INBJUDAN
TILL TECKNING AV AKTIER I REALTID MEDIA AB (PUBL)

Informationsmemorandum

MAJ 2012

REALTID.se

Om informationsmemorandumet

MEMORANDUMET ÄR UPPRÄTTAT av styrelsen för Realtid Media AB (publ) med anledning av förestående nyemission. Uttalanden om framtidsutsikter i detta memorandum är gjorda av styrelsen och är baserade på nuvarande marknadsförhållanden. De genomlysta frågeställningarna och uttalandena är väl genomarbetade, men läsaren bör vara uppmärksam på att dessa liksom alla framtidsbedömningar, är förenade med osäkerhet.

Med ”Realtid Media”, ”Bolaget”, med mera avses i detta memorandum bolaget *Realtid Media AB* (publ), org nr 556872-9916, med säte i Stockholm, inklusive dotterbolag, i förekommande fall.

Spridning av informationsmemorandumet

Erbjudandet riktar sig inte till personer vars deltagande kräver prospekt, registrerings- eller andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Erbjudandehandlingen, anmälningssedlar och andra till erbjudandet hänförliga handlingar får inte distribueras i något land där sådan distribution eller sådana erbjudanden kräver åtgärder som anges i föregående mening eller där de skulle skulle strida mot regler i sådant land (”Begränsad Jurisdiktion”).

De aktier som kommer att utges av Bolaget i samband med erbjudandet har inte registrerats och kommer inte att registreras i enlighet med United States Securities Act från 1933 i dess nuvarande lydelse, ej heller i enlighet med någon delstat i Amerikas Förenta Stater eller provins i Kanada. Följaktligen får dessa aktier inte, direkt eller indirekt, utbjudas, säljas vidare eller levereras i eller till Amerikas Förenta Stater eller Kanada, om inte något undantag från gällande registreringskrav är tillämpligt.

Styrelsens försäkran och ansvarsbegränsning

Memorandumet är utarbetat av styrelsen i Realtid Media AB mot bakgrund av egen och offentlig information. Det har inte granskats och godkänts av Finansinspektionen. Memorandumet avseende nyemissionen är undantaget från prospektskyldighet enligt Lag (1991:980) om handel med finansiella instrument. Grunden för undantaget är att det sammanlagda värdet av erbjudandet av det finansiella instrumentet understiger 1 miljon euro under en tolvmånadersperiod.

Styrelsen har skaffat sig en så fullständig och korrekt bild som möjligt av marknaden, Bolagets produktlinjer och de potentiella möjligheter som finns. Upplysningar i detta memorandum är så långt som styrelsen känner till korrekta. Varken Bolaget eller styrelsen påtager sig något som helst ansvar för att innehållet i detta memorandum är korrekt eller fullständigt.

Informationen i detta memorandum kan bli föremål för ändringar, kompletteringar eller tillägg utan föregående meddelande härom.

Stockholm i maj 2012

STYRELSEN FÖR REALTID MEDIA AB (PUBL)

Ägarintervju

Bisslinge Förvaltning AB äger 10,18 procent av Realtid Media AB (publ). Samuel Bonnier företräder bolaget i Realtid Medias styrelse.

Vad visste du om Realtid.se innan ni investerade?

– Jag hade faktiskt blivit intervjuad av tidningen men var ingen aktiv läsare. Däremot märkte jag att många i bekantskapskretsen talade om den och var återkommande besökare. Sajten hade ett rykte om sig att vara snabb på nyheter inom affärsjuridik och finans men också att den var lite skvallrig.

Varför valde ni att investera?

– Vi gillar utmaningar och trodde på personerna bakom tidningen. Vi såg att varumärket var oerhört starkt i en intressant målgrupp, men lite sargat. Samtidigt, om man kunde lyfta varumärket i värdeskalan och bredda produktutbudet, borde här finnas en spännande affär att göra. Verksamheten hade en tuff period bakom sig och behövde få tid på sig att komma närmre kunderna och öka säljinsatsen.

Vad har hänt i verksamheten sedan ni gick in som ägare?

– Bolaget har gjort nödvändiga besparingar men också utvecklat affärsmodellen och blivit mer aktiva på försäljningssidan. Det viktigaste är att modellen har breddats från att enbart bygga på en sajt med bannerintäkter till att stå på flera ben där även en tryckt tidning och event ingår. Det handlar om att skapa flera vägar för att kunna kapitalisera på det starka varumärket.

Vad är i närtid de viktigaste stegen för bolaget?

– Fokus nu är på sälj och därmed att nå lönsamhet. Vi vidareutvecklar och kommersialiserar de produkter och projekt som vi lanserat efter sommaren 2011 och inledningen av 2012.

Hur ser du på bolagets framtid?

– Målgruppen är ju oerhört intressant och jag tror vi har en stor möjlighet att verkligen bli det dagliga verktyget för finansbranschen. Vi har nu lagt en bra plattform som vi ska få lönsamhet i under året. I nästa fas bör man ganska enkelt kunna addera kompletterande intäktsströmmar som fort uppvisar både lönsamhet och goda marginaler. Vi tycker sammantaget att det här är ett väldigt spännande bolag.

En mötesplats för finansbranschen

Paneldiskussion på Café Opera i samband med lanseringen av Realtids första Industri-rapport. Deltagare var Elisabet Lundgren, Linklaters, Jens Bengtsson, Roschier, Jan Olsson, Deutsche Bank, Johan Rosenberg, PWC och Ketil Gjerstad, BCG.

I vimlet: Jan Olsson, Per Taube, ordförande Gelba, och Biörn Riese, advokat och ordförande Mannheimer Swartling.

Realtids chefredaktör Per Agerman (t.h.) i samtal med Linklaters Mats Andersson...

...och Carlo Lugani på SEB.

Foto: Olof Ehrs

Innehållsförteckning

Bakgrund och motiv	1
Sammanfattning	2
Vd har ordet	3
Chefredaktören har ordet	4
Verksamhetsbeskrivning	5
Affärsplan	12
Jämförelseobjekt	14
Annonsmarknaden 2012	15
Riskfaktorer	16
Legala frågor och bolagshistorik	17
Finansiell information	19
Styrelse och ledning	20
Aktiekapital och ägande	21
Villkor och anvisningar	22
Skattefrågor i Sverige	23
Bolagsordning	25

Bakgrund och motiv

DEN EXTRA BOLAGSSTÄMMAN i Realtid Media AB (publ) 11 maj 2012 beslutade att genomföra en nyemission utan företrädesrätt för Bolagets befintliga aktieägare enligt styrelsens förslag.

Syftet med förestående emission är att stärka Bolagets rörelsekapital och säkerställa den fortsatta värdetillväxten i enlighet med den affärsplan som beskrivs i detta memorandum. Bolaget bedömer att emissionsbeloppet är tillräckligt för att uppnå utsatta finansiella mål om att 2014 nå en omsättning på 18 MSEK med en vinst före skatt på 3 MSEK. Vid full anslutning till erbjudandet kommer Bolaget att tillföras omkring 5 MSEK innan emissionskostnader *

Nyemissionen syftar även till att ge Bolaget en bredare ägar- och kapitalstruktur, vilket är i linje med den strategi som Bolaget antagit. Bolaget ämnar att 2013 lista aktien på en marknadsplats om marknadsläget anses vara gynnsamt.

Kapitalbehov och fördelning

Emissionens storlek uppgår till högst 5 000 000 kronor fördelade på högst 2 500 000 aktier. Kvotvärdet är 0,10 kronor per aktie och bolagets aktiekapital ökas vid full teckning med 250 000 kronor till 750 000 kronor. Erbjudandet motsvarar 33,33 procent av aktierna och rösterna i Bolaget. De nyemitterade aktierna ger rätt till utdelning från och med 2012.

Kapitalbehovet avses att fördelas enligt nedanstående tabell:

- Kapital till utveckling och lansering av både befintliga och nya produktlinjer i enlighet med affärsplan: 2,2 MSEK
- Rörelsekapital till positivt kassaflöde: 1 MSEK
- Ägarlån till Alternativ Media Stockholm AB för finansiering av ackordslikvid: 1,8 MSEK

Teckningssedel samt kopia av detta memorandum hittar du på www.realtid.se/ir.

* Beräknas uppgå till cirka 0,2 MSEK

Erbjudandet i sammandrag

Teckningstid:	23 maj 2012 – 15 juni 2012.
Teckningskurs:	2,00 kronor per aktie.
Antal aktier i erbjudandet:	Erbjudandet omfattar högst 2 500 000 aktier.
Kvotvärde per aktie:	Kvotvärdet är 0,10 kronor per aktie.
Teckningspost:	4 000 aktier.
Betalning:	Enligt instruktion på avräkningsnotan.
Antal aktier innan emission:	5 000 000 aktier.
Värdering:	10 000 000 kronor före emissionen.

