



Q4 2022

Bokslutskommuniké

Streamify AB – 559127–1399

www.streamify.io

Innehåll

VD Johan Klitkou	3
------------------	---

Sammanfattning av bokslutskommunikén	5
--------------------------------------	---

Väsentliga händelser	6
----------------------	---

Streamify AB	7
--------------	---

Business Highlights	8
---------------------	---

Finansiell utveckling	12
-----------------------	----

Bolagsinformation	20
-------------------	----



VD Johan Klitkou kommenterar

Streamify avrundar nu sitt första år med nya affärsområdet Live Shopping. 2022 var ett händelserikt år där vi har tagit viktiga steg i vår tillväxtresa mot att bygga ett lönsamt och attraktivt Streamify

Vår strategiska satsning mot att bli den självklara leverantören av live shopping har präglat våra insatser under året. Vi har etablerat en konkurrenskraftig marknadsposition och breddat vår kundbas. Att kunder väljer Streamify som leverantör av Live Shopping ser vi som ett styrkebesked och vi gläds även åt att flera

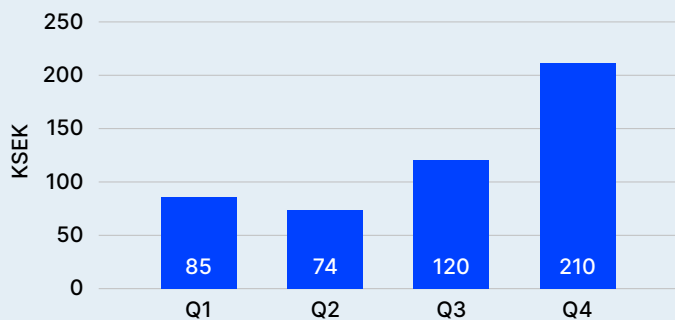
kunder valt att förlänga sina avtal med oss. Vår starka tillväxt under 2022 reflekterar att vi befinner oss rätt positionerade i takt med att e-handelslandskapet utvecklas och vi ser en tydlig trend att marknaden efterfrågar Streamifys erbjudande.

Genom hela 2022 har vi ökat antalet strategiska partnerskap vilket återspeglas i vår försäljningstillväxt. Vår månatliga återkommande intäkter (MRR) uppgick till 210 KSEK, en ökning med 147% jämfört med första kvartalet och 75% jämfört med tredje kvartalet. Nettoomsättningen för helåret ökade med 108% YoY till 2425 KSEK där majoriteten av intäkterna kommer från våra månatliga betalade kunder som vi levererar Live Shopping till.

Jag vill också nämna att de ekonomiska talen pekar åt rätt håll. Bolagets rörelsekostnader under årets sista kvartal minskade med 17% jämfört med samma kvartal föregående år. De ökade intäkterna och minskade kostnaderna i Q4 gav en förbättring på rörelseresultatet om 11% jämfört med föregående år. Under 2023 jobbar Bolaget vidare mot att bli lönsamma i slutet av året.

MRR Q4 vs Q1

+147%

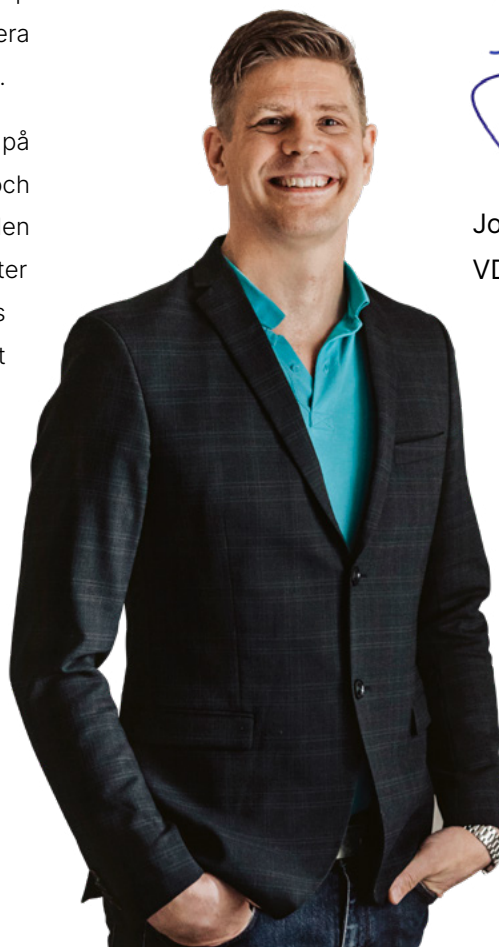


Mycket har hänt sedan vi lanserade Live Shopping. Efter vår lansering har vårt sälj- och marknadsteam jobbat stenhårt med att bygga upp ett förtroende på marknaden. Det förtroendet är nu på plats och Streamify har blivit en välkänd och respekterad aktör inom Live Shopping. Vi har signerat flera strategiska partnerskap och vi ser en tydlig trend där Streamify börjar konkurrera mot branschkollegorna om att leverera Live Shopping.

