

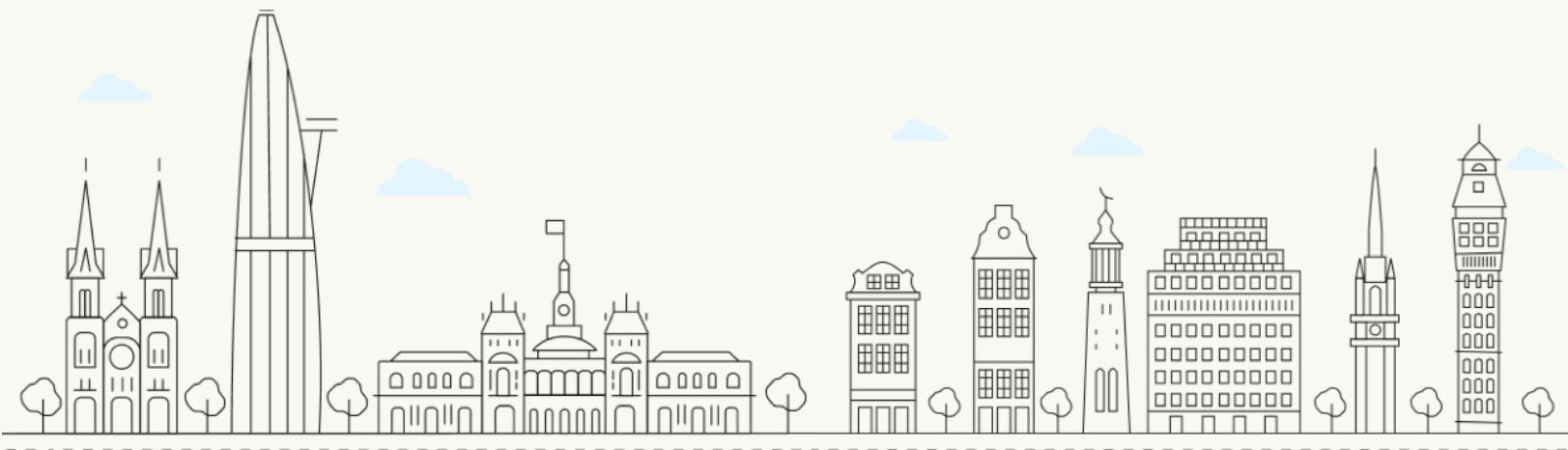


Delårsrapport 2021 – Q2

1 april – 30 juni

Fram Skandinavien AB (publ)

556760-2692



April - Juni 2021

KOMMENTARER TILL UTVECKLINGEN UNDER ANDRA KVARTALET 2021

Gruppens förlust halverades under årets andra kvartal och uppgick till -3 139 TSEK jämfört med -6 151 TSEK under andra kvartalet föregående år. EBIT för andra kvartalet uppgick till -3 259 TSEK (-6 354 TSEK), vilket motsvarar en EBIT-marginal om -34% (-84%). Den största resultatförbättringen har skett inom affärsområdet Digital Brands, drivet av både ökande omsättning och reducerade fasta kostandsbaser p.g.a. de investeringar som tidigare gjorts i bolagsgruppens digitala plattformar. EBIT inom Digital Brands ökade med +2 510 TSEK och EBIT-marginalen förbättrades signifikant från -110% under andra kvartalet 2020 till -34% under årets andra kvartal.

Gruppen omsättning under perioden ökade med +24% jämfört med motsvarande kvartal föregående år (+39% i lokal valuta) - tillväxten drivs främst av affärsområdet Digital Brands. Under andra kvartalet växte Digital Brands med +37% (+54% i lokal valuta) jämfört med andra kvartalet 2020 och Standing Teams växte med +10% (+23% i lokal valuta).

Under slutet av det andra kvartalet och början av det tredje kvartalet har smittspridningen av covid-19 ökat markant i Vietnam, vilket har medfört betydande restriktioner och nedstängningar som påverkar gruppen negativt. Likt flertalet andra sydostasiatiska länder har smittspridningen ökat under både juni och juli, med restriktioner och s.k. "lockdowns" som påföljd. Restriktionerna har en betydande påverkan på gruppens verksamhet, framförallt inom Digital Brands vars exponering är främst mot den inhemska marknaden. Restriktionerna i landets pågående fjärde våg innebär begränsningar i den lokala fysiska mobiliteten, vilket gör att många kommersiella aktiviteter bromsas eller pausas, vilket förväntas fortgå under Q3.

Per sista juni uppgick gruppens kassa till 22,8 MSEK. Fram[^] avser att framförallt använda dessa likvida medel för att göra tilläggsinvesteringar inom Digital Brands enligt tidigare kommunicerad plan, samt eventuellt förvärv om bolagets kriterier kan uppfyllas.

TSEK	Q2		Δ	ΣQ1-Q2		Δ
	2021	2020		2021	2020	
Summa intäkter	9 612	8 626	+11%	19 691	19 274	+2%
Nettoomsättning	9 431	7 603	+24%	19 126	15 820	+21%
Justerad EBIT	-3 063	-5 913		-5 907	-12 391	
Justerad EBIT-marginal	-32%	-78%		-31%	-78%	
EBIT	-3 259	-6 354		-6 070	-12 109	
EBIT-marginal	-34%	-74%		-31%	-63%	
Periodens resultat	-3 139	-6 151		-6 015	-11 813	
Soliditet	88%	90%				
Eget kapital	36 971	58 325				
Balansomslutning	42 033	64 622				
Antal aktier	3 615 078	3 615 078				
Resultat per aktie	-0,9	-1,7		-1,7	-3,2	
Antal teckningsoptioner	158 300	158 300				
Resultat per aktie efter utspädning	-0,8	-1,6		-1,6	-3,1	

EBIT-marginal (%) är beräknad som EBIT / Summa intäkter medan Justerad EBIT-marginal (%) är beräknad som Justerad EBIT / Nettoomsättning. Anledningen till detta är att Justerad EBIT ej tar hänsyn till övriga rörelseintäkter, övriga rörelsekostnader och kostnader av engångskaraktär.

Notera: I denna rapport har kvartalssiffrorna för 2020 korrigerats för att stämma överens med de reviderade helårssiffrorna. Detta medför att avvikelser jämfört med tidigare kvartalsrapporter är att vänta.

Majoriteten av gruppens intäkter och kostnader uppstår i de operationella bolagen i den lokala valutan VND. Rapporteringsvaluta för gruppen är SEK, vilket medför att översättning till rapporteringsvalutan SEK påverkas av valutakursfluktuationer (fr.a. VND/SEK), utan att det påverkar underliggande intäkter & lönsamhet.

Intäkter & resultat per affärsområde

Gruppens nettoomsättning ökade med +24% (+39% i lokal valuta) under andra kvartalet och uppgick till 9 438 TSEK samtidigt som intäkterna var 9 618 TSEK (+11% jämfört med motsvarande period föregående år). Omsättningstillväxten drevs främst av affärsområdet Digital Brands som växte med +37% (+54% i lokal valuta). Övriga rörelseintäkter uppgick till 180 TSEK och uppkom främst inom Digital Brands och moderbolaget till följd av valutakursförändringar.

För årets två första kvartal uppgick nettoomsättningen till 19 132 TSEK, vilket motsvarar en ökning om +21% (+37% i lokal valuta).