Sammanfattning

REALTID MEDIA AB (PUBL) är unikt positionerat som det enda mediehuset om och för finansbranschen och innehar därmed den åtråvärda positionen som nr ett i sitt segment.

Affärsmodellen bygger på den integrerade mediemodellens möjligheter till skalbarhet, intäkts- och kostnadssynergier och cross-promotion kring ett starkt och samlande varumärke.

Produktlinjerna består av sajten Realtid.se (www.realtid.se) med banners och platsannonser, magasin och event under varumärket Realtid. De spänner över plattformarna digital, print och fysiska möten och erbjuder målgruppen nyheter, fördjupning och nätverkande samt innehåll kopplat till rekrytering/karriär.

Finansbranschen har sedan början av 1980-talet genomgått en explosiv tillväxt och skär idag genom alla nivåer av samhället. Dess aktörer utgör en grupp vars intressesfärer är allt mer överlappande och som får allt mer inflytande i samhället som beslutsfattare och rådgivare till politiska makthavare, storföretag, riskkapitalbolag och en lång rad andra typer av ägare.

Som målgrupp betraktad karaktäriseras den av att det är en högmarginalverksamhet vars yrkesverksamma är välutbildade karriärister som tenderar att vara mycket kapitalstarka med en aktiv livsstil. Realtid Media levererar Sveriges starkaste målgrupp till annonsörer och andra samarbetspartners.

Sajten Realtid.se har sedan 2004 drivits av bolaget Alternativ Media Stockholm AB som under 2011 genomgick en rekonstruktion. I maj 2012 förvärvade Realtid Media samtliga IP-rättigheter hänförliga till namnet Realtid/Realtid.se och driften av sajten Realtid.se samt rättigheterna till magasinet Industrirapport av Alternativ Media och genom denna nyemission erhåller bolaget en väl anpassad ägar- och kapitalstruktur för driften framgent. Aktieägarna i Realtid Media är samtliga aktieägare i Alternativ Media och Realtid Media kommer i nästa steg att förvärva Alternativ Media för en (1) krona per aktie, sammanlagt 7 979 kronor för samtliga aktier.

Efter en stark utveckling under 2011 och 2012 är Realtid Medias fokus nu på lönsamhet som bedöms infinna sig fjärde kvartalet i år. Skalbarheten i den integrerade mediemodellen kring en målgrupp och ett varumärke gör att styrelsen förutspår en gynnsam utveckling för bolaget framgent där produktlanseringar följer naturligt, utan större krav på investeringar och med korta ledtider till att generera täckningsbidrag till verksamheten,

Utifrån den rådande affärsplanen är bedömningen att bolaget uppnår följande resultat:

Prognos

('000 kr)	2012	2013	2014
Nettoomsättning	5 000	12 000	18 000
Kostnader	-4 950	-9 900	-14 850
Rörelseresultat	50	2 100	3 150
Finansiellt netto	-50	-100	-150
Resultat efter finansiella poster	0	2 000	3 000

Detta är en unik möjlighet att investera i ett av Sveriges mest spännande mediebolag.

Vd har ordet

ÅREN 1998-2001 ARBETADE jag på investmentbanken Goldman Sachs i London, Hong Kong och Peking. Jag visste att jag tids nog ville arbeta med media och sökte mig sedermera till bankens grupp Communication, Media & Technology.

I London gjorde jag iakttagelsen att näringslivet – och kanske än mer finansbranschen – innehar en inneboende dramaturgi som gör den väl lämpad för en mer slagkraftig journalistik än vad som traditionellt varit fallet. Dessutom, alla känner alla, alla bevakar alla, alla tävlar med alla och dess unika karaktärsdrag gör den till en mycket attraktiv målgrupp för annonsörer.

Kring detta borde man kunna bygga en intressant mediemodell.

I september 2004 lanserade vi sajten Realtid.se som en bred affärssajt. Åtta år, en brutal lågkonjunktur och en rekonstruktion senare är vi tillbaka där allting började – finansbranschen.

Sedan kursändringen i mars 2011, men med basen i åtta års verksamhet, har vi kring varumärket Realtid utvecklat en integrerad mediemodell bestående av sajten Realtid.se med banners och platsannonser (digitalt), magasin (print) och event (fysiska möten).

Den integrerade modellen har en oerhörd kraft i form av skalbarhet, ”cross-promotion”, och synergier på såväl kostnads- som intäktssidan. Att utveckla en integrerad mediemodell är i sig inte särdeles komplext, tvärtom är det gjort med stor framgång många gånger förr, vilket i sig är bra. Utmaningen ligger däremot i att bygga ett starkt varumärke och att äga en målgrupp. Det handlar mindre om egentliga resurser och mer om känslan för ett hantverk. *Mer konst än vetenskap.*

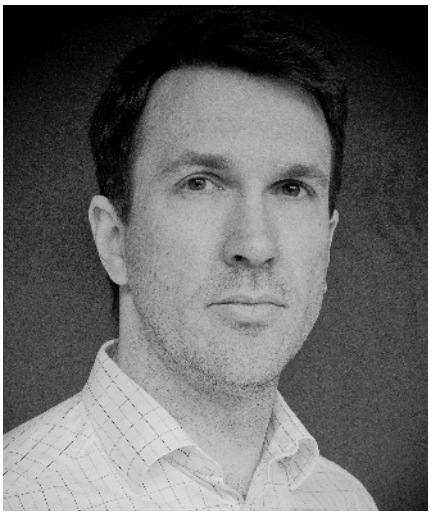
Realtid Media är idag Sveriges främsta mediehus för finansbranschen. Vi är nummer ett i vårt segment och har en tydlighet och är unika i vårt erbjudande. Vi levererar Sveriges starkaste målgrupp till annonsörer och andra kunder och samarbetspartners.

Vi har idag en omfattande kundbas, en bra bemanning, en intressant produktflora och bedriver en oerhört effektiv verksamhet, till en låg och kontrollerad kostnadsmassa. Lönsamhet bedöms infinna sig fjärde kvartalet i år. Vi ser en tydlig väg framåt där den framtida utvecklingen tar tillvara på den integrerade modellens fördelar och styrkan i ett känt varumärke. Vår ambition har alltid varit att bygga en stor och varaktig verksamhet; hade inte så varit fallet hade vi inte mäktat med den oerhört krävande lågkonjunktur som vi har bakom oss.

Vi har efter många års kamp äntligen hittat rätt i vår affärsmodell, och erbjuder dig nu en unik möjlighet att investera i ett av Sveriges mest intressanta mediebolag.

JONAS WIWEN-NILSSON,
Grundare och vd, Realtid Media AB (publ)

Chefredaktören har ordet



FINANSBRANSCHEN HAR SEDAN
början av 1980-talet genomgått en remarkabel förändring som vi fortfarande inte sett slutet av. Gynnsamma makroförusättningar, avregleringar, teknologisk utveckling och ökad tillgång till kapital har fått börs- och finansmarknader att explodera i land efter land.

Samtidigt har nya ägaraktörer, som private equity och pensionsfonder, vuxit sig starka och drivit på en konsolidering och utveckling av traditionella näringslivsgrenar och ägarkonventioner.

Ett exempel på branschens utveckling är att Finansinspektionen idag har tillsyn över 3 700 finansiella företag i Sverige och ytterligare 600 utländska aktörer med verksamhet i landet. Svenska pensionssparare kan idag välja mellan över 800 premiepensionsfonder. De svenska riskkapitalbolagen har i sina portföljer företag med 850 000 anställda globalt.

Utvecklingen har givetvis också påverkat de yrkesgrupper som alltid varit en del av eller knutna till finansbranschen. Det handlar om ett kraftigt ökat antal yrkesverksamma med allt mer specialiserade kompetenser inom så väl traditionella roller som bankirens eller affärsjuristens, som experter på högfrekvenshandel eller värdepapperisering.

Branschens tentakler når numera alla nivåer av samhället. Dess aktörer utgör en grupp vars intressesfärer är allt mer överlappande och som får allt mer inflytande i samhället som beslutsfattare och rådgivare till politiska makthavare, storföretag, fonder, riskkapitalbolag och en lång rad andra typer av ägarkonstellationer.

Men samtidigt som finansbranschen utvecklats mycket snabbt har den traditionella affärspressen haft kvar börsen, aktieanalysen, privata investeringar och händelser i enskilda noterade bolag som sitt huvudfokus. Ingen har gjort en tidning för den moderna finansbranschen; en tidning som både är intresserad och engagerad men också bevakar och granskar. Tills nu.

