



TEASER

Ägarspridning inför notering på Nordic SME

KVIX AB (publ)



Ett memorandum ("Memorandumet") har upprättats med anledning av Kvix AB (publ):s inbjudan till teckning av aktier ("Erbjudandet") inför notering på NGM Nordic SME. Med "Kvix" eller "Bolaget" avses, beroende på sammanhanget Kvix AB, org.nr. 559198-1146, ett svenskt publikt aktiebolag. Memorandumet kan erhållas på www.kvix.se. Memorandumet utgör inget prospekt i enlighet med Kommissionens delegerade förordning (EU) 2019/980 och artikel 20 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1129 ("Prospektförordningen") och har inte granskats och godkänts av Finansinspektionen.

Vänligen observera att varje beslut att investera i Kvix ska baseras på Memorandumet i sin helhet. Styrelsen för Kvix har upprättat Memorandumet med anledning av Erbjudandet och förestående notering på NGM Nordic SME. Augment Partners AB ("Augment") är Bolagets finansiella rådgivare i samband med Erbjudandet och Aqurat Fondkommission AB ("Aqurat") agerar emissionsinstitut. Eversheds Sutherland Advokatbyrå AB ("Eversheds") är legal rådgivare åt Bolaget i samband med Erbjudandet. Med "Euroclear" avses Euroclear Sweden AB.

Memorandumet innehåller bl.a. en presentation av Kvix, Erbjudandet och de risker som är förenade med en investering i Kvix och deltagande i Erbjudandet. Denna teaser är inte avsedd att ersätta Memorandumet som grund för beslut att teckna aktier i Kvix och utgör ingen rekommendation att teckna aktier i Kvix. Investerade som vill eller överväger att investera i Kvix uppmanas läsa Memorandumet.

Streamingplattform för hälsa och välmående

Introduktion till Kvix

Kort om Kvix

Kvix tillhandahåller en streamingplattform som sammanför inspiratörer med personer som eftersträvar ett ökat välmående. Plattformen finns tillgänglig via app och webbläsare och är anpassad för en rad olika enheter. Kvix medlemmar kan utifrån ett brett utbud välja innehåll för att hitta den sista pusselbiten som behövs för ett långsiktigt och hållbart välmående.

Kvix mål är att skapa en marknadsledande plattform för välmående där medlemmarna kan ta del av live-sändningar inom fysiskt, mentalt och livsstilsrelaterat välmående. Medlemmar kan interagera med streamers och få live-feedback via webbkameran om så önskas. Genom den egenutvecklade plattformen avser Kvix att bli den självklara mötesplatsen för hälsa.

Affärsmodell

Kvix använder sig av en så kallad freemium modell där Bolaget bygger en stark bas av engagerade medlemmar. I dagsläget finns två medlemskategorier:

- Kvix Free
- Kvix Premium

Genom Kvix Free kan medlemmarna se alla live-sändningar gratis. Samtliga livesändningar spelas in och med Kvix Premium får medlemmarna tillgång till alla sändningar i efterhand. Priset per månad för Kvix Premium är för närvarande 149 SEK vilket genererar månatligt återkommande intäkter. Kvix Premium erbjuds även på årsbasis där medlemmarna köper ett årskort som ger tillgång premiuminnehållet.

25,4 %

Månatlig ökning av medlemmar¹

9,6 %

Månatlig ökning av premiummedlemmar¹

28,0 %

Månatlig ökning av aktiva årskort¹

3,2 %

Daglig ökning av appnedladdningar¹



¹ Observationsperioden för ökningen av medlemmar, premiummedlemmar och aktiva årskort är 31 december 2020 till 30 september 2021 och observationsperioden för ökningen av appnedladdningar är 14 juni 2021 till 30 september 2021.

Johan Thomasson, grundare och VD har ordet

På bara två år har Kvix fått över 43 000 medlemmar och 50 streamers. Ändå har vi bara börjat vår resa mot visionen att hälsa och välmående ska vara lättillgängligt för alla. Vi är ett starkt och dedikerat team med en gedigen blandning av tekniskt kunnande och entreprenöriell erfarenhet.

