

ONE

ne ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE
media contact u:nou direct more media contact u:nou direct more

ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE
u:nou direct more media contact u:nou direct more media c

ne ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE
direct more media contact u:nou direct more media contact u:nou

! ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE ONE
media contact u:nou direct more media contact u:nou direct

ONE Media Holding AB

Informationsmemorandum inför anslutning till AktieTorget

Januari 2010

Innehållsförteckning

VD har ordet	4
Allmän information	7
Handel i aktien	7
Bakgrund och motiv	8
Marknad	9
Historik 2002 till 2009	10
Affärsidé, vision, mål och strategi	12
Verksamhet	13
Finansiell information i sammandrag	16
Kommentarer till den finansiella utvecklingen	18
Aktiekapital och ägarförhållanden	20
Risikfaktorer	21
Legala frågor och övrig information	23
Bolagsordning	24
Skattefrågor	25
Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer	28
Adresser	30



Håkan Lagerberg, VD ONE Media

VD har ordet

Fortsatt tillväxt och expansion

Nu i allt tuffare tider behöver företag ägna sig åt sälj- och lojalitetsdrivande kundkommunikation som skär rakt igenom mediabuset och riktar sig direkt till rätt individer och som dessutom kan mätas. Det kallas direktmarknadsföring och är exakt det som vi är bäst på. ONE Media har positionerat sig som en av de snabbast växande – och framgångsrika – aktörerna inom området. Förvärvet av ONE Contact under 2007 (tidigare MultiPartner) innebar att vi tog ett viktigt steg mot målet att bli Nordens ledande leverantör av helhetslösningar inom direktmarknadsföring. Under hösten 2009 expanderade ONE Media vidare till Danmark genom etablering av bolaget ONE u:nou A/S i Köpenhamn. Denna etablering föranleddes av en stark efterfrågan av våra tjänster i Danmark.

Våra kunder får det de betalar för – och behöver bara betala för det de får. För de kunder som vill kan vårt arvode kopplas helt eller delvis till utfallet av den kampanj vi tar fram. Det kallar vi för effektgaranti, en garanti som har visat sig vara mycket lönsam både för oss och för våra kunder. Det faktum att vi är beredda att sätta upp mål och dela risken med kunden har också visat sig vara en effektiv väg in till nya kunder. Kunderna blir vinnare – och vi blir vinnare. Sedan vi införde denna betalningsmodell har allt fler kunder velat ansluta sig till den.

ONE Medias helhetserbjudande inom direktmarknadsföring går bl.a. ut på att vi analyserar, planerar och formger smart kommunikation. I praktiken innebär detta att vi tillhandahåller samtliga tjänster för en framgångsrik direktmarknadsföringskampanj – från att definiera mål och lägga upp strategier till att ta fram koncept, göra målgruppsurval och medieval samt att formge, producera och utvärdera kampanjer.

Under den senaste tiden har vi skärpt och breddat vårt erbjudande – dels genom en omfattande intern effektivisering, omorganisation och produktutveckling, dels genom strategiska förvärv. Vi har också stärkt oss ytterligare inom digitala kanaler, bland annat tack vare smarta tekniska plattformar och ett omfattande databaskunnande.

En stor del av vår verksamhet går ut på att vårda och ta hand om befintliga kunder hos våra uppdragsgivare. En effektiv och kompetent kundvård ger trognare och därigenom lönsammare kunder hos våra uppdragsgivare. Vi är i princip den enda volymaktören i Sverige som har ett helhetskoncept där vi kan skapa en kampanj inom Direct, använda MORE:s digitala system för genomförande och slutligen Contact som följer upp eller tar emot kundens reaktion. Detta koncept har gett oss många affärer och jag är övertygad om att vi kommer att vinna många affärer under de kommande åren tack vare detta.

Direktmarknadsföring tar en allt större del av den totala marknadsföringsbudgeten hos många företag. Tillväxten har varit stark inom direktmarknadsföring det senaste halvåret – och den fortsätter i vår. Det visar DM-barometern, som genomförs av intresseorganisationen Swedma.

ONE Media är med andra ord en specialiserad aktör med en smart betalningsmodell och ett skalbart helhetserbjudande som befinner sig på en växande marknad.

En utmaning – och en av våra främsta uppgifter för närvarande – är att förankra vår starka företagskultur i hela det växande företaget. Att värna om en gemensam företagskultur är extra viktigt eftersom vi vill växa vidare. Vårt mål är att med en fortsatt försäljningstillväxt nå en nettoomsättning på minst 400 MSEK år 2012 med en rörelsemarginalnivå om ca 8 procent. I det kortare perspektivet ska den snabbväxande digitala delen av verksamheten öka betydligt – och vi har siktat inställt på att fortsätta med vår påbörjade expansion utanför Sverige.

Tillväxten ska ske genom både organisk tillväxt, strategiska samarbeten och förvärv. Vi håller ögonen öppna efter nya möjligheter som från dag ett kan skapa mervärde i vårt kunderbjudande. Det är också mot bakgrund av denna expansion av bolaget som vi har fattat beslutet att åternotera ONE Media på AktieTorget.

ONE Media har varit framgångsrikt alltsedan starten 2002. Den snabba tillväxten av företaget med bibehållen lönsamhet bevisar att vår affärsidé håller – och att den starka tro på direktmarknadsföring som en gång gav upphov till ONE Media var befogad. Nu tar vi nästa steg.

Stockholm, 14 januari, 2010



Håkan Lagerberg, Verkställande Direktör

Läs detta först.

one

Allmän information

Med "ONE Media" eller "Bolaget" avses i det följande ONE Media Holding AB, org nr 556621-8227.

Siffror i detta memorandum har avrundats, medan beräkningar har utförts utan avrundning. Detta medför att vissa tabeller och nyckeltal till synes inte summerar korrekt.

Detta dokument har upprättats såsom informationsunderlag inför ONE Medias anslutning till AktieTorget. Dokumentet är inget prospekt enligt tillämpligt regelverk härom. Styrelsen för ONE Media är ansvarig för innehållet i detta dokument.

One Media Holding AB har godkänts av AktieTorgets styrelse för upptagande till handel på AktieTorgets handelslista.

Twist med anledning av detta informationsmemorandum skall avgöras enligt svensk lag och av svensk domstol exklusivt.

Beräknad första dag för handel på AktieTorget: Torsdagen den 21 januari 2010

EKONOMISK INFORMATION

Bokslutskommuniké 12 månader 2009:	Februari 15, 2010
Delårsrapport 3 månader 2010:	Maj 10, 2010
Delårsrapport 6 månader 2010:	Augusti 10, 2010
Delårsrapport 9 månader 2010:	November 10, 2010

Handel i aktien

Handel i aktien på AktieTorget

AktieTorget är ett värdepappersinstitut och har Finansinspektionens tillstånd att driva handel med värdepapper. Aktier listade på AktieTorget handlas på samma sätt som aktier på Stockholmsbörsen och övriga Norex. Genom avtal med OMX Stockholmsbörsen använder AktieTorget fondbörsens handelssystem SAXESS. Handeln sker via en bank eller fondkommissionär, via bankkontor, mäklare eller via ett Internet-konto. Kursinformation sprids via tidningar, SVT Text-tv, på Internet och genom informationstjänstleverantörer som SIX, Reuters och Ecovision. Alla företag hos AktieTorget är EUROCLEAR-anslutna eller kunder hos annan central värdepappersförvarare.

Likviditetsgaranti

Remium AB kommer att agera likviditetsgarant för ONE Media på AktieTorget. Syftet är att främja en god likviditet i aktien samt säkerställa en låg spread mellan köp- och säljkurs i den löpande handeln. Enlig avtalet skall Remium ställa en köp- respektive säljvolym om vardera minst fyra handelsposter i orderboken med en spread om maximalt 4 procent mellan köp- och säljkurs. Åtagande påbörjades i januari 2010. Remium AB ägde per 091217 inga aktier i ONE Media.

