

# Inbjudan till förvärv av aktier i Adtraction Group AB

---

Detta EU-tillväxtprospekt godkändes av Finansinspektionen den 25 november 2021. Prospektet är giltigt i högst 12 månader från detta datum under förutsättningen att Adtraction Group AB fullgör skyldigheten att enligt Europaparlamentet och Rådets förordning (EU) 2017/1129, om tillämpligt, tillhandahålla tillägg till EU-tillväxtprospektet ifall nya omständigheter av betydelse, sakfel, eller väsentliga felaktigheter inträffar som kan påverka bedömningen av värdepapperen. Skyldigheten att upprätta tillägg till EU-tillväxtprospektet gäller från och med tidpunkten för godkännande av EU-tillväxtprospektet till och med utgången av anmälningsperioden. Adtraction Group AB har ingen skyldighet att upprätta tillägg till EU-tillväxtprospektet efter anmälningsperiodens utgång.

Nasdaq First North Growth Market är en registrerad tillväxtmarknad för små och medelstora företag i enlighet med Europaparlamentets och Rådets direktiv 2014/65/EU såsom det implementerats i Danmark, Finland och Sverige, och drivs av en börs inom Nasdaq-koncernen. Bolag på Nasdaq First North Growth Market är inte underställda samma regler som bolag på den reglerade huvudmarknaden. I stället är de underställda ett mindre långtgående regelverk anpassat för små tillväxtbolag. Risken vid en investering i ett bolag på Nasdaq First North Growth Market kan därför vara högre än vid en investering i ett bolag vars aktier är upptagna till handel på en reglerad marknad. Alla bolag med aktier som handlas på Nasdaq First North Growth Market har en Certified Adviser som övervakar att marknadsplatsens regler följs. Avanza Bank AB (publ) är Adtraction Group AB:s Certified Adviser. Nasdaq Stockholm godkänner ansökan om upptagande till handel.

# Viktig information

Med "Prospektet" avses detta EU-tillväxtprospekt. Med "Adtraction", "Bolaget" eller "Koncernen" avses Adtraction Group AB, org.nr 559303–4753, koncernen inom vilken Adtraction är moderbolag eller ett dotterbolag i Koncernen, beroende på sammanhanget. Med "Säljande aktieägare" avses Jacob Notlöv (via bolaget LLJ Property AB, org.nr 556722–8845), Simon Gustafson, Markus Bjernvall, Magnus Hagström, Christian Longberg och Karl-Erik Danielsson. Med "Avanza" avses Avanza Bank AB (publ), org.nr 556573–5668. Med "Euroclear" avses Euroclear Sweden AB, org.nr 556112–8074. Med "Nasdaq First North" avses den multilaterala handelsplattformen Nasdaq First North Growth Market som drivs av Nasdaq Stockholm AB, org. nr 556420–8394. Med "Erbjudandet" avses erbjudandet att förvärva aktier i Bolaget så som närmare framgår av detta Prospekt och med "Emissionen" avses emissionen av aktier i Bolaget i enlighet med Erbjudandet. Hänvisning till SEK avser svenska kronor. Med "K" avses tusen och med "M" avses miljoner.

Adtraction har inte vidtagit och kommer inte att vidta några åtgärder för att tillåta ett erbjudande till allmänheten i någon annan jurisdiktion än Sverige. Inga aktier eller andra värdepapper utgivna av Adtraction har registrerats eller kommer att registreras enligt den vid var tid gällande United States Securities Act från 1933 eller värdepapperslagstiftningen i någon annan delstat eller jurisdiktion i USA. Inga nya aktier får erbjudas, förvärfas, säljas eller överföras, direkt eller indirekt, i eller till USA. Erbjudandet riktar sig inte till personer med hemvist i USA (innefattande dess territorier och provinser, varje stat i USA samt District of Columbia), Australien, Singapore, Nya Zeeland, Japan, Sydkorea, Kanada, Schweiz, Hongkong, Sydafrika eller i någon annan jurisdiktion där deltagande skulle kräva ytterligare prospekt, registrering eller andra åtgärder än vad som följer av svensk rätt. Prospektet får följaktligen inte distribueras i eller till någon jurisdiktion där distributionen eller Erbjudandet enligt Prospektet kräver sådana åtgärder eller strider mot reglerna i sådan jurisdiktion. Teckningen och förvärf av aktier i strid med ovanstående begränsningar kan vara ogiltig. Personer som mottar exemplar av Prospektet måste informera sig om och följa sådana restriktioner. Åtgärder i strid med restriktionerna kan utgöra brott mot tillämplig värdepapperslagstiftning. Adtraction förbehåller sig rätten att efter eget bestämmande ogiltigförklara aktieförvärf som Bolaget eller dess uppdragstagare anser kan inbegripa en överträdelse eller ett åsidosättande av lagar, regler eller föreskrifter i någon jurisdiktion.

För Prospektet och Erbjudandet gäller svensk rätt. Tvist med anledning av Prospektet, Erbjudandet och därmed sammanhängande rättsförhållanden ska avgöras av svensk domstol exklusivt, varvid Stockholms tingsrätt ska utgöra första instans.

## Upprättande och registrering av Prospektet

Prospektet har upprättats i enlighet med bestämmelserna i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1129 av den 14 juni 2017 om prospekt som ska offentliggöras när värdepapper erbjuds till allmänheten eller tas upp till handel på en reglerad marknad, och om upphävande av direktiv 2003/71/EG och Kommissionens delegerade förordning (EU) 2019/980 av den 14 mars 2019 om komplettering av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1129 vad gäller formatet på, innehållet i och granskningen och godkännandet av de prospekt som ska offentliggöras när värdepapper erbjuds till allmänheten eller tas upp till handel på en reglerad marknad, och om upphävande av kommissionens förordning (EG) nr 809/2004. Godkännandet och registreringen innebär inte att Finansinspektionen garanterar att sakuppgifterna i Prospektet är riktiga eller fullständiga.

## Presentation av finansiell information

Viss finansiell och annan information som presenteras i Prospektet har avrundats för att göra informationen lättillgänglig för läsaren. Följaktligen kan det hända att siffrorna i vissa tabeller, vid summering, inte exakt motsvarar angiven totalsumma. Om inget annat uttryckligen anges har ingen information i Prospektet reviderats eller granskats av Bolagets revisor.

## Framtidsinriktad information och riskfaktorer

Prospektet innehåller vissa framtidsinriktade uttalanden. Framtidsinriktad information är alla uttalanden i Prospektet som inte hänförs till historiska fakta och händelser samt sådana uttalanden som är hänförliga till framtiden och som exempelvis innehåller uttryck som "anser", "bedömer", "förväntar", "kan", "ska", "vill", "bör", "planerar", "uppskattar", "såvitt man känner till" eller liknande uttryck som identifierar information som framtidsinriktad. Detta gäller särskilt uttalanden och åsikter i Prospektet

vilka avser framtida resultat, finansiell ställning, kassaflöde, planer och förväntningar på Bolagets verksamhet och ledning, framtida tillväxt och lönsamhet och allmän ekonomisk och regulatorisk omgivning samt andra omständigheter som påverkar Bolaget. Framtidsinriktade uttalanden är baserade på nuvarande uppskattningar och antaganden, vilka har gjorts i enlighet med vad Bolaget känner till. Sådana uttalanden är föremål för risker, osäkerheter och andra faktorer som kan medföra att de faktiska resultaten, inklusive Bolagets finansiella ställning, kassaflöde och lönsamhet, kan komma att avvika väsentligt från de resultat som uttryckligen eller indirekt ligger till grund för, eller beskrivs i, uttalandena, eller medföra att de förväntningar som uttryckligen eller indirekt ligger till grund för, eller beskrivs i, uttalandena inte infrias eller visar sig vara mindre fördelaktiga jämfört med de resultat som uttryckligen eller indirekt ligger till grund för, eller beskrivs i, uttalandena. Bolagets verksamhet är exponerad för ett antal risker och osäkerheter som kan medföra att ett framtidsinriktat uttalande blir felaktigt eller en uppskattning eller beräkning blir inkorrekt.

Bolaget kan inte lämna några garantier såvitt avser riktigheten i de framtidsinriktade uttalanden som görs häri eller såvitt avser det faktiska inträffandet av några förutsedda utvecklingar. I ljuset av dessa risker, osäkerheter och antaganden är det möjligt att framtida händelser som nämns i Prospektet inte kommer att inträffa. Dessutom kan framtidsinriktade uttalanden och prognoser som härrör från externa parter undersökningar som hänvisas till i Prospektet visa sig vara felaktiga. Faktorer som kan medverka att Bolagets framtida resultat och utveckling avviker från vad som uttalas i framtidsinriktad information innefattar, men är inte begränsad till, de som beskrivs i avsnittet "Riskfaktorer". Bolaget frånsäger sig uttryckligen alla skyldigheter att uppdatera dessa framtidsinriktade uttalanden för att spegla eventuella ändringar i dess förväntningar eller någon förändring av händelser, villkor eller omständigheter på vilka sådana uttalanden är baserade, om inte sådan skyldighet följer av lag eller Nasdaq Frist North Growth Market Rulebook. Alla efterföljande skriftliga och muntliga uttalanden om framtiden hänförliga till Bolaget eller till personer som agerar för dess räkning görs helt med förbehåll för de osäkerhetsfaktorer som omnämns ovan och som finns på andra ställen i Prospektet, inklusive de i avsnittet "Riskfaktorer".

## Bransch- och marknadsinformation

Prospektet innehåller information från tredje part i form av bransch- och marknadsinformation samt statistik och beräkningar hämtade från branschrapporter och -studier, marknadsundersökningar, offentligt tillgänglig information samt kommersiella publikationer. Sådana uttalanden identifieras genom hänvisning till källa.

Viss information om marknadsandelar och andra uttalanden i Prospektet, bland annat avseende den bransch inom vilken Bolagets verksamhet bedrivs samt Bolagets ställning i förhållande till sina konkurrenter, är inte baserad på publicerad statistik eller information från oberoende tredje part och saknar därför källhänvisning. Sådan information och sådana uttalanden återspeglar Bolagets bästa uppskattningar med utgångspunkt i information som har erhållits från bransch- och affärsorganisationer och andra kontakter inom den bransch där Bolaget konkurrerar samt information som har publicerats av Bolagets konkurrenter. Bolaget anser att sådan information och sådana uttalanden är användbara för investerarens förståelse för den bransch i vilken Bolaget är verksam och Bolagets ställning inom branschen. Bolaget har emellertid inte tillgång till de fakta och antaganden som ligger bakom siffrorna och marknadsinformationen samt annan information som hämtats från offentligt tillgängliga källor. Bolaget har inte heller gjort några oberoende verifieringar av den information om marknaden som har tillhandahållits genom tredje part, branschen eller allmänna publikationer. Även om Bolaget är av uppfattningen att dess interna analyser är tillförlitliga, har dessa inte verifierats av någon oberoende källa och Bolaget kan inte garantera deras riktighet.

Bolaget tar inte något ansvar för riktigheten i någon marknads- eller branschinformation i Prospektet. Styrelsen försäkrar att information som har inhämtats från tredje part i Prospektet har återgivits korrekt och att – såvitt Bolaget känner till och kan utvärdera av information som har offentliggjorts av denna tredje part – inga sakförhållanden har utelämnats som skulle kunna göra den återgivna informationen felaktig eller vilseledande. Uttalanden i Prospektet grundar sig på styrelsens och ledningens bedömning om inga andra grunder anges. Vissa delar av Prospektet innehåller referenser till webbplatser. Informationen på dessa webbplatser utgör inte en del av Prospektet, såvida webbplatserna inte har införlivats genom hänvisning, och har inte granskats eller godkänts av Finansinspektionen.

# Innehåll

Dokument införlivade genom hänvisning	4
Sammanfattning	5
Ansvariga personer, information från tredje part och godkännande av behörig myndighet	11
Motiv för erbjudandet	13
Verksamhetsbeskrivning och marknadsöversikt	15
Redogörelse för rörelsekapital	36
Riskfaktorer	37
Villkor för värdepapperen	45
Villkor och anvisningar	46
Styrelse och ledande befattningshavare	51
Finansiell information och nyckeltal	56
Legala frågor, ägarförhållanden och kompletterande information	73
Tillgängliga dokument	75

## Adtraction Group AB

Biblioteksgatan 29  
114 35 Stockholm  
Stockholms län

[www.adtraction.com](http://www.adtraction.com)



**ADTRACTION**

# Dokument införlivade genom hänvisning

Nedanstående information införlivas genom hänvisning och utgör en del av Prospektet. Adtractions finansiella rapporter för 2019, 2020 och perioden 23 februari – 30 april 2021 har reviderats av Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB, med auktoriserade revisorn Henrik Boman som huvudansvarig revisor. Revisionsberättelserna innehåller inga anmärkningar. Adtractions delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2021 har inte reviderats, men översiktligt granskats, av Bolagets revisor. Dokumenten som införlivas genom hänvisning finns tillgängliga under Prospektets giltighetstid på Adtractions webbplats, [www.adtraction.com](http://www.adtraction.com) (informationen på Bolagets webbplats utgör inte en del av Prospektet såvida informationen inte har införlivats genom hänvisning i Prospektet). Förutom den information som hänvisas till ovan har ingen information i Prospektet granskats eller reviderats av Bolagets revisor.

## **Adtraction AB:s (namnändrat från Adtraction Marketing AB) reviderade finansiella rapport för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2019, inklusive revisionsberättelsen**

(<https://storage.mfn.se/a/adtraction/f8f6acc2-3ab4-4fd9-9b1f-a81e2e345d54/ar-2019-och-revisionsberattelse.pdf>).

	Sid
Koncernens resultaträkning	4
Koncernens balansräkning	5-6
Koncernens kassflödesanalys	7
Noter	12-23
Revisionsberättelse	24-25

## **Adtraction AB:s (namnändrat från Adtraction Marketing AB) reviderade finansiella rapport för räkenskapsåret som slutade den 31 december 2020, inklusive revisionsberättelsen**

(<https://storage.mfn.se/a/adtraction/18d28d8b-83a0-43e0-9ed4-558eaab0f95e/ar-2020-och-revisionsberattelsen.pdf>).

	Sid
Koncernens resultaträkning	6
Koncernens balansräkning	7-8
Koncernens kassflödesanalys	9
Noter	14-25
Revisionsberättelse	26-27

## **Adtraction Group AB:s reviderade finansiella rapport för perioden 23 februari – 30 april 2021, inklusive revisorns revisionsrapport**

(<https://storage.mfn.se/a/adtraction/a95a83f9-6be1-4542-865b-cd122aaa3262/adtraction-group-23-feb-30-apr-2021.pdf>).

	Sid
Moderbolagets resultaträkning	2
Moderbolagets balansräkning	3-4
Moderbolagets kassflödesanalys	6
Noter	7
Revisionsrapport	9-11

## **Koncernens delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2021, inklusive revisorns granskningsrapport**

(<https://storage.mfn.se/a/adtraction/ea89d243-2ce7-4977-a9bc-6d59e16df02a/delarsrapport-q3-2021.pdf>).

	Sid
Koncernens resultaträkning	7
Koncernens balansräkning	8-9
Koncernens kassflödesanalys	10
Revisorns granskningsrapport	21

# Sammanfattning

## Inledning

### Värdepapperens namn och ISIN

Erbjudandet omfattar aktier i Adtraction Group AB. Aktierna har ISIN-kod SE0016833149.

### Namn och kontaktuppgifter för emittenten

Adtraction Group AB, org.nr 559303-4753, Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm, med LEI-kod 8945004GFFB7E7T9PV67, erbjuder enligt detta EU-tillväxtprospekt aktier i Bolaget med ISIN-kod: SE0016833149. Representanter för Bolaget går att nå på telefon 08-35 92 00 och e-post [info@adtraction.com](mailto:info@adtraction.com). Bolagets webbplats är [www.adtraction.com](http://www.adtraction.com).

### Namn och kontaktuppgifter för behörig myndighet som godkänt Prospektet

Det är Finansinspektionen som är behörig myndighet för ansökan om registrering och godkännande av Prospektet. Finansinspektionens besöksadress är Brunnsgatan 3, 111 38 Stockholm. Postadress: Box 7821, 103 97 Stockholm. Telefonnummer: +46 (0)8 408 980 00. Finansinspektionens webbplats: [www.fi.se](http://www.fi.se).

### Datum för godkännande

Prospektet har godkänts av Finansinspektionen den 25 november 2021.

### Varningar

Denna sammanfattning bör läsas som en introduktion till EU-tillväxtprospektet. Alla beslut om att investera i värdepapperen bör grundas på att investeraren studerar hela Prospektet. Investeraren kan förlora hela eller delar av sitt investerade kapital. Om ett yrkande relaterat till information i ett EU-tillväxtprospekt görs i domstol kan den investerare som är kärande enligt nationell lagstiftning i medlemsstaterna bli tvungen att betala kostnaden för att översätta EU-tillväxtprospektet innan de rättsliga förfarandena inleds. Civilrättsligt ansvar omfattar enbart de personer som har presenterat sammanfattningen, inklusive översättningen av denna, men enbart om sammanfattningen är vilseledande, felaktig eller inkonsekvent jämfört med de andra delarna av EU-tillväxtprospektet eller om den tillsammans med andra delar av EU-tillväxtprospektet inte ger den nyckelinformation som investerare behöver vid beslut om huruvida de ska investera i de berörda värdepapperen.

## Nyckelinformation om emittenten

### Information om emittenten

Adtraction Group AB, org.nr 559303-4753, med LEI-kod 8945004GFFB7E7T9PV67, är ett svenskt publikt aktiebolag bildat i Sverige vars verksamhet bedrivs i enlighet med svensk tillämplig lagstiftning, däribland aktiebolagslagen (2005:551) och årsredovisningslagen (1995:1554). Bolaget har sitt säte i Stockholms kommun i Stockholms län.

Adtraction är en ledande<sup>1</sup> aktör i Norden inom digital marknadsföring via Partners. Bolaget utvecklar och driver en plattform som kopplar samman Annonörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av Partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare. Adtractions plattform fungerar som en marknadsplats för digital marknadsföring där köpsidan utgörs av Annonörer och säljsidan av Partners. Annonörer samarbetar med Partners för att marknadsföra sina produkter eller tjänster online, och betalar provision via Adtraction när detta ger upphov till försäljning. Partners återfinns inom nästan alla delar av den digitala ekonomin, vilket ger Adtraction en stor bredd av marknadsföringskanaler som Annonörer kan använda för att öka sin försäljning. Bolagets verkställande direktör är Simon Gustafson.

### Kontrollerande aktieägare

I tabellen nedan redovisas Bolagets fem större aktieägare (innehav om >5 procent antalet aktier och/eller röster). Det finns såvitt Bolaget känner till inget direkt eller indirekt ägande som kan leda till förändrad kontroll av Bolaget.

Namn	Antal aktier och röster	Antal aktier och röster, %
Simon Gustafson	2 911 500	27,7
Markus Bjernvall	2 666 497	25,4
Jacob Notlöv (via LLJ Property AB)	2 372 600	22,6
Harald Bang-Melchior (via Bang-Melchior Holding AB)	663 993	6,3
Christian Longberg	657 673	6,3
Övriga aktieägare	1 227 737	11,7
<b>Totalt</b>	<b>10 500 000</b>	<b>100</b>

1. Med ledande avses att Bolaget, enligt sin egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners på den nordiska marknaden.

## Finansiell nyckelinformation för emittenten

Koncernens nuvarande moderbolag, Adtraction Group AB, bildades den 8 februari 2021. Adtraction Group AB blev moderbolag i Koncernen i samband med att aktieägarna i det tidigare moderbolaget i Koncernen, Adtraction AB, tillsköt sina aktier i Adtraction AB till Adtraction Group AB genom ovillkorade aktieägartillskott. Adtraction Group AB är moderbolag i Koncernen från och med den 16 april 2021.

Nedan sammanfattas utvald finansiell information för Adtraction, på koncernnivå för Adtraction AB, för räkenskapsåren som avslutades den 31 december 2020 och den 31 december 2019 samt, på koncernnivå för Adtraction Group AB, för perioden 1 januari – 30 september 2021, med jämförelsesiffror för motsvarande period 2020.

### Resultaträkning i sammandrag

Belopp i KSEK	1 januari – 30 september 2021 (översiktligt granskad)	1 januari – 30 september 2020 (ej reviderad)	2020 (reviderad)	2019 (reviderad)
Totala intäkter	481 367	379 061	546 479	526 740
Rörelseresultat	19 319	13 136	24 212	24 839
Resultat efter finansiella poster	19 254	13 138	24 185	25 186
Nettoresultat	14 533	10 335	18 800	19 301

### Balansräkning i sammandrag

Belopp i KSEK	30 september 2021 (översiktligt granskad)	30 september 2020 (ej reviderad)	30 december 2020 (reviderad)	30 december 2019 (reviderad)
Summa tillgångar	216 165	121 209	185 867	136 970
Summa eget kapital	68 537	25 561	39 733	29 505

### Kassaflödesanalys i sammandrag

Belopp i KSEK	1 januari – 30 september 2021 (översiktligt granskad)	1 januari – 30 september 2020 (ej reviderad)	2020 (reviderad)	2019 (reviderad)
Kassaflöde från den löpande verksamheten	12 724	13 588	32 883	18 880
Kassaflöde från investeringsverksamheten	3 650	-154	-6 991	-141
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-13 884	-13 966	-4 244	-17 538
Periodens kassaflöde	2 490	-531	21 648	1 200

### Nyckeltal definierade enligt K3

Belopp i KSEK	1 januari – 30 september 2021 (översiktligt granskad)	1 januari – 30 september 2020 (ej reviderad)	2020 (reviderad)	2019 (reviderad)
Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
Kassaflöde från den löpande verksamheten	12 724	13 588	32 883	18 880

### Alternativa nyckeltal

Belopp i KSEK	1 januari – 30 september 2021 (ej reviderad)	1 januari – 30 september 2020 (ej reviderad)	2020 (ej reviderad)	2019 (ej reviderad)
Nettoomsättningstillväxt, %	27,0	0,8	3,6	26,6
Bruttoresultat	84 920	60 107	88 495	90 869
Bruttomarginal, %	17,7	15,9	16,2	17,3
Tillväxt bruttoresultat, %	41,3	-9,0	-2,6	15,5
Bruttoresultat, e-handel	48 545	32 740	51 070	42 385
Tillväxt bruttoresultat, e-handel, %	48,3	12,6	20,5	31,4
Bruttoresultat, finans	33 337	27 367	37 425	48 484
Tillväxt bruttoresultat, finans, %	21,5	-26,0	-22,8	4,4
Bruttoresultat, övrigt	3 039	0	0	0
Justerad EBIT / Bruttoresultat, %	27,9	21,9	27,8	27,4
Justerad EBIT	23 713	13 136	24 576	24 863
Justerad EBIT-marginal, %	4,9	3,5	4,5	4,7
Justerat nettoresultat	18 744	10 335	19 164	19 325
Justerat nettoresultat-marginal, %	3,9	2,7	3,5	3,7
Justerat nettoresultat per aktie, SEK	1,84	1,03	1,92	1,93
Nettoskuld	-47 675	-30 338	-42 459	-31 039
Räntebärande skulder	7 222	0	9 722	0

### Proformaredovisning

Proformaredovisning har tagits fram i illustrativt syfte för att presentera en hypotetisk översiktlig illustration avseende hur Adtractions förvärv av Klara Lån Sverige AB, Digital Advisor ApS samt resterande 25 procent av Adtractions norska dotterbolag Adtraction Marketing AS skulle kunna ha påverkat Adtractions konsoliderade resultat- och balansräkning för perioden 1 januari 2021 – 30 september 2021. En balansräkningsproforma har upprättats med hänsyn till förvärvet av Digital Advisor ApS. Klara Lån Sverige AB har exkluderats från balansräkningsproforma då förvärvet tillfullo är konsoliderat i Adtractions balansräkning per den 30 september 2021. Adtraction Marketing AS är till fullo konsoliderat i balans- och resultaträkningen men transaktionen innebär justeringar av nettoresultat samt eget kapital. Proformaredovisningen har inte avsikten att beskriva Adtractions verkliga resultat. Proformaredovisningen behöver nödvändigtvis inte återspegla Adtractions faktiska resultat om förvärven hade genomförts per den 1 januari 2021 och proformaresultaträkningen bör inte ses som en indikation på Adtractions framtida resultat.

Proformajusteringarna beskrivs nedan samt i noterna till proformaredovisningen. De justeringar som redovisas i proformaredovisningen bedöms vara bestående om inget annat anges.

### Resultaträkning – 1 januari – 30 september 2021

Belopp i KSEK	Adtraction	Klara Lån Sverige AB	Digital Advisor ApS	Justeringar	Proforma
Totala intäkter	481 367	11 102	39 843	-7 097	525 215
Rörelseresultat	19 319	2 469	3 360	-5 876	19 272
Nettoresultat	14 533	1 959	2 574	-5 903	13 164

### Balansräkning – 30 september 2021

Belopp i KSEK	Adtraction	Digital Advisor ApS	Justeringar	Proforma
Summa tillgångar	216 165	19 121	9 541	244 827
Summa eget kapital	68 537	10 459	-10 459	68 537

De väsentliga justeringarna som utförts i proformaräkningarna är hänförliga till justeringar av koncernelimineringar som under perioden uppgick till 7 097 KSEK och är hänförliga till Klara Lån Sverige AB:s transaktioner med Adtraction AB. Under perioden har avskrivningar kopplade till förvärvade övervärden av Digital Advisor ApS samt Klara Lån Sverige AB uppgått till 5 876 KSEK. Genom förvärven har förvärvade övervärden om 22 085 KSEK uppstått, varav hela summan är hänförlig till förvärvet av Digital Advisor ApS. Finansiering av förvärvet av Digital Advisor ApS sker genom ett lån om 20 MSEK samt befintliga likvida medel om 12 544 KSEK. Utköpet av minoritetsägaren i Adtraction Marketing AS finansieras genom en säljarrevers om 10 MSEK som kvittas mot 166 666 aktier i Adtraction Group AB inom ramen för Erbjudandet.

### Huvudsakliga risker som är specifika för emittenten

Nedan presenteras de mest väsentliga riskfaktorerna som är specifika för Bolaget.

#### Konkurrens

Marknaden för internetannonsering och kringtjänster är hårt konkurrensutsatt. Adtraction konkurrerar både om Annonserer och om Partners med bland annat följande konkurrensfaktorer; pris, tjänsteutbud, kundservice, funktionalitet, betalningsvillkor och utbud av Annonserer och Partners som är anslutna till plattformen. Adtractions främsta konkurrenter är andra företag som erbjuder plattformar på internet inom de områden Adtraction är verksam, till exempel Awin, Tradedoubler och TradeTracker.

Adtraction konkurrerar även med stora internetföretag och traditionella medieföretag om en andel av annonsörernas totala marknadsföringsbudgetar, till exempel:

- Partners med egna säljare som säljer annonsplatser direkt till Annonserer;
- större internetportaler och sökmotorföretag med annonsnätverk, exempelvis Google; samt
- direktmarknadsförings-, TV-, radio- och tryckt media-företag.

Konkurrensen kan komma att leda till prispress, vilket i sin tur kan komma att leda till minskande marginaler, sjunkande intäkter och lägre marknadsandel. Dessutom kan Adtraction, som ett led i breddandet av sitt tjänsteutbud, komma att konkurrera med fler aktörer, annonsörer och traditionella medieföretag om ett ökande antal olika tjänster. Stora och välkända aktörer, såsom Google, har personal som arbetar med direktförsäljning och har tillgång till betydande eget annonsutrymme, vilket är en konkurrensfördel i jämförelse med Adtractions nätverk av fristående Annonserer och Partners, vilket påverkar prissättningen på internetannonsering på många av Adtractions marknader. Flera av Adtractions nuvarande och potentiellt framtida konkurrenter kan ha ett konkurrensmässigt övertag i form av längre historik, ett varumärke som är bättre inarbetat, större bas av Annonserer, mer omfattande nätverk av Partners, samt betydligt större finansiella-, tekniska- och marknadsföringsresurser. Konkurrenstrycket kan få en väsentlig negativ inverkan på Adtractions verksamhet och rörelseresultat. Om Adtraction inte lyckas leverera bättre resultat än vad Annonserer och Partners kan uppnå själva eller genom Adtractions konkurrenter, eller om Adtraction inte kan erbjuda konkurrenskraftiga betalningsvillkor, kan Adtraction förlora Annonserer eller Partners och intäkterna kan komma att sjunka, vilket i sin tur skulle kunna ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### Reglering på konsumentkreditområdet

En betydande del av Adtractions intäkter är hänförliga till Annonsörer som förmedlar eller tillhandahåller konsumentkrediter. Regleringen av konsumentkreditmarknaden är föremål för förändring över tid. Förändringar i den regulatoriska miljön för Adtractions Annonsörer som förmedlar eller tillhandahåller konsumentkrediter skulle kunna begränsa vilka produkter och lösningar dessa kan erbjuda, vilket i sin tur skulle kunna innebära att Adtractions intäkter minskar. Vidare skulle Adtractions Annonsörers kostnader kunna öka på grund av ny eller ökad reglering, vilket skulle kunna medföra att Annonsörerna väljer att helt eller delvis avsluta sina samarbeten med Adtraction. Om de grundläggande förutsättningarna för konsumentkreditmarknaden skulle förändras eller om förändringar i den regulatoriska miljön skulle ske, skulle detta kunna få en medelhög negativ inverkan på Adtractions verksamhet och tillväxt.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### Cookies och prestanda hos Adtractions produkter och tjänster

Användandet ökar av olika former av teknik som försämrar prestanda hos Adtractions produkter och tjänster. Exempelvis programvara som filterar eller hindrar visning av internetannonser; blockerar eller tar bort så kallade cookies som används av Adtractions plattform; förhindrar eller försämrar spårningstekniker eller ger missvisande mått på annonseringens genomslagskraft och effektivitet. Andelen personer som använder sådan eller liknande teknik kan stiga, vilket skulle minska effektiviteten hos Adtractions plattform. Om en eller flera av dessa tekniker blir mer allmänt spridda, skulle efterfrågan på Adtractions produkter och tjänster kunna avta.

Många webbplatser placerar små textfiler med information, så kallade cookies, på användarens hårddisk. Cookies sparar information från tidigare internetbesök som underlättar användningen av internet. Cookie-informationen överförs till webbplatsen via en användares webbläsare. Adtraction använder cookies för att spåra en internetanvändares transaktioner. I de flesta webbläsare finns möjlighet att ändra inställningarna för att hindra att cookies lagras på hårddisken och vissa användare utnyttjar denna funktion. Internetanvändare kan även när som helst ta bort cookies från hårddisken. I vissa länder, däribland EU-länderna, föreligger krav på att internetanvändarna ska ha rätt att avböja cookies eller andra spårningstekniker online. Därutöver kan ny teknik göra det enklare för användare att avböja vissa cookies eller annan spårningsteknik. Om en stor andel av användarna inte accepterar cookies eller annan spårningsteknik, eller om framtida lagstiftning begränsar användningen av sådan teknik, kan internetannonsering bli dyrare och mindre effektiv samtidigt som efterfrågan på Adtractions produkter och tjänster kan komma att minska, vilket i sin tur skulle kunna ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions tillväxt, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

## Nyckelinformation om värdepapperen

### Information om värdepapperen, rättigheter förenade med värdepapperen och utdelningspolicy

De värdepapper som erbjuds till allmänheten enligt Prospektet är aktier i Bolaget med ISIN-kod: SE0016833149. Aktierna är denominerade i svenska kronor, SEK, och per dagen för Prospektet uppgår antalet aktier till 10 500 000, envar med ett kvotvärde om 0,05 SEK. Efter genomförandet av Emissionen, under förutsättning av att den fulltecknas, kommer Bolagets aktiekapital uppgå till 587 500 SEK, fördelat på 11 750 000 aktier.

Erbjudandet omfattar upp till 3 019 920 aktier, varav 1 250 000 utgörs av nyemitterade aktier samt 1 769 920 utgörs av befintliga aktier som erbjuds av de Säljande Aktieägarna. Erbjudandet motsvarar ett värde om totalt cirka 181 MSEK.

Bolaget har endast ett aktieslag och samtliga aktier är fullt betalda och fritt överlåtbara.

Varje aktie berättigar till en röst vid bolagsstämma. Beslutar Bolaget att genom kontant- eller kvittningsemission ge ut nya aktier, teckningsoptioner eller konvertibler har aktieägarna som huvudregel företrädesrätt till teckning i förhållande till det antal aktier de äger sedan tidigare. Samtliga aktier medför lika rätt till andel i Bolagets vinst och tillgångar samt till eventuellt överskott vid likvidation. Beslut om vinstutdelning fattas av bolagsstämman och utbetalas genom Euroclears försorg. Rätt till utdelning har den som på den avstämningsdag som beslutas av bolagsstämman, eller styrelsen med bolagsstämmans bemyndigande, är registrerad som innehavare av aktier i den av Euroclear förda aktieboken.

Det föreligger inga inskränkningar i rätten att fritt överlåta aktierna.

Bolaget avser primärt att återinvestera sitt löpande kassaflöde i framtida tillväxt. Bolagets styrelse har mot bakgrund av detta per dagen för Prospektet ej antagit en explicit utdelningspolicy. Styrelsen kommer årligen göra bedömningen huruvida det utöver återinvesteringarna finns utrymme att föreslå för stämman att besluta om utdelning.

### Plats för handeln med värdepapperen

Bolaget har ansökt om upptagande till handel på den alternativa marknadsplatsen Nasdaq First North i Stockholm, klassificerad som tillväxtmarknad för små och medelstora företag samt multilateral handelsplattform. Nasdaq First North regleras av ett särskilt regelverk och har inte samma juridiska status som en reglerad marknad. Under förutsättning att Bolaget, bland annat, inkommer med en slutlig ansökan och att spridningskravet för Bolagets aktier är uppfyllt beräknas första dag för handel på Nasdaq First North bli den 7 december 2021.

De nyemitterade aktierna i Erbjudandet kommer att tas upp till handel på Nasdaq First North i samband med att Emissionen registreras vid Bolagsverket. Detta beräknas ske omkring vecka 50, 2021.



## Garantier som värdepapperen omfattas av

Värdepapperen inom ramen för Erbjudandet omfattas inte av någon garanti.

## Huvudsakliga risker som är specifika för värdepapperen

Värdepapperen som erbjuds inom ramen för Erbjudandet är föremål för följande specifika nyckelrisker.

### *Priset på Adtractions aktie kan vara volatil och potentiella investerare kan förlora hela eller delar av sin investering*

Före Erbjudandet förekommer ingen organiserad handel med Bolagets aktier. Aktiekursen för nyligen noterade bolag kan vara särskilt volatil under en period efter noteringen och det föreligger en risk för att marknaden inte kommer att vara aktiv och likvid, eller att en aktiv och likvid marknad inte består. Priset i Erbjudandet har fastställts av Bolagets styrelse i samråd med Avanza baserat på ett antal faktorer, inklusive förhandlingar med de som åtagit sig att teckna aktier i Erbjudandet, sonering med och intresse från andra investerare av institutionell karaktär, värderingen av liknande börsnoterade bolag, värderingsmultiplar vid tidigare genomförda noteringar av liknande bolag, rådande marknadsläge samt uppskattningar om Adtractions verksamhetsinriktning, intjäningsförmåga, finansiella ställning och tillväxtförutsättningar (se avsnittet "Villkor och anvisningar" för mer information). Detta pris kommer inte nödvändigtvis spegla det pris som investerare på marknaden är villiga att köpa och sälja aktierna för efter Erbjudandet. Skillnaden mellan köp- och säljpriset kan variera väsentligt från tid till annan, vilket gör det svårare för en aktieägare att sälja aktier vid en viss tidpunkt och till önskat pris. Ovanstående kan ha en negativ påverkan på aktiens likviditet och kan resultera i låg handelsvolym. Likviditeten i aktien kan negativt påverka den kurs till vilken en investerare i Bolagets aktie kan avyttra aktierna. Eftersom en investering i aktier kan sjunka i värde finns det en risk att en investerare inte får tillbaka det investerade kapitalet.

### *Befintliga aktieägares försäljning kan påverka aktiekursen*

I samband med Erbjudandet kommer huvudaktieägarna Simon Gustafson, Markus Bjernvall och Jacob Notlöv samt Bolagets styrelseledamöter och ledande befattningshavare att åta sig att, med vissa förbehåll, inte sälja eller på annat vis överlåta sina aktier i Bolaget under en viss tid efter att handeln med Bolagets aktier på Nasdaq First North har inletts. Denna så kallade lock up-period kommer vara tolv månader. Avanza kan dock medge undantag från åtagandena. När lock up-perioden har löpt ut står det de berörda aktieägarna fritt att sälja sina aktier i Bolaget. Försäljning av stora mängder av Bolagets aktier, eller uppfattningen att en sådan försäljning kan komma att ske, kan leda till att priset på Bolagets aktier sjunker. Om priset på Bolagets aktie sjunker kan det innebära att en investerare inte får tillbaka det investerade kapitalet.