För mig personligen har välmående och hälsa alltid legat varmt om hjärtat och det känns fantastiskt att äntligen kunna lägga allt mitt fokus på att vidareutveckla Kvix. Jag är en serieentreprenör som har startat och drivit bolag i 20 år och jag har alltid sökt efter fascinerande idéer att utveckla. För några år sedan slog det mig att en signifikant andel av aktiviteten på sociala medier kretsar kring tränings- och välmåendevideor. I mars 2019 började jag fundera över det faktum att det inte fanns någon dedikerad plattform för hälsoinspiratörer online. De flesta använde konventionella sociala mediekanalet och jag ville utveckla en plattform där de bättre och mer personligt kunde interagera med och nå sina följare.

Instagram och Twitch är exempel på breda och allmänna plattformar där många hälsoinspiratörer idag försöker nå ut i bruset. På Instagram finns allt från semesterbilder till Cristiano Ronaldos dryga 300 miljoner följare och Twitch består i stort sett bara av gamers. Kvix ska vara den givna streamingplattformen för wellness specifikt. Där kan våra streamers samla allt sitt material kring hälsa och välmående, för att inspirera och engagera människor runt om i världen till en mer hälsosam och sund livsstil.

I tandem med den växande fitnessindustrin har live-streamingindustrin vuxit explosionsartat de senaste åren och den förväntas nå en storlek om 247 miljarder USD år 2027.² Twitch, som den största spelaren på marknaden, har ensam genererat över 18,6 miljarder timmar innehåll som setts världen över under 2020.³

Med Kvix vill vi fylla ett tomrum på marknaden genom att kombinera något som är viktigt för oss med en av de snabbast växande branscherna globalt. Vi erbjuder en tjänst som möjliggör direkt kontakt mellan medlemmar och inspiratörer med exklusivt fokus på hälsa och

välmående. På plattformen kan du som hälsoinspiratör dela med dig av dina kunskaper och erfarenheter, personligen möta dina följare samt ge feedback i realtid. Samtidigt får en bredare publik möjligheten att hitta inspirerande personer och med låg tröskel delta i en interaktiv gemenskap där både erfarna och oerfarna hälsoentusiaster kan delta i sändningarna.

I samband med noteringen har vi möjlighet till en välplanerad och ambitiös expansion av vår verksamhet. Vi söker tillväxtkapital för att bredda och utveckla verksamheten. I första hand kommer kapitalet användas till att genom marknadsföring skapa större synlighet och öka antalet medlemmar, men även för teknisk utveckling av plattformen. Ett första steg på den stundande tillväxtresan blir lanseringen av Wellstar – världens första talangtävling för wellness-streamers.

När jag tror på en idé så satsar jag på den. Kvix har allt mitt fokus och de pengar jag tjänat hittills har jag till stora delar investerat i uppbyggnaden av vårt bolag. Jag vill nu bredda ägandet i Kvix där jag för närvarande är i stort sett ensam ägare.

Det är min förhoppning att Du som investerare känner Dig lockad att komma in som ägare i ett nischat bolag med stark potential och vara delaktig i vår tillväxt.



Med vänlig hälsning

Johan Thomasson,
Grundare och VD

² Market Research Future, 2020. Global Live Streaming Market Research Report.

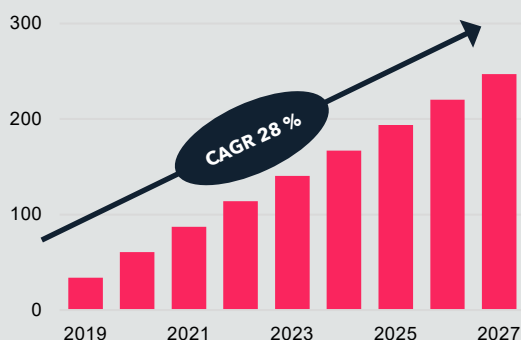
³ <https://twitchtracker.com/statistics>.