ÖVRIGT

Tickernamn: ONE

Handelspost: 1 aktie

ISIN-kod: SE0001096140

Bakgrund och motiv

ONE Media är ett kommunikationsföretag som bl.a. erbjuder helhetslösningar inom direktmarknadsföring – från strategi, utveckling och implementering till uppföljning. ONE Media arbetar framförallt med riktad och mätbar kommunikation mellan företag och deras målgrupper. **Direktmarknadsföring är en kommunikationsstrategi/-metodik** för att, oberoende av mediekanal, kommunicera med blivande eller befintliga kunder med syfte att uppnå mätbar respons.

Verksamheten är indelad i tre affärsområden; ONE Direct (Byrå), ONE More (Digitala kanaler och kundstrategi) och ONE Contact (Contact-center/CRM).

ONE Media är den ledande nordiska kommunikationsgruppen inom multichannel marketing, med direktmarknadsföring som metod.

ONE Media etablerades 2002 med målet att skapa en ny och slagkraftig nordisk aktör inom direktmarknadsföring. Kärnverksamheten består i att äga, kontrollera och utveckla kompetens och infrastruktur för utförande och hantering av individanpassad kommunikation i alla kanaler, från traditionella brevutskick till digitala kanaler som Internet och SMS samt contact-center tjänster. Därutöver erbjuder ONE Media expertis i form av strategi, analys, projektledning och byråtjänster.

ONE Media Holding AB var under perioden 2004 till april 2008 listat på AktieTorget och hade vid avregistreringen, till följd av att bolaget köptes av International Marketing & Sales Group Ltd, ett genomsnittligt marknadsvärde om 95 miljoner SEK, baserat på en 3 månaders period före avlistningen. Det högst noterade marknadsvärdet, under en 6 månaders period före avlistningen, uppgick till 119 miljoner SEK.

I juli 2009 sålde IMSG huvuddelen av sitt aktieinnehav i ONE Media Holding AB, motsvarande 75 procent av det totala antalet utestående aktier, till en ny ägargruppering. I samband med detta ägarbyte valdes Anders Torstensson in som ny styrelseordförande och Håkan Lagerberg samt Ulf Malmerberg som ledamöter. ONE Medias styrelse har, förutom att vidareutveckla bolagets verksamhet, under en tid förberett en åter-listning på AktieTorget. ONE Media har visat att dess affärsmodell och strategi är framgångsrik såväl på den svenska som på den nordiska marknaden.

Under hösten 2009 genomfördes en omorganisation och kostnadseffektivisering inom ONE Media där verksamhets- och lönsamhetsansvar delegerades till respektive dotterbolag. Till följd av detta beslutade styrelsen om förändring av VD roll och ansvar samt uppsägning av dåvarande VD Johanna Fagrell Köhler. Styrelsen beslöt i samband med detta att tillsätta Håkan Lagerberg, VD ONE Contact, som tf.VD för ONE Media. Håkan Lagerberg har per januari 2010 tillträtt som ordinarie VD för ONE Media, utöver fortsatt ansvar som VD för ONE Contact. Johanna Fagrell Köhler är därmed befriad från sitt VD ansvar och står till styrelsens förfogande under uppsägningsperioden som upphör i senast februari 2011.

Återlistningen på AktieTorget väntas medföra en ökad uppmärksamhet från kunder, kapitalmarknad och media, vilket förväntas öka kännedomen om bolaget och stärka ONE Medias varumärke ytterligare. Detta bedöms även kunna underlätta möjligheterna att etablera kontakt med nya kunder, samarbetspartners, underlätta eventuella framtida förvärv samt attrahera och behålla kompetent personal. En listning underlättar även kommunikationen med våra nuvarande ca 600 aktieägare. ONE Medias huvudägare ser också positivt på en ytterligare aktiespridning genom försäljning av egna aktier och/eller nyemission.

Bolaget avser att i samband med återlistningen utöka styrelsen med minst en oberoende styrelseledamot senast vid årsstämman och att adjungera denna person så snart som möjligt.

Styrelsen i ONE Media Holding AB ansvarar för detta dokument. Härmed försäkras att, såvitt är känt för styrelsen, uppgifterna i detta dokument överensstämmer med faktiska förhållanden, och att ingenting av väsentlig betydelse är utelämnat, som skulle kunna påverka den bild av ONE Media som ges i detta dokument.

Stockholm, 14 januari, 2010

**ONE Media Holding AB
Styrelsen**

Marknad

Marknadsöversikt

ONE Media är verksamt på den nordiska marknaden för effektiv kundkommunikation och direktmarknadsföring (DM). Bolaget är idag en av de ledande aktörerna på den svenska marknaden. Merparten av ONE Medias uppdrag kommer från företag som verkar på den nordiska marknaden, men kunder erbjuds även att nå ut till konsumenter i övriga Europa. Genom förvärvet av Multipartner AB (numera ONE CC AB), med sitt 100 procent ägda dotterbolag i Spanien, Multipartner SL, i augusti 2007, och ONE u:nou under 2009 har ONE Medias geografiska närvaro på den europeiska marknaden stärkts ytterligare.

Marknaden för direktmarknadsföring

Direktmarknadsföring tar en allt större del av den totala marknadsföringsbudgeten hos många företag. Tillväxten har varit stark det senaste halvåret – och förväntas fortsätta i vår. Det visar DM-barometern, som genomförs av intresseorganisationen Swedma. DM-barometern är en enkätundersökning som Swedma genomför två gånger om året bland företag och leverantörer av DM-relaterade tjänster och reklambyråer.

Enligt reklambyråerna har tillväxten varit störst inom försäljning av sökordsannonser, sökoptimering, mobil marknadsföring och e-postdistribution.

Undersökningen visar också att 48 procent av företagen tror att de kommer att öka investeringarna i direktmarknadsföring under det kommande halvåret. 49 procent förväntar sig att direktmarknadsföring fortsätter att ta andelar av den totala budgeten.

ONE Media och dess dotterbolag anser sig ha ett unikt helhetserbjudande för att tillfredsställa kundernas efterfrågan på flerkanaliga kommunikationslösningar med direktmarknadsföring som metod. ONE Media anser sig inte ha någon konkurrent som kan erbjuda motsvarande helhetskoncept. Det finns dock ett fåtal konkurrenter som har ett erbjudande som i viss mån liknar ONE Medias, exempelvis Intellecta. ONE Media har dock ett flertal konkurrenter inom varje affärsområde. Nedan ges en översiktlig indelning av konkurrenter inom respektive affärsområde.

ONE Direct

Konkurrenter inom affärsområdet Direct är främst reklambyråer, webbyråer och direktmarknadsföringsbyråer eller enskilda konsulter. Exempel på konkurrenter inom ONE Direct är Ogilvy One och Trackster. ONE Medias bedömning är dock att ONE Directs konsulter har unik kompetens inom säljfrämjande åtgärder. Eyeflow och avancerade strategier för flerkanalskommunikation bidrar till att ge ONE Direct en särskiljande position på marknaden.

ONE More

Konkurrenter inom affärsområdet More är främst aktörer som äger eller kontrollerar infrastruktur för kundkommunikation och direktmarknadsföring och är verksamma inom utveckling och produktion av detta i digitala kanaler, till exempel webbyråer, vissa dm-byråer.

ONE Contact

Inom affärsområdet Contact konkurrerar ONE Media med företag som erbjuder CRM-system, kundtjänst, support och telemarketing och övrig kundhantering. Exempel på konkurrenter är contact center-företag som BITE Teleperformance, Reffekt, Transcom, och Vendator.

