

**Inbjudan att teckna aktier i
H1 Communication AB (publ)**

Investerings- memorandum



Emissionsmemorandum
upprättat i samband med anslutning
av Bolagets aktier till AktieTorget i maj 2008.

www.h-1.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

CEO HAR ORDET	3
ALLMÄN INFORMATION	4
SAMMANFATTNING	5
RISKFAKTORER	9
INBJUDAN TILL TECKNING AV AKTIER	11
MOTIV OCH BAKGRUND	12
VILLKOR OCH ANVISNINGAR	13
FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG	14
DEFINITIONER AV NYCKELTAL	16
DEFINITIONER AV BEGREPP	17
VARFÖR FÖRLORAR MAN KUNDER OCH VAD DRIVER KUNDLOJALITET	18
VARFÖR OUTSOURCA?	21
MARKNADEN GENERELLT	24
SVENSKA MARKNADEN AV OUTSOURCING AKTÖRER	26
H1 – HISTORIK	27
H1 - VERKSAMHETEN	28
TJÄNSTEUTBUD & INTJÄNINGSMODELL	29
H1 METODIKEN – HUR VI ARBETAR	31
IT & WFM SOM VIKTIGA STÖDFUNKTIONER	32
H1 – FILOSOFIN	35
FRAMTIDSUTSIKTER	36
STYRELSE OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE SAMT REVISOR	37
SKATTEFRÅGOR	40
AKTIEN OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN	42
LEGALA FRÅGOR OCH ÖVRIGA UPPLYSNINGAR	44
DELÅRSRAPPORT MAJ 07 – JANUARI 08	46
BOLAGSORDNING	50
ADRESSER	52

Med "H1" eller "Bolaget" avses i detta emissionsmemorandum, beroende på sammanhang, H1 Communication AB (publ) 556730 -0610 All information som lämnas i detta emissionsmemorandum ("Emissionsmemorandum") bör noga övervägas, i synnerhet med avseende på de specifika faktorer som nämns i avsnittet "Riskfaktorer" som beskriver vissa risker som en investering i H1:s aktie innebär. Emissionsmemorandumet har upprättats med anledning av listning av Bolagets aktier på AktieTorget samt att styrelsen den 24 februari 2008, genom årsstämans bemyndigande den 1 februari 2008, beslutat om emission av aktier utan företräde för Bolagets aktieägare.

Emissionen ("Erbjudandet") av aktier har beslutats i enlighet med aktiebolagslagen (2005:551). Erbjudandet att teckna aktier enligt Emissionsmemorandumet riktar sig inte, direkt eller indirekt, till sådana personer vars deltagande förutsätter ytterligare Emissionsmemorandum, prospekt, registrerings- eller andra åtgärder än som följer av svensk rätt. Emissionsmemorandumet får inte distribueras i eller till land där distributionen eller Erbjudandet enligt Emissionsmemorandumet förutsätter ytterligare registrerings- eller andra åtgärder än sådana som följer av svensk rätt eller strider mot tillämpliga bestämmelser i sådant land. De nya aktierna har inte registrerats och kommer inte att registreras enligt United States Securities Act från 1933 eller tillämplig lag i annat land och Erbjudandet att förvärva aktier i H1 omfattar inte aktieägare med hemvist i USA, Australien, Japan, Nya Zeeland, Sydafrika eller Kanada, eller med hemvist i något annat land där distribution eller offentliggörande av Erbjudandet strider mot tillämpliga lagar eller regler eller förutsätter ytterligare Emissionsmemorandum, prospekt, registreringar eller andra åtgärder än de krav som följer av svensk lag. Anmälan om teckning av aktier i strid med ovanstående kan komma att anses vara ogiltiga. Följaktligen får aktierna inte direkt eller indirekt, utbjudas, försälas, säljas vidare eller levereras i eller till länder där åtgärd enligt ovan krävs eller till aktieägare med hemvist enligt ovan. Emissionsmemorandumet har inte granskats och registrerats av Finansinspektionen då emissionsbeloppet är mindre än 1 000 000 EUR, vilket är gränsen för undantag från krav på godkänt och registrerat prospekt, enligt lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument. För Emissionsmemorandumet gäller svensk rätt. Tvist rörande innehållet i Emissionsmemorandumet eller därmed sammanhängande rättsförhållanden skall avgöras enligt svensk rätt och av svensk domstol exklusivt.

Vissa belopp och procenttal som anges i Emissionsmemorandumet har avrundats varför det i vissa fall inte summerar korrekt.

Innehållet i Emissionsmemorandumet baseras på information som tillhandahållits av Bolaget. Styrelsen i Bolaget är ansvarig för Emissionsmemorandumet och dess innehåll. Emissionsmemorandumet innehåller framtidsinriktade uttalanden och antaganden om framtida marknadsförhållanden, verksamhet och resultat. Orden "anser", "avser", "bedömer", "förväntar sig", "förutser", "planerar" eller liknande uttryck indikerar vissa av dessa framtidsinriktade uttalanden. Andra sådana uttalanden kan identifieras utifrån sammanhanget. Faktiska händelser och resultatutfall kan komma att skilja sig avsevärt från vad som framgår av framtidsinriktade uttalanden till följd av risker och andra faktorer som H1:s verksamhet påverkas av. Emissionsmemorandumet innehåller hänvisningar till information och marknadsundersökningar framställda av tredje part. Bolaget har inte kontrollerat siffror, marknadsdata eller annan information som tredje part har använt i sina studier, varför inte styrelsen påtar sig något ansvar för riktigheten för sådan i Emissionsmemorandumet intagen information och sådan information bör läsas med detta i åtanke. Ingen tredje part enligt ovan har väsentliga intressen i H1. Informationen som ingår i Emissionsmemorandumet har återgivits korrekt och såvitt H1 kan känna till och försäkra har inga uppgifter utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande.

CEO HAR ORDET

Bästa blivande Aktieägare

Att lyckas att skapa lönsamma och långsiktiga kundrelationer är nyckeln till framgång för samtliga företag och organisationer. Undersökningar visar att en så stor andel som uppåt 70 procent av kunderna väljer att lämna en affärsrelation på grund av en upplevelse att de inte är viktiga. Grunden för denna upplevelse bygger oftast på enskilda händelser där man på något sätt känner sig blivit bemött av en attityd av likgiltighet eller arrogans när man kontaktat eller försökt kontakta företaget som man är kund hos. Det är bara att gå till sig själv och hur man själv reagerar i olika situationer så är det inte så svårt att räkna ut att service, förtroende och tillgänglighet är mycket viktiga parametrar när man väljer var man köper sina tjänster och produkter.

I dag kan kunden relativt enkelt hitta samma typ av tjänster/produkter till ett ungefär liknande pris hos en stor mängd leverantörer, Internet har radikalt förändrat konkurrens situationen för de allra flesta företag och organisationer. Det som skiljer ut företagen är deras förmåga att hantera kunden, helt enkelt vem som är bäst på service och tillgänglighet. Denna förmåga är i de flesta fall helt avgörande för det enskilda företagens framgång. H1 är specialiserade på drift och utveckling av CRM lösningar. Genom att anlita H1 kan våra uppdragsgivare fokusera på sina kärnverksamheter. Detta är lösningen på problemet att man inte kan vara bäst på allt, H1 har valt att vara bäst på kundrelationer genom effektiva ContactCenter lösningar kombinerat med en hög tillgänglighet. Precis som Toyotas motiv för att outsource ("vi har inte råd eller tid att lära oss vad de bästa leverantörerna kan") så väljer H1:s uppdragsgivare att outsource hela eller delar av deras service & support funktioner.

H1 startade upp sin verksamhet i augusti 2007, produktionen tog fart i oktober samma år och har från den tidpunkten legat i en ständig snabb tillväxt, det finns redan nu över 40 uppdragsgivare i H1:s kundbas. Detta visar att när alla tänker lika är det dags att tänka nytt och då vinner H1:s metodik och filosofi snabbt framgång på marknaden. H1 är utmanaren som tänker nytt och har allt att vinna.

Det finns en enorm marknadspotential då det enligt beräkningar endast är 20 procent som i dagsläget är outsourcead verksamhet och enligt marknadsanalys företaget Gartner inc. beräknas den genomsnittliga tillväxttakten vara på cirka 10 procent för branschen som helhet de närmsta åren.

Även om H1 är ett relativt nytt företag inom branschen så är inte människorna bakom nya, de allra flesta medarbetarna hos H1 har arbetat i många år inom ContactCenter branschen. Vi har en mycket stark organisation med ett stort antal mycket erfarna och kompetenta nyckelpersoner. Min bedömning är att H1 har bland Sveriges starkaste och mest kompetenta laguppställning. Detta faktum gör att H1 är mycket starkt positionerade för en snabb och lönsam tillväxt och har alla förutsättningar att lyckas bygga Nordens ledande företag inom CRM/ContactCenter branschen. H1 är nu inne i en mycket spännande fas i sin utveckling där vi tar sikte på framtiden, att skapa Sveriges ledande aktör inom segmenten H1 verkar på.

Genom pågående nyemission och beslut att lista H1: aktien får vi bättre förutsättningar att växa genom förvärv vilket är en viktig del av vår tillväxtstrategi för de närmsta åren.

Jag är helt övertygad om att H1 har rätt medarbetare och rätt plan för att lyckas med sina mål gällande tillväxt och lönsamhet. H1 kommer att lyckas med sin ambition att bli bäst i Norden inom sin bransch.

Jag ser framför mig många spännande och utvecklande år för Bolaget och hälsar dig varmt välkommen som ny aktieägare i H1.



Jörgen Larsson
CEO/Verkställande Direktör
H1 Communication AB (publ)

ALLMÄN INFORMATION

Villkor i sammandrag

Emissionsbelopp (högst)	4 017 600 SEK
Kurs	6,20 SEK
Värdering (pre-money)	25 023 361 SEK
Antal emitterade aktier	648 000st B-aktier
Teckningsposter	1 000 aktier (6 200 SEK per post)
Anmälningstid	31 mars – 29 april 2008
Beräknad likviddag	9 maj 2007
Första dag för handel i H1-aktien	Månadsskiftet maj/juni
ISIN-kod	SE0002381558
Organisationsnummer	556730-0610
Kortnamn på Aktietorget	H1

4

Handel på AktieTorget

Bolaget har för avsikt att listas på AktieTorget första dag för handel beräknas till månadsskiftet maj/juni 2008. 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. 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 VPC-anslutna.



SAMMANFATTNING

Den följande sammanfattningen skall ses som en introduktion till Emissionsmemorandumet och innehåller inte nödvändigtvis all information, som kan vara av betydelse för att fatta ett investeringsbeslut i samband med den föreliggande nyemissionen i H1 Communication AB (H1). Potentiella investerare bör noggrant läsa hela Memorandumet, inklusive kapitlet "Riskfaktorer", innan de beslutar sig för att investera i den föreliggande nyemissionen i H1. Om en investerare väcker talan hänförligt till uppgifterna i Memorandumet vid domstol, kan investeraren bli tvungen att svara för kostnaderna för översättning av Memorandumet. En person får göras ansvarig för uppgifter i sammanfattningen, eller en översättning av denna, endast om sammanfattningen är vilseledande, felaktig eller oförenlig med de andra delarna i Memorandumet.

5

Verksamheten

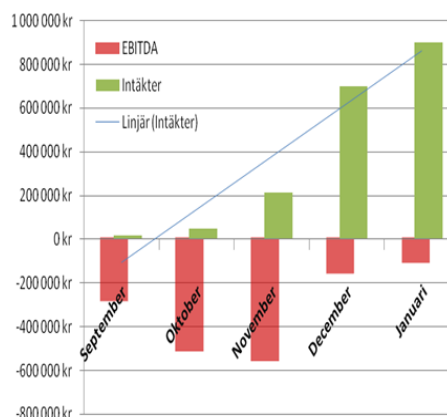
H1 är ett snabbväxande företag inom tjänstesektorn och är starkt positionerade för snabb och lönsam tillväxt. H1 har ett nordiskt perspektiv och är verksam inom CRM-området. Företaget erbjuder ett brett utbud av tjänster inom outsourcade ContactCenter lösningar.

H1 har ambitionen att vara den ledande aktören i Norden inom ContactCenter branschen, detta genom sin egen filosofi, unika metodik samt teknik som alltid ligger i framkant. Genom dessa tre områden gör H1 det möjligt för sina uppdragsgivare att i grunden förändra sin affärsverksamhet och åstadkomma enastående resultat. H1 skapar värden åt sina uppdragsgivare i form av ökad tillväxt, kostnadsreduktion, tillgänglighet samt en hög jämn kvalitet.

"H1 skapar värden åt sina uppdragsgivare i form av ökad tillväxt, kostnadsreduktion samt en hög jämn kvalitet"

Bolaget är relativt nystartat och grundades i augusti 2007. Förtaget har i dagsläget en aktiv produktionsenhet lokaliserad till Östersund samt försäljnings kontor lokaliserat till Stockholm. Totalt har H1 52 medarbetare per mars 2008, där merparten arbetar direkt med produktionen i Östersund. Omsättningen har ökat kraftigt sedan starten och H1 har redan över 40 uppdragsgivare i sin kundbas. EBITDA bedöms bli positivt från och med det andra kvartalet 2008.

■ Omsättning & EBITDA September 07 – Januari 08



■ Affärsidé

H1 erbjuder ett brett utbud av tjänster inom outsourcade ContactCenter lösningar som skall ge kunden högsta möjliga kvalitet och upplevt kundvärde på det mest effektiva sättet !

■ Mission

Idag skall vi vara bättre än igår.

■ Vision

H1 skall vara den ledande aktören i Norden inom ContactCenter branschen

■ Finansiella mål på lång sikt

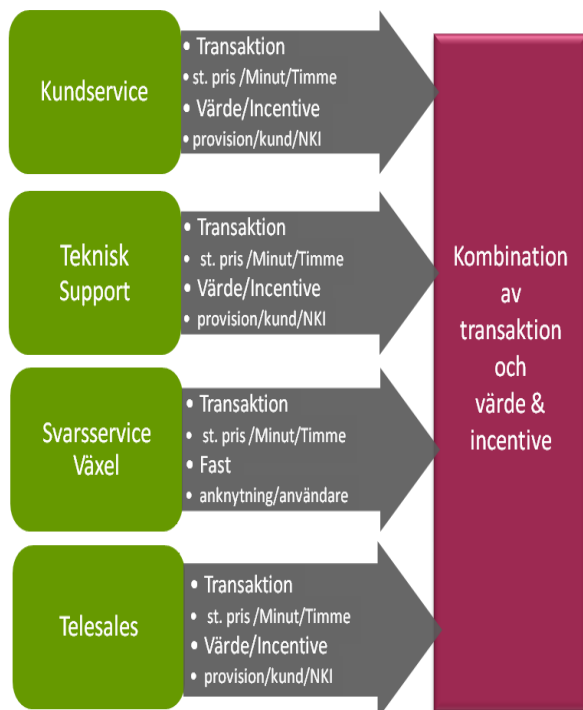
H1 har ambitionen att inom 5 år uppnå:

-300 MSEK i årlig omsättning

- EBITDA om 14 %

■ Tillväxtstrategi

H1 tillväxt skall ske organiskt och genom förvärv.



Tjänster och Intjäningsmodell

Bilden till vänster beskriver intäktsslöden gällande respektive tjänst som H1 erbjuder. Dessa flöden är representativa för ett typiskt affärsförhållande som H1 har med en uppdragsgivare. Värde och incentive i intjäningsmodellen kan exempelvis vara merförsäljning, winback, NKI resultat (nöjdhetsindex) eller baseras på en procentuell kostnadsreduktion.

H1:s tjänster möjliggör som regel följande fördelar för företag och organisationer.

- Kostnadsreduktion
- Ökad tillgänglighet
- Ökade servicenivåer
- Ökad försäljning
- Reducering av kundavhopp

Marknadspotential

Ett ContactCenter är en verksamhet som i allmänhet brukar definieras som en organisation vars primära syfte är att hantera kundrelationer på distans och som stöds av en avancerad IT struktur där telefonen är den huvudsakliga kommunikationskanalen. Traditionellt så har benämningen Callcenter används för denna typ av verksamhet men på senare år har utvecklingen gått mot användning av flera kanaler för kundkommunikation, som t.ex. e-post, och webb. ContactCenter är då det begrepp som används för att förtydliga och bäst beskriva verksamhet som hanterar kundkommunikation genom flera kanaler.



