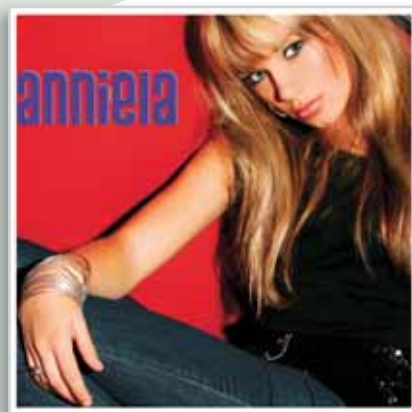
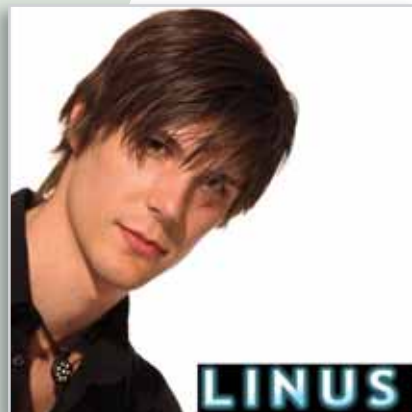
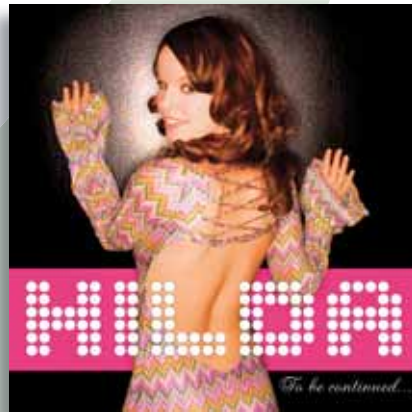


hitworks

Prospekt 2008



www.hitworks.se

Strictly private & confidential. Information memorandum. Januari 2008

Innehållsförteckning

Företagsledning	3
Inbjudan till teckning av aktier i Hitworks AB	4
Private placement	4
Erbjudandet i sammandrag	4
Bakgrund och motiv till erbjudandet	5
Affärsplan Hitworks AB	6
Affärsidé	6
Vår USP	6
Bakgrund	6
Vision	6
Huvudägare	6
Styrelse, revisor och jurist	7
Företagsledning	7
Medarbetare	7
Organisation	7
Produkter	7
Marknader och marknadsföring	7
Ekonomisk utveckling och prognoser	8
Musik och reklam	9
Konkurrenter	9
Kunder	9
Ekonomisk situation i nuläge och finansiering	9
Kostnadsstruktur	9
Probleminventering	10
Lokaler	10
Exit	10
Utdelningspolicy	10
Frågor och svar	11
Hilda pressklipp	12
Samarbetspartners	13
Bilagor:	
Bilaga 1: Produktionskalkyl per album	14
Bilaga 2: Inkomstkalkyl för 2008	15

Affärsidé

Vår affärsidé är att producera och lansera popmusik med svenska artister till den nordiska och den internationella marknaden. Detta gör vi genom en kostnadseffektiv 360 graders helhetslösning som omfattar hela produktionsledet.



Företagsledning



PETER SAHLIN, 44, VD OCH A&R. Peter har 10 års erfarenhet som egen företagare. Han har med stor framgång jobbat som artist, låtskrivare och producent under 20 år. Han har skrivit toppsäljande album med låtar som legat etta på de japanska hitlistorna. Han har verkat som artist, låtskrivare och producent för Epic/Sony i USA, JVC i Japan, Edel i Tyskland, Warner och MNW i Skandinavien. Peter har även skrivit musik till flera biofilmer, bland dem Hollywood-succén "Hackers" med bland andra Angelina Jolie och Ewan McGregor i huvudrollerna.



ANDERS TENGNER, 46, HEAD OF PROMOTION. Anders hade under många år hela världen som arbetsfält som chefsredaktör för den legendariska poptidningen Okej. Som journalist har han intervjuat gräddan av världens stjärnor som Britney Spears, Kiss, Eminem, Justin Timberlake och Bon Jovi och han har även varit programledare för de klassiska SVT programmen Metropolis, Norrskan och Sputnik. Under tre säsonger satt Anders i juryn för Fame Factory i TV 3. Han har jobbat som arrangör av en av Sveriges mest långlivade popfestivaler "Okej-dagen" 1989 – 2005 och hörs ofta i radio. Anders har även jobbat internationellt som turnéledare. Nyligen ombads Anders sitta i uttagningskommittén till ett nytt pojkband som Backstreet Boys manager ligger bakom.