Historik 2002 till 2009

-
- 2002** ONE Media grundas. Direktmarknadsföringsbyrån nxt sthlm startas tillsammans med Magnus Widgren (VD nxt sthlm).
-
- 2004** ONE Media listas på AktieTorget. ONE Media investerar i Eyeflow System. ONE Media utvecklar och installerar ett nordiskt betalssystem för hantering av mikrobetalningar. Nettoomsättningen under 2003/2004 uppgår till 27,2 miljoner kronor med 29 anställda.
-
- 2005** ONE Media genomför en nyemission om 11 miljoner kronor. ONE Medias nettoomsättning under 2004/2005 uppgår till 39,6 miljoner kronor och antal anställda till 36.
-
- 2006** Johanna Fagrell Köhler tillträder som VD i januari. Under 2005/2006 uppgår ONE Medias nettoomsättning till 34,5 miljoner kronor och antal anställda till 38. Nxt sthlm konsolideras med ONE Media per den 1 juli.
-
- 2007** Förvärv av resterande 50 procent av nxt sthlm. ONE Media förvärvar Multipartner AB, ett ledande contact-center-företag vars VD Håkan Lagerberg vänt Multipartner AB från förlustverksamhet 2004 till 10% vinstmarginal och ökad omsättning med 150% på två år. En nyemission genomförs i samband med förvärvet. ONE Media har efter förvärvet kontor i Stockholm, Visby, Gällivare, Åre, Malmö samt Barcelona och sysselsätter cirka 350 personer. ONE Media förlänger räkenskapsåret för att byta till kalenderår. Under artonmånadersperioden 2006/2007 (jul-dec) uppgår nettoomsättningen proforma till 160,8 miljoner kronor.
-
- 2008** I april 2008 förvärvade International Sales & Marketing Group PLC (IMSG) 95,33% av ONE Medias aktier. Därmed avlistades ONE Media från Aktietorget och blev ett dotterbolag till IMSG. Som ett led i renodlingen av varumärket ONE Media bytte nxt sthlm Direct Marketing AB namn till ONE Direct AB och Multipartner AB till ONE CC AB (Contact). För verksamhetsåret 2008 (januari-december.) uppgick nettoomsättningen till 176,5 miljoner kronor. Antalet anställda uppgick till 409.
-
- 2009** Till följd av den allvarliga ekonomiska krisen som startade hösten 08 fick IMSG problem med sin verksamhet och strategi på koncernnivå. Man beslöt att ändra strategi från att ha 100 procent eller majoritetsäggande i sina dotterbolag till minoritetsinnehav. I juli 2009 förvärvar en grupp investerare huvuddelen av IMSG:s aktieinnehav i ONE Media motsvarande 75% av ONE Medias aktiekapital. Ny styrelse väljs där Anders Torstensson blir SO och Håkan Lagerberg samt Ulf Malmerberg blir ledamöter.
- I augusti tar Håkan Lagerberg över som tf. VD i ONE Media samtidigt som han fortsätter att driva det största affärsområdet ONE Contact. Omedelbara åtgärder i verksamheten leder till ökat resultat och förbättrat kassaflöde. I november startas ONE u:nou A/S i Köpenhamn där ONE Media har 60 procent av aktiekapitalet. För perioden januari-september 2009 uppgick nettoomsättningen till 177, 7 miljoner kronor. Antalet anställda uppgick till 581. Från januari 2010 blir Håkan ny VD för ONE Media.
-

Det här är ONE Media.

one

Affärsidé, vision, mål och strategi

Affärsidé

ONE Medias affärsidé är att hjälpa företag och organisationer med effektiv kundkommunikation och försäljning.

Mission

ONE Media överträffar kundens förväntningar, är roliga att arbeta med och gör bättre lösningar än våra konkurrenter.

Vision

ONE Medias vision är att vara det ledande nordiska kommunikationsföretaget inom flerkanalig kommunikation med direktmarknadsföring som metod.

Finansiella mål

ONE Medias mål är att genom organisk tillväxt och förvärv 2012 uppnå:

- en nettoomsättning om 400 miljoner kronor
- en rörelsemarginal (EBITDA) om 8 procent

Utdelningspolicy

Styrelsens uppfattning är att det mest gynnsamma för Bolagets aktieägare är att ONE Medias vinster återinvesteras i verksamheten under 2010. Därefter är avsikten att dela ut minst 30 procent av vinsten till aktieägarna.

Mål

ONE Medias mål är att vara en av Nordens mest efterfrågade leverantörer och arbetsgivare inom kommunikationsbranschen.

Strategi

För att uppnå målsättningarna har ONE Media utarbetat en strategi som baserar sig på organisk tillväxt med kompletterande tillväxt genom förvärv. Den bärande principen i ONE Medias strategi är att äga eller kontrollera kritisk kompetens samt delar av den underliggande infrastrukturen, såsom IT-plattformar och CRM-system.

ONE Medias strategi är formulerad i följande punkter:

- **Organisk tillväxt** - ONE Medias primära strategi är att växa genom organisk tillväxt. Varje affärsområde ansvarar för försäljning av sina egna produkter och tjänster, och samarbetar därutöver för nykundsbearbetning och synergier mellan affärsområdena. ONE Media avser att fortsätta utveckla nya tjänster och produkter inom ramen för koncernens erbjudande.
- **Tillväxt genom förvärv** - För att möta den ökande efterfrågan och erbjuda spetskompetens inom framtidens marknadsföring söker ONE Media aktivt efter kompletterande förvärv. ONE Media utvärderar främst bolag med strategisk kunskap inom de nya kommunikationskanalerna och bolag som har kommunikativa plattformar vilka möjliggör produktion av denna typ av tjänster.

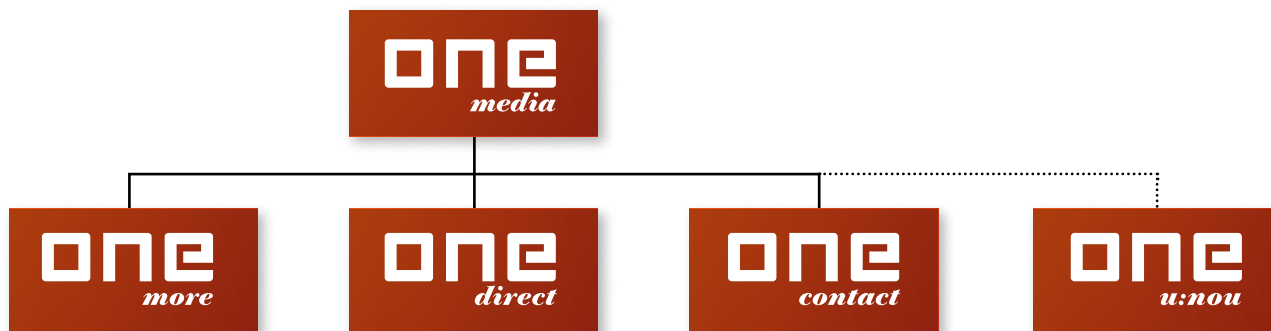
Tre övergripande krav ställs på potentiella förvärv:

- tillföra strategiskt mervärde till koncernens affärsområden
- uppvisa tydlig lönsamhetspotential
- positivt kassaflöde inom 3-6 månader

- **Varumärke** - För att vara marknadsledande i Norden och fortsatt attrahera kompetenta medarbetare och kunder behöver ONE Media ständigt stärka sitt varumärke. ONE Media arbetar aktivt för att vårda, stärka och mäta varumärket och dess position gentemot såväl interna som externa målgrupper.

Verksamhet

Organisation



ONE Media har en organisationsstruktur med ett tydligt delegerat verksamhets- och lönsamhetsansvar på respektive affärsområde.

ONE Direct erbjuder strategi, analys, projektledning och byråtjänster för att skapa direktmarknadsföring, ONE More erbjuder strategi, infrastruktur, utveckling och produktion av effektiv kundkommunikation och direktmarknadsföring i digitala kanaler och ONE Contact infrastruktur och produktion av direktmarknadsföring genom contact-centertjänster.

ONE u:nou erbjuder hela ONE Medias produktportfölj till den danska marknaden.

Grundprincipen är att affärsområdena ska utveckla sin specifika expertis och tillföra varandra mervärde genom synergier av kompetens, produkter och infrastruktur. Målet är att ett flertal kunder ska köpa tjänster som finns i fler än ett affärsområde inom ONE Media.

I ONE Media samlas ett fåtal övergripande funktioner som finansiell styrning och gemensam strategiformulering.