Med utgångspunkt i den oberoende nättidningen Realtid.se har vi utvecklat ett redaktionellt koncept som riktar sig till en av mediemarknadens mest intressanta målgrupper. Det är samtidigt en målgrupp som ställer höga krav och som det är en krävande utmaning att följa redaktionellt.

Vi har bara kommit en bit på vägen!

PER AGERMAN,
Chefredaktör

Verksamhetsbeskrivning

Affärsidé

- Att befästa den unika positionen som finansbranschens ledande mediehus genom att varje dag leverera de snabbaste, mest relevanta och initierade nyheterna för målgruppen i dess yrkesutövning.

- Att driva en verksamhet centrerad kring varumärket Realtid som bygger på den integrerade mediemodellens möjligheter till cross-promotion, skalbarhet, intäkts- och kostnadssynergier.

- Att driva en försäljning bestående av en väl balanserad kombination av intäkter från annonsering, platsannonser, och betaltjänster såsom prenumerationer, deltagar- och medlemsavgifter.

- Att utifrån närheten till målgruppen utveckla horisontella och vertikala produktlinjer, oavsett medieplattform eller distributionskanal, som tillgodoser målgruppens behov av nyheter, information, fördjupning, fortbildning, fysiska möten och rekrytering, och som är förstahandsvalet för annonsörer och andra samarbetspartners som vill nå målgruppen.

- Att inom modellen skapa kanaler som även kapitaliserar på målgruppens unika karaktärsdrag som privatpersoner och konsumenter.

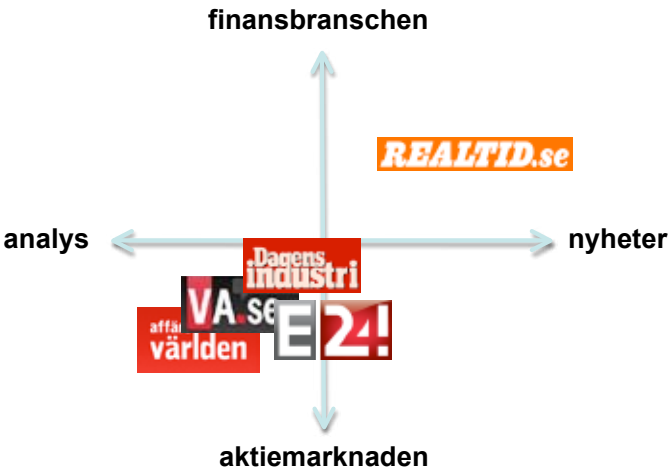
- Att över tid bli det ledande mediehuset för finansbranschen inledningsvis i de nordiska länderna.

Medievalet för en kräsen målgrupp

Realtid.se drevs under de första sju åren som en bred affärstidning riktad till en börs- och näringslivsintresserad läsekrets i hård konkurrens med många andra titlar. Från och med mars 2011 påbörjades ompositioneringen till att bli en renodlad affärstidning enbart om och för finansbranschen.

Det handlade inte om att byta bevakningsområde utan istället om att nischa verksamheten till att endast fokusera på den typen av innehåll där tidningen kan leverera mest mervärde och har den starkaste läsekretsen.

Den nya positionen innebär att Realtid.se tydligt särskiljer sig från övrig affärspress som istället har kvar tonvikten vid börs- och bolagsnyheter. Det saknas också tydliga konkurrenter i denna nisch.



Ompositioneringen medför flera avgörande fördelar. Dels förvaltas den starka relationen med läsarna i finansbranschen som byggts upp under flera år, dels är verksamheten avsevärt mindre resurskrävande än vad en bred affärstidningsredaktion är.

Men den kanske viktigaste kommersiella konsekvensen av ompositioneringen är att tidningen får ett tydligt erbjudande, blir nummer ett i sitt segment och levererar en målgrupp.

Istället för att enbart göra en nätbaserade affärstidning mot en bred publik har vi skapat en integrerad mediemodell inriktad på och centrerad kring en högintressant målgrupp som redan har Realtid.se som sitt medieval.

I definitionen av finansbranschen ingår en rad överlappande yrkeskategorier som var för sig utvecklats och växt dramatiskt sedan 1980-talet i takt med att den svenska börs- och finansmarknaden ökat i omfattning och betydelse.

Här samlas olika typer av bankspecialister inom exempelvis corporate finance och kapitalmarknad samt revisorer, advokater, managementkonsulter och konsulter inom pr/ir. Det handlar också om yrkesverksamma hos exempelvis börsoperatörer, clearinghus och försäkringsbolag.

Här återfinns också personer aktiva i ägande verksamheter som investmentbolag, private equity och fonder liksom ledande befattningshavare inom ekonomi och juridik samt styrelseledamöter i storbolag på och utanför börsen.

Ytterligare en del utgörs av anställda på myndigheter, domstolar, departement och organisationer som sätter ramarna för och utövar tillsyn över branschen.

Utmärkande för målgruppen är att den verkar inom högmarginalverksamheter där ett nytt uppdrag, en ny klient eller en lyckad rekrytering kan ha ett mycket stort värde.

De enskilda individerna är som regel ofta högutbildade, högavlönade, med en aktiv livsstil och väl utvecklat konsumtionsmönster.

6

Verksamhetsbeskrivning – en integrerad mediemodell

Bolaget har sedan mars 2011 utvecklat en integrerad mediemodell för finansbranschen med Realtid som samlande varumärke.

Produktlinjerna spänner över digital, print och fysiska möten och består av nättidningen Realtid.se med banners och platsannonser, nyhetsbrev samt event och magasin. Målgruppen erbjuds nyheter, fördjupning och fysiska möten/nätverkande samt innehåll kopplade till rekrytering och karriär.

Modellen skapar möjligheten för Bolaget att nå en balanserad intäktsmix bestående av annonser, platsannonser, prenumerationsintäkter och deltagaravgifter och biljetter i olika former vilket därmed minskar den relativa exponeringen mot den konjunkturkänsliga annonsmarknaden. Den möjliggör också paketerade och – över flera kanaler – anpassade erbjudanden gentemot kund. Utvecklingen av den integrerade modellen påbörjades för bara ett drygt år sedan, men trots detta är modellens styrka i form av skalbarhet och intäkts- och kostnadssynergier redan påtagliga.

Verksamheten har sex anställda, varav fyra är tillsvidaretjänster, fördelade på bolagsledning/försäljning samt redaktionen.

Säljarbetet sköts idag i huvudsak av vd tillsammans med externa samarbetspartners och annonsnätverk. Chefredaktören tar aktiv del i marknadsföringen av bolagets produkter och representerar då den redaktionella delen av verksamheten.

Det redaktionella innehållet produceras främst av den egna personalen. Vissa krönikor, redigering av magasin och fotografering produceras efter behov med hjälp av frilansmedarbetare.

Ett viss rekryteringsbehov föreligger under tredje kvartalet 2012. Det handlar då om satsningar på utökad säljkapacitet samt en riktad redaktionell satsning, tillsammans två tjänster. Varje framtida redaktionell satsning är hänförlig till öppnandet av nya bevakningsområden, såsom exempelvis Revision & Rådgivning. Sådana satsningar kommer att ske i de fall där bedömningen är att satsningen tämligen omgående blir lönsam i form av nya annonsörer men inte minst platsannonser. Jämför till exempel med Realtid Medias bevakning av affärsjuridiken som attraherar såväl specifika annonsörer som ett mycket stort antal platsannonsörer.

Målet är att ha en egen säljare på plats i augusti 2012. Ledningen kommer även att framgent ägna en stor del åt extern marknadsbearbetning och kundvård. Förstärkt av en heltidsanställd säljare är bedömningen att Bolaget arbetar med adekvata säljresurser under återstoden av 2012. Rekryteringen av en säljare är den enskilt viktigaste aktiviteten i närtid.

Teknikutveckling

Då Realtid Media styrka ligger i att skapa innehåll mot en väldefinierad målgrupp är bedömningen att företaget ej behöver leda teknikutvecklingen utan kan opportunistiskt, utifrån kommersiell egennytta och taktiska/strategiska ställningstaganden, välja tekniska plattformar och distributionskanaler efter att de bevisat sin kommersiella potential. Denna strategi är också väsentligen mer kapitaleffektiv.

Realtid.se – finansbranschens ledande affärstidning

Realtid.se (www.realtid.se) utkommer vardagar och har under 2012 haft i snitt 52 000 unika besökare per vecka. Kunderbjudandet består av bannerannonsering, platsannonsering och partnersamarbeten. Vidare så används nättidningen till att marknadsföra Bolagets övriga produkter såsom event och magasin.

Intäkterna kommer dels från egen försäljning, dels från externa samarbetspartners och annonsnätverk.

