



Informations- memorandum

Inbjudan till teckning av Units i
Realtid Media AB (publ)

Realtid Media

Vissa definitioner

”Realtid Media” eller ”Bolaget” avser i detta informationsmemorandum Realtid Media AB (publ), org.nr 556872–9916, såvida inte annat framgår av sammanhanget.

Med ”Memorandum” eller ”Memorandumet” avses föreliggande informationsmemorandum.

Med ”Företrädesemissionen” eller ”Erbjudandet” avses erbjudandet att teckna nya Units (var och en bestående av en aktie och en Teckningsoption) enligt villkoren i Memorandumet.

”Emissionsbeloppet” avser det belopp som Bolaget tillförs vid full teckning av Erbjudandet, det vill säga 6,7 MSEK.

”Euroclear” avser Euroclear Sweden AB, org. nr 556112–8074.

”Hagberg & Aneborn” eller ”Emissionsinstitutet” avser Hagberg & Aneborn Fondkommission AB, org.nr 559071–6675.

”Teckningsoption” avser en teckningsoption av serie 2021/2022 som ges ut inom ramen för Erbjudandet.

”Unit” avser en unit, bestående av (1) aktie och en (1) Teckningsoption, som ges ut inom ramen för Erbjudandet.

”Uniträtt” avser teckningsrätt att teckna Units.

”BTU” avser betald tecknad Unit.

Hänvisning till ”SEK” avser svenska kronor. Hänvisning till ”EUR” avser euro. Hänvisning till ”USD” avser US dollar.

Med ”T” avses tusen och med ”M” avses miljoner.

Undantag från prospektskyldighet

Memorandumet utgör ej ett prospekt enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1129 efter som Företrädesemissionen är undantagen prospektskyldighet enligt lagen (2019:414) med kompletterande bestämmelser till EU:s prospektförordning då det belopp som tillförs genom Företrädesemissionen och att det belopp som sammanlagt ska betalas av investerarna under en tid av tolv månader inte överstiger 2,5 miljoner euro. Memorandumet har därför inte granskats eller godkänts av Finansinspektionen.

Tillämplig lagstiftning

För Memorandumet gäller svensk rätt. Tvist med anledning av innehållet i Memorandumet eller därmed sammanhängande rättsförhållanden ska avgöras av svensk domstol exklusivt.

Tillgänglighet

Memorandumet och de handlingar som införlivats genom hänvisning finns tillgängliga på Bolagets webbplats www.realtidmedia.se. Memorandumet finns även tillgängligt på Hagberg & Aneborns webbplats www.hagberganeborn.se.

Investerare hemmahörande utanför Sverige

Realtid Media har inte vidtagit och kommer inte att vidta några åtgärder för att tillåta ett erbjudande till allmänheten i några andra jurisdiktioner än Sverige. Inga Uniträtter, betalda tecknade Units (”BTU”) eller Units får erbjudas, tecknas, säljas eller överföras, direkt eller indirekt, i eller till USA förutom i enlighet med undantag från registreringskraven i United States Securities Act från 1933 (”Securities Act”). Erbjudandet riktar sig inte till personer med hemvist i USA, Australien, Hongkong, Japan, Kanada, Nya Zeeland, Schweiz, Singapore, Sydafrika eller i någon annan jurisdiktion där deltagande skulle kräva registreringsåtgärder eller andra åtgärder utöver de som följer av svensk rätt. Memorandumet får följaktligen inte distribueras i eller till något land eller någon jurisdiktion där distribution eller Erbjudandet enligt detta Memorandum kräver sådana åtgärder eller strider mot reglerna i sådant land respektive sådan jurisdiktion. Teckning och förvärv av Units i strid med ovanstående begränsningar kan vara ogiltiga. Personer som mottar exemplar av detta Memorandum måste informera sig om och följa sådana restriktioner. Åtgärder i strid med restriktionerna kan utgöra brott mot tillämplig värdepapperslagstiftning. Inom det Europeiska Ekonomiska Samarbetsområdet (”EES”) lämnas inget erbjudande av Units till allmänheten i andra länder än Sverige.

Uttalande om framtiden

De uttalanden av framåtriktade karaktär som finns i Memorandumet återspeglar styrelsen för Bolagets aktuella syn på framtida händelser samt finansiell och operativ utveckling och gäller vid tidpunkten för Memorandumet. Även om styrelsen för Bolaget anser att förväntningarna som beskrivs i sådana framåtriktade uttalanden är rimliga, finns det ingen garanti för att dessa framåtriktade uttalanden är rimliga, förverkligas eller visar sig vara korrekta. Efter Memorandumets offentliggörande lämnar Bolaget inga utfästelser om att uppdatera eller revidera framåtriktade uttalanden till följd av ny information, faktiska händelser eller utveckling utöver vad som krävs enligt tillämplig lagstiftning.

Presumptiva investerare uppmanas att ta del av den samlade informationen i detta Memorandum och ha i åtanke att framtida resultat och utveckling kan skilja sig väsentligt från styrelsens förväntningar.

Friskrivning

Memorandumet innehåller information som har hämtats från utomstående källor. All sådan information har, såvitt Realtid Medias styrelse kan avgöra, återgivits korrekt. Styrelsen ansvarar för detta dokument och har vidtagit alla rimliga åtgärder för att säkerställa att den information som lämnas är korrekt, fullständig och att ingenting utelämnats som kan påverka bedömningen av Bolaget. Även om styrelsen anser att dessa källor är tillförlitliga har ingen oberoende verifiering gjorts, varför riktigheten eller fullständigheten i information inte kan garanteras. Såvitt Bolagets styrelse känner till och kan försäkra genom jämförelse med annan information som offentliggjorts av tredje parter varifrån informationen hämtats, har dock inga uppgifter utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande.

Presentation av finansiell information

Om inget annat uttryckligen anges, har ingen finansiell information i Memorandumet reviderats eller granskats av Bolagets revisor. De siffror som redovisas i Memorandumet har i vissa fall avrundats, varför tabeller och grafer inte alltid summerar korrekt.

Övriga upplysningar

Sedan den avbrutna noteringsprocessen under 2020, där Camp Jarl AB via en emissionsgaranti blev storägare i Bolaget, har Camp Jarl AB axlat ett stort ansvar där företrädare för Camp Jarl AB har lagt ner ett par hundra timmars arbete. Bland annat har Camp Jarl AB varit behjälpligt med att förhandla fram en lösning i samband med att den tidigare VD:n och styrelseledamoten Jonas Wiwen-Nilsson avgick som VD och kort därefter lämnade styrelsen i Bolaget. Därefter tillsattes Björn Hemmingsson som interimis VD och därefter rekryterades tillträdande permanenta VD Maria Pellborn med bistånd från Camp Jarl AB. Camp Jarl AB har tillsammans med Realtid Medias nya ledning arbetat fram Bolagets nya affärsplan. Det har därför överenskommits mellan Realtid Medias styrelse och Camp Jarl AB att Camp Jarl AB ska erhålla ett arvode om 500 TSEK att utbetalas genom kvittning till aktier i Bolaget till samma teckningskurs som i Företrädesemissionen.