## Nyckelinformation om Erbjudandet av värdepapper till allmänheten

### Villkor och tidplan för att investera i värdepapperen

#### *Erbjudande och teckningskurs*

Erbjudandet riktar sig till allmänheten i Sverige samt institutionella investerare i Sverige och internationellt. Teckningskursen uppgår till 60 SEK per aktie. Courtage utgår ej.

#### *Anmälningstid*

Anmälan om teckning av aktier ska ske under perioden 26 november 2021 till och med klockan 15:00 den 6 december 2021. Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga anmälningstiden samt tiden för betalning.

#### *Tilldelning*

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen i Bolaget i samråd med Avanza, varvid målet kommer att vara att uppnå en bred spridning av aktierna bland allmänheten för att skapa goda förutsättningar för en regelbunden och likvid handel med Bolagets aktie samt att uppnå en önskad institutionell ägarbas. Prioriterad tilldelning kan komma att ske till anställda i Adtraction, dock kan prioriteringen avse aktier till ett värde om maximalt 30 000 SEK per anställd. Även affärspartners, strategiska investerare samt teckningar via Avanza kan komma att beaktas särskilt vid tilldelning. Tilldelning kan även komma att ske till anställda hos rådgivarna, dock utan att dessa prioriteras. Tilldelning sker i sådant fall i enlighet med Svenska Fondhandlarförningens regler och Finansinspektionens föreskrifter.

I händelse av att Erbjudandet övertecknas kan anmälan resultera i utebliven tilldelning eller tilldelning av ett lägre antal aktier än anmälan avser, varvid tilldelning helt eller delvis kan komma att ske genom slumpmässigt urval. Tilldelningen är inte beroende av när under anmälningstiden anmälan inges.

#### *Besked om tilldelning och betalning*

Resultatet av Erbjudandet kommer att offentliggöras genom ett pressmeddelande omkring den 6 december 2021 samt finnas tillgängligt på Bolagets hemsida.

#### *Betalning av aktier*

När fördelning av aktier fastställts utsänds avräkningsnota utvisande tilldelning av aktier i Bolaget. Detta beräknas ske omkring den 6 december 2021. De som inte tilldelas aktier kommer inte att erhålla någon avräkningsnota eller något meddelande. Den som tecknat sig genom förvaltare kan kontakta förvaltare för besked om tilldelning. Betalning ska ske senast på likviddagen den 8 december 2021 eller i enlighet med förvaltarens rutiner vari teckning har skett genom.

#### *Leverans av aktier*

Besked om tilldelning och leverans av aktier beräknas ske omkring den 6 december 2021.

### Utspädning

Vid fullteckning av Erbjudandet kommer antalet aktier och röster i Adtraction att öka med totalt 1 250 000 aktier, från 10 500 000 aktier till 11 750 000 aktier och aktiekapitalet kommer att öka med 62 500 SEK, från 525 000 SEK till 587 500 SEK, vilket innebär en ökning om cirka 11,9 procent av det totala antalet aktier och röster i Bolaget.

För de befintliga aktieägare i Bolaget som inte tecknar aktier i Erbjudandet medför detta en utspädningseffekt om cirka 10,6 procent.

### Övertilldelningsoptionen

För att täcka en eventuell övertilldelning i Erbjudandet har Säljande Aktieägare åtagit sig att erbjuda ytterligare högst 389 920 aktier motsvarande ett värde om cirka 23,4 MSEK, som kan utnyttjas helt eller delvis under 30 kalenderdagar från den första dagen för handel i Bolagets aktier på Nasdaq First North ("Övertilldelningsoptionen"). Övertilldelningsoptionen omfattar således cirka 15 procent av det totala antalet aktier som omfattas av Erbjudandet. Om Erbjudandet fulltecknas och Övertilldelningsoptionen utnyttjas i sin helhet, kommer Erbjudandet att uppgå till högst 181 MSEK och omfatta 3 019 920 aktier.

### Placeringsavtal

Enligt ett avtal om placering av aktier i Bolaget som avses ingås omkring den 6 december 2021 mellan Bolaget och Avanza, åtar sig Bolaget att emittera aktier i Erbjudandet och Avanza åtar sig att vidta åtgärder för att placera aktierna hos investerare ("Placeringsavtalet"). Erbjudandet är således villkorat av att Placeringsavtalet ingås, att vissa villkor i avtalet uppfylls samt att Placeringsavtalet inte sägs upp.

### Uppskattade kostnader för Erbjudandet

Kostnaderna i samband med Erbjudandet förväntas uppgå till cirka 10 MSEK.

### Erbjudare av värdepapper

Säljande Aktieägare i Erbjudandet är följande:

- Jacob Notlöv (via bolaget LLJ Property AB, org.nr 556722-8845, LEI-kod 9845000B56360B3CS188), med adress Liljeholmsvägen 18, 117 61 Stockholm. LLJ Property AB har sitt säte i Halmstad kommun i Hallands län i Sverige. LLJ Property AB är ett privat aktiebolag registrerat i Sverige och regleras av svensk rätt.
- Simon Gustafson (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Markus Bjernvall (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Magnus Hagström (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Christian Longberg (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Karl-Erik Danielsson (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.

### Motiv och användning av emissionslikvid

Adtraction är ledande<sup>2</sup> i Norden inom digital marknadsföring via Partners. Bolaget driver och utvecklar en plattform som kopplar samman Annonssörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av Partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare.

Annonssörer använder Partners för att marknadsföra sina produkter eller tjänster online, och betalar provision via Adtraction när detta ger upphov till försäljning. Partners återfinns inom många delar av den digitala ekonomin, vilket ger Adtraction en stor bredd av marknadsföringskanaler som Bolagets Annonssörer kan använda för att öka sin försäljning.

I oktober 2021 användes plattformen av över 1 300 aktiva Annonssörer och cirka 5 900 aktiva Partners. Adtraction förmedlade över fyra miljoner unika transaktioner under 2020.

För att fortsätta den expansiva tillväxtstrategin, genomför Bolaget Erbjudandet i syfte att finansiera geografisk expansion och förvärv. Mot bakgrund av Erbjudandet anser Bolagets ägare och styrelse att det är en lämplig tidpunkt att notera Adtractions aktier på Nasdaq First North. Det är styrelsens uppfattning att Erbjudandet och noteringen kommer främja Bolagets fortsatta tillväxt, ge Bolaget tillgång till kapitalmarknaderna samt bredda Bolagets aktieägarbas.

Erbjudandet omfattar 1 250 000 nyemitterade aktier och 1 769 920 befintliga aktier som erbjuds av Säljande Aktieägare, inklusive Övertilldelningsoptionen. Priset i Erbjudandet har fastställts till 60 SEK per aktie, och värdet på Erbjudandet uppgår därmed till cirka 181 MSEK. Om Erbjudandet fulltecknas kommer Adtraction att tillföras 65 MSEK efter kvittningskomponent, men före kostnader relaterat till Erbjudandet, vilka förväntas uppgå till cirka 10 MSEK. Följaktligen förväntas Bolaget erhålla en nettolikvid om cirka 55 MSEK genom Erbjudandet. Inför Erbjudandet har Bolagets huvudägare, ledning och styrelse samt Säljande Aktieägare ingått lock up-avtal i tolv månader.

### Emissionslikvidens användning

Bolaget har för avsikt att använda nettolikviden från Emissionen om cirka 55 MSEK enligt följande.

- Cirka 75 procent för finansiering av förvärv och etablering av nya marknader.
- Cirka 25 procent för att finansiera snabbare tillväxt i befintliga marknader och produktutveckling.

Inför Erbjudandet har tre investerare åtagit sig att, till samma pris som övriga investerare, förvärva totalt 2 095 340 aktier, motsvarande cirka 69 procent av Erbjudandet, inklusive Övertilldelningsoptionen, till ett värde om cirka 125,7 MSEK. Dessa ankarinvestorer inkluderar RoosGruppen AB, Concejo AB och Bang-Melchior Holding AB. Därtill har BRNO AS åtagit sig att teckna för motsvarande 10 MSEK i Erbjudandet, varvid BRNO AS utnyttjar sitt teckningsåtagande genom att kvitta fordran som uppstod i samband med att Adtraction förvärvade BRNO AS aktier i det norska dotterbolaget Adtraction Marketing AS.

2. Med ledande avses att Bolaget, enligt egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners på den nordiska marknaden.

# Ansvariga personer, information från tredje part och godkännande av behörig myndighet

## Ansvariga personer

Styrelsen för Adtraction är ansvarig för innehållet i Prospektet. Såvitt styrelsen känner till överensstämmer informationen i Prospektet med sakförhållandena och ingen uppgift har utelämnats som sannolikt skulle kunna påverka dess innebörd. Styrelsen för Adtraction består per dagen för Prospektet av ordförande Elin Eriksson och ledamöterna Markus Bjernvall, Max Heger och Victoria Wang. De Säljande Aktieägarna bekräftar dock bundenhet av villkoren för Erbjudandet i enlighet med vad som framgår av avsnittet "Villkor och anvisningar".

## Godkännande av Finansinspektionen

Prospektet har godkänts av Finansinspektionen, som behörig myndighet enligt Europaparlamentets och Rådets förordning (EU) 2017/1129. Finansinspektionen godkänner detta Prospekt enbart i så måtto att det uppfyller de krav på fullständighet, begriplighet och konsekvens som anges i förordning (EU) 2017/1129. Detta godkännande bör inte betraktas som något slags stöd för den emittent som avses i detta Prospekt eller något slags stöd för kvaliteten på de värdepapper som avses i

Prospekt. Prospektet har upprättats som ett EU-tillväxtprospekt i enlighet med artikel 15 i förordning (EU) 2017/1129. Investerares bör göra sin egen bedömning av huruvida det är lämpligt att investera i de värdepapper som avses i Prospektet.

## Information från tredje part

Styrelsen försäkrar att information som har inhämtats från tredje part i Prospektet har återgivits korrekt och att – såvitt Bolaget känner till och kan utröna av information som har offentliggjorts av denna tredje part – inga sakförhållanden har utelämnats som skulle kunna göra den återgivna informationen felaktig eller vilseledande. Uttalanden i Prospektet grundar sig på styrelsens och ledningens bedömning om inga andra grunder anges. Vissa delar av Prospektet innehåller referenser till webbplatser. Informationen på dessa webbplatser utgör inte en del av Prospektet, såvida webbplatserna inte har införlivats genom hänvisning, och har inte granskats eller godkänts av Finansinspektionen.

## Källförteckning

- **Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021**  
<https://iab-europe.eu/knowledge-hub/iab-europe-adex-benchmark-2020-report/> (hämtad 5 juli 2021)

---

- **Bech – Bruun, Stricter rules for concluding agreements on and promoting quick loans, 2020**  
<https://www.bechbruun.com/en/news/2020/stricter-rules-for-concluding-agreements-on-and-promoting-quick-loans> (hämtad 7 juli 2021)

---

- **Boston Consulting Group, The Digital Marketing Revolution Has Only Just Begun, 2017**  
<https://www.bcg.com/publications/2017/sales-consumer-insights-digital-marketing-revolution-has-only-just-begun> (hämtad 7 juli 2021)

---

- **Cisco, Cisco annual internet report (2018 - 2023), 2020**  
<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.pdf> (hämtad 5 juli 2021)

---

- **Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021**  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (hämtad 1 juli 2021)

---

- **Emarketer, Digital Ad Spending Worldwide, 2017-2022, 2018.**  
<https://www.emarketer.com/chart/217161/digital-ad-spending-worldwide-2017-2022-billions-change-of-total-media-ad-spending> (hämtad 20 juni 2021)

---

- **Emarketer, Worldwide Digital Ad Spending 2021, 2021**  
<https://www.emarketer.com/content/worldwide-digital-ad-spending-2021#page-report> (hämtad 30 juni 2021).

---

- **Eshopworld, Global ecommerce market ranking, 2019**  
[https://www.worldretailcongress.com/\\_media/Global\\_ecommerce\\_Market\\_Ranking\\_2019\\_001.pdf](https://www.worldretailcongress.com/_media/Global_ecommerce_Market_Ranking_2019_001.pdf) (hämtad 5 juli 2021)

- **European banking authority, Customer lending in the EU banking sector, 2020**  
[https://www.eba.europa.eu/sites/default/documents/files/document\\_library/Risk%20Analysis%20and%20Data/Risk%20Assessment%20Reports/2020/Thematic%20notes/881264/Thematic%20note%20on%20Consumer%20Lending%20in%20the%20EU%20banking%20sector.pdf](https://www.eba.europa.eu/sites/default/documents/files/document_library/Risk%20Analysis%20and%20Data/Risk%20Assessment%20Reports/2020/Thematic%20notes/881264/Thematic%20note%20on%20Consumer%20Lending%20in%20the%20EU%20banking%20sector.pdf)  
(hämtad 7 juli 2021)
- **Finska konkurrens- och konsumentverket, Striktare regler för priserna på konsumentkrediter – det lönar sig att konkurrensutsätta dyra krediter, 2019**  
<https://www.kkv.fi/sv/aktuellt/meddelanden/2019/30.8.2019-striktare-regler-for-priserna-pa-konsumentkrediter--det-lonar-sig-att-konkurrensutsatta-dyra-krediter/> (hämtad 7 juli 2021)
- **Finska konkurrens- och konsumentverket, Krediternas maximiränta och marknadsföring skärps tillfälligt på grund av coronaviruset, 2020**  
<https://www.kkv.fi/sv/aktuellt/meddelanden/2020/1.7.2020-konsumentkrediternas-maximiranta-och-marknadsforing-skarps-tillfalligt-pa-grund-av-coronaviruset/> (hämtad 7 juli 2021)
- **Finska stadsrådet, Regleringen av konsumentkrediter reformeras, 2021**  
<https://valtioneuvosto.fi/sv/-/1410853/regleringen-av-konsumentkrediter-reformeras> (7 juli 2021)
- **Global-Regulation, Law 16/2011, 24 June, Consumer Credit Contracts, 2021**  
<https://www.global-regulation.com/translation/spain/1436822/law-16-2011%252c-24-june%252c-consumer-credit-contracts.html>  
(hämtad 10 augusti 2021)
- **Konsumentverket, konsumentkreditlagen, 2018**  
<https://www.konsumentverket.se/for-foretag/prissattning-och-ta-betalt/konsumentkreditlagen/> (hämtad 7 juli 2021)
- **Lexology, A Side Effect of COVID-19: Maximum Interest Rate in Poland is Slashed to 8%, 2020**  
<https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=ddcb49aa-83eb-49ad-8144-eacb20a0d0a0> (7 juli 2021)
- **Nets, Svensk e-handel, 2020.**  
<https://info.nets.se/svensk-ehandel-2020> (hämtad 5 juli 2021)
- **Norska regeringen, Regjeringen innfører nye krav til banker som tilbyr forbrukslån, 2019**  
<https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringen-innforer-nye-krav-til-banker-som-tilbyr-forbrukslan/id2628803/> (hämtad 7 juli 2021)
- **Office of Competition and Customer Protection, Poland introduces new consumer loan regulations, 2016**  
[https://www.uokik.gov.pl/news.php?news\\_id=12256](https://www.uokik.gov.pl/news.php?news_id=12256) (hämtad 7 juli 2021)
- **Postnord, E-commerce in Europe 2020, 2021**  
<https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-commerce-in-europe-2020.pdf> (hämtad 5 juli 2021)
- **Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.**  
<https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-barometern-arsrapport-2020.pdf> (hämtad 5 juli 2021)
- **S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021**  
<https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/news-insights/latest-news-headlines/digital-ad-spend-in-europe-resilient-in-face-of-pandemic-62615837> (hämtad 30 juni 2021)
- **Statista, E-commerce revenue forecast in Europe, 2020**  
<https://www.statista.com/forecasts/715663/e-commerce-revenue-forecast-in-europe> (hämtad 5 juli 2021)
- **Statista, E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024, 2021.**  
<https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/> (hämtad 5 juli 2021)
- **Statista, Internet usage worldwide, 2021**  
<https://www.statista.com/topics/1145/internet-usage-worldwide/> (hämtad 1 juli 2021)
- **Statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2024, 2020**  
<https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> (hämtad 5 juli 2021)
- **Statistiska Centralbyrån, Konsumtionslånen ökar under pandemin, 2021**  
<https://www.scb.se/hitta-statistik/redaktionellt/konsumtionslanen-okar-under-pandemin/> (hämtad 7 juli 2021)
- **Sveriges riksdag, Räntetak och andra åtgärder på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter, 2017**  
[https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/proposition/rantetak-och-andra-atgarder-pa-marknaden-for\\_H50372](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/proposition/rantetak-och-andra-atgarder-pa-marknaden-for_H50372)  
(hämtad 7 juli 2021)
- **The Business Research Company, Lending Market – By Type, 2020**  
<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/lending-market> (hämtad 7 juli 2021)

# Motiv för erbjudandet

Adtraction är ledande<sup>3</sup> i Norden inom digital marknadsföring via Partners. Bolaget driver och utvecklar en plattform som kopplar samman Annonssörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av Partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare.

I oktober 2021 användes plattformen av över 1 300 aktiva Annonssörer och cirka 5 900 aktiva Partners. Adtraction förmedlade över fyra miljoner unika transaktioner under 2020.

Adtractions genomsnittliga årliga omsättningstillväxt har under de senaste tio åren uppgått till cirka 54 procent.<sup>4</sup> Bolaget har visat tillväxt och lönsamhet varje år sedan 2010.<sup>5</sup> Majoriteten av omsättningstillväxten är hänförlig till tillväxt hos befintliga kunder och vunna marknadsandelar i Norden, men Bolaget har även expanderat geografiskt till flera europeiska marknader som bland andra Tyskland, Schweiz, Nederländerna och Spanien. Adtraction bedriver idag verksamhet i elva länder i Europa och ser fortsatt goda tillväxtpotentialer på samtliga marknader där Bolaget är verksam.

Adtractions organiska tillväxt förväntas bestå av fortsatt tillväxt för befintliga Annonssörer och Partners, rekrytering av nya Annonssörer och Partners, ytterligare vunna marknadsandelar på befintliga marknader samt fortsatt internationell expansion. Som komplement till den organiska tillväxten ser Bolaget goda förvärvsmöjligheter som förväntas tillåta Adtraction att expandera snabbare både på nya och befintliga marknader.

Förvärv adderar även ytterligare bredd inom Bolagets nätverk, där värdet av det förvärvade nätverket och det befintliga nätverket överstiger värdet av de enskilda nätverken, tack vare nätverkseffekter. Fler Partners blir tillgängliga för varje Annonssörer och fler Annonssörer blir tillgängliga för varje Partner.

För att fortsätta den expansiva tillväxtstrategin, genomför Bolaget Erbjudandet i syfte att finansiera geografisk expansion och förvärv. Mot bakgrund av Erbjudandet anser Bolagets ägare och styrelse att det är en lämplig tidpunkt att notera Adtractions aktier på Nasdaq First North. Det är styrelsens uppfattning att Erbjudandet och noteringen kommer främja Bolagets fortsatta tillväxt genom att ge Bolaget tillgång till nya kapitalmarknader samt bredda Bolagets aktieägarbas.

Erbjudandet omfattar 1 250 000 nyemitterade aktier och 1 769 920 befintliga aktier som erbjuds av Säljande Aktieägare, inklusive Övertilldelningsoptionen. Priset i Erbjudandet har fastställts till 60 SEK per aktie, och värdet på Erbjudandet uppgår därmed till cirka 181 MSEK.

Inför Erbjudandet har tre investerare åtagit sig att, till samma pris som övriga investerare, förvärva totalt 2 095 340 aktier, motsvarande cirka 69 procent av Erbjudandet, inklusive Övertilldelningsoptionen, till ett värde om cirka 125,7 MSEK. Dessa ankarinvestorer inkluderar RoosGruppen AB, Concejo AB och Bang-Melchior Holding AB<sup>6</sup>.

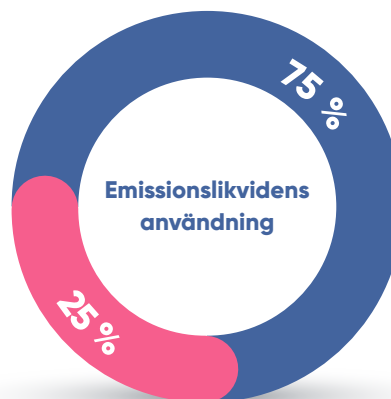
Därtill har BRNO AS<sup>7</sup> åtagit sig att förvärva aktier motsvarande cirka 10 MSEK, varvid BRNO AS utnyttjar sitt teckningsåtagande genom att kvitta fordran som uppstod i samband med att Adtraction förvärvade BRNO AS aktier i det norska dotterbolaget Adtraction Marketing AS.

Om Erbjudandet fulltecknas kommer Adtraction att tillföras 65 MSEK efter ovanstående kvittningskomponent, men före kostnader relaterat till Erbjudandet, vilka förväntas uppgå till cirka 10 MSEK. Följaktligen förväntas Bolaget erhålla en nettolikvid om cirka 55 MSEK genom Erbjudandet. Inför Erbjudandet har Bolagets huvudägare, ledning och styrelse samt Säljande Aktieägare ingått lock up-avtal i tolv månader, se rubriken "Lock up-avtal" under avsnitt "Villkor och anvisningar" för mer information.

## Emissionslikvidens användning

Bolaget har för avsikt att använda nettolikviden från Emissionen om cirka 55 MSEK enligt följande.

**Cirka 75 procent** för finansiering av förvärv och etablering av nya marknader.



**Cirka 25 procent** för att finansiera snabbare tillväxt i befintliga marknader och produktutveckling.

Stockholm den 25 november 2021  
Adtraction Group AB  
Styrelsen

3. Med ledande avses att Bolaget, enligt egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners på den nordiska marknaden.

4. Bolagets beräkning av historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020. För definition av omsättningstillväxt, vänligen läs mer under avsnittet "Finansiell information och nyckeltal".

5. Bolagets beräkning av historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020.

6. Bang-Melchior Holding AB är aktieägare i Adtraction och innehar innan Erbjudandet aktier motsvarande cirka 6,3 procent av Bolaget. Teckningsåtagandet innebär att Bang-Melchior Holding AB ökar sin ägarandel i Bolaget till cirka 10 procent efter Erbjudandets genomförande.

7. BRNO AS kontrolleras till 100 procent av Öivind Brunsell som idag är VD för Bolagets norska dotterbolag och tidigare minoritetsägare i Adtraction Marketing AS.

### Rådgivare

Finansiell rådgivare till Bolaget är Avanza och legal rådgivare är Advokatfirman Schjødt, vilka bland annat har bistått Bolaget i samband med upprättandet av Prospektet. Då samtliga uppgifter i Prospektet härrör från Bolaget friskriver sig Avanza och Advokatfirman Schjødt från allt ansvar i förhållande till befintliga och blivande aktieägare i Bolaget samt avseende andra direkta och indirekta ekonomiska konsekvenser till följd av investerings- och andra beslut som helt eller delvis grundas på uppgifter i Prospektet. Avanza är emissionsinstitut i samband med Erbjudandet.

### Intressen och intressekonflikter

Avanza erhåller en på förhand avtalad ersättning för utförda tjänster i samband med Erbjudandet och Advokatfirman Schjødt erhåller ersättning för utförda tjänster i samband med Erbjudandet enligt löpande räkning. Utöver vad som anges ovan har Avanza och Advokatfirman Schjødt inga ekonomiska eller andra intressen i Erbjudandet.

Det föreligger inga intressekonflikter eller potentiella intressekonflikter mellan styrelseledamöters och ledande befattningshavares åtaganden gentemot Avanza. Vidare föreligger inte heller intressekonflikter, eller potentiella intressekonflikter, varvid styrelseledamöter och ledande befattningshavares privata intressen och/ eller andra åtaganden eller uppdrag skulle stå i strid med Bolagets intressen. Ett flertal styrelseledamöter och ledande befattningshavare har dock ekonomiska intressen i Bolaget genom direkt eller indirekt innehav av aktier i Bolaget. Ingen styrelseledamot eller ledande befattningshavare har valts till följd av arrangemang eller överenskommelse med aktieägare, kunder, leverantörer eller andra parter.

---

**“Bolaget utvecklar och driver en plattform som kopplar samman Annonssörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av Partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare.”**

# Verksamhetsbeskrivning och marknadsöversikt

## Adtractions verksamhet

### Kort om Adtraction

Adtraction är en ledande aktör<sup>8</sup> i Norden inom digital marknadsföring via Partners. Bolaget utvecklar och driver en plattform som kopplar samman Annonörer, som vill öka sin försäljning, med olika former av Partners, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter, som vill skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare. Adtractions plattform fungerar som en marknadsplats för digital marknadsföring där köpsidan utgörs av Annonörer och säljsidan av Partners. Annonörer samarbetar med Partners för att marknadsföra sina produkter eller tjänster online, och betalar provision via Adtraction när detta ger upphov till försäljning. Partners återfinns inom nästan alla delar av den digitala ekonomin, vilket ger Adtraction en stor bredd av marknadsföringskanaler som Annonörer kan använda för att öka sin försäljning.

I oktober 2021 användes plattformen av över 1 300 aktiva Annonörer och cirka 5 900 aktiva Partners. Adtraction förmedlade över fyra miljoner unika transaktioner under 2020. Eftersom Annonörer vill använda en plattform där det finns gott om Partners, och Partners vill finnas på en plattform där det finns god tillgång till Annonörer, utgör Bolagets breda nätverk av Annonörer och Partners dess främsta tillgång. En likvid plattform ger upphov till positiva nätverkseffekter där värdet som Bolagets plattform tillför kunderna ökar som en effekt av ett växande antal anslutna kunder. Ju fler Partners som är anslutna till plattformen, desto mer värdefull är den för Annonörer, och vice versa. Plattformens positiva nätverkseffekter är en central aspekt av Adtractions verksamhet.

Adtractions plattform tillhandahålls med full service. Detta innebär att Bolaget tillhandahåller tjänster vilka syftar till att underlätta samarbeten mellan Annonörer och Partners, och därmed ökar plattformens effektivitet. Bolagets ambition har alltid varit att erbjuda marknadens bästa service och support i kombination med transparens kring all aktivitet på plattformen. Ett möte med Adtraction skall vara "friktionsfritt", det vill säga att Bolaget ska snabbt och enkelt lösa eventuella problem och i stället fokusera på värdeskapande.

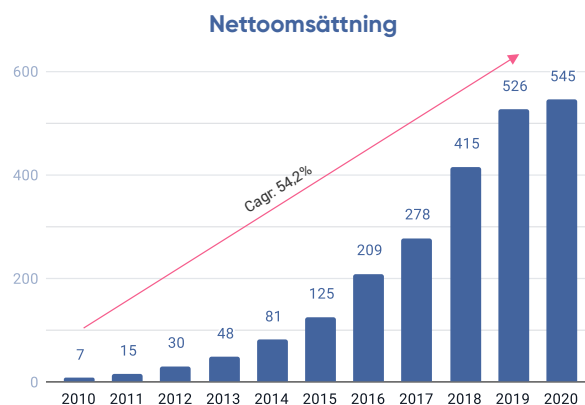
Adtraction har en uttalad internationell tillväxtstrategi och har framgångsrikt etablerat lokala kontor på elva europeiska marknader. Bolaget har cirka 80 anställda vid kontor i Sverige,

Norge, Danmark, Finland, Spanien, Tyskland, Storbritannien, Polen, Nederländerna, Schweiz och Österrike. Bolagets huvudkontor ligger i Stockholm.

Adtraction har uppvisat en genomsnittlig årlig tillväxt om cirka 54 procent sedan 2010.<sup>9</sup> Bolaget har ett starkt fokus på tillväxt och avser fortsätta investera i expansion på befintliga och nya marknader. Även om Bolaget har varit lönsamt varje år sedan 2010<sup>10</sup> är fortsatt tillväxt prioriterat framför högre lönsamhet. Adtraction har förvärvat tre bolag under de senaste två åren, varav två av dessa genomförts under 2021, och avser fortsätta använda förvärv som en del av sin tillväxtstrategi.

Under årets första nio månader (januari – september 2021) uppgick Bolagets nettoomsättning till cirka 481 MSEK, med ett bruttoresultat om cirka 85 MSEK och en justerad EBIT<sup>11</sup> om cirka 24 MSEK.

Med anledning av förvärven (dels Klara Lån, dels Digital Advisor) under 2021 har proformaräkenskaper upprättats. Proforma genererade Bolaget under året första nio månader (januari – september 2021) en nettoomsättning om cirka 525 MSEK med ett rörelseresultat justerat för avskrivningar av förvärvade övervärden om cirka 29,5 MSEK.<sup>12</sup>



Källa: Nettoomsättning under perioden 2010 – 2020 refererar till Bolagets ej reviderade historiska finansiella rapporter under samma period och har hämtats från Bolagets interna system.

8. Med ledande avses att Bolaget, enligt sin egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners på den nordiska marknaden.

9. Bolagets beräkning av historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020. För definition av omsättningstillväxt, vänligen läs mer under avsnittet "Finansiell information och nyckeltal".

10. Bolagets beräkning av historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020.

11. Definition av nyckeltalet återfinns under avsnittet "definitioner av alternativa nyckeltal" i detta Prospekt. Nyckeltalet är relevant för investerare för att förstå Bolagets lönsamhet justerat för avskrivningar på goodwill och kundrelationer. Justeringen görs i syfte att underlätta jämförelsen med andra jämförbara bolag som redovisar enligt IFRS.

12. Fullständiga proformaräkenskaper återfinns under avsnittet "Proformaredovisning" i detta Prospekt.

## Affärsmodell

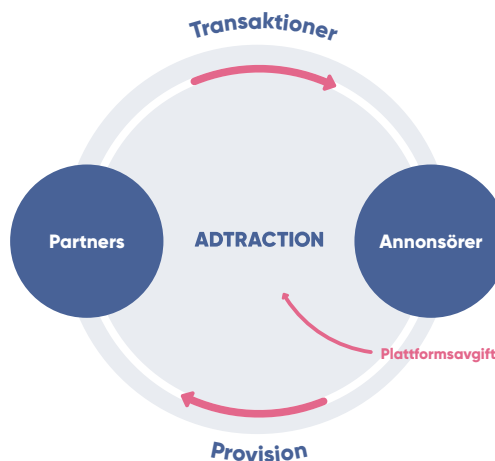
Adtraction utvecklar och driver en plattform för digital marknadsföring via Partners, vilket är en prestationsbaserad typ av digital marknadsföring som innebär att Annonörer samarbetar med olika former av Partners för att marknadsföra sina produkter eller tjänster, och betalar provision när detta resulterar i försäljning eller någon annan typ av värdeskapande transaktion (exempelvis ett beviljat lån). Detta är en plattformsbaserad affärsmodell, vilket innebär att Bolaget skapar värde genom att underlätta transaktioner mellan två grupper – Annonörer och Partners. Det kan också beskrivas som att Annonörer köper transaktioner och Partners säljer transaktioner eller konverterande trafik via Adtractions plattform och att Annonörer enbart betalar för resultat.



Modellen är prestationsbaserad, vilket innebär att en Annonör endast betalar ersättning till en Partner när en faktisk transaktion, det vill säga ett köp eller annan värdeskapande händelse, har förmedlats. Detta kallas ofta CPA (Cost Per Action<sup>13</sup>) och skiljer sig från traditionell marknadsföring där Annonören oftast tar risk genom fasta avgifter och utan garanterat resultat.

Adtraction tar i normalfallet inga fasta avgifter såsom anslutnings- eller licensavgifter. Det är alltså möjligt för en Annonör att marknadsföra sina produkter eller tjänster via Adtraction och endast betala efter att detta har resulterat i bekräftad försäljning.

Adtractions intäkter utgörs av en andel av den provision som Annonörer betalar Partners via Bolagets plattform. Denna del utgör en så kallad plattformsavgift och är Bolagets ersättning och motiv till att leverera värde för både Annonörer och Partners, samt därmed bibehålla återkommande intäkter. Denna intäktsmodell skapar en gemensam incitamentsstruktur för plattformens samtliga parter. Således har Adtraction starka incitament att ständigt skapa maximalt värde för såväl Annonörer som Partners.



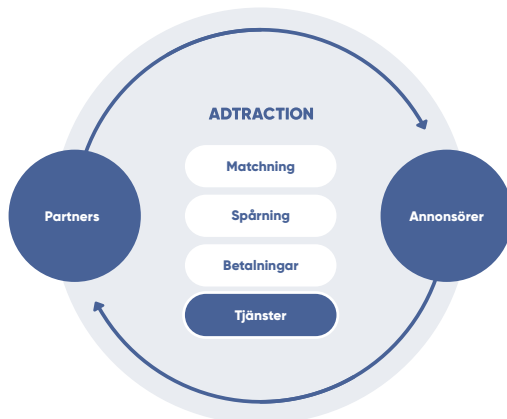
*Adtractions intäkter utgörs av en så kallad plattformsavgift vilket utgör en andel av den provision som Annonörer betalar Partners via Bolagets plattform.*

13. CPA är en intäktsmodell där Partners får betalt för en specifik åtgärd såsom att förmedla en låneansökan eller ett köp.



## Plattform

Adtractions plattform fungerar som en marknadsplats för digital marknadsföring där köpsidan utgörs av Annonörer och säljsidan av olika former av Partners. Annonörer är intresserade av att samarbeta med Partners för att hitta nya kunder och öka sin försäljning, medan Partners är intresserade av att skapa intäkter baserat på sitt innehåll och sina besökare.



Adtractions plattform sammanför Annonörer med Partners och tillhandahåller funktionalitet för att möjliggöra och spåra transaktioner mellan dessa. Plattformens funktionalitet kan indelas i:

- **Matchning.** Detta avser processen genom vilken Annonörer och Partners hittar varandra. Detta görs dels genom självbetjäning där Partners och Annonörer själva hittar samarbeten med hjälp av sökfunktioner på plattformen. Det görs också genom automatiserad matchning där Bolaget använder maskininlärning och olika filter för att hitta rätt match mellan Annonör och Partner.
- **Spårning.** Marknadsföring via Partners är prestationsbaserad, vilket innebär att all försäljning som förmedlas från Partners till Annonörer måste mätas korrekt eftersom den ligger till grund för den provision som skall betalas. Adtraction spårar samtliga annonsvisningar, klick och köp som förmedlas via plattformen, vilket under en genomsnittlig månad uppgår till över 70 miljoner enskilda händelser<sup>14</sup>. Tillförlitlig spårning ställer höga systemkrav vad gäller tillgänglighet och svarstid. Under de senaste tolv månaderna har Adtractions spårning en upptid på 100 procent<sup>15</sup>.

- **Betalningar.** Betalningsflödet från Annonörer till Partners går via Adtractions plattform. Varje månad spåras hundratals transaktioner via Adtractions plattform. Dessa faktureras genom över 10 000 separata fakturor årligen och Bolaget gör varje år över 20 000 utbetalningar till Partners i nära 50 länder. Detta är en komplicerad process som kräver automatiserade betalningslösningar för att möjliggöra internationella betalningar i stor skala.

Utöver plattformens grundfunktionalitet utför Adtraction en rad tjänster som syftar till att öka plattformens effektivitet. Bolaget tar inte betalt för dessa tjänster, avkastning erhålls i stället genom att öka antalet transaktioner som förmedlas genom plattformen. Tjänsterna inriktas på följande områden:

- **Likviditet.** Detta är den mest kritiska aspekten för en marknadsplats och betyder för Bolagets vidkommande att det måste finnas tillräckligt många Annonörer och Partners på plattformen för att sannolikheten till samarbete och därmed till transaktioner skall vara hög. Det är mycket svårt att uppnå likviditet på en plattform och god likviditet utgör en av Bolagets främsta konkurrensfördelar.

Bolaget jobbar aktivt med att underhålla och öka likviditeten genom att knyta nya Annonörer och Partners till plattformen. Detta görs genom manuellt säljarbete av Bolagets anställda och utgör ett viktigt komplement till den volym av Partners och Annonörer som spontant ansluter till plattformen.

Ju fler Annonörer och Partners som ansluter sig till plattformen desto mer värdefull blir den för alla involverade parter. Annonörer vill använda en plattform där det finns gott om Partners, och Partners vill finnas på en plattform där det finns god tillgång till Annonörer. Detta kallas för positiva nätverkseffekter och är en central del av Adtractions verksamhet.

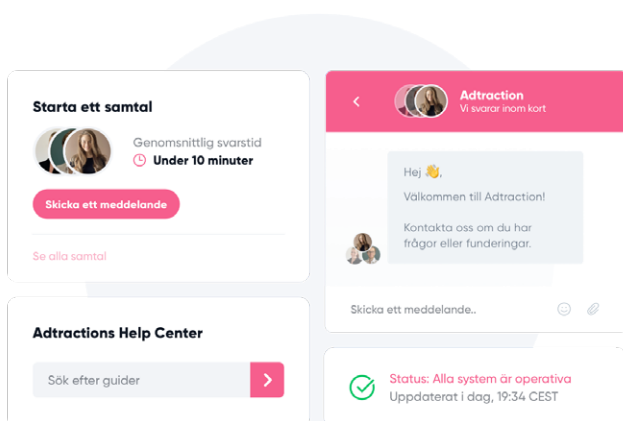
- **Urval och matchning.** En av Bolagets viktigaste tillgångar är mångårig erfarenhet av att identifiera vilken typ av Partner som fungerar bäst med vilken typ av Annonör. Detta möjliggör effektivare matchning, vilket leder till effektivare partnerskap och mer försäljning. Som ett mycket viktigt komplement till plattformens automatiska processer assisterar Bolagets anställda löpande Annonörer och Partners med att hitta rätt samarbeten.