Den senaste läsarundersökningen genomfördes hösten 2010, således innan Realtid.se blev en nischad nättidning för finansbranshen. Den undersökningen påvisade nedanstående demografi vilket är en av de starkaste i landet.

Läsardemografi

Sociodemografi	Realtid.se*	Affärstidningsläsare på nätet i genomsnitt**
Män	86%	80%
Ålder	46 år	45 år
Högskoleutbildning	70%	61%
Inkomst över 1 miljon kr	22%	3%
Andel som bor i Stockholm	50%	32%
Verksamma inom finans- och juridik	36%	–

* Källa: Pop-up undersökning Smartcompany december 2010.
** Källa: Orvesto Konsument 2010

Tillsammans med en ledande mediebyrå har arbete med en ny läsarundersäkning påbörjats som kommer att avslutas inom kort. Bedömningen är att mätningen bör visa på en ännu starkare målgrupp än tidigare på grund av nischningen.

Under andra kvartalet 2012 kommer också en ny form på Realtid.se att lanseras som förtydligar den nya positioneringen och tidningens bevakningsområden genom nedanstående kategorisering:

- Bank & Finans
- Juridik
- Rådgivning & Revision
- Fond & Förvaltning
- Emissioner
- Fastigheter
- Jobb
- Globetrotter

Parallellt med mediebyråns arbete att genomföra en läsarundersökning görs också en grundläggande analys av nättidningen för att tillförsäkra att vi arbetar med en optimal struktur i form av bannerformat, annonsintensitet samt mät- och rapporteringsverktyg.

Det ökade intresset för annonsering som märkts av under inledningen på 2012 bedöms fortsätta att öka som en följd av den demografiska undersökningen, signalvärdet och tydligheten med det nya tidningshuvudet och de ökade säljresurserna.

Även läsartrafiken bedöms att ha god potential för framtida tillväxt. Detta kommer ske dels naturligt genom den succesivt förbättrade redaktionella produkten, dels genom de redaktionella satsningarna mot specifika målgrupper samt slutligen genom riktade förvärv av näraliggande internettillgångar.

Platsannonser

Generellt sett är platsannonser en av de mest lukrativa intäktsströmmarna för medier och än mer så för branschmedier.

Realtid.se lanserade sitt platsannonserbjudande i september 2011. Erbjudandet är branschens mest välintegrerade och positioneringen på Realtid.se är noga genomtänkt för att även attrahera så kallade passivt arbetssökande, vilket ofta efterfrågas i vårt kundsegment. Bland annonsörerna märks företag som Swedbank, Riksbanken, Catella, Remium och Kinnevik.

Totalt sett har ett hundratal tjänster utannonserats och resultatet för anonsörerna är mycket tillfredsställande mätt i form av både klickfrekvens på annonserna samt inkomna ansökningar. Fyra ledande rekryteringsbolag har efter att ha utvärderat tjänsten valt att teckna bulkavtal för platsannonsering.

Sedan starten har platsannonserna sålts av ett externt säljbolag mot provision. Det ska noteras att Bolaget bokstavligen ej haft några löpande kostnader för annonseringen, faktureringskostnader inkluderade.

Listpriset för en platsannons på Realtid.se ligger på 9 900 kronor för 30 dagars annonsering vilket är anpassat till branschstandard. Snittpriset per annons ligger till dags dato väsentligt under denna nivå då det handlat om att etablera erbjudandet på en mogen marknad med invanda köpbeteenden och kanaler.

Allt eftersom produktlinjen blir mer etablerad är bedömningen att antalet platsannonser kommer öka markant samt att snittpriset kommer gå upp.

Platsannonser är en stapelvara vilket innebär att marginalkostnaden för 'ytterligare en såld annons' utöver själva säljkostnaden (provision) är försumbar. Marginalen blir följaktligen väldigt hög och således ligger det en stor hävstång i denna produktlinje.

Realtid.ses unika och tydliga position innebär att Bolaget över tid bör ha stor attraktionskraft på annonsörer från hela finansbranschen såväl horisontellt som vertikalt. Affärsjuridiska aktörer är idag överrepresenterade.

Industrirapport – ett magasin för finansbranschen

Industrirapport är Bolagets tryckta magasin som ges ut kvartalsvis under 2012. Omfånget är 100 sidor och magasinet är formgivet av den ledande tidningsformgivaren John Bark (www.barkdesign.se) som även utformat Realtid.se.

Det är första gången som Bolaget arbetar med printprodukter och lanseringen av Industrirapport är ett viktigt steg i utvecklingen av den integrerade mediemodellen. Industrirapporterna tillför fördjupning och reflektion till nättidningen Realtid.ses snabba nyhetsförmedling. Likaså är print fortsatt starkt efterfrågat hos annonsörerna.

Industrirapporten är en utpräglad B2B-produkt där varje utgåva tar upp ett för branschen aktuellt tema. Paketering och tonalitet gör också att magasinet kan attrahera B2C-annonsering i premiumsegmentet.

Temat i den första utgåvan var företagstransaktioner (M&A) och utgör den mest omfattande publikationen inom området på svenska. Upplagan var 5 000 exemplar och magasinet direktadresserades till ledande befattningshavare och rådgivare i branschen.

Totalt 27 annonssidor såldes i det första numret. Om man bortser från utvecklingskostnader av engångskaraktär gjorde magasinet break-even, vilket är mycket ovanligt för förstautgåvan av nya titlar.

Några av annonsörerna i magasinet var:

B2B	B2C
Setterwalls Advokatbyrå	Skyways
MAQS Advokatbyrå	Peugeot
Erik Penser Corporate Finance	Porsche
KPMG	Sotheby's Realty
Newsec	Sjöö Sandström (exkluisva herrur)
ABG Sundal Collier (Investment Bank)	Åmells konsthandel

En positiv effekt är också att lösnummerförsäljningen via Realtid.se gått över förväntan samt att ett antal förfrågningar om fortlöpande prenumerationer inkommit. Detta har öppnat för bedömningen att över tid kommer prenumerationer och lösnummerförsäljning bli en väsentlig intäktström för verksamhetsområdet.

Genom att mycket av det redaktionella arbetet utförs av den befintliga redaktionen skapar vi omfattande kostnadssynergier. Likaså innebär den integrerade modellen även intäktssynergier då annonsörer i magasinet även valt att köpa andra produkter.

Industrirapport nr 2 ges ut i juni med temat Bransch i förändring. Till denna utgåva fördubblas upplagan till 10 000 exemplar för att nå fler läsare i branschen samt öka annonsintäkterna.

Ytterligare två utgåvor av Industrirapport ska produceras under 2012 plus ett årsnummer som ges ut kring årsskiftet. Under 2013 är målet att öka utgivningstakten med ytterligare två utgåvor halvårsvis som får ett innehåll av livsstilskaraktär mot samma målgrupp (B2C-annonsering), sammantaget ges sju rapporter därmed ut under året.

Många annonsörer vill se ett nytt magasin innan man väljer att annonsera i det. Likaså lägger många stora annonsörer sina annonskampanjer hel- och halvårsvis i förväg. Utifrån framgången med den första utgåvan av Industrirapport är bedömningen att produktlinjen trots detta kommer att bidra med ett substansiellt täckningsbidrag till verksamheten redan 2012.

Nyhetsbrev

Realtid.ses elektroniska nyhetsbrev utkommer en gång per dag samt i form av korta flashar vid större nyhetshändelser eller avslöjanden.

Nyhetsbrevet har 8 000 aktiva prenumeranter. Ambitionen är att väsentligt höja antalet prenumeranter genom förbättrad marknadsföring av tjänsten via Realtid.se.

Nyhetsbrevets värde för verksamheten består i dels läsarrelationen, inte minst via nyhetsflasharna, dels är de mycket effektiva att använda som ett mervärde för annonsörer i försäljningsarbetet.

Det finns också en utvecklingspotential när det gäller nyhetsbrev, både innehållsmässigt samt möjligheten till betalda nyhetstjänster.

Finansbar

Det samlande namnet för Bolagets event är Finansbar. Finansbaren är en mötesplats för hela finansbranschen som hittills arrangerats fyra gånger. Konceptet är formbart och har både bjudit på initierade diskussioner med speciellt inbjudna gäster, förhandsvisning av bio och lansering av första numret av Industrirapport.

Fd investmentbankiren Knut Ramel och journalisten Carolina Neurath gästade Finansbar i november 2011.

Större Finansbarer med lönsamhetskrav sker kvartalsvis. Intäkterna kommer från sponsorer som erbjuds ett mediapaket i form av närvaro på Finansbaren och annonser på Realtid.se.

Mindre event genomförs i samband med lanseringarna av Industrirapporterna. Dessa ska bära sig själva kostnadsmässigt men det huvudsakliga värdet ligger i att de är starkt varumärkesbyggande och innebär merförsäljning av Bolagets övriga produktlinjer.

