



Q2-2021 Kvartalspresentasjon

skandia
green:power

Dagens presentatører



Gunnar Norheim
CEO



Erik Tønnesen
Styreleder



Arne Thorsland
CFO

Agenda

- 1) Introduksjon og høydepunkter
- 2) Drift og prioriterte aktiviteter
- 3) Finans Q2-2021
- 4) Oppsummering og utsikter fremover
- 5) Q&A

Agenda

1	Introduksjon og høydepunkter
2	Drift og prioriterte aktiviteter
3	Finans Q1-2021
4	Oppsummering og utsikter fremover
5	Q&A



Større hendelser Q2-2021, og i Juli og August

Oppskalering og vekst

Vi har foten på gasspedalen!

- Oppskalering på alle områder
- Bemanning og rekruttering av nøkkelstillinger
- Skalering og kundevekst i tradisjonelt salg - 25% vekst
- Utvikling av NextGen etter plan – lanseres i Q4
- Styret forsterkes med 3 nye ressurser
- SB1-Markets - Market-Maker avtale

Aksjonærer i selskaper

Rank	Investor Name	Number of Shares	% of total
1	Skagerak Maturo Seed As	2 359 043	14,3 %
2	Altitude Capital As	1 425 000	8,7 %
3	Varner Kapital As	986 842	6,0 %
4	Nor Vekst As	970 949	5,9 %
5	As Clipper	822 368	5,0 %
6	Jomani As	587 545	3,2 %
7	Alfa Nor As	531 924	3,2 %
8	Verdipapirfondet Storebrand Vekst	526 142	3,1 %
9	Skeie Alpha Venture As	434 701	2,6 %
10	Bakken & Bæck As	395 239	2,4 %
Total number owned by top 10		9 039 753	54,4 %
Total number of shares		16 450 574	100 %

43 % av aksjene er fordelt på 5 aksjeeiere:

70% av aksjene er fordelt på totalt 20 aksjeeiere

Styret forsterkes

Salg og teknisk kompetanse forsterkes

- Raskere skalering og internasjonal satsing krever større bredde i styret.
- Valgkomite oppnevnt av styret arbeider med følgende mandat til styrekompetanse til 3 nye styremedlemmer:
- **Primærkompetanse/erfaring:**
 - SoftwareTeknologi kunnskap
 - Salg & markedskompetanse for digitale organisasjoner
 - Energibransjen og markedet i Norden
- Styret forventer at prosessen ferdigstilles i oktober.
- Beslattes endelig i en Generalforsamling.

SB1-Markets – oppnevnt som Market makers

- Avtale inngått den 9. juli 2021
- Primær formål:
 - Redusere spreaden i ordreboken
 - Øke likviditeten i aksjen
 - Gjøre selskapet mer attraktivt ovenfor institusjonelle investorer

Agenda

- 
- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1 | Introduksjon og høydepunkter |
| 2 | Drift og prioriterte aktiviteter |
| 3 | Finans Q1-2021 |
| 4 | Oppsummering og utsikter fremover |
| 5 | Q&A |

Kort recap - Hvor er vi i dag - og hva er målene våre!

Skandia GreenPower – i dag



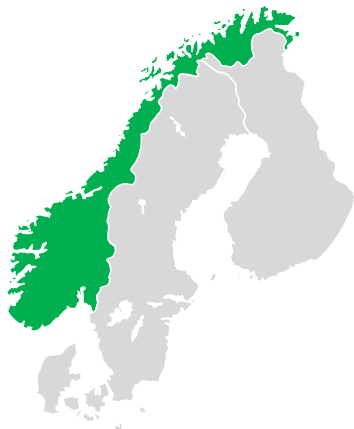
~25,000
kunder



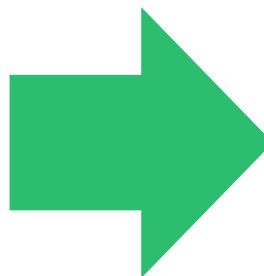
NOK 47m
nettoinntekter



NOK 17m EBITDA
NOK (3,6)m EBIT
Ub 2020



- Lokalisert i **Kristiansand**, med en organisasjon bestående av **35 ansatte**
- En **Innovativ** og **bærekraftig** konsument-fokusert strømlleverandør startet i **2016**
- Klar til å aksellerere strømsalg og lansere **Nordic Next Generation brand**



