



Årsberetning for 2021

LØRN AS

Visjon

LØRN AS er et norsk selskap som leverer kunnskapspakker for intern og ekstern branding til bedrifter og offentlige institusjoner. Pakkene brukes for intern ansattutvikling (reskilling, oppskilling, alignment, motivasjon) og ekstern talentattraksjon (i en historisk høy kamp om talent). Selskapet ledes av Silvija Seres, og har over 4 år levert ca. 5m topplinje, 300 kurs, og 1m lyttinger årlig. Selskapet har bygget en plattform for distribusjon av kunnskapsinnhold som er «Spotify for læring».

Selskapet har 15 ansatte, og har eksistert i 4 år. Det har så langt bygget et bibliotek med mer enn 1200 kurs i form av podkaster og video, med tilhørende quiz og gruppeoppgaver, og leverer pakkene til kunder sammen med plattformlisenser for alle ansatte. Plattformen vår er en «best of breed» LXP (Learning Experience Platform) som kombinerer en Spotify-opplevelse i navigasjon, spillelister, anbefalinger og spill mekanismer, med B2B funksjonalitet der kundene kan se hva deres ansatte og eksterne ønsker å lære om.

Resultat 2021

Resultatet er oppsummert i tabellen under:

NOK '000	2019	2020	2021
Driftsinntekter	5 209	5 172	4 382
Driftsresultat EBIT	736	-547	-3 318
Årsresultat	575	-433	-3 318
Sum eiendeler	2 700	1 156	7 876

Resultatet i 2021 er hovedsakelig påvirket av investeringer i plattform, og forsinkelser i salg grunnet Covid pandemien. Høsten 2021 innhentet selskapet 5,8m på en prising på 26m (post money) for å matche finansiering på 3,9m fra Innovasjon Norge, for utvikling av neste generasjons plattform i prosjektperioden 01/10/2021-01/10/2022. Selskapet har også fått 1m i Skattefunnmidler i 2021 for plattformutvikling og ny digital funksjonalitet relatert til opplæring. Salg til B2B kunder har økt fra 2,5m i 2020 til 3,2m i 2021, med kunder som Kystverket, Norsk Sykepleier Forbund, Redningsselskapet, NCE Seafood Innovation og Vitari.

Selskapet har hatt en betydelig omstilling i organisasjonen, med flere nye seniorer på laget, Blant annet Frode Skaarnes som COO, og Nikolai Fasting som CTO. Det er også foretatt flere sentrale rekrutteringer for 2022, med hovedfokus på økt produksjonsevne rettet mot B2B kunder.

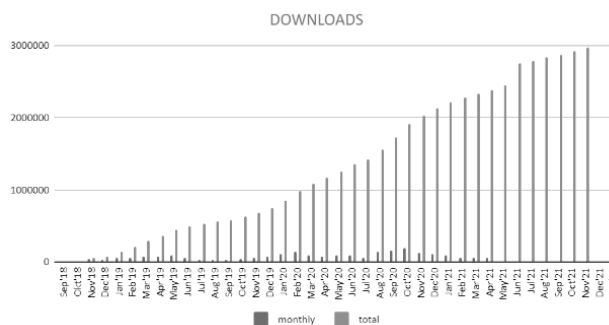
Produkt

LØRN betjener to markeder: B2B og B2C.

Innen B2B segmentet lager vi kunnskapspakker for bedrifter, med ende-til-ende produksjon og distribusjon. Produksjonen inneholder en innholdspakke som kombinerer fire unike digitale medieprodukter: CASE (bestep praksis historier fra egne ansatte), MASTERCLASS (samtalebasert kurs med eksperter om aktuelle tema som ikke er dekket i utdanning), EVENT (panelsamtaler med «thought leaders» internt og eksternt) og WORKSHOP (aktivisering av læring relatert til de tre andre innholdstyper).

Disse elementene kombineres i en pakke i størrelsesorden fra 100.000 til 1.000.000, og leveres på vår plattform LØRN LXP som lisenser til alle ansatte. Dette er den andre halvdel av en normal leveranse. Vår plattform kombinerer moderne navigasjon, anbefalingsmekanismer og spill mekanismer fra plattformer som Amazon, Netflix, Spotify og Audible. Resultatet er en skreddersydd, rask, effektiv måte å møte de nye organisatoriske utfordringene på: ansattutvikling, og «war for talent».

