Fair value & Kalqyl

Presenterar

NGM COMPANY INSIGHTS

Tema - **Tillväxtbolag**

NOWO. Nowonomics AB

GOOBIT group

RMD

GOLD TOWN GAMES

LEVEL BIO

POLYMER FACTORY

enrad

SLG SAFE LANE GAMING

pixelfox

Publiceringsdatum: **11 december 2025** | Avsändare: **Fairvalue/Kalqyl**

NOWO.

Nowonomics AB

VD Rutger Selin: **“Vårt DNA är och förblir sparande till pensionen”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

Skalbart spar-ekosystem med lojal medlemsbas och europeisk potential

OM BOLAGET

Nowonomics är ett svenskt fintechbolag som driver den digitala sparplattformen Nowo, lanserad 2015 med målet att förenkla långsiktigt sparande för privatpersoner. Tjänsten riktar sig främst till användare som vill komma igång med ett regelbundet och lättillgängligt sparande, ofta genom mindre belopp som automatiskt förs över till individuella konton. Via Nowoappen kan användare justera sitt sparande, följa utvecklingen och välja mellan olika sparprodukter beroende på risknivå och tidsram.

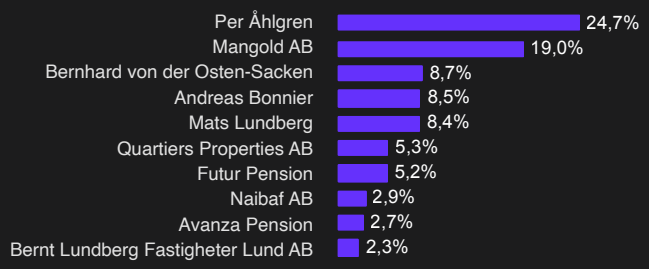
Bolaget fungerar som finansiell mellanhand och erbjuder sparlösningar genom sitt helägda dotterbolag Nowo Fund Management AB, som ansvarar för förvaltningen av Nowos fonder.

Nowonomics intäktsmodell baseras på förmedling av sparprodukter samt förvaltningsavgifter kopplade till fondverksamheten. Bolaget verkar på en växande marknad där digitalisering, låga trösklar och ökat behov av privat pensionssparande driver efterfrågan.

FAKTA

VD	Rutger Selin
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	NOWO
Aktiekurs (SEK)	5,4
Antal aktier (miljoner)	24,8
Börsvärde (MSEK)	132,7
Nettoskuld (MSEK)	-1,7
Enterprise Value (MSEK	131,0
Insynsägande	19,4 %
Nästa rapport	2026-02-12

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

HELÄGT EKOSYSTEM

Nowonomics har en egen infrastruktur och ett eget ekosystem för sparande och investeringar, vilket innebär att bolaget äger hela värdekedjan och samtliga intäktsströmmar.

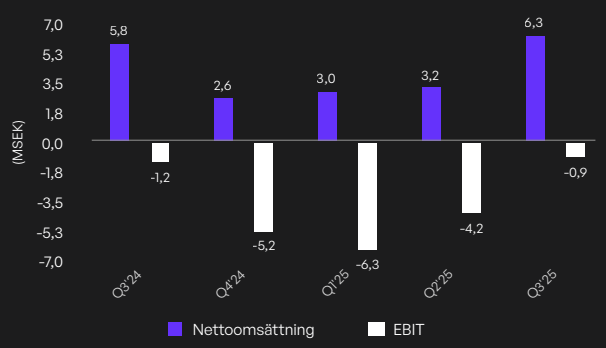
LOJALA KAPITALFLÖDEN

Bolaget lyfter fram en unik modell med återkommande och löpande insättningar från tiotusentals medlemmar, vilket ger stabila flöden till fonden och en återkommande intäktsbas.

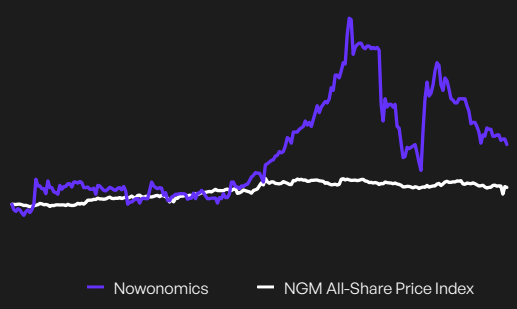
TILLVÄXT MOT LÖNSAMHET

Koncernen befinner sig i ett läge där intäkterna börjar täcka de operativa kostnaderna. Samtidigt planerar bolaget en marknadsföringsinsats med målet att öka medlemsantalet kommande år, vilket ger ytterligare tillväxtpotential.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



VD-intervju med Rutger Selin

1. Förvaltat kapital växer snabbt och överstiger 1 miljard. Vad driver denna utveckling?

Det är en kombination mellan dels organisk tillväxt via våra medlemmars löpande sparande och dels strategiska fondförvärv som fondbolaget gjort i syfte att öka investeringsmöjligheterna för våra medlemmar. Vi ser löpande över liknande investeringar.

2. Kan du förklara er affärsmodell och hur ni skiljer er från traditionella pensionsförvaltare och banker?

Vår affärsmodell består av att erbjuda en komplett infrastruktur för de sparare som traditionella banker normalt inte vänder sig emot. Vår sparapp erbjuder många olika alternativa sparsätt och som framförallt anpassar sig utifrån spararens egna förutsättningar. Det är nog den största skillnaden. Vi vill också demokratisera sparandet och tillgängliggöra möjligheterna till ett ekonomiskt självförtroende även för de som historiskt och traditionellt kanske inte förstått att även de kan spara. Genom detta har vi skapat väldigt lojala medlemmar som uppskattar oss och därmed väljer att spara och investera i Nowo Global Fund.

3. Era fonder finns nu på Avanza och Nordnet. Hur viktigt är detta för er tillväxt och hur ser distributionsstrategin ut framöver?

Självklart är det viktigt. Inte bara för vår tillväxt utan även som en trovärdighet och en kvalitetsstämpel för vår Fond som har högsta betyg hos Morningstar. Ur ett tillväxtperspektiv är det också viktigt då vi kommer ut och kan konkurrera med andra fonder mot en annan målgrupp än den vi traditionellt riktat oss mot. Vi har sett en god tillväxt via både Avanza och Nordnet givet att det är otroligt många fonder som slåss om uppmärksamheten på dessa plattformar. En bra fond kommer att hittas och investeras i och det vi kan göra är att fortsätta förvalta våra andelsägares pengar på bästa sätt.

4. Ni har lanserat Sparmål som gör det möjligt att spara till annat än pension. Hur viktig är denna produktutveckling för att bredda er målgrupp?

Det är ett viktigt strategiskt steg för oss.. Vi analyserar hela tiden vår situation och är lyhörda kring vad våra medlemmar önskar. För oss är detta ett naturligt steg då vi ser att våra medlemmar är lojala i sitt sparande till pensionen så vill vi såklart erbjuda ett sparande till andra mål också och inte tvinga våra medlemmar att dela upp sitt sparande på olika plattformar när de är så nöjda med vår produkt. Givetvis vill vi då kunna erbjuda våra medlemmar ett samlat sparande alldeles oavsett syfte.

5. Nyligen övertog ni nischfonden MetaSpace Fund. Vad gör detta till ett viktigt strategiskt steg och hur ser ni på möjligheten till liknande affärer?

Arbeta ännu mer med mjukvara och kunna skapa fler möjligheter att arbeta med att (internt i vår back-end) skräddarsy och skapa mervärde för olika kunder på ett enkelt och effektivt sätt.

6. Ni nämner ambitioner att expandera till övriga Europa. Hur ser den långsiktiga tillväxtstrategin ut geografiskt och vad gör Nowonomics till en bra investering?

Pensionsfrågan är i allra högsta grad en fråga för alla invånare i Europa. En åldrande befolkning tillsammans med en låg nativitet är redan nu ett stort problem för många länder och det ser inte ut att ändras utan tvärtom bli än värre. Då är det otroligt viktigt att alla inser att man måste ta större eget ansvar för sin framtida ekonomi. Precis som i Sverige är det väldigt många ute i Europa som inte har eller tror att de kan ha ett eget privat långsiktigt sparande. Det vill vi kunna erbjuda och vi har visat i Sverige att vi kan. Att kunna erbjuda personer ute i Europa möjligheten att sätta upp ett sparmål, till pensionen eller för all del till något annat, är en väldigt kittlande möjlighet som vi ser fram emot att realisera.

Rutger Selin
VD, Nowonomics

Läs mer om Nowonomics

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

7. Vad kommer bli den viktigaste milstolpen de kommande 12 till 18 månaderna?

Vi går snart in i en ny tillväxtfas för att verkligen trycktesta strategin med att erbjuda Sparmål. Vår målsättning är att vi ska se en tydlig effekt av inflödet av nya medlemmar som i sin tur kommer öka inflödet till våra fonder än mer. Målet med detta är så klart att skapa en trygg och lönsam grundaffär. Som vi kommunicerat så räknar vi med förlust under 2026 givet en större marknadsföringsaktivitet men att detta ska ta oss till en stabil operationell break even och lönsamhet. Därefter så är målet såklart att fortsätta växa och sedan på allvar att realisera målsättningen om att etablera oss på någon ytterligare europeisk marknad.

Rutger Selin
VD, Nowonomics

Läs mer om Nowonomics

GOOBIT group

VD Christian Ander: **“Bitcoin på balansräkningen blir det nya normala”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

GOOBIT | Reglerad pionjär som gör Bitcoin enkelt, tryggt och tillgängligt för en växande europeisk marknad

OM BOLAGET

Goobit Group AB, med varumärket BTCX, är Sveriges äldsta bitcoinbolag och har sedan 2011 bedrivit verksamhet inom digital valutaväxling. Bolaget driver en av landets första handelsplattformar för bitcoin och erbjuder flera kompletterande tjänster anpassade för olika kundsegment. Genom BTCX Express ges möjligheten till snabba och användarvänliga köp, medan Standard Bitcoin Exchange riktar sig till kunder med större eller mer återkommande handelsbehov. För kunder som efterfrågar personlig service erbjuder Goobit även en white-glove OTC-tjänst med skräddarsydda upplägg och stöd vid större transaktioner.