TSEK	Q2		Δ	ΣQ1-Q2		Δ
	2021	2020		2021	2020	
Summa intäkter	9 612	8 626	+11%	19 691	19 274	+2%
Nettoomsättning	9 431	7 603	+24%	19 126	15 820	+21%
Digital Brands	5 434	3 957	+37%	10 705	7 874	+36%
Standing Teams	3 997	3 647	+10%	8 421	7 946	+6%
Övriga rörelseintäkter	180	1 022	-82%	565	3 454	-84%
Digital Brands	41	256	n.m	177	810	n.m
Standing Teams	4	766	n.m	71	265	n.m
Group	136	0	n.m	316	2 379	n.m

FRAM^

Justerad EBIT under årets andra kvartal uppgick till -3 063 TSEK, vilket motsvarar en förbättring om +2 850 TSEK jämfört med föregående år. Gruppens justerade EBIT-marginal var -32%, vilket motsvarar en betydande förbättring jämfört med -78% föregående år. För årets två första kvartal uppgick justerad EBIT till -5 907 TSEK, vilket är en förbättring om +6 484 TSEK jämfört med föregående år (-12 391 TSEK). Justerad EBIT-marginal för årets sex första månader var -31%, vilket är en förbättring om 47%-enheter jämfört med 2020 (-78%). Som ett resultat av kontinuerliga effektiviseringar under de gångna tolv månaderna, samt investeringar i gruppens digitaliseringsarbete, har resultatet kunnat förbättras betydligt, bl.a. med hjälp av lägre personalkostnader (-1 435 TSEK), i kombination med en nettoomsättningsökning om +1 828 TSEK.

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	9 431	7 603	19 126	15 820
Övriga externa kostnader	-2 106	-2 348	-3 750	-5 303
Råvaror och förnödenheter	-3 663	-2 847	-7 689	-5 662
Personalkostnader	-6 162	-7 596	-12 474	-15 754
Avskrivningar och nedskrivningar	-564	-726	-1 121	-1 492
Justerad EBIT	-3 063	-5 913	-5 907	-12 391
<i>Justerad EBIT-marginal (%)</i>	<i>-32%</i>	<i>-78%</i>	<i>-31%</i>	<i>-78%</i>
Övriga rörelseintäkter	180	1 022	565	3 454
Övriga rörelsekostnader	-267	-1 164	-389	-1 847
Justerad för kostnader av engångskaraktär	-109	-299	-339	-1 325
EBIT	-3 259	-6 354	-6 070	-12 109
<i>EBIT-marginal (%)</i>	<i>-35%</i>	<i>-84%</i>	<i>-32%</i>	<i>-77%</i>

DIGITAL BRANDS

Omsättningen inom Digital Brands steg med +1 479 TSEK och uppgick till 5 434 TSEK under årets andra kvartal (jämfört med 3 957 TSEK för motsvarande period föregående år). 72% av affärsområdets omsättning, motsvarande 3 925 TSEK, härrör från gruppens konsumentbolag (Carmudi, EveHR och Marry), 15% från FinTech (Wowmelo, DragonLend och SmartBuddy) och resterande 13% från EdTech-bolagen (Nordic Coder och Lasluz).

Justerad EBIT förbättrades avsevärt och uppgick till -1 736 TSEK. De minskande förlusterna är främst ett resultat av lägre personalkostnader och övriga externa kostnader. Kostnaderna för råvaror och förnödenheter steg något, framförallt drivet av en ökning i onlineförsäljningen av bilar inom Carmudi.

Inom General Consumer (som består av Carmudi, EveHR och Marry) uppgick totalt antal transaktioner till 9 513 stycken och knappt 2 miljoner unika besökare besökte de tre siter under kvartalet. Carmudi.vn bidrar med den största andelen av de unika besökarna, därefter följt av Marry.vn.

Under andra kvartalet anslöts sju nya partners till gruppens FinTech-bolag och totalt uppgick antalet partners till 34. Exempel på partners är e-handlare som erbjuder dess kunder Wowmelos betalningslösningar och banker som DragonLend samarbetar med för att erbjuda finansieringslösningar till små och medelstora företag ("SMEs"). Wowmelo och DragonLend gav ut krediter (lån och mikrokrediter) om totalt 5 MSEK och det totala värdet på de utestående krediterna uppgick till 5,4 MSEK (per den 30 juni 2021). Båda dessa bolag stramade åt kreditgivningen under slutet av kvartalet i samband med att covid-19-restriktioner och allmän osäkerhet kring det kortsiktiga ekonomiska läget ökade.

Fram's EdTech-bolag, som bestod av Lasluz och Nordic Coder, genomförde totalt 3 230 kurstimmar till 321 unika kunder. Under senare delen av kvartalet minskade antalet kurser (främst fysiska kurser) till följd av de covid-restriktioner som förhindrar fysiska möten. Ett nyckelområde för Nordic Coder är att fortsätta sin digitaliseringsprocess och att fokusera allt större del av sitt erbjudande på kurser och utbildningar som kan hållas enkom online.

De pågående covid-19-relaterade restriktionerna (t.ex. i form av s.k. lockdowns) i Vietnam väntas påverka framförallt Digital Brands negativt även under årets tredje kvartal.

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	5 434	3 957	10 705	7 946
Övriga externa kostnader	-823	-1 218	-1 383	-2 365
Råvaror och förnödenheter	-3 663	-2 847	-7 689	-5 662
Personalkostnader	-2 153	-3 571	-4 302	-8 232
Avskrivningar och nedskrivningar	-531	-603	-1 055	-1 212
Justerad EBIT	-1 736	-4 282	-3 724	-9 526
<i>Justerad EBIT-marginal (%)</i>	<i>-32%</i>	<i>-131%</i>	<i>-35%</i>	<i>-120%</i>
Övriga rörelseintäkter	41	256	177	265
Övriga rörelsekostnader	-52	-52	-94	-302
Justering för kostnader av engångskaraktär	-82	-261	-96	-504
EBIT	-1 829	-4 339	-3 736	-10 067
<i>EBIT-marginal (%)</i>	<i>-34%</i>	<i>-110%</i>	<i>-35%</i>	<i>-127%</i>

Nyckeltal per Digital Brand

	Nettoomsättning	Antalet nya partners	Antalet partners totalt	Krediter utgivna	Utestående krediter	Antalet transaktioner	Antalet unika besökare	Antalet nya kurstimmar	Antalet kunder
	(TSEK)	(#)	(#)	(TSEK)	(TSEK)	(#)	('000 #)	(h)	(#)
General Consumer	3 925	104	89			9 513	1 943		
FinTech	814	7	34	4 992	5 410				
EdTech	695							3 230	321
TOTALT	5 434	111	123	4 992	5 410	9 513	1 943	3 230	321

STANDING TEAMS

Inom Standing Teams ökade omsättningen med +10% (+23% i lokal valuta) jämfört med andra kvartalet 2020 och uppgick till 3 997 TSEK. Rörelsekostnaderna uppgick till -4 083 TSEK, vilket motsvarar en ökning om 474 TSEK. Övriga externa kostnader uppgick till -656 TSEK och minskade marginellt jämfört med föregående kvartal (notera att det under Q2 2020 gjordes omklassificering av vissa övriga externa kostnader, vilket medför att en jämförelse av övriga externa kostnader för andra kvartalet med föregående år ger en något missvisande bild). För årets två första kvartal ökade övriga externa kostnader med 74 TSEK (motsvarande +6% jämfört med samma period föregående år), med anledning av framförallt ökade hyreskostnader. Personalkostnaderna ökade marginellt till -3 407 TSEK framförallt p.g.a. nyanställning av projektledare under första kvartalet för att säkerställa god leverans kvalitet. Sammantaget uppgick den justerade EBIT-marginalen till -2%. Under det tredje kvartalet fortsätter affärsområdets fokuserade arbete att åter nå en acceptabel och stabil lönsamhet på EBIT-nivå.