STAFFAN LUNDELL, 52, DIRECTOR OF BUSINESS AFFAIRS. Staffan har byggt upp fyra företag från grunden, både i Sverige och i Australien. Staffan är flitigt anlitad som föreläsare på ledarkonferenser för agenter i Sverige, Australien och USA. Staffan har alltid haft ett stort intresse för musik och ser med Hitworks AB en möjlighet att kombinera detta med sin passion och drive för affärer, försäljning och marknadsföring.



RICHARD GRANBERG, 43, MARKETING DIRECTOR. Richard har 15 års erfarenhet som professionell investerare och egen företagare. Han har även arbetat med marknadsföring, copy writer och oberoende konsult i försäkringsbranschen.

Inbjudan till teckning av aktier i Hitworks AB



Private placement

På extra bolagsstämma i Hitworks AB 24 juli 2007 beslutades att genomföra en aktiesplit 1/250 varvid aktier efter split uppgår till 25 miljoner aktier envar med kvotvärde 0,004 SEK.

Vidare bemyndigades styrelsen besluta om en ökning av bolagets aktiekapital med högst 15 000 SEK. Genom nyteckning av högst 3 250 000 aktier envar med kvotvärde 0,004 SEK.

Styrelsen har därefter beslutat att göra en nyemission utan företräde för befintliga aktieägare. Efter nyemission kommer aktiekapitalet att öka med högst 15 000 SEK för att därefter uppgå till högst 150 000 SEK.

De nyemitterade aktierna kommer vid fulltecknad emission att utgöra 11,5 % av kapitalet och 11,5 % av rösterna. Nyemissionen ska uppgå till cirka 3,25 miljoner SEK före emissionskostnader. Efter emissionskostnader tillförs bolaget netto vid fulltecknad emission cirka 3 miljoner SEK.

Kapitaltillskottet genom emissionen kommer att användas för produktion av 20-25 st. kompletta "musikpaket" t.o.m 2010, med marknadsföring och lansering i både Sverige och internationellt. En del kommer att användas för att utveckla vår exponering och samarbeten på nätet. Kapitaltillskottet kommer också täcka generella driftskostnader under de kommande 3 åren. Vi bedömer att vi kommer att kunna se en positiv utveckling av våra inkomster från licenser, skivförsäljning och reklamsamarbeten redan år 2008 men emissionen säkerställer att vi kan utveckla bolaget i den takt vi vill under de närmaste 1-3 åren.

Erbjudandet i sammandrag

Emissionsbelopp

3,25 Mkr SEK.

Teckningskurs

1 sek per nyemitterad aktie.

Teckningstid

01 Februari – 31 Augusti 2008. Då tilldelning sker löpande kan emissionen stängas före utsatt datum.

Teckningslikvid

För att säkerställa tilldelning bör likvid erläggas så snart som möjligt.

Teckningspost

De nyemitterade aktierna tecknas i poster om 5 000 aktier, motsvarande 5000 sek per post.

Anmälan

Anmälan om teckning av aktier sker genom att teckningsanmälan ifylls, undertecknas och skickas till: Alternativt faxas till 08-770 30 05

Hitworks AB
Torsten Alms Gata 31
126 51 Hägersten

Tilldelning

Tilldelning och betalning sker löpande. Emissionen stängs när den blivit fulltecknad.

Besked om tilldelning

Teckningsbesked skickas ut löpande till de som tecknat sig.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier ska insättas enligt anvisningar på teckningsbeskedet. Teckningslikviden ska insättas på Hitworks AB:s konto i SEB Bankgiro nr. 5579-0596.

Erbållande av aktier

Sedan betalning har erlagts och aktiekapitalets höjning har registrerats av bolagsverket utfärdas ett aktiebrev som skickas per post till köparen. Köparen registreras också i bolagets aktiebok.

Rätt till utdelning

Varje nyemitterad aktie ger rätt till utdelning från och med innevarande verksamhetsår. Utdelning insättes på ett av köparen angivet bankkonto.