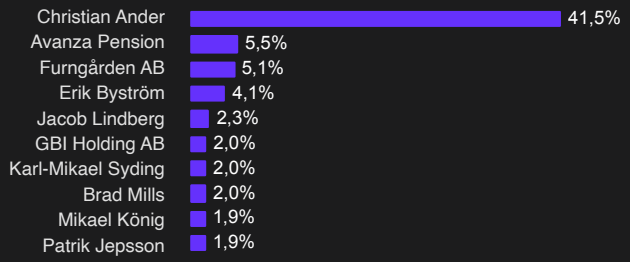
Goobit adresserar behovet av enkel, trygg och professionellt hanterad tillgång till bitcoin. Goobit är en av branschens mest erfarna aktörer och har etablerat strukturer, kundprocesser och rutiner som möjliggör en säker handelsmiljö. Genom teknisk infrastruktur och ett kundfokuserat arbetssätt hjälper Goobit både privatpersoner och företag att köpa och sälja bitcoin på ett tryggt sätt.

Bolagets ambition är att göra bitcoin enkelt och tillgängligt, oavsett kundens tidigare erfarenhet. Med över ett decennium i marknaden och ett etablerat erbjudande är Goobit att positionerade som en pålitlig aktör för användare som söker säker och professionell bitcoinhandel.

FAKTA

VD	Christian Ander
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	BTCX
Aktiekurs (SEK)	0,1
Antal aktier (miljoner)	361,1
Börsvärde (MSEK)	36,5
Nettoskuld (MSEK)	-9,3
Enterprise Value (MSEK	27,2
Insynsägande	42,7 %
Nästa rapport	2025-12-15

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

ETABLERAD MARKNADSPOSITION

Goobit Group har över 14 års erfarenhet inom bitcoin och är en av de äldsta aktörerna i den nordiska kryptomiljön. Med fokus på växlingstjänster och OTC-handel har bolaget byggt en stark och förtroendeingivande position på en allt mer reglerad marknad. Den långa historiken ger bolaget både trovärdighet och ett tydligt konkurrensövertag i en bransch där stabilitet blivit allt viktigare.

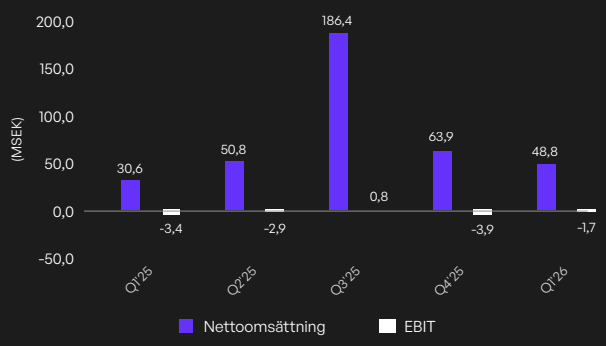
STRATEGISK BITCOINEXPONERING

Goobit Groups nyligen lanserade Bitcoin Treasury-strategi innebär att bolaget aktivt håller bitcoin som en del av sina finansiella tillgångar. Strategin ger bolaget en direkt exponering mot bitcoin som långsiktig tillgång och kompletterar den befintliga verksamheten inom växling och OTC-handel. Syftet är att stärka balansräkningen, diversifiera bolagets tillgångar och skapa en ytterligare värdedrivare som kan utvecklas över tid i takt med marknaden.

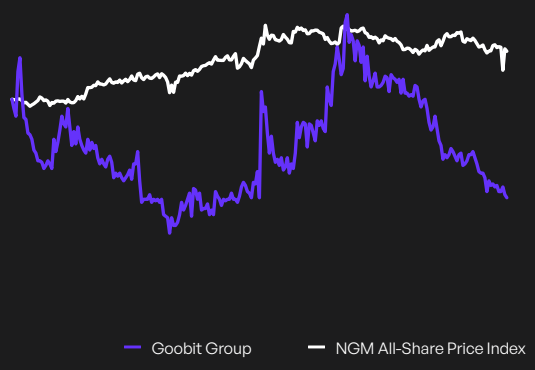
ERFARET TEAM

Goobit framhåller ett erfaret team, etablerade partners och en tydlig strategi för kommande år. Kombinationen av branschkompetens, regulatoriskt fokus och långsiktiga målsättningar ger stabilitet samtidigt som den skapar förutsättningar för accelererad tillväxt. Detta gör bolaget attraktivt för investerare som söker en reglerad och professionellt driven väg in på kryptomarknaden.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



GOOBIT | VD-intervju med Christian Ander

1. MiCA-ansökan är central för er strategi. Vad innebär detta konkret för er affär och vilka nya möjligheter öppnar det upp i EU?

MiCA är ett viktigt och nödvändigt steg för oss att kunna erbjuda kryptotillgångstjänster fullt ut inom hela EU. Det stärker förtroendet hos både kunder och investerare genom högre krav på säkerhet, kundskydd och bolagsstyrning. Det innebär en tydlig och enhetlig reglering. Auktorisationen öppnar även möjligheter till nya partnerskap och produkter, samtidigt som vi positionerar oss som en pålitlig aktör i en växande och reglerad europeisk kryptomarknad. Vi kommer att informera när Finansinspektionen fattar beslut.

2. Kan du förklara er Bitcoin Treasury Strategy och varför detta är en bra modell för bolaget?

Vår Bitcoin Treasury-strategi innebär att Goobit aktivt bygger upp och långsiktigt förvaltar ett betydande bitcoininnehav på balansräkningen. Detta skapar en dubbel värdeproposition med dels stabila intäkter från vår reglerade verksamhet och direkt exponering mot bitcoin som en strategisk reservtillgång. Modellen attraherar både bitcoin-maximalister och institutionella investerare. På sikt syftar strategin till att maximera både bitcoininnehav och aktieägarvärde på ett ansvarsfullt och tydligt sätt.

3. OTC-verksamheten Private Banking växer starkt. Hur ser ni på balansen mellan retail-verksamhet och Private Banking framöver?

Vi ser ett ökat behov av white-glove service från både privatpersoner, företag och framöver institutioner. I takt med att större aktörer söker professionell hjälp för sina bitcoininvesteringar positionerar vi oss tidigt som en etablerad och specialiserad partner med över 14 års branscherfarenhet.

4. Vad anser du är den största missuppfattningen om Goobit Group?

Att vi sysslar med crypto som bred kategori. Vi jobbar bara med det bästa och det är och har alltid varit Bitcoin. Den andra missuppfattningen är att vi har custodial över kunders Bitcoin. Faktumet är att våra kunder väljer oss just på grund av att de behåller sitt direkta ägande och att alla våra tjänster samt supporten är på svenska.

5. Vilka är de viktigaste tillväxtfaktorerna för Goobit framgent?

I första hand är det en godkänd MiCA licens men även den tydliga trenden att cirka 10 %, alltså 2,2 miljoner människor i Norden, innehar kryptotillgångar. Vi ser alltså en stadig ökning av dels ägandeskap, intresse men även samhällsdebatt om crypto och viktigast av allt Bitcoin. Med vår långa erfarenhet och kundbas har vi en stark tillväxtpotential när regelverket är på plats.

6. Hur särskiljer sig Goobits erbjudande från andra aktörer i Sverige och internationellt?

Våra kunder behåller alltid sitt direkta ägande då allt köps och säljs från deras egna wallets. Det är en av de främsta anledningarna till att kunder väljer oss. Ser man både i Sverige och internationellt är vi en av branschens äldsta fortfarande aktiva bitcoinaktörer. Vi firar faktiskt 15 år 2026 vilket gör oss till en av världens mest långlivade aktörer inom bitcoin.

7. Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten de kommande 12 till 18 månaderna?

Vi har en stor kundbas i Sverige och fortsatt samt ökat kundfokus kommer att vara det mest värdedrivande. Bitcoinvärlden är transparent, kunderna vet vad de vill ha och hur de vill äga sina innehav. Vi är en del av den kulturen, både genom våra tjänster och genom vårt engagemang i samhällsdebatten, bland annat genom samtal i Riksdagen i år. Den trovärdigheten är en konkurrensfördel.

Christian Ander
VD, Goobit Group

Läs mer om Goobit Group

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

GOLD TOWN GAMES

VD Pär Hultgren: **“Vi förflyttar oss mot en tydlig global marknadsposition”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

GOLD TOWN GAMES | Förflyttning mot större marknad och starkare intäktsmodell

OM BOLAGET

Gold Town Games är en mobilspelsutvecklare specialiserad på sportsimulationer och managerspel. Bolagets fokus är att skapa långlivade spel med hög återspelningsgrad genom lagom djupa metaspel med progression och communitydrivna event. Spelen riktar sig till sportfans världen över som söker strategiska och tävlingsinriktade upplevelser på mobilen. Gold Town Games nisch gör det möjligt för bolaget att utveckla titlar med långa livscykler och skalbara intäktsmodeller.

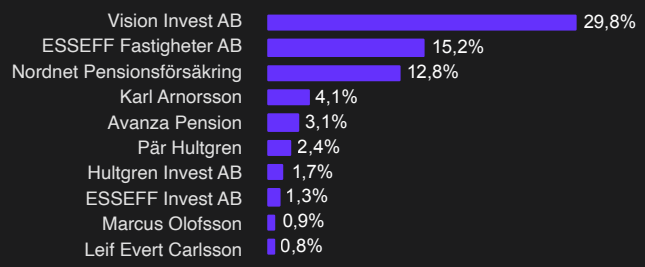
Bolaget arbetar löpande med att vidareutveckla sina spel för att stärka spelupplevelsen och förlänga den kommersiella livslängden. Genom metaspelsmekanik, återkommande event och kontinuerliga uppdateringar kan bolaget öka engagemanget hos befintliga spelare och skapa förutsättningar för stabila intäkter över tid. Gold Town Games utvecklar och driver egna IP:n inom sportsim/manager-segmentet och riktar sig till internationella marknader där sportspelsintresset är stort.

Bolaget har som mål att skapa spel som kombinerar tillgänglighet med strategiskt djup och som attraherar spelare som uppskattar tävlingsmoment och lagbyggande. Genom att arbeta med titlar som är möjliga att skala globalt och som bygger på återkommande användarengagemang skapar Gold Town Games förutsättningar för en portfölj med långsiktig potential.

FAKTA

VD	Pär Hultgren
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	GTG
Aktiekurs (SEK)	0,5
Antal aktier (miljoner)	16,4
Börsvärde (MSEK)	8,7
Nettoskuld (MSEK)	0,4
Enterprise Value (MSEK	8,3
Insynsägande	2,7 %
Nästa rapport	2026-02-19

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

GLOBAL NISCHMÅLGRUPP

Gold Town Games riktar sig till en tydligt definierad sportnisch inom mobilspel, där ishockey är en global marknad med en köpstark spelarbas. Genom att fokusera på en sport med lägre konkurrens än bredare mobilspelssegment skapar bolaget en mer gynnsam position för att bygga långlivade och differentierade titlar.