Effektiv matchning är avhängigt av att aktörerna på plattformen håller hög kvalitet. Därför granskar bolaget manuellt samtliga Annonörer och Partners som vill ansluta sig till plattformen. Bolaget uppskattar att i genomsnitt 50 procent av ansökningarna avslås.

14. Annonsvisningar, klick och transaktioner.

15. Pingdom.

- **Support.** Marknadsplatser baseras på förtroende att motparten kommer att sköta sin del av avtalet. Såväl Annonssörer som Partners måste känna trygghet i att förmedlad försäljning spåras korrekt och intjänad provision betalas i tid. En avgörande aspekt i detta sammanhang är kommunikation. Bolaget har dedikerad personal som assisterar Annonssörer och Partners rörande alla aspekter kring plattformen. Under 2020 hanterade Bolaget över 10 000 supportärenden med en genomsnittlig svarstid under kontorstid på strax under 7 minuter.



Plattform utvecklas och underhålls helt av Bolagets anställda vid kontoret i Stockholm. Ingen del av Bolagets IT-avdelning är outsourcad eller sköts av konsulter.

### Annonssörer

Adtractions plattform används av över 1 300 Annonssörer från huvudsakligen de elva länder i Europa där Bolaget har lokala kontor. Adtraction jobbar med många olika typer av Annonssörer, från de som precis börjat använda Partners i sin marknadsföring, till mogna varumärken som har haft Partners som en viktig del av sin affärsstrategi i årtal. Adtractions Annonssörer kan delas in i två huvudkategorier:

- **E-handel.** Denna kategori omfattar butiker som säljer produkter online till konsumenter (B2C) inom kategorier såsom kläder & accessoarer, hälsa & skönhet, barn & familj, elektronik & teknik, media & telekom eller hobby & fritid. Adtraction har cirka 900 Annonssörer inom e-handel. Exempelvis Hallon, Åhléns, Meds, Webhallen och NetOnNet.
- **Finans.** Denna kategori utgörs av banker, långgivare, försäkringsbolag och andra företag som erbjuder finansiella tjänster till konsumenter (B2C) men även till företag (B2B). Adtraction har cirka 400 Annonssörer inom finans. Exempelvis Lendo, MedMera Bank AB (Coop), Sambla, Northmill, Cofidis och Finanzcheck.

## Varför använder Annonssörer Adtractions plattform?

Det finns ett flertal viktiga anledningar till varför Annonssörer väljer att använda Adtractions plattform.

- **Tillgång till Partners.** Genom att ansluta till Adtractions plattform får Annonssörer tillgång till tusentals Partners av olika typ, vilket ökar sannolikheten att hitta rätt Partners för att marknadsföra just deras produkter eller tjänster. Genom att ansluta till plattformen kan en Annonssör komma igång med marknadsföring via Partners på kort tid. Manuell rekrytering av Partners är mycket tidskrävande, speciellt då det ofta är svårt att identifiera och komma i kontakt med rätt Partners.
- **Prissättning och optimering.** Det är upp till varje enskild Annonssör vilka Partners denne vill samarbeta med, och vilken provision dessa skall få. Adtraction har lång erfarenhet av att strukturera och optimera partnerskap och kan därmed hjälpa Annonssörer att välja rätt Partners och erbjuda rätt ersättning till respektive Partner. Effektiv prissättning underlättas av inblick i ett stort antal samarbeten och transaktioner. Utan detta finns risk att man som Annonssörer betalar för mycket eller för lite till en viss Partner. Det är självklart inte bra att betala för mycket, men allt för låg ersättning är inte heller bra eftersom det leder till låg försäljningsvolym.

Bolagets anställda hjälper vidare Annonssörer att hantera annonsmaterial, rekrytera Partners, samt andra initiativ för att öka tillväxten och avkastningen på deras samarbeten.

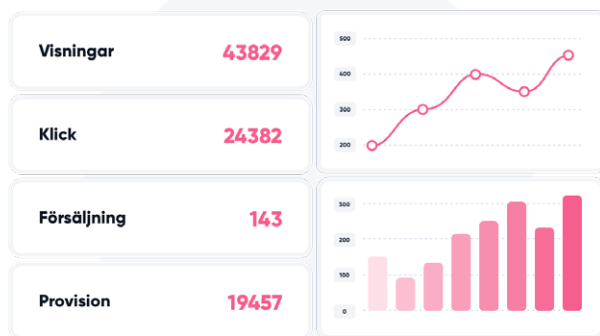
- **Automatiserade betalningar.** Partners får provision för all försäljning som de förmedlar till en Annonssör. Att hålla reda på upparbetad provision och se till att alla Partners får betalt i tid kan vara tidskrävande. Genom Adtraction får varje Annonssör en samlad månadsfaktura medan utbetalningar till Partners sköts automatiskt via plattformen. Under 2020 genomförde Adtraction utbetalningar på motsvarande 457 MSEK i 9 olika valutor till över 3 600 Partners i nära 50 länder.
- **Support för Partners.** Det finns många olika typer av Partners, vilka alla kräver olika mycket support. En genomsnittlig Annonssör samarbetar med hundratals Partners. Genom att använda Adtractions plattform slipper Annonssören tillhandahålla support till dessa eftersom detta sköts av Adtractions personal.

## Partners

Adtractions plattform har ett mycket stort antal registrerade Partners varav cirka 5 900 skickar besökare till minst en Annonser varje enskild månad. Partners kan vara av mycket olika sort, exempelvis digitala magasin, influencers, bloggare, forum, mobilappar och prisjämförelsesajter. Dessa indelas i följande huvudkategorier:

- **Innehåll.** Olika former av webbplatser, exempelvis nyhets- och mediasajter, sport- och livsstilssajter, sajter inom skönhet och hälsa, idrottsklubbar, produktforum, etc. Storleksmässigt rör det sig om allt från internationella mediehus till nischade webbplatser som drivs av privatpersoner.
- **Influencers.** Profiler i alla storlekar och kategorier på bland annat Instagram, YouTube, Pinterest och TikTok. Kategorin omfattar även podcasts och bloggare.
- **Affiliates.** Partners som traditionellt brukar förknippas med affiliatemarknadsföring, såsom lojalitets- och cashbacksidor, kupong- och rabattsidor och nyhetsbrev.
- **Tech.** Mobilappar, men också Comparison Shopping Services (CSS)<sup>16</sup>, Datafeed aggregators<sup>17</sup> och Partners som bedriver sin marknadsföring via API-integrationer<sup>18</sup>.
- **Finans.** Partners som är inriktade på marknadsföring inom finanssektorn, huvudsakligen inom sökmotoroptimering (SEO) eller köpt trafik via sökmotorer (SEM).

Adtractions arbetar löpande för att bredda sitt utbud av Partners och lägga till ytterligare kategorier.



Adtractions plattform erbjuder ett brett utbud av statistik och verktyg som underlättar för Partners att optimera och lyckas med sin marknadsföring.

## Varför använder Partners Adtractions plattform?

Följande är viktiga anledningar till att Partners väljer Adtractions plattform framför att arbeta direkt mot Annonser:

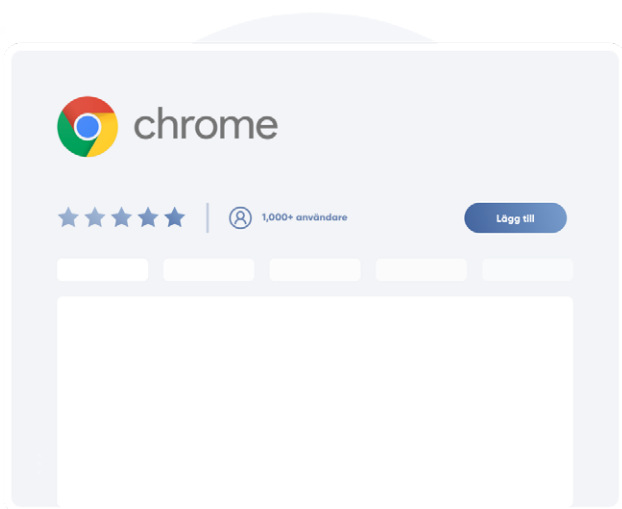
- **Tillgång till kända varumärken.** Partners är intresserade av att marknadsföra välkända varumärken, eftersom dessa i de flesta fall inbringar mer försäljning och därmed mer provision. Som mindre eller medelstor Partner är det svårt att få till stånd ett direkt samarbete med stora varumärken. Även som större Partner är det tidskrävande att etablera och underhålla direkta partnerskap med många Annonser. Genom Adtractions plattform kan Partners snabbt inleda samarbeten med ett stort antal Annonser och få tillgång till välkända varumärken som passar deras publik.
- **Prissättning och optimering.** Varje Partner väljer själv vilken eller vilka Annonser som denne vill marknadsföra. Vissa samarbeten kommer att generera högre intäkter för Partners än andra. Den kanske största fördelen att arbeta med Adtractions plattform, jämfört med att arbeta direkt med Annonsern, är att Partners optimerar sina intäkter med hjälp av Adtractions automatiska och manuella rådgivning.
- **Överblick och tillförlitlig spårning.** Marknadsföring via Partners är prestationsbaserad, vilket innebär att förmedlad försäljning måste mätas korrekt eftersom den ligger till grund för den provision som skall utbetalas. Genom att använda en fristående plattform kan både Annonser och Partners känna sig trygga i att all försäljning spåras korrekt. Om ett internt spårningsverktyg som kontrolleras av endast Annonsern används, som exempelvis Google Analytics, finns inte samma trygghet för Partners. Vidare skapar ett brett utbud av Annonser samlad på samma plats möjlighet för Partners att lättare överblicka och jämföra den provision och de villkor som erbjuds av respektive Annonser.

<sup>16</sup>. Comparison Shopping Services (CSS) är Partners som tillhandahåller annonser för produktjämförelse via en sökmotor, exempelvis Google.

<sup>17</sup>. Partners som samlar en stor mängd data avseende produkter som säljs via Adtractions nätverk, och presenterar denna på ett strukturerat sätt.

<sup>18</sup>. Ett API (Application Programming Interface) är ett gränssnitt som utvecklare kan programmera mot. Det används för att olika program och applikationer ska kunna prata med varandra och kan exempelvis användas för att hämta och uppdatera information mellan olika system.

- **Smidiga utbetalningar.** Många Partners marknadsför produkter från ett stort antal Annonssörer. Att få provision i separata utbetalningar från dessa skulle vara administrativt krångligt. I stället kan Partners samla sin provision i sitt konto hos Adtraction, och få en samlad utbetalning. Dessutom erbjuder Adtraction i många fall förskottsbetalning, vilket innebär att Adtraction betalar ut intjänad provision till Partners redan innan den aktuella Annonssören har betalat sin faktura till Adtraction.
- **Verktyg.** Adtraction tillhandahåller specialanpassade verktyg för att underlätta för Partners att lyckas med sin marknadsföring. Det rör sig om mobilappar för att överblicka aktiva partnerskap, plugin till webbläsaren Chrome för att skapa länkar, integration med Google Ads, automatiserad data via API för produktjämförelse av låneprodukter, etc.



Adtractions Google Chrome plugin gör det möjligt för Partners att skapa spårningslänkar direkt från webbläsarens verktygsfält.

## Grundstenar

Adtraction har tre grundstenar vilka styr Bolagets beslut, handlingar och kommunikation både internt och externt:

- **Transparens.** Digital marknadsföring erbjuder mätbarhet på en helt annan nivå än traditionell marknadsföring. Trots detta är många digitala marknadsföringskanaler fortfarande "svarta lådor" där det är svårt för köparen att utvärdera resultat av sin marknadsföring. På Adtractions plattform kan Annonssörer och Partners följa i realtid exakt vilka annonsvisningar, klick och köp som förmedlas. Kostnad och intäkter är hela tiden tydliga för alla parter. Transparens skapar förtroende för Adtraction och branschen i helhet, vilket är avgörande för att skapa starka, produktiva och långvariga relationer. Transparens är också viktigt internt. Genom att involvera personalen i utmaningar och möjligheter skapas en känsla av delaktighet och flera kan bidra till Bolagets utveckling.
- **Support.** Genom hög tillgänglighet till support säkerställer Adtraction god kommunikation med Annonssörer och Partners. Detta är avgörande för att skapa förtroende och gör att potentiella problem som kan göra att plattformen fungerar mindre effektivt kan identifieras snabbare. Supporten är vidare en viktig källa till information om vilken funktionalitet som bör utvecklas framöver.
- **Lokal närvaro.** Adtraction etablerar lokala kontor på samtliga marknader där Bolaget är verksamt. Marknadsföring via Partners bygger på goda och långsiktiga relationer med människor. Detta fungerar inte lika bra utan lokal närvaro. Det skulle exempelvis vara mycket svårt för en anställd i Stockholm att bygga en nära relation med en Annonssör i Spanien eller en Partner i Polen. Samtidigt säkerställer detta att Bolagets anställda är lokala experter på respektive marknad, och kan stötta Annonssörer och Partners på bästa sätt. Detta är inte minst viktigt när en Annonssör önskar etablera sig på en ny marknad och behöver hjälp med marknadsföringen.

## Finansiella mål

Adtractions styrelse har antagit följande finansiella mål:

- **Nettoomsättningstillväxt.** Adtractions målsättning är att ha en årlig nettoomsättningstillväxt<sup>19</sup> över 20 procent på medellång sikt, genom en kombination av organisk tillväxt och förvärv.
- **Lönsamhet.** Adtractions målsättning är att uppnå en justerad EBIT-marginal<sup>20</sup> om minst 7 procent på medellång sikt. Bolaget prioriterar emellertid tillväxt framför ökad lönsamhet. Om möjlighet ges till ökad tillväxt kan detta medföra att det tar längre tid för Bolaget att uppnå sitt lönsamhetsmål.
- **Utdelningspolicy.** Bolaget avser primärt att återinvestera sitt löpande kassaflöde i framtida tillväxt. Bolagets styrelse har mot bakgrund av detta per dagen för Prospektet ej antagit en explicit utdelningspolicy. Styrelsen kommer årligen göra bedömningen huruvida det utöver återinvesteringarna finns utrymme att föreslå för stämman att besluta om utdelning.

## Styrkor

Följande styrkor gör Adtraction långsiktigt konkurrenskraftigt:

- **Likvid och skalbar plattform.** Det är Bolagets uppfattning att Adtraction driver den största plattformen för marknadsföring via Partners i Norden i termer av omsättning och antal förmedlade transaktioner. Detta bygger på ett brett nätverk av Annonssörer och Partners, vilket utgör Bolagets främsta tillgång. Det är svårt och mycket tidskrävande att skapa förtroende och likviditet för en ny plattform, vilket skapar höga inträdeshinder på marknaden för nya konkurrenter. När likviditet väl har uppnåtts är det emellertid lättare att attrahera ytterligare Annonssörer och Partners till plattformen. Annonssörer vill använda en plattform där det finns gott om Partners, och Partners vill finnas på en plattform där det finns god tillgång till Annonssörer. Detta ger upphov till positiva

nätverkseffekter vilket innebär att det värde som Bolagets plattform tillför kunderna ökar som en effekt av ett växande antal anslutna kunder. Detta ger Bolaget ytterligare fördelar gentemot eventuella nya konkurrenter.

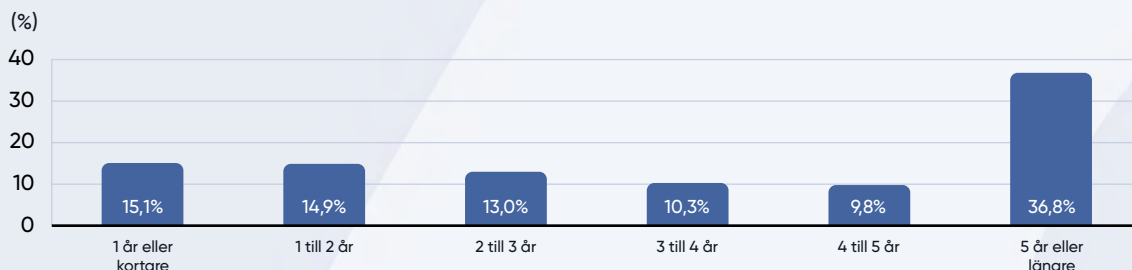
Adtractions plattform är byggd på molninfrastruktur och mycket skalbar. Ökad volym av transaktioner kan hanteras till mycket låg kostnad. Adtraction har i hög grad automatiserat komplicerade och tidskrävande processer såsom fakturering av Annonssörer och betalning av Partners.

Vidare utgörs kostnaderna för utveckling och drift av Bolagets plattform i hög grad av mer eller mindre fasta kostnader. Detta innebär att i takt med att intäkterna ökar kan Bolaget potentiellt uppnå högre lönsamhet.

- **Långa kundrelationer.** En hög andel av de Annonssörer som använder Adtractions plattform stannar under långa perioder och samarbeten mellan Annonssör och Partner tenderar att pågå under flera år. Detta visar att Bolagets plattform möjliggör framgångsrika partnerskap och att modellen att endast betala för resultat är attraktiv. Etablerade samarbeten tenderar dessutom att stanna på Bolagets plattform eftersom det är omständligt och tidskrävande för en Annonssör att flytta sina samarbeten till en konkurrerande plattform.

Adtractions intäkter utgörs av en procentuell andel av den försäljning som förmedlas inom ramen för alla samarbeten på Bolagets plattform. Långa samarbeten innebär således löpande intäkter under lång tid. När Annonssörerna över tid ökar sina investeringar i marknadsföring via Adtractions plattform, ökar Bolagets intäkter på motsvarande sätt. Vidare skapar denna intäktsmodell en gemensam incitamentsstruktur för samtliga parter på plattformen, vilket skapar starka incitament för Adtraction att fortsätta skapa maximalt värde för sina kunder på plattformen.

## Fördelning av intäkter baserat på hur länge Annonssören varit aktiv på Adtractions plattform



**37 % av intäkterna kommer från Annonssörer som varit aktiva på plattformen minst 5 år**

*Källa: Bolagets beräkning av ej reviderad historisk finansiell information under perioden 2020 och har hämtats från Bolagets interna system.*

<sup>19</sup> Definition av nyckeltalet återfinns under avsnittet "definitioner av alternativa nyckeltal" i detta Prospekt.

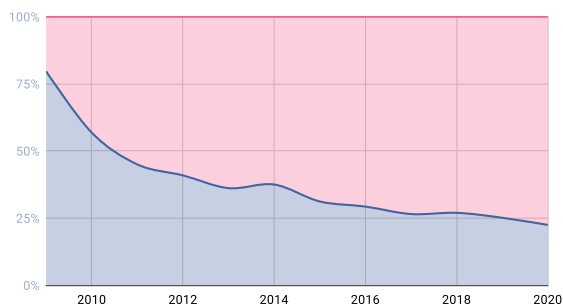
<sup>20</sup> Definition av nyckeltalet återfinns under avsnittet "definitioner av alternativa nyckeltal" i detta Prospekt.

- **Diversifierad kundbas.** Adtractions plattform användes i oktober 2021 av cirka 5 900 aktiva Partners och fler än 1 300 aktiva Annonssörer i elva länder. De tio största Annonssörerna stod för 22 procent av Bolagets omsättning. På motsvarande sätt stod de tio största Partners för 30 procent av Bolagets omsättning. Bolagets diversifiering mellan e-handel och finans bidrar till minskat beroende av någon enskild bransch, marknad eller extern part.

I takt med att antalet Annonssörer och Partners som använder bolagets plattform växer har tröskeln att ansluta ytterligare kunder blivit lägre. Detta eftersom värdet som plattformen kan tillföra till en ny Annonssör eller Partner ökar som en effekt av ett växande antal anslutna kunder.

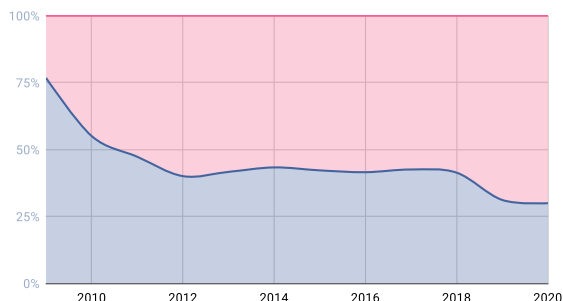
Adtractions breda nätverk av Partners består av många kategorier av Partners som inte sällan riktar sig mot en nischad, specifik målgrupp av konsumenter. Oavsett vilken trend som råder på internet skapar detta en stor bredd i antalet tillgängliga marknadsföringskanaler och möjlighet för Annonssörer att skapa riktad marknadsföring.

**Bolagets 10 största Annonssörer stod för 22 % av omsättningen 2020**



Källa: Bolagets beräkning av ej reviderad historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020 och har hämtats från Bolagets interna system.

**Bolagets 10 största Partners stod för 30 % av omsättningen 2020**



Källa: Bolagets beräkning av ej reviderad historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020 och har hämtats från Bolagets interna system.

- **Lokal närvaro.** Bolaget har en uttalad strategi att ha lokala kontor på samtliga sina marknader och har framgångsrikt etablerat kontor och rekryterat anställda i elva länder. Marknadsföring via Partners bygger på goda och långsiktiga relationer med människor. Detta fungerar inte lika bra utan lokal närvaro. Det är Bolagets uppfattning att lokal närvaro utgör en viktig konkurrensfördel som dessutom är svår att replikera eftersom det är utmanande och tidskrävande för konkurrenter att identifiera och rekrytera individer med lämpliga kvalifikationer. Konkurrensen är hård om individer med kunskap och erfarenhet inom digital marknadsföring. Det är Bolagets uppfattning att dess lokala närvaro är en tydlig konkurrensfördel när Bolagets internationella Annonssörer vill utöka sin geografiska marknadsföring till nya marknader.
- **Stark finansiell utveckling med historik av hög tillväxt under god lönsamhet.** Adtraction har uppvisat en genomsnittlig årlig tillväxt om cirka 54 procent sedan 2010.<sup>21</sup> Tillväxten är en följd av underliggande marknadstillväxt för digital marknadsföring i kombination med att Adtraction vunnit marknadsandelar på samtliga sina marknader. Trots betydande kostnader förknippade med hög tillväxt har bolaget varit lönsamt sedan 2010.
- **Grundarledd ledningsgrupp med stort ägande.** Adtraction grundades av bland andra nuvarande VD Simon Gustafson, nuvarande plattformsansvarig Markus Bjernvall samt nuvarande CTO Christian Longberg, som lett Bolaget sedan start. Bolagets grundare har bred och relevant erfarenhet inom digital marknadsföring samt mångårig erfarenhet från arbete med förvärv, såväl industriellt som i rådgivande roll. Ledningsgruppen har en historik av att uppnå lönsam tillväxt, och har varit en starkt bidragande orsak till att Bolaget vuxit och varit lönsamt sedan start.
- **Positiva underliggande marknadstrender.** Adtraction är verksam på den snabbt växande marknaden för e-handel som karaktäriseras av hög tillväxt och gynnsamma underliggande trender. Bolaget bedömer att tillväxten inom e-handel framöver kommer drivas av en fortsatt strukturell förskjutning från fysisk handel till e-handel, där allt fler köp genomförs digitalt. Därtill växer användandet av digitala marknadsföringskanaler i takt med att konsumenternas köpbeteende förändras, vilket Bolaget bedömer har en positiv påverkan på marknadens efterfrågan på marknadsföring via Partners.<sup>22</sup>

Adtraction är även verksam på marknaden för konsumentkrediter. Två övergripande trender har medfört god tillväxt för Adtraction. Dels har utlåningen till hushåll ökat under många år, dels har konkurrensen mellan kreditgivare ökat vilket har lett till en ökad betalningsvilja bland dessa för att förvärva kunder. Nischbanker och andra specialiserade kreditgivare tar marknadsandelar av de traditionella bankerna tack vare mer

21. Bolagets beräkning av historisk finansiell information under perioden 2010 – 2020. För definition av omsättningstillväxt, vänligen läs mer under avsnittet "Finansiell information och nyckeltal".

22. För mer information om Bolagets marknad hänvisas till avsnittet "Adtractions marknad" och mer specifikt avsnitt om "Trender och drivkrafter".

internetanpassade affärsmodeller och en starkare närvaro online (exempelvis med hjälp av marknadsföring via Partners).

Förskjutningen från traditionella till digitala marknadsföringskanaler, både inom e-handel och finans, skapar ökad konkurrens och stigande priser för digital annonsering. Detta är fallet exempelvis vid annonsering via Google och Facebook, där Annonörer betalar per klick snarare än per bekräftad transaktion. Stigande priser skapar behov hos Annonörerna att hitta kostnadseffektivare sätt att marknadsföra sig. Den prestationsbaserade modell som används vid marknadsföring via Partners innebär lägre risk än att betala för klick, och är därför ofta ett attraktivt alternativ. Adtractions plattform erbjuder Annonörer möjlighet att hitta alternativa trafikällor i form av olika typer av Partners. Ju mer konkurrensutsatt en bransch blir i termer av marknadsföring, desto större intresse upplever Bolaget hos Annonörerna.

- **Förvärvskapacitet.** Adtraction har framgångsrikt genomfört ett förvärv under 2020 samt ytterligare två under 2021<sup>23</sup>. Dessa har gett Adtraction viktig erfarenhet av att utforma och genomföra en förvärvsbaserad tillväxtstrategi. Bolaget bedömer att det finns goda möjligheter framgent till ytterligare förvärv på både befintliga och nya marknader. Mer information om de hittills genomförda förvärven återfinns under avsnittet "Genomförda förvärv" i detta Prospekt.

## Strategi

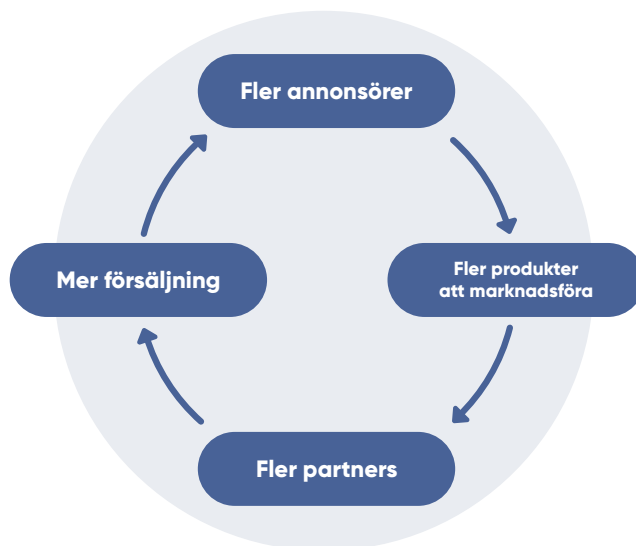
Adtractions tillväxtstrategi är att fortsätta investera i sina styrkor.

- **Ansluta fler Annonörer och Partners.** Genom att ansluta fler Annonörer och Partners till plattformen förstärks dess positiva nätverkseffekter. Fler Annonörer leder till ett större utbud av varumärken och produkter för Partners att marknadsföra, vilket leder till att plattformen attraherar fler Partners. Tillgång till fler Partners leder till mer försäljning för Annonörer, vilket lockar fler Annonörer.
- **Produktutveckling.** Bolaget investerar löpande i sin plattform. Detta gäller främst ny funktionalitet men också ökad automatisering av manuella uppgifter. Bolaget fokuserar bland annat på maskininläring för bedrägerikontroll och matchning av Annonörer och Partners.

Adtraction ser goda möjligheter att över tid anpassa plattformen till nya affärsmodeller. Det kan handla om att Annonörer förmedlar besökare till varandra, andra ersättningsmodeller (exempelvis så kallad "revenue share") eller att ytterligare värde skapas av Partners genom att köp genomförs på Partners webbplats. Bolaget bedömer att sådana initiativ och produktutveckling skulle stärka Bolagets affär och bredda dess marknad.

- **Investera i varumärket.** Under 2020 omsatte Adtraction 545 MSEK vilket endast motsvarar 0,07 procent av den uppskattade marknaden för digital annonsering i Europa samma år.<sup>24</sup> Adtraction avser investera mer i sitt varumärke för att uppmärksamma Annonörer och Partners på fördelarna med marknadsföring via Partners.
- **Expandera till fler marknader.** Adtraction har etablerat lokala kontor i elva länder i Europa. Bolaget bedömer att det finns god potential i att expandera till ytterligare geografiska marknader där Bolaget ännu inte är verksamt och därmed bredda plattformens upptagningsområde. Bolaget avser etablera kontor på två ytterligare geografiska marknader under de kommande tolv månaderna.
- **Förvärva konkurrenter.** Bolaget avser förvärva bolag vars Annonörer och Partners kan migreras till Bolagets plattform och bidra till ytterligare likviditet och nätverkseffekter. Adtraction har framgångsrikt genomfört tre tidigare förvärv och bedömer att det finns goda förutsättningar till ytterligare förvärv framöver.

Förvärv av konkurrerande plattformar som har befintliga nätverk av Annonörer och Partners kan accelerera Bolagets tillväxt på nya geografiska marknader. Genom att migrera Annonörer och Partners från den förvärvade plattformen kan likviditet tillföras till Adtractions plattform. Detta ger upphov till positiva nätverkseffekter, där Bolagets befintliga Annonörer får tillgång till en ny mängd Partners, som i sin tur får tillgång till nya Annonörer.



23. Ett av dessa är förvärvet av Klara Lån Sverige AB som en gång grundades av Adtraction och sedan avyttrades till Adtractions aktieägare. Bolagen hade dock inte exakt samma ägarstruktur vid förvärvstidpunkten.

24. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

## Hållbarhet

Adtractions övergripande mål med hållbarhetsarbetet är att skapa förutsättningar för långsiktigt värdeskapande. För Adtraction betyder det att växa som bolag, hantera risk och identifiera möjligheter samtidigt som påverkan på människor och miljö respekteras.

Adtractions hållbarhetsarbete delas upp i två huvudområden; socialt samt miljömässigt ansvarstagande. Utgångspunkten är att prioritera de områden där Bolaget har störst möjlighet att göra skillnad.

### Jämställdhet och mångfald

Adtractions medarbetare är kärnan i verksamheten och har rätt till en säker och hälsosam arbetsmiljö. Bolaget ska erbjuda en arbetsplats som präglas av jämställdhet, mångfald och respekt för den enskilde medarbetaren.

#### • Ett mångsidigt team

Adtraction har en icke-diskriminerande rekryteringsprocess som utgår från kompetens och därmed minskar risken för att andra, icke relevanta, faktorer vävs in i bedömningen av kandidater.

Bolaget strävar efter att ha medarbetare som vill vara med och påverka, och jobba i en kreativ och förändringsbenägen miljö.

#### • Samma möjligheter för alla

Adtraction är ett politiskt och religiöst oberoende företag och diskriminerar inte kunder eller medarbetare på grund av kön, hudfärg, religion, politisk åsikt, sexuell läggning eller funktionshinder.

Adtraction eftersträvar en jämn fördelning av män och kvinnor på alla nivåer i bolaget samt lika lön för lika arbete.

#### • Nolltolerans mot kränkningar och diskriminering

Adtraction kompromissar inte när det gäller anställdas säkerhet eller rättigheter. Bolaget arbetar för att underlätta en kultur där trakasserier och diskriminering på arbetsplatsen förhindras.

## Vad Bolaget gör konkret

- Följer varje år upp fördelningen mellan kvinnor och män i organisationen och strävar efter en jämn fördelning i rekryteringen.
- Genomför en årlig undersökning bland medarbetarna rörande frågor såsom jämställdhet, trivsel och hälsa.

## Klimat

Adtraction är ansvarigt för att driva verksamheten på ett sätt som är miljövänligt och minskar påverkan på miljön. Därför eftersträvar Bolaget att göra de bästa miljövalen i den dagliga verksamheten.

Adtraction gör genom sin fullt ut digitaliserade plattform ett mycket begränsat avtryck på miljön. Bolaget använder sig helt av molnbaserade IT-lösningar och lagringstjänster för att hålla så låg miljöpåverkan som möjligt.

Adtraction arbetar med att begränsa utsläpp av växthusgaser genom att begränsa personalens resande och genom att ha miljöperspektivet med vid affärsbeslut och produktutveckling.

## Vad Bolaget gör konkret

- Beräknar klimatpåverkan från personalens flygresor. Genom att använda teknik för resfria möten försöker Adtraction reducera antalet resor som genomförs av personalen.
- Återvinner uttjänt elektronisk utrustning via 3stepIT.
- Kompenserar för det genomsnittliga utsläpp på 2 ton CO2 som en anställd hos Adtraction beräknas ha. Beräkningarna och kompensationen görs via [Removement.org](https://removement.org).



**Genomförda förvärv****Connects AG, Schweiz**

Under slutet av 2020 genomförde Adtraction förvärv av Connects AG, org.nr CHE-378.357.524 ("Connects"). Connects är ett ledande<sup>25</sup> affiliatenätverk i Schweiz och har sitt huvudkontor i Baar. Connects har kunder som Manor, Nettoshop, Coop Bau+Hobby och Weltbild. Adtraction bedömer att Connects har en marknadsandel på mer än 50 procent som växer kontinuerligt.

Genom förvärvet fick Adtraction en stark position på den schweiziska marknaden, vilket också gav viktiga ingångar till potentiella kunder i Tyskland och Österrike.

Förvärvet bidrar positivt till Adtractions justerade EBIT.<sup>26</sup>

**Klara Lån Sverige AB, Sverige**

Förvärvet av Klara Lån Sverige AB, org.nr 559011-1190 ("Klara Lån"), genomfördes 30 juni 2021. Klara Lån grundades ursprungligen av Adtraction men avyttrades 2018 till Bolagets aktieägare då verksamheten vid tidpunkten bedömdes ha bäst förutsättningar för tillväxt som en fristående enhet.

Klara Lån förmedlar låneansökningar baserat på API-integrationer<sup>27</sup> med ett antal kreditinstitut. Tekniken som används liknar den som numera används av många Partners inom segmentet Tech. Adtraction ser stor potential inom detta område och bedömer att Klara Låns teknik kommer att bidra till att utveckla Bolagets erbjudande inom samarbeten mellan Annonsör och Partner baserat på API-integrationer. Klara Lån uppnår alltså samma grundläggande syfte som Adtraction; att förmedla konverterande trafik från Partners till Annonsörer (i detta fall kreditgivare) och Annonsörerna betalar enbart för resultat (i normalfallet utbetalda lån).

Förvärvet bidrar positivt till Adtractions justerade EBIT.<sup>28</sup>

**Digital Advisor ApS, Danmark**

Adtractions senaste bolagsförvärv är Digital Advisor ApS, org.nr CVR-32319238 ("Digital Advisor") och genomfördes samt tillträdde i oktober 2021. Digital Advisor driver ett Partner Marketing nätverk och har sitt huvudkontor i Danmark. Cirka 70 % av Digital Advisors omsättning för räkenskapsåret 2020/2021 utgjordes av kunder inom e-handel och cirka 30 % av omsättningen för samma period utgjordes av kunder inom finans.

Förvärvet stärker Adtractions position på den danska marknaden och medför ett mer komplett nordiskt erbjudande. Förvärvet bidrar även positivt till Adtractions justerade EBIT.<sup>29</sup>



**"Bolaget bedömer att det finns goda möjligheter framgent till ytterligare förvärv på både befintliga och nya marknader."**

25. Med ledande avses att Connects, enligt sin egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners i Schweiz.

26. Förvärvet förväntas addera värde till Adtractions justerade EBIT. Connects räkenskaper har konsoliderats i Adtractions räkenskaper från och med december 2020.

27. API-integration är processen att integrera olika applikationer och IT-system via API:er.

28. Förvärvet förväntas addera värde till Adtractions justerade EBIT. Klara Låns räkenskaper har konsoliderats i Adtractions räkenskaper från och med juli 2021.

29. Förvärvet förväntas addera värde till Adtractions justerade EBIT. Digital Advisors räkenskaper har konsoliderats i Adtractions räkenskaper från och med oktober 2021.

## Geografiska marknader

Adtractions marknader delas in i två geografiska enheter; Norden och Övriga Europa. Dessa utgörs av Sverige, Danmark, Finland och Norge, respektive Tyskland, Spanien, Polen, Storbritannien, Nederländerna, Schweiz och Österrike.