Bakgrund och motiv till erbjudandet

Hitworks grundades våren 2007 och finansierades initialt av huvudägarna. Vi hade vår första release i Sverige den 31 maj med artisten Hilda Eidhagen med albumet *"To be continued..."*

Därefter följde ett internationellt försäljningsarbete som resulterat i licensavtal för Kina, Singapore, Malaysia, Hongkong, Taiwan och Macao i Asien. I Europa har vi för Hilda tecknat licensavtal med Norge, Finland, Danmark, Holland, Belgien, och Luxemburg. Hittills således totalt 12 länder med en marknad omfattande 1,5 mdr människor.

Stor lansering av Hilda tillsammans med den Disneyägda TV-kanalen JETIX kommer att ske under tidig vår 2008. Initialt sker denna lansering i Holland, Belgien och Luxemburg. Hildas video och låtar kommer att pumpas dagligen i TV och nå 800 000 av målgruppen.

Vidare har vi tecknat distributionsavtal med över 40 företag för fysisk och digital försäljning. Bl.a. CDA (fysisk distribution Sverige), 8-Ball music/Sony-BMG (Be-Ne-Lux), Ocean Butterfly (Asien), CDON.COM, I-Tunes, Nokia music, Music for me, Klick track, Jamba (ringsignaler), Inprodicon, Dicentia mfl.

Vi har skrivit samarbetsavtal med Songbox, Musitag, Nöjesgatan, TV-kanalen JETIX, Di Ambra och Marikas Dans studio. Dessa avtal förstärker

olika marknadsföringsmetoder av produktioner och vår verksamhet.

Avtal med Mubito för merchandise är klart och flera av artisternas hemsidor är färdiga för lansering.

Vi är medlemmar i SOM och samarbetar intimt med Export Music Sweden (EXMS)

Sponsorer vi har samarbetat med och vi har nu: Cadillac, IBIS Hotel, Tobin första hjälpen och Volkswagen, (Prisvinnande Polo Blue Motion miljöbil).

Vi har under det gångna året byggt upp en hitfabrik med en organisation som omfattar ett 60-tal låtskrivare, producenter, textförfattare, dans- och imagecoacher mm. Redan vår första release, Hilda, har goda möjligheter att bli en storsäljare i både Asien och Europa.

Vi deltog i tre viktiga musikmässor under 2007 där vi presenterade våra låtar och artister. De rönt stort intresse som lovar mycket gott för det kommande året. Vi kommer även att närvara vid alla viktiga musikmässor under 2008 för att ytterligare knyta viktiga kontakter.

Som nämnts ovan har vi gjort många viktiga grundläggande arbeten under 2007 och känner att vi står inför en mycket spännande utveckling av dessa arbeten under 2008. Vi har 6 artister kontrakterade med material till 5 helt färdiga album i produktportföljen. Vi är redo att lansera dessa artister under 2008 och söker nu kapital för att ta vara på alla de fantastiska möjligheter den internationella marknaden erbjuder oss.



Hilda & Hitworks skriver avtal med holländska 8Ball/SonyBMG



Affärsplan Hitworks AB

Affärsidé

Vår affärsidé är att producera och lansera popmusik med svenska artister till den nordiska och den internationella marknaden. Detta gör vi genom en kostnadseffektiv 360 graders helhetslösning som omfattar hela produktionsledet.

Vår USP

Genom Hitworks kollektiv av medarbetare, på närvarande ca 65 personer, kan vi erbjuda den internationella marknaden en kontinuerlig musikproduktion och låtförsörjning. Vi kan skraddarsy musiken med färdiga produktpaket enligt licensstagarens önskemål runt vad som vid en given tidpunkt är hett och efterfrågat på just deras hemmamarknad. Med vår höga produktionstakt kan vi rida på trender och hålla våra produkter högaktuella. Vid licensiering av våra produkter får kunden en garanterad uppföljning vid ett kommersiellt genombrott. När en artist slår igenom kan vi snabbt komma ut med nya låtar och remixar och rida på vågen. Genom att vi även har alla andra funktioner på plats som merchandise, ringsignalförsäljning, bokningsbolag för live spelningar mm kan vi även kapitalisera på alla plan i en 360 graders helhetslösning och på det viset öka på lönsamheten per artist utan att förlora momentum.