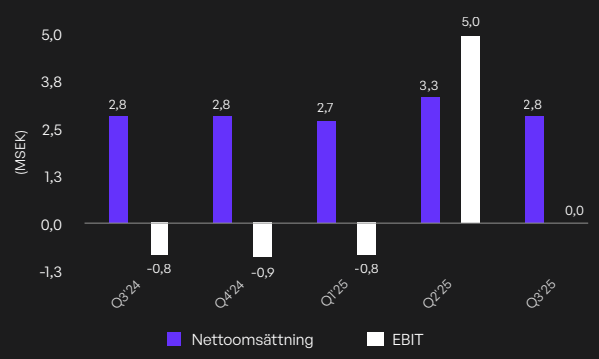
DATADRIVEN PORTFÖLJMODELL

Bolaget bygger och förvaltar spel som har lång livslängd och återkommande intäkter, vilket ger bättre stabilitet och förutsägbarhet i en annars volatil spelbransch. Den portföljbaserade modellen med kontinuerlig optimering skapar möjlighet att skala intäkter över tid och minska beroendet av enskilda lanseringar.

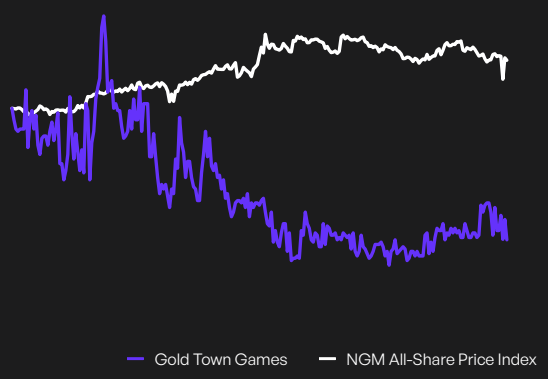
STARKA PARTNERSKAP

Licenser och samarbeten med etablerade sportligor, såsom SHL, stärker trovärdigheten och marknadsföringskraften för bolagets titlar. Dessa partnerskap bidrar både till ökad synlighet och tillgång till attraktiva målgrupper, vilket stödjer bolagets globala tillväxtambitioner.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



GOLD TOWN GAMES | VD-intervju med Pär Hultgren

1. Ni har förflyttat er från managerspel till även PvP-sportspel med Pocket Hockey. Vad innebär detta strategiskt för bolaget?

Det breddar vår marknad och öppnar dörren till en större målgrupp. Managerspel lockar strategifokuserade spelare, medan PvP-sportspel attraherar actionorienterade och konkurrensdrivna användare. Strategiskt innebär detta två saker:

- Större total adressbar målgrupp – fler spelartyper, fler geografier.
- Starkare portfölj – vi diversifierar risk och bygger ett ekosystem där våra titlar kan komplettera varandra.

Det stärker också vår kompetens inom realtidsfunktioner och PvP-design, vilket är värdefullt för framtida lanseringar. Vi har redan flera värdefulla lärdomar från Pocket Hockey som vi kan ta med oss till eventuell framtida PvP-sportspel.

2. Samarbetet med SHL verkar centralt för Pocket Hockey. Hur viktigt är denna typ av partnerskap för er framgång och hur ser ni på liknande samarbeten framöver?

SHL-samarbetet är mycket viktigt då det ger autenticitet och igenkänning, marknadsföringskraft och organisk räckvidd samt direkta öppningar mot klubbarnas fanbaser. SHL kör under hösten en Impact Tour genom Sverige med fokus på hållbarhet och såklart hockey. Pocket Hockey är en del av touren och det är riktigt roligt att höra historier om alla, framförallt barn, som spelare Pocket Hockey med sitt favoritlag.

Framöver ser vi den här typen av partnerskap som en viktig komponent. Licensierade sporttitlar tenderar att konvertera och behålla spelare bättre. Vi utvärderar och arbetar löpande på fler samarbeten – både inom hockey och andra sporter där fanskap och ligastrukturer är starka.

3. Säsongsberoende med hockeyspel är tydligt i siffrorna. Hur ser er strategi ut för att hantera detta långsiktigt och finns det planer på att bredda portföljen?

Ja, hockey är en säsongsbetonad sport och det syns i våra nyckeltal. Långsiktigt hanterar vi detta genom:

1. LiveOps och events som håller engagemanget uppe även mellan säsonger.
2. Portföljbreddning – att utveckla spel inom fler sporter minskar säsongsberoende.

Med någon till aktiva sporttitel, med en annan cykel på säsongen så kan vi hålla en jämnare nivå. Inom koncernen har vi till exempel ett Baseballspel med tillväxtpotential som skulle kunna stärka intäktsstabiliten. Det kan givetvis framöver även bli aktuellt med ytterligare PvP spel som bidrar till bredd och stabilitet.

4. Ni har påbörjat ett samarbete med RISE kring utveckling av en VA-simulator som ska effektivisera Sveriges vattenunderhåll. Kan du berätta mer om detta initiativ?

Det är väldigt roligt och lärorikt att vi kan använda vår spelteknik i ett professionellt, samhällsnyttigt sammanhang. Vi är här del av ett forskningsprojekt vars syfte är att träna personal i att prioritera och effektivisera felsökning av VA-system för att minska driftstörningar i vatten- och avloppsinfrastruktur. VA systemet i framförallt Sverige är i många fall väldigt föråldrat och samhället står inför omfattande framtida investeringar för att modernisera systemet.

För oss är det en möjlighet att kapitalisera på våra tekniska- och speldesigns- kunskaper utanför traditionella spel. I framtiden kan det förhoppningsvis bredda intäktsbasen och stärka vår innovationsprofil.

Pär Hultgren
VD, Gold Town Games

Läs mer om Gold Town Games

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

5. Hur arbetar ni med retention, monetarisering och användartillväxt?

Vi arbetar datadrivet på alla dessa punkter, mer specifikt:

Retention:
- Regelbundna LiveOps-event
- Utvärdera och stärka onboarding med förståelse och tidiga belöningar
- Progressionssytem som skapar långsiktiga mål, vilket är väldigt viktigt för att behålla kunder och bygga en långsiktig affär.

Monetarisering:
- IAP-modeller som inte är enbart pay-to-win
- Tydlig value proposition i premiumvalutor och säsongspass
- Fokus på bred monetisering istället för alltför stort beroende av få större köpare

Användartillväxt:
- Performance marketing med datadriven optimering
- Partnerskap/licenser som genererar organisk trafik
- Sociala funktioner som driver virality och spelar-nätverkseffekter

6. Ni har ambitionen att bli världsledande inom mobila sportmanagerspel. Vad krävs för att nå dit och vilken är den största risken på vägen?

Framförallt krävs riktigt bra spel, jag tycker att vi har några spel som håller hög klass, särskilt World Hockey Manager och det nya Pocket Hockey. Vi gör vårt bästa för att förbättra de spelen ytterligare. Samtidigt krävs innovation, risktagande, ständigt förbättrande och uthållighet för att bli världsledande. Vi är på en resa mot vårt bästa spel. Ser vi på de tio år som bolaget varit verksamhet har vi gjort väldigt stora framsteg men vi är även långt ifrån nöjda. Steg för steg med partnerskap, fler förbättrade titlar och allt starkare LiveOps kompetens rör vi oss närmare ambitionen om att leda inom genren.

Största risken:
Att växa för snabbt utan att varje titel får den tid och optimering som krävs, alternativt att konkurrensen från större aktörer ökar i vårt segment. Fokus på innovation, kvalitet och effektiv resursanvändning är avgörande.

7. Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten de kommande 12 till 18 månaderna?

Det beror på exakta bolagsprioriteringar, men vanligtvis är de största värdedrivarna:

1. Full lansering och skalning av Pocket Hockey internationellt.
2. Nya partnerskap/licenser som stärker vår sportportfölj.
3. Vidareutveckling och lansering av kommande sporttitlar.

Tillsammans ska dessa aktiviteter både öka återkommande intäkter och minska beroendet av enskilda titlar.

Pär Hultgren
VD, Gold Town Games

Läs mer om Gold Town Games

RMD

VD Jan Lindqvist: **“Vi förbereder oss för att visa vår teknik för världen”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

Skalbar säkerhetsteknik i global utrullning med växande kommersiell traction

OM BOLAGET

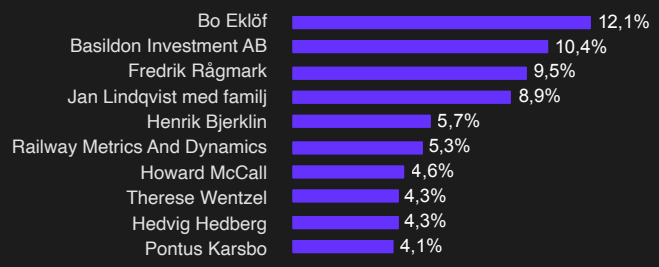
Railway Metrics and Dynamics är ett svenskt teknikbolag som utvecklar sensorer, kameror och mjukvara för att övervaka och analysera järnvägsinfrastruktur och rullande materiel. Med hjälp av AI och maskininlärning kan bolagets system identifiera avvikelser, upptäcka slitage och ge tidiga varningssignaler som stödjer både säkerhetsarbetet och det förebyggande underhållet. Lösningarna syftar till att skapa en mer driftsäker järnväg där underhåll blir mer planerat och mindre reaktivt.

Bolagets teknik bidrar till digitalisering av järnvägssektorn genom att tillhandahålla datadrivna insikter i realtid. Detta ger operatörer och infrastrukturägare bättre beslutsunderlag och möjlighet att optimera resursanvändning, minska driftstörningar och höja säkerhetsnivån. RMDs system är utformade för att vara skalbara och applicerbara i olika järnvägsmiljöer, vilket gör att bolaget kan adressera ett brett spektrum av användningsområden inom modern järnvägsövervakning och underhåll.

FAKTA

VD	Jan Lindqvist
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	RMDX
Aktiekurs (SEK)	0,9
Antal aktier (miljoner)	69,7
Börsvärde (MSEK)	62,6
Nettoskuld (MSEK)	-3,8
Enterprise Value (MSEK	58,8
Insynsägande	14,2 %
Nästa rapport	2026-02-26

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

BEKRÄFTAD EFTERFRÅGAN

Bolaget verkar på en mycket stor global järnvägsmarknad och har redan mottagit beställningar, vilket möjliggör utrullning av produkterna. Tekniken är skalbar över hela världen och beskrivs som efterfrågad och i flera delar unik.