Skandia GreenPower – mål for 2025E



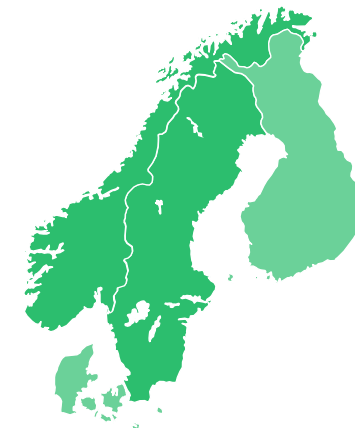
~500,000
kunder



NOK ~450m
nettoinntekter

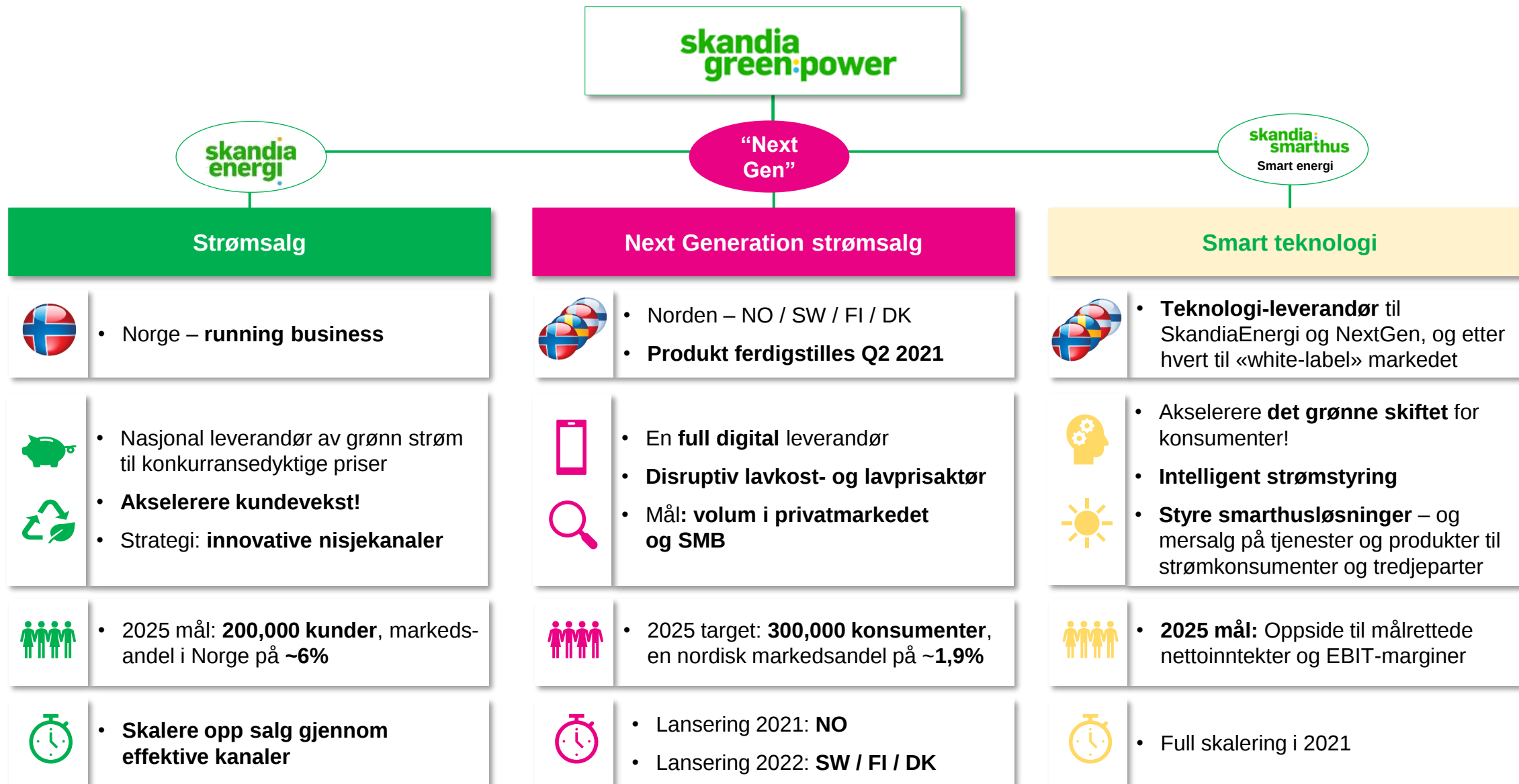


EBIT-margin
~30%



- Portefølje av **~200,000** strømkunder og **~300,000** heldigitale Next Gen-kunder
- Kombinert **markedsandel på ~3.2%** på tvers av Norden
- En ledende leverandør av **smarte energi- og energistyring**

Forretningsområder og strategi!



Godt posisjonert for de neste årene!

Teknologi & Kundeadferd endrer alt!

- Stor markedsmulighet de neste årene!
- Strøm fra lavinteresse til høyinteresse!
- Smarte hjem, styring, kontroll +++
- Kundene vil ha makten i kundeforholdet!
- Nye preferanser og kundedrivere!

Digitale lavkostselskaper tar markedet!

- Vi skal utnytte «game-changeren»!
- Godt posisjonert for endringene!
- Vi skal vokse i dagens marked!
- Være tidlig ut i det nye markedet!
- Digitalt selskap
- Nordisk satsning



1

Kundeadferd endres vesentlig!

- Neste generasjons kunder vil ha helt digitale liv - med smarttelefoner som hovedverktøy
- Forventer full tilgang - med skreddersydd og relevant kommunikasjon



2

Teknologi skaper en nye kategori selskaper!

- Plattformselskaper
- Fullt digitalisert
- Lave kostnader - muliggjør lave priser
- Marginer på 50-60% av dagens selskaper og modeller



3

Smart strøm og smart hus på vei inn!

- Drevet av teknologi, digitalisering og innsikt
- Forvaltning av forbruk og innsikt
