseledamot och CTO

Thomas Lindgren, Styrelseledamot

Thomas Wallinder, Styrelseledamot

Daniel Laurén, Styrelseledamot

Mikael Perez, VD

Kontakt

Mikael Perez, VD

Tel: +46 70 545 45 78

ir@trainimal.com

RESULTATRÄKNING

Belopp i TSEK

	 2021/2022 Q1	 2020/2021 Q1	 2021 Helår
Intäkter			
Nettoomsättning	6 446	4 896	23 515
Övriga rörelseintäkter	79	22	131
Aktiverat arbete för egen räkning	907	547	2 300
Summa intäkter	7 432	5 465	25 946
Rörelsens kostnader			
Råvaror och förnödenheter	-2 829	-2 687	-11 613
Övriga externa kostnader	-2 489	-1 115	-7 426
Personalkostnader	-2 072	-1 727	-6 668
Av/nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-242	-89	-626
Rörelseresultat	-200	-153	-387
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	-	-	209
Räntekostnader och liknande kostnader	-35	-12	-80
Resultat efter finansiella poster	-235	-165	-258
Bokslutsdispositioner	-197	-	72
Resultat före skatt	-432	-165	-186
Skatt på årets resultat	-	-	177
Övriga skatter	-	-	-
Årets resultat	-432	-165	-9

BALANSRÄKNING


Belopp i TSEK	2021-07-31	2020-07-31	2021-04-30
Tillgångar			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR:			
Immateriella anläggningstillgångar:			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	2 954	572	2 185
Materiella anläggningstillgångar:			
Byggnader och mark	8 750	-	8 795
Inventarier, verktyg och installationer	353	692	539
Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningstillgångar	-	2 466	-
<i>Summa materiella anläggningstillgångar</i>	9 103	3 158	9 334
Finansiella anläggningstillgångar:			
Fordringar hos koncernföretag	857	969	857
Andra långfristiga värdepappersinnehav	-	14	-
Andra långfristiga fordringar	391	-	391
<i>Summa finansiella anläggningstillgångar</i>	1 248	983	1 248
Summa anläggningstillgångar	13 305	4 713	12 767
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager mm:			
Råvaror och förnödenheter	866	566	529
Kortfristiga fordringar:			
Kundfordringar	112	89	211
Aktuell skattefordran	365	131	297
Övriga fordringar	158	262	262
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	1 032	184	1 361
<i>Summa kortfristiga fordringar</i>	1 667	666	2 131
Kassa och bank	14 195	6 306	17 546
Summa omsättningstillgångar	16 728	7 538	20 206
SUMMA TILLGÅNGAR	30 033	12 251	32 973

BALANSRÄKNING

Belopp i TSEK	2021-07-31	2020-07-31	2021-04-30
Eget kapital och skulder			
EGET KAPITAL			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital (2 347 813 aktier)	939	751	939
Utvecklingsfond	2 885	538	2 108
Reservfond	30	30	30
Fritt eget kapital			
Överkursfond	21 660	8 170	21 660
Balanserad vinst eller förlust	-2 654	1 302	-268
Vinst eller förlust föregående år	-9	-1 609	-1 609
Årets resultat	-432	-165	-9
<i>Summa fritt eget kapital</i>	18 565	7 698	19 774
Summa eget kapital	22 419	9 017	22 851
Obeskattade reserver			
Ackumulerade överavskrivningar	46	-79	-151
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	3 397	-	3 450
Kortfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	255	-	254
Leverantörsskulder	1 285	1 239	2 992
Övriga kortfristiga skulder	504	893	808
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 127	1 181	2 769
<i>Summa kortfristiga skulder</i>	4 171	3 313	6 823
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	30 033	12 251	32 973

KASSAFLÖDESANALYS




Belopp i TSEK

	 2021/2022 Q1	 2020/2021 Q1	 2021 Helår
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	-235	-165	-258
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m m	-83	135	627
Betald inkomstskatt	-67	-112	-54
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-385	-142	315
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning(-)/Minskning (+) av varulager	-337	29	65
Ökning(-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	532	159	-1 141
Ökning(+)/Minskning (-) av rörelseskulder	-2 653	-1 604	1 652
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2 843	-1 558	891
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-907	-547	-2 300
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	-504	-7 077
Avyttring av materiella anläggningstillgångar	451	-	-
Förvärv av finansiella tillgångar	-	-450	-716
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-456	-1 501	-10 093
Finansieringsverksamheten			
Nyemission	-	-	15 496
Emissionskostnader	-	-	-1 818
Upptagna lån	-	-	3 990
Amortering av lån	-52	-	-286
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-52	-	17 382
Årets kassaflöde	-3 351	-3 059	8 180
Likvida medel vid årets början	17 546	9 366	9 366
Likvida medel vid årets slut	14 195	6 306	17 546

EGET KAPITAL

	Aktie- kapital	Övriga reserver	Reserv- fond	Fond för utvecklings- avgifter	Fritt eget kapital	Total
Vid årets början, 2020-05-01	751	-	30	-	8 401	9 182
Nyemission	188				15 308	15 496
Emissionkostnader					-1 818	-1 818
Omföring				2 108	-2 108	-
Årets resultat					-9	-9
Vid årets slut, 2021-04-30	939	-	30	2 108	19 774	22 851
Omföring				777	-777	-
Årets resultat					-432	-432
Vid årets slut, 2021-07-31	939	-	30	2 885	18 565	22 419

NYCKELTAL

Belopp i TSEK om inget annat anges			
	Q1 2021/2022	Q1 2020/2021	Helår 2020/2021
Nettoomsättning	6 446	4 896	23 515
Rörelseresultat	-200	-153	-387
EBITDA	42	-64	239
Periodens resultat före skatt	-432	-165	-186
Resultat per aktie, SEK (både före och efter utspädning)	-0,18	-0,09	-0,00
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-385	-142	315
1) Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2 843	-1 558	891
2) Operativiserad abonnemangsförsäljning	5 223	4 537	22 934
Bruttomarginal på abonnemang	56,1%	45,4%	52,1%
3) Snittintäkt per kund, SEK	3 367	2 475	3 214
3) Sålda dagar per kund	158	153	159
4) Customer Acquisition Cost (CAC), SEK	348	249	406

1) Denna påverkades negativt av cirka 1 800 TSEK av kostnader i samband med noteringen som belastade skuldnivån vid slutet av det fjärde kvartalet 2020/2021.

2) Abonnemangsförsäljning under perioden utan hänsyn tagen till abonnemangens löptid.

3) För att få jämförbara siffror så beräknas dessa KPI:er från aug 2020 – juli 2021, samt aug 2019 – juli 2020.

4) Marknadsföringskostnader fördelat på antal aktiva kunder under perioden.

TRAINIMAL

Tulegatan 19, 113 53 Stockholm, Sweden
ir@trainimal.com