Vidare har Skills varit behjälpligt i samband med Erbjudandet genom projektledning inklusive hantering av legal process, framtagande av dokumentation och upphandling av garantikonsortium. Det har därför överenskommits mellan Realtid Medias styrelse och Skills att Skills ska erhålla ett arvode om 500 TSEK, varav 100 TSEK kommer att utbetalas kontant för täckande av del av de direkta kostnaderna, och resterande del kommer att utbetalas genom kvittning till aktier i Bolaget till samma teckningskurs som i Företrädesemissionen. Det ska tilläggas att Skills skrivit ned tidigare fordran på Realtid Media motsvarande cirka 2,4 MSEK exklusive moms till noll.

Det har vidare överenskommits mellan Realtid Medias styrelse och Stefan Hansson att Stefan Hansson ska erhålla 200 TSEK i ersättning för dels utträttat arbete till och med datumet för föreliggande Memorandum, dels styrelsearvode för 2020 att utbetalas genom kvittning till aktier i Bolaget till samma teckningskurs som i Företrädesemissionen.

Det har även överenskommits mellan Realtid Medias styrelse och de tidigare styrelseledamöterna Karl Samuelsson, Thomas Vinell och Niclas Wikström att dessa erhåller tidigare ej utbetalda styrelsearvoden att utbetalas genom kvittning mot aktier i Bolaget till samma teckningskurs som i Företrädesemissionen. Dessa styrelsearvoden motsvarar 61 588 SEK för Karl Samuelsson, 46 829 SEK för Thomas Vinell och 19 911 SEK för Niclas Wikström.

Avslutningsvis har det överenskommits mellan styrelsen i Realtid Media å ena sidan samt interimis VD Björn Hemmingsson och den nytillträdande permanenta VD:n Maria Pellborn å andra sidan att dessa erhåller 100 TSEK respektive 150 TSEK i ersättning för utträttat arbete till och med datumet för föreliggande Memorandum. Nämnda ersättning erhålles genom kvittning till aktier i Realtid Media till samma teckningskurs som i Företrädesemissionen.

Stämning mot Realtid Media och dess medarbetare

Realtid Media och dess medarbetare Camilla Jonsson, Per Agerman och Annelie Östlund är svarande i en pågående process i London, där de blivit stämnda av affärsmannen Svante Kumlin. Realtid Media bedömer att stämningen är ogrundad och ett exempel på så kallad "SLAPP" ("strategic lawsuit against public participation").

I flera artiklar under september-november 2020 granskade Realtid Media en då förestående börsnotering och försäljning av onoterade aktier i Eco Energy World PLC (EEW). När Realtid Medias reportrar Per Agerman och Annelie Östlund ställde frågor till Svante Kumlin svarade denne med att skicka advokater från byråer i Storbritannien och Monaco. Detta trots att Realtid Medias granskning baserades på digitala inspelningar och offentliga dokument.

Medier och journalister i en rad olika länder har tidigare drabbats av liknande processer där de hotats med stora kostnader för att i Storbritannien, på Irland och i andra territorier försvara pressfriheten. Det går i dagsläget inte att bedöma hur lång tid det tar innan processen är avslutad.

Innehållsförteckning

Bakgrund och motiv.....	5
Villkor och anvisningar.....	6
Marknadsöversikt.....	9
Verksamhetsöversikt.....	11
Ägarförhållanden*.....	16
Historisk finansiell information i sammandrag.....	17



Bakgrund och motiv

Realtid Media levererar affärskritisk information och nyheter till den svenska finansmarknadens parter. Bolaget startade sin verksamhet 2012. Som grund för affärsidén låg iakttagelsen att man genom att bredda och fördjupa den nära bevakningen av finansmarknaden kunde utveckla en starkt nischad medieverksamhet högt upp i värdekedjan och därmed attrahera landets i särklass mest köpstarka målgrupp.

Nyckeln i verksamheten är förmågan att kunna driva läsartrafik genom högkvalitativ journalistik på den av Bolaget ägda dagliga ekonomisajten reallid.se. Realtid.se utgör motorn i Bolagets affärsmodell. Under 2019 stärkte Bolaget sitt redaktionella erbjudande markant genom att knyta till sig ett antal välrenommerade journalister och krönikörer. Det i kombination med att reallid.se i juni 2019 blev framröstad till Sveriges andra bästa ekonomisajt i Financial Hearings / Affärsvärldens årliga omröstning resulterade i kraftigt ökad läsartrafik på reallid.se.

Annonsförsäljning inklusive platsannonser utgör idag Bolagets huvudentäkter. Bolaget har under de senaste åren stärkt sin marknadsposition, men lönsamheten har uteblivit till följd av felriktat försäljningsfokus i kombination med en för stor kostnadsintensitet. Följaktligen har Realtid Media, på initiativ av styrelsen, genomgått en omfattande omstrukturering under hösten och vintern 2020/2021. Bland annat har Maria Pellborn tillträtt som VD samtidigt som Camilla Jansson tillträdde som chefredaktör och ansvarig utgivare i oktober 2020. Vidare förväntas Bolaget att reducera kostnadsmassan med cirka 50 procent i jämförelse med 2020.

Genom de organisationella och operationella förändringarna har Realtid Media skapat förutsättningar för tillväxt och lönsamhet. Målsättningen är att från och med fjärde kvartalet 2021 bedriva en lönsam verksamhet. Vidare har Bolaget som målsättning att omsätta 10 MSEK och uppvisa ett nollresultat på EBIT-nivå under 2021.

Bolaget ämnar primärt att nå ökad försäljning genom fler sålda annonser på Bolagets sajt Realtid. Ökningen i antalet sålda annonser sker genom att i ökande grad använda programmatisk annonsering, vilket gör det möjligt att ännu bättre matcha annonsörens budskap med läsarna och därmed öka CTR. Att utveckla native annonsprodukten, dvs sponsrat redaktionellt innehåll, och samtidigt utöka annonsportföljen med i synnerhet sponsorskap av nyhetsbrev, förväntas driva försäljningen ytterligare. Slutligen bedöms Bolaget nå ökad försäljning genom samarbetet med Dagens PS och den stärkta "social media-strategin".

Erbjudandet är garanterat till cirka 92 procent, motsvarande cirka 6,2 MSEK, genom garantiavtal och teckningsförbindelser. Bolaget har dock varken begärt eller erhållit bankmässig säkerhet för detta belopp. Garantiersättningen uppgår till 12 procent av det garanterade beloppet att utbetalas i aktier i Realtid Media, motsvarande 2 480 000 nyemitterade aktier i Bolaget.

Emissionslikviden kommer företrädesvis att användas till att öka Bolagets rörelsekapital och stärka kassan. Skulle den förväntade emissionslikviden trots föreliggande garantiåtaganden inte inflyta som planerat och skulle Realtid Media inte lyckas generera mer intäkter eller genomföra kostnadsneddragningar, kan Bolaget tvingas behöva söka ytterligare extern finansiering. Detta kan i förlängningen innebära att Bolagets verksamhet kan behöva begränsas.