### Geografisk fördelning av bruttoresultat

	1 jan – 30 sep 2021	1 jan – 30 sep 2020	Räkenskapsår 2020	Räkenskapsår 2019
Norden	70%	80 %	79 %	82 %
Övriga Europa	30%	20 %	21 %	18 %

Källa: Bolagets beräkning av ej reviderad historisk finansiell information under samma period som presenteras av den finansiella informationen i avsnittet "Finansiell information och nyckeltal" i detta Prospekt. Informationen har hämtats från Bolagets interna system.

### Norden

#### Marknadposition

Bolaget bedömer att det har en marknadsledande position i Norden inom marknadsföring via Partners, i termer av omsättning och antal förmedlade transaktioner. Bolagets uppfattning är att Norden är en väl utvecklad och mogen e-handelsmarknad och att såväl Annonörer som Partners har god teknisk kunskap.

Med fler än 300 aktiva Annonörer är Sverige Bolagets största marknad i Norden. Annonörerna på den svenska marknaden är ofta aktiva även på övriga nordiska marknader, vilket gör det möjligt för Adtraction att skapa synergier genom att arbeta med annonsörer parallellt på flera nordiska marknader. Bolaget upplever att de övriga nordiska marknaderna har en god tillväxttakt och med successivt ökande marknadsandelar.

### Övriga Europa

#### Marknadposition

Sedan Adtraction grundades 2007 har Bolagets huvudsakliga fokus varit på den nordiska marknaden. Trots sitt nordiska ursprung har Bolaget framgångsrikt expanderat till ett flertal länder och har idag verksamhet i elva länder i Europa. Bolagets bedömning är att det finns goda förutsättningar för tillväxt inom övriga Europa.

Av de sju länder som tillhör enheten Övriga Europa är Spanien ett av de länder som utmärker sig extra starkt inom vertikalen finans. Schweiz har även bidragit med en viktig andel av intäkterna, främst inom vertikalen e-handel. Med tydliga synergier mellan de länder som ingår i DACH-regionen<sup>30</sup> har Adtraction möjlighet att stärka sin position ytterligare inom de olika länderna. Storbritannien är en av de mest etablerade och avancerade marknaderna i branschen och Adtraction har tagit en tydlig position som utmanare för att aktivt förändra föråldrade metoder på denna marknad. Därutöver upplever Bolaget en ökad efterfrågan på tyska marknaden inom vertikalen finans.

### Adtractions marknad

Nedan följer en översiktlig beskrivning över de marknader på vilka Adtraction är verksam. Information om marknadsstorlek, tillväxt och Bolagets marknadposition i förhållande till konkurrenter som beskrivs i Prospektet avser Bolagets samlade bedömning baserat på interna och externa källor och ska enbart ses som grova uppskattningar.

Bolagets externa källor består primärt av fakta från oberoende undersökningsinstitut och övrig tillgänglig branschstatistik. Även om information från externa källor har återgivits exakt och Bolaget betraktar dessa som tillförlitliga har Bolaget inte på egen hand verifierat information och kan således inte garantera informationens korrekthet och fullständighet. Vidare utgör merparten av siffrorna rörande marknadsandelar uppskattningar som är svåra eller omöjliga att beräkna exakt.

Information på externa webbplatser till vilka hänvisningar görs i detta avsnitt utgör inte en del av Prospektet och har inte granskats eller godkänts av Finansinspektionen. Prognoser och framåtriktade uttalanden i detta avsnitt utgör därmed ingen garanti för framtida resultat och faktiska händelser och omständigheterna kan komma att skilja sig väsentligt från nuvarande förväntningar. Ett antal faktorer skulle kunna orsaka eller bidra till sådana skillnader, se vidare "Viktig information" och "Riskfaktorer".

### Inledning

Adtraction verkar inom digital marknadsföring via Partners, där Bolagets marknad utgörs av digital annonsering i Europa och Norden inom segmenten e-handel och finans. Kundbasen utgörs av såväl stora internationella företag som mindre nationella företag.

Marknaden för digital annonsering har vuxit snabbt de senaste åren, delvis till följd av positiva underliggande trender som e-handels starka tillväxt och människors vilja att spendera mer

30. DACH-regionen består av Tyskland, Österrike och Schweiz.

tid uppkopplade på internet. Bättre förutsättningar för mätning och uppföljning i kombination med möjlighet att rikta kampanjer till rätt målgrupp gör att företag i allt högre grad flyttar sina marknadsföringsbudgetar från traditionella, analoga medier till digitala kanaler.

Digital marknadsföring via Partners är en prestationsbaserad form av digital annonsering där Annonörer använder Partners för att marknadsföra sina produkter eller tjänster online, och betalar provision när detta ger upphov till försäljning. Bolagets roll på marknaden är att driva och utveckla en plattform som kopplar samman Annonörer med Partners och spårar den försäljning som skapas.

### Marknaden för digital annonsering

Marknaden för digital annonsering har under de senaste två decennierna genomgått stora förändringar. Traditionella kanaler som reklamblad, fysiska tidningar, billboards och dylikt har ersatts av digitala alternativ i samband med att världens befolkning i allt högre utsträckning blivit digital. I samband med

att internet etablerat sig som den självklara samlingsplatsen för information, kommunikation, underhållning och handelsplatser har människor valt att spendera allt mer tid uppkopplade.<sup>31</sup>

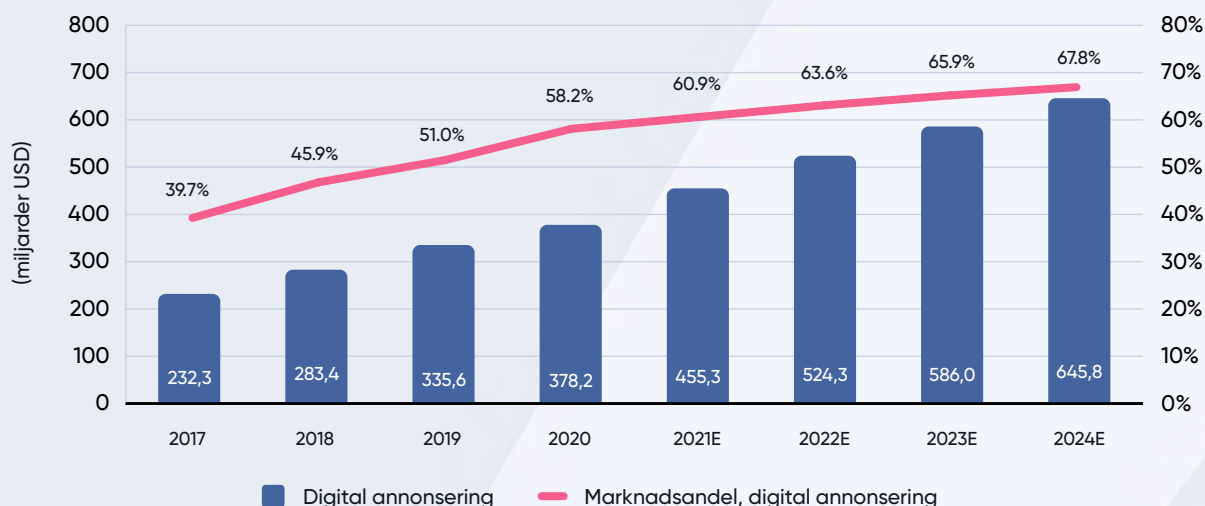
### Den globala marknaden

Värdet på den globala marknaden för annonsering uppskattades år 2020 uppgå till cirka 650 miljarder USD<sup>33</sup>. Samma år uppskattades marknaden för digital annonsering uppgå till 378 miljarder USD, motsvarande 58,2 procent av den totala marknaden<sup>33</sup>.

År 2017 uppskattades värdet på marknaden för digital annonsering till 232 miljarder USD<sup>34</sup>, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt (CAGR) om 17,6 procent mellan 2017 och 2020.

Tillväxten härleds dels från att marknaden för annonsering har vuxit som helhet, men framför allt har de digitala kanalerna ökat i betydelse. Under 2017 uppskattades digital annonsering utgöra 39,7 procent<sup>35</sup> av marknaden, vilket innebär att den vuxit med 18,5 procentenheter under de senaste tre åren.

Den globala marknaden för digital annonsering (miljarder USD)



Källa: Emarketer, Worldwide Digital Ad Spending 2021, 2021

31. Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021.

32. Emarketer, Worldwide Digital Ad Spending 2021, 2021.

33. Emarketer, Worldwide Digital Ad Spending 2021, 2021.

34. Emarketer, Digital Ad Spending Worldwide, 2017-2022, 2018.

35. Emarketer, Digital Ad Spending Worldwide, 2017-2022, 2018.

Marknaden för digital annonsering förväntas fortsätta växa. År 2024 förväntas värdet på den globala marknaden uppgå till 645,8 miljarder USD, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt om 14,3 procent under perioden 2020 – 2024. Tillväxten förväntas framför allt ske på bekostnad av traditionell annonsering. Under prognosperioden 2020 – 2024 förväntas de digitala kanalerna vinna ytterligare 9,6 procentenheter av marknaden, vilket innebär att digital annonsering beräknas stå för 67,8 procent av den globala marknaden för annonsering.

#### Den europeiska marknaden

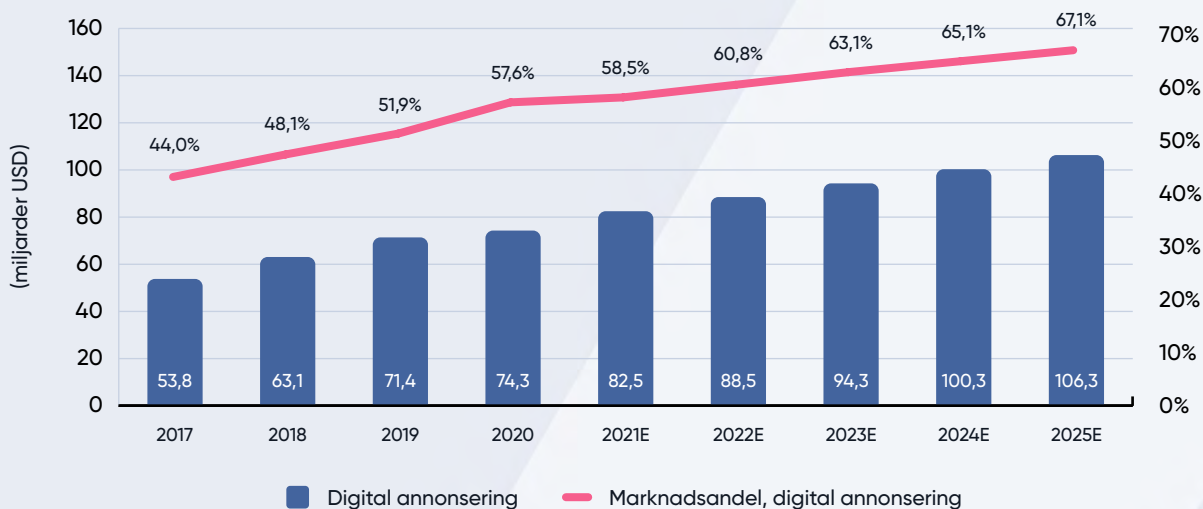
Likt den globala marknaden har marknaden för digital annonsering i Europa vuxit kraftigt under de senaste åren. Den genomsnittliga årliga tillväxten (CAGR) 2017 – 2020 uppgick till 11,4 procent<sup>36</sup>. Under samma period uppgick den genomsnittliga årliga tillväxten för marknaden för annonsering i allmänhet i Europa till 1,8 procent.<sup>37</sup> Anledningen till den relativt låga tillväxten var Covid-19-pandemin som drabbade världen under 2020. Stor osäkerhet inom världshandeln skapade en avvaktande attityd till investeringar i marknadsföring, vilket

innebar att många företag valde att pausa eller helt ställa in sina kampanjer.<sup>38</sup> Den digitala delen av marknaden drabbades i form av lägre tillväxt medan den traditionella delen förlorade del av sina intäkter.<sup>39</sup>

I Europa har digitala marknadsföringskanaler tagit stora marknadsandelar. Mellan 2017 – 2020 vann digitala kanaler 13,6 procentenheter av marknaden.<sup>40</sup> Digital annonsering är särskilt stark i de mer utvecklade delarna i västra Europa.<sup>41</sup> Mer utvecklade länder med bättre tillgång till internet skapar förutsättningar för att invånarna ska använda sig av digitala verktyg, varpå annonsörer följer den digitala trenden och når sina målgrupper via digitala marknadsföringskanaler.<sup>42</sup>

Prognosen för digital annonsering i Europa visar fortsatt stark tillväxt under perioden 2020 – 2025. Under 2025 uppskattas marknaden uppgå till 106,3 miljarder USD, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt om 7,4 procent under perioden 2020 – 2025.<sup>43</sup> Under 2025 uppskattas 67,1 procent<sup>44</sup> av den europeiska marknaden för annonsering utgöras av digital annonsering.

Den europeiska marknaden för digital annonsering (miljarder USD)



Källa: S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

36. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

37. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

38. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

39. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

40. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

41. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

42. Boston Consulting Group, The Digital Marketing Revolution Has Only Just Begun, 2017

43. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

44. S&P Global, Digital ad spend in Europe resilient in face of pandemic, 2021.

**Den nordiska marknaden**

Marknaden för digital annonsering i Norden uppskattades omsätta över 5,7 miljarder EUR under 2020. Adtraction bedriver verksamhet i samtliga nordiska länder, varav Sverige och Norge utgör Bolagets två enskilt största marknader.<sup>45</sup>

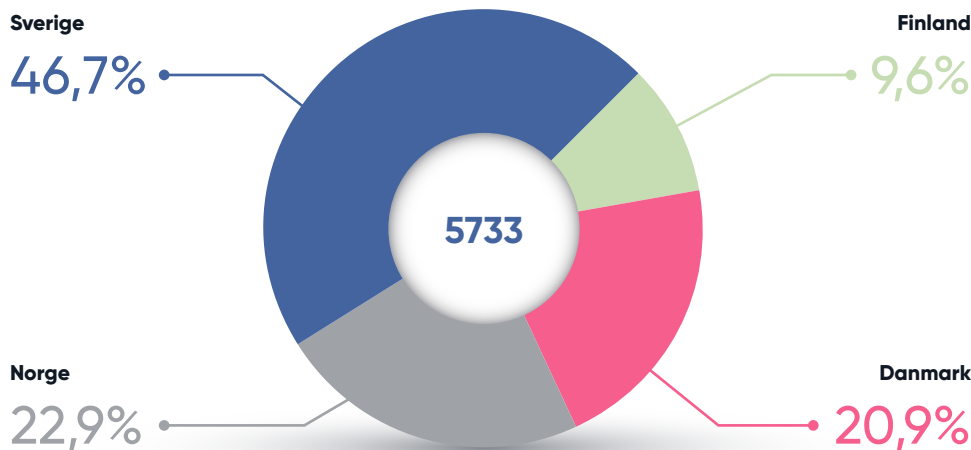
Den svenska marknaden för digital annonsering utgör 46,7 procent av den nordiska marknaden och uppskattades omsätta 2 676 miljoner EUR under 2020, motsvarande en tillväxt om 5,3 procent jämfört med föregående år.<sup>46</sup>

Norge utgör 22,9 procent av den nordiska marknaden för digital annonsering och uppskattades omsätta 1 310 miljoner EUR under 2020, motsvarande en tillväxt om 3,7 procent jämfört med föregående år.<sup>47</sup>

Som helhet uppskattas den nordiska marknaden för digital annonsering ha vuxit med 4,2 procent under 2020, samtidigt som 2020 var ett år då Covid-19-pandemin ledde till att flertalet företag valde att skjuta upp mycket av sina marknadsföringsaktiviteter.<sup>48</sup>

Sverige är inte enbart Nordens största marknad på grund av att landet har Nordens största befolkning, utan det genomsnittliga företaget i Sverige spenderar 260,2 EUR per invånare på digital annonsering.<sup>49</sup> Detta kan jämföras med Finland, vars företag har Nordens lägsta genomsnittliga budget för digital annonsering, som spenderade 99,3 EUR per invånare på digital annonsering.<sup>50</sup> I Norge och Danmark spenderar företagen 245 respektive 206 EUR per invånare på digital annonsering.<sup>51</sup>

Den nordiska marknaden för digital annonsering (miljarder EUR)



Källa: Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

45. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

46. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

47. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

48. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

49. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

50. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

51. Adex, Adex benchmark 2020 study, 2021.

## Trender och drivkrafter

Marknaden för digital annonsering påverkas av ett antal trender. Dessa inkluderar, men är ej begränsade till, ökat internetanvändande och hög tillväxt inom e-handel.

### Ökat internetanvändande

Annonsörer vill marknadsföra sina produkter och tjänster där deras målgrupp befinner sig, vilket i allt större utsträckning innebär digital annonsering. En av de större pågående trenderna i världen är digitaliseringen som förser världens befolkning med tillgång till internet. Vid början av 2021 uppskattades 4,7 miljarder människor ha tillgång till internet, motsvarande 59,5 procent av världens befolkning.<sup>52</sup> Under 2020 uppskattas antalet människor med tillgång till internet ha ökat med 7,3 procent, motsvarande 316 miljoner människor.<sup>53</sup> Under 2020 uppskattas Adtractions huvudmarknad i norra Europa vara den plats i världen med högst internetpenetration, totalt hade 97 procent av invånarna i regionen tillgång till internet.<sup>54</sup>

Det är inte enbart fler personer som har tillgång till internet, de som har tillgång använder även internet i allt högre utsträckning än tidigare.<sup>55</sup> Den genomsnittliga internetanvändaren i världen uppskattas vara uppkopplad på internet under 6 timmar och 54 minuter per dag.<sup>56</sup> I och med att fler får tillgång till och använder internet i högre utsträckning blir det viktigare för annonsörer att förlägga sin marknadsföring till internet eftersom det är där konsumenterna befinner sig under en stor del av dagen.

Internetanvändningen förväntas fortsätta öka, speciellt i mindre utvecklade länder. Cisco estimerar att 5,3 miljarder människor, motsvarande 66 procent av världens befolkning, kommer ha tillgång till internet under 2023.<sup>57</sup> Den fortsatta ökningen i

antalet människor med tillgång till internet förväntas vara en drivande faktor i annonsörers vilja att migrera traditionell analog annonsering till digital annonsering.

### Hög tillväxt inom e-handel

Bolagets huvudsakliga målgrupper finns inom segmenten e-handel och finans. Inom e-handel har marknaden vuxit kraftigt. Mellan åren 2015 och 2020 växte den globala e-handelsmarknaden<sup>58</sup> med cirka 28,9 procent.<sup>59</sup> Marknadens historiska tillväxt tillskrivs faktorer som exempelvis ökad internet- och mobilanvändning, större utbud och lägre priser, bättre och smidigare köppplevelse för kunder samt bättre öppettider.<sup>60</sup> Under 2020 växte den globala e-handelsmarknaden med cirka 27,6 procent. Tillväxten under året drevs framför allt av Covid-19-pandemin som tvingade konsumenter att ändra sitt köpbeteende.<sup>61</sup>

Totalt omsatte den globala e-handelsmarknaden 4 280 miljarder USD<sup>62</sup> under 2020, motsvarande 18 procent<sup>63</sup> av den globala försäljningen. Under 2015 stod e-handeln för cirka 7,4 procent av den globala försäljningen och under 2020 uppgick e-handels marknadsandel av den totala konsumenthandeln till 18,0 procent.<sup>64</sup>

Prognoser för marknadens framtida utveckling pekar på fortsatt stark tillväxt. Den globala e-handeln förväntas växa med 2 108 miljarder USD mellan 2020 och 2024, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt (CAGR) om cirka 10,5 procent.<sup>65</sup> År 2024 uppskattas e-handeln omsätta 6 388 miljarder USD. Samma år uppskattas nästan 22 procent av den globala konsumenthandeln kommer ske online, en ökning med cirka fyra procentenheter jämfört med 2020 års rekordnivåer.<sup>66</sup>



**“Annonsörer vill marknadsföra sina produkter och tjänster där deras målgrupp befinner sig, vilket i allt större utsträckning innebär digital annonsering.”**

52. Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021.

53. Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021.

54. Statista, Internet usage worldwide, 2021.

55. Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021.

56. Datareportal, Digital 2021: Global overview report, 2021.

57. Cisco, Cisco annual internet report (2018 - 2023), 2020.

58. Här avses detaljhandel, dvs e-handel riktad mot konsumenter.

59. Statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2024, 2020.

60. Nets, Svensk e-handel, 2020.

61. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

62. Statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2024, 2020.

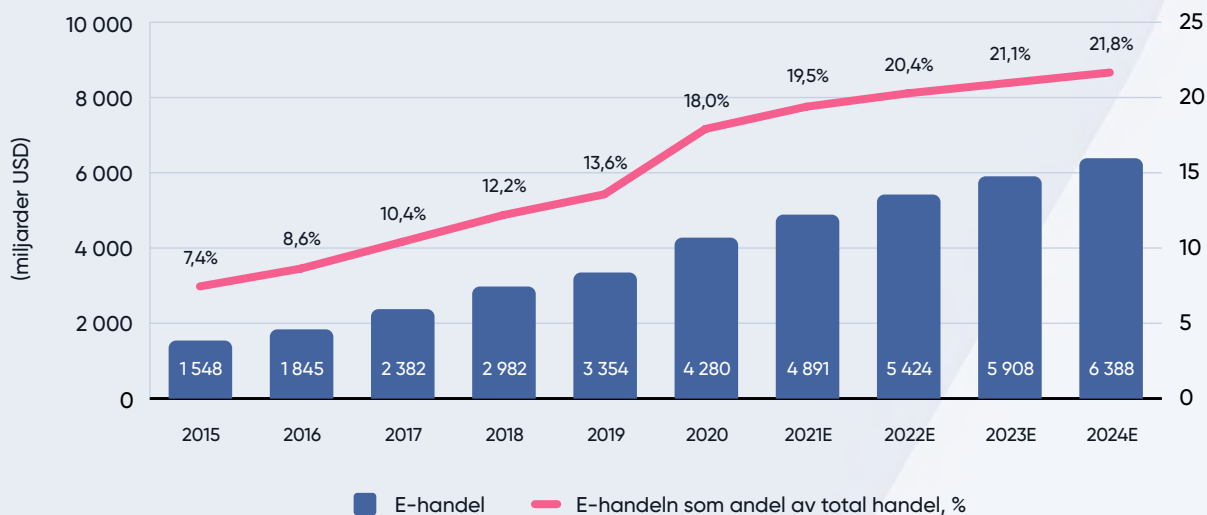
63. Statista, E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024, 2021.

64. Statista, E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024, 2021.

65. Statista, Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2024, 2020.

66. Statista, E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024, 2021.

## Marknaden för e-handel globalt (miljarder USD)



Källa: Statista, E-commerce share of total global retail sales from 2015 to 2024, 2021.

## Marknaden för e-handel i Europa

I Europa har e-handeln vuxit starkt under lång tid. Under 2020 uppskattas den europeiska e-handelsmarknaden till konsumenter omsätta 425,2 miljarder USD, motsvarande cirka tio procent av den globala e-handelsmarknaden<sup>67</sup>. Till följd av Covid-19-pandemin har de europeiska konsumenterna ändrat sitt köpbeteende till förmån för e-handeln. Tillväxten för den europeiska e-handelsmarknaden under 2020 uppskattas till 20,1 procent, motsvarande 71,1 miljarder USD.<sup>68</sup>

Europas största e-handelsmarknader är Storbritannien följt av Tyskland samt Frankrike. Den engelska e-handelsmarknaden uppskattas omsätta 104 miljarder USD under 2020 vilket kan jämföras med de 95 respektive 88 miljarder USD som omsattes i Tyskland respektive Frankrike.<sup>69</sup> I Storbritannien spenderar den genomsnittliga e-handelskonsumenten cirka 1 020 EUR

årligen online samtidigt som uppskattningsvis 95 procent av befolkningen inom åldern 15-79 år handlar online.<sup>70</sup> I Tyskland, den e-handelsmarknad med flest konsumenter i Europa, spenderar den genomsnittliga e-handelskonsumenten cirka 947 EUR årligen och Postnord uppskattar att 92 procent av landets invånare handlar online.<sup>71</sup>

E-handelsmarknaden i Europa förväntas omsätta 569,2 miljarder USD under 2025, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt (CAGR) om sex procent under 2020-2025.<sup>72</sup>

67. Statista, E-commerce revenue forecast in Europe, 2020.

68. Statista, E-commerce revenue forecast in Europe, 2020.

69. European eCommerce revenues jump 30% to US\$465bn in 2021.

70. Postnord, E-commerce in Europe 2020, 2021.

71. Postnord, E-commerce in Europe 2020, 2021.

72. Statista, E-commerce revenue forecast in Europe, 2020.

## Marknaden för e-handel i Europa (miljarder USD)



Källa: Statista, E-commerce revenue forecast in Europe, 2020

## Marknaden för e-handel i Sverige

Sverige hade redan 2019 den högsta andelen av befolkningen som e-handlar i hela världen, cirka 85 procent, följt av Sydkorea och Storbritannien.<sup>73</sup> Trots detta fortsätter andelen svenskar som handlar online att öka kontinuerligt. Undersökningar som har genomförts för att ta reda på hur stor andel av svenskarna som gjorde sitt senaste köp online visade under 2018 och 2019 ett resultat på omkring 30 procent. Under 2020 visade en liknande undersökning att cirka 46 procent av de tillfrågade genomfört sitt senaste köp online, en ökning med 16 procentenheter på ett år.<sup>74</sup>

Postnord, som undersöker den svenska e-handeln inom flera stora produktkategorier (se tabell nedan), uppskattar att den svenska e-handeln stod för cirka 39 procent av den nordiska e-handeln under 2019.<sup>75</sup> Den svenska e-handels andel av

den totala försäljningen till svenska konsumenter och företag uppgick under 2020 till cirka 14 procent, en ökning med cirka tre procentenheter sedan 2019.<sup>76</sup> Den vanligaste e-handlade produktkategorin var hemelektronik följt av kläder och skor.<sup>77</sup> Samtliga delbranscher inom Postnords undersökning ökade sin försäljning online. Den största tillväxten uppstod inom dagligvaror, med en tillväxt om 95 procent, följt av möbler och heminredning samt apotek som växte med 63 respektive 43 procent.<sup>78</sup> Adtraction har Annonsörer inom samtliga dessa produktkategorier på sin plattform.

73. Eshopworld, Global ecommerce market ranking, 2019.

74. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

75. Postnord, E-handel i Norden 2019, 2020.

76. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

77. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

78. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.



	Tillväxt 2020	Omsättning 2020 (mdkr)	Andel e-handel 2020	Andel e-handel 2019
Dagligvaror	95%	14	4%	2%
Möbler & heminredning	63%	7	11%	7%
Apotek	59%	8	16%	11%
Hemelektronik	43%	25	43%	33%
Bygghandel	41%	7	14%	12%
Sport & fritid	38%	5	18%	14%
Böcker & media	26%	6	N/A	59%
Kläder & skor	16%	15	30%	20%
Barnartiklar & leksaker	8%	3	N/A	N/A
<b>Totalt</b>	<b>40%</b>	<b>122</b>	<b>14%</b>	<b>11%</b>

Källa: Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021

De e-handlade produkterna inom Postnords undersökning omsatte cirka 122 miljarder SEK under 2020, motsvarande en tillväxt om 40 procent.<sup>79</sup>

Covid-19-pandemin tvingade konsumenter att ändra sitt köpbeteende till förmån för e-handeln och den svenska e-handels omsättning ökade med 35 miljarder SEK<sup>80</sup>. Trots att den starka tillväxten under rekordåret 2020 till stor del var en konsekvens av pandemin, förväntas e-handeln fortsätta växa även efter restriktioner lättas.<sup>81</sup> Mellan 2015 och 2020 växte den svenska e-handeln med en genomsnittlig årlig tillväxt (CAGR) om cirka 25 procent per år.<sup>82</sup> Under 2021 förväntas e-handeln växa med cirka 7 procent eller med cirka 8 miljarder SEK.<sup>83</sup>

### Ökad utlåning inom den globala konsumentkreditmarknaden

Bolagets huvudsakliga målgrupper är dels företag inom e-handel, dels inom finans, där den senare kategorin huvudsakligen omfattar olika former av konsumentkrediter, men även sparande och investeringar. Globalt uppskattas att lån av typen konsumentkrediter uppgick till 6 875,4 miljarder USD under 2019.<sup>84</sup> Den globala marknaden har historiskt vuxit snabbt, mellan 2015 och 2019 uppskattas marknaden genomsnittliga årliga tillväxt (CAGR) ha uppgått till 4,9 procent.<sup>85</sup>

Den Covid-19-pandemi som drabbade världen under 2020 påverkade konsumentkrediter negativt, och marknaden uppskattas ha minskat med 1,8 procent under året.<sup>86</sup> Under de kommande åren förväntas marknaden återhämta sig och mellan 2020 och 2023 uppskattas den genomsnittliga årliga tillväxten (CAGR) uppgå till 5,5 procent.<sup>87</sup>

I Europa har marknaden för konsumentkrediter vuxit snabbt. I september 2019 uppskattades det att de europeiska invånarna hade lån på sammanlagt 1 140 miljarder EUR av typen konsumentkrediter.<sup>88</sup> Mellan 2015 - 2019 uppskattas marknaden genomsnittliga årliga tillväxt (CAGR) till 3,3 procent.<sup>89</sup>

Sverige har sedan 2015 sett en markant högre tillväxttakt för konsumentkrediter än Europa som helhet. Svenska konsumentkrediter uppgick under 2020 till 260 miljarder SEK, vilket kan jämföras med 181 miljarder under 2015, motsvarande en genomsnittlig årlig tillväxt om 7,5 procent.<sup>90</sup>

### Fortsatt aktiv marknad för konsumentkrediter efter reglering

Den europeiska marknaden för konsumentkrediter har under det senaste decenniet påverkats av ny lagstiftning och reglering både på nationell nivå och EU-nivå.

Ny reglering har införts där Adtraction bedriver verksamhet. I Sverige, som är Bolagets enskilt största marknad, uppdaterades Konsumentkreditlagen under 2010 vilket bland annat innebar att kreditgivare måste applicera en normaliserad räntesättning samt genomföra kreditprövningar på samtliga låntagare.<sup>91</sup>

Spanien, som är en annan viktig marknad för Bolaget, införde regleringar av konsumentkrediter efter finanskrisen 2011. Detta innebar bland annat att all marknadsföring av konsumentkrediter måste innehålla viss specifik information kring krediten som marknadsförs.<sup>92</sup>

79. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

80. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

81. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

82. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

83. Postnord, e-barometern årsrapport 2020, 2021.

84. The Business Research Company, Lending Market - By Type, 2020.

85. The Business Research Company, Lending Market - By Type, 2020.

86. The Business Research Company, Lending Market - By Type, 2020.

87. The Business Research Company, Lending Market - By Type, 2020.

88. European banking authority, Customer lending in the EU banking sector, 2020.

89. European banking authority, Customer lending in the EU banking sector, 2020.

90. Statistiska Centralbyrån, Konsumtionslånen ökar under pandemin, 2021.

91. Konsumentverket, konsumentkreditlagen, 2018.

92. Global-Regulation, Law 16/2011, 24 June, Consumer Credit Contracts, 2021.

Räntetak för vissa krediter (det som i Sverige benämns högkostnadskrediter) har införts de senaste åren i till exempel Sverige<sup>93</sup>, Norge<sup>94</sup>, Finland<sup>95</sup>, Danmark<sup>96</sup> och Polen<sup>97</sup>. Även andra restriktioner har införts, t ex regler kring direktmarknadsföring. Bolaget bedömer att räntetak normalt sett leder till lägre eller väsentligt lägre kreditvolym för de krediter som berörs av lagstiftningen.

Vissa länder införde restriktioner kopplade till pandemin under 2020. Till exempel infördes lägre räntetak i Polen<sup>98</sup> och Finland<sup>99</sup> under 2020.

Bolaget bedömer att den ökade regleringen i första hand har syftat till att minska s.k. högkostnadskrediter medan konsumtionslån typiskt inte har varit föremål för ökad reglering i samma utsträckning i stället har den totala kreditvolymen fortsatt att växa trots ökad reglering.

Adtraction bedömer att regleringen kommer att fortsätta öka på både nationell nivå och EU-nivå de närmaste åren<sup>100</sup>, men kan samtidigt konstatera att ökad reglering i t.ex. Sverige vad avser högkostnadskrediter inte har lett till en lägre total kreditvolym för konsumentlån utan säkerhet (s.k. blankolån).

Under 2020 minskade kreditgivningen kraftigt på samtliga Adtractions marknader. Bolaget bedömer det beror på att kreditgivare blev mer försiktiga i sin kreditgivning. På vissa marknader var tillväxten kraftigt negativ till följd av en kombination av ökad reglering och ökad osäkerhet (Polen, Norge, Finland och Danmark). I andra länder var utvecklingen mindre negativ eftersom det inte infördes ny reglering i samband med eller i nära anslutning till pandemin (t.ex. Sverige och Spanien). Under 2021 har Bolaget sett en stark återhämtning främst i Sverige och Spanien medan utvecklingen är svagare i t.ex. Finland, Norge, Polen och Danmark.

Under 2021 avser Finansinspektionen granska långgivare av konsumtionskrediter för att säkerställa att de gör erforderliga kreditprövningar. Bolaget bedömer att detta kan resultera i ny reglering.

### Konkurrenter

Adtraction verkar på en internationell marknad som kännetecknas av snabb teknisk utveckling och hög konkurrens. Bolagets främsta konkurrenter är stora, internationella koncerner som tillhandahåller plattformar med liknande funktionalitet och tjänster. Därtill finns ett antal mindre nationella konkurrenter på respektive geografisk marknad.

Bolagets uppfattning är att dess plattform och tjänsteutbud står sig väl i relation till konkurrenterna.

### E-handel

Bolaget uppfattar att de största konkurrenterna inom e-handel är Awin och TradeDoublar. Samtliga är internationella bolag med verksamhet i ett stort antal länder.

I tillägg erbjuder bolag som Partnerize och Impact liknande funktionalitet som Bolaget, dock utan motsvarande tjänsteutbud.

### Finans

Bolaget bedömer att de största konkurrenterna inom finans är Adservice och financeAds. Konkurrenterna inom finans är ofta mer koncentrerade till enskilda geografiska marknader än vad som är fallet inom e-handel.

### Trender

Utöver vad som beskrivs i avsnittet "Marknadsöversikt" bedömer Adtraction att det inte finns några betydande kända utvecklingstrender i fråga om produktion, försäljning, lager, kostnader och försäljningspriser från utgången av det senaste räkenskapsåret fram till dagen för Prospektet.

### Finansiering av verksamheten

Adtraction planerar att primärt finansiera verksamheten genom befintligt kassaflöde och lån samt vid behov ägarkapital i form av nyemissioner.

### Väsentliga förändringar av Bolagets låne- och finansieringsstruktur sedan den 30 september 2021 fram till dagen för Prospektet

Inga väsentliga förändringar av Bolagets låne- och finansieringsstruktur har skett sedan den 30 september 2021.

### Väsentliga pågående investeringar

Bolaget har inte några väsentliga pågående investeringar.

### Väsentliga investeringar sedan den 30 september 2021 fram till dagen för Prospektet

Bolaget har inte genomfört några investeringar som bedöms vara av väsentlig karaktär sedan den 30 september 2021.

93. Sveriges riksdag, Räntetak och andra åtgärder på marknaden för snabblån och andra högkostnadskrediter, 2017.

94. Norska regeringen, Regjeringen innfører nye krav til banker som tilbyr forbrukslån, 2019.

95. Finska konkurrens- och konsumentverket, Striktare regler för priserna på konsumentkrediter – det lönar sig att konkurrensutsätta dyra krediter, 2019.

96. Bech – Bruun, Stricter rules for concluding agreements on and promoting quick loans, 2020.

97. Office of Competition and Customer Protection, Poland introduces new consumer loan regulations, 2016.

98. Lexology, A Side Effect of COVID-19: Maximum Interest Rate in Poland is Slashed to 8%, 2020.

99. Finska konkurrens- och konsumentverket, Krediternas maximiränta och marknadsföring skärps tillfälligt på grund av coronaviruset, 2020.

100. Se exempelvis Finska stadsrådet, Regleringen av konsumentkrediter reformeras, 2021.

## Koncern- och organisationsstruktur

Adtraction Group AB, org.nr 559303-4753, är ett svenskt publikt aktiebolag bildat den 8 februari 2021 och registrerat vid Bolagsverket den 23 februari 2021. Bolaget regleras av och verksamheten bedrivs i enlighet med aktiebolagslagen (2005:441). Nuvarande företagsnamn (tillika kommersiella beteckning) registrerades den 12 april 2021. Bolaget har sitt säte i Stockholms kommun i Stockholms län. Bolagets LEI-kod är 8945004GFFB7E7T9PV67. Representanter för Bolaget går att nå på telefon 08-35 92 00 och e-post info@adtraction.com samt på besöksadressen Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm, Sverige. Bolagets webbplats är www.adtraction.com. Notera att informationen på Bolagets webbplats inte ingår i Prospektet såvida informationen inte införlivas i Prospektet genom hänvisning.