Kvix fyller ett tomrum på en kraftigt växande marknad

Marknadsöversikt ⁴

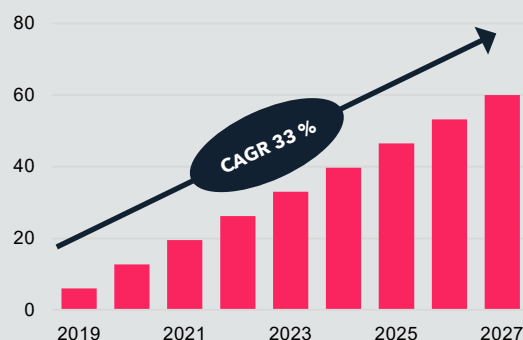
- Marknaden för **onlineträning** väntas växa med en CAGR om **33 procent** fram till 2027
- Globala livestreamingmarknaden** väntas växa med en CAGR om **28 procent** fram till 2027
- En växande fitnessmarknad där **teknologiska innovationer** och en ökad hälso-medvetenhet bland befolkningen **pådrivar** den uppåtgående **fitnesstrenden**
- En förmånlig **demografiutveckling** med en åldrande befolkning och ett **ökat intresse** bland allmänheten för **digitala lösningar** som utmanar traditionella alternativ
- Fitnessindustrin** genomgår en snabb och utbredd **digitalisering**, vilket har accentuerats av COVID-19

Den globala livestreamingmarknaden (mdUSD)



Figur 1. Den globala livestreamingmarknaden väntas växa med en CAGR om 28 procent fram till 2027.

Marknaden för onlineträning (mdUSD)



Figur 2. Marknaden för onlineträning väntas växa med en CAGR om 33 procent fram till 2027.

⁴ Market Research Future, 2020. Global Live Streaming Market Research Report; Deloitte/EuropeActive, 2020. European Health & Fitness Market Report; ASCM, 2020. Online Fitness Market Statistics.

Kvix styrkor och konkurrensfördelar



Omfattande utbud som täcker hela välmåendecirkeln

Kvix värnar om ett långsiktigt och hållbart välmående där fokus ligger på att uppnå balans i vardagen. En av Kvix viktigaste styrkor ligger i att plattformen täcker hela välmåendecirkeln. För att uppnå ett uthålligt välmående fordras en balans mellan den mentala och fysiska hälsan. Genom diversiteten som skapas av streamers med en varierande bakgrund kan medlemmarna välja sådana sändningar som sätter den sista pusselbiten på plats. Medlemmarna har tillgång till en rad olika inspirationskällor vare sig det gäller en föreläsning eller ett tungt träningspass.



Namnstarka streamers

Nätverket av namnstarka streamers är i sig en konkurrensfördel och utgör en vital komponent av Kvix marknadsföring. Streamers och influencers som samarbetar med Kvix har på sociala medier en gemensam bas om över 3 miljoner följare vilket bidrar till att skapa en naturlig viralitet.



First mover på nischad marknad

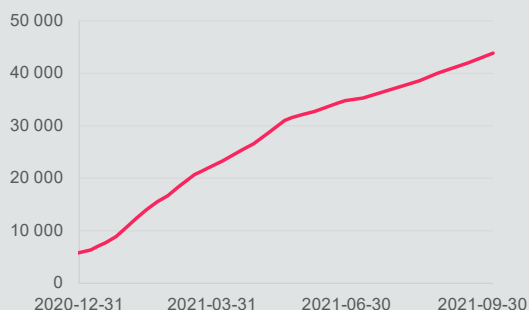
Mot bakgrund av den omvälvande transformationen inom segmentet välmående utgör Bolagets marknadsposition en veritabel konkurrensfördel. Kvix konkurrerar i första hand med andra streamingplattformar vilka inte riktar sig till samma slutanvändare. Med ett specifikt segment inom streaming är Kvix välpositionerat jämfört med konkurrenter.