Innen B2C segmentet leverer vi tilgang til LØRN kunnskapsunivers, for studenter fra alle bedrifter og alle industrier. Vår pedagogisk filosofi dreier seg om å gjøre ny og nødvendig kunnskap tilgjengelig for alle, på en måte som gjør læring fleksibel og lett. Derfor tror vi på «podkast first» modellen, som kan lyttes til i tidene imellom: mens man trener, reiser, eller gjør noe annet som ikke tillater skjerm, og overlapper derfor ikke med arbeidstid. Vi har definert 10 bud for livslang læring, som kombinerer disse prinsippene, og vår plattform bygges rundt disse ideene. Vi har som mål å tiltrekke over 35.000 betalende studenter på vår plattform i 2022.



Våre viktigste KPIer på B2B er antall kunder, størrelse på prosjekt og kundetilfredshet. Vi har over 50 betalende bedriftskunder, der 80% av deres ansatte lytter til våre mikrokurs og tar sertifikater, og gjennomsnitt rating på 3,8 på CSI.

Våre viktigste KPIer på B2C er totale antall lyttinger, og antall følgere i forskjellige kanaler (Spotify, iTunes, Facebook, YouTube, LinkedIn). Vi har over 3.000.000 lyttinger, og 20.000 følgere på tvers av de forskjellige kanalene.

B2B bygger produksjonsevnen vår, mens B2C bygger evnen til å bli et eksponentielt voksende LaaS (Learning as a Service) selskap på kortest mulig tid.

Plattform

Vårt viktigste mål for 2022 er å flytte de fleste av våre lyttere og følgere fra åpne kanaler inn i LØRN's læringsunivers. Dette gjør vi ved å tilby en super opplevelse i navigasjon og sertifisering, i tillegg til gode lytte og lære opplevelser.

For å få til ønsket fleksibilitet og skalerbarhet, bygger vi om vår plattform for tredje gang. Den første versjon LØRN LMS 1.0 fra 2019 var i WordPress, den andre LØRN LMS 2.0 fra 2021 var i HubSpot. Disse to ga oss mulighet til å eksperimentere med formater og navigasjon, med «low code» læringsoppleveser og innsamling av data. Vår nåværende plattform, LØRN LMS 3.0, som nå også heter LØRN LXP (Learning Experience Platform) tror vi blir den endelige kjernen. Den lages i Google Cloud infrastruktur, med moderne lagdelt mikro-tjeneste basert arkitektur. Den har de mest moderne utviklingsverktøy innen de forskjellige front-end og back-end bibliotekene, som er de vanlige verktøy for devops og smidige utviklingsmetoder i dag.

På vår plattform, LØRN LXP kan registrerte studenter få sertifikater for gjennomførte mikrokurs, og de kan få hjelp til å navigere i hele biblioteket på over 1200 mikrokurs. Navigasjonen er bedre enn i tradisjonelle LMSer fordi vårt innhold lages som en del av helhetlig læringsopplevelse, med tagger på tema, perspektiv, språk, nivå, lokasjon og mer. Vårt innhold går på tvers av flere digitale formater (podkast, video, oppsummeringer i tekst, video og grafer, quizer, gruppeoppgaver) og kan dermed trigge læring som hobby hos voksne folk, i likhet med hvordan våre barn lærer fra YouTube eller spill.

Fra 1. oktober 2021 har vi fokusert på utvikling av LXP, der vi jobber med fire spor: studenttjenester, B2B tjenester, admin tjenester og 3.parts innholds tjenester. Utviklingen går bra og vi lanserer nye features månedlig, og bruker disse i våre bedriftsprojekter.

Organisasjon

LØRN AS består av 15 ansatte, fordelt i fire grupper: 1) teknologi og utvikling, 2) produksjon og distribusjon, 3) salg og markedsføring, 4) administrasjon. Vi har en avdeling i Montenegro med 5 ansatte, og samarbeider med selskapet Chimera på plattform utvikling.

Utvikling av innhold

Vi har fire produktkategorier: CASE, MASTERCLASS; EVENT og WORKSHOP.

CASE

Vi har så langt laget 1154 CASER; innen 50 forskjellige tema, og innen 9 forskjellige perspektiver. Våre tema er gruppert i 4 kategorier: teknologi (TEK), samfunn (SOC), forretning (BIZ) og industrivertikaler (VER).