På detta sätt sparas enorma marknadsföringsresurser och vi får ut maximalt av investerat kapital. Vi har fått mycket positiv feedback från alla stora internationella skivbolag för denna strategi och den höga klass våra produktioner håller.

Bakgrund

Musikindustrin domineras idag av fyra multinationella bolag; Universal, Sony/BMG, Warner Music och EMI. Dessa bolag har successivt köpt upp många oberoende (independent) bolag och kontrollerar en stor del av marknaden. Inte sällan tar

det idag dessa jättar två till tre år och miljonbudgetar att ta fram en ny artist. Det är alltså en dyr och väldigt långsam process.

Just nu börjar det åter växa upp många mindre, men mycket mer flexibla aktörer som producerar och lanserar musik och artister mycket snabbare och mer kostnadseffektivt än de större bolagen. Vi har som mål att ligga i täten för denna snabbt växande trend. Det finns många begåvade låtskrivare, musikproducenter och artister som söker en plattform för att nå ut med sin musik. Vi kan erbjuda denna plattform. Med en organiserad verksamhet och etablerade kontakter kan vi marknadsföra stora mängder musik till en marknad som har lärt sig att värdesätta den höga kvalitet som gett svenskproducerad musik stor respekt internationellt.

Vision

Vi har, med nuvarande produktions- och marknadsföringsorganisation kapacitet att lansera 6-8 nya artister årligen. Vi kommer att skapa en stor efterfrågan internationellt för vår musik på grund av att den är trendriktig, kommersiellt rätt och håller en jämn och hög kvalitet och presenteras i färdiga professionella produktpaket. Vi kommer att följa upp våra försäljningsframgångar med mycket "add-on"-produkter som music club, merchandising, en interaktiv hemsida, produktplaceringar med mera. Vi har som del av vår vision också ett Hitworks House där vi kan samla en stor del av vår kompetens under ett tak. Det hoppas vi kunna påbörja under den senare delen av 2008. En procent av årsvinsten kommer att investeras i en fond för välgörenhet.

Huvudägare

Peter Sahlin, Richard Granberg och Staffan Lundell. Upp till 11,5 % av företaget kommer att erbjudas till investerare.

Styrelse, revisor och jurist

STYRELSE: Peter Sahlin, Richard Granberg, Staffan Lundell, Anders Tengner.

JURIST: Sissi Hagald, Hagald & Eriksson Juristbyrå.

REVISOR: Niclas Johnsson, Öhrlins, PriceWaterhouseCoopers.

Företagsledning

Peter Sahlin, 44, VD och A&R.

Anders Tengner, 46, Head of Promotion.

Staffan Lundell, 52, Director of business affairs

Richard Granberg, 43, Marketing Director

Medarbetare

SISSI HAGALD, JURIST, som tidigare har jobbat som chefsjurist åt Sony-BMG och MNV Records. Idag har hon uppdrag för BonnierAmigo Music Group, Lionheart, Warner Music Sweden samt för av artister som Louise Hoffsten, Infinite Mass, Backyard Babies med flera.

PETER SKINNER, AD för design av konvolut och promotionmaterial. Tidigare AD för tidningen Cap&Design och ansvarig för design av flera kända artisters produkter.

ISABELLE OLANDER, STYLIST. Har jobbat med gräddan av internationella stjärnor, bland andra Gwen Stefani, Mariah Carey, Ozzy Osborne, Magnus Uggla, Agnes och Sofie Zelmani.

ULF MAGNUSSON, FOTOGRAF. En av Sveriges ledande musikfotografer med över 20 års erfarenhet av internationella uppdrag. Tidigare fast fotograf för tidningen Okej. Ulf har länge anlitats av Roxette för deras officiella pressbilder samt gjort åtskilliga skivomslag.

Organisation

Förutom ovan nämnda medarbetare i företaget har vi knutit upp närmare 40 etablerade låtskrivare och producenter. Dessa har skrivit och producerat låtar till etablerade artister som Ana Johnsson, Linda Bengtzing, Shirley Clamp, Crash Diet, Pandora,

Caramell, Kim Wilde, Sting, Pat Benatar, Jennifer Lopez, Janet Jackson med flera.

