

# AdTail

FÖRETRÄDESEMISSION >>

FEB 2011

AdTail skapar vertikala annonsnätverk och marknadsplatser för lönsam annonsering på Internet

# VD har ordet



AdTail har sedan start 2008 fokuserat på att utveckla de vertikala annonsnätverken SHE NETWORK, Gamers' Network och HE NETWORK. Med förstärkt organisation och lansering av marknadsplatsen AdTail Online stärker vi nu vår position i marknaden.

*”Visionen är att bli Nordens ledande annonsnätverk”*

## Strategiska förvärv

I början av 2010 tog vi det strategiska beslutet att öka vår konkurrensfördel genom att utveckla produktportföljen samt stärka upp vår serviceorganisation. Under våren 2010 gjordes en omfattande analys av marknaden vilket resulterade i att vi under sommaren 2010 genomförde förvärv av företagen Leanops och Leanads. Leanops arbetar främst med digital annonsering där vi hjälper såväl publicister som mediebyråer, säljbolag och annonsörer med kampanjhantering. Bland kunderna återfinns större publicister, mediebyråer, säljbolag och annonsörer i främst Sverige. Exempel på kunder är idag Hernet, Privata Affärer, SF Bio, Familjeliv, Veckans Affärer, Bink och Wyatt Group. Leanads har utvecklat en automatisk bokningsmotor för annonser på Internet. Det är ett redskap för publicister som vill automatisera hela eller delar av sin digitala annonsförsäljning.

## Vision

AdTails vision är att bli Nordens ledande annonsnätverk där vi genom AdTail Online skall ta en ledande position på volymmarknaden och där respektive vertikal skall bli ledande i respektive valda segment.

## Förstärkt styrelse

I samband med förvärven har AdTail förstärkt styrelsen med Henrik Lohk, Margareta Smith Lagerquist, Hans Lewin och Göran Möller.

Henrik började i annonsbranschen på Internet så tidigt som 1996. Bland annat har han arbetat på Doubleclick och Tech Solutions. Henrik är en av grundarna av Leanops.

Margareta är leg.läkare med mångårig erfarenhet från styrelsearbete i Stockholms Läkarförening samt från förhandlingsarbete i offentlig verksamhet.

Hans har lång erfarenhet från ledande befattningar inom bl.a Unilever och McDonald's i Sverige och internationellt. Han har varvat sina uppdrag med att också bedriva egen verksamhet som Senior konsult med fokus på affärsstrategier och varumärkesfrågor.

Göran är en av grundarna för mediebyråerna Media Marketinggruppen (heter idag mediaedge:cia) och Adon. Han är investerare och styrelseledamot i flera medieföretag.

De nya medlemmarna i styrelsen ger AdTail ett gediget kompetenstillskott kring media, teknik, affärsstrategi och organisationsutveckling.

## Kostnadsbesparing på 1 miljon SEK 2011

Synergier vid förvärven ger i första hand en effektivare trafficavdelning samt möjligheten till byte av teknikplattform. Dessa synergier beräknas leda till ett förbättrat resultat med 1 miljon SEK under 2011.

## Ökad kundnytta för AdTails annonsörer

En väsentlig del för att skapa ledande annonsnätverk är ett professionellt arbete kring administrativ hantering av sajter och kampanjer. Ju högre servicenivå och optimeringsarbete vi bedriver desto effektivare blir samarbetet med våra publicister och bättre effekt blir det för våra annonsörer. Leanops är den ledande organisationen i Sverige när det gäller hantering och administration av annonskampanjer på Internet. Genom Leanops stärker vi nu upp servicen mot våra annonsörer betydligt, vilket kommer att resultera i bättre kampanjer för dem. Detta i sig kommer att ge betydande positiva effekter för AdTails försäljning under 2011.

## AdTail Online; marknadsplats för volymmarknad som ger nya intäktsmöjligheter

Samtidigt som marknaden växer kring vertikaler ser vi en omfattande tillväxt kring annonsörers behov av att köpa volym av trafik till ett så lågt pris som möjligt. Här ser vi en mycket stor potential för företaget Leanads som vi nu utvecklar till att bli en automatiserad marknadsplats där säljare och köpare av internetannonsering möts. Genom integreringen av Leanads i AdTails övriga produktutbud bytte Leanads hösten 2010 namn till AdTail Online

AdTail Online ger nu AdTail möjlighet att ta del av intäkter som den ökande volymmarknaden på Internet ger. Vi har en stark tro på att förenkla delar av annonsmarknaden genom automatisering av bokningsprocessen. Vår bedömning är att vi nu genom effektivare administration kan erbjuda en mycket konkurrenskraftig annonslösning för annonsörer som vill göra "volymköp".