”Endast 20 % av den Svenska marknaden är i dagsläget outsourcad”

Källa: ISA (Invest in Sweden Agency) 2007

Enligt beräkningar gjorda av ISA så är det totala antalet personer som arbetar med tjänster relaterade till kundtjänst-/support verksamhet i Sverige cirka 60–70 000 personer. Om tjänsterna värderas på samma sätt som omsättningen för outsourcing företag visar, så innebär det att den totala marknaden har ett värde av cirka 50 miljarder svenska kronor enligt beräkningar gjorda 2007. McKinsey & Company bedömer i en rapport från 2007 att tillväxten i Norden för outsourcad ContactCenter verksamhet förväntas ligga på mellan 8-10 procent fram till 2011



Trender

Ledningen för H1 bedömer att de viktigaste marknadstrenderna utgörs av följande:

- Kundlojalitet, fokus på kundomsättning (Retention) och undvika kundtapp
- Merförsäljning & Korsförsäljning, fokus på att öka intäkten i befintliga kundstockar.
- Kostnadsreduktion
- Tillgänglighet

7

Finansiell utveckling

Bolaget har sedan starten haft en mycket god omsättningstillväxt. Tillväxten har skett organiskt och bolaget har idag över 40 uppdragsgivare i sin kundstock.

Framtidsutsikter

I och med den generella omsvängningen mot fullskaliga CRM ContactCenter så öppnas en stor marknad upp för outsourcing aktörer gällande så kallade inhouse verksamheter dvs. ej outsourcade verksamheter, dessa står för den absolut största marknadsandelen i dagsläget. Uppskattat värde gällande denna marknadsandel är cirka 40 miljarder svenska kronor att jämföra med andelen outsourcad verksamhet som i dagsläget uppskattas till cirka 10 miljarder i Sverige. Detta faktum innebär en mycket stor marknadspotential för H1 samt befintliga och nya outsourcing aktörer, både i nuläget och för framtiden.

H1 startade upp sin verksamhet i augusti 2007, produktionen startade i oktober samma år och har från den tidpunkten legat i en ständigt snabb tillväxt, det finns redan nu över 40 uppdragsgivare i H1:s kundbas. Bolaget har en mycket stark organisation med ett stort antal mycket erfarna och kompetenta nyckelpersoner. Dessa fakta gör att H1 är mycket strakt positionerade för en snabb och lönsam tillväxt. Bolaget förväntar sig därför en fortsatt god tillväxt och positiv lönsamhet under 2008 och efterföljande år.

Ledning

Jörgen Larsson	CEO/VD
Mona Lindqvist	COO/Operativ Chef
Magnus Larsson	CIO/IT Chef
Patric Huczowski	Personal- & Ekonomichef
Håkan Thorén	Sälj & Marknadschef
Stefan Rydén	WFM ansvarig

Styrelse

Tom Pripp	Ordförande
Göran Henriksson	Ledamot
Jörgen Larsson	Ledamot & CEO
Mona Lindqvist	Ledamot
Patric Huczowski	Ledamot

Ägare	Andel kapital/röster
Jörgen Larsson	18,58% / 18,73%
Happy Investments AB	12,64% / 12,74%
Aktiva Invest AB	12,39% / 12,49%
SamInvest AB	12,39% / 12,49%
Magnus Larsson	9,29% / 9,37%
Patric Huczowski	9,29% / 9,37%
Mona Lindqvist	7,43% / 7,49%
Håkan Thorén	7,43% / 7,49%
Stefan Ryden	7,43% / 7,49%
Personal/Övriga	3,12% / 2,34%

Revisor

Revisor: Tommy Bergendahl, BDO Nordic Stockholm AB

Bakgrund och Motiv

H1 Communication AB (H1) startade upp sin verksamhet i augusti 2007 och är följaktligen ett relativt nystartat företag men människorna bakom H1 är inte nya. De allra flesta medarbetarna har minst 7 års erfarenhet av att utveckla och leverera avancerad CRM i form av effektiva ContactCenter lösningar. Bolaget har haft en mycket snabb och bra start med en mycket god tillväxttakt. Det finns en mycket god efterfrågan på de tjänster som H1 tillhandahåller marknaden i dagsläget. H1 har ambitionen att skapa Nordens ledande företag inom CRM/ContactCenter branschen, en första fas i denna vision är att bli ledande i Sverige.



H1 har idag behov av ytterligare kapital för att säkerställa snabb tillväxt och ökade marknadsandelar det närmste året. De satsningar som redan är gjorda har genererat goda resultat i form av att bolaget till dags dato redan har över 40 intäktsgenererande kunder i sin kundbas. Emissionslikviden skall i första hand användas till en fortsatt tillväxt av verksamheten i Sverige genom delfinansiering av eventuella förvärv och utökning av befintlig produktion samt för att säkerställa uthålligheten i företagets marknadsbearbetning.

Motiven till att lista Bolagets aktier på Aktietorget är flera. Styrelsen anser att listningen kommer att öka den generella kännedomen om H1 och att detta kommer att vara positivt för Bolaget vid eventuella framtida förvärv, vilket är en del av H1:s tillväxtstrategi de närmsta åren. En ökad kännedom främjar även Bolagets relationer gentemot kreditinstitut och presumtiva affärspartners. Styrelsens bedömning är också att det blir lättare att attrahera presumtiva kunder och personal då Bolaget är mer välkänt. Listningen kommer även generera ökade möjligheter och bättre förutsättningar för Bolaget att i framtiden vid behov anskaffa eget kapital för vidare expansion. I och med listningen skapas också en mer likvid aktie vilket är positivt både för nuvarande och framtida aktieägare. Listningen möjliggör också för H1:s samtliga medarbetare att kunna anskaffa aktier och delägarskap i Bolaget.

Risker

Allt företagande och ägande av aktier är förenat med risktagande och i detta fall utgör H1 inget undantag. Bolaget och dess verksamhet måste analyseras mot bakgrund av de risker och svårigheter som Bolaget kan ställas inför. De som överväger att investera i H1 bör ta hänsyn till de risker som är förenade med Bolagets verksamhet och aktier. Se avsnittet "Riskfaktorer" i detta

Emissionsmemorandum för en mer detaljerad redogörelse av risker.

Uttalanden om framtiden

Detta Emissionsmemorandum innehåller uttalanden av framåtriktad karaktär som återspeglar styrelsens nuvarande bedömning avseende framtida händelser och finansiell utveckling. Även om styrelsen anser att de förväntningar som återges i framåtriktade uttalanden är rimliga, kan inga garantier lämnas att dessa förväntningar kommer att infrias. Framåtriktade uttalanden uttrycker endast Bolagets bedömningar och antaganden vid tidpunkten för Emissionsmemorandumet. Läsaren uppmanas att ta del av den samlade informationen i Emissionsmemorandumet och samtidigt ha i åtanke att framtida resultat, utveckling eller framgångar kan komma att skilja sig väsentligt från Bolagets beräkningar. Bolaget gör inga förpliktelser att offentligt uppdatera eller revidera framåtriktade uttalanden till följd av ny information, framtida händelser eller annat utöver vad som krävs enligt lag och enligt AktieTorgets regelverk.

Branschfakta och information från tredje part

Detta Emissionsmemorandum innehåller information om branschen H1 verkar i, inklusive historiska marknadsdata och branschprognoser. Denna information är hämtad från ett flertal källor, exempelvis från branschpublikationer, undersökningar från tredje part och allmänt tillgänglig information. Såvitt Bolaget och styrelsen känner till och försäkrar, genom jämförelse med annan information som offentliggjorts, har inga uppgifter utelämnats som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande. Styrelsen och de ledande befattningshavarna garanterar att informationen är korrekt återgiven. Branschprognoser är till sin natur vidhäftade med stor osäkerhet och ingen garanti kan lämnas att sådana prognoser kommer att infrias.



RISKFAKTORER

Allt företagande och ägande av aktier är förenat med risktagande och i detta fall utgör H1 Communication inget undantag. Likaväl som värdet på en aktie kan stiga så kan det falla. Kurs- och volymsvängningar är vanliga på aktiemarknaden. Det är inte alltid som sådana svängningar har samband med eller är i proportion till företagets resultat. En investering i ett litet och nystartat företag som befinner sig i en så pass tidig utvecklingsfas som H1 är utöver den allmänna risken för värdeminskning förenat med särskilda risker. Flera riskfaktorer kan komma att påverka bolaget. Några av de faktorer som kan få betydelse för Bolagets framtida verksamhet, resultat och finansiella ställning anges nedan. Redovisningen är inte uttömmande. Även andra faktorer kan komma att påverka bolaget. Ett beslut att investera i Bolaget måste därför tas inte bara med beaktande av de redovisade riskfaktorerna utan med hänsyn till övrig information i prospektet och en allmän omvärldsbedömning. Den nedanstående redovisningen av riskfaktorer gör ej anspråk på fullständighet, ej heller är riskerna rangordnade efter grad av betydelse.

9

Verksamhets- och branschrelaterade risker

Kort verksamhetshistorik

Bolaget har en kort verksamhetshistorik. Intäkterna är i dagsläget relativt små och det kan inte förutsägas om och när Bolaget kommer att generera tillräckliga intäkter för det framtida kapitalbehovet. Bolaget har för sin finansiering varit beroende av att tillföra externt kapital.

Konjunkturkänslighet

Likt andra branscher är Bolaget beroende av den allmänna konjunkturen. Vid en nedgång i konjunkturen kan det inte uteslutas att de tjänster som H1 tillhandahåller drabbas av en minskad efterfrågan.

Konkurrens på marknaden

Bolaget är verksamt inom en befintlig och konkurrensutsatt bransch. Bolaget kommer att konkurrera med redan etablerade företag som i dagsläget har mer omfattande ekonomiska resurser. Många av konkurrenterna är inarbetade och kan förmodas ha fördelar av kundernas lojalitet. Dessa konkurrenter är företag som riktar sig till samma målgrupper som Bolaget och det finns ingen garanti att presumtiva kunder kommer att föredra Bolagets tjänster framför de redan etablerade företagens tjänster.

Tillväxt

Både verksamheten och antalet anställda planeras växa snabbt. Detta ställer stora krav på ledningen och infrastrukturen i Bolaget. I

takt med att verksamheten växer och personal rekryteras är det väsentligt för Bolaget att ha effektiva modeller för ledning och planering.

Beroende av enskilda kunder

Bolaget har i dagsläget ett fåtal stora kunder. Skulle dessa välja att avsluta sina affärer med Bolaget kan det, åtminstone kortsiktigt, ha en negativ inverkan på Bolagets omsättning, resultat och finansiella ställning.

Beroende av nyckelpersoner

Bolagets framtida framgång beror delvis på vissa nyckelpersoner inom bolaget. Skulle dessa nyckelpersoner välja att lämna H1 kan det, åtminstone kortsiktigt, få en negativ inverkan på verksamheten.

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 ytterligare en emission 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 Erbjudande.

Ägareförhållanden

De sju största ägarna i Bolaget kontrollerar cirka 75 procent av Bolaget innan Erbjudandet och cirka 71 procent av Bolaget efter Erbjudandet, givet att alla aktier tecknas. Denna koncentration av ägandet kan vara till nackdel för övriga aktieägare om dessa har andra intressen än de sju största ägarna. Det finns en risk att aktiekursen kan komma att påverkas negativt eftersom somliga investerare ser nackdelar med att äga aktier i företag med en stark ägarkoncentration.

Handel på AktieTorget

Det har inte förekommit någon officiell handel i Bolagets aktier före listningen. Bolaget har för avsikt att listas på AktieTorget första dag för handel beräknas till månadsskiftet maj/juni 2008. Det är emellertid inte möjligt att förutse i vilken utsträckning investerarnas intresse i Bolaget leder till en aktiv handel i aktien eller hur handeln med aktien kommer att fungera framgent. Om en aktiv och likvid handel inte utvecklas, eller inte är varaktig, kan det innebära svårigheter för innehavarna att sälja sina aktier vid önskad tidpunkt.

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 VPC-anslutna eller kunder hos annan central värdepappersförvarare. 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 volym fluktuationer som inte alltid är relaterade eller proportionerliga till det operativa utfallet hos enskilda bolag.



Finansiella risker

Bolaget utsätts genom sin verksamhet för finansiella risker såsom marknadsrisk (inkl. ränterisk och prisrisk), kreditrisk och likviditetsrisk. Bolagets övergripande riskhanteringspolicy är att eftersträva minimala ogynnsamma effekter på finansiellt resultat och ställning.

Bolagets mål avseende kapitalstruktur är att trygga förmågan att fortsätta verksamheten för att kunna generera avkastning till aktieägarna och nytta till andra intressenter samt att kapitalstrukturen är optimal med hänsyn till kostnaden för kapitalet. Utdelning till aktieägarna, utfärdande av nya aktier eller försäljning av tillgångar är exempel på åtgärder som Bolaget kan använda sig av för att justera kapitalstrukturen



INBJUDAN TILL TECKNING AV AKTIER I H1 COMMUNICATION AB (publ)

H1 Communication AB (publ) 556730-0610 inbjuder härmed institutionella investerare och allmänheten att teckna aktier i Bolaget, i enlighet med villkoren i detta memorandum. Syftet med den nu aktuella kapitalanskaffningen är att kapitalisera Bolaget och stärka balansräkningen inför kommande expansion och organiska tillväxt.

11

Styrelsen i H1 Communication har den 24 februari 2008, genom extra bolagsstämmans bemyndigande den 1:a februari 2008, beslutat om emission av aktier utan företräde för Bolagets aktieägare. Emissionen uppgår till totalt 648 000 B-aktier endera med ett kvotvärde om 0,33 SEK, och ökar aktiekapitalet med 213 840 SEK till totalt 1 559 182 SEK

Motivet för avvikelser från aktieägarnas företrädesrätt är att uppnå en ökad ägarspridning av aktierna inför anslutning till AktieTorget.

Aktiekapitalet kommer vid fullteckning i nyemissionen att uppgå till 1 559 182 SEK fördelat på 4 684 026 aktier, varav 4 000 008 A-aktier och 684 018 B-aktier

Teckningskursen är 6,20 kr, vilket innebär att Bolaget vid fullteckning tillförs 4 017 600 SEK före emissionskostnader, vilka beräknas uppgå till cirka 300 000 SEK. Aktierna tecknas i poster om 1 000 aktier.

Huvudaktieägarna har för avsikt att fortsätta verka aktivt i Bolaget och långsiktigt kvarstå som ägare i Bolaget. För ytterligare information hänvisas till detta Emissionsmemorandum, vilket har upprättats av styrelsen med anledning av Erbjudandet samt anslutningen av Bolagets aktier till AktieTorget.

Styrelsen försäkrar att den har vidtagit alla rimliga försiktighetsåtgärder för att säkerställa att uppgifterna i dokumentet, såvitt styrelsen vet, överensstämmer med de faktiska förhållandena och att ingenting är utelämnat som skulle kunna påverka dess innebörd.

Första dag för handel på AktieTorget beräknas vara den månadsskiftet maj/juni 2008.

Östersund den 29 februari 2008

Styrelsen

H1 Communication AB (publ)



MOTIV OCH BAKGRUND

12

H1 Communication AB (H1) startade upp sin verksamhet i augusti 2007 och är följaktligen ett relativt nystartat företag men människorna bakom H1 är inte nya. De allra flesta medarbetarna har minst 7 års erfarenhet att utveckla och leverera avancerad CRM i form av effektiva ContactCenter lösningar. Bolaget har haft en mycket snabb och bra start med en mycket god tillväxttakt. Det finns en mycket god efterfrågan på de tjänster som H1 tillhandahåller marknaden i dagsläget. H1 har ambitionen att skapa Nordens ledande företag inom CRM/ContactCenter branschen, en första fas i denna vision är att bli ledande i Sverige.

H1 har idag behov av ytterligare kapital för att säkerställa snabb tillväxt och ökade marknadsandelar det närmaste året. De satsningar som redan är gjorda har genererat goda resultat i form av att bolaget till dags dato redan har över 40 intäktsgenererande kunder i sin kundbas. Emissionslikviden skall i första hand användas till att fortsatt tillväxt av verksamheten i Sverige genom delfinansiering av eventuella förvärv och utökning av befintlig produktion samt för att säkerställa uthålligheten i företagets marknadsbearbetning.

Det är H1:s mening att om emissionen fulltecknas kommer Bolaget disponera tillräckligt med likvida medel för att täcka rörelsekapitalbehovet de närmsta 12 månaderna. Skulle nuvarande emission inte bli fulltecknad finns risk att bolaget utvecklas i en långsammare takt än beräknat. Om ytterligare kapitalbehov skulle uppkomma kan det bli aktuellt med ytterligare en nyemission under denna tidsperiod. Ett eventuellt sådant kapitalbehov skulle då i första hand härledas till eventuella framtida förvärv.