Dette er alle våre 50 tema:

BIZ (AGILE, CHANGE LEADERSHIP, CIRCULAR BUSINESS, DIGITAL MARKETING, INNOVATION STRATEGY, PRODUCT STRATEGY, SOME COMMUNICATIONS, STAKEHOLDER STRATEGY, TEAMBASED ORG, NEW WORKLIFE, EXPONENTIAL STRATEGY)

VER (ARTTECH, BIOTECH, BUILDTECH, CLEANTECH, DEFTECH, FINTECH, FOODTECH, HEALTHTECH, HOSPITALITY, LEGALTECH, OCEANTECH, INDUSTRYTECH, REGTECH)

SOC (BOOKS, DIGITAL EDUCATION, ETHICS OF TECH, KIDSTECH, SOCIETY AND PLATFORMS, POLITICS, RETHINK ECONOMICS, RETHINK REGULATION, RETHINK SOCIETY, SUSTAINABLE BUSINESS)

TEK (3DPRINT, AI, BIGDATA, BLOCKCHAIN, CYBERSEC, DRONETECH, EDTECH, ENERGYTECH, GAMETECH, IOT, MAKERS, MATERIALS, NETWORKS, RETAIL, ROBOTICS, SOFTWARE, TECH4GOOD, TRANSPORT, VRAR)

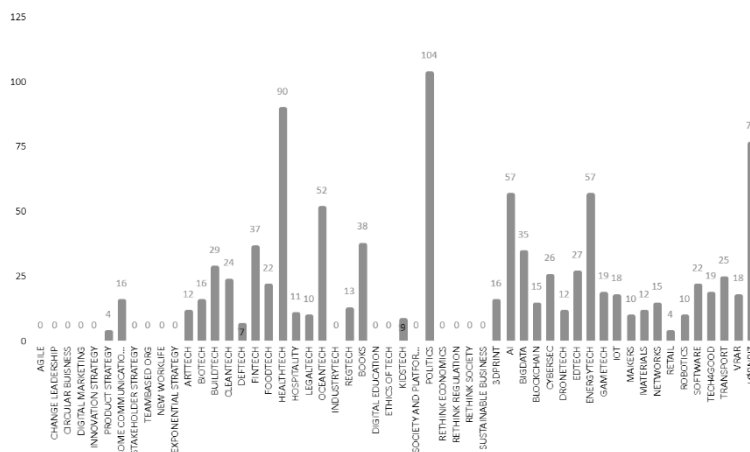
Dette er alle våre 9 perspektiver: CHILDREN, CLUSTER, ENTERPRISE, MEDIA, POLITICIAN, PUBLIC SECTOR, RESEARCH, SME, STARTUP.

Det meste av det vi lager er på norsk, fordi podkaster fungerer best i morsmål. Vi har 88% på norsk, og 12% på engelsk. Omtrent 35% av innholdet vårt er levert av kvinnelige eksperter.

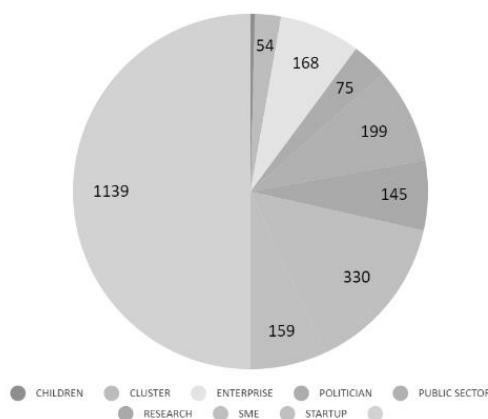
Det meste av vårt innhold er fra Oslo, men vi har innhold fra alle følgende byer:

ÅLESUND	9	0.79%
ALTA	8	0.70%
ÅS	9	0.79%
ASKER	2	0.18%
BÆRUM	12	1.05%
BERGEN	64	5.61%
BODØ	19	1.67%
BUSKERUD	13	1.14%
DRAMMEN	2	0.18%
FREDRIKSTAD	15	1.31%
GJØVIK	14	1.23%
HALDEN	15	1.31%
HAMMERFEST	1	0.09%
HAUGESUND	1	0.09%
INNLANDET	8	0.70%
INTERNATIONAL	35	3.07%