Under det andra halvåret av 2022 har vi fokuserat på att genomföra fler säljdialoger med medelstora och större företag. En styrka i vår affärsmodell är att den harmoniserar med våra kunder inom e-handel. Vi tillåter våra kunder att dels nå lönsamhet snabbare, dels jobba bredare med Live Shopping genom att bygga ett community som gynnar deras varumärkeskänedom. Det ökade förtroendet vi har fått från större företag visar på att marknaden värdesätter våra tjänster och har ett stort förtroende i vårt erbjudande. Under fjärde kvartalet tecknade vi avtal med större kunder som Skistar, PostNord och Akademibokhandeln som har fått upp ögonen för Live Shopping. Dessa prestationer är jag extra stolt över och går helt i linje med vår målsättning att börja attrahera större kunder.

Vi ser en trend där e-handelsmarknaden börjar skifta fokus från drastisk tillväxt till att uppnå lönsamhet. En förklaring kan vara de makroekonomiska faktorerna som präglar marknaden just nu vilket ökar priskänsligheten hos kunderna. Vårt initiala fokus på att fokusera på mindre och medelstora aktörer gynnar oss då vi erbjuder ett lägre prissatt erbjudande än våra konkurrenter. I kombination med vår smidiga onboarding-process och ett automatiserat erbjudande kan vi erbjuda en kundvänlig lösning. Detta ger oss en konkurrenskraftig fördel då vi kan öka vår kundbas kraftigt utan att investera ytterligare i vår teknik eller personal. Streamify står helt redo inför en framgångsrik tillväxtresa där vi kan möta den tilltalande efterfrågan på marknaden. Vi har tagit stora kliv för att etablerat oss på marknaden för Live Shopping och vi börjar nu se resultat från våra insatser. Streamify har en produkt som är anpassad efter marknadens behov, vilket ger oss rätt förutsättningar för en stark tillväxt framöver.

Slutligen vill jag lyfta fram den gemensamma insatsen från alla medarbetare, välkomna våra nya kunder, samt tacka våra gamla och nya aktieägare som är med oss på vår resa. Jag är stolt över vad vi har presterat under året och jag ser fram emot ett spännande 2023.



Johan Klitkou,
VD, Streamify AB

Sammanfattning av fjärde kvartalet, 2022

MRR*

Q4

210

KSEK

+75%

QoQ

Nettoomsättning

Q4

679

KSEK

100%

YoY

Nettoomsättning

Januari – December

2 425

KSEK

+108%

YoY

”

Med en tillväxt om 75% i återkommande intäkter sedan förra kvartalet och med ett kraftigt ökat intresse från marknaden har vi nått en ny nivå som erkänd partner för live shopping

”

VD, Johan Klitkou

2022-10-01 → 2022-12-31, fjärde kvartalet

- Nettoomsättning uppgick till 679 KSEK (340 KSEK).
- Nettomsättningstillväxt 100% YoY
- Resultat efter finansiella poster uppgick till -3 061 KSEK (-3 434 KSEK).
- Resultat per aktie uppgick till -0,04 SEK (-0,29 SEK).
- MRR* 210 KSEK, ARR 2 520 KSEK**
- MRR tillväxt QoQ 75%

2022-01-01 → 2022-12-31, 12 månader

- Nettoomsättning uppgick till 2 425 KSEK (1 168 KSEK).
- Nettoomsättningstillväxt 108% YoY
- Resultat efter finansiella poster uppgick till -12 219 KSEK (-9 496 KSEK).
- Resultat per aktie uppgick till -0,71 SEK (-1,06 SEK).
- MRR* 120 KSEK, ARR 2 520 KSEK**

Definitioner:

*MRR (eng. Monthly Recurring Revenue) definieras som månatliga återkommande intäkter genererade från aktiva kundabonnemang per den sista i månaden, engångsintäkter exkluderade.

**ARR (eng. Annual Recurring Revenue) definieras som MRR * 12.

Med "Streamify" eller "Bolaget" avses Streamify AB med organisationsnummer 559127-1399.

Antal aktier i Streamify per den 31 december 2022 uppgår till 13 771 752 aktier (7 933 890).