Motiven till att lista Bolagets aktier på Aktietorget är flera. Styrelsen anser att listningen kommer att öka den generella kännedomen om H1 och att detta kommer att vara positivt för Bolaget vid eventuella framtida förvärv, vilket är en del av H1:s tillväxtstrategi de närmsta åren. En ökad kännedom främjar även Bolagets relationer gentemot kreditinstitut och presumtiva affärspartners. Styrelsens bedömning är också att det blir lättare att attrahera presumtiva kunder och personal då Bolaget är mer välkänt. Listningen kommer även generera ökade möjligheter och bättre förutsättningar för Bolaget att i framtiden vid behov anskaffa eget kapital för vidare expansion. I och med listningen skapas också en mer likvid aktie vilket är positivt både för nuvarande och framtida aktieägare. Listningen möjliggör också för H1:s samtliga medarbetare att kunna anskaffa aktier och delägarskap i Bolaget.

Styrelsen för H1 är ansvarig för den information som lämnas i Emissionsmemorandumet. Härmed försäkras att styrelsen har vidtagit alla rimliga försiktighetsåtgärder för att säkerställa att uppgifterna i Emissionsmemorandumet, såvitt styrelsen känner till, överensstämmer med faktiska förhållanden och att ingenting är utelämnat som skulle kunna påverka dess innebörd.

Östersund den 29 februari 2008

H1 Communication AB (publ)

Styrelsen

Tom Pripp	Styrelseordförande
Jörgen Larsson	Styrelseledamot
Göran Henriksson	Styrelseledamot
Mona Lindqvist	Styrelseledamot
Patric Huczkowski	Styrelseledamot



VILLKOR OCH ANVISNINGAR

Styrelsen i H1 Communication AB (publ) beslutade den 24 februari 2008, i enlighet med bolagsstämans bemyndigande av den 1:a februari 2007, om en nyemission av aktier utan företräde för Bolagets aktieägare. Nedan anges villkor och anvisningar för Erbjudandet.

Erbjudandet

Allmänheten erbjuds att teckna aktier i H1 om sammanlagt högst 648 000 B-aktier om vardera ett kvotvärde om cirka 33 öre per aktie. Vid full teckning kommer H1 att tillföras 4 017 600 SEK

Teckningskurs

Teckningskursen är 6,20 kronor per aktie. Courtage utgår ej.

Företrädesrätt

Emissionen genomförs utan företrädesrätt för befintliga aktieägare.

Anmälningssedel

Anmälan om teckning kan göras mellan den 31 mars – 29 april 2008.

Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga den tid under vilken anmälan kan ske.

Anmälan

Anmälningssedel finns att hämta på www.h1.se. Anmälan om teckning skall avse en eller flera teckningsposter om vardera 1 000 aktier och skall ske på anmälningssedeln enligt fastställt formulär. Anmälningssedeln skickas eller lämnas korrekt ifylld så att den är Aqurat Fondkommission tillhanda senast kl 15.00 den 29 april 2008.

Ifylld anmälningssedel skall skickas eller lämnas till:

Aqurat Fondkommission AB

Ärende: H1

Box 702

182 17 DANDERYD

Besöksadress: Klubbvägen 5 12tr

Telefon: 08 – 544 987 55

Fax: 08 - 544 987 59

Endast en anmälan per person kommer att beaktas. Om fler anmälningssedlar skickas in

kommer endast den senast inkomna anmälningssedeln att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på anmälan förtryckta texten. Anmälan är bindande. Ytterligare anmälningssedlar kan beställas från Aqurat Fondkommission på telefon enligt ovan.

Tilldelning

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen i H1. Vid tilldelning eftersträvas en erforderlig spridning av ägandet för att skapa förutsättningar för en regelbunden och likvid handel med Bolagets aktier. Vid överteckning beslutar styrelsen i H1 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 anmälningstiden anmälningssedeln lämnas.

Besked om tilldelning

Så snart tilldelning fastställts skickas avräkningsnota till dem som erhållit tilldelning, vilket beräknas ske omkring den 3 maj 2008. De som ej erhållit tilldelning får inget meddelande.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas kontant senast den 9 maj 2008. Om full betalning inte erläggs i rätt tid kan tilldelade aktier komma att överlåtas till annan eller säljas. Skulle försäljningspriset vid en sådan överlåtelse eller försäljning vara lägre än teckningskursen i denna emission kan den som först erhöll tilldelning av aktierna komma att få erlagga mellanskillnaden.

Erhållande av aktier

H1 är anslutet till VPC AB:s kontobaserade värdepapperssystem. När betalning erlagts



och registrerats kommer aktierna att levereras till det VP-konto eller den depå som angetts på anmälningssedeln. Därefter kommer VPC att utsända en avi som bekräftelse på att inbokningen av aktierna skett på köparens VP-konto. För de som på anmälningssedeln angivit depå hos bank eller annan förvaltare sker leverans av aktier till respektive förvaltare och bokning av aktier på depån sker enligt förvaltarens egna rutiner.

14

Rätt till utdelning

Samtliga aktier i Bolaget har lika rätt till utdelning. De nya aktierna medför rätt till utdelning från och med verksamhetsåret 2008. Den som på fastställd avstämningsdag är iförd den av VPC förda aktieboken skall anses behörig att mottaga utdelning och vid fondemission ny aktie som tillkommer aktieägare samt att utöva aktieägaren företrädesrätt att delta i emission. I det fall någon aktieägare inte kan nås genom VPC (eller motsvarande) kvarstår dennes fordran på utdelningsbeloppet mot och begränsas endast genom regler om preskription. Vid preskription tillfaller utdelningsbeloppet bolaget. Det föreligger inga restriktioner för utdelning eller särskilda förfaranden för aktieägare bosatta utanför Sverige och utbetalning sker via VPC (eller motsvarande) på samma sätt som för aktieägare bosatta i Sverige. För aktieägare som inte är skatterättsligt hemmahörande i Sverige utgår dock normal svensk kupongskatt.

Villkor för fullföljandet

Styrelsen förbehåller sig rätten att helt eller delvis återkalla erbjudandet i de fall omständigheter uppstår som gör att

tidpunkten för ny emissionen bedöms olämplig. Omständigheter kan till exempel vara av ekonomisk finansiell eller politisk art samt om emissionsbeloppet ej uppgår till minst 2 000 000 SEK och att Bolaget efter nyemission inte uppnått minst 200 aktieägare.

Offentliggörande av utfallet

Snarast möjligt efter att teckningstiden avslutas och senast den 3 maj 2008 kommer Bolaget att offentliggöra utfallet i emissionen. Offentliggörandet kommer att ske genom pressmeddelande och finnas tillgängligt på Bolagets hemsida.

Handel på AktieTorget

Bolaget har för avsikt att listas på AktieTorget. Första handelsdag är beräknad till månadsskiftet maj/juni 2008. Handelsbeteckningen kommer att vara H1. H1-aktiens ISIN-kod är SE0002381558. En handelspost uppgår till 500 aktier.

Handel i aktien

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 VPC-anlutna.





FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG

Bolagets första årsredovisning kommer att upprättas per den 31 augusti 2008.

Nyckeltalen redovisade nedan gäller en relativt kort period och kan vara egala för bedömningen av Bolagets framtida ekonomiska och finansiella ställning då Bolagets verksamhet nyligen påbörjats.

Nyckeltal för bolaget 2007-05-18 – 2008-01-31

15

Resultat	Januari 2008	Maj 2007 – januari 2008
TSEK		
Nettoomsättning	902	1 887
Bruttoresultat (GP)	336	71
EBITDA	-115	-1 641
Periodens resultat	-157	-1 800
Marginaler %		
Bruttomarginal (GM)	37,5%	3,7 %
EBITDA marginal	neg	neg
Vinstmarginal	neg	neg
Avkastningsmått		
Avkastning på sysselsatt kapital	neg	neg
Avkastning på eget kapital	neg	neg
Finansiell ställning		
Balansomslutning	5 195	5 195
Eget kapital	2 200	2 200
Soliditet	42 %	42 %
Per aktie		
Eget kapital per aktie (SEK)	1,65	1,65
Resultat per aktie	neg	neg
Antal aktier (1000 tal)	1 333	1 333
Anställda/FTE		
Medel antal anställda	38,0	24,0
Medelantal FTE	29,5	19,6

DEFINITIONER AV NYCKELTAL

Bruttoresultat, Bruttomarginal

Rörelseresultat efter direkta personalkostnader i produktion dividerat med nettoomsättningen.

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 skatt 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

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

FTE (Full Time Employees)

Antal anställda omräknad till årsarbeten vid periodens början och antal anställda vid periodens slut.

Medelantalet FTE

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





DEFINITIONER AV BEGREPP

Nedan följer definitioner av bransch specifika begrepp som används i detta memorandum.

Blending

När man blandar olika media med samma personal, kan vara både inbound och outbound

Benchmark

Prestanda jämförelse, kan vara internt men även jämförelse mellan en eller flera parter

Call Center

Se Contact Center

Callback

Kund behåller sin plats i kön men väljer själv att bli uppringd istället

Chatt

Samtal via Internet som är mellan minst två parter

Churn

Bortfall av kunder

Contact Center

Sköter kontakterna med kunderna, främst genom telefon, men ofta även via brev, fax, email, sms, webb

CRM

Customer Relationship Management - Kundvård

CTI

Computer Telephony Integration dvs. datorstödd telefoni

First line

Första linjen Support

First Time Resolution (FTR)

Lösningsgrad vid första kundkontakt

Inbound

Inkommande kommunikation dvs. när kund kontaktar företaget via telefon, mail, sms etc.

Interactive Voice Response (IVR)

Talsvarssystem

Ip-telefoni

Telefoni med Internet teknik

NKI Nöjd Kund Index

En mätning som påvisar hur nöjd man är med verksamheten i dess helhet, hur väl verksamheten uppfyller ens förväntningar, hur verksamheten är jämfört med en ideal sådan.

TM Telemarketing

Att via outbound hjälpa företag med att stärka/ utöka samt skapa nya relationer.

On-Boarding

Utgående välkomstsamtal

Outbound

Benämningen används gällande utgående kommunikation dvs. när företaget kontaktar sina kunder alternativt presumtiva kunder, manuell eller med automatik via telefon, e-mail, sms etc.

OPC

Operativ lednings central

Overflow

En del av volym

Retention

Bevarande, kvarhållande, kundlojalitet

WFM

Work Force Management

TLC

Trafiklednings central



”Nöjda kunder är lojala och lönsamma kunder”

18

VARFÖR FÖRLORAR MAN KUNDER OCH VAD DRIVER KUNDLOJALITET.

När det gäller en kundlojalitet så är det vitalt för organisationer och företag att förstå varför en kund vill stanna och varför de lämnar. Om man förstår detta kan företag öka sin kundlojalitet, reducera avhopp och öka sin lönsamhet. Kom ihåg det är många gånger dyrare att skaffa en ny kund än att behålla en befintlig.

Känslor spelar en större roll än pris när en kund beslutar sig för att hoppa av och dålig kundservice/support är oftast den största orsaken till negativa känslor som motiverar kunden att hoppa av. På dagens fria marknad kan kunderna generellt få tillgång till likande produkter och tjänster till ungefär samma priser från en rad olika lokala och globala leverantörer. Så varför stanna hos en leverantör som levererar en dålig service? En undersökning visade att i 83 procent av kundavhoppen låg en enskild händelse bakom beslutet att avsluta affärsförhållandet och att känsla var en kritisk faktor.

Affärsrelationer avslutas helt enkelt i de allra flesta fall på grund av att kunden känner sig felbehandlad eller ignorerad på något sätt. Management tror oftast att orsaken är pris/konkurrens, vilket det självklart är i vissa fall men den vanligaste orsaken är att kunden upplevt att han eller hon inte är viktig. När kunden exempelvis försöker få kontakt med företaget genom att skickar brev, mail, via webb eller ringer så är det långa väntetider i telefonkö, långa svarstider gällande mail/brev och i många fall får man inte svar eller hjälp alls.

I undersökningar där kunderna själva får svara så är det ungefär ett genomsnitt på 74 procent av respondenterna som nämner dålig kundservice/support som orsak till att man valt att avsluta sin affärsrelation endast cirka 14 procent nämner produkten eller tjänsten i sig som orsak. När samma frågor ställs till ansvariga inom företag så svarar 49 procent av respondenterna att pris är den största orsaken till kundavhopp, endast 22 procent nämner kundservice/support som orsak. Detta glapp mellan kunders uppfattning kontra de ansvariga på företagen är anmärkningsvärt stort och ger självklart en stor konkurrensfördel för de företag som förstår vikten av kundservice/support funktionen i företagets totala strategier.

**”Om återköpsgraden ökar med 5 %
så ökar vinsten med 35-95%”***

*Källa: Elling, Jesper & Jörgensen Stig ”Vägen till lojala kunder”
Stig Jörgensen & Partners A/S, 2007

Mycket forskning bekräftar också att kundservice/support är den främsta variabeln gällande kundlojalitet. I *Excelling in the 1990s: CEO Perspectives* skriven av R.P. Cooley, konstaterar Cooley att så många som 68 procent av kundavhopp är relaterat till kundserviceproblem, ofta på grund av att kunden upplever en känsla av obetydlighet och att detta leder till att kunden avslutar sin relation till företaget eller organisationen.



Andledning till kundavhopp



”68 % Lämnar för att man upplevt en attityd av likgiltighet av hur man blivit bemött”

19

Källa *Excelling in the 1990:s: CEO perspectives by RP Cooley*

En ny undersökning utförd 2007 av Genesys Telecommunications Labs indikerar ett starkt samband mellan kundlojalitet och en kunds upplevelse av Contactcenters. Undersökningen bestod av 30 frågor och bygger på svar från över 3 400 konsumenter i Europa, Asien och USA som har haft kontakt med ett contactcenter under de senaste 12 månaderna, via telefon, e-post, SMS eller Web-Chat. Respondenterna var 18 år eller äldre och representerade ett nationellt tvärsnitt av konsumenter i termer av ålder, kön och geografiskt område.

Två betydelsefulla resultat från undersökningen avslöjade att 75 % av konsumenterna som deltog i undersökningen World-Wide uttryckte att de skulle göra affärer med ett företag baserat på en bra upplevelse i företagets contactcenter, och 50 % hävdade att dom undvikit att göra affär med ett specifikt företag delvis eller helt på grund av det specifika företagets dåliga kundservice.

I undersökningen konstateras också att ett contactcenter i regel har betraktas som en resurs som svarar mot kundernas servicebehov. Men nu är det viktigt att börja nyttja contactcenter mer effektivt i det proaktiva relationsbyggandet med kunderna. 94 % av konsumenterna i undersökningen har angett att de skulle vilja ha en proaktiv

kommunikation med företagen. Vidare konstateras att konsumenterna i ökande grad föredrar att kommunicera med hjälp av ny teknologi och värdesätter tillgång till flera kommunikationskanaler men vill samtidigt inte känna sig hänvisade till självbetjäningssystem. Företag som övergår till självbetjäning i för stor skala riskerar att förlora sina kunder och minska sin avkastning, samt att gå miste om möjligheterna till att engagera sina kunder genom mänsklig interaktion.

Slutligen konstateras att det fortfarande finns stora potentialer att förbättra contactcenters kärnverksamhet. Vanliga orsaker till frustration hos konsumenterna är problem som långa väntetider och många vidarekopplingar för att kunden ska få hjälp och lösning med sitt problem. Sammanfattningsvis menar man i rapporten att i dagens konkurrens kan ett företag bara bli framgångsrikt om det kommer till rätta med huvudorsakerna till konsumenternas frustration i förhållande till contactcenter, om man använder nya kommunikationskanaler på ett intelligent sätt för att förbättra kundservicen och på samma gång minimera driftskostnaderna samt tar varje tillfälle att ge kunderna en kraftfull upplevelse av kontakten med contactcenters



Sammanfattade resultat från konsumenter i Sverige visar att:

Upplevelsen av contactcenter är nyckeln till kundlojalitet

- 80 % av undersökta konsumenter säger sig vara villiga att göra affär med företaget på basis av upplevelsen i kontakten med contactcenters.
- 40 % av konsumenterna säger att kundtjänsten har mest inverkan på deras lojalitet gentemot ett företag.