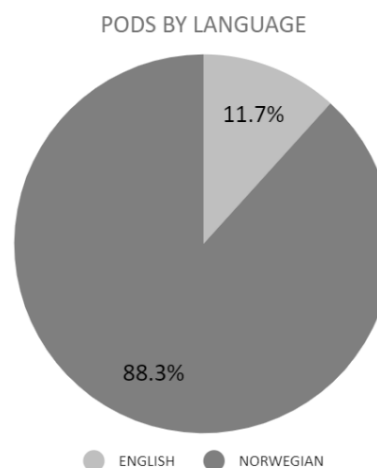
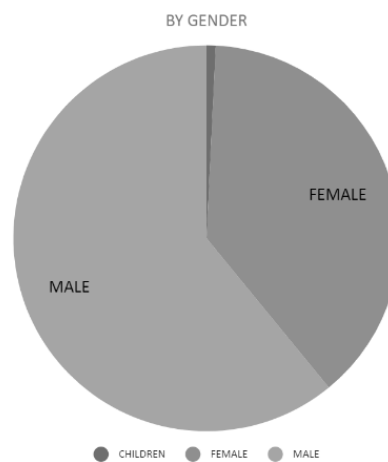
PODCASTS BY SUBJECT



PODCAST BY PERSPECTIVE



MO & RANA	1	0.09%
KONGSBERG	1	0.09%
KRISTIANSAND	24	2.10%
KRISTIANSUND	2	0.18%
LIER	1	0.09%
LILLESTRØM	2	0.18%
MOLDE	11	0.96%
MOSS	3	0.26%
OSLO	728	63.80%
RAUFOSS	1	0.09%
RJUKAN	1	0.09%
SARPSBORG	11	0.96%
STAVANGER	41	3.59%
SUNDOVLLEN	10	0.88%
TROMSØ	7	0.61%
TRONDHEIM	68	5.96%
BAMBLE KOMMUNE	2	0.18%

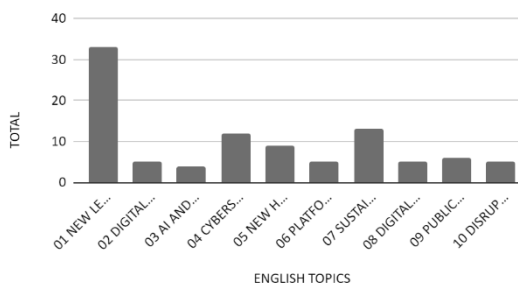


MASTERCLASS

Vi har laget MASTERCLASS innen 10 forskjellige temaer:

1. NEW LEADERSHIP
2. DIGITAL STRATEGY
3. AI AND DATA
4. CYBERSEC
5. NEW HYBRID WORK
6. PLATFORM BUSINESS
7. SUSTAINABILITY
8. DIGITAL ETHICS AND REGULATION
9. PUBLIC SECTOR INNOVATION
10. DISRUPTIVE TECH

MASTERCLASS TOPICS



Vi snakker blant annet med ledende tenkere i Norge om DevOps, Design Thinking, Lean innen tema #1, mens vi snakker med norske og internasjonale professorer og leder om plattform strategi, eksponentiell vekst, og data-drevne forretningsmodeller i tema #2. Særlig temaer innen bærekraft seiler opp som svært ettertraktede uformelle kurs i 2021 og 2022, og vi har en liste med spennende eksperter i pipeline for disse produksjonene.

EVENT

Vi har også EVENTER i fire forskjellige kategorier: Plattformprat, Kundefokus, Deep Dive, og Special Events. For eksempel, laget vi eventer i forbindelse med Arendalsuka i august sammen med Abelia, og for Kvinnedagen 8/3 sammen med Tekna og Telenor. Vi produserer 4 events per måned, og publiserer de i sosiale kanaler i tillegg til vår plattform.

Alle tidligere eventer kan finnes på plattformen, og lyttes til i flere år fremover. Dette innholdet antar vi har en levetid på 3 år, fordi verden er disruptiv og eksponentiell, samtidig som vi snakker om prinsipielle tema som varer mye lenger enn en enkel konferanse eller hendelse.