Väsentliga händelser

- Den 6 oktober 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med Influencerkubatorn Hubso. Med Live Shopping från Streamify applicerar de ytterligare en säljkanal för profilerna att kommunicera via med sin målgrupp, men där huvudfokus är värdeskapande innehåll, inkludering och "community building".
- Den 10 oktober 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med IHM Business School. IHM har några av Sveriges populäraste utbildningar inom e-handel, marknadsföring och affärsutveckling. Tillsammans med Streamify breddar de nu kursutbudet med utbildning i Live Shopping för att möta branschens behov.
- Den 21 oktober 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med det nya outdoormärket Garphyttan. Med hjälp av livestreaming från mjukvaruleverantören Streamify vill de kommunicera med sitt kund-community och dela deras expertis inom outdoor med syfte att skapa interaktion i gränslandet mellan det fysiska och digitala.
- Den 2 november 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med Fjällturismbolaget SkiStar som skapar minnesvärda fjällupplevelser som den ledande semesterarrangören för Skandinavien.
- Den 3 november 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med Akademibokhandeln som väljer Streamify som ny leverantör i sin fortsatta satsning på live shopping. Med live shopping från Streamify ska Akademibokhandeln fortsätta inspirera till läsglädje för alla – både fysiskt och digitalt.
- Den 7 november 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med PostNord. Streamify bidrar med konceptet Live Shopping som kommer bli en del i rekryteringsprocessen av nya terminalarbetare, chaufförer och brevbärare.
- Den 1 december 2022 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med Mshop som under det senaste året har fokuserat på att ge samma service digitalt som i butik. Med hjälp av live shopping tror Mshop att de kan addera en ytterligare inkluderande dimension till sin webbshop.
- Den 1 december 2022 meddelande Streamify att Bolaget Chandla som är Sveriges första renodlade kanal för live video shopping förnyat avtalet med Streamify på ytterligare ett år. Chandla bjuder in tittare till en interaktiv och inspirerande upplevelse och produkterna som säljs hos Chandla, säljs endast via live shopping-kanalen.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- Den 10 januari 2023 meddelande Streamify att Bolaget ingått ett avtal med GLOWiD som säljer koreansk hudvård, smink och hårvård via sin e-handel och är ledande återförsäljare och distributör av utvalda varumärken i Norden. Med hjälp av live shopping från Streamify vill de komma närmare sina kunder och stärka sitt community globalt.
- Den 11 januari 2023 meddelade Streamify att kunden Naturkompaniet väljer att förlänga avtalet. Under 2022 lanserade Naturkompaniet konceptet i Sverige och Norge och fick positiv respons från kunderna. Syftet med formatet är att skapa kunskapsbaserat innehåll som inspirerar och utbildar kunden inom olika områden och aktiviteter kopplat till friluftsliv.

Streamify AB

2019 lanserades plattformen Streamify och i slutet av 2021 lanserades marknadserbudandet Live Video Shopping. Streamify är en plattform för Live Video Shopping som gör det möjligt för e-handlare att sälja produkter, öka kundengagemang och erbjuda en mer stimulerande kundupplevelse av egen webbshop. Den skalbara SaaS-tjänsten riktar sig till massmarknaden bestående av medelstora och större e-handlare inom flera branschsegment.



Affärsmodell och strategi

Streamifys affärsidé bygger på att erbjuda en kombination av livestreaming och e-handel i en enkel och konkurrenskraftig plattform, där kunderna äger rätten till sitt eget material, sin kund- och försäljningsprocess. Streamify erbjuder idag kunderna möjligheter att skapa och sända ett obegränsat antal livestreams för en fast och därmed förutsägbar månadsavgift.

Verksamhetsrelaterade risker och osäkerhetsfaktorer

Streamifys kundbas växer i rask takt, med ett stort antal pågående dialoger med ledande företag inom flera olika branschsegment. Efterfrågan på effektiva livesändningslösningar har ökat exponentiellt, delvis med anledning av att konkurrensen inom e-handeln är hög och det blir än viktigare att hitta innovativa sätt att attrahera kunder. Det finns såvitt styrelsen känner till, härutöver, inga kända tendenser, osäkerhetsfaktorer, potentiella fordringar eller andra krav, åtaganden eller händelser som kan förväntas ha en väsentlig inverkan på Bolagets framtidsutsikter, åtminstone inte under det innevarande räkenskapsåret.

Under innevarande period har inga väsentliga förändringar avseende risk- eller osäkerhetsfaktorer inträffat. För mer detaljerad redovisning av risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till memorandumet som publicerades i samband med företrädesemissionen under september 2022, vilken finns att tillgå på Bolagets hemsida.

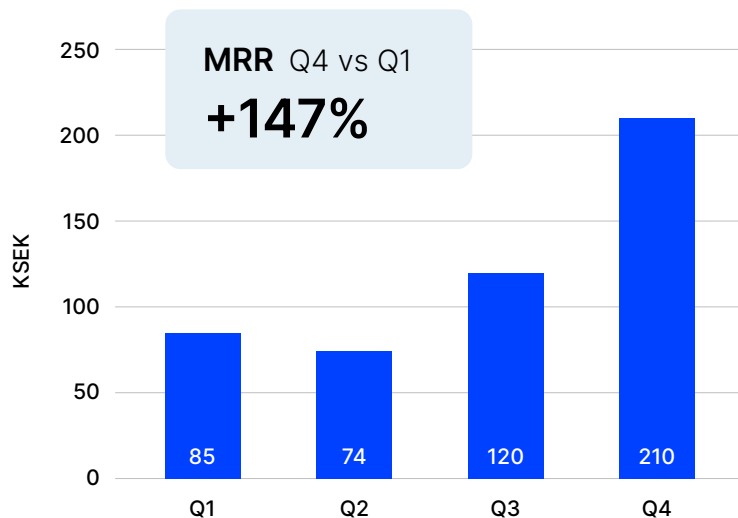
Aktien

Aktien i Streamify noterades på Spotlight Stock Market den 25 januari 2021. Kortnamnet för aktien är STREAM och ISIN SE0015244462. Per den 31 december 2022 uppgick antalet aktier i Streamify till 13 771 752.