Bolaget är per dagen för detta Prospekt direkt och indirekt moderbolag till Adtraction AB, Adtraction Scandinavia AB, Klara Lån Sverige AB, 1337 Sourcing AB, Adtraction Labs SL, Adtraction Marketing Spain S.L., Adtraction Marketing Oy, Adtraction Marketing AS, Adtraction Marketing ApS, Adtraction Österreich GmbH, Adtraction UK Ltd, Adtraction Deutschland GmbH, Adtraction Nederland B.V. Adtraction Polska Sp Zoo, Connects AG och Digital Advisor ApS vilka framgår av koncernstrukturen nedan. Genom decentraliserad ledning har varje dotterbolag förutsättningar att driva sin verksamhet på det sätt som passar bäst för respektive marknad.

Bolag	Andel (%)
<b>Adtraction Group AB</b> org. nr 559303-4753	
<b>Adtraction AB</b> org. nr 556722-5064	100
<b>Adtraction Scandinavia AB</b> org. nr 556815-4891	100
<b>Adtraction Marketing OY</b> org. nr 2611930-9	95
<b>Adtraction Marketing AS</b> org. nr 915 157 009	100
<b>Adtraction Marketing APS</b> org. nr 37 58 62 85	100
<b>Adtraction Polska Sp Zoo</b> org. nr 0000654903	100
<b>Adtraction Deutschland GmbH</b> org. nr HRB 206055	100
<b>Adtraction Österreich GmbH</b> org. nr FN 561438 w	75
<b>Adtraction UK Ltd</b> org. nr 11906313	80
<b>Adtraction Nederland B.V</b> org. nr 74284460	90
<b>Adtraction Labs SL</b> org. nr B88150339	100
<b>Adtraction Marketing Spain SL</b> org. nr B87991113	100
<b>1337 Sourcing AB</b> org. nr 559194-2841	100
<b>Connects AG</b> org. nr CHE-378.357.524	75 <sup>101</sup>
<b>Klara Lån Sverige AB</b> org. nr 559011-1190	100
<b>Digital Advisor ApS</b> org. nr 32319238	100

101. Adtraction har en option att förvärva de resterande 25 procenten av aktierna i Connects. För mer information, se avsnittet "Väsentliga avtal".

# Redogörelse för rörelsekapital

Styrelsen för Bolaget bedömer att rörelsekapitalet är tillräckligt för Koncernens aktuella behov under den kommande tolv månadersperioden. Med rörelsekapital avses här Bolagets möjlighet att få tillgång till likvida medel i syfte att fullgöra sina betalningsförpliktelser varefter de förfaller till betalning.

# Riskfaktorer

En investering i aktier i Adtraction är förknippad med olika risker. Det finns en rad faktorer som påverkar, eller skulle kunna påverka, Adtractions verksamhet, både direkt och indirekt. Nedan beskrivs, utan anspråk på att vara uttömmande, de riskfaktorer och betydande omständigheter som anses vara väsentliga för Adtractions verksamhet och framtida utveckling.

Nedan angivna riskfaktorer är specifika dels för Bolaget, dels för Bolagets aktier och Erbjudandet. Riskfaktorerna är uppdelade i ett antal kategorier och inom varje kategori rangordnade utifrån riskfaktorernas väsentlighet baserat på sannolikhet och förväntad omfattning av dess negativa effekt där de mest väsentliga presenteras först under respektive kategori. Riskfaktorer är till för att investeraren ska kunna fatta ett välgrundat investeringsbeslut, baserat på sannolikheten av riskfaktorernas förekomst och den förväntade omfattningen av den negativa effekten.

## Risker hänförliga Bolaget

### Konkurrens

Marknaden för internetannonsering och kringtjänster är hårt konkurrensutsatt. Adtraction konkurrerar både om Annonssörer och om Partners med bland annat följande konkurrensfaktorer; pris, tjänsteutbud, kundservice, funktionalitet, betalningsvillkor och utbud av Annonssörer och Partners som är anslutna till plattformen. Adtractions främsta konkurrenter är andra företag som erbjuder plattformar på internet inom de områden Adtraction är verksam, till exempel Awin, Tradedoubler och TradeTracker.

Adtraction konkurrerar även med stora internetföretag och traditionella medieföretag om en andel av annonsörernas totala marknadsföringsbudgetar, till exempel:

- Partners med egna säljare som säljer annonsplatser direkt till Annonssörer;
- större internetportaler och sökmotorföretag med annonsnätverk, exempelvis Google; samt
- direktmarknadsförings-, TV-, radio- och tryckt media-företag.

Konkurrensen kan komma att leda till prispress, vilket i sin tur kan komma att leda till minskande marginaler, sjunkande intäkter och lägre marknadsandel. Dessutom kan Adtraction, som ett led i breddandet av sitt tjänsteutbud, komma att konkurrera med fler aktörer, annonsörer och traditionella medieföretag om ett ökande antal olika tjänster. Stora och välkända aktörer, såsom Google, har personal som arbetar med direktförsäljning och har tillgång till betydande eget annonsutrymme, vilket är en konkurrensfördel i jämförelse med Adtractions nätverk av fristående Annonssörer och Partners, vilket påverkar prissättningen på internetannonsering på många av Adtractions marknader. Flera av Adtractions nuvarande och potentiellt framtida konkurrenter kan ha ett konkurrensmässigt övertag i form av längre historik, ett varumärke som är bättre inarbetat, större bas av Annonssörer, mer omfattande nätverk av Partners, samt betydligt större finansiella-, tekniska- och marknadsföringsresurser. Konkurrenstrycket kan få en väsentlig negativ inverkan på Adtractions verksamhet och rörelseresultat. Om Adtraction inte lyckas leverera bättre resultat än vad Annonssörer och Partners kan uppnå själva eller genom Adtractions konkurrenter, eller om Adtraction inte kan erbjuda konkurrenskraftiga betalningsvillkor, kan Adtraction förlora Annonssörer eller Partners och intäkterna kan komma att sjunka, vilket i sin tur skulle kunna ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### Reglering på konsumentkreditområdet

En betydande del av Adtractions intäkter är hänförliga till Annonssörer som förmedlar eller tillhandahåller konsumentkrediter. Regleringen av konsumentkreditmarknaden är föremål för förändring över tid. Förändringar i den regulatoriska miljön för Adtractions Annonssörer som förmedlar eller tillhandahåller konsumentkrediter skulle kunna begränsa vilka produkter och lösningar dessa kan erbjuda, vilket i sin tur skulle kunna innebära att Adtractions intäkter minskar. Vidare skulle Adtractions Annonssörers kostnader kunna öka på grund av ny eller ökad reglering, vilket skulle kunna medföra att Annonssörerna väljer att helt eller delvis avsluta sina samarbeten med Adtraction. Om de grundläggande förutsättningarna för konsumentkreditmarknaden skulle förändras eller om förändringar i den regulatoriska miljön skulle ske, skulle detta kunna få en medelhög negativ inverkan på Adtractions verksamhet och tillväxt.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### Cookies och prestanda hos Adtractions produkter och tjänster

Användandet ökar av olika former av teknik som försämrar prestanda hos Adtractions produkter och tjänster. Exempelvis programvara som filtrerar eller hindrar visning av internetannonser; blockerar eller tar bort så kallade cookies som används av Adtractions plattform; förhindrar eller försämrar spårningstekniker eller ger missvisande mått på annonseringens genomslagskraft och effektivitet. Andelen personer som använder sådan eller liknande teknik kan stiga, vilket skulle minska effektiviteten hos Adtractions plattform. Om en eller flera av dessa tekniker blir mer allmänt spridda, skulle efterfrågan på Adtractions produkter och tjänster kunna avta.

Många webbplatser placerar små textfiler med information, så kallade cookies, på användarens hårddisk. Cookies sparar information från tidigare internetbesök som underlättar användningen av internet. Cookie-informationen överförs till webbplatsen via en användares webbläsare. Adtraction använder cookies för att spåra en internetanvändares transaktioner. I de flesta webbläsare finns möjlighet att ändra inställningarna för att hindra att cookies lagras på hårddisken och vissa användare utnyttjar denna funktion. Internetanvändare kan

även när som helst ta bort cookies från hårddisken. I vissa länder, däribland EU-länderna, föreligger krav på att internetanvändarna ska ha rätt att avböja cookies eller andra spårningstekniker online. Därutöver kan ny teknik göra det enklare för användare att avböja vissa cookies eller annan spårningsteknik. Om en stor andel av användarna inte accepterar cookies eller annan spårningsteknik, eller om framtida lagstiftning begränsar användningen av sådan teknik, kan internetannonsering bli dyrare och mindre effektiv samtidigt som efterfrågan på Adtractions produkter och tjänster kan komma att minska, vilket i sin tur skulle kunna ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions tillväxt, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### Marknaden för e-handel

Eftersom Adtractions plattform förmedlar försäljning via internet är Bolagets långsiktiga utveckling till viss del beroende av tillväxten och marknadsacceptansen för e-handel. Om marknaden för e-handel växer långsammare än förväntat kan detta vara ogynnsamt för Adtraction. Flera faktorer utanför Bolagets kontroll skulle kunna hindra den framtida expansionen av e-handeln. Om ett säkerhetsproblem av något slag, som inbegriper internetbaserade transaktioner, blir vida känt kan det avskräcka människor från att handla på internet, klicka på annonser, eller att använda internet över huvud taget. I samtliga fall skulle det kunna innebära att Adtraction förlorar Annonssörer och/eller Partners, vilket i sin tur skulle kunna ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet, intjäningsförmåga och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Marknaden för konsumentkrediter

Eftersom en betydande del av Adtractions Annonssörer verkar på konsumentkreditmarknaden är Adtraction till viss del beroende av tillväxten och marknadsacceptansen för konsumentkrediter och om marknaden för konsumentkrediter växer långsammare än förväntat kan detta vara ogynnsamt för Adtraction. Flera faktorer utanför Bolagets kontroll skulle kunna hindra den framtida tillväxten på konsumentkreditmarknaden. Exempelvis skulle politiska- och/eller myndighetsbeslut som syftar till att minska skuldsättningen hos konsumenter kunna påverka konsumentkreditmarknaden negativt. I samtliga fall skulle det kunna innebära att Adtraction förlorar Annonssörer och/eller Partners, vilket i sin tur skulle kunna ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet, intjäningsförmåga och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Adtractions tekniska lösning

Adtractions egenutvecklade plattform kan komma att innehålla ännu okända programfel eller felaktig prestanda, vilket kan skada verksamheten. Vidare kan en utbredd användning av ny internet-, nätverks- eller telekomteknik eller andra tekniska förändringar kräva avsevärda investeringar för att förändra eller anpassa Adtractions produkter, tjänster eller infrastruktur, vilket i sin tur

skulle kunna ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet och rörelseresultat.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Avbrott eller fel i Adtractions system

Adtraction är beroende av kontinuerlig och avbrottsfri drift av Bolagets IT- och kommunikationssystem. Långvariga eller upprepade systemfel kan försämra Adtractions förmåga att erbjuda kunderna service, inklusive förmågan att spåra försäljning som förmedlas från Partners till Annonssörer. Alla sådana fel skulle väsentligt minska Annonssörers och Partners efterfrågan på Adtractions produkter och tjänster. En plattform av det slag Adtraction driver kan skadas eller råka ut för avbrott på grund av flera olika faktorer, till exempel strömavbrott, telekomfel, datorvirus, manipulation och naturkatastrofer. Adtraction har haft, och förväntas även fortsättningsvis ha, avbrott och förseningar i service och tillgänglighet för Bolagets plattform. Eventuella fel, avbrott eller förseningar i samband med teknik och informationstjänster från tredje part kan inverka negativt på såväl Adtractions relationer med Annonssörer och Partners, som Adtractions verksamhet, finansiella ställning och resultat samt leda till skadeståndskrav från tredje part.

Adtraction är beroende av externa leverantörer, inklusive datacentraler och internetleverantörer. Alla avbrott avseende nätverksaccess eller tjänster som tillhandahålls av sådana leverantörer eller oförmåga hos dessa att handha nuvarande eller högre volymer kan skada verksamheten i betydande omfattning. Adtraction har begränsad kontroll över sina leverantörer, vilket ökar Adtractions sårbarhet om problem uppstår kring de tjänster de tillhandahåller. Vidare kan finansiella eller andra svårigheter hos leverantörerna, vars omfattning Adtraction inte kan förutse ha en hög negativ effekt på Adtractions verksamhet och rörelseresultat.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Lagar och förordningar

I många länder har lagar och förordningar antagits som påverkar viktiga aspekter inom e-handelsområdet, bland annat kommunikation, elektroniska avtal, personuppgifts- och dataskydd, beskattning, annonsering och direktmarknadsföring. Sådan lagstiftning kan påverka kostnaderna och intresset för annonsering på internet och därmed minska efterfrågan på Adtractions produkter, tjänster och tekniska lösningar samt leda till ökade kostnader.

I många av de länder där Adtraction bedriver verksamhet är lagstiftningen rörande internet i betydande omfattning oklar. Det är ovisst hur Adtractions verksamhet påverkas av tillämpningen av gällande lagar som rör egendom, upphovsrätt- och andra immaterialrättsliga frågor, ärekränkning, förgelseväckande material och export- eller importärenden inom branschen för internetannonsering. Lagförändringar som avser att reglera sådana frågor kan skapa osäkerhet. Det kan ta många år att fastställa hur de nuvarande lagarna ska tillämpas på internet och för marknadsföring via internet. Sådan osäkerhet kan

försvåra kostnadsberäkningarna och minska efterfrågan på Adtractions produkter, tjänster eller tekniska lösningar, eller öka kostnaderna till följd av rättegångskostnader eller ökade serviceleveranskostnader.

Vidare finns risk att Adtractions Annonssörer och Partners inte uppfyller, eller inte kommer att uppfylla, sina interna integritetsregler, lagar som reglerar konsumenternas integritet eller andra tillämpliga lagkrav. Adtraction kan bli skadeståndsskyldigt om Annonssörer eller Partners använder sådan teknik, eller de uppgifter som insamlats för deras räkning, på ett sätt som inte uppfyller tillämpliga lagar och förordningar eller eventuellt egna publicerade integritetsregler.

Tillväxten och utvecklingen av e-handelsmarknaden kan leda till krav på strängare lagar och regler på internetområdet, vilket kan försvåra för företaget som bedriver verksamhet över internet. Parallellt med lagstiftarnas reglering överväger integritetsförespråkande grupper, men även annons-, teknik- och direktmarknadsföringsbranscherna, flera nya, kompletterande eller självreglerande normer för internet. Efterfrågan på Adtractions produkter, tjänster och tekniska lösningar kan avta och verksamheten kan påverkas negativt av nya eller ändrade lagar, förordningar eller branschriktlinjer rörande internet, eller av tillämpningen av gällande lagar på internetområdet eller kring internetannonsering. Eventuella förändringar i gällande lagar kan göra det nödvändigt för Adtraction att ändra eller upphöra med befintliga produkter, tjänster, verksamhet eller affärsmodell; avbryta planerade produkter, tjänster eller affärsmodeller; eller leda till betydande kostnader eller skulder, vilket i sin tur kan ha en hög negativ inverkan på Adtractions verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### **Adtractions kundavtal har relativt korta uppsägningstider**

Adtractions intäktsströmmar kan påverkas negativt av en allmän nedgång i verksamheten hos dess Annonssörer eller Partners eller om någon av dessa avslutar sina respektive avtal med Adtraction. Många av Adtractions kundavtal innehåller villkor som innebär att kunderna kan avsluta sina avtal med Adtraction med kort varsel utan att något avtalsbrott eller liknande inträffat. Majoriteten av Adtractions kundavtal kan exempelvis avslutas när som helst av vardera parten utan särskilda skäl med en uppsägningstid som normalt uppgår till 30 dagar eller kortare. Minskade intäkter till följd av att enskilda Annonssörer eller Partners säger upp sina avtal med Bolaget skulle kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är hög.

### **Adtraction behandlar personuppgifter och måste följa GDPR och e-Privacy-direktivet**

Adtraction behandlar och lagrar olika typer av information och data, och bearbetar till exempel personuppgifter relaterade till Partners och anställda. Bolagets verksamhet omfattas av dataskyddslagstiftning, såsom EU:s allmänna

dataskyddsförordning (EU) 2016/679 ("GDPR"). Det finns en risk att de åtgärder som Bolaget har vidtagit för att uppfylla dataskyddslagstiftningen visar sig vara otillräckliga, och resulterar i att otillåten spridning eller felaktig behandling av personuppgifter sker. Detta skulle kunna leda till böter, krav eller på annat sätt påverka kundernas uppfattning negativt. Överträdelse av GDPR kan exempelvis resultera i administrativa sanktionsavgifter som motsvarar upp till 20 miljoner EUR eller upp till 4 procent av Koncernens totala globala årsomsättning under föregående räkenskapsår, beroende på vilket värde som är högst.

Adtraction behandlar data om användare med hjälp av cookies och liknande spårningsteknik. Adtraction måste försäkra sig om att användningen av cookies inte står i strid med tillämpliga regelverk, bland annat genom att inhämta samtycke för icke-nödvändiga cookies i enlighet med Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation ("e-Privacy-direktivet"), vilket har implementerats i svensk lag genom lag (2003:389) om elektronisk kommunikation ("LEK"). Data som samlas in via cookies omfattar ibland personuppgifter och därför kan en bristande efterlevnad av samtyckeskravet enligt LEK leda till påföljder under GDPR. Rättsutvecklingen inom e-privacy är i konstant utveckling och den vägledning som finns avseende samtyckesfrågan är varken tydlig, tillräcklig eller helt konsekvent på EU- och nationell nivå. Det skulle kunna visa sig att Adtraction inte anses inhämta samtycke på korrekt sätt eller för samtliga icke-nödvändiga cookies som kräver samtycke. En överträdelse av samtyckeskravet kan leda till skadeståndsanspråk från berörda personer eller påföljder i enlighet med GDPR. Bristande efterlevnad av dataskyddslagstiftningen kan få en medelhög negativ inverkan på Adtractions finansiella ställning och renommé.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är medelhög.

### **Behov av kompetent personal**

Adtractions resultat är beroende av medarbetarnas kompetens. Likaså är den framtida utvecklingen beroende av att Adtraction ständigt förmår behålla och motivera befintlig personal och lyckas identifiera, rekrytera, utveckla, motivera och behålla kompetenta personer inom alla delar av organisationen. Adtraction planerar att utöka verksamheten och kommer att behöva nyanställa för att stödja denna tillväxt. Adtractions tillväxt kan hindras om det blir svårare att rekrytera välutbildad personal i framtiden. Personer med hög kompetens är mycket efterfrågade och Adtraction kan ådra sig avsevärda kostnader för att rekrytera sådana medarbetare. Om Adtraction inte lyckas behålla de nuvarande medarbetarna eller inte lyckas rekrytera de medarbetare som behövs för expansion, kan det innebära försämrade möjligheter att utöka och leda verksamheten eller att Adtraction inte kan konkurrera inom sin bransch, vilket i sin tur kan ha en, medelhög negativ inverkan på Adtractions tillväxt och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är medelhög.

### Adtraction kan komma att hantera sin tillväxt på ett ineffektivt sätt

Den snabba tillväxten i Adtractions verksamhet hittills, liksom all framtida tillväxt, har inneburit och förväntas fortsätta att ställa höga krav på Bolagets ledande befattningshavare samt Bolagets operativa och finansiella infrastruktur. I samband med Adtractions fortsatta tillväxt förväntas Adtraction fortsätta förbättra, uppgradera och investera i sina system och infrastruktur för att kunna hantera den ökande omfattningen och komplexiteten i verksamheten. Investeringar i verksamheten kommer att kräva att Bolaget avsätter betydande resurser från Bolagets ledande befattningshavare och verksamhet samt andra resurser, men kan komma att inte leda till någon ökning av Bolagets omsättning och resultat. Därtill kan fortsatt tillväxt begränsa Adtractions förmåga att upprätthålla tillfredsställande servicenivå, attrahera, utbilda och motivera anställda samt utveckla och förbättra sin verksamhet, ledning och finansiella kontroller. Dessutom kan fortsatt tillväxt leda till att Adtractions affärs- och IT-system inte har tillräcklig kapacitet. För det fall Adtraction inte lyckas hantera den ökning av affärsstorlek och komplexitet som följer av framtida tillväxt kan det ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Den globala ekonomins utveckling och inverkan av Covid-19

Adtraction bedriver verksamhet i elva olika länder. Ekonomins utveckling, så som händelser avseende det generella företagsklimatet, ränteförändringar, valutaförändringar, inflations- och deflationsnivåer, skatter och liknande kostnader, tillgången av kundkrediter, utveckling på börser, nivån på arbetslöshet, andra lokala och globala ekonomiska faktorer och osäkerhet avseende ekonomiska utsikter, påverkar kundernas köpbeteende och köpkraft på samtliga Adtractions marknader. Risknivån avseende företagsklimatet varierar på Adtractions olika geografiska marknader. Under första kvartalet av 2020 bröt Covid-19 ut globalt. Bolaget bevakar utvecklingen och utvärderar i vilken utsträckning pandemin kan påverka Bolagets verksamhet både på kort och lång sikt. Bolaget har på ett proaktivt sätt vidtagit ett antal förebyggande åtgärder för att försäkra sig om att Bolagets verksamhet kan fortsätta samt för att bromsa smittspridningen bland anställda. Det finns dock ingen försäkran om att de förebyggande åtgärderna kommer att vara effektiva eller tillräckliga, utfallet skulle kunna komma att ha en negativ inverkan på Adtraction och framtida intäkter. Även om Bolaget är fokuserat på onlinemarknadsföring och har digitala processer på plats för att säkerställa att Bolaget fungerar mer eller mindre som vanligt, är Adtractions intäkter beroende av människors disponibla inkomster. Vidare kan Covid-19 medföra att e-handeln drabbas av varubrist, komponentbrist och transportsvårigheter, vilket i sin tur kan påverka Adtraction negativt. Covid-19 förutses ha en negativ inverkan på den globala ekonomin. En negativ utveckling av den globala ekonomin, makroekonomiska faktorer, konsumenttrender och sådana tendens inverkan på människors disponibla inkomster skulle kunna minska möjligheten och viljan att spendera pengar, vilket skulle kunna ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions intjäningsförmåga och tillväxt.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Beroendet av och rekrytering av ledande befattningshavare

Adtraction är beroende av ledningens fortsatta insatser och kan påverkas negativt om en eller flera av personerna i ledningsgruppen lämnar sin anställning. Adtraction har inte tecknat någon personlig livförsäkring för någon ledande befattningshavare. Det finns inga garantier för att Adtraction kan rekrytera fler meriterade ledningspersoner. Konkurrensen om högre chefer är intensiv i Adtractions bransch. Personer med hög kompetens är mycket efterfrågade och Adtraction kan ådra sig avsevärda kostnader för att rekrytera och behålla sådana personer. Volatil eller låg aktiekurs kan också inverka negativt på Bolagets förmåga att attrahera och belöna högre chefer. Om Adtraction inte lyckas rekrytera och behålla kvalificerad ledningspersonal kan det bli svårt att fullfölja Adtractions affärsstrategi, vilket i sin tur kan ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions tillväxt och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Teknisk utveckling

Adtractions fortsatta utveckling är beroende av att Bolaget håller jämna steg med den tekniska utvecklingen och kan anpassa produkterna och tjänsterna till förändringar av industristandarder och förändrade behov hos Annonssörer och Partners. Detta kan i sin tur kräva betydande ledningsinsatser och kapital. Om Adtraction utvecklar nya produkter är det inte säkert att dessa får tillräcklig marknadsacceptans. Adtractions konkurrenter kan lansera nya produkter som erbjuder bättre funktionalitet än Adtractions plattform. En sådan utveckling skulle kunna ha en medelhög negativ inverkan på Adtractions tillväxt, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Kapaciteten i Adtractions tekniska infrastruktur

Adtractions framtida utveckling är delvis beroende av att Adtractions plattform och tekniska infrastruktur fungerar effektivt. En plötslig och oväntad ökning av annonsvolym eller antal användare skulle kunna innebära en belastning på Adtractions tekniska infrastruktur. Bristande kapacitet skulle kunna leda till längre svarstider eller systemfel och skulle kunna få en mycket negativ inverkan på plattformens funktionalitet såsom spårning, rapportering och betalningar. I samtliga fall skulle det kunna leda till att Adtraction förlorar Annonssörer och/eller Partners och att intäkterna minskar. Om inte Bolaget lyckas åtgärda sådana kapacitetsbelastningar eller systemfel skulle det kunna ha en medelhög negativ effekt på Adtractions renommé och tillväxt.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.



## Internationell verksamhet

Kontakterna med Adtractions kunder i elva länder sker genom lokala dotterbolag i dessa länder. Adtractions verksamhet utanför Sverige medför valutakursrisk. För närvarande används inga säkringsinstrument för att motverka valutakursrisk.

Genom verksamheten på flera geografiska marknader är Adtraction exponerat för ytterligare risker, däribland:

- problem orsakade av språk och kulturella skillnader;
- längre betalningscykler i vissa länder;
- hög kostnad för att driva internationell verksamhet;
- olika konjunkturcykler i olika länder;
- lagar avseende dataskydd, användning av cookies och på andra tillämpliga områden, vilka kan variera från land till land;
- sämre skydd av immateriella rättigheter i vissa länder;
- eventuellt negativa skattekonsekvenser;
- svårigheter och kostnader i samband med bemanning, övervakning och ledning av internationella verksamheter; samt
- politisk och ekonomisk instabilitet.

Ovanstående risker kan ha väsentliga negativa effekter på Adtractions verksamhet, finansiella ställning och resultat i ett land och kan leda till ett beslut att minska eller avbryta verksamheten i landet. De sammantagna riskerna för vart och ett av länderna skulle kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions finansiella ställning och resultat på koncernnivå.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är medelhög.

## Adtractions fortsatta tillväxt är delvis beroende av förvärv och det finns risk att förvärv inte kan finansieras eller integreras på ett bra sätt

Under de senaste åren har Adtraction förvärvat ett antal företag och verksamheter, såsom Klara Lån Sverige AB, Connects AG och Digital Advisor. Vissa av dessa företag och verksamheter har varit aktiva på marknader där Adtraction inte tidigare varit aktivt. Adtraction kommer sannolikt att, vid sidan av sin kärnverksamhet och interna utveckling av nya produkter och fokus på nya marknader, fortsätta genomföra förvärv för att stödja fortsatt tillväxt och lönsamhet.

Adtraction avser att finansiera eventuella framtida förvärv helt eller delvis med extern finansiering. Om Adtraction inte kan erhålla finansiering, för förvärv eller för den löpande verksamheten, på kommersiellt gångbara villkor eller om Adtraction inte alls kan erhålla finansiering, eller misslyckas med att fullgöra sina åtaganden enligt befintliga lånevillkor, finns en risk att Adtraction inte kan genomföra förvärv som planerat. Vidare finns en risk att Adtraction, på grund av de nya krav och den ändrade miljö som en notering på Nasdaq First North innebär, inte kommer att kunna erbjuda betalning i egna aktier i samma utsträckning som tidigare, vilket skulle kunna få en negativ inverkan på möjligheten att genomföra förvärv. För att tillväxten genom förvärv ska vara lyckosam måste Adtraction identifiera lämpliga målbolag att förvärva, utföra lämpliga granskningar, förhandla fram fördelaktiga villkor, erhålla nödvändiga licenser och slutligen slutföra dessa förvärv och integrera dem med Adtraction. Om

Adtraction inte kan genomföra förvärv, i önskad takt eller alls, kommer detta innebära en lägre tillväxt för Adtraction.

Vidare finns det en risk att Adtractions förvärv inte genererar de marginaler eller kassaflöden som förväntas eller de andra fördelar, som till exempel ökad tillväxt eller förväntade synergieffekter, som förvärven förutspåddes innebära. Den faktiska utvecklingen för förvärv kan således skilja sig betydligt från Adtractions förväntningar. Dessa risker är särskilt stora avseende förvärv på marknader där Bolaget inte tidigare varit aktivt. Det finns vidare en risk att Adtraction misslyckas med att integrera förvärv på ett framgångsrikt sätt och en sådan integration kan kräva större investeringar av ekonomiska personal- och andra resurser än vad Adtraction förutsett. Förvärv kan även innebära att Adtraction ådrar sig eller drabbas av okända eller oförutsedda kostnader eller utgifter hänförliga till kunder, leverantörer, anställda, myndigheter eller andra parter. Vidare kan integrationsprocessen av ett förvärv störa Adtractions verksamhet, bland annat på grund av oförutsedda tekniska, juridiska, regulatoriska, kontraktsmässiga eller andra frågor, svårigheter med att förverkliga operativa synergier eller att den förvärvade verksamheten inte har den kvalitet som Bolaget har förväntat sig. Vidare är det möjligt att förestående eller genomförda förvärv avleder ledningens uppmärksamhet från den löpande verksamheten vilket kan resultera i att Bolaget ådrar sig oförutsedda förluster eller går miste om affärsmöjligheter. Om någon av ovanstående beskrivna risker förverkligas i samband med ett förvärv skulle det kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions verksamhet, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är medelhög.

## Kreditrisk

Adtraction säljer tjänster och produkter till Annonörer genom avtal som saknar realsäkerhet eller annan säkerhet och löper därför risken att Annonörerna inte kan betala förfallna belopp. Även om Adtractions kreditriskexponering är begränsad eftersom Bolaget har ett stort antal Annonörer och inte är beroende av någon enskild Annonör eller grupp av Annonörer för sina intäkter, kan Adtraction eventuellt inte begränsa intäktsförlusten om ett betydande antal Annonörer inte kan betala sina skulder, vilket i sin tur skulle kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är medelhög.

## Partnerbedrägerier

Adtraction är exponerat för risken att Partners försöker öka sina intäkter genom bedrägliga beteenden. Adtraction kan i framtiden bli tvunget att återbetala intäkter som Annonörer betalat till Adtraction men som senare visar sig bygga på sådana bedrägerier. Från tid till annan har Adtraction upptäckt bedrägerier på sin plattform och har till följd av detta blivit skyldigt att betala tillbaka avgifter till Annonörer. Om Adtraction inte kan upptäcka eller förhindra sådana bedrägerier kan sådana återbetalningsbelopp stiga. Återbetalningarna påverkar Adtractions lönsamhet negativt samtidigt som Adtractions

varumärke kan lida skada. Om bedrägerier inte upptäcks eller förhindras kan avkastningen på berörda Annonserers användning av Adtractions plattform minska, vilket kan leda till att de blir missnöjda med Adtraction och att Bolaget därmed förlorar Annonserer och intäkter. Partnerbedrägerier skulle, om de blir vanligt förekommande (i synnerhet genom användning av automatiserad programvara), även kunna belasta plattformens kapacitet och minska dess tillgänglighet, vilket i sin tur skulle kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions tillväxt, rörelseresultat och finansiella ställning.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Adtractions immateriella rättigheter

Adtraction är främst beroende av lagstiftning rörande upphovsrätt, affärshemligheter och varumärken för att skydda sina immateriella rättigheter. Trots Adtractions ansträngningar att skydda sina immateriella rättigheter, kan de visa sig vara icke gångbara eller utan värde i framtiden.

Huvuddelen av Adtractions egenutvecklade teknik skyddas av lagar rörande upphovsrätt och affärshemligheter. Eftersom upphovsrätten skyddar uttryckandet av idéer snarare än idéerna själva, hindrar den inte andra från att fristående utveckla programvara som motsvarar funktioner och egenskaper i Adtractions programvara. Lagstiftningen kring affärshemligheter skyddar i allmänhet inte Adtraction från fristående upptäckter eller utveckling. Vidare är skyddet av affärshemligheter avhängigt Adtractions förmåga att styra och bevaka de anställdas och tidigare anställdas agerande.

Adtraction äger för närvarande ett registrerat varumärke "Adtraction" inom EU, Storbritannien och Norge. Vidare innehar Adtraction varumärkena "Cleanlink" och "Superweek" i Sverige. När Adtraction expanderar till nya länder är det inte säkert att dessa varumärken är tillgängliga utanför länderna som omfattas av Adtractions varumärke. Följaktligen kan det bli nödvändigt att utveckla nya varumärken i samband med etablering i nya länder, vilket kan leda till att det tar längre tid för Adtraction att bli känt och accepterat i dessa länder. Dessutom förhindrar inte Adtractions varumärken konkurrenterna från att använda namn som påminner om Adtractions, utan att bryta mot varumärkeslagstiftningen. Vissa aktörer använder namn som påminner om Adtractions eller om de Adtraction skulle vilja använda och som andra kan komma att använda i framtiden. Detta kan leda till förvirring bland Adtractions befintliga och potentiella kunder och kan medföra att Adtractions anseende skadas och att Adtraction inte använder eller ansöker om vissa varumärken.

Intrång i Adtractions immateriella rättigheter skulle kunna försämra konkurrensförmågan och leda till ett bortfall av Annonserer eller Partners eller på annat sätt skada Adtractions verksamhet. I vissa länder där Adtractions plattform används kan det saknas effektiv immaterialrättslig lagstiftning. Vidare kan det visa sig nödvändigt för Adtraction att inleda rättsprocesser för att skydda sina immateriella rättigheter. En sådan rättsprocess skulle kunna bli betungande och kostsam och det finns ingen garanti för att Adtraction vinner en sådan process, vilket i sin tur skulle kunna ha en låg negativ effekt på Adtractions verksamhet och rörelseresultat.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Intrång i annans immateriella rättigheter

Företag inom internet-, teknik- och mediebranscherna äger ofta ett stort antal patent, upphovsrätter, varumärken och affärshemligheter och dras emellanåt in i rättsprocesser på grund av påstådda intrång eller andra överträdelse av immateriella rättigheter. I takt med ökande konkurrens ökar också risken för skadeståndskrav avseende immaterialrättsliga frågor. Adtraction använder dessutom flera typer av öppen källkod (så kallad open source) i sin produktutveckling. Sådan användning kan öka risken för ett skadeståndskrav avseende patentintrång från tredje part eller tvinga Adtraction att erbjuda tredje part programvaran i enlighet med kraven för öppen källkod.

Adtraction genomför inga ingående patentundersökningar för att fastställa om tekniken i interna processer eller produkter gör intrång på patent som ägs av tredje part. Dessutom är skyddet av immateriella rättigheter i internetrelaterade branscher i sig osäker på grund av den snabba teknikutvecklingen.

Ett eventuellt skadestånd från tredje part på grund av patentintrång och en eventuell rättegångsprocess skulle kunna leda till en betydande skadeståndsskyldighet, förhindra användningen av tredjepartsteknik, försämra möjligheten att bedriva verksamhet, eller kräva förändringar i Adtractions teknik. Resultatet av en sådan process är osäker. Även om Adtraction vinner ett sådant mål är processen tidskrävande och kostsam, och skulle kräva mycket av ledningens tid och uppmärksamhet.

Adtraction kan också behöva inleda processer för att försvara sina immateriella rättigheter. Resultatet av en sådan process är osäker. Även om Adtraction vinner ett sådant mål är processen tidskrävande och kostsam, och skulle kräva mycket av ledningens tid och uppmärksamhet.

Skadeståndskrav från tredje part avseende intrång skulle även kunna leda till begränsad användning av Bolagets immateriella egendom, såvida Adtraction inte lyckas teckna royalty-, licens- eller liknande avtal med den tredje part som hävdar dessa rättigheter. Om sådana avtal krävs kan det visa sig att villkoren är omöjliga att acceptera, eller att de inte erbjuds över huvud taget. Adtraction kan antingen bli tvunget att upphöra med användningen av den aktuella produkten eller förändra tekniken i den. Om yrkandet om intrång bedöms giltigt och Adtraction inte lyckas utveckla teknik som inte gör intrång i andras rättigheter, eller om Adtraction inte lyckas sluta licensavtal för denna eller motsvarande teknik i tid och till ett rimligt pris skulle det kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions verksamhet och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Spridning av konfidentiell information

Adtraction har konfidentiell information om Annonserer och Partners som är knutna till Bolagets plattform lagrade på sina databasservrar. Även om Adtraction iakttar försiktighet i hela organisationen, kan det inträffa att Adtraction inte

lyckas förhindra obehöriga personer från att få tillgång till dess servrar. Obehörig access till Adtractions databasservrar, eller anställdas missbruk av behörig access, kan leda till stöld av konfidentiell kundinformation. Spridning av konfidentiell information skulle kunna medföra att Adtraction förlorar kunder, blir skadeståndsskyldigt eller åtalas och att Adtractions anseende skadas, vilket i samtliga fall skulle kunna ha en låg negativ inverkan på Adtractions verksamhet och renommé.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Skadeståndsskyldighet för innehåll som visas hos Partners knutna till Adtractions plattform

Tredje part kan komma att kräva skadestånd på grund av innehåll i annonser som levereras via Adtractions plattform om det konstnärliga resultatet, musiken, texten eller annat innehåll i annonserna bryter mot tredje parts upphovsrätt, varumärkesrätt eller andra immateriella rättigheter, eller om innehållet är ärekränkande, vilseledande, olagligt eller på annat sätt bryter mot lagar och förordningar. Eventuella skadeståndsanspråk eller motkrav kan leda till tidsödande, kostsamma rättsprocesser och ta ledningens resurser i anspråk.