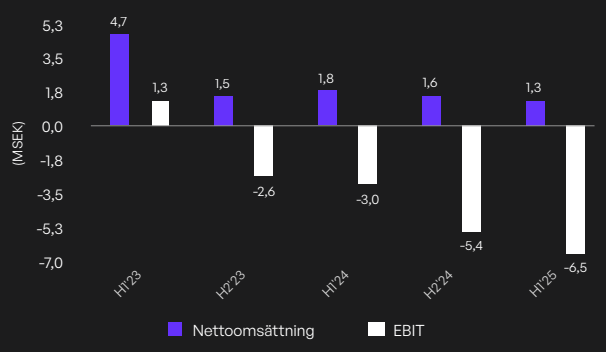
STARK PATENTPORTFÖLJ

Bolaget har en omfattande patentportfölj som täcker centrala delar av både hårdvaran och den bakomliggande mätteknologin, vilket ger ett tydligt skydd för RMD:s lösningar. Portföljen stärker bolagets långsiktiga konkurrenskraft genom att säkerställa att algoritmerna och datainsamlingsmetoderna är svåra att kopieras eller reproduceras av konkurrenter.

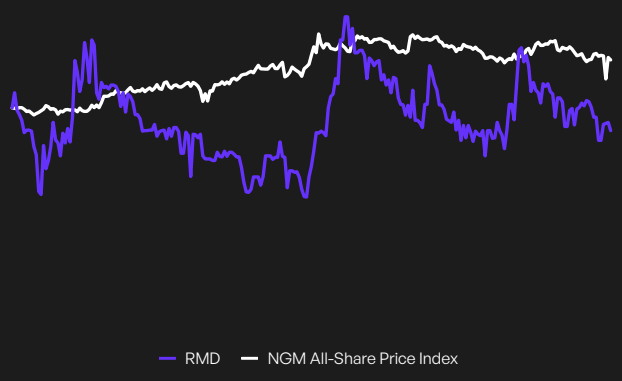
BRED GEOGRAFISK ANVÄNDNING

Bolaget arbetar med en affärsmodell som fungerar på många geografiska marknader, inklusive hela Europa, baserad på TAAS (Technology As A Service), vilket ger skalbarhet och möjligheter till återkommande intäkter. Affärsmodellen är framtagen för att snabbt kunna integreras i olika järnvägssystem och operatörsmiljöer, vilket stödjer en internationell expansion.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



VD-intervju med Jan Lindqvist

1. Ni erbjuder både PMU-sensorer och andra sensorer samt mjukvara. Kan du beskriva ert kunderbjudande i sin helhet och vilka typer av kunder ni riktar er mot?

Vi erbjuder kameror till järnvägsföretag, (ex. Green Cargo, Väte etc.) vilka betalar abonnemang per dygn (TAAF).

Våra sensorer erbjuder data för infrastrukturen så som sättningar i spåren (undvika olyckor och förebyggande underhåll) främst till Infrastrukturägare, i Sverige är det Trafikverket. I USA äger järnvägsbolagen oftast både infra och materiel.

För tågen erbjuder vi ur övervakning av hjulstatus (UH), vikt, bromstryck, instabilitet, lager- temperaturer, allt går digital trådlöst till kundens transportscenter eller lokförare. Och Det är järnvägsföretagen som är de vigaste kundkategorin (SJ, Green Cargo, BNSF etc)

2. Vilka fördelar har era lösningar mot konkurrerande lösningar?

Vi levererar en komplett process för tågföringen, inte bara sensorer, ingen annan gör detta.

3. Ni vann nyligen en upphandling med Trafikverket till ett värde om 10,5 MSEK. Kan du berätta mer om affären och vad det innebär för er?

Det är avropsavtal där tågföretag avropar vår PMU:C som är en precisions GPS och en lokdator, en än mer avancerad sensor för både persontåg och godståg. SOS alarm har påtalat vikten av att veta vart tåg befinner sig i alla lägen och PMU:C är en hörnpelare i detta. Trafikverket bedömer volymen till 500 enheter som betalas via abonnemang TAAS (Technology As A Service).

4. Ni har nu inlett tester av er nya lastviktssensor i skarpt läge. Hur ser er produktpipeline ut och vilka produkter ska driva tillväxten de kommande 12 till 24 månaderna?

Kameran, PMU och PMU:C kommer drivar tillväxten under de närmsta 12 månaderna. Sedan kommer Lastviktsensorn= ATD (Automatik Train Departure).

5. Testprojekt pågår i USA, Indien, Brasilien och Indonesien. Vad är er strategi för att gå från testprojekt till kommersiella order i dessa marknader?

RMD har agenter Indonesien och Indien där de har fått PMUer för tester, i USA och Brasilien är vår Styrelseordförande (som är Amerikan) drivande. I dessa marknader är det rent kund-drivet (till att börja med) därför är testerna viktiga eftersom det är kunden som hört av sig till oss för de har intresse. Alltså är man nöjd så finns det stor chans till beställning av serie produkter.

Vi jobbar med att lösa konnektiviteten på vissa marknader/regioner, via Starlink, nätverk etc. Vilket blir en del av strategin för att komma in snabbare

Jan Lindqvist
VD, Railway Metrics and Dynamics

Läs mer om RMD

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

6. Regeländringar som Arbetsmiljöverkets kommande förbud nämns som en drivkraft. Hur viktig är denna typ av regulatoriska förändringar för er försäljning?

Kortsiktigt otroligt viktigt för snabbare försäljning av kameran i Sverige och senare Europa, Arbetsmiljöverket utökar sitt vites förfarande för närvarande till fler järnvägsbolag i Sverige.

7. Hur ser er finansieringsstrategi ut framåt och vad är den viktigaste milstolpen för att nå positivt fritt kassaflöde under 2026?

Det viktigaste för oss under 2026 är att leverera de beställningar som ligger och Arbetsmiljöverkets vitesförfarande fortsätter, då kommer RMD vara kassaflödespositiva under Q3/Q4 2026.

Jan Lindqvist
VD, Railway Metrics and Dynamics

Läs mer om RMD

LEVEL BIO

VD Joakim Grånemo: **“Vi har lagt en stabil grund för långsiktig tillväxt”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

LEVEL BIO | Stark vändning med växande efterfrågan och förbättrade resultat

OM BOLAGET

Level Bio är en nordisk life science-koncern med en integrerad verksamhet inom tillverkning och distribution av medicintekniska produkter. Koncernen fungerar som moderbolag och samlar sina operativa aktiviteter i dotterbolagen CyberGene och Techtum Lab. Genom denna struktur kombinerar Level Bio egen produktutveckling med ett starkt distributionsben, vilket skapar en sammanhållen modell för att möta behov hos både kliniska och forskningsinriktade kunder.

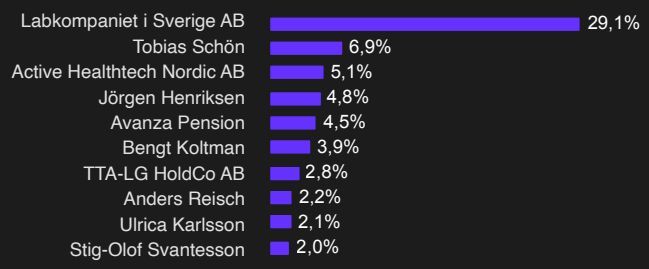
CyberGene utvecklar och tillverkar diagnostiska kit för den kliniska marknaden. Produkterna används inom laboratoriemiljöer där tillförlitlig och standardiserad diagnostik är avgörande. Bolaget har specialiserat sig på testlösningar som stödjer kliniska analyser och bidrar till effektivt beslutsstöd inom sjukvården. CyberGenes verksamhet omfattar både forskning, utveckling och produktion, vilket ger en komplett kedja från idé till färdig produkt.

Techtum Lab verkar som distributör och fullservice-partner till molekylärbiologiska laboratorier i Norden. Bolaget har ett erbjudande som omfattar innovativa produkter inom nästa generations sekvensering (NGS), single-cell-analys och labbautomation. Genom att kombinera teknisk expertis med stöd för kundernas arbetsflöden hjälper Techtum Lab forsknings- och diagnostiklabb att implementera moderna metoder och lösningar. Tillsammans skapar dotterbolagen en bred och kompletterande portfölj som positionerar Level Bio som en aktör med både egen produktutveckling och stark marknadsnärvaro inom nordisk life science.

FAKTA

VD	Joakim Grånemo
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	LEVBIO
Aktiekurs (SEK)	0,3
Antal aktier (miljoner)	68,4
Börsvärde (MSEK)	22,6
Nettoskuld (MSEK)	-1,6
Enterprise Value (MSEK	21,0
Insynsägande	42,8 %
Nästa rapport	2026-02-19

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

OMSTÄLLD PORTFÖLJ

Level Bio har efter covid anpassat produktportföljen, särskilt inom Techtum Lab, för att möta kundernas ökande behov inom precisionsdiagnostik. Vd framhåller att denna omställning är en central förändring som stärker bolagets erbjudande gentemot marknaden.

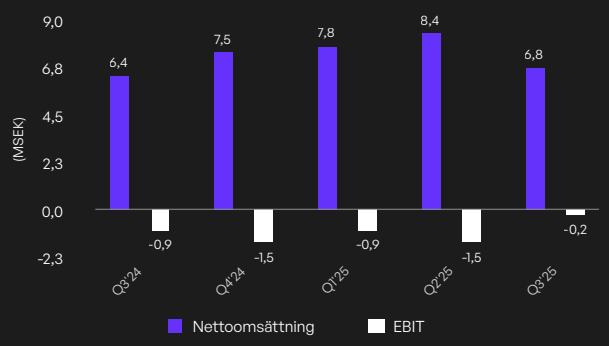
STÄRKT ORGANISATIONEN

Bolaget har investerat i nya affärssystem och varumärke samt byggt upp en organisation med tydligare försäljningsfokus och rätt kompetens på plats. Enligt vd är dessa förändringar viktiga för bolagets utveckling och operativa genomförande.

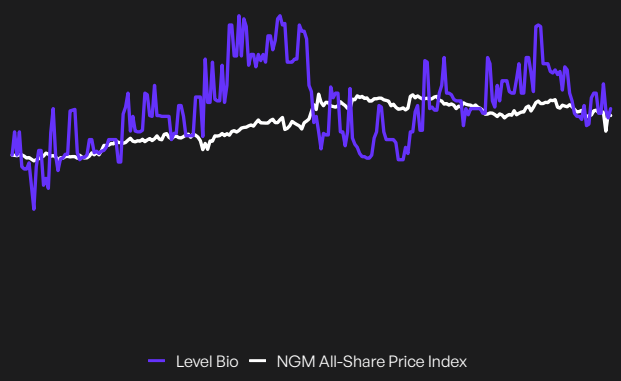
TYDLIGA RESULTAT

Level Bio har under 2025 visat stark omsättningstillväxt, förbättrat resultat och positivt kassaflöde. Vd understryker att bolaget nu ser konkreta effekter av det arbete som gjorts, vilket bekräftar att åtgärderna haft genomslag i den finansiella utvecklingen.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



LEVEL BIO | VD-intervju med Joakim Grånemo

1. Ni har tre verksamhetsområden: distribution via Techtum Lab, egenutvecklade produkter via CyberGene och instrument. Hur ser den långsiktiga strategin ut för respektive verksamhetsområde?