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	3 997	3 647	8 421	7 874
Övriga externa kostnader	-656	-222	-1 346	-1 272
Råvaror och förnödenheter	0	0	0	0
Personalkostnader	-3 407	-3 277	-6 880	-6 392
Avskrivningar och nedskrivningar	-19	-110	-39	-253
Justerad EBIT	-85	38	156	-43
<i>Justerad EBIT-marginal (%)</i>	<i>-2%</i>	<i>1%</i>	<i>2%</i>	<i>-1%</i>
Övriga rörelseintäkter	4	766	71	810
Övriga rörelsekostnader	-66	2	-66	-431
Justerad för kostnader av engångskaraktär	-28	-38	-243	-560
EBIT	-175	770	-82	-223
<i>EBIT-marginal (%)</i>	<i>-4%</i>	<i>21%</i>	<i>-1%</i>	<i>-3%</i>

GROUP

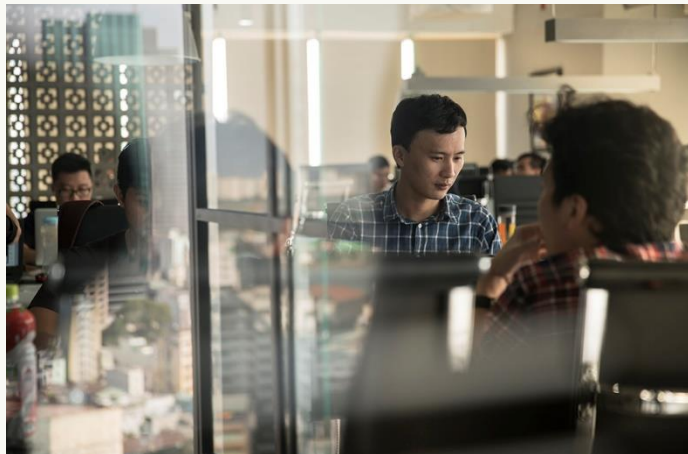
Koncerngemensamma kostnader uppgick till -1 242 TSEK där personalkostnader och övriga externa kostnader står för ungefär hälften av de totala kostnaderna. De koncerngemensamma kostnaderna består av kostnaderna i moderbolaget samt kostnader i Vietnam som inte direkt kan härledas till ett specifikt dotterbolag. Exempel på koncerngemensamma kostnader är löner för ledningsgruppen samt kostnader kopplade till årsstämman, listningen på Nasdaq First North och ännu ej utnyttjad kontorsyta i Vietnam.

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning	0	0	0	0
Övriga externa kostnader	-627	-908	-1 020	-1 665
Råvaror och förnödenheter	0	0	0	0
Personalkostnader	-602	-748	-1 292	-1 130
Avskrivningar och nedskrivningar	-13	-13	-27	-27
Justerad EBIT	-1 242	-1 669	-2 339	-2 822
<i>Justerad EBIT-marginal (%)</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>
Övriga rörelseintäkter	136	0	316	2 379
Övriga rörelsekostnader	-149	-1 114	-229	-1 114
Justerad för kostnader av engångskaraktär	0	0	0	-261
EBIT	-1 255	-2 784	-2 253	-1 819
<i>EBIT-marginal (%)</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>

The fram^ way

VI STARTAR, VÄXER OCH DIGITALISERAR BOLAG

I samtliga av våra geografier och affärsområden är Fram^ aktivt inom att skapa, växa och digitalisera bolag – oavsett om det rör sig om våra egna Digital Brands eller våra Standing Team-kunders verksamhet. Vi är ett bolag med starkt fokus på exekvering och vilar på ett antal grundvärderingar som vi vill ska genomsyra bolaget och vår verksamhet på alla nivåer:



Ödmjukhet: att vara ödmjuka inför uppgiften och de vi samverkar med

Strävan: att sträva efter det absolut bästa för vårt bolag

Förbättra: att driva på kontinuerlig förbättring av oss själva och vår organisation, dag-för-dag, timme-för-timme

Outtröttliga: att möta utmaningar och motgångar med outtröttlig energi

Modiga: att våga ifrågasätta alla antaganden i jakten på nya angreppssätt och vägar framåt

Standing teams



Strategi

Fram^ bygger dedikerade IT-utvecklingsteam av toptalanger för kunder som är intresserade av att jobba långsiktigt med sin IT-utveckling – det vill säga Fram^ fokuserar på en samarbetsmodell som ligger utanför IT-utvecklingsindustrins traditionella fokus på projektbaserade samarbeten med kund. Bolagets strategi inom IT-utveckling och övriga digitala tjänster är att tillhandahålla en modell för långsiktiga, djupa

och stabila samarbeten med kunden. Primärt geografiskt fokus ligger på Nordeuropa men även Nordamerika och vissa länder i Asien t. ex. Singapore och Korea. Genom att fokusera på toptalanger konkurrerar Fram^ inte enbart med pris, utan även som högkvalitativ helhetslösning. Detta ger Fram^s en stark och uthållig positionering på marknaden.

Affärsmodell

I den första fasen av ett nytt kundsamarbete söker Fram^s affärsutvecklingsenhet initialt att identifiera kunder med ett långsiktigt och återkommande behov av IT-utveckling eller andra digitala kompetenser. Därefter följer en diskussion med kunden kring exakt vilken mix av kompetenser och profiler kunden behöver till sitt IT-utvecklingsteam hos Fram^. Fram^ söker då både internt och i ett brett nätverk av tiotusentals IT-talanger i Vietnam för att ta fram en lista av potentiella kandidater till de rollerna som behövs till kundens team. Enbart de kandidater som tar sig igenom samtliga steg i Fram^s rekryteringsprocess presenteras slutligen till kunden.

Normalt är det ca 2% av ansökningarna till en roll hos Fram^ som tar sig igenom till slutgiltigt jobberbjudande. När både Fram^ och kunden är nöjda med det team som satts samman, kontrakteras arbetet normalt på rullande 12 månader och kunden betalar en fast avgift per månad som inkluderar allt arbete som teamet utför samt en rad samarbetsförbättrande tjänster (exempelvis samarbetsledning, HR och systemarkitektur). Över tid åstadkoms normalt en djup integration mellan teamet hos Fram^ och kundens övriga organisation, varför en symbiotisk och långsiktig relation uppstår där organisationerna interagerar mer som samarbetspartners än kundleverantör.

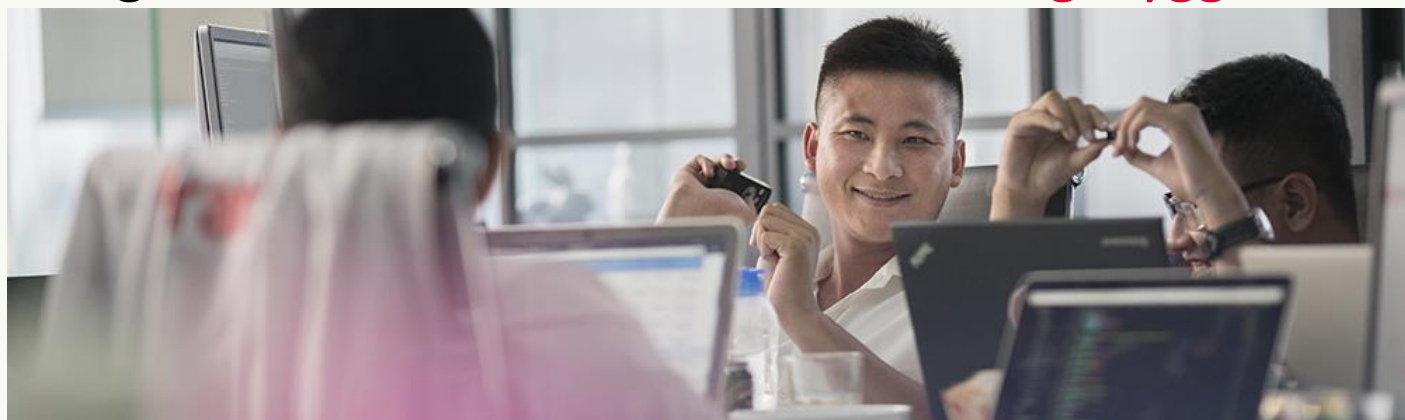
Topptalang

Fram^ grundades med en fundamental övertygelse om att topptalanger inom IT-utveckling finns över hela världen. Nyckeln ligger i att veta hur man identifierar vem som är en topptalang och vem som inte är det. I detta avseende har Fram^ utvecklat en kvalificerings- och rekryteringsmodell där alla ingenjörer på Bolaget genomgår tester och utmaningar inom teknisk kompetens, social-kommunikationskompetens, engelska samt problemlösning.