Härutöver skulle Adtractions anseende, liksom dess relationer med Annonserarna, skadas om någon av Annonserarnas annonser av misstag placeras på en webbplats med olämpligt innehåll. Adtraction granskar aktivt de Partners som är knutna till Adtractions plattform och förbjuder vissa webbkategorier av pornografisk karaktär eller med rasistiskt eller annat olämpligt innehåll. Trots denna bevakning har det inträffat att Annonserers annonser har placerats på webbplatser med tveklagt innehåll, vilket kan inträffa även framdeles, vilket skulle kunna ha en låg negativ effekt på Adtractions verksamhet, renommé och framtidsutsikter.

Adtraction bedömer att sannolikheten för att riskerna som beskrivs ovan inträffar är låg.

### Risker hänförliga till aktierna och Erbjudandet Priset på Adtractions aktie kan vara volatilt och potentiella investerare kan förlora hela eller delar av sin investering

Före Erbjudandet förekommer ingen organiserad handel med Bolagets aktier. Aktiekursen för nyligen noterade bolag kan vara särskilt volatilt under en period efter noteringen och det föreligger en risk för att marknaden inte kommer att vara aktiv och likvid, eller att en aktiv och likvid marknad inte består. Priset i Erbjudandet har fastställts av Bolagets styrelse i samråd med Avanza baserat på ett antal faktorer, inklusive förhandlingar med de som åtagit sig att teckna aktier i Erbjudandet, sondering med och intresse från andra investerare av institutionell karaktär, värderingen av liknande börsnoterade bolag, värderingsmultiplar vid tidigare genomförda noteringar av liknande bolag, rådande marknadsläge samt uppskattningar om Adtractions verksamhetsinriktning, intjäningsförmåga, finansiella ställning och tillväxtförutsättningar (se avsnittet "Villkor och anvisningar" för mer information). Detta pris kommer inte nödvändigtvis spegla det pris som investerare på marknaden är villiga att köpa och sälja aktierna för efter Erbjudandet. Skillnaden mellan köp- och säljpriset kan variera

väsentligt från tid till annan, vilket gör det svårare för en aktieägare att sälja aktier vid en viss tidpunkt och till önskat pris. Ovanstående kan ha en negativ påverkan på aktiens likviditet och kan resultera i låg handelsvolym. Likviditeten i aktien kan negativt påverka den kurs till vilken en investerare i Bolagets aktie kan avvitta aktierna. Eftersom en investering i aktier kan sjunka i värde finns det en risk att en investerare inte får tillbaka det investerade kapitalet.

### Befintliga aktieägares försäljning kan påverka aktiekursen

I samband med Erbjudandet kommer huvudaktieägarna Simon Gustafson, Markus Bjernvall och Jacob Notlöv samt Bolagets styrelseledamöter och ledande befattningshavare att åta sig att, med vissa förbehåll, inte sälja eller på annat vis överlåta sina aktier i Bolaget under en viss tid efter att handeln med Bolagets aktier på Nasdaq First North har inletts. Denna så kallade lock up-period kommer vara tolv månader. Avanza kan dock medge undantag från åtagandena. När lock up-perioden har löpt ut står det de berörda aktieägarna fritt att sälja sina aktier i Bolaget. Försäljning av stora mängder av Bolagets aktier, eller uppfattningen att en sådan försäljning kan komma att ske, kan leda till att priset på Bolagets aktier sjunker. Om priset på Bolagets aktie sjunker kan det innebära att en investerare inte får tillbaka det investerade kapitalet.

### Simon Gustafson och Markus Bjernvall har ett betydande inflytande över Adtraction

Efter genomförandet av Erbjudandet, kommer Simon Gustafson och Markus Bjernvall att inneha totalt cirka 40 procent av aktierna och rösterna i Bolaget. Följaktligen kommer Simon Gustafson och Markus Bjernvall att ha ett stort inflytande över beslutpunkter som läggs fram för Bolagets aktieägare för godkännande, inklusive val av styrelseledamöter, möjliga fusioner, konsolideringar eller försäljning av betydande del av Bolagets tillgångar. Simon Gustafsons och Markus Bjernvalls intressen är inte nödvändigtvis förenliga med Bolagets eller andra aktieägares intressen och Simon Gustafson och Markus Bjernvall kan komma att utöva inflytande över Bolaget på ett sätt som inte nödvändigtvis överensstämmer med andra aktieägares bästa. Simon Gustafson, Markus Bjernvall, Bolaget och andra aktieägare kan till exempel ha motstående intressen avseende eventuell vinstutdelning. Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning kan komma att påverkas negativt av sådana intressekonflikter.

### Icke säkerställda teckningsåtaganden

Bolaget har erhållit teckningsåtaganden motsvarande totalt cirka 135,7 MSEK. Under förutsättning att Övertilldelningsoptionen utnyttjas till fullo omfattar åtagandet aktier motsvarande cirka 75 procent av det totala antal aktier som omfattas av Erbjudandet och 19 procent av det totala antalet aktier i Bolaget. Teckningsåtaganden är dock inte säkerställda genom bankgaranti, spärrmedel, pantsättning eller liknande arrangemang, varför det finns en risk för att teckningsåtagandena inte kommer att infrias. Teckningsåtagandena är vidare förenade med villkor. För det fall att något av dessa villkor inte uppfylls finns det en risk för att teckningsåtagandena inte kommer att uppfyllas, vilket skulle kunna få en väsentligt negativ inverkan på Erbjudandets genomförande.

### **Bolagets möjlighet att betala utdelning i framtiden kan vara begränsad och är beroende av flera faktorer**

När styrelsen lämnar förslag om utdelning till bolagsstämman ska styrelsen beakta ett antal faktorer, däribland de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av Bolagets egna kapital samt Bolagets konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt. Bolagets förmåga att betala utdelningar i framtiden och storleken på sådana eventuella utdelningar beror alltså på Bolagets framtida vinst, finansiella ställning, kassaflöden, behov av nettorelsekapital, investeringskostnader och andra faktorer. I svensk rätt finns det dessutom bestämmelser som innebär att utdelning endast får äga rum om det efter utdelningen finns full täckning för Bolagets bundna egna kapital. Vidare finns det en risk att Bolaget beslutar att återinvestera eventuell framtida vinst i verksamheten, att Bolagets aktieägare beslutar att inte betala utdelningar i framtiden eller att Bolaget inte kommer att ha tillräckliga medel för att betala utdelningar.

### **Framtida emissioner av aktier eller andra värdepapper i Bolaget kan komma att späda ut aktieinnehavet och ha en negativ inverkan på aktiepriset**

Bolaget kan i framtiden komma att behöva ytterligare kapital för att finansiera sin verksamhet eller genomföra tilltänkta investeringar. Bolaget kan besluta att anskaffa ytterligare kapital, till exempel genom emission av aktier, teckningsoptioner eller konvertibler som kan konverteras till aktier. Emission av ytterligare värdepapper eller skuldebrev kan sänka marknadsvärdet på Bolagets aktier och späda ut de ekonomiska eller rörelserelaterade rättigheterna för befintliga aktieägare om inte befintliga aktieägare ges företrädesrätt i emissionen eller om befintliga aktieägare av någon anledning inte kan eller vill utnyttja sin företrädesrätt. Det finns således en risk att framtida emissioner av aktier eller andra värdepapper minskar marknadspriset på aktien och medför en utspädning av vissa aktieägares innehav i Bolaget.

### **Investerare med en referensvaluta som inte är SEK är utsatta för valutarisker om de investerar i Bolagets aktier**

Bolagets aktier kommer att noteras på Nasdaq First North Growth Market i SEK. Bolagets egna kapital redovisas i SEK och eventuell utdelning på Bolagets aktier kommer att utbetalas i SEK. På grund av detta kan investerare vars referensvaluta inte är SEK drabbas av nedgångar i värdet på SEK i förhållande till respektive investerares referensvaluta. Om värdet på SEK minskar i förhållande till sådan valuta kommer aktieinvesteringens eller utdelningens värde att minska beträffande den utländska valutan och om värdet på SEK ökar kommer aktieinvesteringens eller utdelningens värde att öka beträffande den utländska valutan. Dessutom kan investerare vars referensvaluta inte är SEK drabbas av ytterligare transaktionskostnader vid konvertering av SEK till en annan valuta. Investerare vars referensvaluta inte är SEK uppmanas därför att söka finansiell rådgivning. Skillnader i valutakurser kan ha en väsentlig negativ inverkan på värdet på aktieinnehav eller betalda utdelningar.

### **Aktieägare i USA eller andra länder utanför Sverige kanske inte kan delta i eventuella framtida kontantemissioner**

I samband med Erbjudandet så kommer aktier i Bolaget att erbjudas både till allmänheten i Sverige och till institutionella investerare i Sverige och i utlandet. Efter Erbjudandet kommer därmed Bolaget, mest troligen, att ha ett flertal aktieägare i länder utanför Sverige. Sådana aktieägare kan vara exponerade för ytterligare risker. Om Bolaget emitterar nya aktier i en kontantemission ska aktieägarna, som en allmän regel, ha företrädesrätt att teckna nya aktier i förhållande till det antal aktier som de äger före emissionen. Aktieägare i vissa andra länder kan omfattas av restriktioner som hindrar dem från att delta i sådana företrädesemissioner, eller som på annat sätt försvårar eller begränsar ett deltagande. Exempelvis kan aktieägare i USA vara förhindrade att utöva sin företrädesrätt att teckna nya aktier om aktierna och teckningsrätterna inte är registrerade enligt Securities Act, eller om inget undantag från registreringskraven i Securities Act är tillämpligt. Aktieägare i andra jurisdiktioner utanför Sverige kan påverkas på liknande sätt om teckningsrätterna och de nya aktierna som erbjuds inte har registrerats hos eller godkänts av berörda myndigheter i dessa jurisdiktioner. Adtraction har ingen skyldighet att lämna in något registreringsdokument enligt Securities Act eller söka liknande godkännanden enligt lagstiftningen i andra jurisdiktioner utanför Sverige avseende sådana teckningsrätter och aktier, och att göra detta i framtiden kan vara opraktiskt och kostsamt. I den utsträckning aktieägarna i jurisdiktioner utanför Sverige inte kan utöva sina rättigheter att teckna nya aktier i eventuella framtida företrädesemissioner kan deras aktieinnehav i Bolaget bli utspätt eller reducerat.

# Villkor för värdepapperen

## Vissa rättigheter förenade med Bolagets värdepapper

Prospektet avser teckning av aktier (ISIN-kod: SE0016833149). Teckningskursen uppgår till 60 SEK per aktie. De erbjudna aktierna är fritt överlåtbara och emitteras i enlighet med svensk lagstiftning. Rättigheterna förenade med aktier emitterade av Bolaget, inklusive de som följer av bolagsordningen, kan endast ändras enligt de förfaranden som anges i aktiebolagslagen (2005:551).

### Rösträtt

Varje aktie berättigar till en röst på bolagsstämmor och varje aktieägare är berättigad till ett antal röster motsvarande innehavarens antal aktier i Bolaget.

### Företrädesrätt till nya aktier m.m.

Om Bolaget emitterar nya aktier, teckningsoptioner eller konvertibler vid en kontantemission eller kvittningsemission har aktieägarna som huvudregel enligt aktiebolagslagen (2005:551) företrädesrätt att teckna sådana värdepapper i förhållande till antalet aktier som innehades före emissionen.

### Rätt till utdelning och behållning vid likvidation

Samtliga aktier i Bolaget ger lika rätt till vinstutdelning samt till Bolagets tillgångar och eventuella överskott i händelse av likvidation. Beslut om vinstutdelning i aktiebolag fattas av bolagsstämman. Rätt till vinstutdelning tillfaller den som på av bolagsstämman beslutad avstämningsdag är registrerad som innehavare av aktier i den av Euroclear Sweden förda aktieboken. Vinstutdelning utbetalas normalt till aktieägarna som ett kontant belopp per aktie genom Euroclear Sweden, men betalning kan även ske i annat än kontanter (sakutdelning). Om aktieägarna inte kan nås genom Euroclear Sweden, kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende vinstutdelningsbeloppet under en tid som begränsas genom regler om tioårig preskription. Vid preskription tillfaller vinstutdelningsbeloppet Bolaget.

Det finns inga restriktioner avseende rätten till vinstutdelning för aktieägare bosatta utanför Sverige. Aktieägare som inte har skattemässig hemvist i Sverige är normalt föremål för svensk kupongskatt.

### Tillämpliga regler vid uppköpserbudanden m.m.

I händelse av att ett offentligt uppköpserbudande skulle lämnas avseende aktierna i Adtraction när aktierna är upptagna till handel på Nasdaq First North tillämpas Takeover-regler för vissa handelsplattformar ("Takeover-reglerna").

Om styrelsen eller verkställande direktören i Adtraction, på grund av information som härrör från den som avser att lämna ett offentligt uppköpserbudande avseende aktierna i Bolaget, har grundad anledning att anta att ett sådant erbjudande är nära förestående, eller om ett sådant erbjudande har lämnats, får Adtraction enligt Takeover-reglerna endast efter beslut av bolagsstämman vidta åtgärder som är ägnade att försäkra förutsättningarna för erbjudandets lämnande eller genomförande. Adtraction får oaktat detta söka efter alternativa erbjudanden. Under ett offentligt uppköpserbudande står det aktieägarna fritt att bestämma huruvida de önskar att avyttra sina aktier i det offentliga uppköpserbudandet. Efter ett offentligt uppköpserbudande kan den som lämnat erbjudandet, under

vissa förutsättningar, vara berättigad att lösa in resterande aktieägares aktier i enlighet med reglerna om tvångsinlösen i aktiebolagslagen (2005:551).

Aktierna i Adtraction är inte föremål för något erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningskyldighet. Inga offentliga uppköpserbudanden har lämnats avseende aktierna under innevarande eller föregående räkenskapsår.

### Central värdepappersförvaring

Aktierna i Adtraction är registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1479) om värdepapperscentraler och kontoföring av finansiella instrument. Detta register hanteras av Euroclear Sweden, Box 7822, 103 97 Stockholm. Inga aktiebrev har utfärdats för Bolagets aktier.

### Emissionsbemyndigande

Vid extra bolagsstämma den 8 juni 2021 beslutade bolagsstämman att bemyndiga styrelsen att, vid ett eller flera tillfällen, under tiden fram till nästkommande årsstämma, med eller utan företrädesrätt för aktieägarna, besluta om nyemission av aktier, teckningsoptioner och/eller konvertibler. Emission ska kunna ske med eller utan föreskrift om apport, kvittning eller annat villkor.

### Nyemission av aktier i samband med Erbjudandet

Extra bolagsstämman i Bolaget beslutade den 24 november 2021 att genomföra Emissionen genom nyemission av högst 1 250 000 aktier.

### Registrering av Emissionen vid Bolagsverket

Emissionen förväntas registreras vid Bolagsverket vecka 50, 2021. Den angivna tidpunkten är preliminär och kan komma att ändras.

### Information om Säljande Aktieägare

Säljande Aktieägare i Erbjudandet är följande:

- Jacob Notlöv (via bolaget LLJ Property AB, org.nr 556722-8845, LEI-kod 9845000B56360B3CS188), med adress Liljeholmsvägen 18, 117 61 Stockholm. LLJ Property AB har sitt säte i Halmstad kommun i Hallands län i Sverige. LLJ Property AB är ett privat aktiebolag registrerat i Sverige och regleras av svensk rätt.
- Simon Gustafson (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Markus Bjernvall (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Magnus Hagström (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Christian Longberg (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.
- Karl-Erik Danielsson (privat) med adress Biblioteksgatan 29, 114 35 Stockholm.

### Skattefrågor i samband med Erbjudandet

Investerar i Erbjudandet bör uppmärksamma att skattelagstiftningen i investerarens medlemsstat och Bolagets registreringsland kan inverka på eventuella inkomster från värdepapperna. Investerares uppmanas att konsultera dennes oberoende rådgivare avseende skattekonsekvenser som kan uppstå i samband med Erbjudandet.

# Villkor och anvisningar

## Erbjudandet

Erbjudandet omfattar upp till 1 250 000 nyemitterade aktier och 1 380 000 befintliga aktier. Erbjudandet motsvarar ett värde om cirka 157,8 MSEK. Aktierna i Erbjudandet kommer handlas under ISIN-kod SE0016833149.

Erbjudandet riktar sig till allmänheten i Sverige samt institutionella investerare i Sverige och internationellt.

## Övertilldelningsoption

För att täcka en eventuell övertilldelning i Erbjudandet har Säljande Aktieägare åtagit sig att erbjuda ytterligare högst 389 920 aktier motsvarande ett värde om högst cirka 23,4 MSEK, som kan utnyttjas helt eller delvis under 30 kalenderdagar från den första dagen för handel i Bolagets aktier på Nasdaq First North ("Övertilldelningsoptionen"). Övertilldelningsoptionen omfattar således cirka 15 procent av det totala antalet aktier som omfattas av Erbjudandet. Om Erbjudandet fulltecknas och Övertilldelningsoptionen utnyttjas i sin helhet, kommer Erbjudandet att uppgå till cirka 181,2 MSEK och omfatta 3 019 920 aktier.

Nyemissionen i Erbjudandet kommer, om Erbjudandet fulltecknas och Övertilldelningsoptionen utnyttjas i sin helhet, att tillföra Bolaget cirka 65 MSEK före avdrag för kostnader relaterade till Erbjudandet.

## Teckningskursen uppgår till 60 SEK per aktie. Courtage utgår ej.

Erbjudandepriiset har fastställts av styrelsen i samråd med Avanza baserat på de diskussioner som föregått de åtaganden som gjorts av ankarinvesterarna, kontakter med andra institutionella investerare, rådande marknadsförhållanden, en jämförelse med marknadspriset för andra jämförbara börsnoterade bolag samt uppskattningar om Bolagets affärsmöjligheter och vinstutsikter har även beaktats vid värderingen.

## Anmälningssperiod

Anmälan om teckning av aktier ska ske under perioden 26 november 2021 till och med klockan 15:00 den 6 december 2021. Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga anmälningssperioden samt tiden för betalning. För det fall beslut om sådan förlängning fattas, kommer Bolaget informera marknaden om detta senast den 6 december 2021 genom pressmeddelande.

## Minsta teckningspost

Anmälan om teckning av aktier ska avse lägst 100 aktier, motsvarande 6 000 SEK, och därefter i jämna poster om 10 aktier.

## Anmälan om teckning av aktier

### Anmälan via Avanza

Vid anmälan om teckning av aktier via Avanza måste tecknaren inneha en värdepappersdepå eller ett ISK hos Avanza. Personer som inte har ett konto hos Avanza måste öppna sådant konto före anmälan om teckning av aktier. Att öppna en värdepappersdepå eller ISK hos Avanza är kostnadsfritt och tar cirka tre minuter.

Personer i Sverige som är depåkunder hos Avanza kan anmäla sig via Avanzas internetjänst. Fullständig information om anmälningsförfarandet via Avanza finns att läsa på Avanzas hemsida, [www.avanza.se](http://www.avanza.se). Anmälan via Avanzas internetjänst kan göras till och med klockan 15:00 den 6 december 2021. För att inte förlora rätten till tilldelning ska depåkunder hos Avanza ha tillräckliga likvida medel tillgängliga på depån under perioden från och med klockan 15:00 den 6 december 2021 till likviddagen den 8 december 2021.

## Anställda i Adtraction

Anställda i Adtraction kommer erhålla särskilda instruktioner avseende betalning och tilldelning av Bolagets ledning.

## Teckningsåtaganden

Ankarinvesterarna, vilka framgår av tabellen nedan, har åtagit sig att, under sedvanliga villkor, och till samma pris som övriga investerare, teckna totalt 2 262 006 aktier motsvarande ett belopp om cirka 135,7 MSEK och cirka 75 procent av Erbjudandet inklusive Övertilldelningsoptionen. Ankarinvesternas åtaganden är förenade med vissa villkor. Däribland ska samtliga villkor för upptagande till handel av Bolagets aktier vara uppfyllda senast 7 december 2021.

Ankarinvesterare	Antal aktier	Belopp (SEK)	Andel av Erbjudandet inklusive övertilldelningsoptionen (%)
RoosGruppen AB	1 176 000	70 560 000	38,9
Bang-Melchior Holding AB <sup>102</sup>	586 007	35 160 420	19,4
Concejo AB	333 333	19 999 980	11,0
BRNO AS <sup>103</sup>	166 666	9 999 960	5,5
<b>Totalt</b>	<b>2 262 006</b>	<b>135 720 360</b>	<b>74,9</b>

Åtagandena är inte säkerställda genom pantsättning, spärrmedel eller något liknande arrangemang. Avanza och Bolagets styrelse bedömer dock att ankarinvesteringarna har god kreditvärdighet och således kommer att kunna infria sina respektive åtaganden.

## Säljande Aktieägare

Namn	Antal aktier till försäljning, inklusive Övertilldelningsoptionen	Andel försäljning av respektive befintligt innehav	Adresser
Jacob Notlöv (via bolaget LLJ Property AB, org.nr 556722-8845, LEI-kod 9845000B56360B3CS188) <sup>104</sup>	711 780	30 %	Liljeholmsvägen 18, 117 61 Stockholm
Simon Gustafson <sup>105</sup>	436 725	15 %	Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm
Markus Bjernvall <sup>106</sup>	399 975	15 %	Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm
Magnus Hagström <sup>107</sup>	97 594	30 %	Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm
Christian Longberg <sup>108</sup>	78 921	12 %	Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm
Karl-Erik Danielsson <sup>109</sup>	44 925	15 %	Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm
Totalt	1 769 920	-	

## Lock up-avtal

Bolagets huvudägare samt Bolagets ledningsgrupp och Bolagets styrelse, vars totala aktieinnehav uppgår till 94 procent av Bolagets aktier per dagen för Prospektet, har förbundit sig, med undantag för de aktier som säljs i Erbjudandet, att inte sälja eller genomföra andra transaktioner med motsvarande effekt som en försäljning under en period om tolv månader från första dag för handel i aktien på Nasdaq First North. Följande har ingått lock up-avtal:

Namn	Befattning / position	Antal aktier	Antal månader
Simon Gustafson	VD & grundare	2 474 775	12 månader
Markus Bjernvall	Plattformsansvarig, styrelseledamot & grundare	2 266 522	12 månader
Jacob Notlöv (via bolag)	Större aktieägare	1 660 820	12 månader
Bang-Melchior Holding AB	Större aktieägare	663 993	12 månader
Christian Longberg	CTO & grundare	578 752	12 månader
Karl-Erik Danielsson	Anställd	254 575	12 månader
Magnus Hagström	Anställd	227 719	12 månader
Andreas Hagström	Anställd	2 000	12 månader
Dominika Skretowska	Anställd	2 000	12 månader
Anna Hjortaas	Anställd	2 000	12 månader

Totalt omfattar ingångna lock up-avtal cirka 70 procent av aktierna och rösterna i Bolaget efter Erbjudandets genomförande, givet att Erbjudandet blir fulltecknat och att Övertilldelningsoptionen utnyttjas till fullo.

Efter utgången av respektive lock up-period kan aktierna komma att bjudas ut till försäljning, vilket i förekommande fall kan påverka marknadspriset på aktien. Undantag från lock up får göras enligt villkoren och som en accept av ett offentligt uppköpserbjudande enligt lagen (2006:451) om offentliga uppköpserbjudanden på aktiemarknaden.

102. Bang-Melchior Holding AB är aktieägare i Adtraction och innehar innan Erbjudandet aktier motsvarande cirka 6,3 procent av Bolaget. Teckningsåtagandet innebär att Bang-Melchior Holding AB ökar sin ägarandel i Bolaget till cirka 10 procent efter Erbjudandets genomförande.

103. BRNO AS kontrolleras till 100 procent av Övind Brunsell som idag är VD för Bolagets norska dotterbolag och tidigare minoritetsägare i Adtraction Marketing AS.

104. Jacob Notlöv är extern aktieägare och har inget engagemang i styrelse eller operativ ledning för Adtraction.

105. VD och medgrundare av Adtraction. Simon Gustafsons ägande i Adtraction uppgår till cirka 21 procent efter Erbjudandets genomförande.

106. Plattformsansvarig, styrelseledamot och medgrundare av Adtraction. Markus Bjernvalls ägande i Adtraction uppgår till cirka 19,3 procent efter Erbjudandets genomförande.

107. Anställd i Adtraction. Magnus Hagströms ägande i Adtraction uppgår till cirka 1,9 procent efter Erbjudandets genomförande.

108. CTO och medgrundare av Adtraction. Christian Longbergs ägande i Adtraction uppgår till cirka 4,9 procent.

109. Anställd i Adtraction. Karl-Erik Danielssons ägande i Adtraction uppgår till cirka 2,1 procent efter Erbjudandets genomförande.

## Tilldelning

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen i Bolaget i samråd med Avanza, varvid målet kommer att vara att uppnå en bred spridning av aktierna bland allmänheten för att skapa goda förutsättningar för en regelbunden och likvid handel med Bolagets aktie samt att uppnå en önskad institutionell ägarbas. Prioriterad tilldelning kan komma att ske till anställda i Adtraction, dock kan prioriteringen avse aktier till ett värde om maximalt 30 000 SEK per anställd. Även affärspartners, strategiska investerare samt teckningar via Avanza kan komma att beaktas särskilt vid tilldelning. Tilldelning kan även komma att ske till anställda hos rådgivarna, dock utan att dessa prioriteras. Tilldelning sker i sådant fall i enlighet med Svenska Fondhandlarförningens regler och Finansinspektionens föreskrifter.

I händelse av att Erbjudandet övertecknas kan anmälan resultera i utebliven tilldelning eller tilldelning av ett lägre antal aktier än anmälan avser, varvid tilldelning helt eller delvis kan komma att ske genom slumpmässigt urval. Tilldelningen är inte beroende av när under anmälningsperioden anmälan inges.

## Besked om tilldelning och betalning

Resultatet av Erbjudandet kommer att offentliggöras genom ett pressmeddelande omkring den 6 december 2021 samt finnas tillgängligt på Bolagets hemsida.

När fördelningen av aktier fastställts utsänds avräkningsnotor utvisande tilldelning av aktier i Bolaget. Detta beräknas ske omkring den 6 december 2021. De som inte tilldelas aktier kommer inte att erhålla någon avräkningsnota eller något meddelande. Den som tecknar sig genom förvaltare kan kontakta förvaltare för besked om tilldelning. Betalning ska ske senast likviddagen den 8 december 2021 eller i enlighet med förvaltarens rutiner vari teckning har skett genom.

## Anmälningar inkomna till Avanza

Besked om tilldelning för de som har anmält sig via Avanzas internetjänst sker genom att tilldelat antal aktier bokas mot debitering av likvid på angivet konto. Besked om tilldelning beräknas ske omkring den 6 december 2021.

Observera att för att komma i fråga för tilldelning måste soldot på den depå/det konto som har angivits i anmälan motsvara lägst det belopp som anmälan avser. För att inte förlora rätten till eventuell tilldelning ska kunder hos Avanza ha tillräckliga likvida medel tillgängliga på kontot från och med klockan 15:00 den 6 december 2021 till och med klockan 23:59 den 8 december 2021. Detta innebär att kontoinnehavaren förbinder sig till att hålla ett belopp motsvarande teckningen tillgängligt på den, vid teckningen, angivna depå eller konto under nämnd period och att kontoinnehavaren är medveten om att tilldelning kan komma att utebli om beloppet under tidsperioden är otillräckligt. Likvid för tilldelade aktier dras senast på likviddagen den 8 december 2021.

## Registrering och redovisning av tilldelade och betalade aktier

Registrering hos Euroclear av tilldelade och betalade aktier beräknas för samtliga investerare ske omkring den 10 december 2021, varefter Euroclear sänder ut en avi som utvisar det antal aktier som har registrerats på mottagarens servicekonto. Avisering till aktieägare vars innehav är förvaltarregistrerat sker i enlighet med respektive förvaltares rutiner.

## Notering av aktierna på Nasdaq First North

Adtractions styrelse har beslutat om att ansöka om notering av Bolagets aktier på Nasdaq First North. Det är Nasdaq Stockholm AB ("Nasdaq Stockholm") som godkänner ansökan om upptagande till handel. Nasdaq Stockholm meddelade den 22 november 2021 att de gjort bedömningen att Bolaget uppfyller gällande noteringskrav på Nasdaq First North och att Nasdaq Stockholm kommer att godkänna en ansökan från Bolaget om upptagande till handel av Bolagets aktier på Nasdaq First North under vissa sedvanliga villkor. Under förutsättning av att ansökan beviljas beräknas aktierna börja handlas den 7 december 2021. Ett villkor för godkännande är att spridningskravet för Bolagets aktier är uppfyllt senast den dag då handeln inleds.

Detta innebär att handel kan komma att påbörjas innan aktier överförs till tecknarens servicekonto, VP-konto, investeringskonto, kapitalförsäkring eller liknande och i vissa fall före avräkningsnota erhålls. För ytterligare information, se stycket "Viktig information rörande möjligheten att sälja tilldelade aktier" nedan. Handeln kommer därmed att vara villkorad av Erbjudandets fullföljande och om Erbjudandet inte fullföljs ska eventuella levererade aktier återlämnas och eventuella betalningar återgå. Kortnamnet (tickern) på Nasdaq First North för Adtraction Group AB:s aktier kommer vara ADTR.

## Stabilisering

I samband med Erbjudandet kan Avanza komma att övertilldela aktier eller genomföra andra transaktioner i syfte att stödja marknadspriset på aktierna på en nivå högre än den som i annat fall kanske hade varit rådande på marknaden. Sådana stabiliseringstransaktioner kan komma att genomföras på Nasdaq First North, OTC-marknaden eller på annat sätt, och kan komma att genomföras när som helst under perioden som börjar på första dagen för handel med aktierna på Nasdaq First North och avslutas senast 30 kalenderdagar därefter. Avanza har dock ingen skyldighet att genomföra någon stabilisering och det finns ingen garanti för att stabilisering kommer att genomföras. Stabilisering, om påbörjad, kan vidare komma att avbrytas när som helst utan förvarning. Under inga omständigheter kommer transaktioner att genomföras för att stödja marknadspriset på aktierna till pris som är högre än det pris som fastställs i Erbjudandet. Senast vid slutet av den sjunde handelsdagen efter att stabiliseringstransaktioner utförts, om de har utförts, ska Avanza offentliggöra att stabiliseringsåtgärder har utförts, i enlighet med artikel 5 (4) i Europeiska Unionens marknadsmissbruksförordning 596/2014. Inom en vecka efter



stabiliseringsperiodens utgång kommer Avanza att, genom Bolaget, offentliggöra huruvida stabiliseringsåtgärder utfördes eller inte, det datum då stabilisering inleddes, det datum då stabilisering senast genomfördes, samt inom vilket prisintervall som stabiliseringstransaktionerna genomfördes för vart och ett av de datum då stabiliseringstransaktioner genomfördes.

### Rätt till utdelning

Aktierna medför rätt till vinstutdelning första gången på den avstämningsdag för utdelning som infaller närmast efter det att nyemissionen har registrerats hos Bolagsverket och aktierna införts i den av Euroclear förda aktieboken.

### Utspädning

Vid fullteckning av Erbjudandet kommer antalet aktier och röster i Adtraction att öka med totalt 1 250 000 aktier, från 10 500 000 aktier till 11 750 000 aktier och aktiekapitalet kommer att öka med 62 500 SEK, från 525 000 SEK till 587 500 SEK, vilket innebär en ökning om cirka 11,9 procent av det totala antalet aktier och röster i Bolaget.

För de befintliga aktieägare i Bolaget som inte tecknar aktier i Erbjudandet medför detta en utspädningseffekt om cirka 10,6 procent. Utspädningseffekten har beräknats som antal aktier och röster som maximalt kan komma att emitteras dividerat med det maximala totala antalet aktier och röster i Bolaget efter Erbjudandet.

### Begränsning av Erbjudandet

Observera att till följd av restriktioner i värdepapperslagstiftningen i USA, Australien, Singapore, Nya Zeeland, Japan, Sydkorea, Kanada, Schweiz, Hongkong, Sydafrika, eller i annat land där Erbjudandet kan ses som olagligt, riktas inget erbjudande att teckna aktier till personer eller företag med registrerad adress i något av dessa länder. Anmälan om teckning av aktier i strid med ovanstående kan komma att anses vara ogiltigt.

### Villkor för Erbjudandets fullgörande

Erbjudandet är villkorat av att Placeringsavtalet ingås, att vissa villkor i avtalet uppfylls samt att Placeringsavtalet inte sägs upp. Om vissa negativa händelser inträffar som väsentligt försämrar Bolagets ställning eller framtidsutsikter eller om det inträffar omständighet eller framkommer information som enligt Avanzas bedömning föranleder omprövning av lämpligheten av Erbjudandet, eller om de garantier som Bolaget givit skulle visa sig brista eller om några av de övriga villkor som följer av Placeringsavtalet inte uppfylls har Avanza rätt att säga upp Placeringsavtalet fram till likviddagen den 8 december 2021. Om Avanza säger upp Placeringsavtalet kan Erbjudandet avbrytas. I sådant fall kommer varken leverans av eller betalning för aktier genomföras under Erbjudandet.

### Viktig information rörande möjligheten att sälja tilldelade aktier

Besked om tilldelning kommer ske via avräkningsnota, vilket beräknas ske omkring den 6 december 2021. Efter det att betalning för tilldelade aktier har kommit Avanza tillhanda kommer vederbörligen betalda aktier att överföras till, av investeraren, angiven depå eller konto. Den tid som erfordras för utskick av avräkningsnotor, överföring av betalning samt överföring av tecknade aktier till investerare i Bolagets aktier kan medföra att dessa investerare inte kommer att ha tecknade aktier tillgängliga på anvisad depå eller konto förrän tidigast den 8 december 2021, eller ett antal dagar därefter. För anmälningar genom Avanza beräknas tilldelade aktier finnas tillgängliga på anvisad depå eller konto omkring den 6 december 2021.

Handeln i Bolagets aktier på Nasdaq First North beräknas inledas omkring den 7 december 2021. Det faktum att aktierna möjligtvis inte finns tillgängliga på investerarens angivna depå eller konto förrän tidigast den 8 december 2021 kan innebära att investeraren inte har möjlighet att sälja aktierna på Nasdaq First North från och med den dag då handeln i aktierna påbörjats, utan först när aktierna finns tillgängliga på angiven depå eller konto.

### Återkallelse samt förlängning av Erbjudandet

Styrelsen förbehåller sig rätten att återkalla Erbjudandet för det fall Bolagets styrelse anser att det är olämpligt att genomföra Erbjudandet. Erbjudandet är villkorat av att intresset för Erbjudandet, enligt styrelsens bedömning, är tillräckligt stort för att skapa nödvändiga förutsättningar för en ändamålsenlig handel med aktierna i Adtraction, samt att Nasdaq First Norths spridningskrav uppfylls genom Erbjudandet. Erbjudandet är vidare villkorat av att inga händelser inträffar som bedöms kunna ha så väsentligt negativ inverkan på Bolaget, dess verksamhet och affärsutsikter, att Erbjudandet är olämpligt att genomföra. Om ovanstående villkor inte uppfylls kan Erbjudandet komma att avbrytas. Ett eventuellt avbrytande av Erbjudandet kommer att meddelas genom pressmeddelande så snart som möjligt och senast den 6 december 2021. För det fall Erbjudandet avbryts kommer varken leverans av eller betalning för aktier inom Erbjudandet att genomföras.

### Aktielån

Avanza har erhållit ett lån av aktier i Bolaget från Säljande Aktieägarna i samband med Erbjudandet. Aktielånet kommer att återställas efter att emissionen har registrerats av Bolagsverket, vilket beräknas ske omkring vecka 50, 2021.

## Placeringsavtal

Enligt ett avtal om placering av aktier i Bolaget som avses ingås omkring den 6 december 2021 mellan Bolaget och Avanza, åtar sig Bolaget att emittera aktier i Erbjudandet och Avanza åtar sig att vidta åtgärder för att placera aktierna hos investerare ("Placeringsavtalet"). Avanzas åtagande innefattar inte att för egen räkning förvärva eller betala för aktier i Erbjudandet eller att på annat sätt garantera att aktierna i Erbjudandet, helt eller delvis, kommer att tecknas eller att full betalning för aktierna kommer att erläggas.

Enligt Placeringsavtalet åtar sig de Säljande Aktieägarna att utfärda en option för Avanza, vilken ska kunna utnyttjas, helt eller delvis, innebärande att Avanza under en period om 30 dagar från första dag för handel i Bolagets aktie på Nasdaq First North ska ha rätt att sälja ytterligare högst 389 920 aktier motsvarande cirka 15 procent av det totala antalet aktier i Erbjudandet, till ett pris motsvarande Erbjudandepriiset, i syfte att täcka eventuell övertilldelning i samband med Erbjudandet.