Techtum Lab är den största och mest centrala delen av koncernen. Vår vision att etablera oss som en ledande Nordisk aktör inom laboratorielösningar, där vi kombinerar en portfölj av unika produkter från innovativa leverantörer globalt i kombination med komplett utbud av generell labbutrustning. Försäljning av både instrument och reagens skapar en produktmix med både återkommande stabila intäkter och större instrumentaffärer. Vi expanderar i samtliga nordiska länder genom att rekrytera kompetent personal med djup förståelse för våra produkter och respektive marknader. Tillsammans med en egen, dedikerad serviceorganisation ska Techtum Lab säkerställa snabb support, hög tillgänglighet och långsiktigt hållbara kundrelationer.

CyberGene har en portfölj av produkter inom fosterdiagnostik och manlig infertilitet som är en viktig del i rutinanalys hos sjukhus globalt. Bolaget ska växa genom att expandera till nya marknader via partnerskap med lokala distributörer som kan marknaderna, samt arbeta för regulatorisk godkännande enligt det nya europeiska regelverket IVDR.

2. Kan du förklara vad som gör era produkter inom fosterdiagnostik och manlig infertilitet unika på marknaden?

En viktig del är expansion till nya marknader. För distributionsverksamheten i Techtum är det centralt att vi har örat mot rälsen och förutser marknadens behov med rätt lösningar på nuvarande och kommande utmaningar, något som Techtum varit väldigt bra på historiskt.

3. Vad anser du är den största missuppfattningen om Level Bio?

Marknaden har missat att vi står på en mycket starkare plattform idag än för ett år sedan där alla delar i bolaget utvecklas i en positiv riktning. Med rätt organisation, en förändrad produktportfölj och stark tillväxt står vi i en bra position för att fortsätta denna utveckling.

4. Techtum Lab vann nyligen en första upphandling för instrumentet iconPCR till ett värde om 1,4 MSEK. Kan du utveckla vad denna affär innebär och vilken betydelse den har för er framåt?

iconPCR är ett unikt och innovativt nytt qPCR instrument. Det skapar möjligheter för våra kunder att förbättra datakvalitén, förkorta arbetsflöden och samtidigt minska kostnader för reagenser i arbetsflöden för nästa generations sekvensering (NGS). Då användningen av genomisk data ökar och NGS är en nyckelpelare i detta, så ser vi stor potential för iconPCR att direkt skapa tydlig nytta för våra kunder. Med ett exklusivt nordisk avtal och den enda aktören som kan erbjuda denna lösning ser vi stor potential att vara en tillväxtdrivare framåt.

5. Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten de kommande 12 till 18 månaderna?

Den utveckling som sker nu inom precisionsdiagnostik samt inom avancerade terapiläkemedel där staten signalerar ett ökat fokus och vi ser stora investeringar som görs för att utveckla och förbättra kapaciteten inom dessa områden. Vi är väl positionerade med rätt produkter för att kapitalisera på utvecklingen samtidigt som vi stöttar med produkter som förbättrar våra kunders arbete.

Joakim Grånemo
VD, Level Bio

Läs mer om Level Bio

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

6. Hur ser vägen till lönsamhet ut och vilka är de viktigaste milstolparna för att nå dit?

Bolagen har en effektiv kostnadskontroll och produkter med fina bruttomarginaler. Det absolut viktigaste är att fortsätta driva omsättningstillväxt med bibehållna marginaler för att även visa en stark och stabil utveckling av bolagens lönsamhet. Vi ska opportunistiskt, när marknad och ekonomi tillåter, expandera produktportföljen samt anställa och/eller förvärva oss till ökad närvaro i fler länder.

Joakim Grånemo
VD, Level Bio

Läs mer om Level Bio

POLYMER FACTORY

VD Mats Wallnér: **“Vår teknologi öppnar betydande global potential”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

Avancerade premiummaterial som driver precision, global tillväxt och skalbar kommersialisering

OM BOLAGET

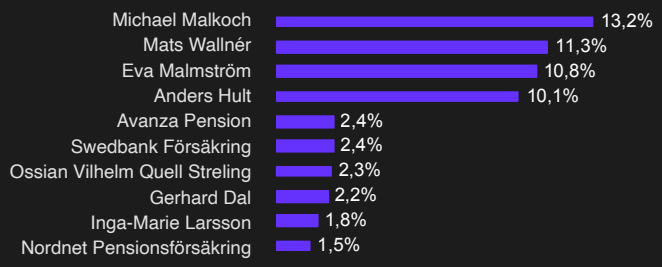
Polymer Factory utvecklar och säljer avancerade dendritiska material och kalibreringslösningar som används inom analys, diagnostik, bioteknik och läkemedelsutveckling. Bolagets produkter kännetecknas av hög precision, stabilitet och reproducerbarhet, vilket möjliggör mer tillförlitliga mätningar och förbättrad datakvalitet. Kundbasen omfattar både forskningsinstitutioner och globala industriföretag som ställer höga krav på materialens prestanda och standardisering.

Efterfrågan på denna typ av material ökar i takt med att analytiska system blir mer avancerade och behovet av exakta och repeterbara metoder växer. Polymer Factory adresserar detta genom skalbara produkter och teknologier som kan användas i applikationer som tidigare varit svåra att genomföra. Bolagets lösningar bidrar till förbättrad instrumentprestanda, högre kvalitet i dataanalys och nya möjligheter inom forskning och utveckling.

FAKTA

VD	Mats Wallnér (tf)
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	POLYMER
Aktiekurs (SEK)	0,7
Antal aktier (miljoner)	16,2
Börsvärde (MSEK)	11,3
Nettoskuld (MSEK)	-2,7
Enterprise Value (MSEK	8,6
Insynsägande	45,5 %
Nästa rapport	2026-02-17

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

SKALBARA PREMIUMPRODUKTER

Polymer Factory erbjuder skalbara produkter med premiumkaraktär och starka marginaler, samtidigt som bolaget har en växande portfölj av unika teknologier.

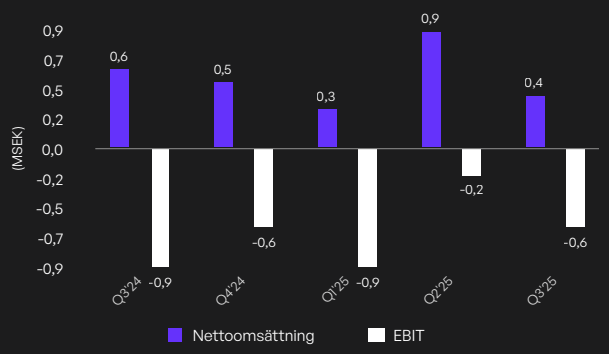
GLOBALA KUNDRELATIONER

Bolaget säljer till flera världsledande organisationer och verkar inom snabbt växande segment som masspektrometri, diagnostik och avancerad medicinsk forskning.

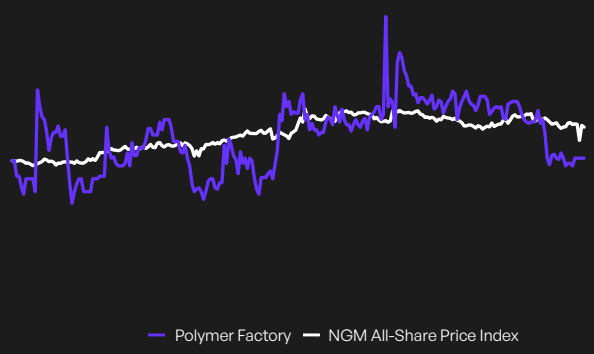
STRATEGISKA PARTNERSKAP

Partnerskapen med Bruker och Merck ger både marknadsräckvidd och validering, medan bolagets över 300 produkter möjliggör organisk tillväxt utan stora investeringar, vilket skapar en attraktiv avkastningsprofil med internationell skalningspotential.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



POLYMER FACTORY | VD-intervju med Mats Wallnér

1. Ni har över 300 produkter inom flera kategorier. Vad driver tillväxten idag och var ser ni störst potential?

Tillväxten drivs främst av våra kalibreringsmaterial, särskilt SpheriCal®, som får allt större genomslag inom masspektrometri. Efterfrågan ökar även på våra funktionaliserade dendrimerer som används inom diagnostik och avancerad analys. Framåt ser vi störst potential inom områden där våra material förbättrar instrumentprestanda, höjer datakvaliteten eller möjliggör nya applikationer – särskilt inom automatiserad kvalitetskontroll, precisionsdiagnostik och nästa generations masspektrometri.

2. SpheriCal® är idag en premiumprodukt inom masspektrometri. Vad gör den unik och hur ser konkurrensen ut?

SpheriCal® utmärker sig genom sin stabilitet, reproducerbarhet och plattformsoberoende användbarhet. Den möjliggör snabbare och mer tillförlitlig kalibrering jämfört med traditionella standarder. Att den integrerats i lösningar som Brukers QSee™ är en stark validering. Konkurrerande standarder – ofta polymera eller peptidbaserade – kan inte matcha SpheriCal® i prestanda, vilket gör Polymer Factory till en viktig aktör inom premiumsegmentet.

3. Partnerskapen med Bruker och distribution via Merck verkar centrala. Hur ser tillväxtstrategin ut mellan partners och direktförsäljning?

Partners och direktförsäljning spelar kompletterande roller. Integrationen hos Bruker ger global räckvidd inom masspektrometri, medan Merck erbjuder skalbar åtkomst till forskningskunder världen över. Direktförsäljning hjälper oss att bygga kundrelationer, förstå applikationer och identifiera nya behov. Partnerskap driver volym och validering; direktförsäljning driver insikt och marginaler.

4. Era produkter används inom IVF, cancerdiagnostik, dermatologi och mycket mer. Vilka områden bedömer ni har störst potential?
Den största potentialen finns inom applikationer som kräver hög precision och förbättrad datakvalitet. Masspektrometri och avancerad diagnostik växer snabbt eftersom våra material möjliggör mer känslig och reproducerbar analys. IVF och medicinska applikationer visar också ökande efterfrågan på molekylär stabilitet och standardisering. Dermatologi och läkemedelsleverans är fortsatt lovande områden där våra dendrimerer förbättrar penetration eller leveransprestanda.