Kultur & miljö

Bolaget ser inte arbetsmiljö och företagskultur som något som sker vid sidan av kärnverksamheten, utan som två huvudsakliga komponenter i den. Standing Teams är i en stor utsträckning en motreaktion till den traditionella outsourcingindustrins fokus på lägsta kostnad per utvecklingstimme. Outsourcingindustrins ensidiga fokus ledde till att det byggdes fabrikslika företagsmiljöer, ofta belägna i industriförorter till de stora asiatiska städerna. Vidare anställdes mindre erfarna medarbetare med undermåliga engelskakunskaperna. Timmarna blev visserligen billiga, men formatet och kvaliteten gjorde att både kunder och anställda ofta blev lidande med hög personalomsättning. Fram^ har vänt på den traditionella outsourcing-modellen och gjort signifikanta investeringar i att bygga upp en skandinavisk onlinebolagskultur i Vietnam, samt inrett en högteknologisk och modern kontorsmiljö i sina kontor i centrala Ho Chi Minh City och Da Nang i Vietnam.

Digital Brands - fram^s model för **bolagsbyggande**



Affärsidé

Fram^ bygger nya bolag från grunden med affärsmodeller som har starka digitala fundament inom huvudsakligen branscherna: konsument, försäkring, utbildningen och finans. Bolagen ska ha sitt marknadsfokus i bredare Sydostasien och/eller norra Europa men framförallt Vietnam.

Strategi

På marknaden i stort sker idag majoriteten av alla investeringar i tidiga tillväxtbolag inom ramen för en investeringsstrategi som brett benämns som Venture Capital

(VC). Huvudaktörerna inom VC-industrin är VC-fonderna vars investeringsmodell går ut på att identifiera duktiga entreprenörer som startat bolag med snabbväxande affärsmodeller, för att därefter investera som minoritetsaktieägare i dessa bolag. I grund och botten finns det ett sunt existensberättigande för en investeringsmodell som VC, men det föreligger en risk att denna affärsmodell i vissa mindre utvecklingsmarknader agerar i ett marknadsklimat där stora mängder kapital jagar efter för få fall av entreprenörer med starka affärsmodeller. I förlängningen kan detta leda till att de relativt få verkligt

attraktiva tillväxtbolagen övervärderas (eftersom att många VC-fonder ofta vill investera i samma bolag) samtidigt som för många oerfarna och obekräftade entreprenörer med bolag erhåller finansiering. Som minoritetsinvestorer har VC-fonderna begränsat inflytande i en situation där ett av deras bolag börjar gå dåligt. Det är inte ovanligt för en VC-fond som investerar i tidiga faser att enbart 1 av 10 portföljbolag överlever. Denna låga överlevnadgrad kan göra att VC-aktörerna blir tvungna att framförallt investera i affärsmodeller som har potential att bli marknadsledande på mycket stora marknader. Om hela fondens avkastningsmål i ett sådant klimat i slutändan måste räknas hem på en enda överlevande investering, måste varje given investering ha potentialen att bli mycket högt värderad. Det talas ofta om att VC-fonderna söker efter "Unicorns" (dvs bolag som har potential att bli värda minst 1 miljard USD). Ett av huvudproblemen med VC-industrins jakt på Unicorns är att det normalt kostar deras portföljbolag stora och långtgående förluster för att bygga den volym som krävs för att bli lönsamma på stora marknader med intensiv konkurrens. Inom ramen för affärsområdet Digital Brands tar Fram[^] ett specialiserat angreppssätt på bolagsbyggande och investeringar i digitala bolag i tidig fas. Fram[^] startar de utvalda affärsmodellerna i form av egna dotterbolag till Fram[^]. Vidare ligger strängt fokus på att investera i bolag och marknader där det finns förutsättningar för att lönsamhet ska kunna uppvisas inom 24-36 månader.

Affärsmodell

Grundandet av ett nytt bolag inom Fram[^] Digital Brands tar sitt avstamp i en investeringsprocess som inleds med en systematisk genomgång och sammanställning av affärsmodeller som varit framgångsrika i andra geografier samt ett antal övriga källor. Listan av potentiella affärsmodeller diskuteras, utvärderas och rankas sedan enligt en handfull nyckelparametrar av Bolagets investeringskommitté som sammanträder var tredje vecka. Investeringskommittén består av medlemmar från styrelsen och Bolagets ledningsgrupp. När väl investeringskommittén har fattat beslut om att investera i en viss affärsmodell startas ett nytt dotterbolag specifikt för denna verksamhet. Till dotterbolaget rekryteras sedan en eller flera grundare som ledningsgrupp. Dotterbolagets ledningsgrupp erbjuds delta i ett incitamentsprogram kopplat till det specifika dotterbolaget som ska byggas. Grundarna erbjuds på så vis ett mycket attraktivt paket där affärsmodell, finansiering, teknik och stor del av know-how redan finns förberett. Detta kan jämföras med den traditionella, och privatekonomiskt mycket riskfyllda, entreprenörsresan där grundarna oftast tvingas säga upp sig från sina jobb utan att ha varken lön, finansiering, IT-kompetens eller affärsmodell färdig på plats. Fram[^] finansierar därefter utvecklingen och tillväxten av dotterbolaget under de första cirka 24-36 månaderna. Målsättningen är att alla dotterbolag ska generera intäkter inom 4 månader samt arbeta utefter en plan att kunna

uppvisa lönsamhet inom 24-36 månader. Fram[^] stöttar och coachar sina dotterbolag kontinuerligt under deras utvecklingsresa, där ledningsgruppens, styrelsens och den övriga organisationens breda erfarenhet av bolagsbyggande kommer till stor nytta för dotterbolaget. Vidare är dotterbolagens behov av digital talang naturligt säkrad genom att det kan köpa tjänster från affärsområdet Standing Teams. Efter de första 24-36 månaderna utvecklas dotterbolagen mer som oberoende bolag och kan från fall till fall söka extern finansiering samt bredda ägarbasen. När väl dotterbolagen lyckats bygga upp tillräcklig individuell substans kan det vara ett naturligt slutsteg att dela ut dem som nya listade bolag till aktieägarna i Fram[^].

Investeringsmodellens komparativa fördelar

Fram[^] har inom ramen för sin Digital Brands utvecklat ett format för investering och bolagsbyggande som lämpar sig väl för att bygga lönsamma bolag från tidig fas. I korthet består modellens fördelar i:

1. Undviker Venture Capital-industrins huvudproblematik

Det är svårt att hitta kombinationen av duktiga entreprenörer med bra affärsmodeller - till ett rimligt pris. Fram[^] identifierar de mest attraktiva affärsmodellerna genom en systematisk investeringsprocess och ledare rekryteras separat. Modellen undviker också naturligt situationer där investeringskostnaden trissas upp genom de budgivningsliknande förfaranden som uppstår i populära VC-finansieringsrundor.

2. Fokus på lönsamhet och kostnadskontroll, inte volym och vidareförsäljning

Fram[^] är inledningsvis majoritetsägare i sina dotterbolag och kan på så vis bättre kontrollera och stötta bolagens utveckling och framgång. När väl dotterbolagen är lönsamma står det Fram[^] fritt att välja om Bolaget vill sälja andelar i dotterbolagen till externa investerare och/eller om de vill fortsätta som långsiktig ägare och dra nytta av dotterbolagets positiva kassaflöden. Förlusttyngda VC-investeringsbolag har inte det valet, utan är istället beroende av att kunna sälja sina bolag vidare, alternativt resa ännu mer kapital för att finansiera fortsatta förluster.

3. Kapitaleffektivitet

Baserat på tidigare erfarenhet, samt det generellt lägre kostnadsläget i Sydostasien, bedömer Fram[^] att det krävs cirka 2 – 4 MSEK i investering per dotterbolag under de 24-36 första månaderna. Den totala investeringen i varje givet dotterbolag sker emellertid inte fullt ut på en gång. Dotterbolagen ansöker istället normalt om nytt kapital månadsvis eller kvartalsvis. De kvarvarande delarna av kapitalet som reserverats till ett specifikt dotterbolag kan på så vis återanvändas i det fall ett visst dotterbolag, mot förmodan, inte skulle utvecklas enligt plan.