Allt eftersom eventet blir mer etablerat så är bedömningen att varje större Finansbar ska bidra med ett meningsfullt täckningsbidrag. Utöver detta ligger det kommersiella värdet för Bolaget i marknadsföring, varumärke och merförsäljning.

Entreprenören Johan Staël von Holstein och John Lindfors, partner Digital Sky Technologies, gästade premiären av Finansbar i maj 2011.

Konferenser och seminarier

Planeringen med att producera större konferenser inleddes under våren 2012. Den första konferensen är inplanerad till årsskiftet 2012/2013 och den andra våren 2013. Båda är årligen återkommande. Diskussion pågår med en samarbetspartner med stor erfarenhet av att organisera konferenser för målgruppen.

Intäkterna från konferenser kommer dels från en avgift från deltagarna, dels från sponsorer som betalar för möjligheten att nå en intressant målgrupp. Etablerade konferenser är högmarginalprodukter.

Affärsplan 2012 – 2014

AFFÄRSPLANEN REDOVISAS I punktform nedan. Utifrån den plattform som bolaget utvecklat under de senaste 12 månaderna är de framtida investeringarna i verksamheten (huvudsakligen rekryteringar) hänförliga till aktiviteter som tämligen omgående bedöms generera täckningsbidrag.

Ett stort antal presumtiva produktlanseringar ligger också utanför budgeten. Dessa presenteras separat nedan.

Den enskilt viktigaste handlingspunkten den närmaste tiden är att öka säljinsatserna och fullt ut kommersialisera de produktlinjer som Bolaget erbjuder idag. Detta sker bland annat genom rekrytering av en säljare som kompletterar nuvarande försäljningsorganisation.

Genom fokus på ökade intäkter och lönsamhet är målet att verksamheten ska gå med vinst från och med fjärde kvartalet 2012.

Huvudspåret 2013 är att etablera och vidareutveckla de produktlinjer man lanserat 2011 och 2012 med fokus på omsättning och lönsamhet. Ett viktigt delmål är att lägga basen för en meningsfull affär baserad på prenumerationsintäkter från såväl företag som privatpersoner som ska slå igenom 2014.

Den vidare produktlansering som är inplanerad under 2014 är utbildningar och seminarier, bägge högmarginalverksamheter.

2012

- Omsättning 5 MSEK, nollresultat.
- Uppnå break-even (kassaflöde och resultaträkning) på månadsbasis under fjärde kvartalet.
- Bygga upp en adekvat säljorganisation och genomföra ansiktslyftning av sajten Realtid.se samt en vederhäftig läsarundersökning.
- Etablera Finansbaren och Industrirapporterna som ett förstahandsval för annonsörer (B2B/B2C) som vill nå finansbranschen inför annonsåret 2013.
- Planera och genomföra det första seminariet mot slutet av 2012 / inledningen 2013.

2013

- Omsättning 12 MSEK, vinst 2 MSEK.
- God lönsamhet i samtliga produktlinjer.
- Utveckla Industrirapporten och publicera totalt sju utgåvor, varav två med livsstilskaraktär (B2C).
- Genomför två konferenser, en under andra kvartalet och en vid årsskiftet, båda därefter årligen återkommande.
- Lägga plattform för att lansera en prenumererad papperstidning (företagskunder) och lansera prenumerationspaketet för privatpersoner.

2014

- Omsättning 18 MSEK, vinst 3 MSEK.
- Prenumererad papperstidning för finansbranschen. Veckovis utgåva, liten upplaga.
- ”Klubb Realtid”, ett prenumerationserbjudande riktat mot privatpersoner bestående av Realtid Medias samtliga produkter.
- Utveckla betaltjänst för Realtid.se för att kunna erbjuda låst premiummaterial för betalande prenumeranter (tjänsten ingår som del i Klubb Realtid ovan).
- Uppnå en för företaget hälsosam intäktsblandning annonser/platsannonser och prenumerationer/ andra betaltjänster.

Möjliga utvecklingssteg utanför affärsplanen

Ett antal presumtiva produktlinjer ligger utanför affärsplanen men passar naturligt in i affärsmodellen. Beroende på utvecklingen av affärsplanen i övrigt kommer dessa utvärderas allt eftersom.

Exempel på sådana är:

Digitalt

Utveckling av kompletterande tjänster och innehåll på Realtid.se som exempelvis rörlig bild, e-handel och databaser.

Print

Utökad förlagsverksamhet, exempelvis bokutgivning.

Fysiska möten

Seminarier, utbildningar och utveckling av nya konferenskoncept.

Mätningar

Målgruppsspecifika opinionsmätningar, index, rankningar, barometrar och dylikt.

Emissionstjänst

Utveckla en distributionskanal med redaktionella inslag för bolag som ska emittera värdepapper till en bredare publik.

Geografisk expansion

Utvärdera avsaknaden av etablerade tidningar för finansbranschen i de övriga nordiska länderna för att exportera modellen och ta samma position som på den svenska marknaden.

Jämförelseobjekt

Blendow Group

Blendow Group (www.blendow.se) är ett jämförelseobjekt som kan vara intressant att studera vid en utvärdering av Realtid Medias framtida möjligheter.

Blendow Group beskriver sig som ”Varuhuset för juridisk kompetensförsörjning” och bedriver en integrerad mediemodell (horisontellt och vertiklat) gentemot jurister.

Produktfloran består bland annat av sajter, magasin, platsannonser, event och seminarier, och försäljning av facklitteratur.

På sin hemsida anger Blendow Group att de arbetar med alla aspekter av juridisk kompetensförsörjning. Företaget erbjuder utbildning, nyhetsbevakning, facklitteratur och facktidningar. Tjänster vänder sig i huvudsak till jurister, men även i stor utsträckning till beslutsfattare som har behov av att hålla sig uppdaterade med juridisk information.

Verksamheten utgörs av sju affärsområden:

- Lexnova – juridisk nyhetsbevakning och söktjänst.
- BG Institute – utbildningsarrangör av juridiska kurser och seminarier.
- BG Publishing – återförsäljare av juridisk facklitteratur.
- Legally yours – branschmagasin för yrkesverksamma jurister och juridikstudenter.
- Dagens Jurdik – daglig nyhetstidning.
- Legally Business – seminarieverksamhet.
- BG Reserach – opinionsinstitut med årligt återkommande undersökningar.

Enligt årsredovisningen för 2010 har Blendow Group uppvisat nedanstående resultat de senaste åren:

Blendow Group

('000 kr)	2010	2009	2008/2007
Nettoomsättning	73 380	60 084	60 036
Resultat efter fin. poster	9 012	5 617	7 295
Marginal	12,3%	9,3%	12,2%

Källa: Årsredovisning 2010, www.blendow.se

Chef

Ett annat jämförelseobjekt är förlaget Chef som bedriver en integrerad modell riktad mot Sveriges chefer bestående av månadstidskriften Chef och en rad utbildnings- och evenemangstjänster.

Chef utges av Chef Stockholm HB som ägs av Ledarna. Ledarna är Sveriges chefsorganisation med fler än 83 000 medlemmar i alla branscher och på alla nivåer.

Enligt årsredovisningen för 2010 har Chef Stockholm HB uppvisat nedanstående resultat de senaste åren:

Chef Stockholm HB

('000 kr)	2010	2009
Nettoomsättning	53 788	54 154
Resultat efter fin. poster	7 545	9 603
Marginal	14,0%	17,7%

Källa: Årsredovisning 2010

Annonsmarknaden 2012

IRM

Institutet för Reklam- och mediestatistik (www.irm-media.se) konstaterar i sin senaste rapport från 3 maj 2012 att reklammarknaden fortsatte att öka under första kvartalet i år trots den osäkra konjunkturen. Totalt omsatte reklaminvesteringarna nära 7,6 miljarder under perioden vilket är en ökning med 1,3 procent jämfört med samma period 2011. Trots det starka 2011 har den befarade avmattningen i inledningen på året inte skett.

I en reviderad prognos från 6 mars 2012 gör institutet bedömningen att reklammarknaden kommer att omsätta 32 miljarder kronor helåret 2012, vilket är 0,1 procent lägre än 2011.

IRM beräknar att början av året uppvisar en negativ tillväxt, något som främst anses bero på den starka uppgången under 2011 som reklammarknaden nu jämförs med. De sista kvartalen under 2012 bör dock uppvisa en ökning varför reklammarknaden totalt för 2012 bedöms stanna på ett marginellt tapp.