- Lading av kjøretøy og egne batterier – «prosumenter» blir et økosystem

Operative Hovedaktiviteter & Prioriteter



- 1) Rekruttering og oppbygging av nødvendig organisasjon til alle selskapene og aktiviteter
- 2) Starte arbeidet med oppskalering av tradisjonelle salgskanaler for SkandiaEnergi
- 3) 25% kundevekst fra hittil i år
- 4) Ferdigstilling av NextGen-produktet for launch i Q4

Oppskalering og rekrutteringer innen Tech og Salg/Marked

Bemanning av sentrale posisjoner



Chief Technologi Officer - CTO

Trond Arild Wahlstrøm

- Solution Architect / Tech Lead i NorgesEnergi / Fortum (2000 – 2021)



Tech Lead - Vipps

Theodor Tomander Skippervold

- Tech Lead – Vipps (2017- 2021 sept)
- Software Engineer - Sparebank1 (2016 – 2017)
- Co-founder Init Oslo AS / Shake Interactive AS



Chief Financial Officer - CFO

Arne Thorsland

- CFO Global Ocean Technology, 2018-2021
- Director PwC Consulting, 2006-2018
- CFO Arendals Fossekompani, 2016-2017



Sr. Business Development Analyst

Jørgen Kittelsen

- Business Analyst (2018 - 2021)
- Business Controller (2016 - 2018)

- Vi har gjort flere, sentrale rekrutteringer i Q3, de fleste av disse onboardses i sept/okt.
- Videre rekrutteringer vil være innenfor:
 - Tech – utviklere mm.
 - Senior Salgskompetanse (digitalt / nisjekanaler)
 - Marked / kundereisen mm.
 - Økonomi og Admin / verdikjeder
 - Forretningsutvikling mm.
- Vi opplever at selskapet vårt er attraktivt i markedet!

