



Inbjudan till förvärv av aktier i AdTail AB (publ)

Nyemission inför listning på Aktietorget

Sammandrag av memorandum gällande förvärv av aktier i AdTail AB



AdTail skapar vertikala annonsnätverk för lönsam annonsering på Internet

Vi hänvisar till www.adtail.se för att ta del av memorandumet i sin helhet.

VD har ordet

Efter att ha arbetat i mediebranschen i drygt 20 år, varav de senaste sju åren med Internetmätningar och Internetanalys, blir jag fascinerad av den utveckling vi nu står mitt i. Trenden är tydlig, Internet blir en allt viktigare kanal för annonsörer som vill nå konsumenter i sin annonsering. Utvecklingen går fort, nya marknadsplatser och tjänster på Internet dyker upp i snabb takt.

För att nå sina kunder står reklamköparna idag inför en större utmaning än tidigare. Undersökningar från USA visar att Internetanvändarna tillbringar allt mindre tid på de stora, etablerade Internetsajterna. Vi ser också en tydlig fragmentering av surfbeteendet. I takt med att användarna av Internet mognar så blir de mer specialiserade i sitt surfande och besöker alternativa sajter.

På den amerikanska marknaden ser vi nu bland annat från Razorfish, som är en av världens största interaktiva reklamköpare, att de nu investerar en allt större andel av sina reklaminvesteringar på mindre nischade sajter och att de investerar en mindre andel på större och generella portaler.

Vertikala annonsnätverk består av noga utvalda kvalitativa nischade sajter som erbjuder ett förstklassigt redaktionellt innehåll inom ett specifikt ämnesområde. Vertikala annonsnätverk erbjuder en säker och trygg annonsmiljö och är en viktig marknadsföringskanal, inte minst för varumärkesbyggande annonsörer.

Min fasta övertygelse är att vi även i Sverige kommer att se ett skifte i annonsörernas spenderade kronor från stora, generella Internetsajter till mer redaktionella, vertikala, specialiserade sajter och nätverk. Reklamköparna kommer fortfarande att kunna nå en hög räckvidd genom exempelvis Google men nya nischade sajter med kvalitativt innehåll från vertikala annonsnätverk kommer att spela en allt viktigare roll. Annonsörerna kommer att ha ett större behov av att kunna nå en den centrala målgrupp som de primärt är intresserade av att kommunicera med.

Genom att skapa vertikala annonsnätverk, är AdTails ambition att ligga i framkanten av den kommande utvecklingen. Vi skapar ett kluster av kvalitativa, nischade och specialiserade sajter inom ett specifikt intresseområde till en annonskanal. Vi hjälper annonsören att nå en hög och unik räckvidd i sin definierade målgrupp. Detta i kombination med en kvalitativ annonsmiljö ger annonsören en ökad effektivitet i sin Internetannonsering.

Idén i sig är ny för de svenska och nordiska marknaderna men inte unik globalt sett. Vi har tittat en del på USA som kommit klart längre i utvecklingen av vertikala annonsnätverk än vi gjort i Sverige. Ett exempel på företag vi hämtat inspiration från är amerikanska Glam Media Network som på kort tid blivit den ledande annonskanalen på Internet för annonsörer som vill nå modeintresserade kvinnor.

Den totala svenska marknaden kring Internetannonsering (banner-annonsering) för 2009 spås av Institutet för Reklam och Mediestatistik (IRM) att bli 2 miljarder SEK. AdTail är tidigt ute på denna växande marknad och skapar genom vertikala annonsnätverk en tydlig positionering i tre av de mest intressanta annonssegmenten kvinnor, män och spel.

Med kombinationen av momentum i marknaden, låg konkurrens gällande vertikala annonsnätverk och en gynnsam marknadstillväxt, är vår bedömning att AdTail snabbt kommer att ta en betydande andel av annonspengarna för de segment vi väljer att fokusera på. Utöver en stark affärsidé och låg konkurrens på marknaden ligger AdTails styrka i de resurser som Bolaget har till förfogande. Grundarna av Bolaget har en gedigen sälj- och marknadserfarenhet av mediemarknaden och ett starkt kontaktnät på mediebranschen. Dessutom tillförs AdTail spetskompetens kring spelindustrin via vår delägare TP-Media. Beslut är taget om lansering av Gamers´ Network, där vi beräknar intäkter redan under april 2009.

Denna nyemission ger oss möjlighet att etablera AdTail som en ledande aktör för att skapa och utveckla vertikala annonsnätverk i Sverige och Norden. Det kapitaltillskott vi nu får kommer främst att användas för rekrytering av säljresurser samt befästa och utveckla Bolagets vertikala annonsnätverk.