Mediebyråbarometern

Sveriges Mediebyråer (www.sverigesmediebyraer.se) konstaterar i Mediebyråbarometern för mars 2012 att medieinvesteringarna slår rekord och att medieinvesteringarna, förmedlade via Sveriges Mediebyråers medlemmar, efter årets första kvartal låg 3 procent högre än samma period föregående år, vilket är det starkaste första kvartalen sedan Sveriges Mediebyråer påbörjade sin mätning. Staffan Slörner, vd för Sveriges Mediebyråer säger i en kommentar att året som helhet har mycket goda förutsättningar att fortsätta utvecklas positivt.

Zenith Optimedia

Prognosinstitutet Zenith Optimedia som ingår i ett av världens fem största medienätverk meddelade i ett pressmeddelande 14 mars 2012 att man sänker sina prognoser för den europeiska annonsmarknaden. För Västeuropa har prognosen sänkts från en tillväxt om 2,0 till 1,5 procent med hänvisning till skuldkrisen i Europa. Risken för ett katastrofscenario har minskat men samtidigt har realekonomins utveckling försämrats ytterligare på sistone, anger institutet. Prognosen för den globala annonsmarknaden hålls samtidigt kvar kring en ökning på knappt 5 procent.

Riskfaktorer

REALTID MEDIAS korta verksamhetshistorik i nuvarande form samt begränsade intäkter gör att en investering i företaget är förenad med hög risk.
Följande riskfaktorer är särskilt beaktansvärda:

Marknadsutvecklingen

Annonsmarknaden är konjunkturberoende vilket gör att annonsintäkterna för Bolagets olika produktlinjer kan fluktuera över tid.

Konkurrenter

Även om Bolaget har en unik position som finansbranschens mediehus är marknaden för affärspress i Sverige hårt konkurrensutsatt. Initiativ från andra förlag riktade mot finansbranschen skulle kunna påverka Bolagets intäktsmöjligheter negativt.

Beroende av externa leverantörer

Bolaget är i sin verksamhet beroende av externa leverantörer för flera affärskritiska delar, däribland teknikutveckling och driften av Realtid.se. Väljer externa leverantörer att avbryta samarbetet eller om de av andra skäl inte kan efterleva ingångna avtal skulle detta kunna innebära förseningar av nya lanseringar eller tillfälliga stopp i publiceringen av nättidningen.

Beroende av nyckelpersoner

Bolaget är kontinuerligt beroende av att rekrytera och behålla medarbetare med specialkompetens så väl redaktionellt, kommersiellt som affärsmässigt. Om nyckelpersoner väljer att lämna Bolaget kan detta inverka negativt på Bolagets förmåga att driva verksamheten med full kapacitet under en rekryteringsperiod.

Intjäningsförmåga och kapitalbehov

Verksamheten har under sin affärshistorik dragits med betydande förluster. Inga garantier kan ges för att nuvarande affärsplan och prognoser kommer att infrias vilket skulle påverka marknadsvärderingen negativt och begränsa möjligheten för Bolaget att lämna framtida utdelningar. Det skulle också kunna leda till att Bolaget måste söka ytterligare finansiering på villkor som inte är fördelaktiga för befintliga aktieägare.

Onoterad aktie

Bolagets aktie är inte föremål för någon organiserad handel. Även om planen är att ordna en sådan handel för bolagets aktieägare inom en nära framtid så finns det ingen garanti att aktien kommer att tas upp för listning på marknadsplats eller liknande.

Ägare med betydande inflytande

Även efter nu föreslagna nyemission kommer Bolaget att ha ett mindre antal ägare som var för sig och tillsammans har möjlighet att utöva väsentligt inflytande på alla de ärenden som kräver aktieägarnas godkännande. Det kan inte uteslutas att minoritetsägarna från tid till annan kommer att ha andra intressen än dessa större aktieägare.

Legala frågor och bolagshistorik

ALTERNATIV MEDIA STOCKHOLM AB är part i en upphovsrättstvist vid Stockholms tingsrätt där motparten kräver ersättning för en bild publicerad på Realtid.se. Alternativ Media har medgivit ersättningsskyldighet för publiceringen men parterna har inte kunnat enas om storleken på ersättningen. Tvisten väntas avgöras under 2012 och bedömningen är att den finansiella påverkan på verksamheten är begränsad.

I övrigt är inte Bolaget eller Alternativ Media part i någon pågående rättslig tvist eller liknande som bedöms få betydande effekter på bolagens finansiella ställning eller lönsamhet.

Transaktioner med närstående

Allan Voreck, styrelseordförande i Realtid Media, driver bolaget Excellent Controller Sweden AB som bistår Realtid Media med dess löpande bokföring. I övrigt föreligger inga avtal med närstående. I samband med rekonstruktionen i Alternativ Media har tidigare lån från aktieägare, inklusive Bolagets vd, konverterats till aktier i Alternativ Media.

Realtid Media AB

Realtid Media AB (publ) förvärvades 28 mars 2012 av aktieägarna i Alternativ Media Stockholm AB, org nr 556652-9466 (”Alternativ Media”). Realtid Media är ett publikt bolag med ett aktiekapital på 500 000 kronor.

Samtliga aktieägare i Alternativ Media utom en deltog i förvärvet med en andel av insatsen på 500 000 kronor som motsvarade deras ägande i Alternativ Media.

I maj 2012 förvärvade Realtid Media samtliga IP-rättigheter hänförliga till namnet Realtid/Realtid.se och driften av sajten Realtid.se samt rättigheterna till magasinet Industrirapport av Alternativ Media.

Köpeskillingen var på 6 MSEK varav 500 KSEK är betalda och återstoden amorteras över en fyraårsperiod. Samtidig har Bolaget givit Alternativ Media en licens att utnyttja dessa rättigheter mot betalningen av en royalty varigenom förvärvet avses kunna finansieras.

Anledningen till att man valt denna struktur är att Alternativ Media varit tvunget att genomgå en företagsrekonstruktion enligt lagen om företagsrekonstruktion (1996:764) som en följd av den lågkonjunktur som rådde åren 2008 - 2010 och som drabbade verksamheten hårt. Alternativ Media utträdde ur rekonstruktionen 5 mars 2012 och har efter rekonstruktionen en kvarvarande ackordsskuld till borgenärerna på cirka 1,8 MSEK som måste betalas successivt under en period om fem månader.

Avsikten är att genom denna nyemission möjliggöra fortsatt drift av verksamheten med en adekvat kapitalstruktur och en stark balansräkning, samt att finansiera återstoden av ackordslikviden.

Realtid Media blir formellt moderbolag till Alternativ Media genom en aktieöverlåtelse för en krona per aktie. Viss formalia kvarstår rörande förvärvet som kommer att fullföljas inom ett par veckor. Givet ägarförhållandena i de två bolagen bedöms detta ej medföra några problem.

Bolagets historiska utveckling och finanser

Alternativ Media grundades 2003 med ambitionen att bygga ett mediehus inriktat på affärsjournalistik med basen i digitala medier. Affärssajten Realtid.se (www.realtid.se) lanserades i september 2004 som en bred, oberoende affärssajt som vände sig till alla svenskar som var allmänintresserade av affärsjournalistik.

Mot slutet av 2007, inför annonsåret 2008, började man få ett grepp på annonsmarknaden och bedömningen gjordes att lönsamhet skulle uppnås under 2008. Dock drabbades världen 2008 av en kraftig lågkonjunktur och annonsmarknaden uppmätte det största fallet någonsin mellan åren 2008 och 2009. Realtid.se som en liten och nyetablerad aktör drabbades med full kraft och redan i inledning av 2008 märktes ett omfattande bortfall av kunder.

Realtid.se valde under lågkonjunkturen att utveckla verksamheten för att positionera sig inför att annonsmarknaden skulle återhämta sig. Bland annat förstärktes säljorganisationen kraftigt, en ny chefredaktör utnämndes och en redaktionschef rekryterades för att höja kvaliteten och produktiviteten på det redaktionella arbetet.

Det skulle dröja ända till efter sommaren 2010 innan annonsmarknaden återhämtade sig till fullo. Sammantaget visade det sig att det scenario man byggt för under lågkonjunkturen ej höll och Alternativ Media såg sig tvunget att ansöka om företagsrekonstruktion 16 mars 2011.

Rekonstruktionen i Alternativ Media

Alternativ Media inträdde i rekonstruktionen den 16 mars 2011 och utträdde ur rekonstruktionen den 5 mars 2012.

Borgenärskollektivet gav bifall åt förslaget att genomföra ett ackord som innebar att 75 procent av bolagets skulder skrevs av. Resterande 25 procent ska enligt uppgörelsen betalas med start den 30 april 2012. Denna avbetalning har inletts och kommer att slutföras efter nu föreliggande nyemission.

Förutom att förhandla ner bolagets skulder var de två bärande faktorerna i rekonstruktionen att komma ner i kostnadsmassa samt utveckla verksamhetens kommersiella och redaktionella fokus.