Svårreplikerad interaktion och gemenskap

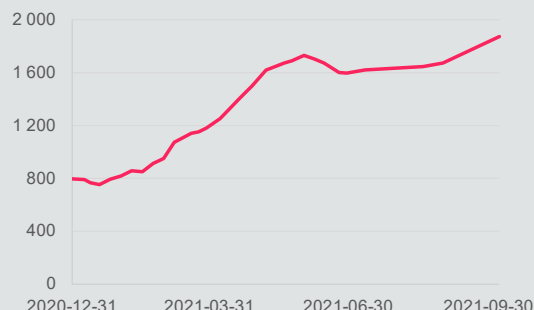
Inom träningssegmentet finns det andra aktörer som erbjuder online-sändningar men emellertid förlitar sig dessa främst på externa streamingplattformar eller erbjuder redan inspelade pass. Genom sin egenutvecklade plattform och marknadsledande tjänst samlar Kvix såväl inspiratörer som wellnesspubliken i stort på ett och samma ställe där livepassen skapar en interaktion och gemenskap som är svåruppnådd med enbart inspelat material. Bolaget erhåller följaktligen en framskjuten position på den förändrade spelplanen.

Antal medlemmar



Figur 3. Antalet medlemmar har i genomsnitt ökat med 25,4 procent månatligen, och antalet per den 30 september var 42 980.

Antal premiummedlemmar



Figur 4. Antalet premiummedlemmar har ökat med 9,6 procent månatligen i genomsnitt. Per den 30 september hade Bolaget 1 820 premiummedlemmar. På sommaren minskades marknadsföringen, vilket återspeglas i antalet premiummedlemmar från slutet av maj till juni.

Kvix tillväxtstrategi

Wellstar-tävlingen ska bidra till att antalet streamers ökar från 50 till 500 under år 2022

Bolaget kommer lansera en årligt återkommande talangjakt för wellness-streamers under namnet Wellstar. Målet är att attrahera nya streamers som engagerar sin följarbas till att använda plattformen. Wellstar är världens första talangtävling för wellness-streamers. Vinnaren utses av tittarna och streamern med flest tittarröster vid tävlingens slut erhåller ett pris. Detta skapar en ny publik samtidigt som medlemmarna får ta del av nya upplevelser. Streamers rekryteras i god tid innan tävlingen. Genom Wellstar kommer Kvix att knyta till sig influencers som engagerar sin breda följarbas. Tävlingen har per den 30 september 2021 redan över 150 anmälda. Partnerpaket kommer erbjudas till namnstarka sponsorer vilket kommer att leda till positiv uppmärksamhet ur ett folkhälso-perspektiv.

Uppnå 100 000 svenska medlemmar under år 2022

Utbetalningar och vinstdelningar kommer att attrahera nya streamers som engagerar sina följare, vilket resulterar i nya målgrupper och upplevelser. Kvix plattform drar nytta av positiva nätverkseffekter där ett ökat utbud av såväl streamers som sändningar bidrar till en förbättrad upplevelse och ökad valmöjlighet för slut-användaren. Antalet medlemmar har ökat med cirka 25 procent månatligen sedan slutet av år 2020 och per den 30 september 2021 har Kvix redan uppnått cirka 43 000 medlemmar.

Utveckla och öppna Kvix så att streamers själva kan boka och hantera sina sändningar

Detta är essentiellt för att plattformen ska fungera med tanke på den rådande tillväxten. Öppningen kommer att gynna såväl medlemmar som streamers. Genom en ökad autonomi får streamers en bättre möjlighet att skräddarsy sina sändningar efter egen vilja vilket bidrar till ökad skalbarhet av plattformen.