Nettolikviden från Erbjudandet om cirka 6,4 MSEK efter avdrag för emissionskostnader om 0,3 MSEK är avsedd att finansiera Bolaget under kommande 12 månader. Bolaget kommer att investera nettolikviden i den löpande verksamheten och rikta om fokuset från enbart det redaktionella till försäljningsfokus av flera vertikaler. Primärt ska nettolikviden användas till att utveckla Realtid Medias kunderbjudande, inklusive samarbeten som skapar löpande intäkter. Vidare kommer Bolaget att göra mindre investeringar i sajten reallid.se.

Vid fullt utnyttjande av Teckningsoptionerna kommer Bolaget att erhålla ytterligare cirka 4,5 MSEK under 2022.

Villkor och anvisningar

Styrelsen i Realtid Media beslutade den 28 januari 2021, baserat på bemyndigande av årsstämman den 28 april 2020, att öka Bolagets aktiekapital genom nyemission av aktier med företrädesrätt för Bolagets befintliga aktieägare. Företrädesemissionen omfattar dock högst 22 362 866 aktier och 22 362 866 Teckningsoptioner (tillsammans kallade "Units") motsvarande ett emissionsbelopp om cirka 6,7 MSEK. Kompletterande beslut avseende emission av Teckningsoptioner kommer att fattas av extra bolagsstämma i mars 2021.

Företrädesrätt till teckning

Den som på avstämningsdagen den 4 februari 2021 var aktieägare i Realtid Media AB (publ) äger företrädesrätt att teckna Units i Realtid Media AB (publ) utifrån befintligt aktieinnehav i Bolaget.

Uniträtter (UR)

Aktieägare i Realtid Media erhåller för varje befintlig aktie två (2) Uniträtter. Det krävs en (1) Uniträtt för att teckna en (1) ny Unit.

Teckningskurs

Teckningskursen är 0,30 SEK per Unit, varvid teckningskursen per aktie uppgår till 0,30 SEK och Teckningsoptionerna erhålls vederlagsfritt. Courtage utgår ej. Bolagsvärdet inför Företrädesemissionen givet bestämd teckningskurs är cirka 3,4 MSEK.

Avstämningsdag

Avstämningsdag hos Euroclear Sweden AB, för rätt till deltagande i emissionen var den 4 februari 2021.

Teckningstid

Teckning av nya Units ska ske under tiden från och med den 8 februari 2021 till och med den 24 februari 2021. Efter teckningstidens utgång blir utnyttjade Uniträtter ogiltiga och förlorar därefter sitt värde. Efter teckningstiden kommer utnyttjade Uniträtter, utan avisering från Euroclear, att bokas bort från aktieägarnas VP-konton.

Handel med Uniträtter (UR)

Det kommer ej ske handel med Uniträtter. Uniträtter som ej utnyttjas för teckning i företrädesemissionen kommer att bli ogiltiga och raderas från aktieägarens aktiekonto.

Emissionsredovisning och anmälningsedlar

Direktregistrerade aktieägare

De aktieägare eller företrädare för aktieägare som på ovan nämnda avstämningsdag är registrerade i, den av Euroclear Sweden för Bolagets räkning förda, aktieboken, erhåller förtryckt emissionsredovisning med vidhängande inbetalningsavi, särskild anmälningsedel med stöd av Uniträtter, anmälningsedel för teckning utan stöd av Uniträtter och Memorandumet. Av den förtryckta emissionsredovisningen framgår

bland annat erhållna Uniträtter. Den som är upptagen i den i anslutning till aktieboken särskilt förda förteckning över pant-havare med flera, erhåller inte någon emissionsredovisning utan underrättas separat. VP-avi som redovisar registreringen av Uniträtter på aktieägares VP-konto utsändes ej.

Förvaltarregistrerade aktieägare

Teckning och betalning ska ske i enlighet med anvisningar från respektive förvaltare.

Teckning med stöd av företrädesrätt

Teckning med stöd av företrädesrätt ska ske genom samtidig kontant betalning senast den 24 februari 2021. Observera att det kan ta upp till tre bankdagar för betalningen att nå mottagarkontot. Teckning och betalning skall ske i enlighet med något av nedanstående alternativ.

1. Emissionsredovisning

2. Förtryckt inbetalningsavi

I de fall samtliga på avstämningsdagen erhållna Uniträtter utnyttjas för teckning ska endast den utsända förtryckta inbetalningsavin användas som underlag för teckning genom kontant betalning. Särskild anmälningsedel ska då ej användas. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på inbetalningsavin förtryckta texten. Anmälan är bindande.

3. Särskild anmälningsedel

I de fall ett annat antal Uniträtter utnyttjas än vad som framgår av den förtryckta inbetalningsavin från Euroclear skall den särskilda anmälningssedeln användas. Anmälan om teckning genom betalning ska ske i enlighet med de instruktioner som anges på den särskilda anmälningssedeln. Den förtryckta inbetalningsavin från Euroclear ska därmed inte användas. Särskild anmälningssedeln kan beställas från Hagberg & Aneborn via telefon eller e-post enligt nedan.

Särskild anmälningsedel skall vara Hagberg & Aneborn tillhanda senast kl 15:00 den 24 februari 2021. Eventuell anmälningsedel som sänds med post bör därför avsändas i god tid före sista teckningsdagen. Endast en anmälningsedel per person eller juridisk person kommer att beaktas. I det fall fler än en anmälningsedel insändes kommer enbart den sist



inkomna att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifylld särskild anmälningssedeln kan komma att lämnas utan avseende. Anmälan är bindande.

Ifylld särskild anmälningssedel skickas eller lämnas till:

Hagberg & Aneborn Fondkommission AB
 Ärende: Realtid Media
 Valhallavägen 124
 114 41 STOCKHOLM
 Telefon: 08-408 933 50
 E-post: info@hagberganeborn.se (inskannad anmälningssedel)

Teckning utan stöd av företrädesrätt

Teckning av Units utan stöd av Uniträtter ska ske under samma period som teckning av Units med stöd av Uniträtter, det vill säga från och med den 8 februari 2021 till och med 24 februari 2021. Styrelsen i Bolaget förbehåller sig rätten att under alla omständigheter förlänga teckningstiden och tiden för betalning. En sådan förlängning ska meddelas senast sista dagen i teckningsperioden och offentliggöras av Bolaget.

Anmälan om teckning utan företrädesrätt genom att anmälningssedel för teckning utan Uniträtter ifylls, undertecknas och skickas till Hagberg & Aneborn på adress enligt ovan. Någon betalning ska ej ske i samband med anmälan om teckning av aktier utan företrädesrätt, utan sker i enlighet med vad som anges nedan. Anmälningssedeln ska vara Hagberg & Aneborn tillhanda senast klockan 15.00 den 24 februari 2021. Det är endast tillåtet att insända en anmälningssedel

utan stöd av Uniträtter. I det fall fler än en anmälningssedel insändes kommer enbart den sist erhållna att beaktas. Övriga anmälningssedlar kommer således att lämnas utan hänseende. Observera att anmälan om teckning är bindande.

Tecknare med depå: För att återropa subsidiär företrädesrätt måste teckningen gå via samma förvaltare som teckningen med företrädesrätt.