Välkommen som aktieägare i AdTail AB.
Stockholm i februari 2009

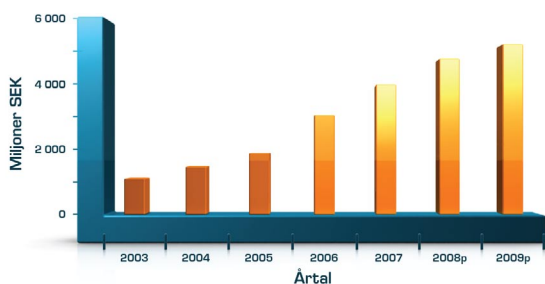
Stefan Forsberg
VD AdTail AB

Annonsmarknadens utveckling

Totalt omsatte den svenska mediemarknaden 33 miljarder SEK under 2008. Den största mediegruppen var TV med 15,2% av reklaminvesteringarna. Strax därefter kom Internet med 14,8%. Institutet för reklam och mediestatistik (IRM) bedömer att den totala reklaminvesteringen i Sverige 2009 kommer att minska med 4,7%. Samtidigt påpekar IRM att annonsörerna med största sannolikhet kommer att prioritera Internet i sin annonsering på bekostnad av de tryckta och traditionella medierna.

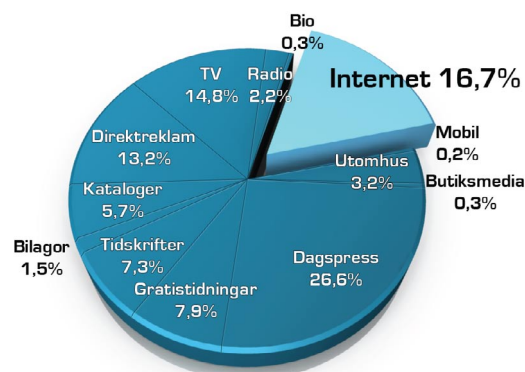
Internetannonseringens utveckling

Utvecklingen för Internetannonseringen i Sverige har varit omfattande.



Prognos Internetreklamens utveckling 2003 - 2009
Källa: IRM Reviderad Reklamprognos, November 2008

Sedan 2003 har investeringarna ökat kraftigt från 1,2 miljarder SEK till 5,2 miljarder SEK enligt 2009 års prognos. Med en ökning på 7,5% kommer Internet att stå för 16,7% av de totala reklaminvesteringarna och därmed bli större än TV som annonsmedium under 2009.



Annonsmarknaden, prognos 2009
Källa: IRM Reviderad Reklamprognos, November 2008

Fragmenterat surfbeteende

En tydlig global trend som även är applicerbar på Sverige, är ett ökat fragmenterat surfbeteende. För fem år sedan kunde annonsörer i USA, genom de 5 största sajterna, nå 40% av den totala online-populationen. Idag når samma fem sajter endast 15%. Konsumenter tillbringar med andra ord en allt mindre del av sin tid på de stora, etablerade sajterna. För reklamköparna innebär det en allt större utmaning att identifiera konsumenternas beteende på Internet. Det ökade fragmenterade surfbeteendet, den ökande informationsmängden på Internet och annonsörers krav på kvalitativ annonsmiljö, stärker utvecklingen för vertikala annonsnätverk.

Experter på Internetmarknaden är överens:

- "Online-marknaden blir alltmer fragmenterad, de stora sajterna tappar i trafik. Användarna hittar nya favoritsajter på Internet" Barry Parr, Jupiter Research
- "Jag har inte talat med någon som tror att fragmentering på Internet kommer att minska" Chris Anderson, Wired
- "Konsumenterna har nu kontroll, medieköparna måste identifiera var användarna tillbringar sin tid och vilka nya marknadsplatser de besöker" Rosenthal, CEO Interpublic

Explosion av nya annonsmöjligheter

Nya annonsplatser växer kontinuerligt fram. Intressant är att följa den kraftfulla utvecklingen kring bloggare. Marknaden har tidigare varit osäker på värdet kring dem som annonsplats. Nya undersökningar visar dock att besökare på blogg-sajter är viktiga beslutsfattare och därmed viktiga att nå för reklamköpare.