Totalt sysselsätter ONE Media 581 medarbetare och har kontor i Stockholm, Malmö, Åre, Köpenhamn och Barcelona.

Affärsområden

ONE DIRECT

ONE Direct är en av Sveriges största och mest framgångsrika DM-byråer. Företaget arbetar med riktad, mätbar och mediaoberoende kommunikation i syfte att öka sina uppdragsgivares försäljning samt stärka deras respektive varumärken. En stor del av det dagliga arbetet innebär planering, genomförande och uppföljning av säljdrivande kampanjer i flera medier (exempelvis e-post, DR, bilagor och webb).

Uppdragsgivare anlitar ONE Direct för att de söker en långsiktig och direkt lönsam relation med en DM-byrå som sätter kundens lönsamhet och resultat i fokus.

ONE MORE

ONE Mores fokus är att erbjuda våra kunder flerkanaliga kommunikationslösningar (Multichannel Marketing) i syfte att stödja deras försäljningsprocesser, från att identifiera prospekter till att utveckla kundrelation, dvs. genom hela kundlivscykeln.

Den typiska leveransen består av en kommunikationsstrategi, kommunikationsplattform/-flöde i vilken vi integrerar och kombinerar de olika ingående kommunikationskanalerna och skapar ett kostnadseffektivt och mätbart produktionsflöde som skapar maximal effekt/respons. Med andra ord bästa möjliga avkastning på investeringen (ROI) för vår kund.

För att klara det åtagande som ovanstående innebär har ONE More successivt byggt upp ett brett sortiment av lösningar för olika kommunikationskanaler och behov, exempelvis:

- ONE Messenger – eDR, kommunikation via email och mobilt (sms/mms)
- ONE Interactive - webbaserade lösningar från avancerade hemsidor till enkla kampanjsiter
- ONE Toolbox – verktyg för kampanjövervakning/-styrning t ex i samband med bannerannonsering via affiliates och annan online annonsering.
- ONE CRM – verktyg för flerkanalig kundkommunikation och kundhantering
- ONE CAIN - CRM system inriktat på B2B
- ONE Quick search – undersökningsverktyg för t ex webb-enkäter
- ONE Pay – mikrobetalningssystem för Norden

ONE More arbetar med olika typer av kunder i olika branscher både B2B och B2C.

ONE CONTACT

ONE Contact erbjuder infrastruktur och produktion av direktmarknadsföring, support och kundkommunikation genom contact-centertjänster. ONE Contact skapar värden åt sina kunder genom att erbjuda innovativa och kostnadseffektiva lösningar och CRM-system för att skaffa och vårda slutkunder med hjälp av telefoni (in/ut), mail, sms, chat och andra kanaler.

Ambitionen är att skapa helhetslösningar för uppdragsgivare inom all typ av kundhantering, det vill säga att skaffa kunder med hjälp av olika former av DM/TM/webbutiker, underhålla och hantera kundkontakter med hjälp av olika kanaler, erbjuda kundhanteringssystem, faktureringsystem, orderhantering (fulfillment), inkasso samt eftermarknad. Tjänsterna kännetecknas av hög kvalitet och kostnadseffektivitet samt bygger på den senaste teknologin. ONE Contact erbjuder bl.a.

- Tele Marketing
- Mötesbokning
- Order
- Fältförsäljning
- Marknadsundersökningar
- Databashantering
- Kundservice
- Helpdesk
- Välkomstsamtal
- Win-back
- Anti-churn
- Inkasso
- Webhantering
- Automatiserade tjänster (IVR, Röststyrda tjänster m.fl.)

ONE U:NOU A/S

ONE u:nou som är ett nystartat joint venture representerar hela ONE Media i Danmark men har som huvudfokus att vara något nytt som möjligtvis kan beskrivas som "ett sammanslaget ONE Direct och MORE". Det är en helt ny unik spelare på den danska marknaden. Teamet består av de bästa från ledande företag inom försäljning, marknadsföring och reklam. Liksom övriga ONE fokuserar man på försäljning och resultat med hjälp av att man inleder med att förstå kundernas affärskoncept istället för att utgå från kreativa och unika reklamlösningar. Naturligtvis är resultatbaserad ersättning något som tagits emot väl på marknaden och redan en månad efter start har man ett flertal kunder.

Kunder

ONE Media har idag ett 100-tal kunder i Norden. De 15 största kunderna står för 80 procent av koncernens omsättning. ONE Media arbetar aktivt med att minska beroendet av enskilda kunder och säkerställa en god kundspridning inom ett flertal branscher.

Kännetecknande för ONE Medias kunder är att de är företag eller organisationer vars verksamhet är baserad på täta kund- eller medlemskontakter – och som har behov av en leverantör som kan erbjuda helhetslösningar inom direktmarknadsföring. Gemensamt för kunderna är också behovet att skapa effektiv försäljning och kundvård med hjälp av direktmarknadsföring. Ett flertal av dessa kunder återfinns inom media, konsumentvaror och tjänsteföretag samt bland organisationer. På kundlistan finns många starka och välkända varumärken, bland andra:

- Com Hem
- TVINS
- Bonniers Tidskrifter
- Svensk Bilprovning
- Egmont Tidskrifter
- Mobiloperatören TRE/Hi3G
- Agria
- Cederroths
- Svenska Bostäder

Varumärke

Varumärket ONE Media ska symbolisera det moderna, utmanande och ledande – men samtidigt enkla. För att vara marknadsledande i Norden och fortsätta att attrahera kompetenta medarbetare och kunder strävar ONE Media efter att aktivt vårda sitt varumärke. Detta sker bland annat genom olika åtgärder för att förstärka och mäta varumärket och dess position både internt och gentemot externa målgrupper.

”ONE Media levererar mer än det förväntade, är roligare att arbeta med och gör lösningar som ger bättre resultat än konkurrenternas.”

Finansiell information i sammandrag

	2009-01-01 2009-09-30 9 månader	2008-01-01 2008-12-31 12 månader
Resultat (TSEK)		
Nettoomsättning	177 726	176 526
EBITDA	5 662	4 718
Resultat före skatt	1 650	1 505
Marginal %		
EBITDA marginal	3,2%	2,7%
Vinstmarginal före skatt	0,9%	0,9%
Avkastningsmått %		
Avkastning på sysselsatt kapital	3%	4%
Avkastning på eget kapital	2%	3%
Finansiell ställning		
Balansomslutning	148 576	142 318
Eget kapital	68 416	66 716
Soliditet	46%	47%
Per aktie		
Eget kapital per aktie (SEK)	5,97	5,82
Resultat per aktie (SEK)	0,14	0,13
Antal aktier (1000-tal)	11 459	11 459
Anställda		
Medelantal anställda (FTE)	581	409

Definitioner av nyckeltal

I nyckeltalsberäkningen för 2009 har ingen hänsyn tagits till årets skattebelastning.

EBITDA, EBITDA Marginal

Rörelseresultat före räntekostnader, skatt, avskrivningar samt amorteringar dividerat med nettoomsättningen.

Vinstmarginal

Resultat före skatt dividerat med nettoomsättningen.

Avkastning på sysselsatt kapital

Resultat efter finansiella poster med återläggning av räntekostnader dividerat med genomsnittligt sysselsatt kapital, beräknat som periodens ingående sysselsatt kapital plus utgående sysselsatt kapital dividerat med två.

Avkastning på eget kapital

Resultat efter finansiella poster för 2009 och efter skatt för 2008 dividerat med genomsnittligt eget kapital beräknat som ingående eget kapital plus utgående eget kapital dividerat med två.

Eget kapital

Redovisat eget kapital.

Sysselsatt kapital

Eget kapital plus räntebärande skulder.

Soliditet

Eget kapital och obeskattade reserver (med avdrag för latent skatteskuld) i förhållande till balansomslutningen.

Eget kapital per aktie

Eget kapital per balansdagen dividerat med antal aktier vid periodens utgång.

Resultat per aktie

Periodens resultat dividerat med vägt genomsnitt av antal aktier under perioden.