Tilldelningsprinciper vid teckning utan stöd av företrädesrätt

För det fall inte samtliga Units tecknas med företrädesrätt ska styrelsen, inom ramen för emissionens högsta belopp, besluta om fördelning av Units som inte tecknats med företrädesrätt.

Sådan fördelning ska i första hand ske till tecknare som tecknat Units med stöd av Uniträtter, oavsett om de var aktieägare på avstämningsdagen eller inte, och, vid överteckning, i förhållande till det antal Uniträtter som var och en utnyttjat för teckning av Units och, i den mån detta inte kan ske, genom lottning.

I andra hand ska fördelning ske till andra som tecknat Units utan stöd av Uniträtter i enlighet med styrelsens beslut.

I tredje och sista hand ska eventuella återstående Units tilldelas de garanter som ingått en emissionsgaranti i förhållande till storleken på ställt garantiåtagande och, i den mån detta inte kan ske, genom lottning.

Vänligen observera: Förvaltarregistrerade (depå) tecknare, som vill öka sannolikheten att få tilldelning utan företrädesrätt genom att även teckna Units med företrädesrätt, måste dock teckna Units utan företrädesrätt genom samma förvaltare som de tecknat Units med företrädesrätt. Annars finns det vid tilldelningen ingen möjlighet att identifiera en viss tecknare som tecknat Units såväl med som utan stöd av teckningsrätter.

Tilldelning vid teckning utan företrädesrätt

Besked om eventuell tilldelning av Units tecknade utan företrädesrätt lämnas genom översändande av tilldelningsbesked i form av en avräkningsnota. Likvid ska erläggas senast den dag som framkommer av avräkningsnotan. Något meddelande lämnas ej till den som inte erhållit tilldelning. Erläggs ej likvid i rätt tid kan Units komma att överlåtas till annan. Skulle försäljningspriset vid sådan överlåtelse komma att understiga priset enligt detta erbjudande, kan den som ursprungligen erhållit tilldelning av dessa Units komma att få svara för hela eller delar av mellanskillnaden.

Aktieägare bosatta i utlandet

Aktieägare bosatta utanför Sverige (avser dock ej aktieägare bosatta i USA, Australien, Hongkong, Japan, Kanada, Nya Zeeland, Schweiz, Singapore, Sydafrika eller något annat land där distributionen eller denna inbjudan kräver ytterligare perspekt, registreringsåtgärder eller andra åtgärder än de som följer svensk rätt eller som strider mot regler i sådant land) vilka äger rätt att teckna Units i nyemissionen, kan vända sig till Hagberg & Aneborn på telefon enligt ovan för information om teckning och betalning.

Tilldelning av Uniträtter och utgivande av nya Units vid utnyttjande av Uniträtter till personer som är bosatta utanför Sverige kan påverkas av värdepapperslagstiftningar i sådana länder. Med anledning härav kommer, med vissa undantag, aktieägare som har sina befintliga aktier direktregistrerade på VP-konton och har registrerade adresser i till exempel USA, Australien, Hongkong, Japan, Kanada, Nya Zeeland, Schweiz, Singapore eller Sydafrika inte att erhålla detta Memorandum. De kommer inte heller att erhålla några Uniträtter på sina respektive VP-konton.

Viktig information vid teckning utan stöd av företrädesrätt

Krav på NID-nummer för fysiska personer

Nationellt ID eller National Client Identifier (NIDnummer) är en global identifieringskod för privatpersoner. Enligt MiFID II har alla fysiska personer från och med den 3 januari 2018 ett NIDnummer och detta nummer behöver anges för att kunna göra en värdepapperstransaktion.

Om sådant nummer inte anges kan Hagberg & Aneborn vara förhindrad att utföra transaktionen åt den fysiska personen i fråga. Om du har enbart svenskt medborgarskap består ditt NIDnummer av beteckningen "SE" följt av ditt personnummer. Har du flera eller något annat än svenskt medborgarskap kan ditt NIDnummer vara någon annan typ av nummer. För mer information om hur NIDnummer erhålls, kontakta din bank. Tänk på att ta reda på ditt NIDnummer i god tid då numret behöver anges på anmälningsedel.

Krav på LEI-kod för juridiska personer

Legal Entity Identifier (LEI) är en global identifieringskod för juridiska personer. Enligt MiFID II behöver juridiska personer från och med den 3 januari 2018 ha en LEI-kod för att kunna genomföra en värdepapperstransaktion. Om sådan kod inte finns får Hagberg & Aneborn inte utföra transaktionen åt den juridiska personen i fråga

Teckning från konton som omfattas av specifika regler

Tecknare med konton som omfattas av specifika regler för värdepapperstransaktioner, exempelvis IPS-konto, ISK-konto (investerarsparkkonto) eller depå/konto i kapitalförsäkring ska kontrollera med sina respektive förvaltare om och hur teckning av Units kan göras i företrädesemissionen.

Betald tecknad Unit (BTU)

Teckning genom betalning registreras hos Euroclear Sweden AB så snart detta kan ske, vilket normalt innebär några bankdagar efter betalning. Därefter erhåller tecknaren en VP-avi med bekräftelse på att inbokning av betalda tecknade aktier (BTA) skett på tecknarens VP-konto. Nytecknade Units är bokförda som BTU på VP-kontot tills nyemissionen blivit registrerad hos Bolagsverket.

Handel i BTU

Det kommer ej att ske handel i BTU.

Leverans av aktier och Teckningsoptioner

Så snart emissionen registrerats vid Bolagsverket, vilket beräknas ske under vecka 11 2021, ombokas BTU till aktier och Teckningsoptioner utan särskild avisering från Euroclear Sweden AB. För de aktieägare som har sitt aktieinnehav förvaltarregistrerat kommer information från respektive förvaltare. Sådant ombokning beräknas ske vecka 13 2021.

Kort information om Teckningsoption 2021/2022 (benämnd "TO2" i Euroclear)

Teckningsoptionsinnehavare har rätt att under tiden från och med den 1 augusti 2022 till och med den 31 augusti 2022, för två (2) innehavda teckningsoptioner påkalla teckning av en (1) ny aktie i Bolaget till en teckningskurs om 0,40 SEK per aktie. Villkoren för teckningsoptionerna, återfinns i sin helhet i dokumentet "Villkor för teckningsoptioner serie TO2, 2021/2022 utgivna av Realtid Media AB (publ)" och har införlivats i Memorandumet genom hänvisning.