Business highlights

Återkommande intäkter

Sedan lanseringen av Live Video Shopping vid årsskiftet har Bolaget nu nått månatliga återkommande intäkter (MRR) om 210 KSEK. Det är en ökning om 75% sedan föregående kvartal. Vid en jämförelse med årets första och sista kvartal så har ökningen varit 147%.



Nya affärer

Under året har Streamify framgångsrikt växt sin kundstock. Målet om att föra dialoger med fler medelstora och större företag har införlivats och ett flertal större kunder tillkom under andra delen av året. Nya kunder att nämna som tillkommit under årets sista kvartal eller efter periodens slut är Postnord, Akademibokhandeln, Skistar, GLOWid, Ennui Atelier och Mshop.

Kunden GLOWid säljer koreansk hudvård, smink och hårvård via sin e-handel och är ledande återförsäljare och distributör av utvalda varumärken i Norden. Med hjälp av live shopping från Streamify vill de komma närmare sina kunder och stärka sitt community globalt. De har redan genomfört sin första sändning med goda resultat. På frågan om varför de valde just Streamify som live shopping leverantör svarade de:

” Valet av live shopping-plattform föll på Streamify för att ni kändes väldigt trygga och kunniga. Det var naturligt att satsa på live shopping då vi verkligen tror att det är en del av framtiden inom e-handel. ”

Linn Cervin, Social Media Manager på GLOWid

Akademibokhandeln har valt Streamify som leverantör för sin fortsatta satsning på live shopping. Som en del av den digitala satsningen ser man att formatet erbjuder digitala besökare en så nära riktig butiksoplevelse som möjligt. I och med samarbetet med Streamify vill Akademibokhandeln lyfta fram fler koncept som inspirerar till läsglädje och kreativitet. Bland annat ett nytt koncept för att fånga upp den rådande BookTok trenden som just nu är stark på TikTok.

” Vi ser inte live shopping enbart som en försäljningskanal utan en möjlighet till att skapa en digital mötesplats för att lyfta hela vårt unika sortiment. Vi ser samarbetet med Streamify som en möjlighet att växla upp vår satsning på live shopping med flera inspirerande format. ”

Maria Backlund, Marknadschef Akademibokhandeln

Förlängningar

Glädjande nog har flera kunder, efter en första inledande avtalsperiod, valt att förlänga sina avtal med Streamify. Några att nämna är Naturkompaniet AB och AS samt Chandla. På frågan om varför Naturkompaniet har valt att satsa på Live Shopping svarade de:

” En av de allra viktigaste frågorna för oss på Naturkompaniet är att inspirera människor till att spendera tid i naturen. En nyckel i det är att dela med oss av vår erfarenhet, kunskap och passion för friluftsliv och därför är det just den biten vi kommer fokusera på i vårt samarbete med Streamify. ”

Sofie Saberski marknadschef på Naturkompaniet

Generellt erhålls positiv feedback från Bolagets kunder vilka bland annat framhåller att produkten är enkel att använda, att de fått ett mycket bra mottagande och stöd från Streamify samt att de är nöjda över resultaten som deras live shopping-satsningar ger. Att kunder vill fortsätta använda Streamifys produkt och ta konceptet live shopping vidare är givetvis positivt och bekräftar att Bolaget gör rätt saker samt att timingen är rätt.

User adoption

Bolagets kunder har olika mognad och erfarenhet vad gäller live shopping och det varierar hur ofta en kund sänder, och så även antalet tittare. Vid en jämförelse av Streamifys kunders totala antal sändningar som gjordes i Q4 jämfört mot Q1 så har det skett en ökning om 253%. Motsvarande tillväxt i totala antal tittare är 408%. Detta visar att kunderna kommer i gång snabbt och fortsätter att sända och locka tittare.

Antal sändningar Q4 vs Q1

+253%

Antal unika tittare Q4 vs Q1

+408%

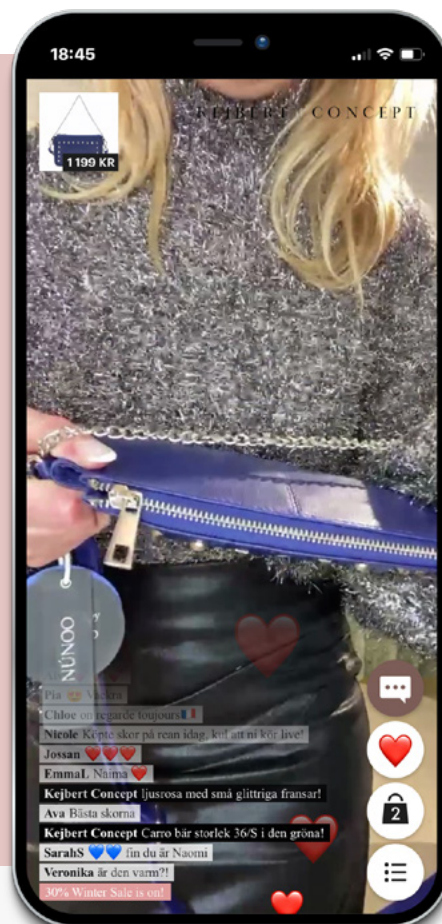
En spännande sak att nämna är det breda användningsområdet för live shopping, där Bolaget har noterat att oavsett bransch eller syfte med konceptet finns det massor att utforska och där Streamify tror att vi bara har sett början av hur live shopping kommer att användas framöver. För att nämna ett exempel så använder två av Streamifys kunder, TNG Group och Postnord, live shopping i rekryteringssyfte. Webinars är ett annat användningsområde där bland annat funktionerna för interaktioner och möjligheten att visa upp annat än produkter under sändningen har varit uppskattade.