5. Hur ser er pipeline och er roadmap ut för nya material och teknologier?

Vår pipeline fokuserar på nästa generations kalibreringslösningar, avancerade dendritiska material för medicinska och biotekniska applikationer samt nya plattformar för kvalitetskontroll. Roadmapen inkluderar utökade SpheriCal®-produktlinjer, nya funktionaliserade dendrimerer och applikationsspecifika material som möter framväxande kundbehov. De viktigaste prioriteringarna är skalbarhet, premium-marginaler och att utnyttja vår befintliga teknologibas.

Mats Wallnér
VD, Polymer Factory

Läs mer om Polymer Factory

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

6. Vilken aktivitet kommer att skapa mest värde de kommande 12–18 månaderna?

De främsta värdedrivarna inkluderar att skala kommersialiseringen av våra premiumprodukter – särskilt SpheriCal® – samt att fördjupa strategiska partnerskap med Bruker och Merck. Att utöka användningsområden, stärka direktförsäljningen i Europa och Nordamerika och lansera nya produktgenerationer är också viktiga steg. Kärnfokus ligger på att öka försäljningen, öka återkommande intäkter och befästa vår position som en premiumleverantör av avancerade analytiska material.

7. Hur ser er finansieringsstrategi ut och hur planerar ni att nå positivt fritt kassaflöde?

Vi betonar organisk tillväxt, högmarginalprodukter och en kostnadseffektiv operativ modell. Partnerskapen möjliggör skalning utan motsvarande kostnadsökning, vilket förbättrar kassaflödet. Positivt fritt kassaflöde kommer att drivas av ökade premiumsegment-intäkter, starkare kundpenetration i Nordamerika och Europa samt utökad direktförsäljning. Vi använder också selektiv projektfinansiering och icke-utspädande stöd. Strategin bygger på lönsamma segment, skalbar distribution och disciplinerat kostnadsfokus.

Mats Wallnér
VD, Polymer Factory

Läs mer om Polymer Factory

enrad

VD Andreas Bäckäng: **“Vi arbetar konstant med utveckling för att konkurrera med internationella miljardföretag”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

enrad | Ledande inom naturliga köldmedier med växande europeisk närvaro

OM BOLAGET

Enrad är ett svenskt miljöteknikbolag baserat i Borås och är en av Europas ledande utvecklare och tillverkare av kylaggregat och värmepumpar som använder naturliga köldmedier. Bolaget arbetar främst med propan R290 i stället för traditionella köldmedium som HFC och HFO, vilket innebär att deras lösningar är fria från F-gas och PFAS. Genom detta erbjuder Enrad energisnåla och naturliga alternativ för både komfortkyla och värme.

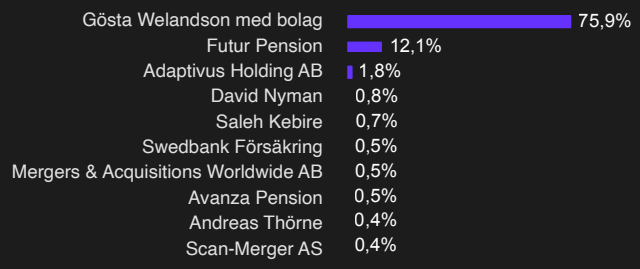
Bolagets sortiment består av modulära kylaggregat och värmepumpar som kan användas i en rad olika miljöer, såsom slott, sjukhus, industriella anläggningar och bostadsfastigheter. Maskinerna utvecklas, tillverkas och säljs i Sverige, och Enrad har även etablerat närvaro i Norge och Nederländerna genom expansion av verksamheten.

Enrads teknologi är utformad för att hjälpa kunder att fasa ut fossila bränslen och miljöfarliga köldmedier genom att erbjuda hållbara systemlösningar som bygger på naturliga köldmedier. Genom att använda propanbaserade system kan kunderna ta steg mot både klimatmässig hållbarhet och minskat beroende av internationella köldmedieströmmar. Enrads lösningar bidrar därmed till modernisering av kyla och värme i en rad samhällskritiska och kommersiella tillämpningar.

FAKTA

VD	Andreas Bäckäng
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	ENRAD
Aktiekurs (SEK)	11,1
Antal aktier (miljoner)	27,0
Börsvärde (MSEK)	299,9
Nettoskuld (MSEK)	-15,0
Enterprise Value (MSEK	284,9
Insynsägande	0,0 %
Nästa rapport	2026-02-27

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

STABIL TILLVÄXT

Enrad har haft en konstant tillväxt sedan noteringen 2017. Bolaget har under hela perioden fortsatt investera i kunskap, teknik och skalbarhet, vilket visar på en uthållig och långsiktig utvecklingsstrategi.

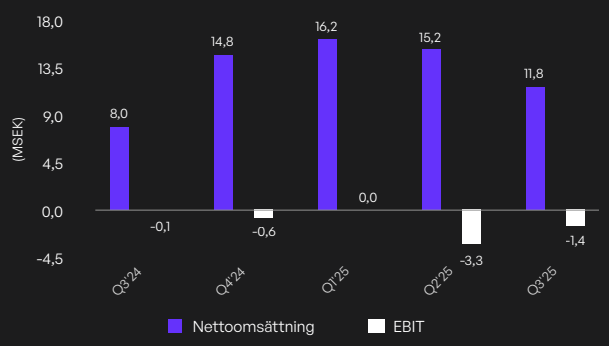
KOMPETENSDRIVEN POSITIONERING

Enrad bygger långsiktigt upp en stark kompetensbas inom naturliga köldmedier genom att etablera egen utbildnings- och certifieringskapacitet för kyltekniker. Detta stärker bolagets strategiska position i en bransch som står inför omfattande omställning mot R290 och andra naturliga köldmedier.

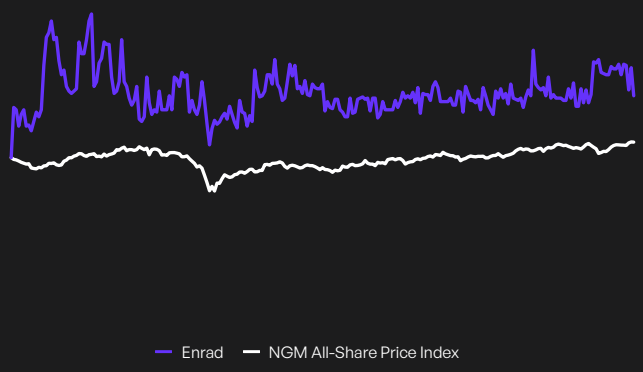
PRISAD PRESTANDA

Enrad har mottagit flera branschutmärkelser, såsom European Heat Pump Award och Årets Kyl-värmepumpsföretag. Dessa priser bekräftar att bolagets teknik håller hög nivå och står sig mycket väl i konkurrensen med större etablerade aktörer.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



enrad | VD-intervju med Andreas Bäckäng

1. Kan du berätta mer om ert värdeerbjudande och era främsta konkurrensfördelar?

Vi har paketerat vår kunskap i en standardiserad produkt som kan skalas från 100 kW upp till flera megawatt och täcker ett brett spektrum av temperaturområden. Vårt produktprogram kan uppfattas som litet, men just det är vår styrka, det ger enkelhet, flexibilitet och kostnadseffektivitet. Utöver produkterna erbjuder vi tjänster som t.ex. övervakning av prestanda, prediktivt underhåll, energirapporter och utbildning. Sedan starten har vi varit helt dedikerade till naturliga köldmedier, vilket garanterar lång livslängd och framtidssäkra anläggningar för våra kunder.

2. Ni lyfter fram Nederländerna som en prioriterad marknad och har nyligen tagit er första order där. Vad är det som gör just Nederländerna strategiskt viktigt för er expansion?

Nederländerna har ambitiösa klimatmål och driver på för en snabb omställning bort från fossilgas, vilket driver efterfrågan på hållbara värme- och kylsystem. Dessutom har Nederländerna haft flera stora PFAS-relaterade skandaler, vilket gör att kunder aktivt söker lösningar fria från HFC- och HFO-köldmedier. En annan viktig faktor är att landet har goda förutsättningar för akviferbaserade system, en teknik som våra produkter är perfekt anpassade för. Kombinerat med en hög innovationsgrad och stark vilja att investera i grön teknik gör detta Nederländerna strategiskt viktigt för vår expansion.

3. Ni satsar stort på en ny fastighet där produktion, produktutveckling och utbildning samlas under samma tak. Hur förändrar detta er affärsmodell framöver?

Vår affärsmodell står fast, men den här satsningen tar den till nästa nivå. Med ett komplett kyl- och värmepumpssystem kan vi demonstrera i praktiken hur man projekterar och optimerar för högsta energiprestanda. Det är ett tydligt bevis på vårt kunskapsdriv och en fördel när branschen nu försöker följa efter.

4. Kompetensbristen bland kyltekniker nämns som en utmaning. Hur stor påverkan har detta på er tillväxt och vilken roll spelar er utbildnings- och certifieringsplattform långsiktigt?

Vi konstruerar våra maskiner med fokus på enkel och tidseffektiv installation och underhåll för att hålla nere personaltid på plats. Vår övervakningstjänst EPIC sparar tid genom att ge full kontroll över prestanda och möjliggöra prediktivt underhåll vilket minskar extra service och onödiga resor till anläggningar. Med de nya certifieringskraven för företag och personer som arbetar med naturliga köldmedium vill vi ta en aktiv roll och dela med oss av vår kunskap, samtidigt som vi skapar nya affärsmöjligheter. Kraven öppnar för ökad tillväxt genom att vi kan sälja mer tjänster, men vi är medvetna om våra egna resursbegränsningar. För att genomföra utbildningar och certifieringar krävs kompetens som även behövs i andra delar av verksamheten. Hur detta kommer att påverka vår tillväxt återstår att se, men vårt fokus ligger fortsatt på utveckling och tillverkning av maskiner.

Andreas Bäckäng
VD, Enrad

Läs mer om Enrad

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

5. Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten för Enrad de kommande 12 till 18 månaderna?

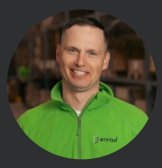
Vi hoppas naturligtvis att Nederländerna kommer i gång snabbt – det är en större marknad än Sverige och Norge tillsammans, vilket ger stor potential för vår fortsatta expansion.

6 Regelverket och standarduppdateringar inom kyl- och värmepumpsteknik är under förändring. Hur påverkar detta er produktutveckling och var ser ni den största tillväxtpotentialen?

