



INBJUDAN TILL TECKNING AV AKTIER I MJUKVARUBOLAGET

DOOHCLICK AB

Teckningstid 29 januari - 12 februari 2020



ERIK PENSER BANK

DOOHCLICK REDO FÖR INTERNATIONELL LANSERING AV SAAS-PLATTFORM

Hej alla aktieägare i DoohClick AB,

Mitt namn är Jonas Glad och jag är otroligt entusiastisk över att få det stora privilegiet att bli verkställande direktör för DoohClick AB. Jag är före detta vVD i AdCityMedia-koncernen och har varit en del av bolaget sedan 2006 där jag haft en central roll i drivandet och utvecklingen av mjukvaruplattformen DoohClick, tidigare kallad "Starcorp".

Mitt arbete består nu av att accelerera bolaget och påbörja en internationell lansering med målbilden att bli en världsledande aktör, något jag bedömer att vi har alla möjligheter till att bli.

DOOHCLICK - BAKGRUND

DoohClick, som delades ut till AdCityMedias aktieägare den 9 september 2019, är ett företag som utvecklar och tillhandahåller ett ekosystem för hanteringen av digitala annonser i utomhusmiljö, exempelvis digitala skärmar på fasader, i köpcentrum eller längs vägar.

AdCityMedia såg redan 2006 en avsaknad av ett komplett system på marknaden för att hantera bokningar och uppspelning av reklam på digitala utomhusreklamskärmar. Därmed börjades utvecklingen av en egen mjukvara, där det även går att hantera support, uppföljning, försäljning, analys med mera. Bolagets namn är hämtat från marknaden vi adresserar - Digital Out of Home (Dooh).

Att DoohClick har utvecklats inom AdCityMedia under en lång period har inneburit att vi effektivt kunnat utveckla plattformen så den möter och hanterar de utmaningar och möjligheter som dagligen uppkommer i ett utomhusmediebolag. Vi har ett starkt team med lång IT- och mediebakgrund vilket är en stor fördel jämfört med andra mjukvarubolag med låg eller obefintlig erfarenhet av utomhusbolagens vardag. DoohClicks långa erfarenhet från mediebranschen har således varit en avgörande faktor för att utveckla den premium-plattform som våra konkurrenter idag saknar. I skrivande stund driftas över 4 000 digitala reklamskärmar i utomhusmiljö på plattformen i fyra olika länder.

DoohClicks plattformserbjudande kommer underlätta vardagen för skärmägare och ersätta mycket manuellt arbete för våra kunder. I dagsläget använder skärmägare en rad olika system, så som Excel, E-mail och andra program för planeringen av schemalaggningen av bokningar, försäljning och uppföljning. Möjligheten att hantera alladagliga moment i DoohClick-plattformen - som enkelt kan kopplas ihop med andra system om så skulle önskas - förväntas skapa ett stort mervärde åt bolagets kunder. En premium-mjukvara som skapar ett stort mervärde förväntas underlätta försäljningsarbetet och lägga en bra grund för långvariga relationer med våra nuvarande och framtida kunder. Det i sin tur kommer ge långvariga och stabila SaaS-intäkter åt DoohClick vilket skapar goda möjligheter till ett snabbt växande och lönsamt bolag.

Nu när DoohClick har avskilts från AdCityMedia är bolaget ett självständigt och oberoende bolag redo att ta tillvara på de möjligheter som finns i utomhusmarknaden. Vi är entusiastiska över att lansera DoohClick internationellt på en marknad som genomgår ett tekniskifte där analoga skärmar byts ut mot digitala. Timingen att påbörja den internationella försäljningen kan därmed inte vara mycket bättre.

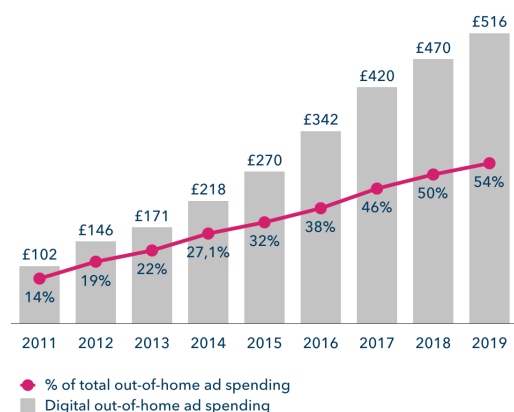
MARKNAD

Medieinvesteringar i utomhusreklam beräknas uppgå till 8,4 miljarder USD globalt och tar kontinuerligt marknadsandelar

från andra räckviddsmedier så som traditionell linjär-TV och dagspress. Digital utomhusreklam, bestående av digitala skärmar, växer på alla marknader och Allied Market Research spår att marknaden för digital utomhusreklam kommer att växa årligen med 12,6 % ("CAGR") fram till år 2023.