Øvrige gjennomførte rekrutteringer:

- Benedicte Ruud Andersen – Leder Kundekontakt
- Jan Kristian Benestad – Markedsleder SkandiaEnergi
- Stephan Papa – Lead Digitalt Salg
- Mf.

SkandiaEnergi – Salgsstrategien vår!



“Next
Gen”

skandia
smarthus
Smart energi

Strategi

Organisk vekst

Gjennom utvalgte volum-kanaler

Nisjedistribusjon

Samarbeid med små / medium partnere

Miks av kanaler

Effektiv kombinasjon av salg og kanaldistribusjon

Seleksjonskriterier

- **Volumpotensiale:** # nye kunder
- **Salgskostnad:** Per kunde
- **Kompleksitet:** Implementering og bruk
- **Strategisk fit:** I tråd med merkevarebygging
- **Forventet utvikling:** Fremtidig potensial
- **Lønnsomhet:** Churn, lojalitet, ARPU

Fem utvalgte salgskanaler vi fokuserer på

Konkurransen i dag				
Høy				Lav
Direktesalg 	Digitalt salg 	Partnere 	Egne initiativer 	White label 
✓ Intern telemarketing ✓ Ekstern telemarketing ✓ Gjennom butikker	✓ Digital markedsføring ✓ Løsning for sammenlikning av pris ✓ Lead-generator ✓ Affiliates	✓ Organisasjoner ✓ Lojalitetsprogrammer ✓ Butikk-kjeder ✓ Eiendoms-meglere ✓ Onlinebutikker	✓ In-house utvikling ✓ Flere nisje-konsepter ✓ Miks av innovative salgskanaler	✓ Større organisasjoner ✓ Delte løsninger

Fokus på effektive nisjesalgskanaler

Vi oppskalerer og har «foten på gassen»

Salg

- Vi bygger første versjon salgsorganisasjon
- Vi vil stå i rekrutteringer de neste 9-12 mnd'er
- Første bevegelser etter oppprioritering av Salg vs NextGen
- Partneravtaler inngått - volum på 40.000 kunder/år, innledende oppskaleringsfase, 3-6 mnd antatt ledetid
- **Vekst på 25% i kundeporteføljen** fra kapitalutvidelsen frem til utgangen av august.
- **Vi leverer i dag på salgsmålene månedlig**, men vil ikke dekke opp etterslep fra første del av Q1.
- **Kundeportefølje på 29.000** ved utgang august
- Med normal høst vil vi ha god fart inn i 2022 - men fortsatt sårbar på endringer så tidlig i utviklingen!
- Nisjekanaler henger på oppbygging av organisasjonen

Ekstraordinære høye priser gir oss muligheter!

Hvordan er temp'en i markedet akkurat nå?

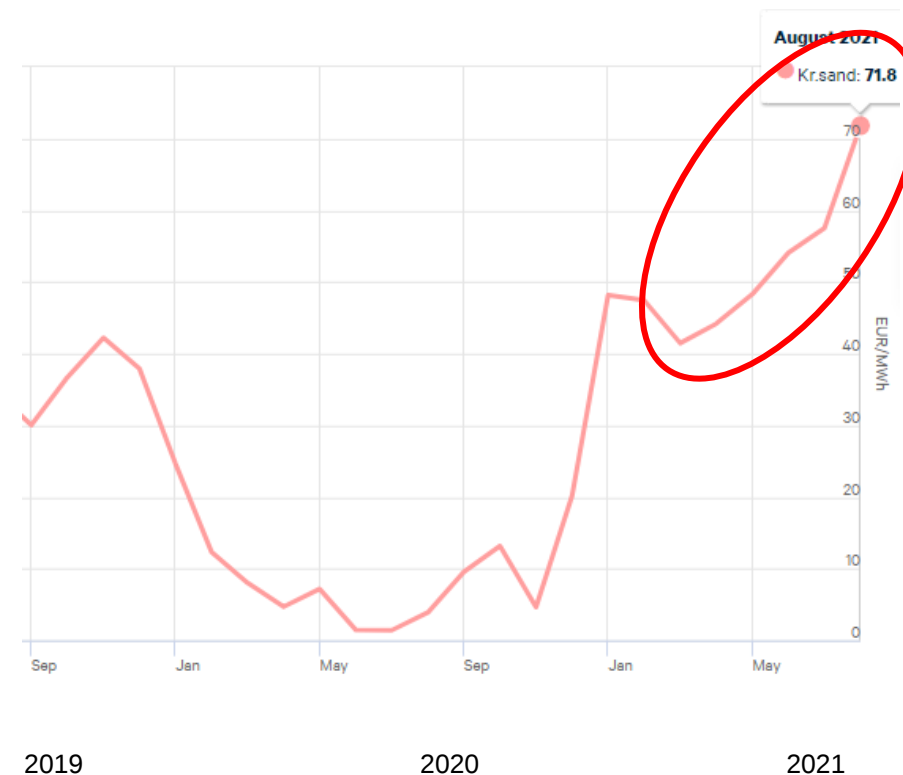
Hva dominerer i markedsbildet akkurat nå