Vi har till dags dato sex artister/grupper kontrakterade och ett flertal som vi för närvarande utvärderar. Vi har framgångsrika DJ:s, remixare, grafiska formgivare, filmediterare, web masters, make-up och hårstylister och dans koreografer som alla är mer eller mindre knutna till Hitworks AB. Se även hemsidan för mer information, www.hitworks.se.

Produkter

Vi har idag tre helt färdiga produktpaket med album och tillhörande promotionmaterial (två musikvideor behöver kompletteras som en prioritet) till artisterna I.D.A och Sister Love. Vidare har vi nästan färdigställda album och produktpaket med artisterna Linus, Anniela och Stella. Dessa kommer att kompletteras och färdigställas för full lansering nationellt och internationellt under våren och hösten 2008.



Vi kommer att komplettera dessa produktpaket med professionella musikvideor av hög internationell kvalitet till alla artister under 2008.

Marknader och marknadsföring

Marknaden för svenskproducerad musik är mycket stor och efterfrågad utomlands. Vi är under förhandling med ett flertal internationella skivbolag för licensiering av flera av våra artister. Svensk musikexport omsätter fyra – sex miljarder SEK varje år och är idag en av de största nationella exportprodukterna.



I Sverige omsatte musikindustrin 941 miljoner kronor under 2006. Den fysiska försäljningen av CD-skivor minskar generellt i världen men kompenseras till viss del av digital nedladdning till mp3 spelare och andra mobila enheter. I länder som t.ex Sydkorea är över 70 % av marknaden digitalt nedladdad. Den mesta nedladdning där sker direkt till mobilerna som visar den mesta potentialen i framtiden.

Det finns fortfarande en gigantisk marknad som betalar för musik och vi kommer att jobba mycket med att knyta olika reklam och affärskontakter där musiken spelar en allt större roll i marknadsföringen. Det finns stora möjligheter att tjäna pengar på musik i dessa områden och där bedömer vi att vi är väldigt väl positionerade med våra produkter, professionella marknadsföring och effektiva produktionsapparat.

Även live-spelningar har en stor potential för inkomster när väl en artist har skapat ett starkt varumärke.

Vi kommer även att bygga upp vår webbsida under året för att kapitalisera på den enorma ökningen av digitala communities och annonsering på nätet som sker. Vi kommer att utveckla vår egen Internetmarknadsföring av artisterna, med både försäljning av album, merchandising, nedladdning, nyheter, interaktiva chatsidor, tävlingar och TV-kanaler med mera. Detta kan bli en av vår viktigaste marknadsföringsmetod och inkomst i framtiden.

Vi har mycket hög kompetens och ett väletablerat kontaktnät för marknadsföring och promotion både i Sverige och internationellt och spenderar mycket av vårt marknadsfokus på att knyta nya kontakter genom deltagande i viktiga mässor mm.

Länderna i Asien med Sydkorea, Japan och Kina i spetsen har en mycket köpstark hemmamarknad med ett stort intresse för europeisk popmusik. En artist som får ett genombrott i Asien säljer ofta flera miljoner album.

Ekonomisk utveckling och prognoser

Vi har kapacitet att lansera 6-8 artister per år. För att nå break-even behöver vi sälja motsvarande 5 000 album (fysiska CD:s och nedladdning) i Norden, eller motsvarande 7 000 album internationellt genom licens. Genom bibehållna låga kostnader för produktionen kan våra vinstmarginaler bli väldigt attraktiva både kortsiktigt och långsiktigt och riskerna per artist låga. När ett bolag intresserar sig för en av våra produktioner så siktar de på att sälja minimum guld i sin region och då kan vi räkna hem marginaler som långt överskrider vår produktions och marknadskostnad.

Det är omöjligt att prognostisera hur väl ett album kommer att sälja på en specifik marknad under ett specifikt år. Vår musik ligger inom det segment, pop, som säljer mest just nu internationellt. År 2006 såldes musik världen över för ca 230 miljarder kronor. Detta gav totalt 147 miljarder kronor i intäkter till skivbolagen. Dessa siffror baseras på statistik från 1 400 skivbolag i 70 länder. Genom att vi har nästan uteslutande fokus på den internationella marknaden med den flera hundra gånger större potentialen ser våra möjligheter rätt bra ut även med en relativt marginell framgång. Kombinera det med kvaliteten på våra produktio-



ner och mycket låga produktionskostnader, anser vi att vi har mycket goda möjligheter att ge god avkastning till våra investerare och delägare inom de närmaste 2-5 åren.