Marknadsöversikt

Mediavärlden genomgår en skyndsam förändring. De traditionella medierna ändrar sin verksamhetsmodell samtidigt som nya medier växer fram. Medierna blir mer nischade och publikerna fragmenteras, samtidigt som en teknisk konvergens gör att medieformerna sammanflätas till nätbaserade och mobila medier. De ekonomiska drivkrafterna blir allt viktigare, medieanvändningens mönster ritas om och det skapas nya informationsklyftor.¹

Världens mediemarknader präglas av hård konkurrens. Nationella och lokala företag inom radio och television samt dagspress tävlar om publik och annonsörer mot globala, nätbaserade aktörer. I takt med att internet utvecklas till att bli det huvudsakliga forumet för medieföretagande uppstår även konkurrens mellan etermedie- och dagspressföretagen. Utvecklingen har inneburit försämrade intäkts- och resultatnivåer för svenska mediebolag och flera aktörer har tvingats till betydande besparingsprogram till följd av den ökande konkurrenssituationen.²

Under 2019 uppgick tillväxten för reklammarknaden till 2,6 procent, trots den högsta omsättning någonsin, på hela 40,8 miljarder kronor. I hög utsträckning hamnade tillväxten i reklamförsäljningen hos de digitala reklamplattformarna och i synnerhet hos Google och Facebook. Sedan 2000-talets början pågår en omfattande förskjutning av reklaminvesteringarna från traditionella medier till internetbaserade reklamkanaler. Annonseringen i tryckta nyhetsmedier minskade med 16 procent samtidigt som internetannonseringen ökade med 11 procent. Sammanlagt investerades 58 procent av varje reklamkrona under 2019 i nätbaserade kanaler.³

Den ökade internetanvändningen drivs av mobilabonnemang

Totalt fanns det 14,5 miljoner mobilabonnemang den 30 juni 2020, vilket motsvarar en ökning med 1 procent jämfört med ett år tidigare. Antalet mobilabonnemang på både samtal och data (abonnemang som oftast används med smartphones) ökade med 5 procent under perioden till 11,6 miljoner. Datatrafiken i mobilnäten ökade med 31 procent under första halvåret 2020, vilket är en snabbare ökning jämfört med föregående period då ökningen uppgick till 23 procent. Antalet abonnemang på fast bredband ökade samtidigt med 3 procent till 4,1 miljoner.⁴

Dessutom ökar internetanvändningen. Var tredje internetanvändare svarar att den börjat använda internet mer under coronapandemin. Vidare är det totalt sett bara 2 procent av de arbetande som svarar att de arbetade hemifrån på heltid eller majoriteten av sin tid innan coronapandemin, jämfört med 23 procent, det vill säga mer än en tiofaldig ökning, sedan coronapandemin. Under coronapandemin har även internetanvändarnas användning av sociala medier sammantaget ökat med 2 procentenheter, från 87 procent första kvartalet 2020 till 89 procent tredje kvartalet.⁵

Covid-19 har medfört ett ökat intresse för professionella nyheter

Det som i slutet av 2019 såg ut som en sakta annalkande lågkonjunktur, utvecklades till en samhällsekonomisk tvärbromsning under våren 2020, som en följd av utbrottet av Covid-19. Denna tvärbromsning har drabbat stora delar av den svenska mediemarknaden med full kraft, inte minst den del av marknaden som finansieras med hjälp av reklamintäkter. Den svenska reklammarknaden har faktiskt under det första halvåret 2020 redovisat rekordstora försäljningstapp.

Coronapandemin har medfört ett ökat intresse för de professionella nyhetsmedierna, den största tillväxten svarar Sveriges Television för men även dagspressen ökade sin räckvidd under första halvåret 2020.

Utvecklingen på reklammarknaden speglar utvecklingen på publikmarknaden där förflyttningen från traditionella till digitala medier går allt fortare. Under 2019 hade 94 procent av svenskarna en smartphone, 69 procent hade en surfplatta och 63 procent hade ett abonnemang på en streamingtjänst för film, serier eller sport.⁶

1. På väg mot mediavärlden 2020

2. Myndigheten för press, radio och tv, Medieutveckling 2019 Medieekonomi

3. <https://www.mprt.se/globalassets/dokument/publikationer/medieutveckling/medieekonomi/medieekonomi-2020.pdf>

4. https://statistik.pts.se/media/1563/rapport-stm-1h2020-dnr-20-12551_t.pdf

5. <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2020/12/internetstiftelsen-svenskarna-och-internet-2020.pdf>

6. <https://www.mprt.se/globalassets/dokument/publikationer/medieutveckling/medieekonomi/medieekonomi-2020.pdf>



Event

Evenemang är en växande marknad. Enligt Institutet för reklam- och mediestatistik uppgick den samlade investeringen i Sverige för marknadsaktiviteter till 25,7 miljarder SEK 2019. Marknadsaktiviteter kännetecknas av att reklambudskapet är integrerat i konsumentens upplevelse och interaktion med ett evenemang, plats eller person.⁷ Marknaden har genom sin lönsamhet attraherat nya aktörer de senaste åren. Utgivare såsom Dagens Industri har gjort stora satsningar inom Evenemang och verksamhetsområdet omsatte drygt 60 MSEK under 2018. Dagens Industris chefredaktör beskrev verksamhetsområdet som "rejält lönsamt".⁸

Karriär

Företag vänder sig i allt större utsträckning till digitala plattformar för att marknadsföra tillgängliga anställningsmöjligheter. LinkedIn revolutionerade karriärmarknaden under föregående decennium och har enligt senaste mätning cirka 14 miljoner jobb annonserade på plattformen.⁹ Utöver platsannonser spenderar företag allt mer tid och pengar på employer branding - att marknadsföra och positionera sig som attraktiva arbetsplatser. Det är kopplat till att dagens unga generation, s.k. "millennials", lägger större vikt vid trivsel på arbetsplatsen och generella arbetsvillkor, vilket resulterat i ökade kostnader och investeringar för att attrahera talanger.¹⁰

7. <https://www.irm-media.se/om-oss/arsstatistik/>

8. Dagens Media, artikel publicerad 18 februari 2019, 16:27

9. <https://www.businessofapps.com/data/linkedin-statistics/>

10. Enligt Bolagets bedömning

Verksamhetsöversikt

Realtid Media, som inledde sin verksamhet 2012, levererar affärskritisk information och nyheter till den svenska finansmarknaden. Den centrala produkten är den dagliga ekonomisajten realtid.se, med nyheter relaterade till finansmarknaden och dess kringtjänster inom ekonomi, juridik, karriär samt börs- och ägarfrågor.

Målgruppen utgörs av yrkesverksamma inom finansmarknaden samt beslutsfattare och leverantörer i näringslivet och offentlig förvaltning med ansvar för M&A, finansieringsfrågor, fond- och kapitalförvaltning, hållbarhet, digitalisering, säkerhet samt regelverk och compliance (efterlevnad) med mera. Kärnan i verksamheten är sajten realtid.se som genom sin högkvalitativa journalistik driver läsartrafiken, vilket i sin tur försörjer intäktsmodellen. Realtid Medias kunder består av:

1. Direktkunder från finansbranschen, dess leverantörer och på längre sikt beslutsfattare inom den offentliga sektorn, som annonserar till följd av den redaktionella miljön och målgruppen.
2. Mediebyråer som jobbar på uppdrag av de största annonsörerna vars främsta motiv är demografi, räckvidd och pris.
3. Tredjepartsleverantörer/säljbolag som återförsäljer Realtid Medias annonsutrymme till sina kunder och delar intäkterna inom områden såsom videoannonsering med Bolaget.
4. Vid ledigt utrymme, efter försäljning till direktkunder, mediebyråer och säljbolag, erbjuds detta på den öppna marknaden där kunder och byråer kan köpa utrymme programmatiskt alternativt genom budgivning i vad som kallas Open RTB (real time bidding).