- Stort sett roet seg etter Forbrukertilsynets klager sist vinter
- Vinterpriser allerede i juni – mye fokus i media
- Fjorkraft og Tibber mest synlige
- Sponsede tilbud for kort perioder er populære
- Mye «flytende produkter» som prises under spotprisen for en kort periode

Samtidig gir denne prisutviklingen oss også muligheter for å selge produkter som egner seg godt i denne type markeder. Produkter som mix- og forvaltningsprodukter, pristak og fastpriser osv.

Vi har i dag ikke «sponsede produkter», men vil vurderer behovet basert på den unormale prissituasjonen og konkurrentbildet. Dette vil da på kort sikt ha en kostnad ved redusert DB for perioden

«Vinterpriser» allerede på sommeren og høsten 2021

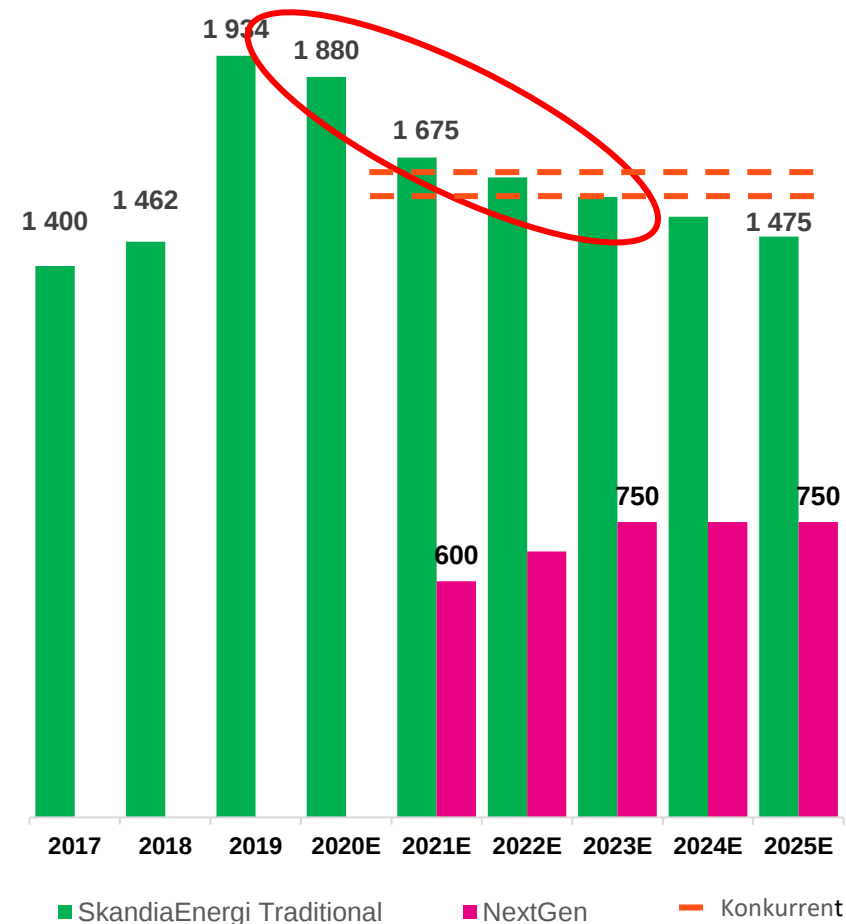


Redusert DB i markedet - i tråd med våre budsjetter!