I UK, som ligger i framkant gällande skiftet mot digital utomhusreklam, förväntas de digitala skärmarna för första gången stå för över 50 % av reklaminvesteringarna inom utomhusreklam vilket kan jämföras med 14 % 2011, se utvecklingen i UK i grafen nedan.

UK Digital Out-of-Home Ad Spending, 2011-2019
millions of £, % change and % of total



Note: net figures
Source: GroupM, "This Year Next Year: UK Media Forecasts," Nov 29, 2018

Den digitala marknaden för utomhusreklam växer således starkt och vi förväntar oss liknande utveckling i resterande Europa framöver.

Skiftet mot digitala skärmar drivs av att kvaliteten på skärmarna förbättras kontinuerligt samtidigt som priset sjunker (samma fenomen som inom vanliga TV-apparater). Det innebär att allt fler medieägare har möjlighet att investera i digitala skärmar. Ett digitalt medialager ger många fördelar så som ett större försäljningsutrymme, möjlighet till rörliga annonser och enklare skifte mellan reklambudskap.

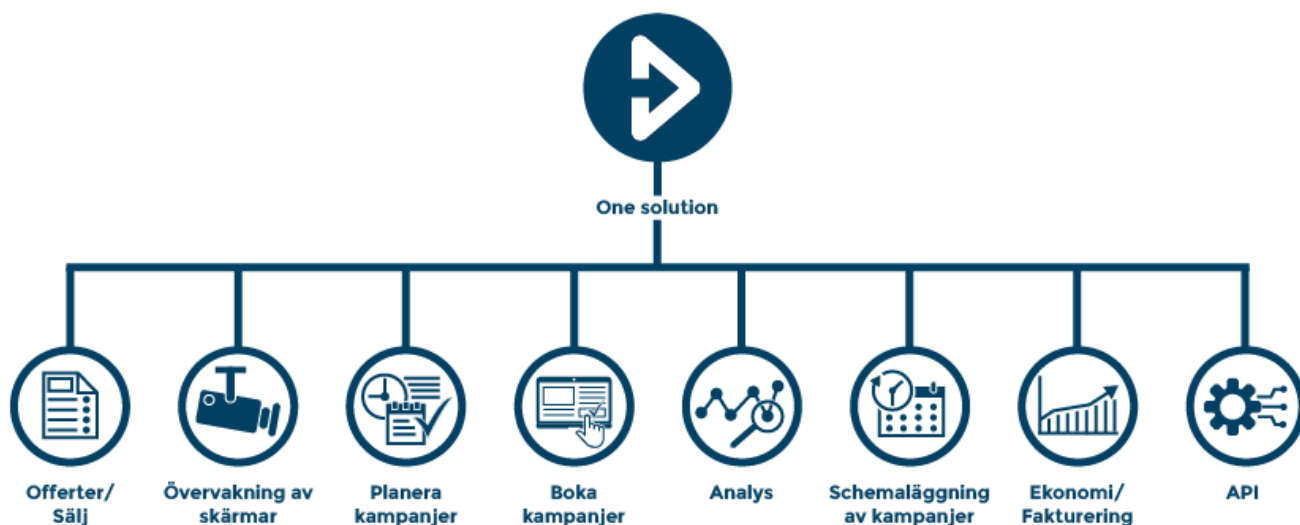
I samband med att analoga reklamytor konverteras till digitala skärmar ökar behovet av teknik och IT-stöd. Till skillnad mot analoga ytor ställer digitala skärmar höga krav på mjukvarulösningar för att driva digitala skärmar, hantera ett mer komplext bokningsförande och maximera försäljningen med mera.

Den globala marknaden för utomhusreklam är mycket stor och i framtiden kommer mjukvarulösningar vara standard bland utomhusmediebolagen. Marknaden för DoohClick bedöms således växa kraftigt under flera decennier framöver.

Vår målsättning är att DoohClick ska bli ett internationellt mjukvarubolag och inledningsvis kommer att fokusera på närliggande marknader inom Europa.

PRODUKTEN / TJÄNSTEN

SaaS-plattformen DoohClick har utvecklats för att driva försäljning av reklamkampanjer/kommunikation i publik miljö. Kundgruppen är främst bolag verksamma inom utomhusreklam och retailbolag. DoohClick kan liknas med ett komplett affärssystem för att effektivisera den dagliga driften och plattformen kommer ersätta en rad olika system och manuella



processer som idag används av bolagen på marknaden. Utöver att underlätta den dagliga driften åt våra kunder kommer DoohClick möjliggöra nya intäktsmöjligheter på deras digitala reklamskrmar. Sammanfattningsvis har DoohClicks plattform ett flertal unika funktioner som fyller ett gap i marknaden och som kommer generera ett stort mervärde till våra kunder.