Success stories från två av våra kunder

För de kunder som sänder kontinuerligt upplevs ofta en högre nöjdhet vad gäller uppnådda resultat, oavsett om syftet med live shopping är att öka försäljning, utbilda och inspirera, bygga community eller annat. Läs om två av Streamifys kunder som båda har varit med under större delen av året och som har genomfört flertalet framgångsrika sändningar.

Kunden Kejbert Concept har genomfört flertalet framgångsrika live shopping-sändningar under året och de har lyckats mycket bra med att levandegöra sitt varumärkes personlighet. Försäljningen har ökat markant i direkt koppling till eventen och uppgår till ca 100 tkr/event. Med en ROI på hela 2000% och en sessionstid på 42 min har live shopping varit en lyckosam satsning.

Kunden Kejbert Concept

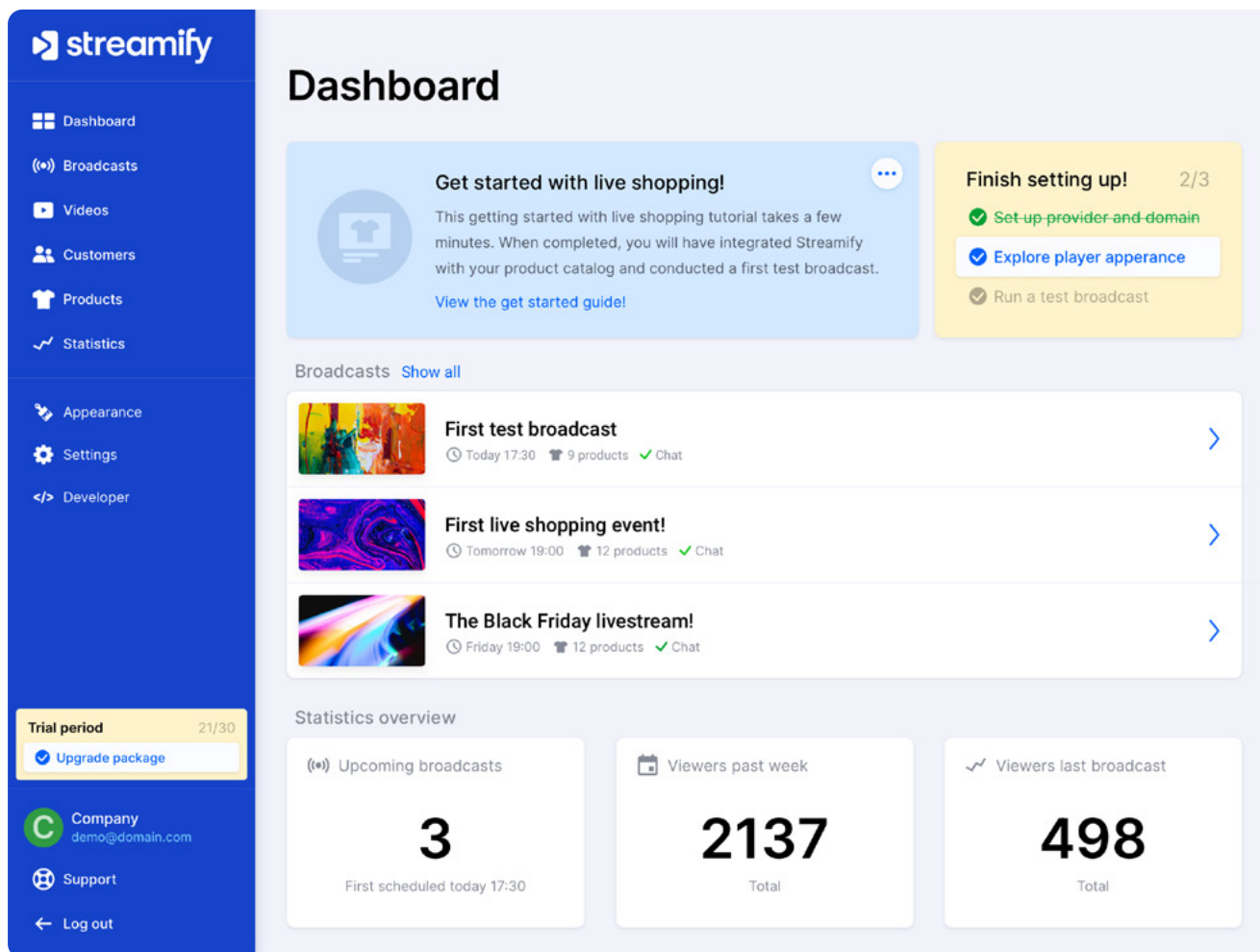


CC Shoes har ett sortiment som fokuserar på lyx, kvalitet och komfort och ser stora möjligheter att med live shopping kunna utbilda och inspirera sina tittare, vilket leder till att deras kunder blir mer trygga i sitt köp. Förutom att de har sett en ökad försäljning både under och efter livesändningarna så har de också kunnat uppmäta en mycket hög engagemangsgrad hos sina tittare. Ungefär 50% av alla tittare under en livesändning har varit aktiva i chatten och/eller har använt sig av andra möjligheter att interagera, så som gilla-knappen, vilket får anses vara ett lyckosamt utfall där ambitionen med live shopping har varit att kunna ge ett mer personligt bemötande digitalt till sina besökare.

Kunden CC Shoes

Produktutveckling ger förbättrad upplevelse

Under årets sista kvartal har fokus varit på UX-design och förbättringar i produktens spelare. Det har inneburit tydligare och bättre funktioner i administrationsdelen av produkten, allt för att underlätta och ge den som sänder större valmöjligheter.



Den senaste tidens produktutveckling har också inneburit att gränssnittet för tittarna har fått nya funktioner som gjort det både enklare att delta och skapat en bättre tittarupplevelse.

En annan nyhet under kvartalet har varit kalenderfunktionen vilket innebär att tittarna kan lägga till en kommande sändning direkt till sin kalender, en efterfrågad funktion som nu är på plats.

För att underlätta för nytilkomna kunder har Streamify under det senaste kvartalet utvecklat en installationsguide så att kunderna själva på ett smidigt och enkelt sätt kan göra de nödvändiga inställningar som krävs för att komma igång. Att förenkla och förbättra onboardingprocessen av nya kunder är strategiskt viktigt för Bolaget då dess planerade tillväxt i mångt och mycket bygger på en automatiserad gör-det-självt-produkt.