Konsumenterna värdesätter proaktiv kommunikation

- 89 % av konsumenterna skulle ha en mer positiv attityd gentemot ett företag efter ett samtal där man tackar för att de har handlat med företaget eller där de tillfrågas om hur nöjda de är. Endast 23 % av de undersökta har fått ett sådant samtal från ett företag
- 94 % av konsumenterna skulle vilja få proaktiv information från företaget om leveranser och/eller produkter och tjänster som skulle kunna intressera dem.

”Konsumenterna är i ökande grad intresserade av att använda nya kommunikationskanaler.”

Konsumenterna vill få erbjudanden om korsförsäljning

- 90 % av de undersökta konsumenterna sa att de skulle välkomna merinformation om företagets övriga produkter och tjänster och är positiva till kors/merförsäljning erbjudande, därav skulle 97 % vilja få proaktiv information via telefon, e-post eller SMS.

Konsumenterna vill i ökande grad kommunicera via e-post

- 89 % vill ha möjlighet att kommunicera via e-post med sin leverantör och 47 % säger att e-post är den kommunikationskanal man föredrar.
- 21 % förväntar sig ett svarsmeddelande inom 60 minuter att jämföra med 2003 då endast 6 % förväntade sig detta. 51 % förväntar sig svar inom 24 timmar.
- 95 % använder ett företags Webbsida när man söker kontaktinformation

Konsumenterna föredrar i ökande grad SMS och Chatt

- 15 % skulle vilja ha möjlighet att chatta över internet istället för att prata via telefon.
- 20 % skulle föredra att kommunicera via SMS med sin leverantör

Långa väntetider och vidarekopplingar är grund för frustration

- 70 % känner sig frustrerade över långa väntetider
- 85 % av konsumenterna skulle föredra att bli uppringda inom 10 minuter framför att sitta och vänta i telefonkö.
- 78 % av konsumenterna skulle vilja ha möjlighet att välja att bli uppringda om väntetiden blir för lång.
- 56 % känner frustration över oartiga och ovänliga agenter i callcentret
- 53 % känner frustration över IVR-tjänster med för många eller felaktiga alternativ.

Källa: Genesys Global Consumer Survey 2007 och ICMI:s Customer Management Insight September 2007



”Outsourcing skapar frihet och framgång”

21

VARFÖR OUTSOURCA?

Att outsourcing av CRM funktioner fungerar mycket bra visar en studie gjord av Duke universitet i USA gällande 100 större företag i USA, som samtliga låg på Fortune 500 listan. Studien påvisade att den stora majoriteten av företag hade mycket bra erfarenhet av sina outsourcade uppdrag. En sådan stor andel som 72 procent av företagen sa att deras implementationer mötte deras förväntade mål gällande besparingar.

”72 % av företagen är mycket nöjda”

Källa: Duke University 2007

Generellt är outsourcing även en viktig källa för att säkra kunskapsuppbyggnaden i enskilda företag och en avgörande faktor för att säkra företagets konkurrenskraft och tillväxt. Detta är slutsatser som Ali Yakhlef professor i företagsekonomi vid Stockholms universitet gör i en studie gällande outsourcing och organisatoriskt lärande. Ett talande exempel i hans studie är Toyotas inställning till outsourcing, deras princip är att mobilisera de bästa i världen för att producera de bästa bilarna. Företaget har inte råd eller tid att lära sig vad de bästa komponenttillverkarna redan kan så därför väljer de helt enkelt outsourcing alternativet.



Outsourcing aktörer inom CRM området har i allmänhet mycket bra processer för att hantera och hjälpa sina uppdragsgivare att strategiskt reducera sina kostnader, men branschen som helhet måste förbättra sin förmåga att leverera outsourcing lösningar även som ett bra alternativ gällande ökade intäkter och retention.



De sistnämnda faktorerna spelar en mycket stor och viktig roll på dagens marknad då konkurrenssituationen för de allra flesta företag kraftigt har förändrats då utbud och tillgänglighet gällande varor och tjänster är enorm för slutkonsumenten.

När ett företag eller organisation väljer att outsourca så är det viktigt att slå fast en klar strategi och sätta tydliga mål för varje av nedanstående delområde som skall outsourcas. Att göra detta understödjer företag och organisationer att ta intelligenta beslut och skall ha som mål att maximera utfallet i relationen med sin outsourcing partner.

På senare år har fem konkreta och betydelsefulla faktorer för outsourcing gällande CRM funktioner framträtt.



De fem främsta anledningarna för att outsourca sin kundtjänst/support är:

1. Kostnadsreduktion

Reducering av kostnaden är fortfarande den främsta anledningen att organisationer väljer att outsourca. I princip samtliga företag i undersökningen nämner kostnadsreduktion som den primära anledningen. Enligt branschanalys företaget Gartner Group är det så mycket som 80 procent av företag som nämner kostnadsreduktion som den främsta anledningen för outsourcing. Duke universitets studie visar att 63 av respondenterna nådde över 30 % i årliga besparingar 14% rapporterade besparingar på över 50%. Resultaten matchade företagets förväntningar där 88 % förväntade sig en kostnadsreduktion på över 20 % gällande sin outsourcing och 55 % förväntade sig besparingar på över 30 %.

2. Merförsäljning/Korsförsäljning

Utringande säljsamtal kan fel använt vara störande och kan i förlängningen skada ett företags kundrelationer. Inringande samtal är däremot många gånger ett kraftfullt och produktivt sätt att generera intäkter. Företag nyttjar många gånger inte den stora potential gällande intäkter som finns i all den inkommande kundkommunikationen genom att inte ha en strukturerad och planerad merförsäljning/korsförsäljnings strategi. Den finansiella sektorn är överraskande mycket väl utvecklad när det kommer till att nyttja möjligheterna gällande merförsäljning och korsförsäljning på inringande samtal från sina kunder. Analysföretaget IDC har i sina undersökningar kommit fram till att den finansiella sektorn spenderade 3,3 miljarder dollar gällande outsourcing och bedömer att den genomsnittliga tillväxten de närmast följande fem åren kommer ligga på ca 5,5% per år. Inte bara av anledningen att outsourcing generellt blir mer brukligt inom den finansiella sektorn utan även för att de

mest lönsamma merförsäljnings kampanjerna genereras från denna sektor. Ett exempel som lyfts fram från USA är en av världens ledande banker som beslutade sig för att outsourca för att möta tre primära mål: generera ytterligare intäkter gällande sina försäljningskampanjer, hitta mer försäljningsmöjligheter för sitt ökande tjänsteutbud samt för att hantera kundfrågor relaterade till kreditkort. Företaget lyckades att möta sina uppsatta mål med stor framgång. Några exempel på framgången var: ytterligare merförsäljning på 50 miljoner dollar, rankade som nummer ett gällande sin service och detta genererade enligt deras egna bedömningar extra intäkter på 600 miljoner dollar.

3. Retention

En mycket underskattad fördel är att outsourcad kundrelationshantering är förmågan att generera hög retention. Kombinationen av strukturerade och välplanerade program, rätt CRM agenter samt rätt timing kan leda till en dramatisk ökning gällande retention siffror. Alla kundinteraktioner är en möjlighet att höja nöjdhet och retention. Rätt outsourcad kundtjänst kan behålla intäkter genom att vända ett uppsägningssamtal och behålla kunden. En välutvecklad retentionmetodik med en kombination av specialtränade CRM agenter och anpassade retentionerbjudanden ger alltid goda resultat i alla företags arbete med retention och kundlojalitet. Företag inom tidningsbranschen lämnar ofta mycket förmånliga introduktionserbjudanden gällande prenumerationer på dagstidningar och månadsmagasin. Dessa företag är sedan mycket beroende av en bra kundservice och retentionsstrategi för att säkerställa att kunderna fortsätter sina prenumerationer till ordinarie priser när introduktionsperioden är över. För dessa företag är retention en mycket central faktor för företagets affärsmodell och slutgiltiga framgång.



4. Tillgänglighet/Flexibilitet

En stor fördel gällande outsourcad kundservice är den stora grad av flexibilitet som möjliggörs. Outsourcingföretag har erfarenhet av den verklighet som det innebär att driva tjänsteproduktion och snabbt kan skala upp eller ner beroende på volymkrav som uppstår. Volymfluktuation är en naturlig del av vardagen gällande kundhantering och de största anledningarna till volymtoppar är säsongsvariationer, kampanjer samt fakturaperioder. Tillgänglighet är i dagens konkurrenssituation en stor framgångsfaktor, både gällande öppettider samt en hög framkomlighet till företagets service och supportfunktioner. Att företaget kan vara tillgänglig 24 timmar om dygnet 365 dagar per år kan många gånger vara en förutsättning för att kunna hävda sig i konkurrensen. Ett ledande företag inom mediasektorn i norden gjorde en genomlysning av sina inkommande volymer gällande kundkommunikation och upptäckte att det var extremt höga volymer på morgonen samt att samma mönster upprepade sig vid stängning, effekten av detta var att framkomligheten var extremt begränsat vid dessa tidpunkter med följderna att kundnöjdheten var låg samt en hög churn i kundbasen. Företaget beslutade sig för att outsourca sina kundservicefunktioner med det primära målet att öka tillgängligheten i sin kundkommunikation. Initiativet blev en stor framgång och företaget ökade markant sin kundnöjdhet samt minskade kraftigt sin churn.

5. Benchmarking

En del företag vill behålla en del av sina kundservice och försäljningsfunktioner internt och outsourca en del. Anledning till detta är att en del företag har lyckats mycket bra med att driva sina egna kundservicefunktioner internt men vill komplettera med extern kompetens. Att dela upp kundservicefunktioner på detta sätt är ett mycket effektivt sätt att konstant benchmarka den interna verksamheten samtidigt som man får en maximal utväxling av sin outsourcing. Ett av de större Telekomföretagen i nordens hade en generell god kvalitet gällande sin kundservicefunktion men hade en del problem med sin effektivitet och försäljning inom några specifika områden. Företaget beslutade då en strategi för att komma till rätta med problemen. Lösningen blev att anlita en outsourcing partner och lägga ut en del av sin volym, specifikt då inom problemområdena. Strategin lyckades och båda målen uppnåddes tack vare benchmarking, de egendrivna funktionerna höjde både sin effektivitet och försäljning vilket i förlängningen ledde till en kraftig kostnadsreduktion samtidigt som de samlade intäkterna ökade. Företaget har fortsatt på den inslagna strategin och benchmarkar idag samtliga sina kundservicefunktioner.

Kostnadsreduktion

Merförsäljning & Korsförsäljning

Retention

Tillgänglighet & Flexibilitet

Benchmarking

”Marknadspotential”

MARKNADEN GENERELLT

Ett ContactCenter är en verksamhet som i allmänhet brukar definieras som en organisation vars primära syfte är att hantera kundrelationer på distans och som stöds av en avancerad IT struktur där telefonen är den huvudsakliga kommunikationskanalen. Traditionellt så har benämningen Callcenter används för denna typ av verksamhet men på senare år har utvecklingen gått mot användning av flera kanaler för kundkommunikation, som t.ex. e-post, sms och webb. ContactCenter är då det begrepp som används för att förtydliga och bäst beskriva verksamhet som hanterar kundkommunikation genom flera kanaler.

Under lång tid har man allmänt i Sverige och andra länder som t.ex. England och USA sett ContactCenter verksamhet som en bransch av specialiserade företag. Branschen inkluderar då företag som för annans räkning genom outsourcing alternativt overflow hanterar uppdragsgivarens kundkommunikation. I själva verket är de flesta ContactCenters i Sverige så kallade inhouse verksamheter dvs. en enhet eller avdelning som ingår i ett företags interna organisation, och brukar benämnas som kundtjänst eller kundsupport.

I Sverige uppskattar ISA (Invest in Sweden Agency) att en så stor andel som 80 procent är interna Contactcenterverksamheter och att följaktligen endast 20 procent är outsourcad i någon form. I exempelvis USA uppskattas det att siffrorna är det omvända.

”Endast 20 % av den Svenska marknaden är i dagsläget outsourcad”

Källa: ISA (Invest in Sweden Agency) 2006

Enligt beräkningar gjorda av ISA så är det totala antalet personer som arbetar med tjänster relaterade till kundtjänst/support verksamhet i Sverige cirka 60–70,000 personer. Om tjänsterna värderas på samma sätt som omsättningen för outsourcing företag visar, så innebär det att den totala marknaden har ett värde av cirka 50 miljarder svenska kronor enligt beräkningar gjorda 2007. McKinsey & Company bedömer i en rapport från 2007 att tillväxten i Norden för outsourcad ContactCenter verksamhet förväntas ligga på mellan 8-10 procent fram till 2011.



En tydlig trend inom hela sektorn är att ContactCenters generellt får börja ta ett mer utökat ansvar gällande ett företags totala kundrelationer med tydligare kopplingar och processer med marknad, försäljning och övriga avdelningar hos företagen.

Ledningen för H1 bedömer att de viktigaste marknadstrenderna utgörs av följande:

- Kundlojalitet, fokus på kundomsättning (Retention) och undvika kundtapp
- Merförsäljning & Korsförsäljning, fokus på att öka intäkten i befintliga kundstockar.
- Kostnadsreduktion
- Tillgänglighet

25

Ovanstående parametrar ställer betydligt högre krav på verksamheterna gällande strategiskt perspektiv och kompetens. Det innebär en genomgripande förändring av traditionell kundtjänst- och kundsupport-verksamhet mot ett fullskaligt CRM ContactCenter.

Följande definition av en ContactCenter verksamhet är då synonymt med en definition av CRM (Customer Relationship Management). *”Ett samordnat system av människor, processer, teknik samt strategier som effektivt integrerar organisatoriska*

resurser och kanaler för kundkommunikation, som skapar ett mervärde för både kunder och den egna organisationen”

”Ett samordnat system av människor, processer, teknik samt strategier som effektivt integrerar organisatoriska resurser och kanaler för kundkommunikation, som skapar ett mervärde för både kunder och den egna organisationen”

I och med den generella omsvängningen mot fullskaliga CRM ContactCenter så öppnas en stor marknad upp för outsourcing aktörer gällande så kallade inhouse verksamheter dvs. ej outsourcade verksamheter, dessa står för den absolut största marknadsandelen i dagsläget. Uppskattat värde gällande denna marknadsandel är cirka 40 miljarder svenska kronor att jämföra med andelen outsourcad verksamhet som i dagsläget uppskattas till cirka 10 miljarder i Sverige. Detta faktum innebär en mycket stor marknadspotential för befintliga och nya outsourcing aktörer, både i nuläget och för framtiden.



”Marknadsöversikt”

SVENSKA MARKNADEN AV OUTSOURCINGAKTÖRER

26

Den svenska marknaden består i dagsläget totalt av cirka 356 stycken outsourcingföretag som erbjuder contactcentertjänster i någon form och karakteriseras av ett mindre antal stora aktörer och ett stort antal små företag som i huvudsak är verksam inom försäljning, så kallad telemarketing. 90 procent av aktörerna har svenska huvudägare.

Majoriteten cirka 287 stycken av de svenska aktörerna, har 0-29 anställda och omsätter i genomsnitt cirka 16 miljoner SEK per år. Resterande andel aktörer på marknaden cirka 58 företag har en genomsnittlig årsomsättning på cirka 85 miljoner SEK. Dessa fakta visar att ca: 15 % av aktörerna står för ca: 50 % av den totala omsättningen

Hela Branschen 356 FTG	Undre kvartil	Median	Övre kvartil	Total
Antal anställda	1	5	19	10 882
Nettoomsättning tkr	531	3 438	13 105	Ca:10 miljarder
Nettomarginal	-3,3%	3,1%	12,0%	
Förändring i Nettoomsättning	-14%	5 %	41 %	

FTG (58st) med mer än 30 anställda	Undre kvartil	Median	Övre kvartil	Total
Antal anställda	52	79	144	8 970
Nettoomsättning tkr	17 619	35 033	69 113	Ca:5 miljarder
Nettomarginal	-2,8%	5,3%	10,8%	
Förändring i Nettoomsättning	-13 %	8 %	31 %	

Källa: MM-Bransch rapport, 2007

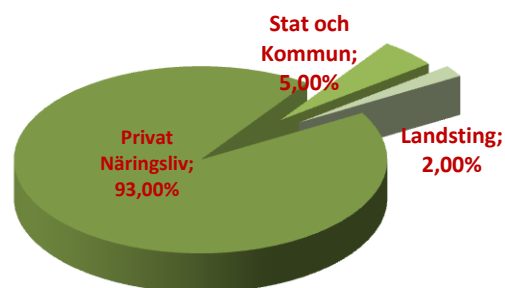
Inom grupperingen företag med mer än 30 anställda dominerar ett fåtal aktörer, de 10 största aktörerna står för ca: 4 miljarder av den totala årsomsättningen, det innebär att dessa 10 aktörer representerar ungefär 40 procent av den totala outsourcing marknaden gällande ContactCenter tjänster i Sverige.