Vi har varit anpassade till dessa uppdateringar sedan starten, så de påverkar inte vår affär. Vi fortsätter göra det vi gör idag – leverera hållbara och effektiva lösningar. Vår styrka är att vi har paketerat vår kunskap i en standardiserad produkt som möter dessa krav och gör produktutveckling och uppskalning enkel.

7. Vad gör Enrad till en bra investering enligt dig och hur ser vägen till lönsamhet ut?

Det här är en lång resa. Precis som i alla industriföretag krävs en viss volym innan lönsamheten blir varaktig, vi måste passera en viss omsättningströskel. Det vi gör är resurskrävande – men nödvändigt för kvalitet, leveransförmåga och tillväxt. I våras tog vi in kapital för att kunna accelerera planen 2025–2026 inom produktion, produktutveckling och försäljning. Jag avslutar som jag brukar i mina VD-kommentarer: Ge aldrig upp, uthållighet och mod kommer att ge resultat.



Andreas Bäckäng
VD, Enrad

Läs mer om Enrad

SLG©

SAFE LANE —— GAMING

VD Jesper Nord: **“Vi har nu skapat de bästa förutsättningarna för långsiktig utveckling”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

Strukturell omställning som skapar momentum

OM BOLAGET

Safe Lane Gaming är ett spelbolag som förvärvar, utvecklar och förlänger livslängden på mobilspel med redan etablerad spelarbas. Bolaget fokuserar inte på att skapa riskfyllda nya titlar, utan tar i stället över spel som har befintliga intäkter och fortsatt potential. Genom att arbeta med spel som redan fungerar minskar bolaget utvecklingsrisken och kan i stället koncentrera sina resurser på förbättringar, optimering och löpande drift.

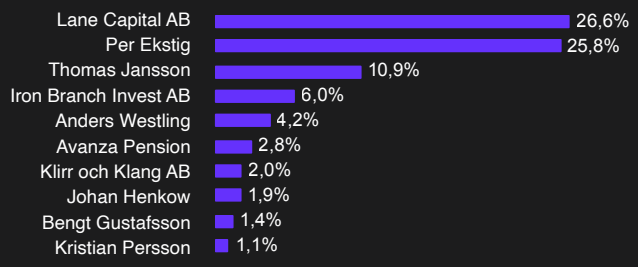
Safe Lane Gaming adresserar ett tydligt behov på mobilspelsmarknaden, där många äldre spel tappar fart när ursprungsutvecklarna går vidare till nya projekt. Bolaget tar över dessa titlar, effektiviserar och uppdaterar dem, bygger event, öppnar nya marknader och arbetar aktivt med monetisering och retention. Målet är att återaktivera och vidareutveckla spel som annars riskerar att stanna av i både tillväxt och intäkter.

Bolagets modell bygger på att förvärva titlar med befintlig speltrafik och därefter förlänga deras livscykel genom event, ny funktionalitet och förbättrade system. Safe Lane Gaming arbetar även vidare med spelens IP, som i fallet Penny Jump, för att skapa ytterligare spelvärden.

FAKTA

VD	Jesper Nord
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	SLG
Aktiekurs (SEK)	1,7
Antal aktier (miljoner)	8,3
Börsvärde (MSEK)	14,4
Nettoskuld (MSEK)	-1,0
Enterprise Value (MSEK	13,5
Insynsägande	27,9 %
Nästa rapport	2026-02-18

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

BEPRÖVAD MODELL

Safe Lane Gaming har återgått till sin ursprungliga och beprövade affärsmodell: att förvärva och vidareutveckla mobilspel med lång livslängd och stabila intäkter. Vd lyfter fram att denna modell tidigare visat sig framgångsrik, bland annat genom arbetet med Battle Camp.

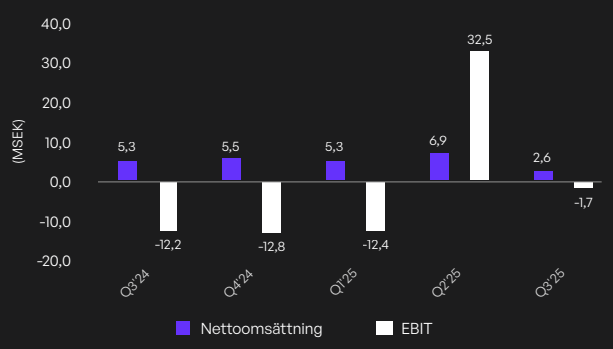
FÖRBÄTTRAD FOKUS

Bolaget har avyttrat Raketspel och återställt balansen i verksamheten. Fokus ligger nu åter på den affärsstrategi som historiskt skapat värde, med tydlig förvärvsinriktning och en mer sund kostnadsstruktur. Vd framhåller att Safe Lane Gaming är mer fokuserat och kapitaldisciplinerat än tidigare.

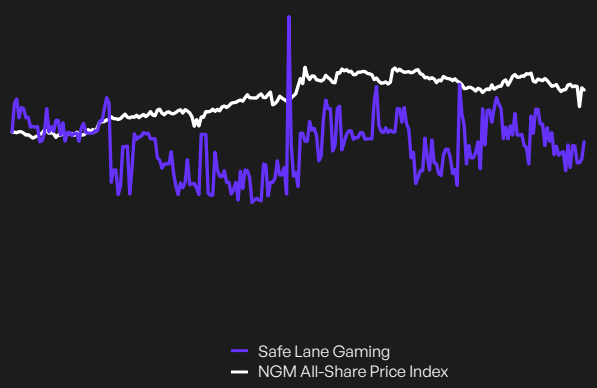
STARKARE UTGÅNGSLÄGE

VD beskriver att bolaget står starkare än på länge efter omställningen. Med Battle Camp som bas och en tydlig strategi ser han potential för både organisk tillväxt och framtida förvärv. Den nya riktningen är central för bolagets kommande utveckling.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



VD-intervju med Jesper Nord

1. Ni sålde av dotterbolaget Raketspel AB för att fokusera helt på Battle Camp. Vad var de avgörande faktorerna bakom detta strategiska beslut och hur förändrar det bolagets tillväxtmöjligheter?

Försäljningen av Raketspel AB var ett strategiskt steg för att minska risk och återgå till en bevisat hållbar affärsmodell. Att lyckas med nya hypercasual-titlar i dagens marknad är en utmaning med hög osäkerhet, medan Battle Camp är ett etablerat spel med stark spelarbas, fungerande ekonomi och stabil återkommande intäkter. Genom avyttringen kunde vi fokusera kapital och kompetens där vi ser tydlig effekt – i en verksamhet där vi kan arbeta mer kostnadseffektivt, men också mer långsiktigt med det vi tror på gällande longtail / community etc.

2. Vad är Battle Camps främsta konkurrensfördel i den konkurrensutsatta mobila spelmarknaden?

Battle Camps största konkurrensfördel är dess långa livslängd, aktiva spelarbas och ett bevisat spelkoncept som fortfarande skapar engagemang över tio år efter lansering. Många mobilspel tappar användare efter månader — Battle Camp har kvar tusentals dagliga spelare, stark klan-kultur och ett djup som skapar lojalitet över tid. Det gör spelet mindre beroende av nyförvärv och mer drivet av retention och återkommande intäkter, vilket är en konkurrensfördel få spel i segmentet kan matcha.

3. Battle Camp växer starkt internationellt och ni har ett samarbete med Grand Pike för att stärka den globala räckvidden. Vilka marknader ser ni störst potential i framöver?

Penny Jump markerar det första steget i vår strategi att expandera Battle Camp-universumet bortom en enda produkt. Vi ser stor potential i att skapa fristående spel med olika tonalitet, svårighetsgrad och målgrupp — där varje titel samtidigt knyter tillbaka till Battle Camp genom belöningar, progressionssystem eller gemensam ekonomi.

Tanken är att varje sidospel ska kunna stå på egna ben, men tillsammans bidra till ett större ekosystem där fler spelare fortsätter längre och spenderar smartare. Penny Jump är vår pilot. Om vi ser goda resultat i beta kommer fler titlar att följa, och vi har redan idéer som sträcker sig bortom hyper casual-formatet.

Kortfattat — Penny Jump är början, inte slutpunkten. Genom att bygga flera ingångar till samma IP kan vi öka retention, återaktivera gamla användare och sänka marknadsföringskostnaden per ny spelare.

4. Vad anser du är den största missuppfattningen om Safe Lane Gaming?

Att SLG är ett "traditionellt spelutvecklingsbolag". Vi är i grunden en spel-förvärvare och förvaltare. Vi bygger värde genom optimering, monetisering, LiveOps och lång drift – inte genom att utveckla dyra spel från grunden.

Battle Camp visar vad modellen kan åstadkomma, Penny Jump blir beviset på hur IP:t kan skalas vidare - något jag personligen velat göra länge och ser framemot att driva nu när jag är tillbaka.

Jesper Nord
VD, Safe Lane Gaming

Läs mer om Safe Lane Gaming

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

5. Ni har lanserat Penny Jump baserat på Battle Camp IP. Hur ser ni på möjligheten att bygga ut IP:t i flera spel framöver?

Penny Jump markerar det första steget i vår strategi att expandera Battle Camp-universumet bortom en enda produkt. Vi ser stor potential i att skapa fristående spel med olika tonalitet, svårighetsgrad och målgrupp — där varje titel samtidigt knyter tillbaka till Battle Camp genom belöningar, progressionssystem eller gemensam ekonomi.

Tanken är att varje sidospel ska kunna stå på egna ben, men tillsammans bidra till ett större ekosystem där fler spelare fortsätter längre och spenderar smartare. Penny Jump är vår pilot. Om vi ser goda resultat i beta kommer fler titlar att följa, och vi har redan idéer som sträcker sig bortom hyper casual-formatet.

Kortfattat — Penny Jump är början, inte slutpunkten. Genom att bygga flera ingångar till samma IP kan vi öka retention, återaktivera gamla användare och sänka marknadsföringskostnaden per ny spelare.

6 Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten de kommande 12 till 18 månaderna?

Att fortsätta utveckla och kommersialisera Battle Camp på ett metodiskt och kostnadseffektivt sätt. Vi bygger nu vidare på spelets IP genom Penny Jump och fler planerade sidoprojekt, vilket syftar till att bredda intäkterna utan att öka risken i onödan. Samtidigt skalar vi marknadsföringen där data visar hög avkastning, snarare än brett och dyrt.

Vi har också ett mer aktivt arbete med att identifiera nya, mindre förvärv som passar vår struktur — produkter som kan ge kassaflöde på kort eller medellång sikt. Kombinationen av stärkt Battle Camp-ekosystem, en mer kontrollerad kostnadsbas och disciplinerat kapitalbruk är enligt mig det som driver värde bäst under perioden vi har framför oss.