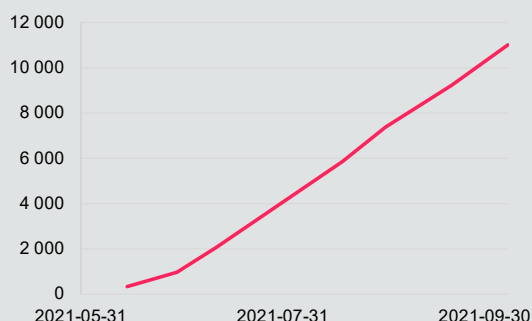
Partnersamarbeten och vinstdelningssystem skapar nya intäktsströmmar

Medlemmarna kan donera pengar till streamers och varje kanal har möjlighet till partnersamarbeten. Åtgärden har införts dels med avsikt att ge incitament till streamers att engagera sina följare, dels för att förbättra interaktiviteten och förmedla en förhöjd upplevelse till medlemmarna. Intäkterna från donationerna delas mellan Kvix och streamern.

Framtida geografisk expansion

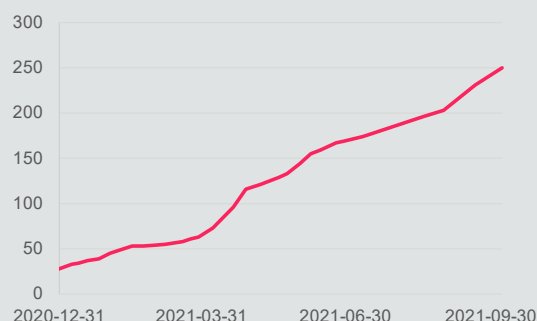
Förutom de ovan angivna fokusområdena ser Kvix positivt på en framtida utlandsexpansion. Kvix huvudsakliga fokus ligger i dagsläget på att fortsätta växa på den svenska marknaden men Bolaget bedömer att plattformen och affärsmodellen har potential att lanseras på en bredare europeisk marknad.

Appnedladdningar



Figur 5. Antalet nedladdningar av Bolagets mobilapplikation har i genomsnitt ökat med 3,2 procent per dag.

Aktiva årskort



Figur 6. Antalet aktiva årskort har i genomsnitt ökat med 28 procent månatligen sedan slutet av december 2020.

Erbjudandet i sammandrag och preliminär tidsplan

Erbjudandets storlek:

Högst 3 714 286 aktier motsvarande en emissionsvolym om 26,0 MSEK.

Teckningskurs:

7 SEK per aktie.

Marknadsvärde (pre-money):

Bolagets värdering uppgår till 35,0 MSEK före Erbjudandet.

Motiv:

Mot bakgrund av Kvix unika marknadsposition och starka affärsmodell avser Bolaget genomföra noteringen med syftet att främja fortsatt tillväxt, stärka marknadsföringen och vidareutveckla streamingplattformen med utökade funktionaliteter.

Användning av emissionslikvid:

- Vidareutveckling av plattformen, cirka 45 procent
- Marknadsföring, cirka 45 procent
- Rörelsekapital, cirka 10 procent

Teckningsförbindelser:

Erbjudandet omfattas till 73,1 procent, motsvarande 19,0 MSEK av teckningsförbindelser.

Minsta teckningspost:

750 aktier motsvarande 5 250 SEK

Lock-up:

100 procent av aktierna före Erbjudandet och 77,2 procent av aktierna efter Erbjudandet under förutsättningen att Erbjudandet fulltecknas.

Anmälningssperiod:

12 november – 25 november 2021

Offentliggörande av utfall:

29 november 2021

Likviddag:

1 december 2021

Första dag för handel:

6 december 2021

Handelsplats

NGM Nordic SME

Kortnamn

KVIX

TECKNING

- Anmälan kan göras via Avanza, Nordnet eller din depåbank.
- Anmälan kan också göras via en anmälningssedel som finns tillgänglig på Kvix och Aqurats webbsidor.
- Anmälan för teckning av aktier ska ske under perioden 12 november till och med den 25 november.