Nettoinntekt per kunde er som forventet

- Vi prognoserer fallene DB for bransjen de neste årene. Plattformsselskaper / digitalisering er største årsak
 - Budsjettert DB pr kunde i 2021 er NOK 1.675,-
 - Med DB i 1H på kr 793,- pr kunde er vi i rute for å nå budsjettet
- Bakgrunnen for nedjustering av budsjetter i DB/kunde fra 2020 til 2021 var et forventet skjerpet konkurransebilde og regulatoriske endringer.
- For å sikre konkurransekraften denne høsten/vinteren med ekstraordinære høye priser vurderer vi konkrete tiltak rundt produkter og priser. Dette vil være konkurrentdrevent, og på kort sikt ha en kostnad ved redusert DB for den aktuelle perioden.

Budsjettert DB pr. kunde på 1.675,- for 2021



Kundekjøpskostnader ligger innenfor forventningen

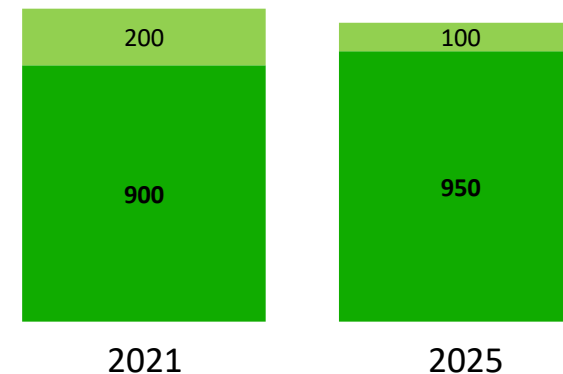
Kommentarer

Vi er i en tidlig oppbyggingsfase med nye leverandører, kanaler, ansatte osv som skal fases inn. Dette gir høyere kostnader før verdikjeder og organisasjonene har «satt seg»

- Budsjettert CAC/kunde for 2021 er på kr 1.100.
- Aktiverte kunde akvisasjonskostnader er for Q2 på MNOK 7,3 og for første halvår MNOK 12,2. Dette gir kostnad per kunde på NOK 1.260 første halvår.
- Vi ser en normal spread i kostnadene mellom kanalene
- Kostnadsbildet ligger på dette tidspunktet innenfor forventningen og intervallet som opprinnelig ble kommunisert

Budsjettert kundekost for 2021 - CAC

SkandiaEnergi Traditional



= Capitalized CAC
 = Expensed sale/marketing

Vi er i god fart – og er on track på de fleste områder!

Highlights....

- Oppskalering av organisasjonen gjennom rekruttering og oppbygging
- Vi ser de første resultatene av salgsarbeidet og øker salgshastigheten inn mot 2022
- Vi har nå en kundeportefølje på 29.000 kunder, en vekst med 25% hittil
- Vår leverte kunde DB på 793 (halvåret) er i rute for 1.650 for året
- Vi har en fornuftig CAC på rundt 1.260 per kunde som gir den kundeveksten vi søker
- Både DB per kunde og CAC ligger innenfor vårt planlagte intervall for 2021.
- Vi er på vei

Glem alt du vet om
strømselskaper!



NextGen
- en ny kategori
strømselskaper, fulldigitalt
og møter forventningene
til fremtidens kunder!

GameChanger!

Soft launch i Q4 - og deretter full skala!

NextGen – På lag med kunden, med et selskap for folk flest!