Enligt Placeringsavtalet lämnar Bolaget sedvanliga utfästelser och garantier till Avanza. Avanzas åtaganden enligt Placeringsavtalet är villkorade av vissa fullföljandevillkor, inklusive att garantiåtagandena från Bolaget är sanna och korrekta, att Bolaget har uppfyllt sina skyldigheter enligt Placeringsavtalet och att ingen materiell negativ händelse inträffat (till exempel en händelse som väsentligt försämrar Bolagets ställning eller framtidsutsikter eller väsentliga negativa händelser på de finansiella marknaderna som väsentligen försvårar ett framgångsrikt genomförande av Erbjudandet). Om villkoren i Placeringsavtalet inte är uppfyllda har Avanza rätt att säga upp avtalet, i vilket fall aktierna inte kommer levereras eller betalas för i enlighet med Erbjudandet. Enligt Placeringsavtalet kommer Bolaget att, med sedvanliga förbehåll, åta sig att hålla Avanza skadeslöst mot vissa anspråk samt ersätta Avanza för arbete och kostnader i anledning av mot Avanza framförda anspråk.

## Viktig information angående NID och LEI

Enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/61/EU behöver alla investerare från och med den 3 januari 2018 ha en global identifieringskod för att kunna genomföra en värdepapperstransaktion. Dessa krav medför att juridiska personer behöver ansöka om registrering av LEI-kod och fysiska personer behöver ta reda på sitt NID-nummer (Nationellt ID eller National Client Identifier) för att kunna teckna aktier i Erbjudandet. Observera att det är aktietecknarens juridiska status som avgör om en LEI-kod eller ett NID-nummer behövs samt att Avanza kan vara förhindrad att utföra transaktionen åt personen i fråga om LEI-kod eller NID-nummer (såsom tillämpligt) inte tillhandahålls. Juridiska personer som behöver skaffa en LEI-kod kan vända sig till någon av de leverantörer

som finns på marknaden. Instruktioner för det globala LEI-systemet finns på följande hemsida: [www.gleif.org/en/about-lei/how-to-get-an-lei-find-lei-issuing-organizations](http://www.gleif.org/en/about-lei/how-to-get-an-lei-find-lei-issuing-organizations). För fysiska personer som har enbart svenskt medborgarskap består NID-numret av beteckningen "SE" följt av personens personnummer. Om personen i fråga har flera eller något annat än svenskt medborgarskap kan NID-numret vara någon annan typ av nummer.

De som avser teckna aktier i Erbjudandet uppmanas att ansöka om registrering av en LEI-kod (juridiska personer) eller ta reda på sitt NID-nummer (fysiska personer) i god tid då denna information behöver anges vid anmälan.

## Information om behandling av personuppgifter

Den som tecknar aktier i Erbjudandet kommer att lämna personuppgifter till Avanza. Personuppgifter som lämnas till Avanza kommer att behandlas i datasystem i den utsträckning som behövs för att tillhandahålla tjänster och administrera engagemang i Avanza. Även personuppgifter som inhämtas från annan än den kund som behandlingen avser kan komma att behandlas. Det kan också förekomma att personuppgifter behandlas i datasystem hos företag och organisationer med vilka Avanza samarbetar. Information om behandling av personuppgifter lämnas av Avanzas kontor, vilka också tar emot begäran om rättelse av personuppgifter. Adressuppgifter kan komma att inhämtas av Avanza genom en automatisk datakörning hos Euroclear.

## Övrig information

I det fall ett för stort belopp betalats in av en tecknare kommer Avanza att ombesörja att överskjutande belopp återbetalas. Belopp understigande 50 SEK kommer dock inte att utbetalas. Ofullständig eller felaktigt ifyllt anmälan kan komma att lämnas utan avseende. Om teckningslikviden inbetalats för sent eller är otillräcklig kan anmälan om teckning också komma att lämnas utan avseende. Erlagd likvid kommer då att återbetalas. Avanza agerar emissionsinstitut åt Bolaget. Avanzas innehav i Bolaget, innan Erbjudandet, uppgår till noll aktier. Att Avanza är emissionsinstitut innebär inte i sig att banken betraktar den som anmält sig i Erbjudandet ("aktietecknare") som kund hos banken för placeringen, förutom i de fall aktietecknaren har anmält sig via Avanzas internetbank. Följden av att Avanza inte betraktar aktietecknaren som kund för placeringen är att reglerna om skydd för investerare i lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden inte kommer att tillämpas på placeringen. Detta innebär bland annat att varken så kallad kundkategorisering eller så kallad passande-bedömning kommer att ske beträffande placeringen. Aktietecknaren ansvarar därmed själv för att denne har tillräckliga erfarenheter och kunskaper för att förstå de risker som är förenade med placeringen.

# Styrelse och ledande befattningshavare

## Styrelse

Bolagets styrelse ska enligt bolagsordningen bestå av lägst tre och högst tio ledamöter utan suppleanter. Bolagets styrelse består för närvarande av fyra ledamöter valda för tiden intill slutet av årsstämman 2022.

Namn	Uppdrag	Invald	Oberoende i förhållande till		Innehav*
			Bolaget och bolagsledningen	Större aktieägare	
Elin Eriksson	Styrelseordförande	2021	Ja	Ja	0
Markus Bjernvall	Styrelseledamot och Head of Platform	2007	Nej	Nej	2 666 497
Max Heger	Styrelseledamot	2021	Ja	Ja	58 370
Victoria Wang	Styrelseledamot	2021	Ja	Ja	0

\*Avser eget samt närstående fysiska och juridiska personers innehav.

### Elin Eriksson

Född 1981. Styrelseordförande sedan 2021.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom, Ekonomiprogrammet inriktning redovisning och revision vid Mälardalens Högskola. Senior Vice President, Head of Internal Audit Stora Enso, 2013–2017.

**Övriga nuvarande befattningar:** Senior Vice President Controlling & IT, Stora Enso Packaging Solutions. Styrelseledamot i Stora Enso Packaging BB (Ryssland) och Stora Enso Inpac Packaging Co Ltd (Kina). Styrelsesuppleant i Portliden AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Senior Vice President, Head of Internal Audit Stora Enso, 2013–2017. Styrelseledamot i Stora Enso Packaging AB, Stora Enso China Holdings AB, Box INC AB, Stora Enso Packaging Oy, Stora Enso Poland SA och Stora Enso Narew Spzoo.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Elin Eriksson innehar inga aktier.

### Markus Bjernvall

Född 1973. Styrelseledamot och Head of Platform sedan 2007.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet samt Master of Science in Finance från Suffolk University, Boston. Tidigare förvärsansvarig på Carema Vård och Omsorg AB samt associate inom corporate finance på SEB Enskilda Securities

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseledamot i Clickflow AB och Amveo AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelsesuppleant i Vinomondo AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Markus Bjernvall innehar 2 666 497 aktier.

**Max Heger**

Född 1975. Styrelseledamot sedan 2021.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm. Över tio års arbete inom startups och mångårig erfarenhet från värdepappersmarknaden. Tidigare bl.a. CFO och styrelseledamot i GodEl i Sverige AB, CFO för iZettle Group AB och VD för GodFond AB. Max är för närvarande rådgivare i Värdepappersbolaget Investerum AB och Investmentbolaget Molindo Energy AB.

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseledamot i GodFond i Sverige AB, Appjobs Sweden AB, Molindo Energy AB och Grain Power AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelseledamot i DPOrganizer AB och Active Trend Sverige AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Max Heger innehar 58 370 aktier direkt och via Futur Pension Försäkringsaktiebolag.

**Victoria Wang**

Född 1986. Styrelseledamot sedan 2021.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm och masterexamen i Biomedicin från Karolinska Institutet. COO, Camanio AB. Senior Manager i M&A Advisory, med fokus på TMT-sektorn på EY. Victoria Wang har också innehaft affärsutvecklings- och försäljningsuppdrag på EY.

**Övriga nuvarande befattningar:** Victoria Wang har inga övriga nuvarande befattningar.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Victoria Wang har inte haft några andra befattningar under de senaste fem åren.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Victoria Wang innehar inga aktier.

**Ledande befattningshavare**

Namn	Befattning	Anställd	Innehav*
Simon Gustafson	Verkställande direktör	2007	2 911 500
Markus Bjernvall	Styrelseledamot och Head of Platform	2007	2 666 497
Andreas Hagström	CFO	2017	2 000
Christian Longberg	CTO	2007	657 673
Dominika Skretowska	Group Operations Manager	2014	2 000
Anna Hjortaa	Head of Marketing and Communications	2017	2 000

\*Avser eget samt närstående fysiska och juridiska personers innehav.

**Simon Gustafson**

Född 1972. Verkställande direktör sedan 2007.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom från Handelshögskolan i Stockholm. Har tidigare bl.a. arbetat på SEB Enskilda Securities Corporate Finance och Catella Corporate Finance.

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseordförande i Agila Group AB. Styrelseledamot i Trippla AB och Amveo AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelseordförande i Agila Doctor AB och Agila Nurse AB. Styrelseledamot i FCP Fastigheter AB, Matrix Solutions AB, Need Insights AB, Vinomondo AB och Agila Social Care AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Simon Gustafson innehar 2 911 500 aktier.

**Markus Bjernvall**

Född 1973. Styrelseledamot och Head of Platform sedan 2007.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonom från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet samt Master of Science in Finance från Suffolk University, Boston. Tidigare förvärvsansvarig på Carema Vård och Omsorg AB samt associate inom corporate finance på SEB Enskilda Securities

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseledamot i Clickflow AB och Amveo AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelsesuppleant i Vinomondo AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Markus Bjernvall innehar 2 666 497 aktier.

**Andreas Hagström**

Född 1987. CFO sedan 2017.



**Utbildning/erfarenhet:** Ekonomie kandidatexamen från Högskolan i Gävle. Regionschef PE Accounting Sweden AB, Business controller Ekonomibolaget i Sverige AB.

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseledamot i Money Talks AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelsesuppleant i Techleaf AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Andreas Hagström innehar 2 000 aktier.

### Christian Longberg

Född 1972. CTO sedan 2007.



**Utbildning/erfarenhet:** Master of Science in Lightweight construction från Kungliga Tekniska Högskolan. Konsult, team leader och systemarkitekt, Avega AB 2003-2007.

**Övriga nuvarande befattningar:** Styrelseledamot i Sangilak AB och Söderbackens fiber ek. för. Styrelsesuppleant i Laserkliniken eraser AB.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Styrelseordförande i Sista versen 44021 AB.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Christian Longberg innehar 657 673 aktier.

### Dominika Skretowska

Född 1992. Group Operations Manager sedan 2014.



**Utbildning/erfarenhet:** Civilekonomexamen i Management Control från Uppsala universitet. Har tidigare arbetat på Getin Noble Bank S.A. och Idea Bank S.A.

**Övriga nuvarande befattningar:** Dominika Skretowska har inga andra nuvarande befattningar.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Dominika Skretowska har inte haft några andra befattningar under de senaste fem åren.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Dominika Skretowska innehar 2 000 aktier.

### Anna Hjortaas

Född 1994. Head of Marketing and Communications sedan 2019.



**Utbildning/erfarenhet:** Master of Science i Strategisk Marknadsföringsledning från Handelshögskolan BI, Oslo. Tidigare arbetat inom försäljning och marknadsföring på Läkare Utan Gränser och SATS.

**Övriga nuvarande befattningar:** Anna Hjortaas har inga andra nuvarande befattningar.

**Tidigare befattningar (senaste fem åren):** Anna Hjortaas har inte haft några andra befattningar under de senaste fem åren.

**Innehav i Bolaget (före Erbjudandet):** Anna Hjortaas innehar 2 000 aktier.

## Övriga upplysningar avseende styrelse och ledande befattningshavare

Inga styrelseledamöter eller ledande befattningshavare har några familjeband till några andra styrelseledamöter eller andra ledande befattningshavare.

Ingen av styrelseledamöterna eller de ledande befattningshavarna i Bolaget har under de senaste fem åren (i) dömts i bedrägerirelaterade mål, (ii) av reglerings- eller tillsynsmyndighet (inklusive erkända yrkessammanslutningar) bundits vid, eller varit föremål för påföljd på grund av brott, eller (iii) förbjudits av domstol att vara medlem av en emittents förvaltnings-, lednings- eller tillsynsorgan eller från att utöva ledande eller övergripande funktioner hos en emittent.

Ingen av styrelseledamöterna eller ledande befattningshavarna har varit inblandad i någon konkurs, tvångslikvidation eller konkursförvaltning i egenskap av medlem i förvaltnings-, lednings- eller tillsynsorgan eller annan ledande befattningshavare.

## Ersättningar och förmåner

### Ersättning till styrelsen

Enligt beslut av extra bolagsstämma den 16 september 2021 utgår arvode till styrelsen med sammanlagt 250 000 att fördelas med 120 000 till ordföranden och 65 000 vardera till styrelsens övriga ledamöter som inte är anställda av Bolaget. Bolaget har inte ingått avtal med någon styrelseledamot som ger denne rätt till förmåner efter det att uppdraget avslutats. Adtraction betalade inget styrelsearvode till styrelsens ledamöter under 2020.

### Ersättning till ledande befattningshavare

Ersättning till VD och ledande befattningshavare ska fastställas till marknadsmässiga nivåer och ska bestå av fast lön, eventuell rörlig lön, pension samt eventuella övriga förmåner. I tabellen nedan visas den ersättning som utgick till ledande befattningshavarna för räkenskapsåret 2020.

KSEK	Grundlön	Rörlig ersättning	Övriga förmåner <sup>1)</sup>	Pensionskostnader <sup>2)</sup>	Summa
Simon Gustafson, VD	930 000	0	4 770	120 000	1 054 770
Ledande befattningshavare <sup>3)</sup>	4 019 714	100 000	19 080	253 037	4 391 831
Summa	4 949 714	100 000	23 850	373 037	5 446 601

1) Omfattar friskvårdsbidrag, personlig hälsa, sjuk- och sjukvårdsförsäkring m.m.

2) Bolaget eller dess dotterbolag har inga avsatta eller upplupna belopp för pensioner eller liknande förmåner.

3) Antalet ledande befattningshavare uppgick till fem under 2020.

# Finansiell information och nyckeltal

I följande avsnitt presenteras historisk finansiell information för Koncernen avseende räkenskapsåren 2019, 2020 samt för perioden 1 januari – 30 september 2021 med jämförelsesiffror för motsvarande period 2020. Den konsoliderade finansiella informationen för 2019 och 2020 är hämtad från Adtraction AB:s reviderade årsredovisningar för respektive räkenskapsår, vilka har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd (BFNAR) 2012:1 (K3). I detta avsnitt inkluderas även konsoliderad finansiell information för perioden 1 januari – 30 september 2021 med jämförelsesiffror för motsvarande period 2020 vilka har hämtats från Koncernens delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2021. Delårsrapporten för perioden 1 januari – 30 september 2021 har översiktligt granskats av Bolagets revisor. Siffror för delårsperioderna har framtagits med samma principer som för helåren.

Koncernens nuvarande moderbolag, Adtraction Group AB, bildades den 8 februari 2021. Adtraction Group AB blev moderbolag i Koncernen i samband med att aktieägarna i det tidigare moderbolaget i Koncernen, Adtraction AB, tillsköt sina aktier i Adtraction AB till Adtraction Group AB genom ovillkorade aktieägartillskott. Adtraction Group AB är moderbolag i Koncernen från och med den 16 april 2021.

Den presenterade historiska finansiella informationen nedan ska läsas tillsammans med Adtraction AB:s reviderade årsredovisningar med tillhörande noter för räkenskapsåren 2019 och 2020, Adtraction Group AB:s reviderade finansiella rapport för perioden 8 februari – 30 april 2021 och Koncernens delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2021, vilka har införlivats i Prospektet genom hänvisning.

Prospektet innehåller vissa finansiella nyckeltal som inte har definierats enligt K3. Bolaget bedömer att dessa nyckeltal ger en bättre förståelse för Bolagets finansiella utveckling.

## Koncernens resultaträkning

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021	1 jan – 30 sep 2020	1 jan – 31 dec 2020	1 jan – 31 dec 2019
	Översiktligt granskad	Ej reviderad	Reviderad	Reviderad
Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
Övriga rörelseintäkter	736	471	1 380	660
<b>Totala intäkter</b>	<b>481 367</b>	<b>379 061</b>	<b>546 479</b>	<b>526 740</b>
Handelsvaror	-391 118	-314 675	-451 235	-430 889
Övriga externa kostnader	-17 133	-11 926	-15 572	-20 673
Personalkostnader	-48 842	-37 951	-53 008	-50 205
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-4 507	-59	-440	-99
Övriga rörelsekostnader	-447	-1314	-2 012	-35
<b>Rörelseresultat</b>	<b>19 319</b>	<b>13 136</b>	<b>24 212</b>	<b>24 839</b>
Resultat från andelar i koncernföretag	153	0	0	52
Övriga rörelseintäkter och liknande intäkter	16	38	41	356
Räntekostnader och liknande kostnader	-234	-36	-68	-61
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>19 254</b>	<b>13 138</b>	<b>24 185</b>	<b>25 186</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>19 254</b>	<b>13 138</b>	<b>24 185</b>	<b>25 186</b>
Skatt på periodens resultat	-4 904	-2 803	-5 384	-5 917
Uppskjuten skatt	183	0	0	32
<b>Nettoresultat</b>	<b>14 533</b>	<b>10 335</b>	<b>18 800</b>	<b>19 301</b>
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	14 120	9 909	17 790	18 547
Hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande	414	426	1 011	754



## Koncernens balansräkning

Belopp i KSEK	30 sep 2021 Översiktligt granskad	30 sep 2020 Ej reviderad	31 dec 2020 Reviderad	31 dec 2019 Reviderad
<b>TILLGÅNGAR</b>				
<b>Anläggningstillgångar</b>				
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>				
Inventarier	221	193	190	256
<b>Immateriella tillgångar</b>				
Immateriella tillgångar, kundrelationer	16 898	0		
Goodwill	24 930	0	20 277	0
<b>Finansiella anläggningstillgångar</b>				
Andra långfristiga fordringar	571	352	341	259
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>42 619</b>	<b>545</b>	<b>20 808</b>	<b>516</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Kundfordringar	42 340	31 474	40 394	39 828
Aktuella skattefordringar	2 395	26	34	32
Övriga kortfristiga fordringar	4 205	4 714	3 232	3 821
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	69 709	54 111	69 218	61 735
Kassa och bank	54 897	30 338	52 181	31 039
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>173 546</b>	<b>120 663</b>	<b>165 059</b>	<b>136 454</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>216 165</b>	<b>121 209</b>	<b>185 867</b>	<b>136 970</b>

## Koncernens balansräkning forts.

Belopp i KSEK	30 sep 2021 Översiktligt granskad	30 sep 2020 Ej reviderad	31 dec 2020 Reviderad	31 dec 2019 Reviderad
<b>EGET KAPITAL &amp; SKULDER</b>				
<b>Eget kapital</b>				
Aktiekapital	525	100	100	100
Övrigt tillskjutet kapital	24 975	104	104	104
Reserver	114	-59	-814	-133
Annat eget kapital inklusive årets resultat	35 779	24 868	32 827	28 192
<b>Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>61 393</b>	<b>25 012</b>	<b>32 217</b>	<b>28 263</b>
Innehav utan bestämmande inflytande	7 143	548	7 516	1 242
<b>Eget kapital hänförligt till minoritetsintresset</b>	<b>7 143</b>	<b>548</b>	<b>7 516</b>	<b>1 242</b>
<b>Summa eget kapital</b>	<b>68 537</b>	<b>25 561</b>	<b>39 733</b>	<b>29 505</b>
<b>Avsättningar</b>				
Avsättningar för uppskjuten skatt	3 563	82	82	86
Övriga avsättningar	4 231	0	4 231	0
<b>Summa avsättningar</b>	<b>7 795</b>	<b>82</b>	<b>4 314</b>	<b>86</b>
<b>Långfristiga skulder</b>				
Skulder till kreditinstitut	3 889	0	6 389	0
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>3 889</b>	<b>0</b>	<b>6 389</b>	<b>0</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
Förskott från kunder	2 506	2 194	1 712	2 276
Skulder till kreditinstitut	3 333	0	3 333	0
Leverantörsskulder	3 323	863	1 365	34 961
Aktuella skatteskulder	3 993	572	1 649	4 475
Övriga skulder	9 778	5 766	9 111	8 326
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	113 012	86 170	118 260	57 342
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>135 945</b>	<b>95 566</b>	<b>135 431</b>	<b>107 379</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>216 165</b>	<b>121 209</b>	<b>185 867</b>	<b>136 970</b>

## Koncernens kassaflödesanalys

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021 Översiktligt granskad	1 jan – 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2020 Reviderad	1 jan – 31 dec 2019 Reviderad
<b>Den löpande verksamheten</b>				
Rörelseresultat	19 319	13 136	24 212	24 839
Justering för poster som ingår i kassaflödet, mm	4 507	70	451	99
Räntor	-217	2	-27	295
Betald inkomstskatt	-6 008	-6 700	-8 672	-5 616
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapitalet</b>	<b>17 601</b>	<b>6 508</b>	<b>15 963</b>	<b>19 617</b>
Ökning (-)/minskning (+) långsiktiga fordringar	-230	-93	-82	-60
Ökning (-)/minskning (+) kundfordringar	-1 555	8 353	3 511	-8 842
Ökning (-)/minskning (+) övriga kortfristiga fordringar	1 392	6 731	-6 534	-8 636
Ökning (+)/minskning (-) leverantörsskulder	1 014	-34 097	-35 021	1 640
Ökning (+)/minskning (-) övriga kortfristiga skulder	-5 498	26 186	55 046	15 161
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>12 724</b>	<b>13 588</b>	<b>32 883</b>	<b>18 880</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>				
Förvärv av dotterbolag	3 613	-148	-6 970	0
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-115	-5	-20	-195
Försäljning av dotterbolag	153	0	0	53
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>3 650</b>	<b>-154</b>	<b>-6 991</b>	<b>-141</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>				
Nyemission	500	0	0	0
Utdelning till aktieägare	-11 884	-13 966	-13 966	-17 538
Upptagna lån	0	0	10 000	0
Amortering av skulder till kreditinstitut	-2 500	0	-278	0
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-13 884</b>	<b>-13 966</b>	<b>-4 244</b>	<b>-17 538</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>2 490</b>	<b>-531</b>	<b>21 648</b>	<b>1 200</b>
Likvida medel vid periodens början	52 181	31 039	31 039	29 876
Periodens kursdifferenser i likvida medel	226	-170	-506	-38
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>54 897</b>	<b>30 338</b>	<b>52 181</b>	<b>31 039</b>

## Koncernens nyckeltal

Prospektet innehåller vissa finansiella nyckeltal som inte har definierats enligt K3. Bolaget bedömer att dessa nyckeltal ger en bättre förståelse för Bolagets finansiella utveckling.

Nedanstående tabell visar Koncernens nyckeltal för räkenskapsåren, 2019 och 2020 samt för perioden 1 januari 2020 – 30 september 2020 och 1 januari 2021 – 30 september 2021. Koncernens nyckeltal har inte reviderats eller översiktligt granskats om inte särskilt anges.

### Utvalda nyckeltal definierat enligt K3

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Översiktligt granskad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Reviderad
Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
Kassaflöde från den löpande verksamheten	12 724	13 588	32 883	18 880

### Alternativa nyckeltal

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Ej reviderad
Nettoomsättningstillväxt, %	27,0	0,8	3,6	26,9
Bruttoresultat	84 920	60 107	88 495	90 869
Bruttomarginal, %	17,7	15,9	16,2	17,3
Tillväxt bruttoresultat, %	41,3	-9,0	-2,6	15,5
Bruttoresultat, e-handel	48 545	32 740	51 070	42 385
Tillväxt bruttoresultat, e-handel, %	48,3	12,6	20,5	31,4
Bruttoresultat, finans	33 337	27 367	37 425	48 484
Tillväxt bruttoresultat, finans, %	21,5	-26,0	-22,8	4,4
Bruttoresultat, övrigt	3 039	0	0	0
Justerad EBIT / Bruttoresultat, %	27,9	21,9	27,8	27,4
Justerad EBIT <sup>110</sup>	23 713	13 136	24 576	24 863
Justerad EBIT-marginal, %	4,9	3,5	4,5	4,7
Justerat nettoresultat <sup>111</sup>	18 744	10 335	19 164	19 325
Justerat nettoresultat-marginal, %	3,9	2,7	3,5	3,7
Justerat nettoresultat per aktie, SEK	1,84	1,03	1,92	1,93
Nettoskuld	-47 675	-30 338	-42 459	-31 039
Räntebärande skulder	7 222	0	9 722	0

110. EBIT justerat för förvärvade övervärden som skrivs av linjärt i enlighet med Bolagets redovisningsprinciper.

111. Nettoresultat justerat för förvärvade övervärden som skrivs av linjärt i enlighet med Bolagets redovisningsprinciper.

## Definitioner av alternativa nyckeltal

Nyckeltal	Definition	Motivering
<b>Nettoomsättningstillväxt, %</b>	Nettoomsättning i relation till föregående period,	Nyckeltalet visar hur mycket Koncernens nettoomsättning har vuxit under perioden, i relation till samma period föregående år.
<b>Bruttoresultat</b>	Nettoomsättning med avdrag för värdet av handelsvaror samt delar av personalkostnader.	Koncernen erhåller stora delar intäkter som enbart genomfaktureras, därav är bruttoresultatet ett väsentligt nyckeltal för Adtraction.
<b>Bruttomarginal, %</b>	Nyckeltalet beskriver Bolagets vinstmarginal efter kostnad sålda tjänster.	Nyckeltal som beskriver Adtractions marginal efter direkta kostnader.
<b>Tillväxt bruttoresultat, %</b>	Bruttoresultat i relation till föregående period.	Väsentligt nyckeltal som Adtraction anser beskriver Bolagets tillväxt på mest korrekt sätt.
<b>Bruttoresultat, e-handel</b>	Bruttoresultat hänförlig till affärsområdet e-handel.	Väsentligt nyckeltal som beskriver storleken på Adtractions affärsområde e-handel.
<b>Tillväxt bruttoresultat, e-handel, %</b>	Bruttoresultat inom affärsområdet e-handel i relation till föregående period.	Väsentligt nyckeltal som beskriver Bolagets tillväxt inom affärsområdet e-handel.
<b>Bruttoresultat, finans</b>	Bruttoresultat hänförlig till affärsområdet finans.	Väsentligt nyckeltal som beskriver storleken på Adtractions affärsområde finans.
<b>Tillväxt bruttoresultat, finans, %</b>	Bruttoresultat inom affärsområdet finans i relation till föregående period.	Väsentligt nyckeltal som beskriver Bolagets tillväxt inom affärsområdet finans.
<b>Bruttoresultat, övrigt</b>	Bruttoresultat ej hänförlig till Bolagets plattform.	Väsentligt nyckeltal som beskriver storleken på Adtractions bruttoresultat ej hänförlig till Bolagets plattform.
<b>Justerad EBIT / bruttoresultat, %</b>	Nyckeltalet visar Bolagets justerade EBIT i relation till bruttoresultatet.	Väsentligt nyckeltal som visar Bolagets förmåga att omvandla intäkter som inte genomfaktureras till vinst.
<b>Justerad EBIT</b>	Rörelseresultat med återlägg av förvärvade övervärden.	Nyckeltalet visar Bolagets rörelseresultat på ett jämförbart sätt med andra bolag på marknaden då nyckeltalet justerar för dom förvärvade övervärden som skrivs av linjärt inom K3 regelverket.
<b>Justerad EBIT-marginal, %</b>	Justerad EBIT i relation till nettoomsättningen.	Väsentligt nyckeltal som beskriver Bolagets jämförbara rörelsemarginal.
<b>Justerat nettoresultat</b>	Adtractions nettoresultat med återlägg för förvärvade övervärden.	Väsentligt nyckeltal som justerar Bolagets nettoresultat för de linjära goodwill- och kundrelationsavskrivningarna som visar ett jämförbart nettoresultat.
<b>Justerat nettoresultat, %</b>	Justerat nettoresultat i relation till nettoomsättningen.	Väsentligt nyckeltal som beskriver Bolagets jämförbara nettoresultat-marginal.
<b>Justerat nettoresultat per aktie, SEK</b>	Justerat nettoresultat i relation till genomsnittligt antalet aktier under perioden.	Väsentligt nyckeltal som beskriver Bolagets jämförbara nettovinst per aktie.
<b>Nettoskuld</b>	Räntebärande skulder minus likvidamedel.	Nyckeltalet visar Koncernens totala skuldsättning inräknat kassa och visar att Koncernen har större kassa än skulder.
<b>Räntebärande skulder</b>	Summan av samtliga räntebärande lån Adtraction har upptagit.	Nyckeltalet visar summan av Koncernens belåning.

**Härledning av alternativa nyckeltal****Bruttoresultat**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet bruttoresultat.

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Ej reviderad
Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
(-) Kostnad sålda tjänster	395 711	318 484	456 605	435 211
<b>Bruttoresultat</b>	<b>84 920</b>	<b>60 107</b>	<b>88 495</b>	<b>90 869</b>

**Bruttomarginal, %**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet bruttomarginal, %.

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Ej reviderad
Bruttoresultat	84 920	60 107	88 495	90 869
(-/-) Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
<b>Bruttomarginal, %</b>	<b>17,7</b>	<b>15,9</b>	<b>16,2</b>	<b>17,3</b>

**Justerad EBIT / Bruttoresultat, %**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet justerad EBIT / Bruttoresultat, %.

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Ej reviderad
Justerad EBIT	23 713	13 136	24 576	24 863
Bruttoresultat	84 920	60 107	88 495	90 869
<b>Justerad EBIT / Bruttoresultat, %</b>	<b>27,9</b>	<b>21,9</b>	<b>27,8</b>	<b>27,4</b>

**Justerad EBIT**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet justerad EBIT.

Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan - 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan - 31 dec 2019 Ej reviderad
Rörelseresultat	19 319	13 136	24 212	24 839
(+) Avskrivningar av förvärvade övervärden	4 394	0	364	24
<b>Justerad EBIT</b>	<b>23 713</b>	<b>13 136</b>	<b>24 576</b>	<b>24 863</b>

**Justerad EBIT-marginal, %**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet justerad EBIT-marginal, %.

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan – 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2019 Ej reviderad
Justerad EBIT	23 713	13 136	24 576	24 863
(-/-) Nettoomsättning	480 631	378 591	545 100	526 080
<b>Justerad EBIT-marginal, %</b>	<b>4,9</b>	<b>3,5</b>	<b>4,5</b>	<b>4,7</b>

**Justerat nettoresultat**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet justerat nettoresultat.

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan – 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2019 Ej reviderad
Nettoresultat	14 533	10 335	18 800	19 301
(+) Avskrivningar av förvärvade övervärden	4 394	0	364	24
(-) Uppskjuten skatt kopplad till förvärvade övervärden	183	0	0	0
<b>Justerat nettoresultat</b>	<b>18 744</b>	<b>10 335</b>	<b>19 164</b>	<b>19 325</b>

**Justerat nettoresultat per aktie, SEK**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet justerat resultat per aktie, SEK.

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan – 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2019 Ej reviderad
Justerat nettoresultat	18 744	10 335	19 164	19 325
(-/-) Genomsnittligt antal aktier under perioden, st	10 170 330	10 000 000	10 000 000	10 000 000
<b>Justerat nettoresultat per aktie, SEK</b>	<b>1,84</b>	<b>1,03</b>	<b>1,92</b>	<b>1,93</b>

**Nettoskuld**

Tabellen nedan visar Bolagets beräkning av nyckeltalet nettoskuld.

Belopp i KSEK	1 jan – 30 sep 2021 Ej reviderad	1 jan – 30 sep 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2020 Ej reviderad	1 jan – 31 dec 2019 Ej reviderad
Räntebärande skulder	7 222	0	9 722	0
(-) likvida medel	54 897	30 338	52 181	31 039
<b>Nettoskuld</b>	<b>-47 675</b>	<b>-30 338</b>	<b>-42 459</b>	<b>-31 039</b>

## Betydande förändring av Adtractions finansiella ställning

Inga betydande förändringar av Adtractions finansiella ställning har inträffat sedan den 30 september 2021.

## Utdelning och utdelningspolicy

### Utdelning senaste två räkenskapsåren

Utdelning lämnades för räkenskapsåret 2020 om 11 000 000 SEK. Utdelningen för räkenskapsåret 2020 uppgick till cirka 1,05 SEK per aktie baserat på antal utestående aktier per dagen för Prospektet. Utdelning lämnades för räkenskapsåret 2019 om 13 000 000 SEK. Utdelningen för räkenskapsåret uppgick till cirka 1,24 SEK per aktie baserat på antal utestående aktier per dagen för Prospektet.

### Utdelningspolicy

Bolaget avser primärt att återinvestera sitt löpande kassaflöde i framtida tillväxt. Bolagets styrelse har mot bakgrund av detta per dagen för Prospektet ej antagit en explicit utdelningspolicy. Styrelsen kommer årligen göra bedömningen huruvida det utöver återinvesteringarna finns utrymme att föreslå för stämman att besluta om utdelning.

## Proformaredovisning

Proformaredovisningen har tagits fram i illustrativt syfte för att presentera en hypotetisk översikt avseende hur Adtractions förvärv av Klara Lån Sverige AB ("Klara Lån"), Digital Advisor ApS ("Digital Advisor") samt resterande 25 procent av Adtractions norska dotterbolag Adtraction Marketing AS ("Adtraction Norge") (tillsammans "Förvärven") skulle ha påverkat Adtractions konsoliderade resultaträkning för perioden 1 januari 2021 – 30 september 2021. En balansräkningsproforma har upprättats med hänsyn till förvärven av Digital Advisor samt Adtraction Norge med utgångspunkt i att förvärven genomfördes den 30 september 2021. Klara Lån har exkluderats från balansräkningsproforma då förvärvet redan konsoliderats i Adtractions balansräkning per den 30 september 2021. Proformaredovisningen har inte avsikten att beskriva Adtractions verkliga finansiella ställning eller resultat. Proformaredovisningen behöver nödvändigtvis inte återspegla Bolagets faktiska resultat och finansiella ställning om förvärven hade genomförts vid ovan nämnda tidpunkter och proformaredovisningen bör inte ses som en indikation på Bolagets framtida resultat eller finansiella ställning. Följaktligen bör en investerare inte fästa otillbörligt stor vikt vid proformaredovisningen. Proformaredovisningen bör läsas tillsammans med information som finns i Adtractions respektive Förvärvens finansiella rapporter.

## Bakgrund

Den 30 juni 2021 ingick Adtraction Group AB ett överlåtelseavtal omfattande samtliga aktier i det svenska bolaget Klara Lån Sverige AB. Förvärvet tillträdde den 1 juli 2021 och sedan dess

har förvärvet konsoliderats i Adtractions resultaträkning och balansräkning som återfinns i Bolagets kvartalsrapportering för det tredje kvartalet 2021. Köpeskillingen erlades genom en apportemission till Klara Lån Sverige AB:s ägare om 500 000 aktier i Adtraction Group AB.

Klara Lån förmedlar låneansökningar baserat på API-integrationer med ett antal kreditinstitut. Tekniken som används liknar den som numera används av många Partners inom segmentet Tech. Adtraction ser stor potential inom detta område och bedömer att Klara Låns teknik kommer att bidra till att utveckla Bolagets erbjudande inom samarbeten mellan Annonssör och Partner baserat på API-integrationer. Klara Lån uppnår alltså samma grundläggande syfte som Adtraction; att förmedla konverterande trafik från Partners till Annonssörer (i detta fall långivare) och Annonssörerna betalar enbart för resultat (i normalfallet utbetalda lån). Förvärvet förväntas omedelbart bidra positivt till Adtractions lönsamhet och förväntas stärka Adtractions erbjudande till Annonssörer och Partners.

Förvärvet av Digital Advisor tillträdde den 12 oktober 2021, således har Digital Advisors resultat inte konsoliderats med Adtractions resultaträkning för de tre första kvartalen under 2021. Vidare har inte Digital Advisor konsoliderats per den 30 september 2021 i Adtraction Group AB:s balansräkning. Förvärvet av Digital Advisor finansierades dels med kontanta medel till ett värde om 12,5 MSEK, dels med ett lån till ett värde om 20 MSEK.

Digital Advisor grundades 2013, har 13 anställda och huvudkontor i Århus. Med kunder som Specsavers, Shaping New Tomorrow och Aarstiderne har Digital Advisor en stark position på den danska marknaden, framför allt inom e-handel. Bolagets omsättning uppgick under 2020 till cirka 55 miljoner kronor per år. Genom förvärvet får Digital Advisors kunder tillgång till Adtractions större plattform och internationella distribution. Adtraction bedömer att förvärvet av Digital Advisor stärker bolagets position på den danska marknaden och befäster Adtractions ställning som nordisk marknadsledare<sup>112</sup>. Genom att ansluta Digital Advisors annonsörer och partners till Adtraction plattform stärks Adtractions totala utbud, vilket förväntas gynna plattformens alla användare.