Om vi når upp till ett skivbolags genomsnittliga försäljning, cirka 1 promille av marknaden, kan vi räkna hem 100 miljoner sek i intäkter per år.

Vår ambition ligger dock högre än så. Många av världens skivbolag verkar enbart lokalt i sin egen region. Vi skriver musik och lanserar våra artister med direkt fokus på den internationella marknaden.



Linus

Musik och reklam

Vi har inlett samtal om samarbete med ett antal företag specialiserade på att placera musik i reklam-sammanhang. Här finns intressanta möjligheter att få ut musiken till en bredare målgrupp. Många artister har fått sitt genombrott genom reklamfilmer. Att medverka i reklamfilmer ger förstås också sidoinkomster.

Konkurrenter

Vi konkurrerar med den internationella skivindustrin. Våra konkurrensfördelar bygger på en väl organiserad marknadsförings- och produktions-

apparat som kan erbjuda färdiga professionella produktpaket. Vi har etablerade kontakter och en snabb och kostnadseffektiv produktionskedja. Ersättningen till våra medarbetare är provisionsbaserad, vilket håller våra start- och lanseringskostnader på låg nivå. Detta ger oss större flexibilitet, minskar riskerna och höjer vinstmarginalerna.

Kunder

Slutkunden är den som köper musik i butik, internetshops och genom nedladdning. Vår musik är riktad till den yngre, ofta köpstarka och teknikmedvetna kunden. Vi riktar oss också mycket till Asien, Europa och andra länder där svensk popmusik är efterfrågad och står högt i kurs. Även företag som köper artister eller produktioner för annons eller annan marknadsföring förutspår vi kommer att ha ökande betydelse som en inkomstkälla för bolaget.

Ekonomisk situation i nuläge och finansiering

Löpande kostnader kommer initialt att täckas av ägarna. Vi kommer att sälja upp till 11,5 % av bolaget för upp till 3,25 miljoner SEK. Detta kapital kommer mer än väl täcka Hitworks kapitalbehov till dess att bolaget går med vinst. Kapitalet ger oss också möjlighet att lansera fler artister och producera riktigt professionella produktpaket i en snabbar takt.

Kapitalet kommer att täcka kostnader för webbsida, videoproduktion, marknadsföring och release i Norden samt internationellt via licenser. Med de kontakter vi redan har och med den respons vi hittills har erfarit på våra produktioner så räknar vi med att inkomster från skivförsäljning, reklam-samarbeten och förskottsbetalningar från licensavtal kommer att täcka företagets löpande kostnader från och med tredje kvartalet 2008.

Kostnadsstruktur

Inga löner eller andra större fasta utgifter finns för närvarande i bolaget då alla medarbetare varit självfinansierade det första verksamhetsåret 2007. Därför kan vi klara oss på väldigt liten budget tills intäkterna till bolaget börjar komma upp i

de nivåer vi behöver för att kunna ta ut löner. Vi räknar med att kunna se vissa inkomster från internetförsäljning, annonsarbeten och förskott från licensavtal under det första sex månaderna 2008. (Se bilaga 2: inkomstkalkyl).

Probleminventering

Utmaningen de första åren är att uppnå försäljningsmålet för de första artisterna och inte förbruka för mycket av kapitalet innan de första inkomsterna från licenser och sålda album kommer in. Den enda egentliga risken är att vi felbedömer marknaden eller fördröjningseffekten som drar ut för länge mellan såld produkt och pengar betalda på kontot eller satsar för mycket och för länge på artister som säljer för dåligt.

Lokaler

Idag har vi huvudkontor i Aspudden, i Stockholms södra närförort. Våra låtskrivare och producenter jobbar ofta i egna studior och skickar färdigt material till oss. När tillfället är rätt kommer vi hyra en gemensam lokal där vi kan samla alla aktiviteter på ett ställe med studior, scen, replokaler och kontor; The Hitworks House. Ett nytt Motown.