Marknad

Bolaget har fortsatt att arbeta med sin varumärkeskännetecken under de senaste månaderna och märker av en allt större räckvidd i sina marknadsaktiviteter. Resultatet har bland annat varit ett ökat inflöde av inbounds, dvs att potentiella kunder hör av sig själva direkt till Streamify. Streamifys lansering av en julkalender i live shopping-format där befintliga och potentiella kunder fick delta har uppskattats och fått genomslag i form av nya dialoger. Bolaget har märkt av ett ökat intresse för live shopping i Norge och har under det sista kvartalet genomfört ett antal aktiviteter i grannlandet med potentiella samarbetspartners.

Kommentarer till den finansiella utvecklingen

Omsättning och resultat

Streamifys nettoomsättning uppgick för fjärde kvartalet till 678 920 SEK (339 500 SEK), en ökning om 100% YoY. Majoriteten av kvartalets omsättning, ca 70%, kommer från den huvudsakliga Live Video Shopping-affären medan resten hänförs till Pay Per View.

Bolagets rörelsekostnader under årets sista kvartal minskade med 17% jämfört med samma kvartal föregående år och uppgick till -4 260 873 SEK (-5 134 945 SEK). Det har skett en förflyttning från att Bolaget förra året hade en större andel av kostnaderna hänförliga till inköp av konsulter till att nu istället ha kompetensen inhouse hos egna anställda. Den stora skillnaden mellan årens sista kvartal är att Bolaget föregående år hade en betydligt större kostnad för just externa konsulter.

De ökade intäkterna och minskade kostnaderna i kvartalet gav ett rörelseresultat om -3 059 855 SEK (-3 433 664 SEK) en förbättring om 11%, motsvarande 373 808 SEK.

Akkumulerat för helåret uppgick nettoomsättningen till 2 424 878 SEK (1 168 432 SEK) en ökning om 108% YoY. Lanseringen och tillväxten av Live Video Shopping-affären är den största förklaringen till ökningen men även Pay Per View-affären har ökat i absoluta tal jämfört med föregående år.

Rörelseresultatet för helåret uppgick till -12 214 818 SEK (-9 487 176 SEK). Bolaget har i snitt haft fler anställda (nio jämfört med fem föregående år) och därmed högre personalrelaterade kostnader. Samtidigt har inköp av externa konsulter varit lägre.

Likviditet och balansräkning

Den 31 december 2022 uppgick summan av tillgångar i Streamify till 12 636 956 SEK (19 100 491 SEK). Bolagets skulder uppgick till 2 687 828 SEK (2 257 855 SEK).

Bolagets likvida medel per den 31 december 2022 uppgick till 972 919 SEK (8 633 893 SEK). Kassaflödet från den löpande verksamheten för kvartalet uppgick till -3 250 863 SEK (-5 838 021 SEK). Bolagets soliditet per den 31 december 2022 uppgick till 78,7 % (88,2 %).