Källa: SCCC Branschstatistik 2006

De svenska aktörerna har sin största omsättning inom den privata sektorn, stat och kommun står endast för cirka 5 procent av omsättningen och landstingen har så liten andel som 2 procent av omsättningen.

Ovanstående fakta påvisar även att det är de största aktörerna som har den bästa lönsamheten.



Källa: SCCC Branschstatistik 2006

”Även en tusenmila-marsch börjar med ett första steg!”

H1 – HISTORIK

27

- Affärsplan klar
- H1 som namn används första gången
- Produktionslokaler anskaffas i Östersund

Juni 2007



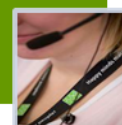
- H1 Communication registreras hos bolagsverket 
- H1 Logotypen klar 
- Första kundavtalet tecknas med Syre 

Augusti 2007



- Investering i CTI plattform SAP-BCM 
- Leveransavtal med Telia 
- Produktion drar igång i Östersund

September 2007



- Aktiva och Saminvest investerar i H1  
- Sälj och Marknadskontor öppnas i Stockholm
- 14 aktiva kunder

Oktober 2007



- Produktionen i Östersund expanderas
- Avtal med Vattenfall tecknas 
- 22 aktiva kunder

November 2007



- Produktion utökas till 365 / 07.00 – 23.00
- 35 aktiva kunder
- Mona Lindqvist rekryteras som ny COO

December 2007



- Avtal med Aftonbladet tecknas 
- 37 aktiva kunder
- Jörgen Larsson tillträder som ny VD
- Tom Pripp tillträder som ordförande

Januari 2008



- Produktionen utökas till 365/24
- Avtal med Bonnierförlagen tecknas 
- 42 aktiva kunder
- Magnus Larsson rekryteras som ny CIO

Februari 2008



För mer information gällande H1:s utveckling framåt, www.h-1.se

”Reducerade kostnader Ökade intäkter!”

28

H1 - VERKSAMHETEN

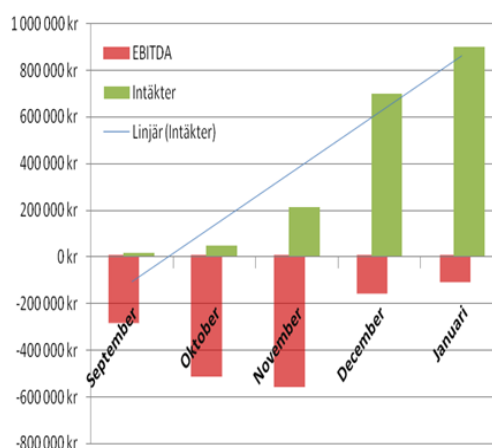
H1 är ett snabbväxande företag inom tjänstesektorn och är starkt positionerade för snabb och lönsam tillväxt. H1 har ett nordiskt perspektiv och verkar inom CRM-området. Företaget erbjuder ett brett utbud av tjänster inom outsourcade ContactCenter lösningar.

H1 har ambitionen att vara den ledande aktören i Norden inom branschen Contactcenter, detta genom sin egen filosofi, unika metodik samt teknik som alltid ligger i framkant. Genom dessa tre områden gör H1 det möjligt för sina uppdragsgivare att i grunden förändra sin affärsverksamhet och åstadkomma enastående resultat. H1 skapar värden åt sina uppdragsgivare i form av ökad tillväxt, kostnadsreduktion, tillgänglighet samt en hög jämn kvalitet.

”H1 skapar värden åt sina uppdragsgivare i form av ökad tillväxt, kostnadsreduktion samt en hög jämn kvalitet”

Bolaget är relativt nystartat och grundades i augusti 2007. Företaget har i dagsläget en aktiv produktionsenhet lokaliserad till Östersund samt försäljnings kontor lokaliserat till Stockholm. Totalt har H1 52 medarbetare per den 29 februari 2008 där merparten arbetar direkt med produktionen i Östersund. Omsättningen har ökat kraftigt sedan starten och H1 har redan över 40 uppdragsgivare i sin kundbas. EBITDA bedöms bli positivt från och med det andra kvartalet 2008.

■ Omsättning & EBITDA September 07 – Januari 08



■ Affärsidé

H1 erbjuder ett brett utbud av tjänster inom outsourcade ContactCenter lösningar som skall ge kunden högsta möjliga kvalitet och upplevt kundvärde på det mest effektiva sättet !

■ Mission

Idag skall vi vara bättre än igår.

■ Vision

H1 skall vara den ledande aktören i Norden inom ContactCenter branschen

■ Finansiella mål på lång sikt

H1 har ambitionen att inom 5 år uppnå:
-300 MSEK i årlig omsättning
- EBITDA om 14 %

■ Tillväxtstrategi

H1 tillväxt skall ske organiskt och genom förvärv.



”Med fokus på kundrelationer”

TJÄNSTEUTBUD & INTJÄNINGSMODELL

Samtliga av H1:s tjänsteområden är igång med verksamhet och genererar intäkter.

29

Kundservice

H1 erbjuder kvalificerade kundservicetjänster gällande samtliga nordiska språk på distans och hos våra uppdragsgivare, 24 timmar om dygnet 365 dagar per år. Vi kan ta hand om hela vår uppdragsgivares inkommande och utgående kundkommunikation alternativt hantera en del av vår uppdragsgivares volymer (overflow) där vi kan avlasta vid exempelvis tillfälliga toppar, sjukdom eller kampanjer. Via manuella och intelligenta automatiska tjänster i en mängd olika kanaler som telefon, e-mail, sms, chatt, voice samt webb kan H1 anpassa tjänsterna till både stora och små företag i de flesta branscher. H1:s fokus är att öka värdet av varje enskild kundkontakt via vår unika H1 metodik som bygger på pro-aktivitet där retention, försäljning och kostnadsreduktion är centrala begrepp. H1 kan trimma in en ContactCenter-lösning med ca 1-6 veckors varsel beroende på uppdragets storlek/engagemang och kompetenskrav.

Teknisk Support

H1 erbjuder kvalificerade tjänster gällande teknisk support på samtliga nordiska språk på distans och hos våra uppdragsgivare, 24 timmar om dygnet 365 dagar per år. Vi kan ta hand om hela vår uppdragsgivares inkommande och utgående kundkommunikation, alternativt hantera en del av vår uppdragsgivares trafik (overflow) där vi kan avlasta vid exempelvis tillfälliga toppar, sjukdom eller kampanjer. Via manuella och intelligenta automatiska tjänster i en mängd olika kanaler som telefon, e-mail, sms, chatt, voice samt webb kan H1 anpassa tjänsterna till både stora och små företag i de flesta branscher. H1:s fokus är öka värdet av varje enskild kundkontakt via vår unika H1 metodik som bygger på pro-aktivitet där retention, försäljning och kostnadsreduktion

är centrala begrepp. H1 kan trimma in en teknisk support lösning med ca 3-6 veckors varsel beroende på uppdragets storlek/engagemang och kompetenskrav.

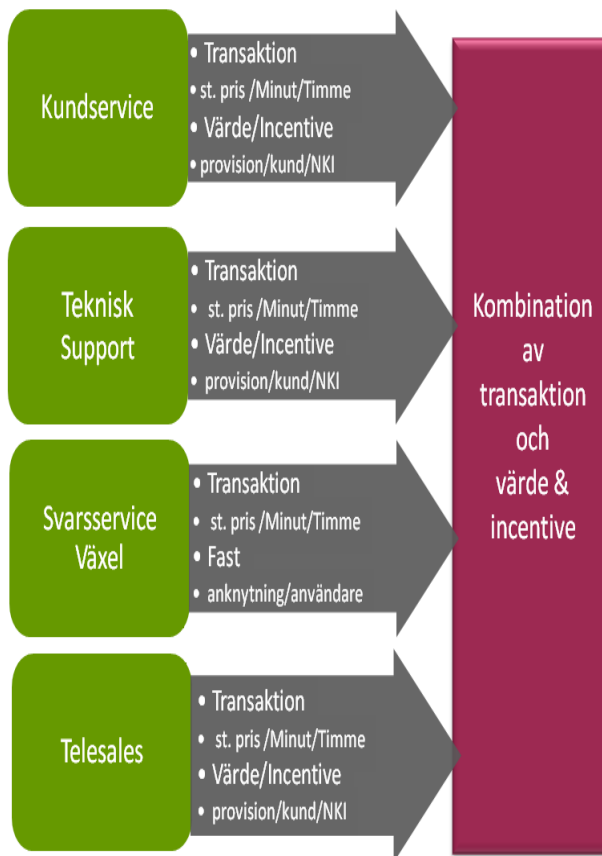
Växel/Svarsservice

H1 kan helt eller delvis ta över ansvaret för företagets eller organisationens växelfunktion eller erbjuda en enkel svarsservice 24 timmar om dygnet 365 dagar per år. Tjänsten kan anpassas från enmansföretaget till stora koncerner. H1:s telefonister finns där att svara när temporära behov uppstår exempelvis vid tillfälliga toppar, lunch, sjukdom, semester, möten etc. H1 kan trimma in en lösning med ca:3-5 dagars varsel beroende på uppdragets storlek/engagemang och kompetenskrav.

Telesales

H1 erbjuder ett brett utbud av kvalificerade tjänster inom försäljningsområdet, där fokus ligger på att förvärva kunder samt skapa tillväxt åt våra uppdragsgivare. Vi kan ta hand om hela vår uppdragsgivares inkommande och utgående kommunikation gällande försäljning, hela eller delar av säljprocessen från prospektering till avslut. Via manuella och intelligenta automatiska tjänster med en tillgänglighet om 24 timmar i en mängd olika kanaler som telefon, e-mail, sms, voice, chatt, samt webb kan H1 anpassa tjänsterna gällande försäljning till både stora och små företag i de flesta branscher.





Intjäningsmodell

Bilden till vänster beskriver intäktflöden gällande respektive tjänst som H1 erbjuder. Dessa flöden är representativa för ett typiskt affärsförhållande som H1 har med en uppdragsgivare. Värde och incentiv i intjäningsmodellen kan exempelvis vara merförsäljning, winback, NKI-resultat (nöjdkundindex) eller baseras på en procentuell kostnadsreduktion.

Faktorer som påverkar enskilda prisnivåer som fastställs i respektive avtal är vanligen.

- Servicenivå & Kvalitetsmått
- Kompetensnivå
- Volym
- Öppettider

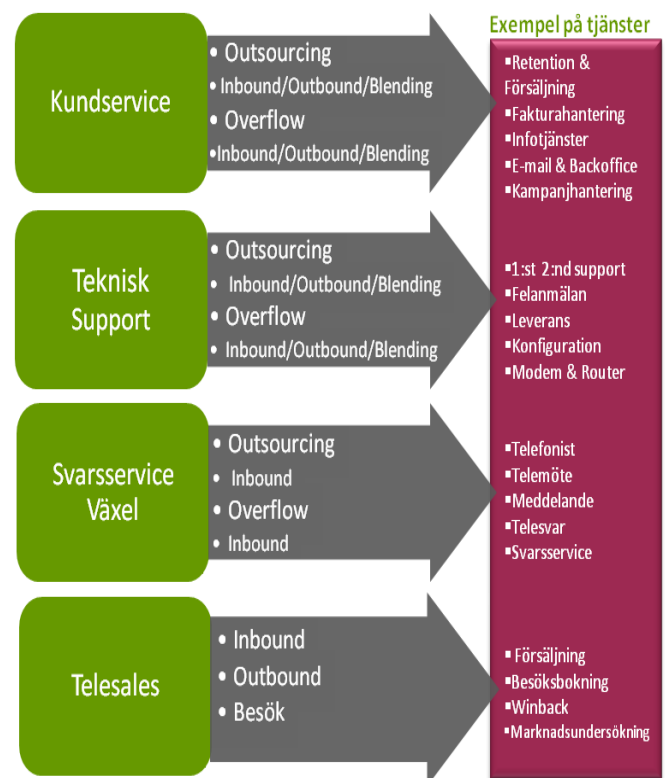
Kostnader för H1 utgörs av en rörlig del i form av nedlagda arbetstimmar (direkt personal) samt fasta kostnader gällande IT plattform och arbetsstationer.

Paketering av tjänster

Bilden till höger beskriver H1:s samlade tjänsteutbud (mer utförlig information på föregående sida). Dessa paketeras normalt som flödet i bilden visar. Tjänsterna delas upp i outsourcing alternativt overflow dvs. när man hanterar en del av volym alternativt stöttar upp uppdragsgivares interna funktion vid exempelvis volymfluktuationer eller ökad tillgänglighet (öppettider). Uppdelning görs även om det gäller Inbound (inkommande ärenden), Outbound (utgående ärenden) alternativt Blending (en mix av ovanstående)

H1 tjänster möjliggör som regel följande fördelar för företag och organisationer.

- Kostnadsreduktion
- Ökad tillgänglighet
- Ökade servicenivåer
- Ökad försäljning
- Reducering av kundavhopp



”Idag skall vi vara bättre än igår!”

31

H1 METODIKEN – HUR VI ARBETAR

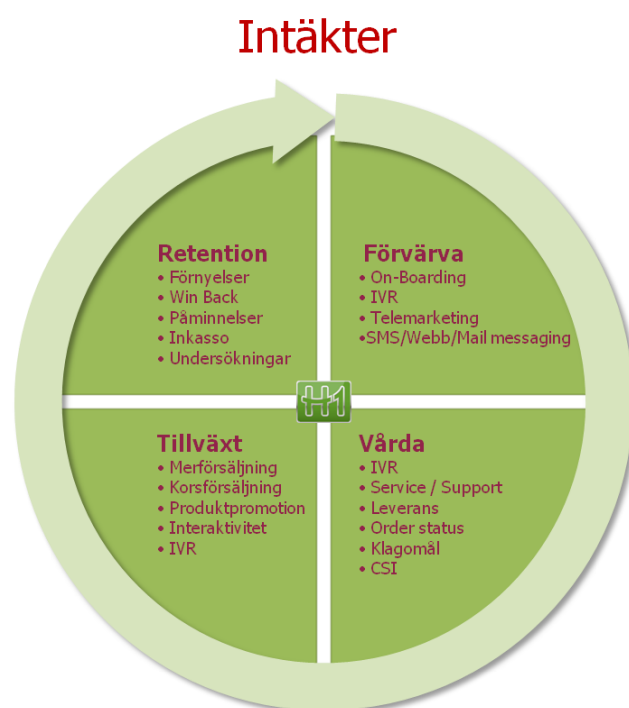
För att kunna effektivisera och öka resultat krävs en väl utprövad metodik. H1:s metodik bygger i grunden på ett synsätt där proaktivitet, långsiktighet och ett helhetsperspektiv gällande kundrelationer är viktiga beståndsdelar. Centrala mål är reducerade kostnader i kombination med ökade intäkter i befintliga kundbaser.

Sammanfattat finns det 4 viktiga fokusområden:

- Förvärva kunder
- Vårda kundrelationen
- Tillväxt i befintlig kundbas
- Retention, minska kundavhopp

Dessa fyra områden måste ses i ett längre perspektiv och som en strategisk helhet.

H1 synsätt omsätts i praktiskt utförande i våra ContactCenters, där det ständigt arbetas med att förbättra processen samt öka effektiviteten i resursutnyttjandet. Detta genom att ständigt och metodiskt optimera produktion och processer. Resultatet är en ständigt förbättrad och effektiviserad process som ger resultat i form av reducerade kostnader, ökade intäkter, jämnare och bättre kvalitet samt nöjdare kunder. H1:s synsätt och metodik är grunden i hela H1:s affärsupplägg och leverans. Sammanfattat är H1-metodiken en strategisk strävan fokuserad på att utveckla lönsamma, uthålliga och kostnadseffektiva relationer med kunder som har det största potentiella livstidsvärdet.



IT & WFM SOM VIKTIGA STÖDFUNKTIONER

IT och CTI

En mycket viktig grundförutsättning för att få kontroll och helhetssyn över komplexa arbetsprocesser samt möjlighet till effektiviseringar är tillgången till en avancerad IT-plattform. Men lika viktigt är förmågan att anpassa och utveckla tekniken efter våra olika uppdragsgivares unika verksamheter och förutsättningar. H1 strävar alltid efter att ha ett utvecklat och nära samarbete med företagets tekniska leverantörer, detta för att på bästa sätt kunna påverka och ta del av utveckling och förbättringar.