Plattformen bygger på en modern och öppen API-struktur där kunder kan integrera egna system till DoohClick för att automatisera sina processer ytterligare. Exempel på integrationer är CRM/kundstöd, ekonomisystem, målgruppsmätningar från mediatorna med mera.

Plattformen säljs idag och används av ett flertal kunder på den skandinaviska marknaden. Storleken på kunderna sträcker sig från små start up-bolag till börsnoterade bolag.

PROGRAMMATISKA KÖP

DoohClick är utvecklad för att i framtiden kopplas mot programmatiska annonsköp. Lite förenklat innebär programmatiska köp att köpen automatiseras på en eller flera standardiserade digitala plattformar genom exempelvis ett budförfarande per annonsyta. Programmatic har sitt ursprung från Internet-annonsering och idag sker ca 80% av alla annonsköp i USA genom programmatiska plattformar. Det ger medieägare ytterligare försäljningsmöjligheter genom DoohClicks plattform. Programmatiska köp för utomhusreklam är fortfarande i ett tidigt skede men DoohClick är utvecklad för att möta framtidens mediaköp. DoohClick är en mycket viktig pusselbit för att programmatiska köp av utomhusreklam ska ta fart.

POTENTIAL

Potentialen för DoohClick är mycket stor. Medieinvesteringarna i utomhusreklam ökar globalt och tillväxten inom digital utomhusreklam kommer att vara ännu högre. Mediaägare som tidigare klarat sig med system så som Excel och manuella lösningar kommer behöva investera i system som underlättar deras dagliga drift och hjälper dem att ta tillvara på de möjligheter som ett digitalt medieutbud medför.

DoohClick har en premium-plattform redo som hjälper medieägare i omställningen till digitala reklamtytor. Plattformen har utvecklats sedan 2006 och använts skarpt inom AdCityMedias koncern vilket innebär att vi känner oss trygga med plattformens kvalitet och att den har flera fördelar jämfört med våra potentiella konkurrenter. Marknaden globalt för utomhusreklam är mycket stor och i och med det pågående tekniksiftet i branschen kommer möjligheterna för nischade mjukvarubolag vara väldigt stora.

Min bedömning är att DoohClick har alla möjligheter att bli en ledande mjukvaruleverantör för att hantera försäljning av reklamkampanjer/kommunikation i utomhusmiljö och jag ser med tillförsikt fram emot en internationell lansering.

MÅLSÄTTNING

- Kortsiktigt bygga en organisation med ledande personer
- Framgångsrikt lansera mjukvaran internationellt
- Bli ett ledande mjukvarubolag inom DOOH
- Bolaget nå lönsamhet inom 2 år

AFFÄRSMODELL

Plattformen är en så kallad SaaS-lösning (Software-as-a-Service) innebärande att Bolagets kunder enkelt kan koppla upp sig till mjukvaran via en "molntjänst". DoohClick har en helt skalbar affärsmodell som genererar återkommande intäkter (ARR) i form av olika avtalsformer beroende på vilka funktionsmoduler som kunden behöver. Genom att erbjuda ett stort mervärde till våra kunder och vara väl integrerade i deras dagliga arbete är målsättningen att bygga mycket långsiktiga kundrelationer.

INTÄKTSMODELL

DoohClicks intäktmodell är funktionsbaserad med så kallade Annual Recurring Revenues ("ARR") vilka bygger upp bolagets återkommande abonnemangintäkter. Bedömningen är att det framöver finns stora möjligheter till att utveckla nya funktioner i systemet mot slutanvändaren vilket skapar stora tillväxtpotentialer genom högre intäkt per kund.

Huvudsakliga intäkter för DoohClick AB;

- Årliga återkommande "ARR" (annual recurring revenue) som genereras av kunder som nyttjar företagets SaaS-plattform (Software-as-a-service).
- Procentuell andel av intäktsflöden av medieköp som sker via plattformen.
- Utveckling av API:er (application programming interface) för att koppla företagets plattform till andra system.

KAPITALISERING

Vår ambition är att bygga ett bolag med stark tillväxt med stabila och långvariga mjukvaruintäkter med stor lönsamhetspotential. För att möjliggöra en lansering på internationell nivå och nyttja de tillväxtpotentialer som vi ser i marknaden behövs kapital, 12,5 mkr, införskaffas genom en företrädesemission där nuvarande aktieägare har företräde att teckna i emissionen. Jag tillsammans med resterande storägare, motsvarande över 75 % av aktierna, kommer teckna vår andel i emissionen. Vi hoppas såklart att samtliga aktieägare vill vara med och investera i emissionen och följa vår resa framåt.