Medelantalet anställda FTE

Snittvärde av antal FTE vid periodens början och antal anställda vid periodens slut.

Kommentarer till den finansiella utvecklingen

ONE Medias styrelse har beslutat att koncernen skall återgå till att upprätta sina koncernbokslut enligt IFRS regler, vilket även reflekterats i den ekonomiska utvecklingen i sammandrag och medfört justering av bokslutet 2008. All ekonomisk information är oreviderad.

ONE Media koncernens nettoomsättning uppgick för perioden januari-september 2009 till 177,7 MSEK, vilket skall ställas mot helårsomsättningen 2008 om 176,5 MSEK. Vår bedömning för helåret 2009 är en nettoomsättning om drygt 230 MSEK, vilket betyder en tillväxt om 30 procent gentemot 2008, för jämförbara perioder. Ökningen förklaras framförallt av en fortsatt stark tillväxt för affärsområdet ONE Contact. Även affärsområdet ONE More uppvisar en stark ökning gentemot 2008.

ONE Media koncernens resultat före skatt uppgick till 1,65 MSEK för perioden Januari-September 2009, vilket skall ställas mot 2008 års helårsresultat före skatt om 1,5 MSEK. 2009 års resultat är belastat med extraordinära kostnader om 4,5 MSEK. Huvuddelen av det positiva resultatet för 2009 är hänförligt till årets tredje kvartal. Vår bedömning är att årets fjärde kvartal kommer att generera ett fortsatt positivt resultat i linje med utvecklingen under tredje kvartalet, till följd av den starka omsättningstillväxten och fortsatta kostnadseffektiviseringar på framför allt koncernövergripande nivå. Koncernens operativa dotterbolag uppvisar fortsatt god lönsamhet.

Koncernen uppvisade för årets första nio månader ett kassaflöde om -0,2 MSEK, till följd av den kraftiga tillväxten som resulterat i högre kundfordringar, nya investeringar och betydande utbildningsinsatser. Koncernen har en total tillgänglig checkkredit om 7,0 MSEK, varav 1,5 MSEK var utnyttjat per 30/9.

Koncernens betalningsförmåga har under 2008 och första halvåret 2009 varit ansträngd till följd av den starka tillväxten, höga koncernövergripande kostnader samt omläggning från kundreskontrakredit till fakturabelåning. Kassalikviditeten uppgick per 30/9 till 102%, beräknat som korta tillgångar exklusive lager delat med korta skulder. Koncernens kassalikviditet har förbättrats under årets tredje och fjärde kvartal tack vare resultateffekten av omsättningsökningen och kostnadseffektiviseringar. Till detta kommer optimering av koncernens fakturabelåning, vilket bedöms ge ett ökat kreditutrymme om 4-5 MSEK. Bolaget har idag en god likviditetsplanering och ser inga problem med att hantera sina betalningsåtaganden.

Koncernens soliditet är stark och uppgår per 30/9 2009 till 46 procent, beräknat som eget kapital och obeskattade reserver dividerat med balansomslutningen.

Bolagets revisorer har gjort en initial analys av koncernens immateriella tillgångar. Några indikationer på nedskrivningsbehov har inte identifierats. Utförlig granskning kommer att göras som ett led i bokslutsrevisionen per 2009-12-31.

Det finstilta.

one

Aktiekapital och ägarförhållanden

Aktiekapitalets utveckling

Aktiekapitalet i ONE Media uppgår till 5 729 335,8 kronor fördelat på 11 458 672 aktier med ett kvotvärde om 0,5 kronor vardera. Varje aktie berättigar till en röst och varje röstberättigad får vid bolagsstämma rösta för fulla antalet ägda och företrädda aktier utan begränsning i rösträtten. Samtliga aktier medför lika rätt till andel i Bolagets tillgångar och vinst.

Bolagets aktiekapital skall vara lägst 5 000 000 kronor och högst 20 000 000 kronor. Antalet aktier skall vara lägst 10 000 000 och högst 40 000 000.

ONE Media är anslutet till EUROCLEAR AB:s ("VPC") kontobaserade värdepapperssystem, varför inga fysiska aktiebrev utfärdas. Samtliga till aktien knutna rättigheter tillkommer den som är registrerad i den av EUROCLEAR förda aktieboken.

Beslut om eventuell utdelning fattas av årsstämman (på förslag av styrelsen). Rätt till utdelning tillfaller den som vid årsstämman fastställd avstämningsdag var registrerad som ägare i den av EUROCLEAR förda aktieboken. Om aktieägare inte kan nås genom EUROCLEAR kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbelopp och begränsas endast genom regler om preskription.

År	Transaktion	Förändring av antal aktier	Förändring av aktiekapital	Totalt aktiekapital	Totalt antal aktier	kvotvärde
2002	Bolagsordning	1 000,0	100 000,0	100 000,0	1 000,0	100,00
2003	Split 10 000:1	9 999 000,0	-	100 000,0	10 000 000,0	0,01
2003	Fondemission	-	400 000,0	500 000,0	10 000 000,0	0,05
2003	Nyemission	109 100,0	5 455,0	505 455,0	10 109 100,0	0,05
2005	Nyemission	10 109 100,0	505 455,0	1 010 910,0	20 218 200,0	0,05
2006	Konvertibla skuldebrev	5 000 000,0	250 000,0	1 260 910,0	25 218 200,0	0,05
2006	Nyemission	2 243 725,0	112 186,0	1 373 096,0	27 461 925,0	0,05
2006	Nyemission	2 432 432,0	121 621,6	1 494 717,6	29 894 357,0	0,05
2007	Nyemission	5 172 414,0	258 620,7	1 753 338,3	35 066 771,0	0,05
2007	Nyemission	2 173 913,0	108 695,7	1 862 034,0	37 240 684,0	0,05
2007	Nyemission	77 346 036,0	3 867 301,8	5 729 335,8	114 586 720,0	0,05
2008	Sammanslagning 10:1				11 458 672,0	0,50

Incitamentsprogram

ONE Media har vid tidpunkten för upprättandet av detta registreringsdokument två utestående optionsprogram:

- **Optionsprogram 2005/2010 ("Serie 1")**

Programmet omfattar 40 000 aktier med teckningsperiod 2010-03-01 – 2010-03-31 till en kurs om 21,0 SEK per aktie. Aktiekapitalet kommer maximalt att öka med 20 000 SEK. 18 000 optioner är ännu ej fördelade.

- **Optionsprogram 2006/2011 ("Serie 2")**

Programmet omfattar 150 000 aktier med teckningsperiod 2011-03-01 – 2011-03-31 till en kurs om 25,0 SEK per aktie. Aktiekapitalet kan maximalt komma att öka med 75 000 SEK. 133 000 optioner är ännu ej fördelade.

Ägarförhållande per 31/12, 2009.

Aktieägare	Antal aktier	%	Not
Avanzia Com. Center AG	2 734 481	23,9%	1)
Mankato Investments AG	2 625 496	22,9%	2)
IMSG	2 329 429	20,3%	3)
Calluna Investments GmbH	2 100 397	18,3%	4)
Lars Lindqvist	462 744	4,0%	
Per-Olof Björnsson	418 620	3,7%	
Ulf Malmerberg	252 267	2,2%	
Mikael Skönborg	172 507	1,5%	
Capital Cube AB	76 500	0,7%	
Övriga ägare	286 231	2,5%	
TOTALT	11 458 672	100,0%	

- 1) Ägs till 55% av Anders Torstensson (Styrelseordförande i ONE Media), 30% av Håkan Lagerberg (VD och styrelseledamot ONE Media) och 10% av Ulf Malmerberg (Styrelseledamot i ONE Media).
- 2) Ägs till 100% and Anders Torstensson (Styrelseordförande i ONE Media)
- 3) International Marketing and Sales Group Ltd, tidigare listade på AktieTorget "IMSG".
- 4) Ägs till 100% av Håkan Lagerberg (VD och Styrelseledamot ONE Media)

Riskfaktorer

En investering i ONE Media är förenad med risk. Nedan beskrivs de riskfaktorer som bedöms ha störst betydelse för Bolagets framtida resultatutveckling och ställning. Samtliga riskfaktorer kan av naturliga skäl inte beskrivas utan en samlad bedömning måste baseras på såväl den övriga informationen i prospektet som en allmän omvärldsbedömning. Riskerna nedan är inte heller rangordnade på något sätt.