H1 har valt att arbeta med SAP och produkten BCM som huvud CTI-plattform. Hela plattformen är IP-baserad och har möjlighet att arbeta med inkommande och utgående kommunikation från ett stort antal kanaler i kombination med avancerad kompetensstyrning av olika ärendetyper. Systemet övervakar samtlig kommunikation i realtid och genererar statistiska underlag för analys. Plattformen är också mycket flexibel och lätt att integrera med andra system och plattformar.

Exempel på interaktionskanaler i SAP-BCM

- Telefoni, Fax, SMS, 3G
- Mail & Webb
- Backoffice & Communities

H1 har kompetens och stor erfarenhet av att sätta upp system som är anpassade för våra uppdragsgivare. H1:s uppdragsgivare slipper också många gånger att göra egna investeringar i CTI plattform och vinner ofta stora skalfördelar genom att dela plattform med andra.

Avancerad teknik har för H1 inget egenvärde utan fyller sin funktion först när det går att förenkla, förbättra samt effektivisera det praktiska arbetet för våra uppdragsgivare och medarbetare.

H1:s multikanal CRM/CTI Plattform



WFM – Work force management

En av de mest kritiska delarna i att driva effektiva och kvalitetssäkrade ContactCenters är att bestämma hur produktionen skall bemannas. Eftersom cirka 75 procent av den totala kostnadsmassan är personalrelaterade kostnader så är dessa beslut mycket viktiga för hela verksamheten och kvaliteten på densamma. Processen som ser till att man vid varje given tidpunkt har rätt antal resurser, med de rätta kompetenserna tillgängliga kallas vanligen WFM (Workforce Management).

Contactcenter bemanning är en utmaning på grund av att arbetet initieras externt och uppträder slumpmässigt i viss mån samt har höga krav på service från kunderna. Överbemanning leder till svag lönsamhet och underbemanning leder till en dålig serviceupplevelse, missnöjda kunder och medarbetare. WFM handlar i korthet om att alltid ha rätt antal människor, med rätt kvalifikationer, på rätt plats vid rätt tidpunkt.



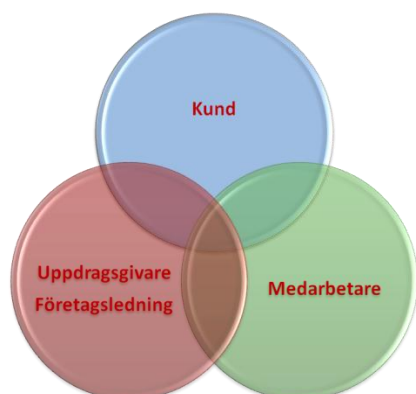
En faktor som skiljer produktion av contactcentertjänster och annan produktion är inom vilken tidsram arbetet måste utföras och hur väl det måste prognostiseras.

”Rätt antal människor, med rätt kvalifikationer, på rätt plats vid rätt tidpunkt”

Arbete som uppstår genom direktkontaktkanaler såsom t ex telefonsamtal och chatt måste utföras så gott som omedelbart för att inte gå förlorat. H1 har väl utvecklade metoder för att prognostisera arbetsbelastning ned till korta intervall men trots detta krävs sannolikhetsberäkningar för att veta hur många medarbetare som krävs för att möta en viss servicenivå. Jämför man med exempelvis tillverkningsindustri så kan en arbetsmängd på 20 timmar vanligen utföras av 20 personer på 1 timme. I ett contactcenter krävs fler än 20 personer för att utföra 20 timmars arbetsmängd på 1 timme beroende på att under denna timme kan belastningen variera och man kan inte förvänta sig att det konstant kommer att vara 20 personer som krävs för att utföra arbetet utan det kommer att vara 20 personer i genomsnitt.

På grund av detta är det i ett contactcenter viktigt att skilja mellan arbetsmängd och personalbehov för att kunna utföra korrekta grundläggande beräkningar för personalplanering.

WFM har i huvudsak tre grupper vars behov måste tillfredställas:



Kund

Det viktigaste för en kontaktsökande kund är upplevelsen av service. Denna upplevelse beror i huvudsak på 2 faktorer: Hur snabbt samtalet besvarades och om kunden i samtalet blev hjälpt med det kunden förväntade sig. Hur snabbt samtalet besvarades är direkt relaterat till hur väl man lyckats med sin WFM. Vetskapen om hur många kontakter som kommer att anlända under given tidsperiod och hur många CRM-specialister som kommer att krävas för att hantera dessa kontakter och vilken kompetens som kommer att krävas är avgörande för att tillfredsställa kundernas förväntan på snabbhet.

Företagsledning/Uppdragsgivare

Något som är väldigt viktigt för företagsledningen är hur väl man når upp till kundernas förväntningar och hur effektivt företagets resurser används för att infria dessa.

När majoriteten av kostnaden kan härledas till personal måste företagsledningen hålla ögonen på att rätt antal arbetstimmar förbrukas vid de rätta tidpunkterna, dvs. när arbete finns att utföra. Detta för att möta kundernas behov så väl som möjligt med minimerad kostnad för både beställare och leverantör.

Medarbetare/Produktionspersonal

H1 jobbar mångdimensionellt med att hålla personal- och kundnöjdhet på branschledande nivå. En av faktorerna är att se till att personalen har rätt nivå av arbetsbelastning. När för hög arbetsbelastning på den enskilda individen kan medföra missnöjd personal så kan likväl för låg arbetsbelastning leda till uttråkning och missnöjdhet. Mycket viktigt för nivån av tillfredsställelse är också att i mesta möjliga mån anpassa schema till personlig livsstil hos medarbetaren



H1 har rätt kompetenser inom WFM-området och mångårig erfarenhet av prognostisering, multikompetensplanering och planering av under givna tidsperioder slumpvis uppträdande arbetsbelastning.

H1 har väl utvecklade metoder för att prognostisera och behovsberäkna arbetsbelastning och schemalägga personal utifrån givna servicemål.

34

H1 ligger långt fram när det gäller att kunna utnyttja och passa ihop olika kunders behov för att kombinera uppdrag och därigenom utnyttja varje arbetstimme optimalt.

H1 strävar alltid efter att ligga i framkant i teori kring WFM och använda de bästa systemapplikationerna utvecklade i syfte att optimera arbetet. Ett utvecklat WFM-arbete är många gånger nyckeln till att snabbt och flexibelt anpassa ett företags kapacitet vid snabb tillväxt och projektering för nya uppdrag.

H1 har avancerade metoder för att genom historisk analys bedöma arbetsflöden över år, säsong, månad, vecka, veckodag och arbetstimme ända ner på 15minuters nivå. Detta i kombination med stor erfarenhet av i vilken grad uppdrag bör kombineras med varandra optimerar H1:s resursutnyttjande.

Grundläggande metoden för de flesta typer av uppdrag ser ut som följer:

1. **Samla och analysera historisk data**
2. **Prognostisera kommande tidsperiods volym för år, månad, vecka, dag, halvtimme**
3. **Beräkna personalbehov**
4. **Analysera tillgången på arbetskraft**
5. **Skapa schema och optimera kapaciteten utifrån personalbehovet**
6. **Monitorera och finjustera**
7. **Rapportera**
8. **Analysera och förändra**





”Happy minds make Happy people!”

H1 – FILOSOFIN

35

H1:s Happyfilosofi bygger i grunden på att en generell glad och positiv framåtanda i samtliga av företagets relationer och samarbeten frambringar människor som känner glädje och motivation i det vi gör här och nu, och som får positiva saker att hända.

Det är H1:s övertygelse att detta är en förutsättning för långsiktiga dynamiska och kreativa samarbeten som i förlängningen skall skapa framgång för våra uppdragsgivare, medarbetare, leverantörer och övriga intressenter. För i slutändan är det endast nöjda och motiverade medarbetare som levererar nöjda kunder samt långsiktiga och lönsamma kundrelationer.

Det är utifrån dessa rader H1 utgör en skillnad. Vi har uttalat att H1:s Happyfilosofi är en väldigt viktig byggsten i vårt varumärke. Att prata om arbetsglädje, framåtanda och tro på individen gör många företag men det är få som skapat en filosofi runt ämnet likt vi på H1. Genom denna filosofi som naturligtvis är grunden för vår kultur skapar vi ett företag där arbetsglädjen tillhör en grundförutsättning. För genom denna arbetsglädje skapas effektivitet, utveckling, framåtanda och en väldig tillit till varandra inom organisationen. Happy konceptet innehåller bl. a. följande beståndsdelar:

- Arbetsglädje
- Tro på individen
- Bra villkor (löner mm)
- Fördelaktiga förmåner (försäkringar, friskvård, mm)
- Happenings på företaget, såsom H1-dagen varje fredag exempelvis.
- Uppmuntrar till ett delägarskap i företaget

Våra värderingar är Personliga, Passionerade och Professionella.

För att ytterligare stärka vårt varumärke börjar vi inifrån, dvs. med oss själva, vi som jobbar i företaget. Våra tre värderingar är framtagna för att komplettera vår Happyfilosofi. Alla beslut som tas inom företaget tas med beaktande av dessa tre värderingar. De är centrala i verksamheten och alla i organisationen känner till dem.

Personliga

Vi har högt i tak. Vi bjuder på oss själva. Individen är viktig i företagets framgång. Vår framgång bygger på att vi ständigt söker nya vägar och att vi delar med oss, vad vi lär oss, till varandra. Vi uppmuntrar utveckling genom kreativitet. Det handlar både om att söka information och ta vara på det vi hittar.

Passionerade

Vi finns till för våra kunder. Vi älskar det vi gör. Alla på företaget har ett personligt ansvar för att vi lever upp till och helst överträffar våra kunders förväntningar. När vi arbetar är vi delaktiga, tydliga och ger feedback. Det handlar om passion för arbetet med våra kunder och vårt företag.

Professionella

Vi kan vårt jobb. Vår självsäkerhet och yrkeskunnande tar sig uttryck i ödmjukhet, öppenhet och gruppkänsla. Vi håller vad vi lovar och visar hänsyn mot kollegor och kunder. Vi levererar i tid och lever upp till förväntningar. Men inte bara det. Vi är lojala och lever som vi lär

”Bästa sättet att förutsäga framtiden är att skapa den!”

FRAMTIDSUTSIKTER

36

I och med den generella omsvängningen mot fullskaliga CRM ContactCenter så öppnas en stor marknad upp för outsourcingaktörer gällande så kallade inhouseverksamheter dvs. ej outsourcade verksamheter, dessa står för den absolut största marknadsandelen i dagsläget. Uppskattat värde gällande denna marknadsandel är cirka 40 miljarder svenska kronor att jämföra med andelen outsourcad verksamhet som i dagsläget uppskattas till cirka 10 miljarder i Sverige. Detta faktum innebär en mycket stor marknadspotential för H1 samt befintliga och nya outsourcing aktörer, både i nuläget och för framtiden.

H1 startade upp sin verksamhet i september 2007, produktionen startade i oktober samma år och har från den tidpunkten legat i en ständigt snabb tillväxt, det finns redan nu över 40 uppdragsgivare i H1:s kundbas. Bolaget har en mycket stark organisation med ett stort antal mycket erfarna och kompetenta nyckelpersoner. Dessa fakta gör att H1 är mycket starkt positionerade för en snabb och lönsam tillväxt. Bolaget förväntar sig därför en fortsatt god tillväxt och positiv lönsamhet under 2008 och efterföljande år.

Oförutsedda händelser utanför Bolagets kontroll kan inträffa som väsentligt påverkar framtidsutsikterna och innefattar bland annat förändrad konjunktur, resultatet av löneförhandlingar, myndighetsbeslut samt konkurrenssituation. Det finns i dagsläget inga kända tendenser eller andra händelser som förväntas ha väsentlig negativ inverkan på Bolaget och dess kommande affärsutsikter



STYRELSE OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE SAMT REVISOR



Tom Pripp, född 1963, Invald:2008

Styrelseordförande Innehav: 6 003 B-aktier

Tom är advokat verksam vid Hellström Advokatbyrå KB i Stockholm. Tom, som bedriver en del av verksamheten från Östersund, har en lång erfarenhet från advokatyret och har tidigare bl.a arbetat som konkursförvaltare och försvarsadvokat, men är numera enbart verksam inom det affärsjuridiska området. Efter jur kand i Uppsala och tingsmeritering vid Norrköpings tingsrätt, var han verksam vid Advokatfirman Carler i Linköping med i huvudsak internationell affärsjuridik och immaterialrätt. Han blev advokat 1994 och har därefter varit verksam och delägare i Advokatfirman Abersten i Östersund innan han övergick till Hellströms.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: H1 Communication AB (ordf.), Dille Bolagen AB, Dille Fastighet AB (ordf.), Pramir AB (ordf.), Nya Hackås Precisionsgjuteri AB (ordf.) Mäklarhuset Sundström i Östersund AB (ordf.), Ramiro Invest AB (ordf.)

Avslutade: -



Göran Henriksson, född 1953, Invald:2008

Ledamot Innehav: 1 000 008 A-aktier som representant för Aktiva Invest AB samt SamInvest AB

Göran arbetar för närvarande som VD för Östersund Tidningar AB, en koncern där bland annat lokaltidningarna Östersund Posten och Länstidningen ingår. Göran har en lång erfarenhet från ledande befattningar samt styrelseuppdrag inom det privata näringslivet .

Pågående bolagsengagemang samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: H1 Communication AB, Östersundstidningar AB (VD), Aktiva Invest AB, Svensk Morgondistribution AB, Östersundsposten AB, Mittmediaprint AB, Länstidning Jämtland AB

Avslutade: FLT AB



Jörgen Larsson, född 1967, Invald:2008

Ledamot samt CEO/VD Innehav: 750 000 A-aktier samt

via Happy Investments AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Jörgen har lång erfarenhet från olika ledande befattningar inom branschen samt som entreprenör inom bl.a. detaljhandeln. Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han varit VD och ansvarig för den svenska verksamheten. Jörgen har en Civilekonomexamen från Mittuniversitet i Östersund samt kompletterande studier i HR Accounting och Contactcenter management

Pågående bolagsengagemang samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: Happy Investments AB (ordf.), H1 Communication AB

Avslutade: Aditro Customer Services AB (VD), Aditro Customer Services Sweden AB (VD), Aditro Customer Services Outbound AB (VD), Figuration AB, Etermedia Syd AB, Xinit HoldingAB, Iphone AB, Arrowdoc AB, Radiolan i Sverige AB, Arrowhead Technology & Solution AB, Arrowhead Technology AB, Fyrisnet AB, Arrowhead Access & Carrier AB, Mikrokonsult i Östersund AB, Figuration Capital AB, Lavaru AB



Mona Lindqvist, född 1979, Invald:2008

Ledamot samt COO/Operativ Chef Innehav: 300 000 A-aktier samt

via Happy Investments AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Mona har drygt 10 års branscherfarenhet i olika ledande roller och kommer senast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus) en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där hon arbetat som ansvarig för produktionen i Sverige. Mona har bland annat studerat företagsekonomi vid Mittuniversitet i Östersund samt har ett antal kompletterande ledarskaputbildningar.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: H1 Communication AB, Happy Investments AB

Avslutade: -



Patric Huczkowski, född 1966, Invald:2008

Ledamot samt HR & Ekonomichef Innehav: 375 000 A-aktier samt

via Happy Investments AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Patric har lång erfarenhet från olika ledande befattningar inom personal och ekonomiområdet både från privata näringslivet samt offentlig förvaltning. Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han arbetat som HR Director för den svenska verksamheten. Patric har en HR management examen från Mittuniversitet i Östersund samt kompletterande studier i företagsekonomi från Handelshögskolan i Göteborg samt i Contactcenter management.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: H1 Communication AB, Happy Investments AB Avslutade: -



Magnus Larsson, född 1976, Invald:2008

Suppleant samt CIO/IT Chef Innehav: 375 000 A-aktier samt

via Happy Investment AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Magnus har arbetat i över 10 år med IT och Contactcenter lösningar från olika befattningar inom branschen samt som IT konsult och systemarkitekt inom mjukvaruindustrin. Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han arbetat som CIO för den svenska verksamheten. Magnus har ett antal olika kompletterande utbildningar och certifieringar inom IT/CTI området.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: Happy Investments AB, Suppleant i H1 Communication AB, Avslutade: -



Håkan Thorén, född 1975

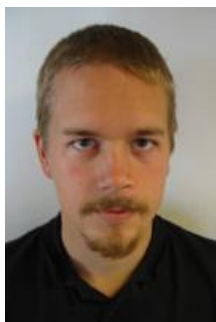
Försäljnings och Marknadschef Innehav: 300 000 A-aktier samt

via Happy Investment AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Håkan har arbetat i ett flertal olika ledande roller inom försäljning och marknadsföring inom detaljhandel och servicesektorn. Han kommer närmast från Unileverkoncernen, där han arbetat som Key Account Manager inom GB Glace. Håkan har examen i marknadsföring från East Carolina University (USA) samt i företagsekonomi och statskunskap från Stockholms Universitet samt utbildningar inom affärsutveckling och försäljning

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: Happy Investments AB Avslutade: -



Stefan Rydén, född 1979

TLC/WFM ansvarig Innehav: 300 000 A-aktier samt

via Happy Investment AB (16,7 %) 510 000 A-aktier

Stefan har arbetat i 8 år med TLC och WFM inom Contactcenterbranschen i olika roller. Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han arbetat som TLC/WFM ansvarig för den svenska verksamheten. Stefan har studerat företagsekonomi och statistik vid Mittuniversitet i Östersund och har kompletterande utbildningar inom WFM och ledarskap.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: Happy Investments AB Avslutade: -



Anders Bengtsson, född 1966

Client Coordinator Teknisk Support Innehav: 6 003 B-aktier

Anders har arbetat i 8 år i centrala roller inom Contactcenterbranschen. Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han arbetat som ansvarig Client Coordinator teknisk support på Östersundenheter. Anders har ett flertal tekniska utbildningar och innehar 5 certifieringar inom det tekniska området samt kompletterande ledarskaputbildningar

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: - Avslutade: -



Sofia Larsson, född 1985

Client Coordinator Kundservice Innehav: 4 002 B-aktier

Sofia har arbetat i 4 år i roller som teamledare, Client Coordinator och processkonsult inom Contactcenterbranschen. Hon kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där hon senast arbetat som process konsult. Sofia har ett antal kompletterande ledarskaputbildningar.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: - Avslutade: -



Krister Roos, född 1962

CTI Ansvarig Innehav: 4 002 B-aktier

Krister har arbetat med IT och avancerade Contactcenter lösningar (CTI) i 10 år Han kommer närmast från Aditro Customer Services AB (f.d. Tradimus), en av nordens största aktörer inom kundserviceområdet där han arbetat med utveckling och drift av CTI. Krister har ett flertal tekniska utbildningar och innehar 7 certifieringar inom det tekniska området.

