

## Hög andel inlösen av teckningsoptionerna i TO 15

**Hela 78 % av optionerna i Teckningsoption 2016 TO 15 löstes in, vilket betyder drygt 1 500 000 kr till bolaget.**

Efter att ha sammanställt resultatet från Teckningsoption 2016 TO 15 kan vi med glädje konstatera att en stor del av optionerna löstes in – hela 78 % – vilket innebär nytt kapital till bolaget i storleksordningen 1 500 000 kr.

Det som gör det extra starkt är att så många valde att lösa in sina optioner till teckningskursen 6 kronor, trots att Community Entertainments aktiekurs veckorna före legat kring 5 kronor. Vi är stolta över det stora förtroendet från våra ägare och vår optimism inför framtiden stärks ytterligare genom detta stöd.

”Det är otroligt inspirerande att se att så många av våra aktieägare har samma starka tro på oss som vi själva har och att de verkligen ser potentialen i företaget och vad vi vill åstadkomma. Att så många väljer att lösa in sina optioner till dessa givna villkor är otvetydigt en signal om att vi är på rätt väg”, säger Tomas Järnstål, VD för Community Entertainment.

Teckningsoptionerna i TO 15 erhöles vederlagsfritt av alla som tecknade sig i bolagets nyemission med teckningstid 10 - 23 juni 2016, en emission som övertecknades med 15 %. För varje tecknad aktie erhöles man en option, som kunde lösas in mot en ny aktie för teckningskursen 6 kronor, vilket nu har gjorts i stor omfattning.

Efter registrering hos Bolagsverket ökar aktiekapitalet i Community Entertainment Svenska AB med 1 561 920 SEK och antalet aktier med 260 320. Antalet utestående aktier efter registrering uppgår till 2 259 040.

### **Kontaktperson:**

Tomas Järnstål  
VD Community Entertainment  
0736-89 99 15  
tomas@comentab.se

***Denna information är sådan information som Community Entertainment är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 10 februari 2017.***

*Community Entertainment har utvecklat en IT-plattform och en metod där företag kan skapa egna quizer i kommunikationssyfte. Vi har dessutom skapat en hög kompetens inom innehållsmarknadsföring, gamification och quiz. Syftet är att företag på ett engagerande, underhållande och informativt sätt kan få definierade målgrupper att lära sig mer om produkter och tjänster, presentera information om interna målsättningar eller utbilda medarbetare, nyanställda eller samarbetspartners.*

*Den standardiserade affärsmodellen bygger dels på licenser, där uppdragsgivaren tecknar ett avtalsbaserat kontrakt i som längst 12 månader och själv administrerar sina kampanjer samt har egen inloggning till vår IT-plattform, och dels på anpassade kampanjer utan tillgång till egen inloggning där vi erbjuder design, utformning och innehåll – även det i upp till 12 månader i taget.*