



Adverty AB (publ)

Företrädesemission 48,5 MSEK

Teckningsperiod 2 december - 16 december 2019

Highlights

- Världsledande teknik för in-game annonsering
- Möjliggör monetärisering i 100 procent av speltiden
- Världens första helautomatiserade handelsplats för sömlösa annonser
- Avtal med några av världens mest nedladdade mobilspel
- Integrerad i över 25 spel med räckvidd på hundratals miljoner spelare
- Validerad plattform: Tekniken medför ingen negativ påverkan på spels KPI:er
- Programmatisk handel genomförd med flertalet ledande handelsplatser
- Fokus på mobilspel - efterfrågan växer från PC- och konsol
- Ny säljchef rekryterad med bred erfarenhet och kontaktnät inom mediebranschen
- Programmatisk struktur grundlägger enorm kommersiell skalbarhet

Verksamhetsöversikt

Bakgrund

- Adverty är ett annonsteknikbolag som har lanserat världens första programmatiska plattform för automatiska, sömlösa annonser i spel.
- Bolaget har genom plattformen byggt ett enormt utbud av digitala annonseringsplatser inuti spel- och applikationer.
- Adverty har integrerat plattformen med cirka 25 spel som sammanlagt har över 30 miljoner dagliga aktiva användare.
- Majoriteten av annonsplatserna finns i mobilspel, samtidigt som efterfrågan på annonslösningar inuti PC- och konsolspel växer.
- Bolagets intäktmodell grundar sig i att dela annonsintäkterna med spelutvecklare.

Möjliggör monetarisering 100 procent av speltiden

Traditionell banner-annonsering i spel och applikationer tar upp mycket plats av skärmen och uppfattas som störande, samtidigt som spelupplevelsen generellt undergrävs. Advertys lösning möjliggör en automatisk och sömlös integrering av annonser med lämpliga placeringar i spelen eller applikationerna, som därmed inte stör hur produkten upplevs. De flesta av dagens annonser visas i meny- eller pausläge, vilket estimeras vara cirka 10 procent av totala användartiden i en produkt. In-game annonsering möjliggör monetärisering under hela användartiden, vilket ökar intäkter för utgivare och möjligheter för annonsörer. In-game genererar också en repetitiv effekt, utan att framstå som störande, vilket är en viktig strategi för många annonsörer. Adverty använder en egenutvecklad metod (under patentering) som fungerar till alla typer av enkla eller komplexa spel och plattformar.

Intäktmodell

Intäktmodellen grundar sig i att dela annonsintäkter med app- och spelutvecklare. Adverty erhåller 100 procent innan intäktsdelningen, vilket ökar omsättningen och stärker kassaflödet. Genom att det är Advertys teknik som möjliggör annonsintäkten för utvecklaren, estimeras intäktsdelen till Adverty vara hög över tid och ligga inom intervallet 15 - 50 procent.

Räkenskaper

(KSEK)	2019-01-01 -	2019-07-01 -
	2019-09-30	2019-09-30
Nettoomsättning	176 (46)	42 (46)
Aktiverat arbete för egen räkning	1 080 (0)	373 (0)
Övriga rörelseintäkter	390 (195)	-12 (189)
Summa rörelsens intäkter	1 646 (241)	403 (235)
Rörelseresultat	-6 810 (-6 641)	-2 434 (-2 077)

Siffror inom parentes utgör samma period 2018

Kommentar från VD och grundare Niklas Bakos

Vi har under året gjort stora framsteg i vår övergripande strategi och vision för Adverty. En viktig pusselbit har varit att få bekräftat att sömlös in-gameannonsering inte har någon negativ effekt på hur spel som använder vår teknik uppfattas av dess användare. Detta är en signifikant milstolpe för oss då spelutvecklare genom detta kommer se mer positivt på reklam, vilket är betydelsefullt då det är en livsviktig intäktskälla för både dem och oss.

Under sommaren levererade vi över 40 miljoner annonser till cirka 1 procent av användarna i trippel-A-mobilspelet Subway Surfers. Därigenom fick vi bekräftat att placering av annonser under spelupplevelsen inte hade någon negativ effekt på varken spelets betyg, dess recensioner, antalet nya spelare eller det oerhört viktiga måttet "retention", vilket mäter hur ofta en ny användare återkommer till spelet.

Kampanjerna levererades på den öppna programmatiska marknaden med väldigt generösa kommersiella villkor i syfte att skapa maximalt köptryck på kort tid snarare än rättvisande intäkter. Det var nödvändigt då vi därigenom fick bekräftat att vår plattform tekniskt kan hantera så pass stora volymer av annonser. Subway Surfers är det mest nedladdade mobilspelet genom tiderna och vi har haft avtal med dem sedan 2018. Innan vi lanserar ytterligare regelbundna annonser i det spelet, vill vi med större säkerhet veta att vi kan fylla tillräckligt stora volymer med annonser i spelets viktigaste regioner.

Vidare har vi under året lanserat plattformen i ett par andra högkvalitativa storspel som spelas av hundratals miljoner användare varje månad. Med lanseringar i Critical Ops och ett "casual-action"-spel med 1 miljard nedladdningar, har vi lyckats erhålla en viktig och stor publik vilket är ett mycket betydelsefullt steg i vår lanseringsstrategi och ett av grundkraven för att skapa intresse hos annonsörerna. Att vi nu har skapat en plattform med stor publik och räckvidd genom satsningen på mobilspelet har varit Bolagets primära mål under 2019. Nu ser vi fram mot nästa viktiga mål - att fylla annonseringsutrymmet vi byggt upp.