Under 2019 stärkte Bolaget sitt redaktionella erbjudande markant genom att knyta till sig ett antal prisbelönta journalister och krönikörer. Det resulterade i kraftigt ökad trafik på sajten realtid.se. Den förstärkta marknadspositionen resulterade i sin tur i ett antal nya välrenommerade kunder.

Efter en stabil ökning av trafiken fram till utbrottet av covid-19 har antalet sidvisningar därefter minskat. Sedan sensommaren 2020 har emellertid inte bara trafiken, utan framför allt engagemang, i form av ökande antal sidor per session samt ökande tid per session, stadigt ökat. Detta gäller även sociala kanaler, i synnerhet LinkedIn, Twitter och Facebook, vars sidvisningar och engagemang kraftigt ökat under hösten 2020.

Produkter

Realtid.se

Realtid Medias kärnprodukt och motor i verksamheten är den dagliga ekonomisajten realtid.se som bygger på ett aktivt redaktörskap. I mars 2020 lanserades en uppdaterad version av sajten för ökad användarupplevelse och förbättrad teknik. Realtid Medias huvudintäkter kommer idag från annonsering inklusive platsannonser.

Banners och programmatisk annonsering

Bannerannonsering är en etablerad och effektiv metod att stärka annonsörens varumärke. Bannerförsäljning utgör idag en väsentlig andel av Bolagets intäkter. Tillsammans med platsannonser utgör bannerförsäljning Bolagets största intäktskälla.

Programmatisk annonsering är en automatiserad annonsering där köpare och säljare kopplas samman digitalt genom att utnyttja målgruppsstatistik matchad mot önskad målgrupp. Annonserna köps och säljs i auktionsliknande processer i realtid (RTB). Programmatisk marknadsföring bedöms vara en stor realiserad potential inom Realtid Media.

Native

Med kommersiellt innehåll möter annonsören besökaren i den redaktionella miljön på realtid.se. Annonsören ges möjlighet att exponera sitt eget skräddarsydda redaktionella innehåll mot en av Sveriges starkaste målgrupper.

Materialet publiceras på realtid.se och är en effektiv kanal för mer komplexa budskap som egna undersökningar, rapporter, profilintervjuer och analyser. Annonsören väljer utifrån behov

mellan flera typer av redaktionella format såsom artiklar, bildspel, rörligt innehåll och podcasts. Annonsören väljer själv att leverera färdigt redaktionellt innehåll eller att få hjälp med produktionen. Oavsett granskas allt material av en redaktör från Realtid Media.

Platsannonser

Realtid.se erbjuder ett av branschens mest välintegrerade platsannonserbudanden där fokus är på information som ligger till gagn för besökarens yrkesutveckling. Arbetsgivare har möjlighet att annonsera tjänster för nyrekrytering och arbetstagare har tillgång till en plattform med lediga tjänster. Det skapar en ökad varumärkskännet för annonsören och bidrar till företagets "employer branding". Annonser syns "first screen" i en roterande lista, men även i mittenspalten där även annonsörbolagets logotyp exponeras. Varje torsdag skickas ett nyhetsbrev ut till 5 000 prenumeranter av aktuella platsannonser. Utbudet av platsannonser är obegränsat och utgör en betydande del Bolagets nuvarande intäkter.

Realtid Media har under hösten 2020 påbörjat en omfattande omstrukturering inom ledningsgruppen i syfte att skapa vad man internt kallar för det "nya Realtid Media". Den största förändringen var att Jonas Wiwen-Nilsson avgick som vd för Bolaget och Björn Hemmingsson tillträdde som interimis VD i september 2020. Maria Pellborn tillträder som VD i februari 2021.

The screenshot shows the Realtid.se website interface. At the top, there are navigation links: Start, Annonsera, Branschnytt, Event, Karriär, Opinion, Platsannonser, and Partner. A search bar is located on the right. The main content area features a large article titled "Balder fortsätter öka i Entra" with a sub-headline "Kampen om norska Entra hårdnar. Erik Selins fastighetsbolag Balder har ökat till 20 procent." Below this, there are several smaller articles and advertisements. On the right side, there are sections for "Nyheter" (News) and "Platsannonser" (Job Ads). The "Nyheter" section includes articles about "FI förtydligar skyldigheter för tredjepartsleverantörer av betaltjänster", "Martin Walker ny partner på PA Consulting", "Ny rekordnotering för lager- och logistik", and "Balder fortsätter öka i Entra". The "Platsannonser" section includes "Analytiker till SBABs riskavdelning Stockholm" and "Senior biträdande jurist inom immaterialrätt och teknologi till DLA Piper Stockholm".

Nya Realtid Media

Nytt fokus från 2021

Realtid Media har ett nytt verksamhetsfokus från och med 2021. I syfte att öka Realtids räckvidd samt engagemanget hos läsarna avser Realtid Media att bredda och fördjupa den journalistiska bevakningen.

Den position som Realtid Media har uppnått genom de senaste årens arbete ska förvaltas och utvecklas ytterligare. Få medieaktörer uppmärksammar branschfrågor på det sätt som Realtid Media gör.

Vidare avser Bolaget att kraftigt öka bearbetningen av partnerskapsarbeten, då dessa, till skillnad från försäljning av enstaka annonser, skapar stabilare intäkter samt ofta innebär kontakter med kundernas ledande befattningshavare. Därigenom kommer Realtid Media att röra sig uppåt i värdekedjan.

I syfte att förbättra sitt erbjudande och därmed öka möjligheterna att ingå långsiktiga partnersamarbeten avser Realtid dessutom att dels tydliggöra Bolagets produktportfölj, dels lansera ett stort antal nya produkter. Affärsmodellen kommer sålunda att utvecklas från försäljning av banners och annonser till en partnerförsäljning av en bredare produktportfölj.

Produkter i fokus

Styckeförsäljning av banners och annonser, inklusive platsannonser, utgör idag merparten av Realtid Medias intäkter.

Från och med inledningen av 2021 har Bolaget påbörjat arbete med ett kraftigt ökat fokus på paketering i syfte att skapa långsiktiga affärsrelationer med återkommande betalande kunder och därmed generera en mer hållbar affär.

Utöver nya redaktionella produkter och en utvidgning av karriärplattformen avser Realtid Media att utöka produktportföljen med egna och externa evenemang, sponsorskap, prenumeration, podcast och särskilt paketerade erbjudanden såsom gästkrönikor, nischade nyhetsbrev samt länkade rapporter och emissioner.

Karriärplattformen

Kopplingen till sajten realtid.se gör att karriärplattformen redan når en kritisk massa av den relevanta målgruppen, vilket innebär en stor utvecklingspotential. Realtid Media avser utöka karriärplattformen genom att redovisa branschundersökningar och statistik, utbildningar, och rådgivning gällande karriärsutveckling.

Evenemang

Realtid Media avser anordna egna evenemang som är relevanta för branschen såsom seminarium och utbildningar, men även organisera evenemang där Bolaget agerar mediapartner.