- Plattformen for NextGen er ferdig i versjon1
- Løpende testing og validering - skalerbarhet og funksjonstesting mm.
- Ferdigstilling av markedskonsept, kundereise, kommunikasjon, salgskanaler
- Soft Launch i Q4 – storskalatest i lukket gruppe - brukertesting og produkttesting
- Vi «står» i soft-launch til produktet er ferdig testet – til vi er trygge
- Tidspunkt for kommersiell launch vil også være en taktisk vurdering

Agenda

- 
- | | |
|---|-----------------------------------|
| 1 | Introduksjon og høydepunkter |
| 2 | Drift og prioriterte aktiviteter |
| 3 | Finans Q1-2021 |
| 4 | Oppsummering og utsikter fremover |
| 5 | Q&A |

Resultatregnskap Q2-2021

P&L for Skandia Greenpower

NGAAP / NOK 1.000 / UNAUDITED	Note	Q2 - 2021	Q2 - 2020	YTD Q2-2021	YTD Q2-2020
Bruttoinntekt / Gross revenue	1	45 014	18 888	121 951	57 694
Varekostnader / Cost of goods sold		(36 683)	(6 398)	(102 896)	(30 575)
Netto inntekt / Net revenue	2	8 330	12 490	19 055	27 119
Lønn og sosiale kostnader / Personnel expenses		(3 159)	(3 127)	(6 778)	(6 372)
Andre driftskostnader / Other operating expenses	3	(4 256)	(5 794)	(8 572)	(11 464)
EBITDA		915	3 569	3 706	9 283
Avskrivninger / Depreciation and amortization	4	(5 242)	(5 249)	(10 322)	(9 898)
Driftsresultat / EBIT		(4 327)	(1 680)	(6 616)	(615)
Finansposter / Net financial items		246	(511)	407	(450)
Resultat før skatt / EBT		(4 081)	(2 191)	(6 209)	(1 065)
Skatt / Taxes		898	14	1 366	(234)
Resultat / Net result		(3 183)	(2 177)	(4 843)	(830)

Kommentarer

Fra kapitalutvidelsen til utgangen av august har vi realisert en vekst i antall kunder med 25%. Vi leverer idag på salgsmålene månedlig men vil ikke fange opp Q1-etterslepet.

1. Bruttoinntekten for Q2 er vesentlig høyere sammenlignet med tilsvarende periode i 2020 primært grunnet ulikhetene på prisene på kraft i periodene
2. Netto inntekt (DB) er lavere i Q2-2021 grunnet lavere dekningsbidrag pr kunde sammenlignet med 2020. Dette skyldes vår tilpasning til et lavere prisbilde i markedet, regulatoriske endringer og et lavere kundetall sammenlignet med fjoråret. DB per kunde er i tråd med budsjett.
3. Reduserte driftskostnader er delvis en konsekvens av at aktiviteten ikke bygde seg opp i hele Q2, men mot slutten samt at mye av aktiviteten har vært rettet mot utvikling av NextGen og dermed også aktivert
4. Kundeakkvisisjon aktiveres og kostandføres over 36 mnd. løpende

Balanse Q2-2021

Konsolidert balanse konsern

NGAAP / NOK 1.000 / UNAUDITED	Note	Q1-2021	Q2-2021	Q2-2020
Immatrielle og varige eiendeler / intangible and fixed assets	1	54 776	62 398	44 422
Utsatt skattefordel / Deferred tax benefit		7 616	8 514	6 264
Fordringer / Receivables	2	37 693	28 608	16 439
Kontanter / Cash and equivalents	3	154 206	118 784	9 451
Sum eiendeler / total assets		254 291	218 303	76 576
Egenkapital / Equity	4	166 156	162 970	21 746
Kortsiktig gjeld / Current liabilities	5	88 135	55 333	54 830
Sum gjeld og EK / Total Equity and liabilities		254 291	218 303	76 576

Kommentarer

Selskapet er etter den rettede emisjonen sikret finansiert og har en betydelig kontantportefølje på MNOK 119. Balansen ellers gjenspeiler en investering i vår NextGen Platform samt kundens anskaffelseskost.