## Framtid

AdTail har nu satt grundfundamenten kring teknik, kompetens, service och försäljning för en framgångsrik utveckling.

Marknaden kring annonsering på Internet ökar kontinuerligt. Marknadsbedömarna spår även en fortsatt tillväxt för annonsnätverk. Med en förstärkt styrelse, unik kompetens genom våra dotterbolag samt en differentiering i vårt produktutbud är vår övertygelse att vi står väl rustade inför den kommande tillväxten på marknaden.

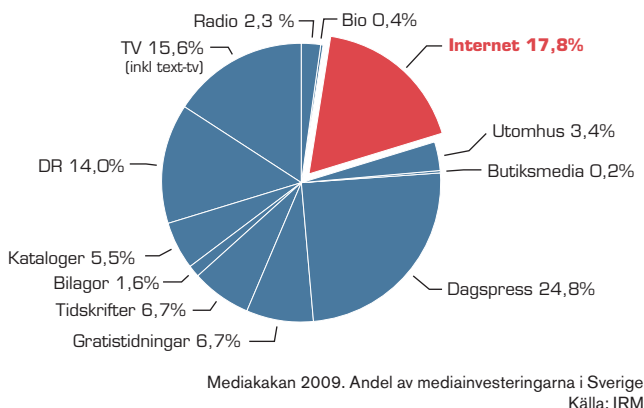
Föreliggande emission ger oss möjlighet att fortsätta bygga våra vertikaler samt utveckla AdTail Online till en ledande marknadsplats för säljare och köpare av annonser på Internet.

Stockholm januari 2011

Stefan Forsberg / VD  
AdTail AB

## Hög tillväxt på reklammarknaden 2011

Marknaden för internetannonsering ser mycket ljus ut. Internet som annonskanal är idag större än TV. 2009 visade undersökningsföretaget IRM att Internets andel av reklamkakan var nära 18%.



Reklamen på Internet bedöms fortsätta öka i hög omfattning. Både sökordsmarknadsföringen och displayannonseringen på Internet förväntas öka intäkterna med tvåsiffriga tal under 2011.

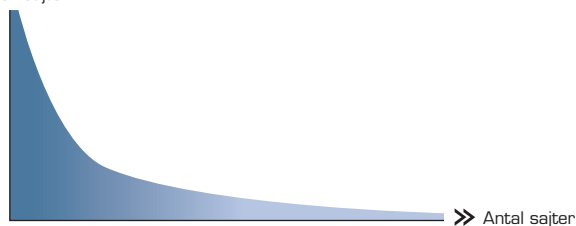
## Annonsinvesteringarna på Internet kommer att fortsätta att öka eftersom:

- Användningen av Internet ökar och drivs på av en kontinuerlig utveckling av bloggande samt övriga sociala medier.
- Den ökande användningen av Internet gör det nu möjligt för annonsörer att nå ökad räckvidd i sin kommunikation.
- Internet är en effektiv kanal både vad det gäller säljfrämjande och varumärkesbyggande aktiviteter.
- Internet erbjuder nya möjligheter kring tekniska annonsformat (Webb-Tv, Widgets) som skapar ett ökat engagemang hos användaren.

## Utveckling annonsnätverk

Antalet webbplatsar ökar konstant. Detta försvårar arbetet för marknadsförare att exponera sig till önskad målgrupp. Denna problematik har gett upphov till de möjligheter som annonsnätverken kan erbjuda. Marknadsbedömare spår här en fortsatt tillväxt.

Storlek sajter

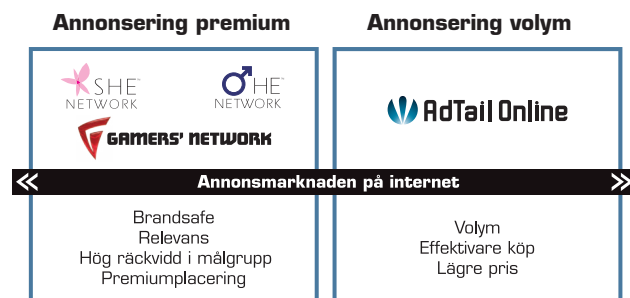


Kontinuerlig tillväxt av nya sajter.