WORKSHOP

Den siste kategorien i vårt innhold er workshoper. Dette er 2-timers hybride samlinger, der kundene går gjennom den nye læringen og finner nye prosjektmuligheter basert på disse. Vi legger ikke ut dette innholdet på plattformen, fordi det ansees, som det eneste blant våre produksjoner, som bedriftsinternt. Vi har veldig positive erfaringer med å kjøre disse workshopene heldigitalt eller i kombinerte fysiske-digitale grupper, og her får alle ansatte oppleve «flipped classroom» fra MBA studier på sitt beste. Vi har kjørt 12 slike workshoper i 2021, og dette er kanskje det produktet som kundene blir mest positivt overrasket over – fordi det engasjerer og kobler gjennom ny læring og utvikling.

Utvikling av LØRN Akademi

Vår plattform er bygget for å skape et selvstendig læringsunivers. Vi har hatt registrerte studenter på plattformen vår siden 2020, men det var først på slutten av 2021 at vi hadde en plattform som skapte læringsopplevelser og som tillater oss å videreutvikle vårt LÆRINGSDESIGN. For å bli brukt, må livslang læring være lett og inspirerende, og vi utvikler både våre formater og våre data for å skape slike **fengende læringsopplevelser for alle**.

I desember 2021 hadde vi over 10.000 studenter registrert på vår plattform, som til sammen har tatt over 12.000 sertifikater (som tilsvarer mer enn 8000 timer med sertifiserbar læring). I kontrast til dette har vi over 3.000.000 lyttinger på våre åpne kanaler, som tilsvarer 1.500.000 timer, eller 50.000 studiepoeng, men disse er ikke beviselige, sertifiserbare, eller etterprøvbare timer brukt på læring – og enda viktigere, disse læringstimer kan ikke lagres og måles og brukes som data.

Uten plattform og registrert læring er det umulig å lage personaliserte, spennende læringsveier. Våre følgere og lyttere i åpne mediekkanaler slik som iTunes, Facebook og Spotify er usynlige for alle unntatt disse plattformene, og da kan vi ikke utvikle verdens beste læringsopplevelse på eget innhold, hvis ikke vi har kontroll på data og flyt.

Den viktigste rollen for vår plattform fremover er å kanalisere disse lyttere og følgere i et rikt, navigerbart, sosialt læringsunivers basert på vårt unike innhold, i kombinasjon med 3-parts innhold fra de beste norske ekspertene på de nye fagene.

Vi har følgende 10 hovedprinsipper for utvikling av vår plattform:

1. SKREDDERSØM
2. RASK PRODUKSJON
3. TVERFAGLIG OG LETT LÆRING
4. DIGITAL DISTRIBUTJON OG FLEKSIBEL LÆRING
5. BLENDED LEARNING OG PODCAST FIRST
6. FLIPPED CLASSROOM OG SOCIAL LEARNING
7. INSENTIVER OG SPILLMEKANISMER
8. EGET INNHOLD OG TILGANG TIL EXPERTER
9. GARANTERT BRUK INTERNT
10. GARANTERT BRANDING EKSTERNT

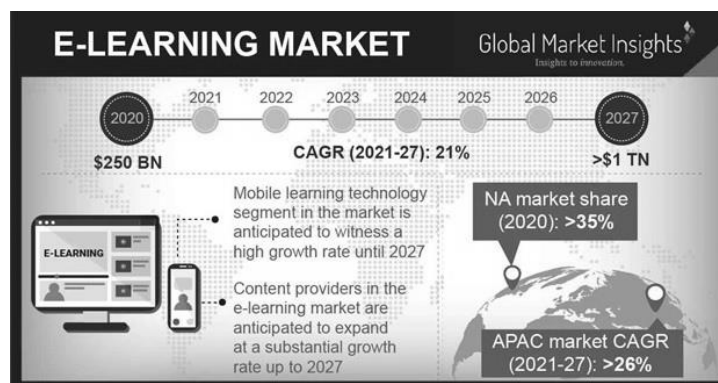
Disse prinsippene speiler seg i våre plattformutviklingsplaner, og er et felles rasjonale på hvordan vi i LØRN sammen med våre gjester, kunder, partnere og investorer revolusjonerer livslang læring for alle voksne.

Marked

Corporate e-learning markedet er anslått i 2021 til 60 milliarder kroner i EU, med forventet 4 års CAGR på 16 %

(HolonIQ). Vi beregner på basis av HolonIQs modell at bedriftsopplærings-markedet vil være 2 milliarder kroner i Norge i 2022.