Paketerade erbjudanden

Realtid Media avser att erbjuda paketerade erbjudanden med syftet att maximera kundens exponering och ge tillgång till kunskap och information samt stärka Bolagets affärsrelationer och därmed öka Bolagets produktförsäljning.

Exponering

Realtid kommer att sälja paketerade erbjudanden inom flertalet av Bolagets olika vertikaler, såsom partnerpaket, evenemangspaket, annonspaket, karriärpaket, mäklarpaket och "weekend"-paket.

Kunskap

Bolaget avser att lansera ett medlemskap, Realtid Fellows, där medlemmarna kommer att erbjudas en möjlighet att fördjupa sig inom särskilda ämnesområden såsom hållbarhet, innovation och teknik. Syftet med Realtid Fellows är att driva nyheter och kunskap där Bolaget erbjuder sin plattform och relation med finansbranschen, dess leverantörer och på längre sikt beslutsfattare inom den offentliga sektorn, och medlemmarna har möjlighet att välja ämnesområde.

Relation och försäljning

Genom de nya paketerade erbjudandena kommer Bolaget att stärka relationen med kunderna. Som exempel kan nämnas podcasts eller evenemang där kunder bjuds in till att delta. Stärkta relationer förväntas resultera i ökad försäljning.

Prenumeration

Realtid Medias målgrupp är informationsintensiv och Bolaget bedömer sig därför vara väl positionerat för att ta betalt för innehållet på sajten realtid.se. För närvarande har dock Realtid Media beslutat att avvakta med lanseringen av en prenumerationstjänst då Bolaget bedömer att en dylik tjänst

"Affärsmodellen kommer sålunda att utvecklas från försäljning av banners och annonser till en partnerförsäljning av en bredare produktportfölj."



kräver ytterligare förberedelser. Vidare har allt fler nyhetskanaler lanserat betalväggar för innehåll på deras plattformar och Bolaget kommer att följa utfallet gällande dessa lanseringar innan man fattar ett nytt beslut gällande lansering av en prenumerationstjänst, vilket förväntas ske under tredje kvartalet 2021.

Strategiska initiativ

Bolaget har identifierat ett antal olika strategiska initiativ som behövs tas under 2021 som en del av arbetet att skapa bilden av det nya Realtid Media. Bolaget bedömer att de viktigaste och mest tidskritiska strategiska initiativen är:

Nya samarbeten

Realtid Media behöver ingå strategiska samarbetsavtal med parter, såsom säljbolag, vilka kan bidra till att Bolaget snabbt kan stärka sin distributionskraft och på så sätt öka försäljningen. Realtid Media har ingått ett samarbetsavtal med Dagens PS vilket skapar goda förutsättningar för Bolaget att finna nya intäktströmmar som bygger på Daas ("data as a service). Exempelvis ger digitalt beteende nya kommersiella möjligheter. Genom att utveckla sådana intäktströmmar kan Realtid Media utvecklas till att bli ett media-, kunskap- och datahus.

Kalendarium evenemang

Realtid Media ska så snart coronapandemin klingat av verka för att stärka relationsaffären genom ett utarbetat evenemangserbjudande. Företag ska kunna anlita Realtid Media att anordna evenemang med särskilda koncept eller teman, ex. flytträtt, Brexit, private banking, fastigheter, etc. Genom detta erbjudande avser Realtid Media bygga partnerskap med stora etablerade kunder.

Redaktionsstöd

Realtid Media ämnar söka redaktionsstöd, ett nytt stöd som kan lämnas till nyhetsmedier, för att täcka en stor del av kost-

naderna relaterade till redaktionens arbete under verksamhetsåret 2020. Det totala redaktionsstödet för nyhetsmedier 2020 uppgår till 500 MSEK.

Realtid Fellows

Realtid Media avser lansera ett medlemskap, för inledningsvis 20–40 medlemmar, för att generera återkommande intäkter per medlemskapsavtal. Medlemmar i Realtid Fellows ska erbjudas ett kunskapsseminarium per år och redaktionella ytor. Detta skapar även möjlighet för redaktionen att bredda och fördjupa den journalistiska bevakningen genom strategiska partners för att driva kunskap och innovation.

"Social media"-strategi

Bolaget kommer att utöka sin närvaro på sociala medier genom en tydlig strategi vad gäller innehåll, produktion, publicering, optimering och uppföljning.

Finansiella mål

Realtid Media bedömer att det finns goda framtida tillväxtpotentialer. Följande mål har beslutats av styrelsen:

Kort sikt

Bolagets målsättning är att från och med fjärde kvartalet 2021 bedriva en lönsam verksamhet samt att omsätta cirka 10 MSEK under 2021 och uppvisa ett nollresultat på EBIT-nivå.

Lång sikt

Realtid Media avser att, så snart verksamheten har stabiliserats, ta aktiv del av strukturomvandlingen genom att försöka identifiera och förvärva mindre verksamheter som kan ge synergier till Bolaget på såväl intäktssidan som kostnadssidan. Räkenskapsåret 2023 har Realtid Media som målsättning att redovisa en omsättning om cirka 40 MSEK, inklusive eventuella förvärv, med en EBIT-marginal omkring 20 procent.

Organisation

Ledningsgrupp

Maria Pellborn

VD sedan februari 2021

Utbildning/bakgrund: Fil.kand. i Business Administration från Stockholms universitet. 20 års erfarenhet inom varumärke, marknadsföring, kommunikation, försäljning och hållbarhet med en passion för hållbar utveckling och innovation. Driver idag en egen konsultverksamhet med fokus på varumärke, kommunikation. Tidigare erfarenhet inkluderar 26 år på SEB inom olika marknads- och kommunikationscheferoller. Avslutade som chef för varumärke & samhällsengagemang med fokus på entreprenörskap, innovation, finansiell kompetens, och inkludering. Samordnade bland annat 20 länder under åren 2011–2019. Tidigare erfarenhet från SEB inkluderar även marknad och kommunikationschef, kapitalförvaltning, och marknadschef för private banking.

Kommer senast från Bankföreningen, som interim kommunikationschef för den nya planerade betalningsinfrastrukturen i Norden.

Tidigare styrelseuppdrag i National Advisory Board for impactinvesting och Inkludera.

Övriga uppdrag: Coaching av impact-bolag sedan 2019. Partnerskap director (volontär) i Plastic Fri sedan 2020. Styrelseledamot i Cloud Republic och Edge Möte och Upplevelser AB.

Aktieinnehav i Bolaget: -*

My Holmström Vahlne

Försäljningsdirektör sedan 2014

Bakgrund: Tidigare försäljningschef på Expressen. Grundade 1997 Europas första säljbolag för internetannonsering, AdLink som fanns på 15 marknader. Sålde till United Internet 2000. Övrig erfarenhet inkluderar VD på Orlando, försäljningsdirektör på Spray och Global Online Director på Metro International. Innan My Holmström Vahlne började på Realtid Media var hon Sales Director för The Local med 11 platser i 9 länder.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i Bolaget: -

Camilla Jansson

Chefredaktör och ansvarig utgivare sedan oktober 2020

Bakgrund: Började på Realtid Media i slutet av 2018 som nyhets- och debattredaktör. Före det har hon jobbat som redaktionschef och affärsområdeschef digitala medier på Sydsvenskan. Tidigare har hon också haft olika chefsposter på TV4, tidningen Chef och Dagens Industri.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i Bolaget: -

Styrelse

Peter Liljestrand

Styrelseledamot och styrelseordförande sedan 2021

Utbildning/bakgrund: Grundare av Canal+, Esportal och Star Stable. Ägare av Camp Jarl som är stor ägare i bla Dashl, Moodelizer, Realtid, Wow Event, Inferno Online, Gibson App, Bumble Labs och Spiffbet. Camp Jarl har tidigare varit TV-rättighetsägare till bla Engelska Premier League och Amerikanska NHL.