Pågående styrelseuppdrag samt de uppdrag som avslutats under de senaste fem åren.

Pågående: - Avslutade: -

REVISOR

Tommy Bergendahl

Auktoriserad revisor

Address: BDO Nordic Stockholm AB, Box 24193, 104 51 STOCKHOLM

Besöksadress: Karlavägen 100, Plan 5, STOCKHOLM

Tele: +46 (0)8 459 57 00

Fax: +46 (0)8 662 50 80

Övriga upplysningar avseende styrelse och personer i ledande befattning

Ingen av personerna i H1:s styrelse och ledning har, under de senaste fem åren dömts i bedrägerirelaterade mål eller varit inblandade i konkurser och likvidationer av bolag. Det förekommer inga anklagelser och/eller sanktioner från i lag eller förordning bemyndigade myndigheter mot någon person i Bolagets förvaltnings-, lednings- eller kontrollorgan under de senaste fem åren och inte heller har någon person i Bolagets förvaltnings-, lednings eller kontrollorgan förbjudits av domstol att ingå som medlem av en emittents förvaltnings-, lednings- eller kontrollorgan eller från att ha ledande eller övergripande funktioner hos en emittent under de senaste fem åren.

Bolagsstyrning

Bolaget följer för närvarande ej Svensk kod för bolagsstyrning (SOU 2004:130). Endast bolag noterat på en börs och med ett börsvärde över 3 000 miljoner kronor är skyldiga att följa bolagskoden.

SKATTEFRÅGOR

Nedanstående sammanfattning av vissa svenska skatteregler som aktualiseras med anledning av listningen på AktieTorget är baserad på nu gällande lagstiftning. Sammanfattningen är endast avsedd som allmän information för investerare i H1 som är obegränsat skatteskyldiga i Sverige om inte annat anges. Sammanfattningen omfattar inte situationer där värdepapperna innehas som lagertillgång i näringsverksamhet eller av handelsbolag. Inte heller omfattas de särskilda regler som kan bli tillämpliga på innehav i bolag som tidigare varit fåmansföretag. Den skattemässiga behandlingen av varje enskild innehavare av värdepapper beror delvis på dennes speciella situation. Varje aktieägare bör därför rådfråga skatterådgivare om de skattekonsekvenser som listningen kan medföra för dennes del inklusive tillämpligheten och effekten av utländska regler och skatteavtal för att undvika dubbelbeskattning. H1 tar ej på sig ansvaret för att innehålla källskatt.

Allmänt

Fysiska personer

För fysiska personer som är obegränsat skatteskyldiga i Sverige beskattas kapitalinkomster såsom räntor, utdelningar och kapitalvinster i inkomstslaget kapital. Skattesatsen i inkomstslaget kapital är 30 procent. Kapitalvinst respektive kapitalförlust beräknas som skillnaden mellan försäljningsersättningen, efter avdrag för försäljningsutgifter, och omkostnadsbeloppet (anskaffningsutgift). Vid beräkningen av omkostnadsbeloppet används genomsnittsmetoden. Enligt denna skall omkostnadsbeloppet för en aktie utgöras av det genomsnittliga omkostnadsbeloppet för aktier av samma slag och sort. Som ett alternativ till genomsnittsmetoden kan i fråga om marknadsnoterade aktier schablonregeln användas. Denna regel innebär att omkostnadsbeloppet får beräknas till 20 procent av försäljningsersättningen efter avdrag för försäljningsutgifter. Kapitalförlust på aktier och andra marknadsnoterade delägarrätter (till exempel teckningsrätter och betalda tecknade aktier) är fullt avdragsgilla mot kapitalvinst samma år på aktier samt mot kapitalvinst på andra marknadsnoterade delägarrätter utom andelar i svenska värdepappersfonder som innehåller endast svenska fordringsrätter (svenska räntefonder). Kapitalförlust som inte kan kvittas på detta sätt är avdragsgill med 70 procent mot annan inkomst av kapital. Om kapitalförlusterna

således är större än kapitalvinsterna får överskjutande förlust dras av mot andra kapitalinkomster med 70 procent. Uppkommer underskott i inkomstslaget kapital medges reduktion av skatten på inkomst av tjänst och näringsverksamhet samt fastighetskatt. Skattereduktion medges med 30 procent av den del av underskottet som inte överstiger 100 000 kronor och med 21 procent av resterande del. Underskott kan inte sparas till senare beskattningsår. För fysiska personer som är obegränsat skatteskyldiga i Sverige innehålls preliminär skatt på utdelningar med 30 procent. Den preliminära skatten innehålls normalt av VPC eller, beträffande förvaltarregistrerade aktier, av förvaltaren.

Aktiebolag

Hos aktiebolag beskattas all inkomst, inklusive kapitalvinster och utdelning, i inkomstslaget näringsverksamhet med 28 procent skatt. Beräkning av kapitalvinst respektive kapitalförlust sker på samma sätt som för fysiska personer enligt vad som angivits ovan. För aktiebolag medges avdrag för kapitalförlust på aktier endast mot skattepliktiga kapitalvinster på aktier och andra delägarrätter. En kapitalförlust kan även, om vissa villkor är uppfyllda, kvittas mot sådana kapitalvinster i bolag inom samma koncern, under förutsättning att koncernbidragsrätt föreligger mellan bolagen. Kapitalförlust som inte har kunnat utnyttjas under ett visst år, får sparas och dras av mot skattepliktiga kapitalvinster på aktier och andra delägarrätter under efterföljande

beskattningsår utan begränsning i tiden. Särskilda regler gäller för vissa speciella företagskategorier eller vissa juridiska personer, exempelvis investeringsfonder och investmentföretag. Vidare gäller särskilda regler för det fall att aktierna i bolaget är näringsbetingade för innehavaren.

Förmögenhetsskatt

Lag (1997:323) om förmögenhetsskatt upphävdes vid utgången av år 2007.

41

Aktieägare som är begränsat skatteskyldiga i Sverige

För aktieägare som är begränsat skatteskyldiga i Sverige och som erhåller utdelning på aktier i ett svenskt aktiebolag uttas normalt svensk kupongskatt. Skattesatsen är 30 procent. Skattesatsen är dock i allmänhet reducerad genom skatteavtal med andra länder för undvikande av dubbelbeskattning. I Sverige verkställer

normalt VPC eller, beträffande förvaltarregistrerade aktier, förvaltaren avdrag för kupongskatt. Aktieägare som är begränsat skatteskyldiga i Sverige och som inte bedriver verksamhet från fast driftställe i Sverige beskattas normalt inte i Sverige för vinst vid avyttring av svenska aktier. Enligt en särskild regel kan emellertid fysiska personer som är begränsat skatteskyldiga i Sverige bli föremål för kapitalvinstbeskattning i Sverige vid avyttring av bland annat svenska aktier om de vid något tillfälle under avyttrings år eller de tio kalenderår som närmast föregått det kalenderår då avyttringen ägde rum varit bosatta eller stadigvarande vistats i Sverige. Tillämpligheten av regeln är dock i flera fall begränsad genom skatteavtal som Sverige ingått med andra länder. Utländska juridiska personer är normalt inte skatteskyldiga för kapitalvinst på svenska aktier annat än om vinsten är hänförlig till ett så kallat fast driftställe i Sverige.



AKTIEN OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Aktiekapitalet

Aktiekapitalet i H1 Communication uppgår före erbjudandet till 1 345 342 SEK och är fördelat på totalt 4 036 026 aktier, varav 4 000 008 A-aktier och 36 018 B-aktier. Bolagets aktier ges ut i två serier, A-aktier till ett antal av högst 5 333 344 stycken, och B-aktier till ett antal av högst 5 333 344 stycken. A-aktie medför 1 röst och B-aktie medför 0,1 röst. Varje aktie medför lika rätt till andel i Bolagets tillgångar och resultat samt till överskott vid likvidation. Aktierna är fritt överlåtbara. Alla rättigheter till följd av

äganderätten till respektive aktie tillkommer den som är registrerad som ägare i den av VPC förda aktieboken. Bolagets aktiekapital skall utgöra lägst 1 333 336 SEK och högst 5 333 344 SEK. Aktierna har utfärdats enligt Aktiebolagslagen (2005:551) och är denominerade i svenska kronor.

I tabellen nedan redovisas de förändringar i aktiekapitalet i SEK som ägt rum sedan bildandet till och med slutförandet av erbjudandet

Ökat/ minskat genom	Ökat/minskat belopp	Summa efter förändring	Kurs SEK	Datum	Antal aktier
Nyemission B-aktier	+ 213 840 SEK	1 559 182 SEK	6,20	Maj 2008	4 684 026
Split 1:3	0 SEK	1 345 342 SEK		2008-03-25	4 036 026
Nyemission B-aktier	+ 12 006 SEK	1 345 342 SEK	15,00	2008-03-14	1 345 342
Nyemission A-aktier	+ 333 336 SEK	1 333 336 SEK	9,00	2007-11-28	1 333 336
Split 1:100	0 SEK	1 000 000 SEK		2007-11-28	1 000 000
Nyemission A-aktier	+ 900 000 SEK	1 000 000 SEK	100,00	2007-08-20	10 000
Förvärv lagerbolag	+ 100 000 SEK	100 000 SEK		2007-06-15	1000

Optionsprogram

Bolaget har inga pågående optionsprogram.

Aktieägare

H1 har innan listningen på AktieTorget 20 stycken aktieägare. Tabellen nedan visar ägarförhållandet per den 18 mars 2008.

Ägande per 2008-03-18	Kapital/Röster	
Jörgen Larsson	750 000 st. A-aktier	18,58% / 18,73%
Happy Investments AB	510 000 st. A-aktier	12,64% / 12,74%
Aktiva Invest AB	500 004 st. A-aktier	12,39% / 12,49%
SamInvest AB	500 004 st. A-aktier	12,39% / 12,49%
Patric Huczowski	375 000 st. A-aktier	9,29% / 9,37%
Magnus Larsson	375 000 st. A-aktier	9,29% / 9,37%
Mona Lindqvist	300 000 st. A-aktier	7,43% / 7,49%
Håkan Thorén	300 000 st. A-aktier	7,43% / 7,49%
Stefan Rydén	300 000 st. A-aktier	7,43% / 7,49%
Personal/Övriga	90 000 st. A-aktier	36 018 st. B-aktier
TOTALT	4 000 008 st. A-aktier	36 018 st. B-aktier

Efter genomförd full emission kommer ägarförhållandena att se ut enligt nedan.

Ägande per 2008-05-01		Kapital/Röster	
Jörgen Larsson	750 000 st. A-aktier	16,01% / 18,43%	
Happy Investments AB	510 000 st. A-aktier	10,89% / 12,54%	
Aktiva Invest AB	500 004 st. A-aktier	10,67% / 12,29%	
SamInvest AB	500 004 st. A-aktier	10,67% / 12,29%	
Patric Huczowski	375 000 st. A-aktier	8,01% / 9,22%	
Magnus Larsson	375 000 st. A-aktier	8,01% / 9,22%	
Mona Lindqvist	300 000 st. A-aktier	6,40% / 7,37%	
Håkan Thorén	300 000 st. A-aktier	6,40% / 7,37%	
Stefan Rydén	300 000 st. A-aktier	6,40% / 7,37%	
Personal/Övriga	90 000 st. A-aktier	36 018 st. B-aktier	2,69% / 2,29%
Nya aktieägare		648 000 st. B-aktier	13,83% / 1,59%
TOTALT	4 000 008 st. A-aktier	684 018 st. B-aktier	100,00%/100,00%

Aktieförsäljning från nuvarande huvudägare

Samtliga av bolagets nuvarande 9 huvudägare har som intention att vara långsiktiga ägare. Ändamålet med A och B aktier är att bevara ett stabilt grepp om utvecklingen av H1 och fortsätta driva Bolaget i positiv riktning. Det finns ingen formell "lock up agreement" för ägarna, men mekanismen med A och B aktier signalerar ägarnas långsiktiga engagemang och intresse att under lång tid forma bolagets framtid.

Bemyndigande

Vid extra bolagsstämma den 1:a februari 2008 bemyndigades styrelsen att längst intill tiden för nästa årsstämma, vid ett eller flera tillfällen och med eller utan företrädelserätt för aktieägarna, besluta om nyemission upp till bolagsordningens högsta gräns. Betalning för aktierna skall kunna ske kontant, genom apport eller kvittning, och ske på marknadsmässiga villkor.



Deltagande på bolagsstämma

För att ha rätt att delta på bolagsstämma i H1 måste aktieägare dels vara införd i Bolagets aktiebok på avstämningsdagen, dels ha anmält sig till bolagsstämman senast den dag som angivits i kallelsen. Kallelse till bolagsstämma skall ske genom kungörelse i dels Post- och Inrikes Tidningar samt Svenska Dagbladet. Kallelse till årsstämma och extra bolagsstämma där beslut om ändring av bolagsordningen skall behandlas måste ske tidigast sex veckor och senast fyra veckor före stämma. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall ske tidigast sex veckor och senast två veckor före stämma.

Utdelningspolicy

Samtliga serier av aktier i Bolaget har lika rätt till utdelning. Under de närmsta åren har Bolaget inte för avsikt att lämna någon utdelning. Vinsten ska istället återinvesteras i verksamheten och användas för vidare expansion av Bolaget.

Övrigt

Aktierna i H1 är inte föremål för erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningskyldighet.



LEGALA FRÅGOR OCH ÖVRIGA UPPLYSNINGAR

44

Allmänt

H1 Communication AB (publ) med organisationsnummer 556730-0610 registrerades 2007-05-18 och namnändrades till nuvarande namn 2007-08-20. H1 Communication är ett svenskt aktiebolag som regleras av aktiebolagslagen (2005:551). Aktierna i bolaget har upprättats och utgivits i enlighet med svensk lagstiftning. Bolaget har sitt säte i Östersunds kommun.

Bolagets post- och besöksadress är: Öneslingan 5, 832 51 Frösön, telefon: 0771 – 24 25 26.

H1 skall enligt bolagsordningen, självt eller indirekt genom dotter- eller delägda bolag, driva rörelse avseende ContactCenter samt därmed förenlig verksamhet.