Målsättningen är nu att växla upp tempot ordentligt och fokusera på att lansera mjukvaran internationellt samtidigt som vi ska bygga en stark och hållbar organisation. Främst ska organisationen utökas med säljare för att bearbeta de marknader som bolaget identifierat.

Ambition är att i framtiden lista DoohClick AB för handel på en publik värdepappersmarknad.



MOTIV TILL NYEMISSION

Efter flera års utveckling av DoohClick är vi nu redo för en internationell lansering. För att möjliggöra lanseringen och samtidigt få möjligheten att bygga en solid organisation och utökad säljavdelningen kommer kapital att tillföras i form av en företrädesemission.

Emissionslikviden kommer primärt användas till:

- Anställa personal inom sälj och support
- Bearbetning av nya marknader
- Marknadsföring / Kommersialisering
- Utveckling av plattformen

UTEDELNING

På AdCityMedias årsstämma under maj 2019 fattades beslut att dela ut samtliga aktier i dotterbolaget DoohClick AB (tidigare "bitlogic media AB") och därmed SaaS-plattformen till AdCityMedias aktieägare.

Anledningen till att särskilja bolaget från AdCityMedia-koncernen har bland annat varit för att renodla Bolagen och kunna fokusera 100 % på sina enskilda kärnverksamheter, och samtidigt ge DoohClick möjlighet att utvecklas till sin fulla potential som en oberoende mjukvaruleverantör.

Mjukvaran lanserades till kunder utanför AdCityMedia-koncernen under 2018 i mindre skala och står nu inför en större uppskalning och en global lansering.

Sista dagen för handel med AdCityMedias aktie inklusive rätt att erhålla aktier i DoohClick AB var fredag den 6 september 2019. Antalet aktier i, och andel av, DoohClick motsvarade ert innehav i AdCityMedia per avstämningsdagen. DoohClick värderas till 25 mkr pre-money i den nuvarande kapitaliseringen.

DoohClick står med sin egenutvecklade premiumplattform redo att kapitalisera på tekniskiftet som sker inom utomhusreklammarknaden.

Jonas Glad
VD DoohClick AB

INFORMATIONSGIVNING

Arbetet med att etablera en hemsida är påbörjat (www.doohclick.com) där vi inom kort planerar att addera en IR-del. Ambitionen är att publicera ett vd-ord kvartalsvis för att hålla ägare och andra intressenter informerade hur affären och lanseringen utvecklas.

FÖRETRÄDESEMISSIONEN I SAMMANDRAG

FÖRETRÄDESRÄTT TILL TECKNING

Den som på avstämningsdagen den 27 januari 2020 var registrerad som aktieägare i DoohClick äger rätt att erhålla teckningsrätter, vilka berättigar till företrädesrätt att teckna aktier i företrädesemissionen. Varje befintlig aktie i DoohClick berättigar till en (1) teckningsrätt. Två (2) teckningsrätter berättigar till teckning av en (1) ny aktie.

TECKNINGSKURS

13,50 SEK per aktie.

TECKNINGSTID

Anmälan om teckning av aktier genom utnyttjande av teckningsrätter ska ske genom samtidig kontant betalning under perioden 29 januari 2020 - 12 februari 2020. Observera att teckningsrätter som inte utnyttjas blir ogiltiga efter teckningstidens utgång och förlorar därmed sitt värde. För att förhindra förlust av värdet på teckningsrätterna måste de antingen utnyttjas för teckning av aktier senast den 12 februari 2020 eller överlåtas till annan part senast den 10 februari 2020.

TECKNINGSRÄTTER KOMMER EJ ATT HANDLAS

DoohClicks aktie är ej noterad och teckningsrätterna kommer således ej tas upp till handel.

EMISSIONSVOLYM OCH BELOPP

Vid full teckning i företrädesemissionen kommer DoohClick att tillföras cirka 12,6 MSEK före emissionskostnader, genom nyemission av högst 934 393 aktier.

ISIN-KODER

Aktien:	SE0013109741
Teckningsrätt:	SE0013720158
Betald tecknad aktie:	SE0013720166

TECKNINGSFÖRBINDELSER

Företrädesemissionen omfattas till cirka 80 procent av teckningsförbindelser från ledamöter, ledning samt några större ägare i DoohClick och AdCityMedia, motsvarande cirka 10 MSEK.

MOTIV FÖR ERBJUDANDET

Efter flera års utveckling är DoohClick nu redo för en global lansering. För att möjliggöra lanseringen och samtidigt få möjligheten att bygga en solid organisation genomförs förestående företrädesemission som uppgår till cirka 12,6 MSEK före emissionskostnader, vilka beräknas uppgå till cirka 0,6 MSEK. Nettolikviden om cirka 12,0 MSEK kommer primärt användas till:

- Personal
- Resor
- Marknadsföring / Kommersialisering
- Utveckling