Övriga uppdrag: Styrelseledamot i Bumble Labs, Esportal, Gibson App, Dashl samt Wow Event

Aktieinnehav i Bolaget: 2 324 138*

Stefan Hansson

Styrelseledamot sedan 2019

Utbildning/bakgrund: Civilekonom från Stockholms universitet. Har en lång karriär inom finansbranschen bakom sig, bland annat som aktieanalytiker på Enskilda Securities och medgrundare till ABG Securities (nu ABG Sundal Collier). Stefan har bland annat även varit investeringsansvarig på Biolin Medical och VD för Nyx Security AB. Efter att ha avyttrat Nyx Security 2011, arbetar han huvudsakligen med egna investeringar.

Övriga uppdrag: Styrelseledamot och verkställande direktör i Great Ventures & Consulting GVC AB. Styrelseledamot i Inuheat Group AB.

Aktieinnehav i Bolaget: 97 072*

Björn Hemmingsson

Styrelseledamot sedan 2021

Utbildning/bakgrund: Verkställande direktör på Östersunds-Posten, Länstidningen, ÖstersundsTidningar, Förtagsmarknadschef och del av koncernledning på Mittmedia. Verkställande direktör på Frösö Park Hotel.

Övriga uppdrag: I styrelsen för bl.a Destination Östersund, Frösö Park Hotel, m.fl

Aktieinnehav i Bolaget: -*

* I enlighet med vad som framgår under "Övriga upplysningar" har det beslutats att Peter Liljestrand (genom sitt helägda bolag Camp Jarl AB) kommer att erhålla 1 333 333 aktier genom kvittning, Stefan Hansson kommer erhålla 666 666 aktier genom kvittning, Maria Pellborn kommer erhålla 500 000 aktier genom kvittning samt att Björn Hemmingsson kommer erhålla 333 333 aktier genom kvittning.

Ägarförhållanden*

Per 31 december 2020 hade Realtid Media cirka 3 100 aktieägare. Nedan återfinns en sammanställning av de tio största aktieägarna i Bolaget per 31 december 2020. Tabellen är baserad på Bolagets aktieägarlista hämtad från Euroclear den 30 december 2020 inför extra bolagsstämman som hölls den 5 januari 2021 inklusive därefter kända ändringar.

AKTIEÄGARE	ANTAL AKTIER	ANDEL AKTIER & RÖSTER
Peter Liljestrand via bolag	2 324 138	20,79 %
Fredrik Crafoord via bolag	1 508 111	13,49 %
Järpstenen AB	737 454	6,60 %
Mattias Dittrich privat och via bolag	684 269	6,12 %
Dividend Sweden AB	438 142	3,92 %
Aktiebolaget Custos	416 364	3,72 %
EFG Bank / Geneva, W8IMY	341 794	3,06 %
Mats Gabrielsson via bolag	306 196	2,74 %
Frost & Viken Capital AB	305 923	2,74 %
Samuel Edoh	304 023	2,72 %
Övriga	3 815 019	34,12 %
TOTALT	11 181 433	100,00 %

* De kvittningar som har angivits under "Övriga upplysningar" har inte inkluderats i ägartabellen ovan.

Historisk finansiell information i sammandrag

I detta avsnitt presenteras utvald finansiell information för Realtid Media avseende räkenskapsåren 2020 och 2019.

Fullständig reviderad historisk finansiell information för helåret 2019 inklusive redovisningsprinciper och andra tilläggsupplysningar återfinns på Bolagets hemsida. Uppgifter avseende Bolagets siffror för helåret 2020 är ej reviderade.

I vissa fall, har finansiella siffror i detta Memorandum avrundats och därför summerar inte nödvändigtvis tabellerna.

Bolagets resultaträkning i sammandrag

BELOPP I SEK	1 JANUARI - 31 DECEMBER	
	2020	2019
	<i>Ej reviderat</i>	<i>Reviderat</i>
Nettoomsättning	2 308 136	3 104 987
Summa intäkter	2 308 136	3 104 987
Inköp av tjänster	-1 960 992	-1 247 144
Övriga externa kostnader	-2 872 644	-1 666 416
Personalkostnader	-7 941 335	-8 088 874
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-1 217 718	-1 013 332
Rörelseresultat	-11 684 553	-8 910 779
Ränteintäkter och liknande resultatposter	-	33 707
Räntekostnader och liknande resultatposter	-890 471	-1 825 887
Resultat före skatt	-12 575 024	-10 702 959
PERIODENS RESULTAT	-12 575 024	-10 702 959

Bolagets balansräkning i sammandrag

BELOPP I SEK	31 DECEMBER	
	2020	2019
	<i>Ej reviderat</i>	<i>Reviderat</i>
TILLGÅNGAR		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	576 309	561 142
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	850 000	1 450 000
Summa immateriella anläggningstillgångar	1 426 309	2 011 142
Inventarier, verktyg, installationer	12 722	1 040
Summa materiella anläggningstillgångar	12 722	1 040
Summa anläggningstillgångar	1 439 031	2 012 182
Kundfordringar	473 810	240 593
Övriga fordringar	235 461	304 839
Upparbetad men ej fakturerad intäkt	-	141 913
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	170 947	91 500
Kassa och bank	281 526	1 235 624
Summa omsättningstillgångar	1 161 745	2 014 469
SUMMA TILLGÅNGAR	2 600 776	4 026 651

Bolagets balansräkning i sammandrag forts.

BELOPP I SEK	31 DECEMBER	
	2020	2019
	<i>Ej reviderat</i>	<i>Reviderat</i>
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Aktiekapital	5 384 191	1 774 966
Ej registrerat aktiekapital	3 000 000	-
Fritt eget kapital	-7 143 061	-
Överkursfond	40 902 585	23 499 375
Balanserat resultat	-34 012 818	-23 309 858
Årets resultat	-12 575 024	-10 702 959
Summa eget kapital	-4 444 126	-8 738 476
Övriga skulder	414 255	487 483
Summa långfristiga skulder	414 255	487 483
Leverantörsskulder	932 802	1 497 700
Aktuella skatteskulder	104 196	44 836
Övriga skulder	3 234 071	7 472 951
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 359 579	3 262 157
Summa kortfristiga skulder	6 630 647	12 277 644
Summa skulder	7 044 902	12 765 127
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	2 600 776	4 026 651



Realtid Media

Realtid Media AB (publ)
Birger Jarlsgatan 18, 2 tr
111 34 Stockholm
Tel: 08-420 030 65
realtidmedia.se