Exit

Vi planerar en börsnotering eller uppköp för Hitworks inom ett – tre år.

Utdelningspolicy

I beaktande av bolagets ställning och investeringsbehov kommer styrelsen att föreslå en utdelning upp till 50% av nettovinsten per år.

Styrelsen har inte för avsikt att föreslå någon utdelning för verksamhetsåret 2007,



Frågor och svar

– *Vilken är vår konkreta unikit – USP?*

1. Vi har den mest efterfrågade musiken (pop).
2. Tydliga färdiga musikpaket med svenska artister av hög klass.
3. Mycket låga kostnader.

Den låga kostnaden för framtagning av artister och låtar/produktioner är unik i sig. Normalt kostar bara en albumproduktion för en ny artist 400 000 kronor och uppåt medan Hitworks kan genomföra den för 60 000 kronor, tack vare kostnadseffektiva lösningar. Det gör att vi kan producera och släppa produktioner snabbare och med mycket lägre risk. Vi nöjer oss inte med att bara producera ett album utan säljer kompletta professionella artistpaket med promotionmaterial, videos, artwork, foton för pressklipp mm. Vi satsar dessutom på att utveckla inkomster från reklam, produktplaceringar, ringtones (detta är en enorm marknad med stora inkomster), skivförsäljning, downloads, förlagsverksamhet, merchandice, livekonserter. I princip allt som kan relatera till våra artister för att maximera lönsamheten per produktion. Även att vi i huvudsak inriktar oss på en global marknad och kan ”skraddarsy” våra produktioner efter våra kunders (licensierande bolag) önskemål och marknader.

– *Immateriella frågor, varumärken, rättigheter finns dessa registrerade och vem äger dessa i så fall?*

Varumärket Hitworks är registrerat hos bolagsverket och skyddat som företagsnamn inom klausul 40 “musik, underhållning etc.” Vi äger alla produktioner och varumärken och dessa är skyddade av Svensk och internationell lag.

– *Hur många låtskrivare och producenter är knutna till bolaget och hur är dessa knutna avtalsmässigt?*

Hitworks låtskrivarkollektiv är en ständigt växande skara. I skrivande stund kan vi räkna med 40 st. Men antalet ökar hela tiden. Låtskrivarna är knutna till Hitworks genom avtal som reglerar deras ersättning i form av royalty när de arbetar åt oss. De väljer att jobba med oss därför att de tror på oss, våra artister och vår professionella inställ

ning till hur vi marknadsför oss. De erbjuds också effektiva och ömsesidigt utvecklande samarbeten med andra låtskrivare inom kollektivet och en effektiv marknadsplattform för att öka deras potentiella inkomster. Alla gillar vårt sätt att jobba och kollektivet växer som sagt hela tiden.

– *Hur ser intäktssmodellen ut?*

Vi får betalt en viss summa per såld enhet. Fysiskt album eller download (ca 50% av PPD, pris till butik), ringtone, call backs etc. Vi får också en viss ersättning när våra produktioner spelas i radio och TV etc. I de fall man vill använda våra produkter i reklam sker först en separat förhandling angående priset. Detsamma gäller för företag som väljer att produktplacera i våra musikvideos. Våra artistavtal ger oss också rätt att ta en viss procent på livekonserter och försäljning av merchandice. Vi ser också möjligheter till intäkter från webbanonsering, företag som säljer reklamplats på webbsiter där våra artister finns. Här får vi del av dessa reklamintäkter. Vi kan också få direkta uppdrag från reklambranschen att skraddarsy låtar till reklamfilmer och även filmindustrin. Den sista delen har vi redan börjat att aggressivt bearbeta.

– *Hitworks producerar och licensierar musik och artister till den svenska och internationella marknaden men nämner även många fler intäktsmöjligheter?*

Ryggraden i bolaget är i enlighet med formulerad affärsidé. Detta öppnar dock även dörren för ytterligare inkomstmöjligheter inom fler områden. Alla mer eller mindre direkt associerade till huvudverksamheten. Ju bättre vår artist lyckas internationellt desto mer pengar kan vi tjäna på merchandice och reklam etc.



Hitworks låtskrivarträff, augusti 2007.