I augusti 2011 var hela kostnadsbesparingen genomförd och bolaget hade gått från 16 till 5 anställda. Hela säljavdelningen sades upp och även redaktionen minskades kraftigt. Bolaget flyttade även till mindre lokaler samt avvecklade avtal med underleverantörer som inte var kritiska för verksamhetens fortsatta drift.

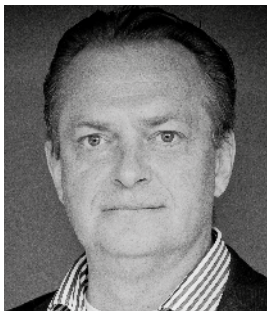
Finansiell information (i sammandrag Koncern)

Balansräkning i sammandrag Belopp i Tsek	Moderbolag Utfall 12-04-18	Koncern Prognos 12-12-31	Koncern Prognos 13-12-31	Koncern Prognos 14-12-31
Tillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	0	5 700	5 300	7 000
Materiella anläggningstillgångar	0	200	300	300
Kassa och bank	500	2 100	3 900	5 700
Summa tillgångar	500	8 000	9 500	13 000
Eget kapital och skulder				
Bundet eget kapital	500	5 500	5 500	5 500
Fritt eget kapital	0	0	2 000	5 000
Kortfristiga skulder	0	2 500	2 000	2 500
Summa eget kapital och skulder	500	8 000	9 500	13 000

Resultaträkning i sammandrag	Prognos* 12-04-18 12-12-31	Prognos 13-01-01 13-12-31	Prognos 14-01-01 14-12-31
Nettoomsättning	5 000	12 000	18 000
Inköpta tjänster	-1 400	-1 950	-3 600
Övriga externa kostnader	-1 200	-2 600	-3 100
Personalkostnader	-2 000	-5 000	-7 500
Avskrivningar	-350	-350	-650
Rörelseresultat	50	2 100	3 150
Finansiellt netto	-50	-100	-150
Resultat efter finansiella poster	0	2 000	3 000

* Resultaträkningen för 2012 anges som om förvärvet av Alternativ Media Stockholm AB hade skett 1/1 2012.

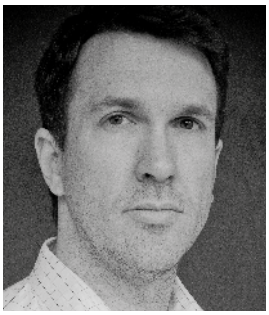
Styrelse och ledningsgrupp



ALLAN VORECK

SAMUEL BONNIER

JONAS WIWEN-NILSSON



PER AGERMAN

Styrelse

ALLAN VORECK, *styrelseordförande*
Född 1960. Utbildad civilekonom med 30 års erfarenhet inom redovisning, ekonomistyrning, finansiering och affärsuteckling. Driver de egna bolagen Excellent Controller Sweden AB och Excel Invest AB. Styrelseledamot i 203 Web Group AB (publ) som är listat på Aktietorget, XL Bygg Faringe AB och Hobbydrivhus AB.

SAMUEL BONNIER, *styrelseledamot*
Född 1959. Ekonomutbildning vid University of Denver, Colorado samt marknadsföringsekonom vid IHM, Stockholm. Entreprenör inom golfbaneanläggningar, miljö- och återvinningsindustrin samt ansvarig för Bisslinge Förvaltning ABs portföljinnehav.

JONAS WIWEN-NILSSON, *ledamot samt vd och ansvarig utgivare (se Nyckelbefattningar).*

Nyckelbefattningar

JONAS WIWEN-NILSSON, *vd och styrelseledamot*
Född 1972. Utbildad civilingenjör Väg- och vattenbyggnadsteknisk linje vid Lunds Tekniska högskola, examen 1997. Analytikerprogrammet på Goldman Sachs Investment Banking Division 1998 och befordrad till Associate 2000, då i gruppen Communication, Media & Technology. Baserad i London, Hong Kong och Peking. Grundade Alternativ Media Stockholm AB 2003.

PER AGERMAN, *chefredaktör*
Född 1974. Yrkesverksam journalist sedan 1994. Har tidigare bland annat arbetat på Affärsvärlden, Ekonomi24.se samt Computer Sweden. På Affärsvärlden var han en av initiativtagarna till och redaktörerna bakom tidningens affärsjuridikbilaga samt entreprenörsboken Framgång. Han publicerade 2010 boken Insiders tillsammans med författarkollegan Annelie Östlund. De båda belönades med priserna Årets ekonomijournalist samt Guldspaden 2007.

Revisor
ULF STRAUSS, ERNST & YOUNG

Aktiekapital och ägande

Aktiekapital

Aktiekapitalet skall utgöra lägst 500 000 kronor och högst 2 000 000 kronor.
Antalet aktier skall vara lägst 5 000 000 och högst 20 000 000.
Registrerat aktiekapital är 500 000 kronor.
Kvotvärde är 0,10 kronor.

Aktierna har emitterats enligt Aktiebolagslagen och är utgivna i svenska kronor.

I samband med nyemission ansluts bolaget till Euroclear Sweden AB. Bolagets aktiebok förs av Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB), Box 7822, 103 97 Stockholm. Aktieägare i Bolaget erhåller inga fysiska aktiebrev. Samtliga transaktioner med Bolagets aktier sker på elektronisk väg genom behöriga banker och värdepappersförvaltare. Aktier som köps genom erbjudandet som beskrivs i detta memorandum kommer att registreras på person i elektroniskt format.

Aktiekapitalets utveckling

Förändring	Förändrat belopp	Summa efter ändring	Registrerat
Nybildning	500 000,00 SEK	500 000,00 SEK	2011-11-23

Framtida listning av aktien

Bolagets aktier är inte upptagna för handel på någon marknadsplats. Målet är att ordna en handel i aktien genom listning på marknadsplats under 2013.

Ägarförteckning Realtid Media AB (publ)	Antal aktier	Ägande (%)
Jonas Wiwen-Nilsson	896 763	17,94%
Martin Wiwen-Nilsson	655 728	13,11%
Bisslinge Förvaltning AB	509 076	10,18%
Jonas af Jochnick	470 008	9,40%
Casper von Koskull	423 225	8,46%
Sebastian af Jochnick	374 444	7,49%
Helen Wiwen-Nilsson, via bolag	298 209	5,96%
John Lindfors	262 147	5,24%
Tore Wiwen-Nilsson, privat och via bolag	259 647	5,19%
Första Entreprenörsfonden, via fonder	230 894	4,62%
Ulrika Wyrsch Käll	197 236	3,94%
Kudu AB	179 108	3,58%
Louise Wiwen-Nilsson	112 994	2,26%
Karl Samuelsson	65 008	1,30%
Peninsula AB	34 259	0,69%
Peter Wiwen-Nilsson	21 637	0,43%
Sven-Olof Johansson	9 617	0,19%
	5 000 000	100,00%

Villkor och anvisningar

Emissionsvolym

Emissionen uppgår till maximalt 5 000 000 kronor fördelade på 2 500 000 aktier. Kvotvärdet är 0,10 kronor per aktie.

Teckningskurs och värdering

Priset är 2,00 kronor per aktie. Courtage utgår ej. Värdering av Bolaget är 10 miljoner kronor före emissionen och är fastställd av styrelsen.

Företrädesrätt

Emissionen genomförs utan företrädesrätt för befintliga aktieägare.

Teckningstid

Anmälan om teckning kan göras från och med den 23 maj till och med den 15 juni 2012. Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga teckningstiden.

Anmälan

Teckning skall ske på särskild teckningssedel i minst en post om 4 000 aktier. Teckningssedel finns att ladda ner från www.realtid.se/ir. Ofullständiga eller felaktiga teckningssedlar kan komma att lämnas utan avseende. Vid flera inlämnade teckningssedlar gäller den senast inlämnade.

Anmälan, som är bindande, skall sändas till:

Aktieinvest FK AB
Emittentservice
113 89 STOCKHOLM
Telefon:08-5065 1795
Fax: 08-5065 1701
E-post: emittentservice@aktieinvest.se

Tilldelning

Vid tilldelning kommer styrelsen att eftersträva att Bolaget får en bred ägarbas. Vid överteckning beslutar styrelsen i Realtid Media om tilldelning av aktier, vilket innebär att tilldelning kan komma att ske med färre antal poster än anmälan avser. Tilldelning är inte beroende av när under teckningstiden teckningssedeln lämnas.