Verksamhets- och branschrelaterade risker

Konkurrens

ONE Media är verksamt på den nordiska marknaden för direktmarknadsföring. Konkurrensen på marknaden är hård och vissa konkurrenter kan ha större finansiella och industriella resurser till sitt förfogande än ONE Media. Det kan inte uteslutas att konkurrensen kan öka ytterligare i framtiden, vilket kan komma att påverka ONE Medias marknadsposition och leda till prispress.

Beroende av nyckelpersoner

ONE Media är ett kunskapsföretag och därmed beroende av att kunna behålla och attrahera kompetent personal. Det kan inte garanteras att Bolaget i framtiden kommer att kunna behålla kompetenta medarbetare och lyckas attrahera de medarbetare som krävs för att uppfylla lång- och kortsiktiga målsättningar.

Konjunkturkänslighet

Likt andra verksamheter är ONE Media beroende av den allmänna konjunkturen och rådande marknadsförhållanden. Då kundernas vilja att investera i marknadsföringsåtgärder är avhängig den rådande konjunkturen kan efterfrågan på ONE Medias tjänster komma att variera över tiden. Vid en avmattning i konjunkturen kan det inte uteslutas att de tjänster som ONE Media erbjuder kan drabbas av minskad efterfrågan.

Teknikutveckling

ONE Medias fortsatta utveckling är beroende av att Bolaget håller jämna steg med den tekniska utvecklingen och kan anpassa produkterna och tjänsterna efter förändringar i kundens behov. Om ny konkurrerande teknik utvecklas eller ONE Media inte tids nog kan utveckla ny teknik i takt med förändrad marknadsefterfrågan kan det komma att påverka ONE Medias marknadsposition negativt.

Integration av förvärv

ONE Media har som strategi att framöver förvärva aktörer som kontrollerar eller äger betydande och kompletterande kundsegment och/eller infrastruktur som ger en möjlighet att vidareutveckla Bolagets affärsområden. Det föreligger alltid risk för att förvärv inte ger de utfall som förväntats. Vidare kan det även uppstå komplikationer med att kombinera och styra olika verksamheter, system och anläggningar från ett operationellt, finansiellt och legalt perspektiv, vilket kan påverka ONE Medias framtidsutsikter negativt.

Kundberoende

Kunder till ONE Media är framförallt företag med ett stort antal kundrelationer som har ett stort behov av en leverantör med resurser att skapa helhetslösningar i ett flertal kommunikationskanaler. Under 12 månadersperioden som slutade 31 december, 2009, svarade ONE Medias femton största kunder för sammanlagt 80 procent av faktureringen. Även om relationerna med befintliga kunder är goda finns inga garantier att dessa kan behållas, vilket i så fall kan inverka negativt på ONE Medias verksamhet och lönsamhet. Det kan heller inte med säkerhet sägas att ONE Media kan attrahera nya kunder i den omfattning som krävs för att uppnå långsiktig lönsamhet eller fortsatt expansion av verksamheten enligt de beskrivningar som ges i detta registreringsdokument.

Finansiella risker

ONE Media utsätts genom sin verksamhet för finansiella risker såsom marknadsrisk (inkl. ränterisk och prisrisk), kreditrisk och likviditetsrisk. Det kan inte uteslutas att ONE Media kommer att behöva genomföra framtida kapitalanskaffningar genom t.ex nyemission.

Risker relaterade till handel i bolagets aktie**Kursförändringar**

Bolaget aktiekurs kan i framtiden komma att fluktuera bland annat beroende på bolagets resultat, konjunkturförändringar och marknadens intresse för Bolagets aktie. Det finns inga garantier för att aktiekursen inte kommer att sjunka. En lägre aktiekurs kan också medföra att kapitalanskaffning genom framtida emissioner försvåras. Det kan inte heller uteslutas att Bolagets aktie, i likhet med vad som sker i många mindre bolag, under perioder handlas i begränsad utsträckning vilket kan medföra stora kurssvängningar och att kursen kommer att avvika från aktiekursen som anges i detta informationsmemorandum.

Ägarförhållanden

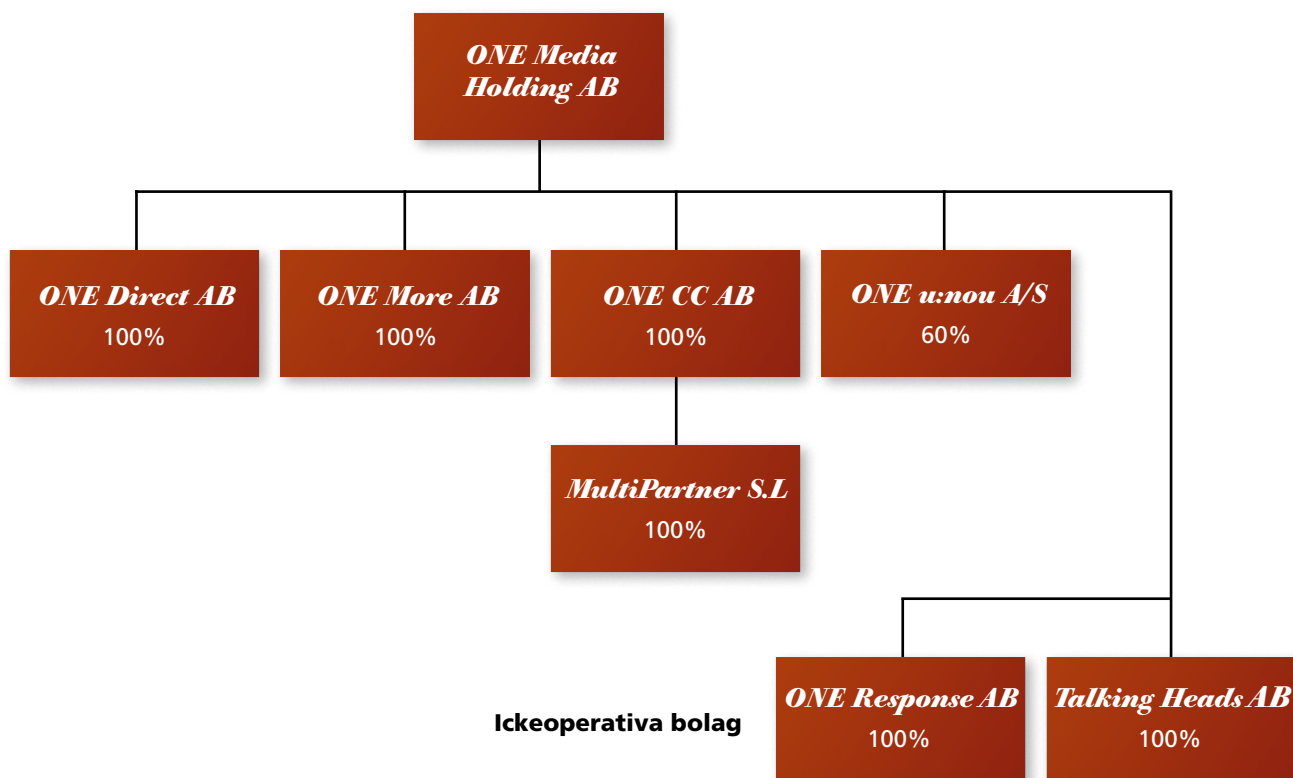
De fem största ägarna i Bolaget äger cirka 89 procent av Bolagets totalt utestående aktier. Denna koncentration av ägandet kan vara till nackdel för övriga aktieägare om dessa har andra intressen än de största ägarna. Det finns en risk att aktiekursen kan komma att påverkas negativt då somliga investerare ser nackdelar med att äga aktier i företag med en stark ägarkoncentration.