Kriterier som används vid lansering av nya Digital Brands



Möjlighet till lönsamhet inom 24-36 månader

Fram[^]s modell för bolagsbyggande fokuserar på affärsmodeller som snabbt kan uppnå lönsamhet och så lite löpande förluster som möjligt för att bolagen omgående skall uppvisa fundamentala värden samt undvika ett beroende av återkommande riskkapitalfinansiering.



Låg kapitalbindning

Fram[^] föredrar affärsmodeller som inte kontinuerligt behöver tillskjutas mer kapital för att kunna fortsätta växa (exempelvis pga att affärsmodellen binder kapital i form av lager, kundfordringar eller investeringar i utrustning och maskiner).



God skalbarhet

Fram[^] föredrar att investera i affärsmodeller som skalar och växer försäljningen disproportionellt mot de kostnader bolaget spenderar (dvs vi investerar inte gärna i affärsmodeller som innebär att en timmes insats från t ex en grundare enbart resulterar i en timmes fakturerad intäkt i form av en konsulttimme till kund).



Återkommande intäkter

Försäljning och marknadsföring är alltid bland de viktigaste och svåraste uppgifterna i ett nystartat bolag. Fram[^] föredrar affärsmodeller där man inte måste "börja om från 0" med sin försäljning varje månad. Istället söker vi efter affärsmodeller där det finns en bas av återkommande intäkter som tillfaller bolaget mer eller mindre per automatik varje månad (t. ex. abonnemangsbaserade affärsmodeller).



Låg teknisk komplexitet

Fram[^] agerar framförallt i så kallade "frontier markets" (dvs mindre utvecklade utvecklingsländer), där flertalet välbeprövade digitala affärsmodeller med stor marknadspotential ännu inte etablerats. Fram[^] föredrar därför att investera i digitala affärsmodeller som är enkla att förstå och som fungerat i de flesta andra länder i världen. På detta sätt minimerar vi innovationsrisken i våra investeringar som ofta är mycket kapitalintensiv.

fram^ Digital Brands

Fram^ har på dagen för publicerande av kvartalsrapporten sex aktiva Digital Brands.

FINTECH		EDTECH		GENERAL CONSUMER	
 www.wowmelo.com		 www.nordiccoder.com		 www.carmudi.vn	
 www.dragonlend.vn				 www.marry.vn	
				 www.evehr.vn	

Genomgång av fram^ Digital Brands



Nordic Coders affärsmodell bygger på att erbjuda högkvalitativa kurser inom aktuella programmeringsspråk och teknologier mot kursavgifter, både online och offline. Ytterligare en intäcksström för Nordic Coder är rekryteringsavgifter där bolaget knutit till sig några av regionens mest attraktiva arbetsgivare och erbjuder dem möjligheten att rekrytera talangfulla studenter bland Nordic Coders kursdeltagare. Relevanta peers för denna affärsmodell är "General Assembly", "Pluralsight" och "Andela".



DragonLend är ett bolag vars syfte är att kostnadseffektivt förmedla krediter till små och medelstora bolag i Vietnam. För små bolag är det svårt att få tillgång till finansiering från banker och finansiella institutioner, varför de istället tvingas låna från mindre seriösa långivare och ofta till oskäligt höga räntor. De traditionella bankerna klarar ofta inte av att förse de mindre bolagen med krediter genom sina etablerade processer med manuell hantering, via ett fysiskt kontorsnätverk - hanteringen blir alltför kostsam. En relevant internationell peer är amerikanska "Kabbage".



Carmudi Vietnam är en onlineplattform, likt svenska Blocket.se, där köpare och säljare av bilar möts. Carmudi Vietnam genererar trafik till plattformen och tjänar pengar på digitala annonser, kommission på bilauktioner online samt kringtjänster såsom finansiering och försäkring. Ett relevant svenskt jämförelsebolag är kvd.se och internationellt är Autoscout24 en relevant peer.



Wowmelo är ett så kallat "Pay Later"-bolag modellerat efter svenska Klarna. Affärsmodellen går ut på att ge konsumenter mikrokrediter i form av fakturabetalning när de genomför ett köp online eller offline från en ansluten e-handlare. Affärsmodellen möjliggör en mer friktionslös betalningsprocess, vilket ökar försäljningen hos e-handlarna, förenklar köpet för konsumenten, och samtidigt som Wowmelo tjänar pengar på transaktionsavgifter.



EveHRs affärsidé är att erbjuda digitala lösningar för "flexible benefits" och "employee retention" till företag och deras anställda. Tjänsten är en Software as a Service (SaaS), vilket innebär att kunderna (företag som exempelvis AIA, DHL och Pepsi) betalar en fast, månatligen återkommande, avgift per användare (anställd). Kunderna kan via plattformen få tillgång till unika anställningsförmåner som tillhandahålls av populära butiker och tjänsteleverantörer (både online och offline). Genom att förmedla återkommande gruppköp till rabatterade priser mot en avgift blir plattformen en central marknadsplats för anställningsförmåner, lojalitetspoäng och rabattkoder. Attraktiva förmåner är blir på så vis ett centralt verktyg för att öka lojaliteten hos anställda och säkerställa att bolagen behåller nyckelkompetens. Ett relevant jämförelsebolag är svenska Benify.



Marry är Vietnams ledande bröllopsplattform som förvärvades under Q3 2019. Marknadsplatsen kommer bl.a. att omfatta evenemangsplanering, smekmånadsplanering, lokal, stylist-tjänster, fotografi, transport, mat ryck, blommor och övrig dekoration. Ett relevant jämförelsebolag är amerikanska Weddingwire.com, men även indonesiska "Bridestory" (som köptes av Tokopedia 2019) är en relevant peer.

Väsentliga händelser under året

2021 Q1

8 januari

Fram^ byter Certified Adviser (CA) från Mangold til SKMG

8 april

Fram^s helägda dotterbolag EveHR ingår ett avtal med det multinationella företaget Pepsico Vietnam. Pepsico blir således EveHRs tredje multinationella kund, efter att det ledande asiatiska försäkringsbolaget AIA och det globalt ledande logistikföretaget DHL tidigare anslutit som kunder till EveHR

2021 Q2

21 maj

Fram^s dotterbolag Fram Limited ("Standing Teams") ingår avtal med två signifikanta kunder

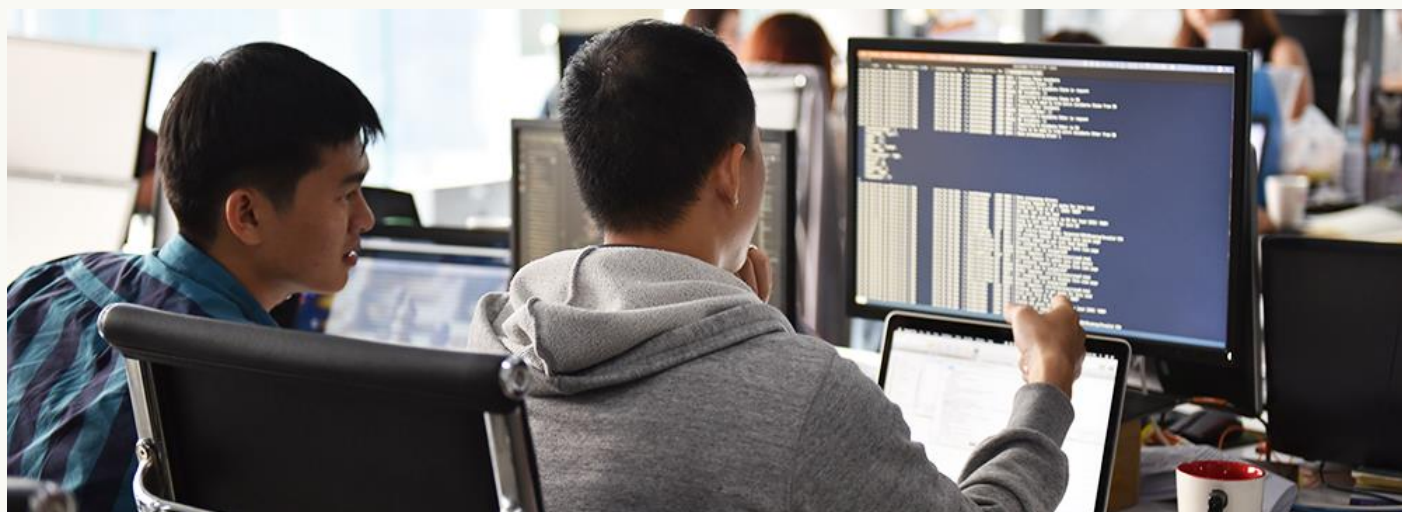
28 maj & 14 juni

Duy Vu, COO i Fram^. Ökar sitt ägande i bolaget. Efter förvärvet av aktier äger Duy total 165 500 B-aktier, vilket motsvarar 4,58% av kapitalet.