Besked om tilldelning

När tilldelning fastställts skickas avräkningsnota till dem som erhållit tilldelning, vilket beräknas ske omkring den 18 juni 2012. De som ej erhållit tilldelning får inget meddelande.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas kontant senast tre dagar efter utsändande av avräkningsnotan enligt instruktion på avräkningsnotan. Det innebär att likviden skall vara Realtid Media tillhanda senast på likviddagen. Aktier som ej betalas i tid kan komma att överlåtas till annan. Ersättning kan krävas av dem som ej betalat tecknade aktier.

Leverans av aktier

I samband med nyemissionen ansluts Bolagets aktier till Euroclear Sweden AB. Registrering hos Euroclear av tilldelade aktier beräknas ske i början av juli 2012, varefter Euroclear sänder ut en VP-avi med specificering av antalet aktier som registrerats på mottagarens VP-konto. Avisering till investerare vars innehav är förvaltarregistrerat kommer att ske i enlighet med anvisningar från respektive förvaltare.

Framtida listning av aktien

Realtid Medias aktier är inte upptagna för handel på någon marknadsplats. Målet är att ordna en handel i aktien genom listning på marknadsplats under 2013.

Skattefrågor i Sverige

Inledning

Följande sammanfattning av skattekonsekvenser för investerare, som är eller blir aktieägare i Realtid Media AB (publ) genom denna nyemission, är baserad på aktuell lagstiftning och är endast avsedd som allmän information.

Den skattemässiga behandlingen av varje enskild aktieägare beror delvis på dennes egen situation. Särskilda skattekonsekvenser, som ej finns beskrivna i det följande, kan bli aktuella för vissa kategorier av skattskyldiga, inklusive personer ej bosatta i Sverige. Framställningen omfattar bland annat inte de fall där aktie innehas som omsättningstillgång eller innehas av handelsbolag.

Vid osäkerheter rekommenderas alltid att du tar hjälp av en rådgivare med kompetens på området.

Utdelning

Mottagen utdelning är i sin helhet skattepliktig för fysiska personer och dödsbon. Beskattning sker i inkomstslaget kapital. Skattesatsen är för närvarande 30 procent. För juridiska personers innehav av så kallade kapitalplaceringsaktier gäller att hela utdelningen utgör skattepliktig inkomst av näringsverksamhet. Skattesatsen är för närvarande 26,3 procent.

För svenska aktiebolag och ekonomiska föreningar föreligger skattefri utdelning på så kallade näringsbetingade aktier. Noterade andelar anses näringsbetingade under förutsättning att andelsinnehavet motsvarar minst 10 procent av rösterna eller att innehavet betingas av rörelsen. Skattefrihet för utdelning på noterade aktier förutsätter att aktierna inte avyttras inom ett år från det att aktierna blev näringsbetingade för innehavaren. Kravet på innehavstid måste inte vara uppfyllt vid utdelningstillfället.

Försäljning av aktier

Genomsnittsmetoden – Vid avyttring av aktier i Realtid Media AB (publ) skall genomsnittsmetoden användas oavsett om säljaren är en fysisk eller en juridisk person. Enligt denna metod skall anskaffningsvärdet för en aktie utgöras av den genomsnittliga anskaffningskostnaden för aktier av samma slag och sort beräknat på grundval av faktiska anskaffningskostnader och hänsyn taget till inträffade förändringar (såsom split eller fondemission) avseende innehavet.

Som ett alternativ till genomsnittsmetoden kan ifråga om marknadsnoterade aktier den s.k. schablonregeln användas. Denna regel innebär att omkostnadsbeloppet får beräknas till 20 procent av försäljningspriset efter avdrag.

Privatpersoner – Vid försäljning av aktier beskattas fysiska personer och dödsbon för kapitalvinsten i inkomstslaget kapital. Skattesatsen är för närvarande 30 procent. Kapitalförlust på aktier är samma år avdragsgill mot vinst på andra aktier eller mot andra marknadsnoterade delägarrätter (med undantag för andelar i investeringsfonder som innehåller endast svenska fordringsrätter). Till den del förlusten inte är fullt ut avdragsgill enligt ovan är den avdragsgill med 70 procent mot andra kapitalinkomster. Om det uppkommer ett underskott i inkomstslaget kapital,

medges reduktion av skatten på inkomst av tjänst och näringsverksamhet samt fastighetsskatt med 30 procent för underskott som uppgår till högst 100 000 kronor och med 21 procent för underskott därutöver. Underskott kan inte sparas till senare beskattningsår.

Juridiska personer – Juridiska personer utom dödsbon beskattas för kapitalvinster i inkomstslaget näringsverksamhet för närvarande till skattesatsen 28 procent. Vinsten beräknas dock enligt vanliga regler.

Kapitalförluster på aktier, som innehas som kapitalplacering, får endast kvittas mot kapitalvinster på aktier och aktierelaterade instrument. Om vissa villkor är uppfyllda kan förlust även kvittas mot kapitalvinster på aktier och aktierelaterade instrument som uppkommit i bolag inom samma koncern, under förutsättning att koncernbidragsrätt föreligger. En inte utnyttjad förlust får utnyttjas mot kapitalvinst på aktier eller aktierelaterade instrument utan begränsning framåt i tiden.

För näringsbetingat innehav av noterade aktier gäller för närvarande att ingen avdragsrätt föreligger för förluster samtidigt som vinster ej är skattepliktiga under förutsättning att aktierna inte avyttras inom ett år från det att andelarna blivit näringsbetingade hos innehavaren.

Fåmansaktiebolag – För fåmansaktiebolag gäller särskilda regler. Dessa berör dock endast sådana aktieägare eller närstående denne, som är verksamma i Bolaget i betydande omfattning. Beskrivningen avser endast fall där ägaren är passiv, och dessa särskilda regler behandlas därför inte närmare här.

Arvs- och gåvobeskattning

Arvs- och gåvobeskattningen är sedan 17 december 2004 slopad, varpå ingen arvs- eller gåvobeskattning utgår vid förvärv av aktier genom arv eller gåva.

Kupongskatt

För aktieägare bosatta i utlandet, som erhåller utdelning från Sverige, innehålls normalt kupongskatt. Skattesatsen är för närvarande 30 procent, som i allmänhet reduceras genom tillämpligt dubbelbeskattningsavtal. För utländskt bolag som innehaft näringsbetingad aktie i minst ett år kan dock utdelningen vara skattefri om skattefrihet hade förelegat om det utländska Bolaget hade varit ett svenskt företag.
I Sverige är det normalt Euroclear, som svarar för att kupongskatt innehålls. I de fall aktier är förvaltarregistrerade, svarar förvaltaren för kupongskatteavdraget.

Bolagsordning

Organisationsnummer 556872-9916

§ 1 FIRMA
Bolagets firma är Realtid Media AB (publ).

§ 2 STYRELSENS SÄTE
Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun, Stockholms län.

§ 3 VERKSAMHET
Bolaget skall skapa, utveckla, producera, distribuera, marknadsföra och sälja massmediala produkter utan begränsning i vad avser produktens natur, distributionsform eller innehållsmässiga.

§ 4 AKTIEKAPITAL
Aktiekapitalet utgör lägst 500 000 kronor och högst 2 000 000 kronor.

§ 5 ANTAL AKTIER
Antalet aktier skall vara lägst 5 000 000 och högst 20 000 000 stycken.

§ 6 STYRELSE OCH REVISORER
Styrelsen består av 3 – 10 ledamöter med högst 5 suppleanter.
Bolaget skall ha 1 – 2 revisorer med högst 2 revisorssuppleanter eller ett registrerat revisionsbolag.

§ 7 KALLELSE TILL BOLAGSSTÄMMA
Kallelse till bolagsstämma ska ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och genom att kallelsen hålls tillgänglig på bolagets webbplats. Samtidigt som kallelse sker ska bolaget genom annonsering i Dagens Industri upplysa om att kallelse har skett.

§ 8 ÖPPNANDE AV STÄMMA
Styrelsens ordförande eller den styrelsen därtill utsett öppnar bolagsstämman och leder förhandlingar till dess ordförande vid stämman valts.

§ 9 ÅRSSTÄMMA
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 justeringsmän;
5. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad;
6. Föredragningen av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse, samt, i förekommande fall, koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse;
7. Beslut
   a) om fastställande av resultaträkning, samt, i förekommande fall, koncernresultaträkning och koncernbalansräkning,
   b) om dispositioner beträffande 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 revisionsbolag eller revisorer samt eventuella revisorssuppleanter;
10. Annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§ 10 RÄKENSKAPSÅR
Bolagets räkenskapsår skall vara 0101–1231

§ 11 AVSTÄMNINGSFÖRBEHÅLL
Bolagets aktier skall vara registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1479) om kontoföring av finansiella instrument.

Realtid Media AB (publ)
Löjtnantsgatan 17
115 50 Stockholm
08-545 871 30
www.realtid.se/ir