

AdTail AB (publ)

Delårsrapport januari – september 2009

AdTail skapar, driver och utvecklar vertikala annonsnätverk på Internet. Genom paketering av trafik från nischade sajter med kvalitativt innehåll hjälper vi Internet-annonsörer att nå hög och unik räckvidd inom en specifik intresse målgrupp.

Positiv utveckling efter investeringsfas

Sammanfattning av perioden

- Annonsmarknaden på Internet fortsätter att växa trots att totalmarknaden för medieinvesteringar har minskat.
- Investeringar har gjorts i att utveckla annonsnätverken samt att förstärka försäljningsorganisationen.
- Nettoomsättning, tkr 724,0
- Rörelseresultat, tkr -1 939,0
- Soliditet % 66,34
- Eget kapital per aktie, kr 0,1762

Sammanfattning av tredje kvartalet

- Rörelsens intäkter, tkr 45,8
- Resultat efter finansiella poster, tkr -920,0
- Resultat per aktie, kr -0,16

Viktiga händelser efter periodens utgång

- Flera ledande varumärkesbyggande annonsörer har kommit in som kunder i annonsnätverken.
- Stark tillväxt i orderingången; intill rapportdatum över 500 tkr.
- Ökat antal publicister och räckvidd i Gamers´ Network och SHE NETWORK.

VD:s kommentar

En viktig del i arbetet under perioden har varit att utveckla marknaden kring annonsformat som videoannonsering, interaktiva annonser (widgets) och "distribuerat content" (exempelvis webisodes och informercials). Vi ser att det är denna form av annonslösningar som marknaden letar efter. Den diskussion vi för med annonsörer kring detta resulterar i ett ökat antal offertförfrågningar som vi bedömer kommer att medföra ökade intäkter framöver.

Vi märker att annonsörerna i allt större utsträckning inser att Internet är en viktig kanal för att bygga varumärken. Vi har ett starkt stöd från annonsörerna och de värdesätter vår transparanta och kvalitativa annonsmiljö.

En tydlig signal från annonsörerna är behovet av att erhålla skräddarsydda kampanjer något som är svårt på enskilda sajter eller andra generella och blinda annonsnätverk. Det är tillfredställande att veta att vi för våra annonsörer lyckas skapa optimala annonskampanjer utifrån de behov som de har. Effekten för våra kunder är större uppmärksamhet till lägre kostnader.

Försäljningen under perioden är svagare än förväntat. Några samverkande faktorer är orsaken till detta. Framförallt har vi mycket målmedvetet satsat i verksamheten genom utveckling av våra annonsnätverk samt investerat i försäljningsorganisationen.

Med tillfredsställelse kan vi nu konstatera att utvecklingen av säljprocesser och organisationen gör att företaget står väl rustat inför 2010.

Stefan Forsberg

VD

Framtid

Internet kommer de närmsta åren stå för en omfattande tillväxt, inte minst vad gäller nya kreativa annonslösningar som exempelvis widgets och videoannonsering. Genom vår positionering i några av annonsmarknadens mest lukrativa annonssegment samt i samarbete med den globala marknadsledaren Adify står AdTail väl positionerat och rustat för den kommande konjunkturuppgången och annonstillväxten

Vi ser även att antalet nya marknadsplatser kontinuerligt dyker upp på Internet och att internetanvändarna hittar sina egna favoritsajter på nätet som ligger utanför de stora etablerade medieföretagen. Tidigare hade stora medieföretag, i egenskap av sina starka varumärken, monopol på annonsintäkter på Internet. Marknaden pekar nu på en annan utveckling. I takt med att människor hittar sina egna marknadsplatser på Internet så kommer annonsintäkterna följa efter deras förändrade surfbeteende. Annonsörernas behov av att nå en hög räckvidd mot en specifik engagerad och passionerad intresses målgrupp är något som är själva grunden i AdTails affärsidé. Annonsörerna vill i sin annonsering nå många potentiella köpare som är intresserade av den produkt de säljer. Här erbjuder AdTail med sina vertikala annonsnätverk en unik lösning. Publicister vill samarbeta med oss eftersom de får bättre betalt för sin trafik jämfört med "blinda" och generella annonsnätverk. AdTails affärsidé kring vertikala annonsnätverk faller väl ut hos både reklamköpare och publicister.