Den 19 november 2021 ingick Adtraction Group AB och BRNO AS ett överlåtelseavtal avseende BRNO AS minoritetsägande i Adtraction Norge. Minoritetsposten avser 25 procent av aktierna och rösterna i Adtraction Norge och efter transaktionen innehar Adtraction Group AB samtliga aktier i Adtraction Norge. Köpeskillingen erlades genom säljarrevers om 10 000 000 SEK. Lånet kommer kvittas mot 166 666 aktier i Adtraction Group AB i samband med att Bolaget genomför Erbjudandet. Kvittningen genomförs till ett pris om 60 SEK per aktie, motsvarande Erbjudandepriiset.

<sup>112</sup> Med marknadsledande avses att Adtraction, enligt sin egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners i Norden



Adtraction bedömer att Förvärven inte är av sådan omfattning att de aktualiserar skyldighet att upprätta proformaredovisning i Prospektet. Mot bakgrund av att Förvärven har en betydelse för Adtractions Group AB:s verksamhet har Bolaget valt att upprätta en proformaredovisning på frivillig basis. Revisorns rapport från granskningen av proformaredovisningen framgår på sidorna 70–72.

### Syftet med proformaredovisningen

Ändamålet med proformaredovisningen är att presentera den hypotetiska påverkan som Förvärven skulle kunna ha haft på Adtractions konsoliderade resultat- och balansräkning för de nio månader av räkenskapsåret 2021 som avslutades den 30 september 2021. Resultaträkningsproforma är således upprättad som om Förvärven hade tillträtts den 1 januari 2021. En balansräkningsproforma har upprättats då förvärvet av Digital Advisor inte har konsoliderats i Adtractions balansräkning per den 30 september 2021. Adtraction Norge är till fullo konsoliderat men transaktionen innebär justeringar i balansräkningen. Balansräkningsproforma har upprättats som om förvärven av Digital Advisor samt minoritetsintresset i Adtraction Norge hade tillträtts den 30 september 2021. Förvärvet av Klara Lån är per den 30 september 2021 till fullo konsoliderat i Adtractions balansräkning och inkluderas därmed inte i balansräkningsproforma.

### Grunder för proformaredovisningen

Proformaresultaträkningen baseras dels på Bolagets koncernresultaträkning för niomånadersperioden som avslutades 30 september 2021, hämtade från Bolagets delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2021, vilken har översiktligt granskats av Bolagets revisor, dels på ej reviderade resultaträkningar för perioden 1 januari – 30 september 2021 för Digital Advisor hämtade från bolagets interna redovisningssystem och dels på ej reviderade resultaträkningar för perioden 1 januari – 30 juni 2021 för Klara Lån hämtade från bolagets interna redovisningssystem. Då Adtraction tillträdde Klara Lån den 1 juli 2021 är Adtractions resultaträkning för perioden 1 juli – 30 september 2021 konsoliderad med Klara Låns resultaträkning under perioden 1 juli 2021 – 30 september 2021. Adtractions och Adtraction Norges resultaträkningar är konsoliderade under perioden 1 januari – 30 september, avvikelser mellan rapporterad redovisning samt proformaredovisning är att resultat hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande justeras till resultat hänförligt till modebolagets aktieägare under kolumnen "justeringar".

Proformabalansräkningen baseras dels på Bolagets koncernbalansräkning per den 30 september 2021, hämtade från Bolagets delårsrapport för perioden 1 januari – 31 september 2021, vilken har översiktligt granskats av Bolagets revisor, dels på ej reviderad balansräkning per den 30 september 2021 för Digital

Advisor hämtade från bolagets redovisningssystem. Adtractions och Adtraction Norges balansräkningar är konsoliderade per 30 september 2021. Avvikelsen mellan rapporterad redovisning samt proformaredovisning är de effekter som uppstår vid förvärv från innehavare utan bestämmande inflytande samt de effekter som sker när den skuld som uppstår vid förvärvet kvittas mot aktier i Bolaget i enlighet med villkoren i Erbjudandet. Då Adtraction Norge sedan tidigare är ett dotterbolag i koncernen har ingen ny förvärvsanalys upprättats.

I proformaredovisningen tillämpas årsredovisningslagen och Redovisningsnämndens allmänna råd BFNR 2012: 1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3) och de tillämpliga kriterierna som är grunden utifrån vilken styrelsen har sammanställt den finansiella proformainformationen är angivna i den delegerade förordningen (EU) 2019/980. För detaljerad information om redovisningsprinciperna hänvisas till Adtraction AB:s årsredovisning för räkenskapsåret 2020. Hänvisning görs till Adtraction AB:s årsredovisning då bildandet av Adtraction Group AB redovisningsmässigt skall ses som en koncernmässig omstrukturering där Adtraction Group AB-koncernens resultat- och balansräkningar ses som en fortsättning på dotterbolaget Adtraction AB:s redovisning. Klara Lån och Digital Advisor har upprättat sina årsredovisningar i enlighet med BFNR 2016:10 respektive bestämmelserna i den danska årsredovisningslagen för företag i redovisningsklass B. I samband med upprättandet av proformaredovisningen har inga väsentliga skillnader identifierats mellan Adtractions, Klara Låns och Digital Advisors redovisningsprinciper som skulle innebära att någon justering behöver genomföras. Adtraction Norge är sedan tidigare konsoliderat i koncernredovisningen varpå eventuella skillnader i redovisningsprinciper redan beaktats och anpassats till moderbolagets redovisningsprinciper.

Digital Advisor redovisar sin resultat- och balansräkning i danska kronor ("DKK"). Vid kalkyleringen av resultaträkningsproforma har Digital Advisors rapporterade DKK omvandlats till SEK genom att använda växelkursen 1,37 SEK per DKK. Växelkursen grundas i Svenska Riksbankens valutahistorik som visade att den genomsnittliga växelkursen mellan DKK och SEK uppgick till 1,37 SEK per DKK under perioden 1 januari 2021 – 30 september 2021. Vid kalkyleringen av balansräkningsproforma har Digital Advisors rapporterade DKK omvandlats till SEK genom att använda växelkursen 1,37 SEK per DKK som enligt Svenska Riksbanken var den genomsnittliga växelkursen den 30 september 2021.

### Finansiering av Förvärven

Förvärvet av Klara Lån finansierades i sin helhet genom en apportemission som registrerades vid Bolagsverket den 9 juli 2021. Köpeskillingen uppgick till 25 MSEK och finansierades med 500 000 aktier i Adtraction Group AB.

Förvärvet av Digital Advisor finansierades dels med kontanter från Bolaget motsvarande 12,5 MSEK, dels med ett banklån om 20 MSEK. Banklånet avser en långfristig skuld med en ränta om 3,3 procent per år, motsvarande en förväntad årlig räntekostnad under det första året om 660 KSEK. Den totala köpeskillingen förväntas uppgå till 32,3 MSEK och då förväntas likviditet om cirka 8,9 MSEK ingå i förvärvet.

Förvärvet av Adtraction Norge finansierades genom säljarrevers som kommer att kvittas mot aktier i Emissionen. Säljarreversen är utfärdad av BRNO AS, som ägs av Öivind Brunsell, VD för Adtraction Norge. BRNO AS kommer erhålla 166 666 aktier till ett pris om 60 SEK per aktie, motsvarande Erbjudandepriiset, till ett värde om cirka 10 MSEK.

### Förvärvsanalys avseende Klara Lån

I förvärvsanalysen för Klara Lån identifierades immateriella övervärden. De övervärden som identifierats avser kundrelationer om 17,8 MSEK med tillhörande uppskjuten skatt om -3,7 MSEK. Resterande övervärden om 7,8 MSEK har bedömts utgöras av goodwill. De tillkommande posterna av kundrelationer samt goodwill kommer, i enlighet med Adtractions redovisningsprinciper, skrivas av linjärt under den kommande fem årsperioden. Avskrivningarna av förvärvade övervärden hänförliga till Klara Lån förvärvet uppskattas till 2 563 KSEK under perioden 1 januari – 30 juni 2021. Den uppskjutna skatteskulden kommer upplösas i takt med att de underliggande tillgångarna skrivs av under en femårsperiod. Under perioden 1 januari – 30 juni 2021 uppskattas upplösningen till 366 KSEK.

(MSEK)	Summa	Härledning
Köpeskilling	25	Totalkostnad för Klara Lån-förvärvet
Förvärvade nettotillgångar	3,0	Förväntat eget kapital vid förvärvstillfället
Fördelade övervärden	17,8	I samband med förvärvet identifierades övervärden inom kundrelationerna
Uppskjuten skatt	-3,7	Uppskjuten skatt som är relaterade till kundrelationerna
Goodwill	7,8	De kvarvarande övervärdena bedöms som goodwill

Klara Lån hade under perioden 1 januari – 30 juni interna transaktioner med Adtraction AB. De interna transaktionerna genererade intäkter om 7 097 KSEK under perioden. Dessa transaktioner skapade kostnader om 880 KSEK för handelsvaror och 6 217 KSEK i kostnader som bokfördes under övriga externa kostnader. Dessa intäkter samt kostnader kommer att exkluderas från proformaresultaträkning.

### Preliminär förvärvsanalys avseende Digital Advisor

I den preliminära förvärvsanalysen för Digital Advisor uppgår de ej allokerade övervärdena till 22,1 MSEK. I proformabalansräkningen antas de ej fördelade övervärdena om 22,1 SEK utgöras av immateriella tillgångar. De förvävsrelaterade kostnaderna uppskattas till cirka 250 KSEK och kommer adderas till den förväntade köpeskillingen om 32,3 MSEK.

(MSEK)	Summa	Härledning
Köpeskillning	32,5	Förväntad kostnad för Digital Advisor inklusive likviditet samt förvärvskostnader om 250 KSEK
Förvärvade nettotillgångar	10,5	Förväntat eget kapital vid förvärvstillfället
Ej allokerade övervärden	22,1	

Den tillkommande posten av ej allokerade övervärden som antas bokföras som immateriella tillgångar kommer, i enlighet med Adtractions redovisningsprinciper, skrivas av linjärt under den kommande femårsperioden. Avskrivningar av de förvärvade övervärdena hänförliga till förvärvet av Digital Advisor förväntas under perioden 1 januari – 30 september 2021 uppgå till 3 313 KSEK.

### Proformaresultaträkning

Proformaresultaträkning Belopp i KSEK	1 jan - 30 sep Översiktligt granskad	1 jan - 30 juni Ej reviderad	1 jan - 30 sep Ej reviderad	1 jan - 30 sep	
	Adtraction	Klara Lån	Digital Advisor	Justeringar	Proforma
Nettoomsättning	480 631	11 102	39 843	-7 097 <sup>A</sup>	524 479
Övriga rörelseintäkter	736	0	0	0	736
<b>Totala intäkter</b>	<b>481 367</b>	<b>11 102</b>	<b>39 843</b>	<b>-7 097<sup>A</sup></b>	<b>525 215</b>
Handelsvaror	-391 118	-1	-29 230	880 <sup>B</sup>	-419 468
Övriga externa kostnader	-17 133	-8 047	-1 572	6 217 <sup>C</sup>	-20 535
Personalkostnader	-48 842	-586	-5 625	0	-55 053
Övriga rörelsekostnader	-447	0	-23	0	-470
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-113	0	-34	0	-148
Avskrivningar hänförliga till förvärvade övervärden	-4 394	0	0	-5 876 <sup>D</sup>	-10 270
<b>Rörelseresultat</b>	<b>19 319</b>	<b>2 469</b>	<b>3 360</b>	<b>5 876<sup>BCD</sup></b>	<b>19 272</b>
Övriga rörelseintäkter och liknande intäkter	169	0	28	0	196
Räntekostnader och liknande kostnader	-234	-2	-88	-495 <sup>E</sup>	-818
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>19 254</b>	<b>2 467</b>	<b>3 300</b>	<b>-6 371<sup>E</sup></b>	<b>18 650</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>19 254</b>	<b>2 467</b>	<b>3 300</b>	<b>-6 371</b>	<b>18 650</b>
Skatt på periodens resultat	-4 904	-508	-726	102 <sup>F</sup>	-6 036
Uppskjuten skatt	183	0	0	366 <sup>G</sup>	550
<b>Nettoresultat</b>	<b>14 533</b>	<b>1 959</b>	<b>2 574</b>	<b>-5 903<sup>FG</sup></b>	<b>13 164</b>
<b>Hänförligt till moderföretagets aktieägare</b>	<b>14 120</b>	<b>1 959</b>	<b>2 574</b>	<b>-5 299<sup>H</sup></b>	<b>13 353</b>
<b>Hänförligt till innehav utan bestämmande inflytande</b>	<b>414</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-604<sup>I</sup></b>	<b>-190</b>

### Proformajusteringar resultaträkning

- A. Koncernelimineringar för interntransaktioner mellan Adtraction och Klara Lån hänförliga till omsättning om 7 097 KSEK.
- B. Koncernelimineringar för interntransaktioner mellan Adtraction och Klara Lån hänförliga till kostnader för handelsvaror om 880 KSEK.
- C. Koncernelimineringar för interntransaktioner mellan Adtraction och Klara Lån hänförliga till övriga externa kostnader om 6 217 KSEK.
- D. Avskrivningar av förvärvade övervärden. Avskrivningar av förvärvade övervärden hänförliga till förvärvet av Klara Lån om 2 563 KSEK samt avskrivningar av förvärvade övervärden hänförliga till förvärvet av Digital Advisor om 3 313 KSEK.
- E. Räntekostnad om 495 KSEK hänförliga till det banklån som upptogs i samband med förvärvet av Digital Advisor. Lånet uppgår till 20 MSEK och räntan uppgår till 3,3 procent. Ränteavgiften för nio månader uppskattas till 495 KSEK.
- F. Skattelättnader hänförliga till ytterligare räntekostnader om 495 KSEK. Den totala skattelättnaden uppskattas till 102 KSEK.
- G. Förvärvet av Klara Lån medförde en uppskjuten skatteskuld som förväntas upplösas över en femårsperiod. Den totala upplösningen av den uppskjutna skatteskulden antas uppgå till 366 KSEK under perioden 1 januari – 30 juni 2021.
- H. Det nettoresultat som uppstått som konsekvens av justeringarna är hänförligt till majoritetsägarna. Ytterligare 604 KSEK tillfaller majoritetsägarna i samband med att Adtraction förvärvat minoritetsägandet i Adtraction Norge.
- I. Eliminering av minoritetsintresse i Adtraction Norge om 604 KSEK.

### Proformabalansräkning

Proformabalansräkning Belopp i KSEK	30 sep	30 sep	30 sep	
	Översiktligt granskad	Ej reviderad	Justeringar	Proforma
	Adtraction	Digital Advisor		
<b>TILLGÅNGAR</b>				
<b>Anläggningstillgångar</b>				
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>				
Inventarier	221	0	0	221
<i>Immateriella tillgångar</i>				
Kundrelationer	16 898	0	0	16 898
Goodwill	24 930	0	0	24 930
Ej allokerade övervärden	0	0	22 085 <sup>A</sup>	22 085
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				
Andra långfristiga fordringar	571	166	0	737
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>42 619</b>	<b>166</b>	<b>22 085<sup>A</sup></b>	<b>64 871</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Kundfordringar	42 340	8 614	0	50 954
Aktuella skattefordringar	2 395	0	0	2 395
Övriga kortfristiga fordringar	4 205	267	0	4 472
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	69 709	1 161	0	70 870
	<b>118 649</b>	<b>10 042</b>	<b>0</b>	<b>128 690</b>
<b>Kassa och bank</b>	<b>54 897</b>	<b>8 913</b>	<b>-12 544<sup>B</sup></b>	<b>51 266</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>173 546</b>	<b>18 954</b>	<b>-12 544<sup>B</sup></b>	<b>179 956</b>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>216 165</b>	<b>19 121</b>	<b>9 541<sup>AB</sup></b>	<b>244 827</b>

Proformabalansräkning forts. Belopp i KSEK	30 sep	30 sep	30 sep	
	Översiktligt granskad	Ej reviderad	Justeringar	Proforma
	Adtraction	Digital Advisor		
<b>EGET KAPITAL &amp; SKULDER</b>				
<i>Eget kapital</i>				
Aktiekapital	525	110	-110 <sup>C</sup>	525
Övrigt tillskjutet kapital	24 975	0	10 000 <sup>D</sup>	34 975
Reserver	114	0	0	114
Annat eget kapital inklusive årets resultat	35 779	10 350	-19 724 <sup>E</sup>	26 405
<b>Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>61 393</b>	<b>10 459</b>	<b>-9 833<sup>CDE</sup></b>	<b>62 019</b>
Innehav utan bestämmande inflytande	7 143	0	-626 <sup>F</sup>	6 517
<b>Eget kapital hänförligt till minoritetsintresset</b>	<b>7 143</b>	<b>0</b>	<b>-626<sup>F</sup></b>	<b>6 517</b>
<b>Summa eget kapital</b>	<b>68 537</b>	<b>10 459</b>	<b>-10 459</b>	<b>68 537</b>
<i>Avsättningar</i>				
Avsättningar för uppskjuten skatt	3 563	0	0	3 563
Övriga avsättningar	4 231	0	0	4 231
<b>Summa avsättningar</b>	<b>7 795</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7 795</b>
<i>Långfristiga skulder</i>				
Skulder till kreditinstitut	3 889	0	20 000 <sup>G</sup>	23 889
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>3 889</b>	<b>0</b>	<b>20 000<sup>G</sup></b>	<b>23 889</b>
<i>Kortfristiga skulder</i>				
Skulder till kreditinstitut	3 333	0	0	3 333
Förskott från kunder	2 506	0	0	2 506
Leverantörsskulder	3 323	114	0	3 437
Aktuella skatteskulder	3 993	162	0	4 154
Övriga skulder	9 778	1 753	0 <sup>H</sup>	11 531
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	113 012	6 633	0	119 645
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>135 945</b>	<b>8 662</b>	<b>0</b>	<b>144 606</b>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>216 165</b>	<b>19 121</b>	<b>9 541</b>	<b>244 827</b>

### Proformajusteringar balansräkning

- A.** Immateriella anläggningstillgångar som uppstår i samband med förvärvet av Digital Advisor. Totalt förväntas ej allokerade övervärden om 22 085 KSEK uppstå i samband med förvärvet.
- B.** Förvärvet av Digital Advisor förväntas finansieras med 12 544 KSEK som betalas med likvida medel.
- C.** Eliminering av aktiekapital om 110 KSEK i samband med förvärvet av Digital Advisor.
- D.** I samband med Erbjudandet tecknar BRNO AS aktier i Adtraction Group till ett värde om 10 000 KSEK genom kvittning av lånet som uppstod i samband med förvärvet av minoritetsägandet i Adtraction Norge.
- E.** Eliminering av annat eget kapital inklusive åretsresultat om 10 350 KSEK från förvärvet av Digital Advisor samt en minskning av eget kapital med 10 000 KSEK i samband med förvärvet av minoritetsägandet i Adtraction Norge. I samband med överlåtelseavtalet ökade posten med 626 KSEK som tidigare utgjorde innehav utan bestämmande inflytande andel av eget kapital.
- F.** Justering inom eget kapital mellan innehav utan bestämmande inflytande och annat eget kapital inklusive åretsresultat om 626 KSEK i samband med förvärv av minoritetsägandet i Adtraction Norge.
- G.** Långfristigt banklån har tagits för att finansiera förvärvet av Digital Advisor. Banklånets totala värde är 20 000 KSEK.
- H.** Uptagande av förvärvslån om 10 000 KSEK i samband med att överlåtelseavtal signerades avseende minoritetsägandet i Adtraction Norge. Lånet kvittas genom att BRNO AS, som ägs av Øivind Brunsell, tecknar aktier motsvarande 10 000 KSEK i Erbjudandet.



## Oberoende revisors bestyrkanderapport om sammanställning av finansiell proformainformation i ett prospekt

Till styrelsen i Adtraction Group AB, org.nr 559303-4753

### Rapport om sammanställning av finansiell proformainformation i ett prospekt

Vi har slutfört vårt bestyrkandeuppdrag att rapportera om styrelsens sammanställning av finansiell proformainformation för Adtraction Group AB ("bolaget"). Den finansiella proformainformationen består av proformabalansräkningen per 2021-09-30 och proformaresultaträkningen för perioden 1 januari till 30 september 2021 samt tillhörande noter som återfinns på sidorna 67-69 i det prospekt som är utfärdat av bolaget. De tillämpliga kriterierna som är grunden utifrån vilken styrelsen har sammanställt den finansiella proformainformationen är angivna i den delegerade förordningen (EU) 2019/980 och beskrivs på sidorna 64-67 i prospektet.

Den finansiella proformainformationen har sammanställts av styrelsen för att illustrera effekten av bolagets förvärv av av dotterföretaget Digital Advisor ApS, samt förvärv av resterande 25 procent av dotterföretaget Adtraction Marketing AS, som beskrivs på sidorna 64 - 67, på bolagets finansiella ställning per 2021-09-30 som om förvärven ägt rum 2021-09-30, samt för att illustrera effekten av bolagets förvärv av av dotterföretagen Digital Advisor ApS, Klara Lån AB samt förvärv av resterande 25 procent av dotterföretaget Adtraction Marketing AS som beskrivs på sidorna 64 - 67, på bolagets finansiella resultat för perioden 1 januari till 30 september 2021 som om förvärven hade ägt rum den 2021-01-01. Som del av processen har information om bolagets finansiella ställning och finansiella resultat hämtats av styrelsen från:

Som del av processen har information om bolagets finansiella ställning och finansiella resultat hämtats av styrelsen från bolagets finansiella rapporter för den period som slutade 2021-09-30, om vilka en rapport om en översiktlig granskning har publicerats.

Som del av processen har information om Digital Advisor ApS finansiella ställning och finansiella resultat hämtats av styrelsen från Digital Advisor ApS finansiella rapporter för den period som slutade 2021-09-30, om vilka ingen revisors rapport eller rapport om översiktlig granskning har publicerats.

Som del av processen har information om Klara Lån AB finansiella resultat hämtats av styrelsen från Klara Lån ABs finansiella rapporter för den period som slutade 2021-06-30, om vilka ingen revisors rapport eller rapport om översiktlig granskning har publicerats.

### Styrelsens ansvar för den finansiella proformainformationen

Styrelsen är ansvarig för sammanställningen av den finansiella proformainformationen i enlighet med kraven i den delegerade förordningen (EU) 2019/980.

### Vårt oberoende och vår kvalitetskontroll

Vi har följt krav på oberoende och andra yrkesetiska krav i Sverige, som bygger på grundläggande principer om hederlighet, objektivitet, professionell kompetens och vederbörlig omsorg, sekretess och professionellt uppträdande.



Revisionsföretaget tillämpar ISQC 1<sup>1</sup> (International Standard on Quality Control) och har därmed ett allsidigt system för kvalitetskontroll vilket innefattar dokumenterade riktlinjer och rutiner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesutövningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar.

### Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss huruvida den finansiella proformainformationen, i alla väsentliga avseenden, har sammanställts korrekt av styrelsen i enlighet med den delegerade förordningen (EU) 2019/980, på de angivna grunderna samt att dessa grunder överensstämmer med bolagets redovisningsprinciper.

Vi har utfört uppdraget enligt International Standard on Assurance Engagements ISAE 3420 "Bestyrkandeuppdrag att rapportera om sammanställning av finansiell proformainformation i ett prospekt", som har utfärdats av International Auditing and Assurance Standards Board. Standarden kräver att revisorn planerar och utför åtgärder i syfte att skaffa sig rimlig säkerhet om huruvida styrelsen har sammanställt, i alla väsentliga avseenden, den finansiella proformainformationen i enlighet med den delegerade förordningen.

För detta uppdrags syfte, är vi inte ansvariga för att uppdatera eller på nytt lämna rapporter eller lämna uttalanden om någon historisk information som har använts vid sammanställningen av den finansiella proformainformationen, inte heller har vi under uppdragets gång utfört någon revision eller översiktlig granskning av den finansiella information som har använts vid sammanställningen av den finansiella proformainformationen.

Syftet med finansiell proformainformation i ett prospekt är enbart att illustrera effekten av en betydelsefull händelse eller transaktion på bolagets ojusterade finansiella information som om händelsen hade inträffat eller transaktionen hade genomförts vid en tidigare tidpunkt som har valts i illustrativt syfte. Därmed kan vi inte bestyrka att det faktiska utfallet för händelserna eller transaktionerna per 2021-01-01 respektive 2021-09-30 hade blivit som den har presenterats.

Ett bestyrkandeuppdrag, där uttalandet lämnas med rimlig säkerhet, att rapportera om huruvida den finansiella proformainformationen har sammanställts, i alla väsentliga avseenden, med grund i de tillämpliga kriterierna, innefattar att utföra åtgärder för att bedöma om de tillämpliga kriterier som används av styrelsen i sammanställningen av den finansiella proformainformationen ger en rimlig grund för att presentera de betydande effekter som är direkt hänförliga till händelsen eller transaktionen, samt att inhämta tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis för att:

- Proformajusteringarna har sammanställts korrekt på de angivna grunderna.
- Den finansiella proformainformationen avspeglar den korrekta tillämpningen av dessa justeringar på den ojusterade finansiella informationen.

De angivna grunderna överensstämmer med bolagets redovisningsprinciper.

De valda åtgärderna beror på revisorns bedömning, med beaktande av hans eller hennes förståelse av karaktären på bolaget, händelsen eller transaktionen för vilken den finansiella proformainformationen har sammanställts, och andra relevanta uppdragsförhållanden.

Uppdraget innefattar även att utvärdera den övergripande presentationen av den finansiella proformainformationen.

<sup>1</sup> ISQC 1 Kvalitetskontroll för revisionsföretag som utför revisioner och översiktlig granskning av finansiella rapporter samt andra bestyrkandeuppdrag och närallgande tjänster.



Vi anser att de bevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för vårt uttalande.

### **Uttalande**

Enligt vår uppfattning har den finansiella proformainformationen sammanställts, i alla väsentliga avseenden, enligt de grunder som anges på s. 64 - 67 och dessa grunder överensstämmer med de redovisningsprinciper som tillämpas av bolaget.

Stockholm den 24 november 2021

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Henrik Boman', is written over the company name. The signature is fluid and extends to the right with a long horizontal stroke.

Henrik Boman  
Auktoriserad revisor



# Legala frågor, ägarförhållanden och kompletterande information

## Allmän information

Enligt Bolagets bolagsordning får aktiekapitalet inte understiga 500 000 SEK och inte överstiga 2 000 000 SEK och antalet aktier får inte understiga 10 000 000 och inte överstiga 40 000 000. Bolaget har endast emitterat ett aktieslag. När Bolaget bildades den 8 februari 2021 uppgick Bolagets aktiekapital till 25 000 SEK fördelat på 25 000 aktier och per den 30 september 2021 uppgick Bolagets aktiekapital till 525 000 SEK fördelat på 10 500 000 aktier. Per dagen för Prospektet uppgår Bolagets aktiekapital till 525 000 SEK fördelat på 10 500 000 aktier.

Emissionen kommer, vid fullteckning, medföra att aktiekapitalet i Bolaget uppgår till 587 500 SEK fördelat på 11 750 000 aktier.

Aktierna i Bolaget är denominerade i SEK och har emitterats i enlighet med svensk rätt. Varje aktie har ett kvotvärde om cirka 0,05 SEK. Samtliga aktier är fullt inbetalda och fritt överlåtbara.

## Ägarförhållanden

Nedan listas samtliga aktieägare med innehav överstigande fem procent av aktierna och röstetalet i Bolaget per den 30 september 2021 inklusive därefter kända förändringar fram till dagen för Prospektet. Bolaget är inte direkt eller indirekt kontrollerat av någon aktieägare. Bolaget har endast emitterat ett aktieslag.

Namn	Antal aktier och röster	Antal aktier och röster, %
Simon Gustafson	2 911 500	27,7
Markus Bjernvall	2 666 497	25,4
Jacob Notlöv (via LLJ Property AB)	2 372 600	22,6
Harald Bang-Melchior (via Bang-Melchior Holding AB)	663 993	6,3
Christian Longberg	657 673	6,3
Övriga aktieägare	1 227 737	11,7
<b>Totalt</b>	<b>10 500 000</b>	<b>100</b>

Per dagen för Prospektet finns ett aktieägaravtal mellan flera av Bolagets aktieägare. Detta aktieägaravtal upphör emellertid att gälla i samband med noteringen av Bolagets aktier på Nasdaq First North.

Utöver ovannämnda aktieägaravtal finns såvitt styrelsen känner till inte några aktieägaravtal eller andra överenskommelser som syftar till gemensamt inflytande över Bolaget. Såvitt styrelsen känner till finns inte heller några ytterligare överenskommelser eller motsvarande som kan komma att leda till att kontrollen över Bolaget förändras eller förhindras.

## Teckningsoptioner, konvertibler m.m.

Per dagen för Prospektet har Bolaget inga utestående teckningsoptioner, konvertibler eller liknande finansiella instrument som kan berättiga till teckning av nya aktier eller på annat sätt påverka aktiekapitalet i Bolaget.

## Väsentliga avtal

Nedan följer en sammanfattning av väsentliga avtal som Bolaget ingått under det senaste året (med undantag för avtal som ingåtts i den löpande affärsverksamheten).

### Avtal om förvärv av aktier Connects AG

Den 1 december 2020 ingick Adtraction ett avtal om att förvärva 75 000 av 100 000 aktier i Connects AG ("Connects") från aktieägarna i Connects. Köpeskillingen bestod av 1 575 000 CHF, samt 450 000 CHF, minus eventuella prisjusteringar enligt prisjusteringsbestämmelser i avtalet. Aktieöverlåtelseavtalet innehåller sedvanliga fundamentala garantier om säljarnas ägande- och dispositionsrätt avseende de förvärvade aktierna samt ytterligare sedvanliga garantier avseende bland annat redovisning, väsentliga avtal, skatt, tvister, regelefterlevnad, anställda och immateriella rättigheter. Adtraction och den andra kvarvarande aktieägaren i Connects har ingått ett aktieägaravtal som bland annat innehåller en option för Adtraction att förvärva samtliga 25 000 aktier i Connects som innehas av den andra aktieägaren. Aktieägaravtalet innehåller även en option för den andra aktieägaren att från och med den 1 december 2023 avyttra samtliga sina 25 000 aktier i Connects till Adtraction.

Genom förvärvet av affiliatenätverket Connects går Bolaget in på marknaden i Schweiz. Connects är det marknadsledande<sup>113</sup> affiliatenätverket i Schweiz och har huvudkontor i Baar i Canton Zug. Connects har kunder som Manor, Nettoshop, Coop Bau+Hobby och Weltbild. Adtraction bedömer att Connects har en marknadsandel på mer än 50 procent som växer kontinuerligt.

#### **Låneavtal med Svenska Enskilda Banken AB (publ)**

Den 8 oktober 2021 ingick Adtraction ett låneavtal med Svenska Enskilda Banken AB (publ). Kreditbeloppet uppgår till 20 000 000 SEK. Lånet löper över 12 månader med en amorteringsplan om 36 månader. Svenska Enskilda Banken AB (publ) gör en kreditprövning och fattar ett nytt kreditbeslut varje år. Lånet ska amorteras med 555 556 SEK per månad från och med den 30 november 2021 och löper med en ränta om 3,3 procent från och med 30 november 2021. Adtraction har åtagit sig att inte genomföra någon utdelning eller annan värdeöverföring som överstiger 2/3 av Bolagets nettovinst per räkenskapsår. Enligt avtalet får grundaren Simon Gustafsons direkta och/eller indirekta innehav inte understiga 18 procent och grundaren Markus Bjernvalls direkta och/eller indirekta innehav inte understiga 16 procent av antalet aktier och röster i Adtraction. Lånet upptogs i syfte att delfinansiera förvärvet av samtliga aktier i Digital Advisor.

#### **Avtal om förvärv av aktier Digital Advisor ApS**

Den 12 oktober 2021 ingick Adtraction ett avtal om att förvärva samtliga aktier i Digital Advisor ApS ("Digital Advisor") från aktieägarna i Digital Advisor. Köpeskillingen bestod av 16 920 000 DKK, justerat för nettokassa och normaliserat kassaflöde. Aktieöverlåtelseavtalet innehåller sedvanliga fundamentala garantier om säljarnas ägande- och dispositionsrätt avseende de förvärvade aktierna samt ytterligare sedvanliga garantier avseende bland annat redovisning, väsentliga avtal, skatt, tvister, regelefterlevnad, anställda och immateriella rättigheter.

Digital Advisor grundades 2013, har 13 anställda och huvudkontor i Århus. Med kunder som Specsavers, Shaping New Tomorrow och Aarstiderne har Digital Advisor en stark position på den danska marknaden, framför allt inom e-handel. Bolagets omsättning är cirka 55 MSEK per år. Genom förvärvet får Digital Advisors kunder tillgång till Adtractions betydligt större plattform och internationella distribution.

#### **Avtal om förvärv av aktier i Adtraction Marketing AS**

Den 19 november 2021 ingick Adtraction ett avtal om att förvärva 250 000 av 1 000 000 aktier i dotterbolaget Adtraction Marketing AS från minoritetsaktieägaren BRNO AS<sup>114</sup>. Köpeskillingen uppgick till 10 000 000 SEK och erlades genom säljarrevers. BRNO AS har åtagit sig att kvitta fordran enligt säljarreversen mot aktier i Emissionen. Aktieöverlåtelseavtalet

innehåller sedvanliga fundamentala garantier om säljarens ägande- och dispositionsrätt avseende de förvärvade aktierna.

#### **Myndighetsförfaranden, rättsliga förfaranden och skiljeförfaranden**

Bolaget är inte, och har inte heller varit, part i några myndighetsförfaranden, rättsliga förfaranden eller skiljeförfaranden (inklusive ännu icke avgjorda ärenden eller sådana som Bolaget är medvetna om kan uppkomma) under de senaste 12 månaderna som nyligen haft eller skulle kunna få betydande effekter på Bolagets finansiella ställning eller lönsamhet.

#### **Väsentliga transaktioner med närstående**

Nedan beskrivs samtliga väsentliga transaktioner med närstående under perioden från och med den 1 januari 2019 till och med dagen för Prospektet. Bolaget är av uppfattningen att samtliga transaktioner mellan Bolaget och närstående har genomförts på marknadsmässiga villkor. Utöver transaktionerna som beskrivs nedan har inga väsentliga transaktioner med närstående till Bolaget skett under perioden från och med den 1 januari 2019 till och med dagen för Prospektet.

#### **Transaktioner med Klara Lån Sverige AB**

Bolagets huvudaktieägare Simon Gustafson och Markus Bjernvall kontrollerade Klara Lån till och med den 30 juni 2021 då Klara Lån förvärvades av Adtraction. Under perioden från och med den 1 januari 2019 till och med dagen för Prospektet har Adtraction genomfört transaktioner om cirka 34,4 MSEK med Klara Lån-koncernen. Transaktionerna avser affiliate marknadsföring. Transaktionerna motsvarar 2,5 procent av Adtractions nettoomsättning under perioden från och med den 1 januari 2019 till och med den 30 juni 2021.

#### **Förvärv av samtliga aktier i Klara Lån Sverige AB**

Den 30 juni 2021 förvärvade Adtraction samtliga aktier i Klara Lån av bland annat Simon Gustafson och Markus Bjernvall. Köpeskillingen uppgick till 25 MSEK och bestod av 500 000 aktier i Adtraction.

#### **Intressekonflikter**

Det föreligger inga intressekonflikter eller potentiella intressekonflikter mellan styrelseledamöternas och ledande befattningshavarnas åtaganden gentemot Adtraction och deras privata intressen och/eller andra åtaganden (dock har flera styrelseledamöter och ledande befattningshavare vissa finansiella intressen i Adtraction till följd av deras direkta eller indirekta aktieinnehav i Bolaget). Ingen av styrelseledamöterna eller de ledande befattningshavarna har valts eller utsetts till följd av en särskild överenskommelse med större aktieägare, kunder, leverantörer eller andra parter.

<sup>113</sup>. Med marknadsledande avses att Connects, enligt sin egen bedömning, är ledande i både termer av nettoomsättning och antal förmedlade transaktioner inom marknadsföring via Partners i Schweiz.

<sup>114</sup>. BRNO AS kontrolleras till 100 procent av Övind Brunsell som idag är VD för Bolagets norska dotterbolag och tidigare minoritetsägare i Adtraction Marketing AS.

# Tillgängliga dokument

Bolagets (i) bolagsordning och (ii) registreringsbevis från Bolagsverket hålls tillgängliga för inspektion under kontorstid på Bolagets huvudkontor på Biblioteksgatan 29, 114 25 Stockholm. Dessa handlingar finns även tillgängliga i elektronisk form på Bolagets webbplats, [www.adtraction.com](http://www.adtraction.com).

**Adtraction Group AB**

Biblioteksgatan 29  
114 35 Stockholm  
Stockholms län

[www.adtraction.com](http://www.adtraction.com)



**ADTRACTION**