Bolaget har under kvartalet tillförts ca 4,4 MSEK före kostnader i en genomförd företrädesemission. I företrädesemissionen ingick teckningsoptioner som fortfarande är utestående. Vid fullteckning av Teckningsoptionerna av serie TO2, med nyttjandeperiod 12 januari – 25 januari 2023, kan Bolaget tillföras ytterligare upp till cirka 4,5 MSEK. Vid fullteckning av Teckningsoptionerna av serie TO3, med nyttjandeperiod 21 augusti – 4 september 2023, kan Bolaget tillföras ytterligare upp till cirka 7,5 MSEK.

Bolagets likviditet utvärderas löpande där styrelse och ledning fokuserar på att stärka likviditeten på kort och långsikt.

Granskning av revisor

Bokslutskommunikén har inte varit föremål för granskning av Bolagets revisor..

Principer för bokslutskommunikéns upprättande

Denna bokslutskommuniké har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringslagens allmänna råd BFNAR 2012:1 "K3".

Antalet anställda

Per 2022-12-31 uppgick antalet anställda till 9 (7).

Kommande finansiella rapporter

Streamify upprättar och offentliggör en ekonomisk rapport vid varje kvartalsskifte. Kommande rapporter är planerade enligt följande:

Delårsrapport 1 2023	→	28 april 2023
Halvårsrapport 2 2023	→	31 augusti 2023
Delårsrapport 3 2023	→	30 november 2023

Årsstämma och årsredovisning

Årsstämman i Streamify AB kommer hållas den 19 maj 2023 i Östersund. Årsredovisningen kommer att offentliggöras senast tre veckor innan årsstämman och finnas tillgänglig den 28 april 2022 på [bolagets hemsida](#) samt kontor och skickas till de aktieägare som så begär.

Vinstdisposition

Styrelsen för Streamify har inte för avsikt att föreslå någon utdelning på årsstämman 2023.

Uttalande från styrelsen

Styrelsen försäkrar att bokslutskommunikén ger en rättvis och riktig översikt över bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

Östersund den 11 januari 2023

Styrelsen för Streamify AB

Lars Ekström, styrelseordförande

Johan Klitkou, styrelseledamot och VD

Lise Alm, styrelseledamot

Pontus Hymér, styrelseledamot

För ytterligare information

Tel: +46-(0)63-1337 47

E-mail: johan@streamify.io

Resultaträkning

SEK	2022-10-01 2022-12-31	2021-10-01 2021-12-31	2022-01-01 2022-12-31	2021-01-01 2021-12-31
<i>Rörelseintäkter</i>				
Nettoomsättning	678 920	339 500	2 424 878	1 168 432
Aktiverat arbete för egen räkning	516 825	1 210 318	3 045 853	3 552 005
Övriga rörelseintäkter	5 273	151 463	15 545	167 531
Summa rörelseintäkter	1 201 018	1 701 281	5 486 276	4 887 968
<i>Rörelsens kostnader</i>				
Övriga externa kostnader	-1 612 134	-3 314 002	-7 915 760	-9 883 883
Personalkostnader	-2 180 027	-1 490 740	-8 099 686	-3 730 584
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-466 060	-325 460	-1 635 495	-728 384
Övriga rörelsekostnader	-2 652	-4 743	-50 153	-32 293
Summa rörelsekostnader	-4 260 873	-5 134 945	-17 701 094	-14 375 144
Rörelseresultat	-3 059 855	-3 433 664	-12 214 818	-9 487 176
<i>Finansiella poster</i>				
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	128	0	1 267	0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-945	-351	-5 244	-8 896
Summa finansiella poster	-817	-351	-3 977	-8 896
Resultat efter finansiella poster	-3 060 672	-3 434 015	-12 218 795	-9 496 072
Resultat före skatt	-3 060 672	-3 434 015	-12 218 795	-9 496 072
Skatt på årets resultat	2 460 664	1 114 066	2 460 664	1 114 066
Årets resultat	-600 008	-2 319 949	-9 758 131	-8 382 006

Balansräkning

SEK	2022-12-31	2021-12-31
TILLGÅNGAR		
Tecknat men ej inbetalt kapital	0	2 638 700
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	6 029 390	4 438 203
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	119 621	155 225
Summa immateriella anläggningstillgångar	6 149 011	4 593 428
Materiella anläggningstillgångar	282 284	373 873
Summa materiella anläggningstillgångar	282 284	373 873
Uppskjuten skattefordran	4 312 000	1 854 000
Summa finansiella anläggningstillgångar	4 312 000	1 854 000
Summa anläggningstillgångar	10 743 295	6 821 301
Omsättningstillgångar		
Kundfordringar	87 550	43 353
Övriga fordringar	235 385	687 839
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	597 807	275 405
Summa kortfristiga fordringar	920 742	1 006 597
Kassa och bank	972 919	8 633 893
Summa kassa och bank	972 919	8 633 893
Summa omsättningstillgångar	1 893 661	9 640 490
SUMMA TILLGÅNGAR	12 636 956	19 100 491