7. Med den finansiella omstruktureringen klar och alla externa lån återbetalda, hur ser vägen till kassaflödespositiv verksamhet ut?

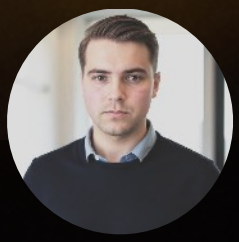
Vi går nu in i 2026 med en betydligt mer hållbar struktur än tidigare år. Vår väg framåt handlar inte om stora riskfyllda satsningar — utan om att arbeta smart, datadrivet och kostnadsdisciplinerat. Battle Camp är åter vår kärnverksamhet, och med en stabil spelarbas och ett klart förbättrat kostnadsläge är förutsättningarna för positivt kassaflöde mycket starkare än tidigare.

Vi har stramat åt driften, omförhandlar samarbeten där det ger effekt och använder våra befintliga utvecklarresurser mer samordnat trots att teamet är utspritt globalt. Med tydligare ledning, fokus och verktyg arbetar teamet idag snabbare, mer koordinerat och med högre utväxling per investerad krona.

Jesper Nord
VD, Safe Lane Gaming

Läs mer om Safe Lane Gaming

pixelfox®



VD Robin Bäcklund: **“Vi skapar förutsättningar för långsiktigt värde för våra ägare”**

Presenteras av

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

pixelfox® | Kassaflödesstark plattform för fortsatt expansion

OM BOLAGET

PixelFox utvecklar digitala tjänster för både företag och konsumenter, med ett fokus på skalbara SaaS-produkter som stödjer e-handlare och digitala verksamheter i att automatisera, analysera och öka sin försäljning. Bolaget arbetar med att bygga och förbättra moderna tekniska lösningar som skapar mätbar nytta för kunderna, samtidigt som produkterna är utformade för att kunna skalas globalt och användas av ett brett spektrum av digitala affärsmodeller.

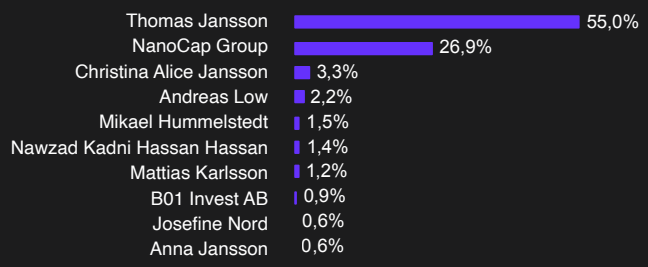
Utöver SaaS-verksamheten driver PixelFox en lönsam retail trading-verksamhet som genererar återkommande kassaflöde och bidrar positivt till resultatet. Denna del av affären skapar ett finansiellt fundament som gör det möjligt för bolaget att finansiera sin produktutveckling internt, utan behov av externa lån eller ökad operativ risk. Den kombinerade affärsmodellen, kassaflödesstark B2C i samspel med skalbar B2B SaaS, ger en balans mellan stabilitet och tillväxt.

Genom en kombination av stabila B2C-intäkter och skalbara B2B-tjänster kan PixelFox växa på ett kontrollerat och hållbart sätt. Tradingverksamheten skapar de kassaflöden som krävs för att kontinuerligt investera i utvecklingen av nya produkter, medan SaaS-delen utgör grunden för framtida skalning och värdeskapande. Bolaget bygger därmed moderna digitala lösningar med betydande potential samtidigt som bolaget undviker finansiell risk och bibehåller full kontroll över sin tillväxtresa.

FAKTA

VD	Robin Bäcklund
Lista	NGM Nordic SME
Ticker	PIXEL
Aktiekurs (SEK)	1,3
Antal aktier (miljoner)	36,3
Börsvärde (MSEK)	46,9
Nettoskuld (MSEK)	-0,5
Enterprise Value (MSEK	46,3
Insynsägande	0,5 %
Nästa rapport	2026-02-26

STÖRSTA ÄGARE



Tre anledningar till att investera

STABIL FINANSIELL GRUND

PixelFox kombinerar stabil tillväxt med positivt kassaflöde och låg finansiell risk. Bolaget har flera produkter och intäktsströmmar och arbetar mot målet att vara helt skuldfritt, vilket stärker den långsiktiga finansiella hållbarheten.

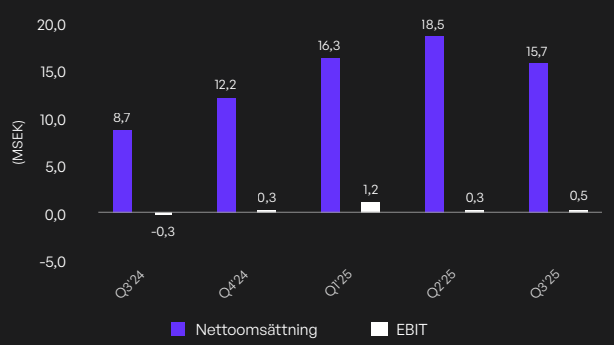
VÄRDESKAPANDE INVESTERINGAR

Bolaget genomför selektiva och väl avvägda investeringar, som i fallet med Userdesk där betydande finansiella intäkter redan realiserats. Dessa vinster återinvesteras under det kommande året i produktutveckling och ny tillväxt, vilket förbättrar PixelFox framtida intjäningsförmåga.

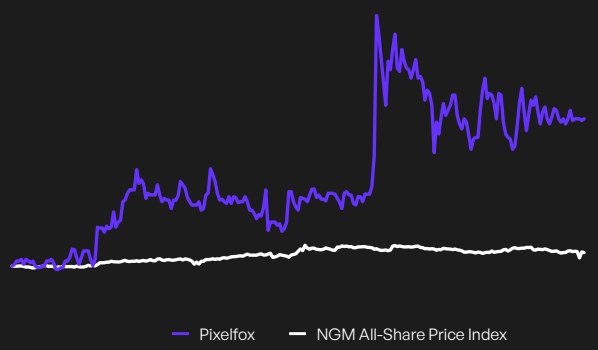
POTENTIAL FÖR UTDELNING

När nuvarande investeringar nått full effekt ser bolaget möjlighet att införa utdelning som en del av sin strategi för att skapa långsiktigt aktieägarvärde. Detta ger investerare en attraktiv kombination av trygghet, utvecklingspotential och framtida direktavkastning.

Kvartalsutveckling 2024-2025



Kursutveckling, 12 månader



pixelfox | VD-intervju med Robin Bäcklund

1. Omsättningen har ökat kraftigt och ni är nu lönsamma. Vad är de viktigaste faktorerna bakom denna vändning och är tillväxttakten hållbar framöver?

Vändningen drivs av en stabil utveckling i vår kärnverksamhet, stark kostnadsdisciplin och förbättrade bruttomarginaler. Vår retail-drivna kassaflödesmotor har fortsatt levererat och ger oss utrymme att investera i nya tjänster. Med en soliditet på 90 % och positivt kassaflöde bedömer vi att tillväxttakten är väl underbyggd och uthållig.

2. Ni avyttrade Userdesk för att skapa en mer fokuserad struktur. Hur ser portföljstrategin ut nu och vilka av era varumärken har störst tillväxtpotential?

Strategin är att bygga en koncentrerad portfölj där varje varumärke bidrar med kassaflöde eller skalbar tillväxt.
Våra B2B-plattformar PixelFox, PixelCart och Island Upsell har störst potential genom återkommande intäkter, medan W&IT fortsätter generera stabila kassaflöden som kan återinvesteras i produktutveckling.

3. Battle Camp växer starkt internationellt och ni har ett samarbete med Grand Pike för att stärka den globala räckvidden. Vilka marknader ser ni störst potential i framöver?

Vår B2C-verksamhet står för huvuddelen av det positiva resultatet och kassaflödet, vilket ger en stabil grund att växa från. B2B SaaS-området befinner sig främst i en utvecklings- och expansionsfas där fokus ligger på att bygga starka och skalbara produkter. Kombinationen gör att vi kan utveckla nya tjänster utan att belasta balansräkningen.

4. Vad anser du är den största missuppfattningen om PixelFox bland investerare?

En missuppfattning är att risknivån skulle vara högre än vad vår faktiska struktur visar. Visst innebär småbolag alltid en högre risk än stora etablerade bolag, men vår modell kombinerar flera produkter, stabila kassaflöden och låg finansiell risk. Vi strävar efter att vara helt skuldfritt och använder kassaflödet från vår B2C-verksamhet för att återinvestera i nya produkter och framtida tillväxt. Det ger både trygghet och potential för stor uppsida.

5. Hur ser er internationella strategi ut? Är fokus på den nordiska marknaden eller finns ambitioner att växa globalt?

Vi växer stegvis: Sverige först, därefter utvalda internationella marknader där SaaS-lösningar kan skalas snabbt. Vår struktur med låga fasta kostnader och digitala produkter gör global expansion möjlig med mindre investeringar. Vi fokuserar dock huvudsaklige på vår hemmamarknad kommande år. En expansion kommer genomföras när våra produkter är mogna för det.

6. Hur ser kapitalallokeringsstrategin ut framöver när det gäller tillväxt, förvärv eller andra investeringar?

Vårt mål är att vara skuldfritt och använda kassaflödet till produktutveckling, organisk tillväxt och selektiva investeringar. Vi investerar disciplinerat i digitala tillgångar där risknivån är kontrollerad och där avkastningen stärker kärnverksamheten.

Robin Bäcklund
VD, Pixelfox

Läs mer om Pixelfox

Fair value Kalqyl NGM COMPANY INSIGHTS

7. Vad kommer bli den största värdedrivande aktiviteten de kommande åren och vilka investeringar krävs för att realisera den?

Den största värdedrivaren är utvecklingen av våra SaaS-plattformar, där återkommande intäkter, skalbarhet och hög marginal samverkar. Investeringarna är främst tekniska och finansieras till stor del av vårt positiva kassaflöde, vilket gör att vi kan växa utan att belåna balansräkningen.

Robin Bäcklund
VD, Pixelfox

Läs mer om Pixelfox

Disclaimer

Informationen ovan är framtagen av Fairvalue FV AB och ska inte ses som personlig rådgivning. Alla investeringar innebär risk – värdet kan både gå upp och ner och du kan förlora hela eller delar av ditt investerade kapital. Historisk avkastning är ingen garanti för framtida resultat.

NGM COMPANY INSIGHTS

Fair value & Kalqyl

Publiceringsdatum: **11 december 2025** | Avsändare: **Fairvalue/Kalqyl**