PRESSKLIPP



Samarbetspartners 2007

Digital försäljning

Fysisk försäljning

Övriga samarbeten

CDON.COM

d:centia



NOKIA
Connecting People to music

InProdicon

iTunes Store



DIG MUSIC



MUSITAG.COM

HAGALD & ERIKSSON



**SVENSKA ÖBEROENDE
MUSIKPRODUCENTER**



Sponsorer



Bilaga I: produktionskalkyl per album

Produktionskalkyl per album	Distribution	Nedladdning i Sverige	Internationell licens
Antal sålda album	20 000	1 000	500 000
Ppd (pris till butik)	108	95	108
Rabatter i % inkl. I I/10 som räknas om till 9% rabatt	20	0	
Artist royalty	8 %	8 %	35 %
Producentroyalty	3 %	3 %	
Copyright	9 %	9 %	0 %
Tillverkningskostnad per styck cd (sek)	6	0	
Inkurans i lagret Standard på 5% av inköps-kostnaden	5 %	0	0
Engångskostnad per album		250	
Inspelningskostnader			
Producent	0		0
Studio	36 000		
Tekniker	0		0
Musiker	0		0
Remixer	0		0
Mastrering	10 000		
Summa inspelningskostnader	46 000		
Konvolutkostnader			
Design och layout	5 000		
Foto	5 000		
Repro	5 000		
Summa konvolutkostnad	15 000		
Marknadsföring inklusive video	200 000		
Försäljning till listpris ppd (20 000 album)	2 160 000	95 000	
Rabatter	432 000		
Netto försäljning	1 728 000	95 000	
Erhållen licensroyalty 500 000 album			10 800 000
Inspelningskostnad	46 000		0
Konvolutkostnad	15 000		0
Tillverkningskostnad 6 kr/cd	120 000		0
Royalties	237 600	7 600	3 780 000
Copyrights	194 616	2 800	0
Inkurans i lagret	6 000		
Total försäljnings- och produktionskostnad	619 216	250	3 780 000
Bruttointäkt före marknadsföring	1 108 784	84 350	7 020 000
Marknadsföring inklusive video	200 000		0
Distributionskostnad	345 600		0
Hagald och Eriksson Jurist	56 378	8 435	702 000
Overheadkostnad	20 000		0
Hyra	18 000		
Bidrag till vinsten	469 406	75 915	6 318 000
Nettovinst före skatt		6 863 321	

Bilaga 2: inkomstkalkyl för år 2008

Resultatbudget för år 2008 baserat på 5 artister/album	Good case		Bad case		Very good case	
	Distribution	Licens	Distribution	Licens	Distribution	Licens
Antal sålda album	50 000	1 000 000	25 000	100 000	100 000	5 000 000
Försäljning till listpris	5 400 000		2 700 000		10 800 000	
Rabatter	1 080 000		540 000		2 160 000	
Netto försäljning	4 320 000		2 160 000		8 640 000	
Erhållen licensroyalty		21 600 000		2 160 000		108 000 000
Inspelningskostnad	230 000		230 000		230 000	
Konvolutkostnad	75 000		75 000		75 000	
Tillverkningskostnad 6 kr/CD	300 000		120 000		600 000	
Royalties	594 000	7 560 000	237 600	756 000	1 188 000	37 800 000
Copyrights	486 540		194 616		973 000	
Inkurans i lagret	15 000		6 000		30 000	
Total produktions- och försäljningskostnad	1 700 540	7 560 000	863 216	756 000	2 922 000	37 800 000
Bruttointäkt	2 619 460	14 040 000	1 296 784	1 404 000	5 544 000	70 200 000
Marknadsföring, inkl. video	750 000		750 000		750 000	
Distibutionskostnad	864 000		345 000		1 728 000	
Hagald och Eriksson Jurist	117 946	1 404 000	37 578	140 400	324 000	7 020 000
Overheadkostnad	20 000		20 000		20 000	
Hyra	18 000		18 000		18 000	
Bidrag till vinsten	849 514	12 636 000	126 206	1 263 600	2 704 000	63 180 000
Nettovinst före skatt	13 485 514		1 389 806		65 884 000	





HITWORKS AB

Torsten Alms gata 31, 126 51 Hägersten, Sweden
Phone: +46 (0)8-549 044 12, E-mail: info@hitworks.se

www.hitworks.se