Balansräkning, fortsättning

SEK	2022-12-31	2021-12-31
<i>EGET KAPITAL OCH SKULDER</i>		
Eget kapital		
Bundet eget kapital		
Aktiekapital	2 134 622	1 229 753
Ej registrerat aktiekapital	0	209 284
Fond för utvecklingsutgifter	5 500 090	3 908 904
Summa bundet eget kapital	7 634 712	5 347 941
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	2 169 038	11 332 922
Balanserat resultat	9 903 509	8 543 779
Periodens resultat	-9 758 131	-8 382 006
Summa fritt eget kapital	2 314 416	11 494 695
Summa eget kapital	9 949 128	16 842 636
Långfristiga skulder		
Övriga skulder	705 109	0
Summa långfristiga skulder	705 109	0
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	533 742	1 053 658
Aktuell skatteskuld	147 172	36 447
Övriga skulder	313 460	494 713
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	988 345	673 037
Summa kortfristiga skulder	1 982 719	2 257 855
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	12 636 956	19 100 491

Förändring eget kapital 2022-01-01 – 2022-12-31

SEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		
	Aktiekapital	Utvecklingsfond	Överkursfond	Balanserat resultat	Årets resultat
Belopp vid periodens ingång	1 439 037	3 908 904	11 332 922	8 543 779	-8 382 006
Utställda optioner*	-209 284		209 284		
Nyemission	904 869		1 959 754		
Disposition enligt årets årsstämma			-11 332 922	2 950 916	8 382 006
Utvecklingsfond		1 591 186		-1 591 186	
Periodens resultat					-9 758 131
Belopp vid periodens utgång	2 134 622	5 500 090	2 169 038	9 903 509	-9 758 131

* Utställda optioner har i tidigare rapporter redovisats som bundet eget kapital. Efter beslut av styrelsen tillförs beloppet den fria överkursfonden

Förändring eget kapital 2021-01-01 – 2021-12-31

SEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		
	Aktiekapital	Utvecklingsfond	Överkursfond	Balanserat resultat	Årets resultat
Belopp vid periodens ingång	864 601	860 285	14 231 222	238 019	-2 876 843
Utställda optioner	209 284				
Nyemission	365 152		11 332 922		
Disposition enligt årets årsstämma			-14 231 222	11 354 379	2 876 843
Utvecklingsfond		3 048 619		-3 048 619	
Periodens resultat					-8 382 006
Belopp vid periodens utgång	1 439 037	3 908 904	11 332 922	8 543 779	-8 382 006

Kassaflödesanalys

SEK	2022-10-01 2022-12-31	2021-10-01 2021-12-31	2022-01-01 2022-12-31	2021-01-01 2021-12-31
<i>Löpande verksamhet</i>				
Rörelseresultat	-3 059 856	-3 433 664	-12 214 818	-9 487 176
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	468 724	325 460	1 636 672	728 384
Räntenetto	-817	-351	-3 977	-8 896
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-2 591 949	-3 108 555	-10 582 123	-8 767 688
<i>Förändring rörelsekapital</i>				
Minskning (+) / Ökning (-) av rörelsefordringar	-282 712	-2 748 052	85 855	-861 194
Minskning (-) / Ökning (+) av rörelseskulder	-376 202	18 586	429 973	47 790
Kassaflöde löpande verksamhet	-3 250 863	-5 838 021	-10 066 295	-9 581 092
<i>Investeringsverksamhet</i>				
Förvärv av koncessioner, patent, licenser mm	0	0	0	-178 000
Förvärv av materiella anläggnings-tillgångar	0	-81 396	-52 150	-444 553
Förvärv av balanserade utgifter för utvecklings-arbeten	-516 825	-999 604	-3 045 852	-3 048 619
Kassaflöde investeringsverksamhet	-516 825	-1 081 000	-3 098 002	-3 671 172
<i>Finansieringsverksamhet</i>				
Nyemission	3 536 987	12 251 782	5 503 323	19 881 568
Kortfristiga skulder	0	0	0	-466 667
Erhållna stöd	0	325 385	0	325 385
Kassaflöde finansieringsverksamhet	3 536 987	12 577 167	5 503 323	19 740 286
Periodens Kassaflöde	-230 701	5 658 146	-7 660 974	6 488 022
Ingående kassa	1 203 620	2 975 746	8 633 893	2 145 871
Utgående kassa	972 919	8 633 892	972 919	8 633 893

Bolagsinformation

Firmanamn	Streamify AB
Handelsbeteckning	"STREAM". Aktier handlas på Spotlight Stock Market.
ISIN-koder	Aktiernas ISIN-kod är SE0015244462.
Säte och hemvist	Östersund, Sverige
Organisationsnummer	559127-1399
Datum för bolagsbildning	2017-05-23
Datum när bolag startade sin verksamhet	2017-09-28
Land för bolagsbildning	Sverige
Juridisk form	Publikt aktiebolag
Lagstiftning	Svensk rätt och svenska aktiebolagslagen
Adress	Törnstens gränd 11, 831 30 Östersund
Telefon	+46 (0) 63-13 37 51
Hemsida	www.streamify.io
LEI-kod	549300G0YBY86OFIGX63



STREAMIFY AB

ORG NR 559127-1399, REGISTRERAT MED SÄTE I ÖSTERSUND

Törnstens gränd 11, 831 30 Östersund

www.streamify.io