HÄNDELSE EFTER PERIODENS SLUT

8 juli: Fram^s helägda dotterbolag EveHR ingår ett avtal med det multinationella företaget Nestlé i Vietnam.

23 juli: Fram^ genomför strategisk fokusering av sin bolagsportfölj för att öka fokus på de bolag som har störst potential.



Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Riskfaktorer

Riskerna som beskrivs nedan är inte rangordnade i någon särskild ordning. Presentationen nedan gör inte anspråk på att vara heltäckande, och av naturliga skäl kan alla riskfaktorer inte förutses eller beskrivas i detalj. Därför måste varje investera regöra en samlad bedömning som även innefattar informationen i resten av rapporten samt en allmän omvärldsbedömning. Riskerna och osäkerhetsfaktorerna nedan kan ha en väsentlig negativ effekt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat. De kan också orsaka en värdeminskning i Bolagets aktie, vilket kan leda till att investerare förlorar hela eller delar av sitt investerade kapital. Ytterligare risker som för närvarande inte är kända för Bolaget kan också ha en motsvarande negativ effekt.

Covid-19-pandemin

Covid-19 påverkar Bolaget på en rad direkta och indirekt vis. Överlag är både de direkta och indirekta riskerna svåra att förutse och överblicka. Standing Teams påverkas direkt av pandemin när kunder i andra geografier drabbas av ekonomiska svårigheter (t. ex. genom intäktsbortfall som en konsekvens av sjunkande efterfrågan). Digital Brands, som framförallt är exponerad mot Vietnam och dess inhemska efterfrågan, upplever störst direkt effekt under de perioder då lokala delar av Vietnam genomgår s.k. "lockdowns" då mobilitet i samhället stort begränsas avsevärt.

Bolagets värdeutveckling

Bolagets värde är i all väsentlighet beroende av utvecklingen på de investeringar som Bolaget gör, utvecklingen av Bolagets Standing Teams samt resultatet av Bolagets hantering av likvida medel. Det finns risk för att Bolagets tillgångar inte ökar i värde, eller att värdet inte förblir intakt, vilket innebär att det finns en risk för att investerat kapital inte kan återfås i samband med en likvidation av Bolaget. Det bör understrykas att Bolaget nästan uteslutande kommer att investera i investeringsobjekt som i första hand riktas mot investerare som är särskilt insatta i riskkapitalbranschen och att dessa i vissa fall kan ha en riskbild som skiljer sig från de värdepappersfonder som privatpersoner vanligtvis investerar i, exempelvis genom att de underliggande investeringsobjekten är färre och att det därmed är en mer begränsad riskspridning. Det finns en risk att Bolaget misslyckas med att återfå det investerade kapitalet i investeringsobjektet, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Marknad

Bolaget har för avsikt att etablera nya dotterbolag inom sin Digital Brands. Dessa investeringsobjekt kan i vissa fall vara starkt beroende av att de marknader som de är verksamma på utvecklas positivt. Skulle dessa marknader utvecklas på ett sätt som är negativt för Bolaget finns det en risk att värdet på enskilda investeringar sjunker, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Likviditetsrisk

Det finns en risk att Bolaget inte kommer kunna möta kortfristiga betalningsåtaganden till följd av likviditetsbrist. Likviditetsbrist skulle kunna uppstå om exempelvis en eller flera av Bolagets kunder inte betalar sina fakturor till Fram^ i tid eller att en eller flera av Bolagets kunder plötsligt avslutar

sina långsiktiga serviceavtal med Fram^. Likviditetsbrist skulle också kunna uppstå i ett eller flera av Bolagets dotterbolag inom ramen för Digital Brands. Misslyckas Bolaget eller dess dotterbolag med att möta kortfristiga betalningsåtaganden kan det resultera i en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Kreditrisk

Kreditrisk definieras som risken att Bolagets motparter inte kan uppfylla sina finansiella åtaganden gentemot Bolaget. Om så sker finns det en risk att Bolaget misslyckas fullgöra sina egna åtaganden, såsom framtida betalningar. Detta medför en konkret kreditrisk för det fall motparterna får problem att fullfölja sina åtaganden gentemot Bolaget, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Skatterisker

Bolagets verksamhet samt transaktioner mellan koncernföretagen, bedrivs i enlighet med Bolagets tolkning av skattelagar. Det finns en risk för att Bolagets tolkning av tillämpliga lagar, bestämmelser eller av berörda myndigheters tolkning av dessa eller av administrativ praxis är felaktig, vilket kan inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Beroende av nyckelpersoner

De flesta av de kundteam som Bolaget bygger inom sin IT-utvecklingsverksamhet är beroende av IT-ingenjörerna i det specifika teamet. Bolaget är även beroende av en handfull nyckelpersoner i varje givet dotterbolag inom Digital Brands. Om nyckelpersoner lämnar eller inte kan anställas i Bolaget på ett tillfredställande sätt, kan detta i sin tur inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Risk relaterad till ledande befattningshavares bosättning

Då delar av styrelsen och den verkställande direktören är bosatta utom EES så har Bolaget fått dispens från Bolagsverket avseende kraven på styrelsens och den verkställande direktörens bosättning. En ändring i detta kan få en negativ påverkan på Bolaget.

Klientrisk

Bolagets kundrelationer är långsiktiga och genererar stabila återkommande månatliga kassaflöden. Det är vanligt förekommande att bolag i tidiga faser, likt de verksamheter som Bolaget investerar i inom ramen för sitt affärsområde har en högre koncentration till en eller ett par viktiga klienter. Klientrisken kan i sådana sammanhang anses vara förhöjd.

Det finns en risk att en kund av någon anledning väljer att avsluta avtal med Bolaget, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Förmåga att hantera tillväxt

I takt med att organisationen växer behöver effektiva planerings- och ledningsprocesser utvecklas. Denna risk är ännu högre i de tidiga verksamheter som Bolaget investerar inom ramen för sitt affärsområde Digital Brands. Det finns en risk att Bolaget misslyckas med att hantera en snabb tillväxttakt, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Valutarisker

Majoriteten av Bolagets intäkter faktureras i USD, medan störredelen av kostnadsbasen är i Vietnamesiska Dong (VND). Den Vietnamesiska Dongen är peggad mot en valutakorg där USD är dominerande. Om valutaförhållandet USD/VND utvecklas åt ett ogynnsamt håll för Bolaget (det vill säga en förstärkning av VND gentemot USD) kan det ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Konjunkturutveckling

Externa faktorer såsom tillgång och efterfrågan samt låg- och högkonjunkturer kan ha inverkan på rörelsekostnader, försäljningspriser och aktievärdering. Det finns en risk att Bolagets framtida intäkter och aktievärdering kan bli påverkade av dessa faktorer, vilka står utanför Bolagets kontroll, vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Konkurrens

Det råder konkurrens på marknaden för IT-tjänster som riktar sig till olika företag samtidigt som konkurrensbilden ständigt förändras på marknaderna där Bolaget är verksamt. Utöver detta tillkommer risken att Bolaget kan ha missbedömt konkurrensen på en eller flera marknader som det blir aktiv på inom ramen för nya verksamheter inom affärsområdet Digital Brands. En försvårad konkurrenssituation skulle kunna göra att Bolaget inte uppnår tillväxtmål på grund av bland annat prispress eller minskad orderingång vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Risk vid etablering av nya dotterbolag