Artikel i Svenska Dagbladet 5 oktober 2008

Vertikala annonsnätverk, en effektiv annonslösning

Vertikala annonsnätverk är intressanta just därför att annonsören vid en sådan lösning snabbt och enkelt kan nå hög räckvidd av engagerade besökare inom sin specifika, primära målgrupp. Exempel på vertikala annonsnätverk är SHE NETWORK i Sverige, Glam Media i USA, Martha Stewarts Circle i USA, med flera. Annonsering på vertikala annonsnätverk handlar till stor del om relevans, som till exempel att en annons för bilar annonseras på sajter som skriver om bilar och där besökarna är intresserade av bilar. Reklamköpare vet att traditionell form av annonsering på Internet sker inför en stor mängd

människor, vanligtvis på stora sajter och mötesplatser, med förhoppning om att nå så stor andel som möjligt i den definierade målgruppen. Genom vertikala annonsnätverk är varje spenderad annonskrona direkt fokuserad på annonsörens utvalda målgrupp. Undersökningar visar att kvalitativt redaktionellt innehåll, som vertikala annonsnätverk fokuserar på, skapar signifikant bättre effekt och avkastning på satsade reklampengar. Detta för att annonsbudskapen samspelar med en kvalitativ annonsmiljö och att annonsören möter människor som är genuint intresserade av det ämne som det kommersiella budskapet berör.

Våra vertikaler

De första vertikala annonsnätverken som Bolaget utvecklar, riktar sig till annonsörer som i sin Internetannonsering vill nå kvinnor, män och TV-dataspelsintresserade användare.

SHE NETWORK



SHE NETWORK lanserades i september 2008 och består idag av ca 50 st. olika sajter och bloggar. Dessa är kategoriserade enligt följande; Mode, Skönhet, Hälsa och Mat. Exempel på sajter som idag ingår i SHE NETWORK är; *blondinbella.se*, *tidningenhennes.se*, *modette.se* och *posh.24.se*.

Målet med SHE NETWORK är att bli en av de ledande annonskanalerna i Sverige för annonsörer som i sin Internetannonsering vill nå kvinnliga intressegrupper.

HE NETWORK

Hösten 2009 kommer Bolaget att lansera HE NETWORK. Här skapas ett annonsnätverk för annonsörer som vill nå manliga intressegrupper. Exempel på kategorisering är Sport, Bilar, Båtar etc. HE NETWORK skall bli den ledande annonskanalen i Sverige för annonsörer som i sin Internetannonsering vill nå manliga intressegrupper.



Gamers' Network

TV- och dataspel är en starkt växande marknad och vi bedömer att reklaminvesteringarna på Internet för denna annonskategori står inför en omfattande utveckling.

Under första kvartalet 2009 lanserar AdTail därför Gamers' Network som en vertikal för de Internetannonserare som vill nå TV- och dataspelsintresserade användare. Gamers' Network utvecklas tillsammans med TP-Media. TP-Media är resultatet av en sammanslagning av flertalet sajter på Internet. Verksamheten har främst koncentrerats på sajter för yngre män med fokus på dator- och TV-spel. Under 2008 har TP-Media förvärvat företaget Bite Online Media AB, som äger varumärket *fragbite.se*. Sajten är för tredje året i rad är nominerad till klassen "världens bästa e-sportsajt".

Målet med Gamers' Network är att bli den ledande svenska och nordiska annonskanalen på Internet för annonsörer som vill nå engagerade och hängivna "gamers".

Fler vertikala annonslösningar

Bolaget kommer under 2010 definiera fler intressanta annonssegment och utveckla antalet vertikaler vidare.

AdTails framgångskriterier

Sofistikerad teknisk lösning

AdTail samarbetar med Adify, en världsledande aktör som har stor kompetens när det gäller att driva och utveckla vertikala annonsnätverk. Till dags datum har Adify varit delaktig i att utveckla över 150 vertikala annonsnätverk.

Unika besökare

Genom Adify erbjuder AdTail marknaden unika annonskanaler inom väl definierade intresseområden. Adifys teknik gör det enkelt för AdTail att skapa ett samarbete med nischade och mindre publicister som har kvalitativt redaktionellt innehåll och förpacka trafiken från dessa till en annonskanal.

Besökarna på nischade och specialiserade sajter är svåra att nå via större och mer generella sajter, därmed kan Bolaget skapa en hög och unik räckvidd inom de ämnesområden som man väljer att fokusera på. Genom detta blir AdTail en viktig aktör för annonsörer och reklamköpare.

Gedigen erfarenhet

Styrelsen och ägarna bakom AdTail har en gedigen erfarenhet av mediebranschen, stort kontaktnät i reklamköparledet och branschkunskap.

Positiva kommentarer från marknaden

Trots AdTails korta historia så har Bolaget redan fått positiva kommentarer från marknaden. Ett av Sveriges största företag inom herr och damkläder investerade i sin första kampanj på SHE NETWORK i december 2008. Och har valt att återkomma genom att köpa ytterligare en kampanj i januari 2009.