Antalet sajter ökar kontinuerligt och utvecklar "longtailen" på Internet. Ett ökat fragmenterat surfbeteende gör det allt svårare för annonsörer att effektivt nå sina målgrupper. Detta bidrar till ett ökat behov av de lösningar som annonsnätverk kan erbjuda.

## AdTails strategiska inriktning

En tydlig trend i marknaden är att vi ser en utveckling i två olika riktningar. Dels ser vi att annonsörer har ett ökat behov i sin annonsering att nå hög räckvidd i sin specifika målgrupp. Annonsmiljön skall vara relevant och annonsörens varumärke skall exponeras på bästa möjliga sätt med bästa möjliga annonsplacering. Det är för annonsörer med dessa behov som vi skapar våra vertikaler. Samtidigt ser vi att fler annonsörer har behov av att köpa volym till ett lägre pris. För dessa annonsörer är inte annonsmiljön avgörande utan de vill köpa så mycket trafik som möjligt till så lågt pris som möjligt. För annonsörer med detta behov utvecklar vi nu marknadsplatsen AdTail Online.



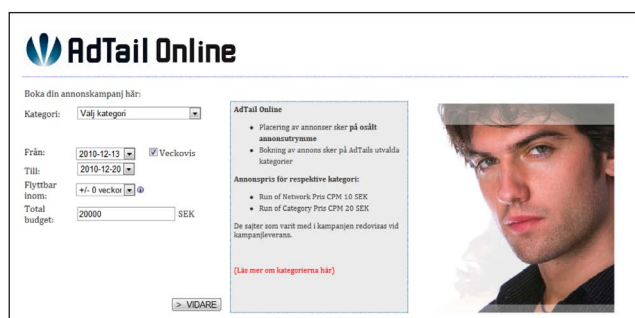
AdTail tar nu en central position på marknaden inom både vertikala premium segment och volymmarknad.

## AdTail Online

Många annonsörer sköter sedan tidigare själva sina sök- och kampanjköp genom Googles och Facebooks automatiserade annonsbokningssystem.

Genom AdTail Online erbjuds samma möjligheter för displayannonsering. Adtail Online ger både små och stora annonsörer möjlighet att på ett kostnadseffektivt sätt göra volymköp av banners.

AdTail samlar kompetens inom flera av internetbranschens olika områden, till exempel kampanjhantering, adservering, mediabyråer och annonsförsäljning. Denna kompetens har vi haft i fokus när vi byggt vår bokningsplattform. Vi har en stark tro på att förenkla delar av annonsmarknaden på nätet genom automatisering av bokningsprocessen.



Marknadsplatsen AdTail Online där annonsören själv kan köpa annosutrymme direkt via Internet.

## Gynnsamma möjligheter i en expansiv fas

I en kraftigt expanderande marknad stärker nu AdTail sin position. Utöver fortsatt utveckling av vertikala annonslösningar skapar vi nu AdTail Online till en ledande marknadsplats för köpare och säljare av internetannonser.

Vi utvecklar AdTail Online som ett viktigt komplement till våra vertikala annonslösningar. AdTail kommer här kunna erbjuda en konkurrenskraftig lösning jämfört med övriga nätverk som säljer "volymkampanjer" på marknaden. En automatiserad bokningsprocess, effektiv administration och kampanjhantering från Leanops i kombination med unik mediakompetens och säljfokus, är de grundfundament vi nu bygger AdTail Onlines utveckling på.

# Framtiden

## Mål 2011

- AdTail Online skall bli den ledande marknadsplatsen för automatiserad internetannonsering i Sverige.
- Genom en effektiv administration utveckla AdTail Online till att bli en mer konkurrenskraftig annonskanal jämfört med konkurrerande "blinda annonsnätverk".
- Stärka upp antalet sajter i AdTail Online så att räckvidden ökar från 2 miljoner till 5 miljoner besökare per vecka.
- Stärka respektive vertikal så att varje kategori blir störst i sitt segment.

## Strategi 2011

- Genom Leanops kompetens kring service och support stärka upp och förbättra våra interna processer.
- Fortsätta integreringen av serviceorganisationen Leanops i AdTails operativa arbete.
- Anställa nyckelkompetens inom kundservice och försäljning.
- Integrera AdTail Online i AdTails vertikala produktportfölj.