Handel på AktieTorget

En placering i ett bolag vars aktier handlas på AktieTorget kan vara mer riskfylld än en placering i ett börsnoterat bolag eftersom kraven som ställs på bolag listade på AktieTorget är lägre. Aktiekursen kan vara volatil och sjunka väsentligt. Kursen för aktier som börjar säljas på en marknadsplats kan vara volatil under en period efter det att handeln i aktien påbörjas. Därutöver kan även aktiemarknaden i allmänhet reagera med extrema kurs- och volymfluktuationer som inte alltid är relaterade eller proportionerliga till det operativa utfallet hos enskilda bolag.

Legala frågor och övrig information

Legal struktur



Tvister

Det finns inga pågående legala tvister inom ONE Media.

Försäkringar

ONE Media har en heltäckande företagsförsäkring som avser hela koncernen. ONEs ledande befattningshavare och styrelseledamöter är försäkrade med ett försäkringsskydd som Bolaget anser lämpligt för ett företag av denna storlek inom denna bransch. ONEs bedömning är att bolagets försäkringsskydd är tillfredsställande med hänsyn till i verksamheten förekommande risker. Ingen del av verksamheten bedöms vara av sådan art att försäkringsskydd inte kan erhållas på rimliga villkor.

Bolagsordning

§1 Firma

Bolagets firma är ONE Media Holding AB (publ).

§2 Styrelsens säte

Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun.

§3 Verksamhet

Bolaget ska direkt och genom dotterbolag bedriva försäljning och konsultverksamhet inom marknadsföring, postorder och media samt äga och förvalta aktier och andra värdepapper ävensom idka därmed förenlig verksamhet.

§4 Aktiekapital

Aktiekapitalet utgör lägst 5.000.000 kronor och högst 20.000.000 kronor.

§5 Antalet aktier

Antalet aktier skall utgöra lägst 10.000.000 och högst 40.000.000 stycken.

§6 Styrelse och revisorer

Styrelsen består av 3-6 ledamöter. Den väljs årligen på årsstämma för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits. 1-2 revisorer med eller utan revisorssuppleanter väljes på årsstämma för tiden intill dess årsstämma har hållits under fjärde räkenskapsåret efter valet.

§7 Kallelse

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom kungörelse i Post- och Inrikes Tidningar och Svenska Dagbladet. Andra meddelanden skall ske genom brev med posten.

Kallelse till ordinarie bolagsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma där fråga om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas skall utfärdas tidigast sex och senast fyra veckor före stämman. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex och senast två veckor före stämman.

För att få delta på bolagsstämman skall aktieägare dels vara upptagen i utskrift av hela aktieboken avseende förhållanden tio dagar före stämman, dels anmäla sig hos Bolaget senast kl 16.00 den dag som anges i kallelsen till stämman. Denna dag får inte vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

§8 Bolagsstämma

Årsstämma hålles årligen inom 6 månader efter räkenskapsårets utgång. På årsstämma skall följande ärenden förekomma:

1. Val av ordförande vid stämman.
2. Upprättande och godkännande av röstlängd.
3. Godkännande av dagordning
4. Val av en eller två protokolljusterare.
5. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad.
6. Föredragning av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse samt, i förekommande fall, koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse.
7. Beslut
 - A. om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt, i förekommande fall, koncernresultaträkning och koncernbalansräkning.
 - B. om dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen.
 - C. om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer.
8. Fastställande av styrelse- och revisorsarvoden.
9. Val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer samt eventuella revisorssuppleanter.
10. Annat ärende som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§9 Rösträtt

Vid bolagsstämma äger envar röstberättigad rösta för fulla antalet av honom ägda och företrädde aktier utan begränsning i röstetalet.

§10 Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår skall vara 0101 - 1231.

§11 Avstämningsdag

Den som på fastställd avstämningsdag är införd i aktieboken eller i förteckning enligt 4 kap 39 § aktiebolagslagen (2005:551) skall anses behörig att mottaga utdelning och, vid fondemission, ny aktie som tillkommer aktieägare samt att utöva aktieägar- res företrädesrätt att delta i emission.

Denna bolagsordning antogs på extra bolagsstämma den 9 november 2007.

Skattefrågor

Inledning

Nedan följer en sammanfattning av skattekonsekvenser som enligt nu gällande svensk lagstiftning kan uppkomma på grund av handel på AktieTorget. Sammanfattningen är endast avsedd som generell information och gäller för skatteskyldiga i Sverige om inget annat anges.

Beskrivningen omfattar inte aktier som innehas direkt eller indirekt av personer som själva eller genom närstående har varit verksamma i Bolaget på sådant sätt att de särskilda reglerna för fåmansföretag kan vara tillämpliga. Redogörelsen omfattar inte heller aktier som innehas som lagertillgång i näringsverksamhet eller av handelsbolag.

Särskilda skattekonsekvenser som ej finns beskrivna nedan kan bli tillämpliga för vissa kategorier av skatteskyldiga.

Kapitalvinst/förlust

Kapitalvinst eller kapitalförlust vid avyttring av aktier i ONE Media utgörs av skillnaden mellan försäljningspriset (minus försäljningskostnader) och omkostnadsbeloppet. Med omkostnadsbelopp avses utgifter för anskaffningen.

Omkostnadsbeloppet beräknas enligt den så kallade genomsnittsmetoden. Detta innebär att omkostnadsbeloppet per aktie anses vara det genomsnittliga omkostnadsbeloppet för samtliga aktier av samma slag och sort som den avyttrade, beräknat på grundval av faktiska anskaffningsutgifter och med hänsyn till inträffade förändringar i innehavet.

Omkostnadsbeloppet för marknadsnoterade aktier kan alternativt bestämmas genom schablonregeln. Schablonregeln innebär att anskaffningsvärdet bestäms till 20 procent av försäljningspriset efter avdrag för försäljningskostnader.

Fysiska personer

För fysiska personer hemmahörande i Sverige (och svenska dödsbon) beskattas kapitalvinster och utdelningar i inkomstslaget kapital med en statlig inkomstskatt om 30 procent. Preliminärskatteavdrag (30 procent) görs vid utbetalning av utdelning. Skatteavdraget för aktier görs normalt av EUROCLEAR (VP-kontoregistrerade aktier) eller förvaltaren (förvaltarregistrerade aktier).

Kapitalförluster är avdragsgilla i inkomstslaget kapital. Kapitalförluster på marknadsnoterade aktier och andra marknadsnoterade aktiebeskattade värdepapper ("delägarätter") får kvittas fullt ut mot såväl kapitalvinster samma år på marknadsnoterade aktier och andra delägarätter, som vinster på onoterade aktier i svenska bolag och andelar i onoterade utländska bolag. Med delägar rätt avses bland annat aktie, teckningsrätt, fondandel eller annan tillgång med liknande konstruktion eller verkningssätt och som beskattas som en aktie. Kapitalförlust på onoterade aktier i svenska bolag och onoterade andelar i utländska juridiska personer får kvittas fullt ut mot kapitalvinst på såväl sådana aktier och andelar som marknadsnoterade delägarätter, med undantag för andelar i värdepappersfonder som innehåller endast svenska fordringsrätter (svenska räntefonder). För kapitalförluster som inte dragits av genom nu nämnda kvittningsmöjligheter, medges avdrag i inkomstslaget kapital med 70 procent av förlusten.

Uppkommer underskott i inkomstslaget kapital medges reduktion av skatten på inkomst av tjänst, närings-verksamhet samt fastighetsskatt. Skattereduktion medges med 30 procent av underskottet till den del det inte överstiger 100 000 SEK och med 21 procent av underskottet till den del det överstiger angivet belopp. Underskottet kan inte sparas till senare beskattningsår.