Ett gediget arbete pågår därför nu med att sälja in Adverty och konceptet med sömlös "in-game"-annonsering till mediebyråer och programmatiska handelsplatser runtom i världen. Då vi representerar en helt ny kanal för annonsering som kräver aktiv försäljning och marknadsutveckling, behöver vi nu anskaffa kapital i syfte att öka dessa insatser ordentligt. Emissionen avser möjliggöra en snabb expansion och vi vill ge befintliga aktieägare och nya investerare möjligheten att tillsammans med oss utvidga sitt engagemang och innehav i Adverty.

Ett viktigt första led i den aktiva försäljningen var att rekrytera vår nya Chief Revenue Officer (global försäljningschef) Kenny Spångberg. Vi är mer än glada över att



ha honom ombord i detta viktiga skede när vi går ut med vår innovativa lösning till kunder globalt. Med hans kunskap, kontaktnät och erfarenhet inom mediebranschen är vi väl positionerade att nå nyckelsamarbeten med ledande annonsörer och mediebyråer.

Syftet med en annons är att rikta ett budskap mot en publik, som består av rätt målgrupp för budskapet i fråga och samtidigt når så många åhörare som möjligt. Om annonsen mottas vid rätt tillfälle och plats för varje individ ger budskapet maximal effekt. För att ständigt kunna nå personer vid rätt tillfälle och plats kommer ett fortsatt fokus även ligga i att hitta nya spel att integrera vår teknik i och på så sätt skapa mångfald i vårt utbud samt växa vår globala räckvidd.

Vi har genom plattformen alla grundförutsättningar att etablera "in-game"-annonsering som ett nytt annonsformat i en ny mediekanal inom världens största underhållningsindustri. Den grundläggande och första fasen av infrastruktur är avklarad genom framgångsrika tekniska integrationer med ledande handelsplatser som PubMatic och BidSwitch och vi för kontinuerligt diskussioner med andra ledande aktörer med förhoppning om att verksamheten nu tar sina första kliv mot större affärer med återkommande intäkter. Vi under 2019 tagit de första stegen med mindre kommersiella kampanjer (och därav små intäkter) från en handfull annonsörer primärt genom Critical Ops i Norden, Ryssland och Turkiet.

Vi är stolta över den banbrytande plattform vi byggt och att vi kunnat validera att annonser med vår teknik inte har en negativ inverkan på spels KPI:er. Jag och hela teamet ser mycket fram emot att ta Adverty till nästa nivå och börja fylla det enorma annonsutrymme vi byggt upp i plattformen.

Jag och Adverty önskar befintliga ägare och nya investerare varmt välkomna att teckna i emissionen!

Niklas Bakos
VD och grundare, Adverty

Investerarträffar och information

Emissionsmotiv och kapitalanvändning

Adverty har genom sin annonsplattform byggt ett stort utbud av digitala annonseringsplatser i spel- och applikationer. Motivet med Företrädesemissionen är att tillgodose Bolaget medel för att kunna stärka organisationen och utöka försäljningsinsatserna, för att därigenom fylla utbudet av annonseringsplatser i primärt mobilspel från mediebyråer eller genom automatiskt genererade annonser från programmatiska handelsplatser. Vidare erhålls kapital för återbetalning av bryggglån vilket stärker kapitalstrukturen i rådande försäljningsaccelerering.

Företrädesemissionen om 48,5 MSEK före emissionsknotnader avses fördelas på följande ändamål:

- 20,0 MSEK används till ökade försäljningsinsatser.
- 5,0 MSEK används till förstärkning av organisationen samt tillsättande av nyckelpersoner inom försäljning.
- 3,3 MSEK används till förstärkning av rörelsekapital.
- 3,3 MSEK används till vidareutveckling av teknikplattform.
- 10,7 MSEK används till återbetalning av bryggglån, inklusive räntor.

Välkommen på bolagspresentation

Tisdag 3 december, Investerarkväll

- Plats: IVA konferenscenter, Grev Turegatan 16
- Tid: Från kl. 17.00, presentationen startar kl. 17:30. Förtäring och förfriskningar
- Begränsat antal platser, anmälan görs till info@augment.se

Fredag 6 december, Investerarträff

- Plats: Augment Partners, Kontoret Nybroviken, Birger Jarlsgatan 2
- Tid: Kl. 12.00 - 13.00, lättare förtäring
- Begränsat antal platser, anmälan görs till info@augment.se

Torsdag 12 december, Investerarträff

- Plats: Augment Partners, Kontoret Nybroviken, Birger Jarlsgatan 2
- Tid: Kl. 12.00 - 13.00, lättare förtäring
- Begränsat antal platser, anmälan görs till info@augment.se

Erbjudandet

Villkor	Aktieägare i Adverty erhåller en (1) teckningsrätt för varje (1) innehavd aktie, oavsett aktieslag. Det krävs fem (5) teckningsrätter för att teckna två (2) nya aktier av samma aktieslag.
Emissionsvolym	48,5 MSEK
Teckningskurs	10,0 SEK per ny aktie, courtage utgår ej
Pre-money värdering	121 MSEK
Teckningsförbindelser	8,7 MSEK
Garantiåtaganden	28,8 MSEK
Avstämningsdag	28 november 2019
Teckningsperiod	2 december - 16 december 2019
Handel med teckningsrätter	2 december - 12 december 2019

Besök www.adverty.com/sv/invest för videopresentation
För mer information om teckning v.g. kontakta din förvaltare