Fra CB Insights: Størrelsen på e-læringsmarkedet oversteg 250 milliarder USD i 2020 og forventes å vokse med en eksponentiell CAGR på over 21 % mellom 2021 og 2027. Nye teknologier, som AI, VR og skybaserte LMSer, vil drive markedsvekst. AI-aktivert e-læring vil drive utviklingen av smart innhold, digitaliserte studieveiledninger og sanntidsspørsmål. E-læringsplattformer har hatt en eksponentiell vekst i utdannings- og bedriftssektorene de siste tre til fem årene. Ifølge EdSurge Inc., var investeringene i den amerikanske utdanningsteknologisektoren USD 1,6 milliarder i 2019. Skoler og bedrifter tar nå i bruk nettbaserte læringsverktøy for å forbedre engasjementet og læringsopplevelsen til studenter og ansatte. Tjenesteleverandører benytter denne muligheten og utvider EdTech-produkter og -tjenester. (<https://www.gminsights.com/industry-analysis/elearning-market-size>)



Våre kunder er foreløpig bare i Norge, men vi har samtaler med internasjonale partnere om samarbeid i flere markeder. Vi ser interesse for innhold fra Norge, oversatt til engelsk, og for innhold fra norske internasjonale bedrifter i alle geografier. Norge har ledende miljøer i flere av våre tema, for eksempel: ENERGYTECH, OCEANTECH, CLEANTECH, BIGDATA, AGRITECH, REGTECH. Vi har samtale-baserte mikrokurs med flere av de mest fremoverlente klynger, grundere, private store og små bedrifter, og organisasjoner fra offentlig sektor og virkemiddelapparatet, og disse samtalen er like spennende internasjonalt som nasjonalt.

Vi har også mekanismer for oversettelse av innhold fra norsk til engelsk, gjennom en prosess som gjør S2T (speech to text) på norske podkaster, så oversetter med Google Translate, og så tilbake til podkast på engelsk via T2S speech synthesis verktøy. Takket være ny AI teknologi har disse verktøy blitt svært effektive og tilgjengelige både i kvalitet og i pris.

Vår kundeliste så slik ut i desember 2021.

VÅRE KUNDER



Fremtidsutsikter 2022

Årene 2020 og 2021 var preget av pandemien, som har på den ene siden skapt større forståelse for digitalisering og behov for ansattutvikling, men også utsatt en del viktige innovasjonsprosjekter. Etter pandemien møter vi en historisk skarp kamp om de beste hodene, og de fleste arbeidsgivere ser etter nye måter å posisjonere seg i denne kampen. Våre kunnskapsprodukter viser seg å være veldig effektive i slik branding, fordi de formidler sentrale nye tema til den mest digitalt nysgjerrige gruppen i landet.

Vi har i første halvår 2022 flere veldig spennende prosjekter innen B2B segmentet. Disse representerer kunder innenfor både offentlig og privat sektor som Sweco, Norske Skog Skogn, Civac, Kulant, Miljødirektoratet og Bamble kommune. Vi har også omfattende prosjekter innen academia med blant annet BI, UIO og NKI. Så kundegrunlaget for 2022 ser godt ut.

Vi legger ved tre rapporter, som sier mye av det samme: både gamle og nye ansatte er den viktigste ressursen bedriftene har, og INGEN bedrifter har råd til å la være å utvikle denne mest strategiske ressursen.

1) NOU 2019: 12 Lærekraftig utvikling - Livslang læring for omstilling og konkurransevne. Etter- og videreutdanningsutvalget er opptatte av fleksibilitet i utdanningssystemet og muligheter for å jobbe og utdanne seg samtidig.

<https://www.kompetansenorge.no/statistikk-og-analyse/publikasjoner/nou-2019-12--larekraftig-utvikling--livslang-laring-for-omstilling-og-konkurransevne/>

2) The Future of Jobs Report 2020 maps the jobs and skills of the future. The window of opportunity to reskill and upskill workers has become shorter in the newly constrained labour market. The public sector needs to provide stronger support for reskilling and upskilling for at-risk or displaced workers.

<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/digest>

3) OECD Skills Outlook 2021 Learning for Life. Lifelong learning is key if individuals are to succeed in labour markets and societies shaped by megatrends such as increases in life expectancy, rapid technological changes, globalisation, migration, environmental changes and digitalisation.

<https://www.oecd.org/education/oecd-skills-outlook-e11c1c2d-en.htm>