Legal organisationsstruktur

Bolaget har för närvarande inga dotterbolag.

Handlingar tillgängliga för inspektion

Aktiebolag ger regelbundet in årsredovisningar, bolagsordning och annan information för aktiebolag till Bolagsverket. Dessa handlingar kan normalt beställas från Bolagsverket. Bolagets bolagsordning, de rapporter som det hänvisas till i memorandumet samt historisk finansiell information finns tillgänglig för inspektion i pappersform hos bolaget. Rapporter och pressmeddelanden finns tillgängliga i elektronisk form på bolagets hemsida www.h-1.se. Eftersom bolaget ännu inte har avgivit någon årsredovisning finns för närvarande ingen möjlighet att ta del av någon sådan handling.

Väsentliga avtal

Enligt ledningens bedömning finns inget enskilt avtal som har väsentlig betydelse för Bolaget och dess verksamhet. Bland viktiga kundavtal finns bland andra Bonnier.

Transaktioner med närstående

Det har inte förekommit transaktioner med närstående till bolag.

Styrelsen arbetsformer/bolagsstyrning

Enligt aktiebolagslagen ansvarar styrelsen för H1:s organisation och förvaltningen av dess affärer. Styrelseledamöterna väljs och entledigas på årsstämma. En styrelseledamot äger rätt att när som helst frånträda sitt uppdrag. Styrelsens arbete följer styrelsens fastställda arbetsordning. Verkställande direktörens arbete regleras genom instruktioner för VD. Såväl arbetsordning som instruktioner fastställs årligen av Bolagets styrelse. Frågor som rör revisions- och ersättningsfrågor beslutas direkt av Bolagets styrelse. Bolaget är inte skyldigt att följa svensk kod för bolagsstyrning och har heller inte frivilligt förpliktigt sig att följa denna. Bolaget har för avsikt att vid nästkommande årsstämma utöka styrelsen med två ordinarie ledamöter.

Rättsliga förfaranden och skiljeförfaranden

Bolaget varken är eller har varit part i några rättsliga förfaranden eller skiljeförfaranden. Ledningen känner inte till någon existerande eller förväntad tvist som kan ha väsentlig negativ effekt på Bolagets verksamhet, resultat eller finansiella ställning.

Försäkringar

Bolaget innehar sedvanliga egendoms- och ansvarsförsäkringar vars försäkringsbelopp enligt styrelsen är adekvat för den verksamhet som Bolaget bedriver.

Varumärken & Patent

Bolaget innehar inga patent och bedriver ingen tillståndspliktig verksamhet. De registrerade domännamn som Bolaget innehar är följande; h-1.se, logondomain.se

Utdelning

Utdelning beslutas av bolagsstämma och utbetalning sker genom VPC. Rätt till utdelning har den som på fastställd avstämningsdag är registrerad som ägare i den av VPC förda aktieboken. De nytillkomna aktierna genom



denna emission berättigar till utdelning från och med innevarande räkenskapsår. Om aktieägare inte kan nå genom VPC kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbelopp och begränsas endast genom regler om preskription. Samtliga aktier i Bolaget ger lika rätt till utdelning.

Ersättningar till styrelsen, VD och övriga ledande befattningshavare

Styrelsens ledamöter har hittills inte erhållit något styrelsearvode. Ersättning till verkställande direktören är förnärvarande 40 000 SEK/månad plus pensionskostnader och fastställs av styrelsen, ersättning till övriga ledande befattningshavare fastställs av verkställande direktören. Ersättningen till verkställande direktören och övriga ledande

befattningshavare utgörs av en grundlön samt övriga förmåner. Anställningsavtalet för verkställande direktören kan sägas upp på 6 månader. För övriga i ledningsgruppen kan anställningsavtalet sägas upp på 1-3 månader, oberoende av vilken part som säger upp avtalet. Ersättning utgår under uppsägningstiden. Inga andra avtal om avgångsvederlag eller andra ersättningar finns för verkställande direktören samt övriga ledande befattningshavare.

Ersättning till revisor

För perioden 2007-05-15 – 2008-01-31 utgick ersättning för revision om totalt 0 kronor till H1:s revisorer. För innevarande år utgår ersättning enligt godkänd räkning.

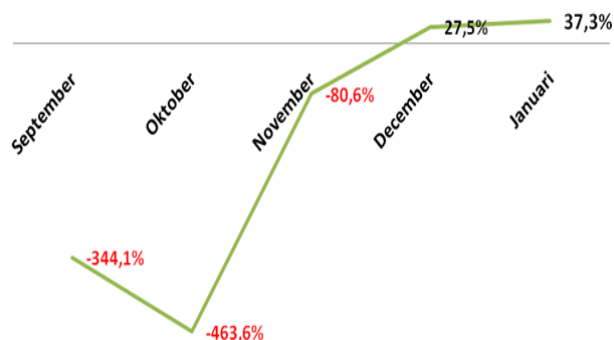
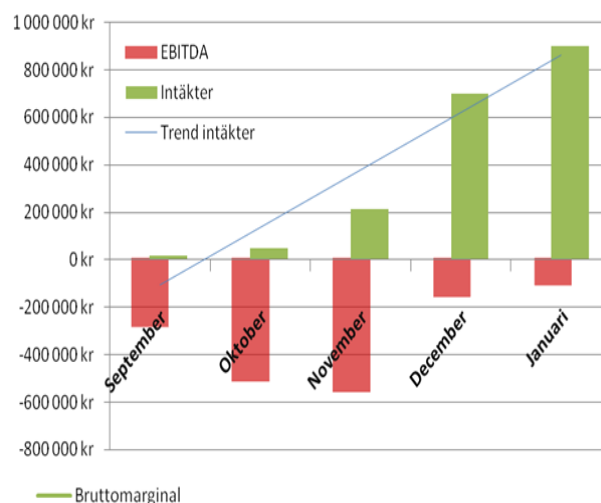




DELÅRSRAPPORT MAJ 2007 – JANUARI 2008

H1 Communication AB (H1) är ett nybildat bolag vars första räkenskapsår omfattar perioden 2007-05-18—2008-08-31.

- Första fasen avklarad, produktion startade i september 2007
- Intäkterna uppgick till 1 887 176 SEK
- God intäktsutveckling
- God lönsamhetsutveckling
- Bruttomarginal: 3,7 %
- EBITDA : neg
- Resultat: - 1 800 102 SEK före skatt
- Över 40 aktiva kundavtal.



Rörelsens intäkter

Rörelsens intäkter under perioden uppgick till 1 887 176 SEK med en hög genomsnittlig tillväxttakt. Detta har varit i linje med Bolagets prognos. Tillväxten kan i första hand härledas till en god tillströmning av nya kunder.

Rörelsens kostnader

Rörelsens kostnader under perioden uppgick till 3 528 421 SEK. Vilket varit i linje med budget. En stor del av kostnaderna går att härleda till kostnader i samband med uppstart.

Investeringar

Under perioden uppgick investeringar till 2 963 895 SEK. Merparten gick till investeringar gällande IT Plattform och arbetsstationer. Investeringstöd har erhållits med 542 500 SEK

Finansiell ställning

Per den 31 januari uppgick Bolagets egna kapital till 4 000 000 SEK, och likvida medel till 944 607 SEK. Bolagets fortsatta tillväxt förutsätter ytterligare kapitaltillskott.

Redovisnings- och värderingsprinciper

Delårsrapporten har upprättats enligt årsredovisningslagen och Redovisningsrådets rekommendationer 1-29 och tillhörande uttalanden.

Granskning

Delårsrapporten är i granskad av Bolagets revisor.

Kommande ekonomisk information

Bolagets första årsredovisning kommer att upprättas per den 31 augusti 2008 för perioden 2007-05-18—2008-08-31.

Delårsrapport maj2007-mar 2008 16 maj 2008
Bokslutskommuniké 17 oktober 2008

Östersund 2008-02-20

Jörgen Larsson
Verkställande Direktör



Rörelsens Resultaträkning i sammandrag

Maj 2007 – Januari 2008

(SEK)

RÖRELSENS INTÄKTER

Intäkter ContactCenter tjänster	1 887 176
Övriga intäkter	0
Summa rörelse intäkter	1 887 176

RÖRELSENS KOSTNADER

Direkta personalkostnader (Produktion)	-1 815 713
Underkonsultkostnader	0

Bruttoresultat **71 463**

Övriga externa kostnader	-1 092 594
Indirekt personal	-620 114
Summa rörelsekostnader	-3 528 421

EBITDA **-1 641 245**

Avskrivningar	-160 278
Finansiella poster	1 421

PERIODENS RESULTAT FÖRE SKATT **-1 800 102**

Rörelsens Balansräkning i sammandrag

Maj 2007 – Januari 2008

(SEK)

Anläggningstillgångar

Maskiner och Inventarier	2 261 117
Finansiella anläggningstillgångar	91 669
Summa anläggningstillgångar	2 352 786

Omsättningstillgångar

Kortfristiga fordringar	1 897 559
Kassa och Bank	944 607
Summa omsättningstillgångar	2 842 166

Summa tillgångar **5 194 952**

Eget kapital

Aktiekapital	1 333 336
Överkursfond	2 666 664
Periodens resultat före skatt	-1 800 102
Summa eget kapital	2 199 898

Skulder

Kortfristiga skulder	2 995 054
Summa skulder	2 995 054

Summa eget kapital och skulder **5 194 952**

Den löpande verksamheten

Rörelseresultat före finansiella poster	-1 801 523
Avskrivningar	160 278
Erhållen och erlagd ränta	5 113
Erlagd ränta	-3 692
Förändring kundfodringar	-1 812 825
Förändring övriga kortfristiga fodringar	-118 059
Förändring leverantörsskulder	2 020 574
Förändring övriga kortfristiga rörelseskulder	974 482
Kassaflöde från löpande verksamheten	-575 652

Investeringsverksamheten

Investeringar i materiella och immateriella tillgångar	-2 963 895
Placeringar i övriga finansiella anläggningstillgångar	-58 346
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-3 022 241

Finansieringsverksamheten

Nyemissioner	4 000 000
Investeringsstöd	542 500
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	4 542 500

Periodens kassaflöde	944 607
Likvida medel vid periodens början	0
Likvida medel vid periodens slut	944 607





REVISORSRAPPORT



BDO Nordic Stockholm AB
Auktoriserade revisorer

49

Revisorsrapport över översiktlig granskning av delårsrapport upprättad i enlighet med 9 kap. årsredovisningslagen (1995:1554)

Till styrelsen i H1 Communication AB (Publ), Organisationsnummer 556730-0610

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av bifogade delårsrapport för H1 Communication AB (Publ) per den 31 januari 2008 och perioden 2007-05-18 – 2008-01-31. Det är styrelsen och den verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med Standard för översiktlig granskning (SÖG) 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt Revisionsstandard i Sverige RS och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att den bifogade finansiella delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm den 19 mars 2008

BDO Nordic Stockholm AB

Tommy Bergendahl
Auktoriserad revisor



BOLAGSORDNING

Antagen 2008-02-28

§1 Firma

Bolagets firma är H1 Communication AB (publ).

§2 Säte

Styrelsen skall ha sitt säte i Östersund kommun.

§3 Verksamhet

Bolaget skall arbeta med kontaktcenterverksamhet (callcenterverksamhet), bedriva konsultation inom branschen samt bedriva därmed förenlig verksamhet.

§4 Aktiekapital

Aktiekapitalet ska utgöra lägst 1 333 336 kr och högst 5 333 344 kr.

§5 Antalet aktier

Totalt antal aktier i bolaget skall vara lägst 1 333 336 stycken och högst 5 333 344 stycken.

Aktierna skall kunna ges ut i två serier, A-aktier till ett antal av högst 5 333 344 stycken, och B-aktier till ett antal av högst 5 333 344 stycken. A-aktie medför 1 röst och B-aktie medför 0,1 röst.

Aktie av serie A skall på begäran av dess ägare kunna omvandlas till aktie av serie B. Begäran om omvandling, som skall vara skriftlig och ange det antal aktier som skall omvandlas, skall göras hos bolagets styrelse. Styrelsen skall därefter, utan dröjsmål, anmäla omvandlingen för registrering hos Bolagsverket. Omvandlingen är verkställd när registrering sker.

Beslutar bolaget att genom en kontantemission eller en kvittningsemission ge ut nya A- och/eller B-aktier, ska ägare av A- respektive B-aktier ha företrädesrätt att teckna nya aktier av samma aktieslag i förhållande till det antal aktier innehavaren förut äger (primär företrädesrätt). Aktier som inte tecknats med primär företrädesrätt skall

erbjudas samtliga aktieägare till teckning (subsidiär företrädesrätt). Om inte de sålunda erbjudna aktierna räcker för den teckning som sker med subsidiär företrädesrätt, ska aktierna fördelas mellan tecknarna i förhållande till det antal aktier de förut äger och, i den mån detta inte kan ske, genom lottning.

Om bolaget beslutar att ge ut teckningsoptioner eller konvertibler genom kontantemission eller kvittningsemission, har aktieägarna företrädesrätt att teckna teckningsoptioner, som om emissionen gällde de aktier som kan komma att nytecknas på grund av optionsrätten respektive företrädesrätt att teckna konvertibler som om emission gällde de aktier som konvertiblerna kan komma att bytas ut mot.

Vad som ovan sagts skall inte innebära någon inskränkning i möjligheten att fatta beslut om kontantemission eller kvittningsemission med avvikelse från aktieägares företrädesrätt.

Vid ökning av aktiekapitalet genom fondemission ska nya aktier emitteras av varje aktieslag i förhållande till det antal aktier av samma slag som finns sedan tidigare. Därvid ska gamla aktier av visst aktieslag medföra rätt till nya aktier av samma aktieslag. Vad som nu sagts skall inte innebära någon inskränkning i möjligheten att genom fondemission, efter erforderlig ändring i bolagsordningen, ge ut aktier av nytt slag.

§6 Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår ska omfatta tiden 1/9 – 31/8.

§7 Styrelse

Styrelsen ska bestå av lägst tre ledamöter och högst tio ledamöter med högst tio suppleanter.

Styrelsen väljs årligen på ordinarie bolagsstämma för tiden till dess nästa ordinarie bolagsstämma har hållits.



§8 Revisor

För granskning av bolagets årsredovisning jämte räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning utses lägst en och högst tre revisorer med högst tre revisorssuppleanter.

§9 Kallelse till bolagsstämma

Kallelse till årsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma, där fråga om ändring av bolagsordning kommer att behandlas, skall utfärdas tidigast sex veckor och senast fyra veckor före stämman. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex veckor och senast två veckor före stämman. Kallelse skall ske genom annonsering i Post & Inrikes Tidningar samt Svenska Dagbladet. Rätten att delta i bolagsstämman tillkommer den aktieägare som dels har upptagits som aktieägare i utskrift av aktieboken avseende förhållandena fem vardagar före stämman, dels anmält sig hos bolaget senast den dag som anges i kallelsen till stämman före kl. 15.00. Denna dag får inte vara en söndag, annan allmän helgdag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

Aktieägare får medföra ett eller två biträden till bolagsstämman, dock endast om aktieägaren på sätt som anges ovan anmäler det antal biträden denne har för avsikt att medföra.

§10 Ärenden på ordinarie bolagsstämma

På ordinarie bolagsstämma ska följande ärenden förekomma.

1. Val av ordförande.
2. Upprättande och godkännande av röstlängd.
3. Val av en eller flera justeringsmän.
4. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad.
5. Godkännande av dagordning.
6. Framläggande av årsredovisning och revisionsberättelse.
7. Beslut angående
 - a. fastställelse av resultaträkningen och balansräkningen,
 - b. dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen, och
 - c. ansvarsfrihet åt styrelsens ledamöter och verkställande direktör.
8. Fastställande av arvoden åt styrelse och revisor.
9. Val av styrelse och i förekommande fall val av revisor.
10. Annat ärende, som ankommer på bolagsstämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§11 Avstämningsförbehåll

Bolagets aktier skall vara registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1 479) om kontoföring av finansiella instrument.



ADRESSER

H1 Communication AB
Öneslingan 5
832 51 FRÖSÖN
investor@h-1.se

Revisorer
BDO Nordic Stockholm AB
Box 24193/Karlavägen 100, Plan 5
104 51 STOCKHOLM

Emissionsinstitut
Aqurat Fondkommission AB
Box 702
182 17 DANDERYD

Kontoförande Institut
VPC AB
Box 7822
103 87 STOCKHOLM

52

**Happy
minds
make
happy
people**



www.h-1.se