## AdTail prognos 2011

AdTail, med dotterbolagen Leanops och Leanads, beräknas under 2011 omsätta 13 miljoner SEK med ett förväntat resultat om 1 miljon SEK före skatt.

Leanops ser en växande efterfrågan för 2011. Under föregående räkenskapsår omsatte företaget 5,7 miljoner SEK.

AdTail har redan fått de första bokningarna för AdTail Online som tillsammans med bolagets vertikaler SHE NETWORK, HE NETWORK och Gamers Network kraftigt kommer att öka omsättningen för 2011.

## » Erbjudandet

Emissionsbelopp	Högst 1 291 666 SEK
Kurs	0,50 SEK
Kvotvärde	0,10 SEK
Antal emitterade aktier	Högst 2 583 333 aktier
Teckningstid	31 januari – 15 februari 2011
ISIN-kod	SE0002761965
Handelsplats	Aktietorget
Handelsbeteckning	TAIL

## » Garanti för fulltecknande av emissionen

Kopparberg Invest har beslutat att åta sig att, för det fall nyemissionen inte fulltecknas, teckna aktier i sådan omfattning att nyemissionen fulltecknas.

## Intressanta händelser 2010

- Juni förvärvade AdTail bolagen Leanops och Leanads.
- Augusti byter AdTail annonshanterings-system från Adify till AdToma.
- Under Q3 stärker AdTail upp styrelsearbetet med Hans Lewin, Göran Möller, Margareta Smith och Henrik Lohk.
- November anställs Fredrik Bojå som ny övergripande försäljningschef för AdTail.
- November lanserades marknadsplatsen AdTail Online.
- November ingår AdTail ett samarbete med SiS-Index.
- December lanseras annonsnätverket HE NETWORK.
- December säljs de första annonskampanjerna på AdTail Online.

## dagensmedia.se

Nyheter Asikter Karriär Bloggar DM Play DM Plus Evenemang  
Dagspress Tidskrifter Tv Digitalt Radio DR/DM Utomhus Even

## Adtail köper Leanops

Publicerad 5 juli 2010 10:11

### Adtail förvärvar servicebolaget Leanops med kunder som Hemnet, SF Bio och Wyatt Group.

Leanops jobbar främst med kampanjhantering och service och har kunder som Hemnet, SF Bio och Wyatt Group.

I affären ingår också Leanads, en automatisk bokningsmotor för annonser på nätet. Affären genomförs med hjälp av en apotremission om två miljoner nya aktier. Leanops blir ett dotterbolag i Adtail-koncernen.

– Leanops har en imponerande kundlista och det finns ingen bättre serviceorganisation i Norden. Man måste ha hög servicegrad och support för att lyckas i den här branschen, säger Stefan Forsberg, vd på Adtail.

Leanops har sju anställda och omsatte förra året 5,7 miljoner kronor med ett resultat på -0,2 miljoner kronor. Leanads hade en omsättning på blygsamma 98 000 kronor och gjorde ett resultat på -50 000 kronor.

– Adtail bygger premiumlösningar för ledande varumärken. Vi ser Leanops som ett viktigt komplement till våra vertikala annonslösningar, säger Stefan Forsberg.



Stefan Forsberg, vd Adtail.

TAGGAR  
Adtail Leanops

VERKTYG



Artikel publicerad 5 juli 2010 på [dagensmedia.se](http://dagensmedia.se).

## Organisation AdTail och nyrekryteringar

I dagsläget arbetar 12 st inom AdTail koncernen. Försäljningschef är Fredrik Bojå. Han rekryterades från Metro under hösten 2010. Ansvarig för kampanjhantering och support är Anna Smith. Anna har varit verksam inom Leanops sedan 2008. Rekryteringsarbetet för anställning av fler medarbetare har påbörjats.

Detta dokument är en sammanfattning av det kompletta informationsmemorandumet som kan hämtas på [www.aktietorget.se](http://www.aktietorget.se), [www.adtail.se](http://www.adtail.se) alternativt beställas genom kontakt med AdTail.



Barnhusgatan 16  
111 23 Stockholm

Tel +46(0)8-510 00 110  
Fax +46(0)8-773 22 33

E-post [info@adtail.se](mailto:info@adtail.se)