Juridiska personer

Juridiska personer (utom svenska dödsbon) beskattas för kapitalvinster i inkomstslaget näringsverksamhet med en skattesats om 26,3 procent. Juridiska personers kapitalförluster på marknadsnoterade aktier, såsom aktier i ONE Media, får dras av bara mot kapitalvinster på aktier och andra deläggarrätter. Om en del av en sådan förlust inte kan dras av får den dras av mot en annan juridisk persons kapitalvinster under förutsättning att var och en av de juridiska personerna med avdragsrätt kan lämna koncernbidrag till den andra juridiska personen. Om en kapitalförlust på grund av begränsningarna ovan inte kunnat dras av ett år, får avdrag göras mot kapitalvinster på marknadsnoterade aktier och andra deläggarrätter under efterföljande beskattningsår utan begränsning i tiden.

Från och med den 1 juli 2003 gäller att utdelning och kapitalvinst på marknadsnoterade aktier är skattefri under förutsättning att innehavstiden uppgår till minst ett år. Dessutom krävs att aktieinnehavet uppgår till minst 10 procent av rösterna alternativt att innehavet är rörelsebetingat. Kapitalförlust på aktier av denna karaktär är ej avdragsgill. För utdelning som erhålls för beskattningsår som påbörjas innan den 1 januari 2004 tillämpas äldre regler.

Särskilda skatteregler gäller för vissa speciella företagskategorier, till exempel investmentföretag och förvaltnings-företag.

Kupongskatt

För aktieägare som inte är skatterättsligt bosatta eller hemmahörande i Sverige och som inte bedriver verksamhet från fast driftställe i Sverige uttas normalt kupongskatt på utdelning på aktier. Skattesatsen är 30 procent men den kan reduceras genom föreskrift i tillämpligt avtal om undvikande av dubbelbeskattning. Avdrag för kupongskatt verkställs normalt av VPC eller, beträffande förvaltarregistrerade aktier, av förvaltaren.

Förmögenhetsbeskattning

Förmögenhetsskatt har avskaffats i Sverige.

Arvs- och gåvoskatt

Arvs- och gåvobeskattningen har avskaffats i Sverige.

Vi som skall göra det.

one

Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer

Styrelseledamöter

ANDERS TORSTENSSON

Styrelseordförande sedan juli 2009.
Född 1956

Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Nanjing Scandinavian Industrial Campus Ltd och Vinteko Aktiebolag, styrelseledamot i Mankato Investments AG (med dotterbolag), Aava Mobile Oy, Optomed Oy, RAN Wireless China Ltd, Chinacomm Hong Kong Ltd och Panda Electronics AG.

Tidigare uppdrag: Styrelseordförande i auSystems AB, Styrelseledamot i Teleca AB (publ.), Wayfinder AB (publ.), OneMedia Holding AB (publ.), Flextronics ODM SA, Luxembourg, Flextronics ODM AG Schweiz.

Utbildning: Civilingenjör i Industriell Ekonomi, Linköpings Tekniska Högskola 1980.

Aktieinnehav per 091231: 2 625 496 aktier genom Mankato Investments AG, samt 1 498 495 aktier genom Avanzia Communication Center AG.

HÅKAN LAGERBERG

VD och Koncernchef One Media Holding AB sedan januari 2010 samt VD ONE CC AB sedan 2004. Styrelseledamot sedan juli 2009. Styrelseordförande i samtliga dotterbolag samt även VD i Multipartner SL, Spanien.
Född 1968

Övriga uppdrag: Styrelsesuppleant i Scandinavian Quality Care AB och Comera AB, samt styrelseledamot i MNP Sweden AB.

Tidigare uppdrag: VD i Softcom AB

Utbildning: Int. Jur. Kand. Lunds Universitet samt PG International Trade Law, University of Torino, Italien

Aktieinnehav per 091231: 2 100 397 aktier genom Calluna Investments GmbH samt 820 344 aktier genom Avanzia Communication Center AG.

ULF MALMERBERG

Styrelseledamot sedan juli 2009.
Född 1955

Övriga uppdrag: VD i Nanjing Scandinavian Industrial Campus Ltd samt styrelseposter i samtliga dess dotterbolag i Sverige, Hong Kong och Kina. Styrelseledamot i One Media Holding AB:s samtliga dotterbolag, Multinetpartner AS, MNP Sweden AB, Avanzia Communication Center AG och International Card Establishment Europe AB. VD i Nanjing Scandinavian Industrial Campus AB.

Tidigare uppdrag: VD ConnCC Nordic AB

Utbildning: Civilingenjör i Elektroteknik från Chalmers Tekniska Högskola 1979

Aktieinnehav per 091231: 252 267 aktier samt 274 448 aktier genom Avanzia Communication Center AG.

Alla styrelseledamöter och ledande befattningshavare kan nås via ONE Media Holding AB:s adress på Maria Bangata 4A, 104 62 Stockholm.

Ledande befattningshavare

HÅKAN LAGERBERG

Se ovan.

LARS LINDQVIST

Ekonomichef för ONE Media Holding AB sedan juli 2009, samt även styrelsemedlem i samtliga dotterbolag.
Född 1957

Övriga uppdrag: Styrelseledamot och CFO i Mankato Investments AG, styrelseledamot i MNP Sweden AB, Multinet-partner AS, Avanzia Communication Center AG, Nanjing Scandinavian Industrial Campus Ltd med dotterbolag och Panda Electronics AG med dotterbolag.

Tidigare uppdrag: CFO i Microcell AG, styrelseledamot i ICT-Actions S.a.r.l. med dotterbolag.

Utbildning: Civilekonom Uppsala Universitet 1982.

Aktieinnehav per 091231: 462 744 aktier samt 136 724 aktier genom Avanzia Communication Center AG.

PETER VIKLUND

VD ONE More sedan januari 2010.
Född 1965

Övriga uppdrag: Inga.

Tidigare uppdrag: Nordisk Försäljningschef Kuponginlösen, Försäljningschef Cederroth, Plats- & Marknadschef Ansvar, Försäljningschef Henkel.

Utbildning: Marknadsekonom, RMI-Berghs 1991

Aktieinnehav per 091231: Inga

MAGNUS WIDGREN

VD i ONE Direct AB sedan 2002
Född 1976

Övriga uppdrag: Inga.

Tidigare uppdrag: Projektledare på DNG (Dial Nxt Group) samt författare av DM Handboken.

Utbildning: Magister i Ekonomi och Direktmarknadsföring, Högskolan i Borås.

Aktieinnehav per 091231: Inga

MORTEN HASSING-KJÆR

VD i ONE u'nou sedan etableringen 2009.
Född 1979.

Övriga uppdrag: Inga

Tidigare uppdrag: CEO och Partner i PlayGRRound A/S & Partner (2009), Chef för Marketing, Partner Programs och Sales Development för Hewlett Packard (2005-2009), eCommunication & Business Manager Rosendahl A/S (2004-2005).

Utbildning: International Business Management and Administration vid Copenhagen Business School (2005).

Aktieinnehav per 091231: Inga

Revisorer

STEN OLOFSSON.

Auktoriserad revisor. Omvald 2009. Grant Thornton.
Född 1953.

Övrig information om styrelseledamöter och ledande befattningshavare. Det föreligger inga familjeband mellan styrelseledamöter eller ledande befattningshavare.

Ingen av Bolagets styrelseledamöter eller ledande befattningshavare har dömts i något bedrägerirelaterat mål under senaste fem åren. Det finns heller inte någon anklagelse och/eller sanktion från myndighets sida mot någon av dessa personer och ingen av dem har förbjudits av domstol att ingå som medlem i ett bolags förvaltnings-, lednings- eller kontrollorgan eller att ha ledande eller övergripande funktioner hos ett bolag under de senaste fem åren.

Ingen av styrelseledamöter eller ledande befattningshavare har varit inblandade i någon konkurs, likvidation eller konkursförvaltning under de senaste fem åren.

Adresser

ONE Media Holding AB

Maria Bangata 4A
104 62 Stockholm
Tel. 08-588 341 00

Remium AB

Kungsgatan 12-14
111 35 Stockholm
Tel. 08-454 32 00

Grant Thornton

Sveavägen 20
103 94 Stockholm
Tel. 08-56 30 70 00

EUROCLEAR AB

Box 7822
103 97 Stockholm
Tel. 08-402 90 00