Inom ramen för affärsområdet Digital Brands agerar Bolaget tidig investerare och inkubator i nystartade dotterbolag med mindre etablerade affärsmodeller. Detta medför en risk att affärsmodellerna inte får den respons Bolaget förväntat sig i den/de utvalda marknaderna. I ett sådant fall föreligger risk att fortlevnaden för det specifika dotterbolaget äventyras,

vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Politiska risker

Bolagets verksamhet leds och samordnas i Vietnam, genom det Vietnamesiska dotterbolaget Fram Ltd. Risker kan uppkomma genom förändringar i lagstiftning, beskattningar, tullar och avgifter, växelkurser och andra villkor som gäller för bolag verksamma på internationella marknader. Även myndighetsbeslut kan få genomslagskraft på Bolagets verksamhet. Bolaget kommer även att påverkas av faktorer förknippade med det politiska och ekonomiska klimatet i de länder de bedriver sin verksamhet, primärt Vietnam, vilka kan ha negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Tvister

Det finns en risk att Bolaget i framtiden involveras i domstolsprocesser och/eller skiljeförfaranden. Den här typen av rättsliga processer kan vara tids- och kostnadskrävande och det finns en risk för att de inte kan lösas på ett för Bolaget fördelaktigt sätt. Det finns även en risk för att Bolaget vid förlust i rättsliga processer tvingas ersätta motparten för processkostnader vilket kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Risk med affärsmodellen

Bolaget har en affärsmodell som bygger på samarbete med externa aktörer och affärspartners. I händelse av förseningar i marknads lanseringen, eller om marknadsacceptansen blir lägre än förväntat, finns det en risk för negativa effekter på Bolagets eller Bolagets dotterbolags verksamhet, finansiella ställning och resultat. Eftersom många av de affärsmodeller som utvecklas inom ramen för affärsområdet Digital Brands är relativt nya och obeprövade på de marknader som adresseras föreligger en förhöjd risk i dessa affärsmodellers marknadsacceptans under de tidiga faserna av verksamhetens utveckling.

Förvärv och försäljning av Digital Brands

Bolagets verksamhet innebär att potentiella förvärv och försäljningar utvärderas löpande. Det kan inte uteslutas att Bolaget misslyckas med att finna lämpliga förvärvsobjekt framgent eller med att erhålla erforderlig finansiering för framtida förvärvsobjekt på acceptabla villkor. Det kan inte heller uteslutas att Bolaget misslyckas med att avyttra Digital Brands framgent eller, om avyttringar genomförs, med att erhålla en förmånlig köpeskilling. Ovanstående faktorer kan ha en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat..

Kommentarer till finansiella rapporter

RESULTATRÄKNINGEN

Intäkterna under andra kvartalet uppgick till 9 612 TSEK och nettoomsättningen till 9 431 TSEK. Omsättningen i Digital Brands uppgick till 5 431 TSEK, vilket motsvarar 58% av gruppens totala omsättning. Inom Standing Teams uppgick omsättningen till 3 997 TSEK (42% av gruppens totala omsättning). Under kvartalet påverkades omsättningen negativt av strikta restriktioner till följd av den ökade smittspridningen i en fjärde våg av Covid-19. Nedstängningen av delar av samhället väntas även påverka bolaget negativt under årets tredje kvartal. Övriga rörelseintäkter uppgick till 180 TSEK och uppstod som ett resultat av växelkursförändringar under kvartalet.

Rörelseresultatet för andra kvartalet var -3 259 TSEK. Personalkostnaderna minskade till -6 162 TSEK (från -6 855 TSEK under andra kvartalet 2020), vilket motsvarar 48% av de totala rörelsekostnaderna. Råvaror och förnödenheter uppgick till -3 663 TSEK under kvartalet, vilket motsvarar 28% av de totala rörelsekostnaderna. Likt föregående kvartal härrör dessa kostnader främst från Carmudi, Wowmelo och EveHR. Under andra kvartalet startade DragonLend ett pilotprojekt inom finansiering av rörelsekapital för en kund. Kostnaden för detta projekt bokades under råvaror och förnödenheter (kostnaden för detta projekt under andra kvartalet uppgick till ca. 286 TSEK). Övriga externa kostnader uppgick till -2 216 TSEK (fördelningen mellan Digital Brands, Standing Teams och Group är förhållandevis jämn).

Ränteintäkterna för perioden var 121 TSEK och härstammar främst från placeringar i korta räntebärande VND-tillgångar (s.k. term deposits). Finansiella kostnader uppgick till -1 TSEK. Rörelseresultatet om -3 259 TSEK tillsammans med nettot från finansiella poster om +120 TSEK resulterar i ett resultat om -3 139 TSEK för kvartalet, motsvarande en marginal om -33% (-71%).

BALANSRÄKNINGEN

Tillgångarna per 30 juni uppgick till 39 637 TSEK, varav majoriteten utgörs av kassa.

Anläggningstillgångarna uppgick till 4 912 TSEK. Merparten av dessa utgörs av immateriella tillgångar om 4 002 TSEK, som framförallt uppstod efter sammanslagningen av Carmudi och Otos under 2018. Goodwil uppgår till 77 TSEK vilket även det härstammar från Carmudi, när bolaget förvärvades från Rocket Internet.

Färdiga varor och handelsvaror uppgick till 4 TSEK och består av outnyttjade elektorniska värdekuponger (eng. "vouchers") som erbjuds till EveHRs kunder. Fram[^] och framförallt dotterbolagen EveHR och Carmudi arbetar aktivt för att begränsa kapitalbindningen i rörelsekapital för att kontinuerligt förbättra kassaflödet.

Kortfristiga fordringar ökade med +60% och uppgick till 5 083 TSEK. 48% av kundfordringarna kommer från Standing Teams som reviderat faktureringsprocessen för att förbättra kassaflödet. Faktuorna skickas ut i förtid, vilket påverkade de totala kundfordringarna samt ökningen av förutbetalda intäkter (inom kortfristiga skulder). Carmudi och DragonLend är de två bolagen inom Digital Brands som bidrar mest till kundfordringarna. Tillsammans står de två bolagen för ca. 2,1 MSEK i kundfordringar. I Carmudi är de kopplade till bilförsäljning och reklam-/marknadsföringsintäkter från dess site och i DragonLend är det utestående lån (ränta på principal) som skall betalas tillbaka. Övriga fordringar uppgick till 6 546 TSEK och kommer från främst DragonLend och Wowmelo. De övriga fordringarna minskade jämfört med slutet av det första kvartalet tack vare en mer effektiv hantering av bankdepositioner i DragonLend. Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter uppgick till 274 TSEK, vilket utgör en uppgång från föregående år.

Gruppens **likvida medel** omräknade till rapporteringsvalutan SEK uppgick till 22 819 TSEK. Kassen hålls i främst VND p.g.a. att det är den operationella valutan för de flesta av gruppens bolag samt att högst avkastning på kassen erhålls vid placering i räntebärande VND-deposits. Därutöver placeras en minoritet av kassan i SEK, USD och EUR.

Eget kapital uppgick till 33 275 TSEK. Förändringen jämfört med föregående kvartal kan härledas till periodens resultat samt en omräkningsdifferens.

Skulderna per 30 juni uppgick till ca. 6,4 MSEK, vilket är en ökning om 1,3 MSEK jämfört med 31 mars. Ökningen kommer som ett resultat av förskottsfakturerings och förutbetalda intäkter från Standing Teams-kunder. Leverantörsskulderna uppgick till 409 TSEK, förskottsbetalningar från kunder om 818 TSEK, övriga skulder som exempelvis inkluderar skulder till externa långivare i DragonLend uppgick till 1 943 TSEK och förutbetalda intäkter var 3 164 TSEK.

KASSAFLÖDET

Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet uppgick till -2 575 TSEK. Av dessa kan -3 139 TSEK direkt härledas till resultatet efter finansiella poster med en justeringspost om 564 TSEK kopplat till avskrivningar och nedskrivningar, som ej är kassapåverkande.

Förändringarna i rörelsekapital uppgick till +400 TSEK där ökningen av kundfordringar genererade ett kassaflöde om -1 896 TSEK (ökning av kundfordringar) samt förändringar av kortfristiga skulder (ökning av kortfristiga skulder) genererade ett kassaflöde om +1 401. Detta medför att kassaflödet från den löpande verksamheten var -2 175 TSEK.