Reklamköpare som exempelvis Björn Holmberg på Bizkit, en av de ledande svenska mediebyråerna, uttalar sig följande om SHE NETWORK;

"Vi ser en intressant utveckling kring möjligheten genom vertikala annonsnätverk att i en kvalitativ annonsmiljö nå hög räckvidd rätt in i målgrupp. Vi ser att SHE NETWORK på kort tid blivit ett intressant alternativ till andra annonslösningar på Internet. Senhösten 2008 genomförde vi en testkampanj För filmen Twilight Zone på SHE NETWORK. Resultatet var klart positivt!"

Gynnsamma möjligheter i ett tidigt marknadsskede

2009 beräknar IRM (Institutet Reklam och Mediestatistik) att annonseringen på Internet kommer omsätta 2 miljarder SEK i Sverige, vilket är en tillväxt på 7,5% mot föregående år. AdTails målsättning är nu att initialt skapa ledande annonskanaler inom tre omfattande annonssegment; Kvinnor, Män och Spel. Internetreklamens tillväxt och konkurrenssituationen kring vertikala annonsnätverk ger AdTail, i ett tidigt skede i marknadens utveckling, mycket gynnsamma möjligheter och goda förutsättningar att ta en ledande position på den svenska och nordiska marknaden.

PROGNOS (SEK)	Omsättning
2009	6 800 000
2010	14 100 000

Genom att vi erbjuder annonsmarknaden, kvalitativ annonsmiljö, hög räckvidd och engagerade besökare inom ett specifikt intresseområde så kan Bolaget ta bättre betalt jämfört med generella annonsnätverk. Resultatet för AdTail under 2008 var positivt. Prognosen för resultat 2009 är +750.000 SEK. För 2010 beräknas ett resultat på +2.900.000 SEK.

Tillväxtplanen för de vertikala annonsnätverk som vi skall utveckla är offensiv. Detta i kombination med en expansion i övriga delar av Norden gör att vi beräknar ha en mycket gynnsam tillväxt för Bolaget under flera år.

Erbjudandet i sammandrag

Emissionsbelopp Högst 3 000 000 kronor	Teckningstid 9 februari - 2 mars 2009
Teckningskurs 4,00 kronor	Handelsplats Aktietorget
Antal emitterade aktier Högst 750 000 aktier	Teckningspost 1 000 aktier

Garanti för fulltecknande av nyemissionen

Dalom Invest AB har den 13 januari 2009 i beslut åtagit sig att för det fall nyemissionen inte fulltecknas teckna aktier i sådan omfattning att nyemissionen fulltecknas. Dock måste emissionen uppfylla Aktietorget's ägarspridningskrav. Emissionsgarantens ovan nämnda åtagande kommer att ske mot vederlag motsvarande tio procent av det totala emissionsbeloppet. Garantin är reglerad via avtal mellan Dalom Invest AB och Bolaget.



Anmälningssedel för teckning av aktier i AdTail AB (publ)



Anmälningssedeln skall skickas, faxas eller e-postas till:

Aqurat Fondkommission AB
Box 702
182 17 Danderyd

Fax: 08-544 987 59

E-post: info@aqurat.se (inskannad anmälningssedel)

Anmälningstid: 9 februari – 2 mars 2009.

Pris per unit: 4,00 kronor.

Tilldelning: Avräkningsnota beräknas skickas ut omkring den 3 mars 2009.

Likviddag: Enligt instruktion på avräkningsnotan. Observera att Aqurat inte drar pengar från Ert VP-konto eller depå.

Förvärv sker i enlighet med villkoren som framgår av memorandum utgivet i februari 2009, av styrelsen för AdTail AB (publ).

Vid en bedömning av bolagets framtida utveckling är det av vikt att också beakta relevanta risker. Varje potentiell aktieägare måste göra sina egen bedömning av effekten av dessa risker, av övrig information från memorandum samt annan tillgänglig information. Memorandumet kan laddas ner från www.adtail.se eller www.aqurat.se.

Undertecknad anmäler sig härmed för teckning av följande antal aktier i AdTail AB (publ) à 4,00 kronor:

Teckning sker i poster om 1 000 aktier.

I det fall tilldelning skett skall tecknade aktier levereras till VP-konto eller depå enligt nedan:

VP-konto/servicekonto:

Depå hos bank eller annan förvaltare:

Bank/förvaltare:

OBS! Kontakta din bank/förvaltare om Ni önskar aktieleverans till kapitalförsäkringsdepå då särskilda regler gäller för dessa!