1. Immaterielle og varige eiendeler består hovedsakelig av aktiverte kundeakkvisisjonskostnader og kapitaliserte investeringer i utvikling av neste generasjons løsninger, hhv 31 MNOK og 25 MNOK. Økningen fra Q1-2021 gjelder både for arbeidet med NextGen plattformen samt kundeakvisasjon
2. Reduksjonen i kundefordringer skyldes primært endringen fra forskudds til etterskuddsvis fakturering samt reduksjonen i forbruket per kunde
3. Selskapet har en solid kontantbeholdning for fremtidig finansiering av den planlagte veksten
4. Økning i egenkapital i 2021 gjenspeiler den rettede emisjonen i februar. Netto økning på egenkapitalen ble 139,3 MNOK i emisjonen.
5. Kortsiktig gjeld er hovedsakelig gjeld til kraftleverandører. Denne er relativt stabil grunnet en vekst i antall kunder mot en reduksjon i kraftprisen i første halvdel av kvartalet

Kontantstrøm Q2-2021

Kontantstrøm for konsernet

NGAAP / NOK 1.000 / UNAUDITED	Note	Q2-2021	Q2-2020	YTD Q2-2021	YTD Q2-2020
Resultat før skatt / EBT		(4 081)	(2 192)	(6 209)	(1 065)
Avskrivninger / Ordinary depr. and amortization incl impair.		5 242	(14 546)	10 322	(9 898)
Endring i arbeidskapital / Change in working capital	1	(23 720)	18 277	(6 711)	12 261
Netto kontantstrøm fra drift Net cash flow from operating activities		(22 559)	(20 605)	(2 598)	(20 846)
Kjøp av varige driftsmidler og immatrielle eiendeler / Investment in fixed assets and intangibles	2	(12 864)	(9 307)	(24 046)	(20 467)
Netto kontantstrøm fra investeringer Net cash flow from investments		(12 864)	(9 307)	(24 046)	(20 467)
Endring i egenkapital / Changes in net equity		-	20 000	139 268	20 000
Endring i kassekreditt / Net change in credit facility		-	3 447	-	3 447
Netto kontantstrøm fra finansieringer Net cash flow from financing activities		-	23 447	139 268	23 447
Netto endring i kontantstrøm Net change in Cash / Cash equivalents		(35 423)	(6 465)	112 624	(17 866)

Kommentarer

Netto kontantstrøm fra driftsaktiviteter er MNOK -2,6.

Hovedforskjellen er endringene mellom første og andre kvartal (kalt strømbalansen nedenfor). I tillegg gjenspeiler den negative kontantstrømmen fra investeringer vårt arbeid med å bygge en teknologi- og salgsorganisasjon.

1. Endringer i netto arbeidskapital mellom første og andre kvartal skyldes i hovedsak tidsforskjellen mellom mottatte betalinger og forfalte betalinger (Strømbalanse). Dette betyr at om sommeren vil vi være kontantnegative, mens om vinteren vil vi være kontantpositive (sett fra strømbalansen alene).
2. Kjøp av varige eiendeler og immaterielle eiendeler består hovedsakelig av aktiverte kundeakkvisisjonskostnader og kapitaliserte investeringer ifm. NextGen investeringen

Agenda

1 **Introduksjon og høydepunkter**

2 **Drift og prioriterte aktiviteter**

3 **Finans Q1-2021**

4 **Oppsummering og utsikter fremover**

5 **Q&A**



Oppsummering og utsikter fremover

Oppsummering

- Vi er godt i gang - «Foten er på gasspedalen!»
- Full fokus på oppskalering og rekruttring av nødvendig organisasjon
- Oppskalering av salg i SkandiaEnergi er i gang – 25% vekst siden kapitalutvidelsen
- Ferdigstilling og Soft Launch for NextGen i Q4

Utsikter fremover

- Markedet vil ha nye aktører – vi er godt posisjonert!
- Ha etablert en mer fullverdig organisasjon for oppgavene utover vinteren
- Komme godt opp i salgsvolum i SkandiaEnergi for inngangen til 2022
- Treffe markedet med NextGen ved full release





| Q&A