Under andra kvartalet flyttade Standing Teams verksamhet i Danang till ett nytt kontor. Investeringarna i detta kontor uppgick till -105 TSEK och periodens kassaflöde blev således -2 280 TSEK.

Finansiella rapporter

RESULTATRÄKNING

TSEK	Not	Q2		ΣQ1-Q2	
		2021	2020	2021	2020
Nettoomsättning		9 431	7 597	19 126	15 807
Övriga rörelseintäkter	5	180	1 010	565	3 411
Summa intäkter		9 612	8 607	19 691	19 218
Övriga externa kostnader		-3 663	-3 476	-7 689	-6 717
Råvaror och förnödenheter		-2 216	-2 852	-4 089	-5 672
Personalkostnader		-6 162	-6 855	-12 474	-15 752
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-564	-714	-1 121	-1 468
Övriga rörelsekostnader	5	-267	-1 138	-389	-1 806
Rörelseresultat		-3 259	-6 427	-6 070	-12 197
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		121	272	234	387
Räntekostnader och liknande resultatposter		-1	4	-179	-2
Resultat före skatt		-3 139	-6 151	-6 015	-11 813
Skatt		0	0	0	0
Periodens resultat		-3 139	-6 151	-6 015	-11 813

BALANSRÄKNING

TSEK	Not	30-Jun-21	30-Jun-20	31-Mar-21	31-Dec-20
TILLGÅNGAR					
<u>Immateriella anläggningstillgångar</u>					
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten		604	883	659	658
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter		4 002	5 944	4 505	5 029
Goodwill		77	131	90	104
<u>Materiella anläggningstillgångar</u>					
Inventarier, verktyg och installationer		230	203	145	165
<u>Finansiella anläggningstillgångar</u>					
Andra långfristiga fordringar		0	186	0	40
Summa anläggningstillgångar		4 912	7 347	5 399	5 995
<u>Omsättningstillgångar</u>					
Färdiga varor och handelsvaror		4	422	6	266
<u>Kortfristiga fordringar</u>					
Kundfordringar		5 083	1 110	3 187	2 014
Övriga fordringar	6	6 546	2 927	7 550	5 509
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		274	79	310	64
Kassa och bank		22 819	43 869	25 581	30 967
Summa omsättningstillgångar		34 724	48 407	36 634	38 820
SUMMA TILLGÅNGAR		39 637	55 754	42 033	44 815
EGET KAPITAL OCH SKULDER					
<u>Eget kapital</u>					
Aktiekapital		1 204	1 204	1 204	1 204
Övrigt tillskjutet kapital		38 086	61 259	38 644	74 959
Periodens resultat		-6 015	-11 725	-2 877	-37 812
Summa eget kapital, koncern		33 275	50 738	36 971	38 351
<u>Långfristiga skulder</u>					
Övriga skulder	7	28	34	29	27
Summa långfristiga skulder		28	34	29	27
<u>Kortfristiga skulder</u>					
Leverantörsskulder		409	222	508	630
Förskott från kunder		818	0	1 066	986
Övriga skulder	8	1 943	3 737	2 581	3 429
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		3 164	1 014	877	1 392
Summa kortfristiga skulder		6 334	4 981	5 033	6 437
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		39 637	55 754	42 033	44 815

FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
Ingående eget kapital	38 351	58 325	38 351	62 638
Omräkningsdifferens	-1 938	-1 509	939	-175
Periodens resultat	-3 139	-6 078	-6 015	-11 725
Utgående eget kapital	33 275	50 738	33 275	50 738

KASSAFLÖDE

TSEK	Q2		ΣQ1-Q2	
	2021	2020	2021	2020
<u>Den löpande verksamheten</u>				
Resultat efter finansiella poster	-3 139	-6 078	-6 015	-11 725
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.	564	726	1 121	1 492
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-2 575	-5 352	-4 894	-10 233
<u>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</u>				
Förändring i varulager	2	-375	262	197
Förändring kundfordringar	-1 896	1 716	-3 069	762
Förändring av kortfristiga fordringar	794	-834	-1 248	-1 097
Förändring leverantörsskulder	100	12	-22	9
Förändring av kortfristiga skulder	1 401	-1 292	118	-60
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2 175	-6 124	-8 853	-10 423
<u>Investeringsverksamheten</u>				
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	0	0	0	0
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-105	0	-105	-19
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar	0	0	0	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-105	0	-105	-19
<u>Finansieringsverksamheten</u>				
Likvid för utfärdade teckningsoptioner	0	0	0	0
Övrigt	0	0	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	0	0	0
Periodens kassaflöde	-2 280	-6 124	-8 958	-10 442
Likvida medel vid periodens början	25 581	51 505	30 967	54 485
Kursdifferens i likvida medel	-482	-1 512	809	-174
Likvida medel vid periodens slut	22 819	43 869	22 819	43 869

Tilläggsupplysningar

NOT 1 FÖRETAGSINFORMATION

Fram Skandinavien AB (publ) med organisationsnummer 556760-2692 samt dess dotterbolag benämns i denna rapport som Fram^ eller Bolaget.

Bolagets address:

Hälsingegatan 49, 4tr

113 31 Stockholm, Sverige

Web: corporate.wearefram.com

NOT 2 REDOVISNINGSPRINCIPER

Kvartalsrapporten för perioden 1 april – 30 juni 2021 har upprättats med tillämpning av årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3), om inte något annat anges. Redovisningsprinciperna är inte förändrade jämfört med föregående period.

NOT 3 TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Under kvartalet genomfördes transaktioner till ett belopp om ca. 100 TSEK med närstående bolag. Christopher Brinkeborn Beselin, styrelseordförande, är delägare av Endurance Capital, Pangara och Norsel Vietnam Ltd. Back on Track AB ägs av Christophers far. Transaktionerna skedde till marknadsvillkor och majoriteten av dessa transaktionerna var kostnader för Fram^.

NOT 4 GRANSKNING AV DELÅRSRAPPORTEN

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisorer.

NOT 5 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER OCH ÖVRIGA RÖRELSEKOSTNADER

Övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader består i huvudsak av orealiserade vinster och förluster som uppstår p.g.a valutafluktuationer kopplat till att Bolaget har merparten av sin kassa i annan valuta än SEK.

NOT 6 ÖVRIGA FORDRINGAR

Övriga fordringar består främst av fordringar kopplade till DragonLends utlåning. Därutöver tillkommer exempelvis förskott till leverantörer, skattefordran (främst i moderbolaget) och momsfordringar.

NOT 7 ÖVRIGA LÅNGFRISTIGA FORDRINGAR

Övriga skulder (långfristiga) avser en lagstadgad avsättning till anställda för arbetslöshetsersättning i Vietnam.

NOT 8 ÖVRIGA SKULDER

Övriga skulder (kortfristiga) avser exempelvis kreditinvesteringar i DragonLend från externa investerare, förskottsbetalningar från kunder, skulder till fackförbund, pensionsavsättningar, lagstadgade bonusar och sociala avgifter.

Övriga skulder i TSEK	30-jun-21
DragonLend	895
Fram Ltd	707
Nordic Coder	97
Carmudi	68
Fram Skandinavien AB	62
Övriga bolag	115
	1 943

Övrig information

Finansiell kalender:

Delårsrapport juli-september 2021

4 november 2021

Delårsrapport oktober-december 2021

4 februari 2022

Denna rapport, liksom ytterligare information, finns tillgänglig på Fram^s hemsida: investors.wearefram.com

Denna information är sådan som Fram Skandinavien AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 29 juli 2021 kl. 08:00 CEST.

För övrig information kontakta:

Niklas Berglund, CFO & Deputy CEO

Tel: +46 72 509 31 17

E-post: niklas.berglund@wearefram.com

Certified Advisor

SKMG, +46 11 32 30 732, ca@skmg.se är bolagets Certified Advisor.

Stockholm den 29 juli 2021

Rapporten intygas:

VD, Max Bergman