Undertecknad är medveten om och medger att:

- Anmälan är bindande,
- Endast en anmälningssedel från samma fysiska eller juridiska person beaktas,
- Inga ändringar eller tillägg får göras i förtryckt text i denna anmälningssedel,
- Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende,
- VP-konto eller depå hos svensk bank/förvaltare måste vara öppnat vid inlämnandet av denna anmälningssedel,
- Tilldelning av aktier i enlighet med ifylld anmälningssedel kan inte garanteras,
- Informationen på omstående sida har tagits del av och accepteras,
- Genom undertecknande av denna anmälningssedel befullmäktigas Aqurat Fondkommission AB att för undertecknads räkning verkställa teckning av aktier enligt de villkor som framgår av memorandum utgivet av styrelsen i AdTail AB (publ) i februari 2009.

Namn och adressuppgifter (VAR GOD TEXTA)

Efternamn/Firma	Tilltalsnamn	Personnummer/Organisationsnummer
Postadress (gata, box eller dyligt)		Telefon dagtid
Postnummer	Ort	Land (Om annat än Sverige)
Ort och datum	Undertecknas av tecknare (i förekommande fall av behörig firmatecknare eller förmyndare)	

Viktig information till undertecknad

Aqurat Fondkommission AB (nedan Aqurat) är ett värdepappersbolag som står under Finansinspektionens tillsyn. I. Finansiella instrument i enskilt erbjudande har inte och avses inte att registreras i något annat land än Sverige. Finansiella instrument kommer således inte att erbjudas till försäljning i USA eller Kanada och inbjudan riktar sig inte heller vare sig direkt eller indirekt till någon i USA eller Kanada. Denna anmälningssedel får inte distribueras till eller i något annat land där sådan distribution (i) förutsätter ytterligare registrering eller andra åtgärder än som följer av svensk rätt eller (ii) strider mot lag, förordning eller annan bestämmelse i sådant land. II. Order enligt undertecknad anmälningssedel ger Aqurat fullmakt att för undertecknads räkning sälja, köpa eller teckna sig för finansiella instrument enligt de villkor som gäller för enskilt erbjudande. Ordern omfattas inte av den ångerrätt som följer av Distans- och hemförsäljningslagen. III. Aqurats kunder är kategoriserade som icke professionella kunder enligt lagen om värdepappersmarknaden. Vid utförande eller vidarebefordran av order på kundens eget initiativ tillhandahåller Aqurat tjänsten utan att göra en bedömning om tjänsten är passande för kunden. De risker som följer med en investering i sådana finansiella instrument som denna anmälningssedel avser framgår av den information som upprättats och utgivits i samband med enskilt erbjudande. IV. Priset för de finansiella instrument som avses i enskilt erbjudande framgår av denna anmälningssedels framsida. Skatter, courtage eller andra avgifter som kan komma att uppstå påföres eller erlägges inte av Aqurat. V. Personuppgifter som aktieägaren lämnar i samband med uppdraget eller som i övrigt registreras i samband därmed behandlas av Aqurat enligt Personuppgiftslagen (1998:204) för förberedelse och administration av uppdraget. Behandling av personuppgifter kan även ske hos andra företag som Aqurat eller emittenten samarbetar med. VI. Tillvägagångssättet samt anmälningssedelens framsida framgår av denna anmälningssedels framsida samt av den information som upprättats och utgivits i samband med erbjudandet. VII. Aqurat ansvarar inte för tekniska fel, fel i telekommunikation eller fel i posthantering i samband med inlämnandet av anmälningssedeln. VIII. Reklamation mot Aqurats utförande av den order som lämnats till Aqurat genom undertecknad anmälningssedel skall ske utan oskäligt uppehåll. Om så ej skett kan rätten att kräva ersättning eller att göra andra påföljder gällande mot Aqurat gå förlorad. IX. Eventuella klagomål med anledning av Aqurats hantering av order som lämnats till Aqurat genom undertecknad anmälningssedel kan skriftligen ställas till Aqurats klagomålsansvarige på den adress, som anges på framsidan av denna anmälningssedel. X. Vid eventuell tvist med Aqurat kan konsumenter också vända sig till Allmänna reklamationsnämnden, Box 174, 101 23 Stockholm, telefon 08-783 17 00, www.arn.se. XI. Aqurat följer svensk lag. Materiell svensk rätt äger tillämpning på Aqurats erhållna uppdrag och allmän svensk domstol, t.ex. Stockholms tingsrätt, är behörig domstol.