Verksamheten

AdTail har under perioden främst fokuserat på att stärka de vertikala annonsnätverken Gamers' Network och SHE NETWORK samt utveckla processerna kring annonsförsäljningen. Gamers' Network har under perioden växt till ca 390 000 besökare (webbläsare brutto). Annonsnätverket har sålts till marknadsledande spelföretag och där flera av dem har återkommit med sin

annonsering.

Gamers' Network har fått en god acceptans på marknaden. För att citera Kjetil Walseth, produktchef på Activision, ett av de globala ledande spelföretagen;

"Spelentusiaster är för oss viktiga att nå i vår annonsering och Internet är en av våra viktigaste annonskanaler. Vi har direktkontakt med ledande och stora "Gaming sajter" men vi har inte möjlighet att själva förhandla direkt med alla de spelsajter som finns på marknaden. Här fyller annonsnätverk som exempelvis "Gamers Network" en viktig funktion för oss".

Globala annonsörer som har annonserat i Gamers' Network har även påtalat sitt intresse för ett Nordiskt Gamers Network.

Under ledning av försäljningschefen Mille Jagenus har SHE NETWORK under perioden växt i storlek. Fokuseringen för nätverkets tillväxt har varit att kontinuerligt stärka de olika underkategorierna; SHE Fashion, SHE Family, SHE Food Lifestyle samt SHE Health Beauty. Målet har varit att utveckla kvalitén för respektive underkanal samtidigt som vi ökat nätverkets räckvidd i sin helhet. Vi kan redan nu konstatera att vi börjar närma oss vår vision att bli den största annonskanalen i Sverige för internetannonserer som vill nå kvinnor i sin Internetannonsering

Marknaden

Medieinvesteringarna minskade det tredje kvartalet med 13,8 % jämfört med samma period under 2008. Samtliga medier tappade förutom Internet som, trots rådande konjunktur, ökade med 4 %. Ökningen berodde främst på sökordsmarknadsföring och videoannonsering (källa IRM). Vår bedömning är att medieinvesteringar följer det allmänna konjunkturläget som visar på en positiv utveckling under 2010. Vi räknar även fortsatt med en starkare utveckling för internetannonseringen på bekostnad av andra medieinvesteringar.

Definitioner av nyckeltal

- **Avkastning på eget kapital.** Periodens resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader, i procent av genomsnittligt eget kapital.
- **Soliditet.** Eget kapital inklusive minoritet i procent av balansomslutningen.
- **Bruttomarginal.** Bruttoresultat, dvs. nettoomsättning minus kostnaden för handelsvaror, i procent av rörelsens intäkter.
- **Rörelsemarginal.** Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av rörelsens intäkter.
- **Eget kapital per aktie.** Eget kapital i relation till antal aktier i slutet av perioden.
- **Vinst per aktie.** Periodens resultat i relation till genomsnittligt antal aktier.

Redovisningsprinciper

AdTail redovisar i enlighet med IFRS.

Granskning

Denna delårsrapport är ej granskad av AdTails revisor.

Kommande informationstillfälle

- Bokslutskommuniké för 2009: 2010-02-16

Stockholm den 25 november 2009
Styrelsen för AdTail AB (publ)

Stefan Forsberg
Styrelseledamot/VD

Mats Johansson
Styrelseordförande

Anders Westerlund
Styrelseledamot

Org. nr 556754-8549
Barnhusgatan 16,
111 23 Stockholm
Telefon: 08-23 10 20
Fax: 08-773 22 33
www.adtail.se

Finansiell information

Sammandrag av Bolagets resultatutveckling

Årets nio första månader (2009-01-01-2009-09-30)

Rörelsens intäkter, tkr	725,5
Rörelseresultat, tkr	-1939,3
Rörelsemarginal, %	neg
Resultat efter finansiella poster, tkr	-1902,7
Periodens resultat, tkr	-1902,7
Resultat per aktie, kr	-0,33

Tredje kvartalet (2009-07-01-2009-09-30)

Rörelsens intäkter, tkr	45,8
Resultat efter finansiella poster, tkr	-920,0
Resultat per aktie, kr	-0,16

Data per aktie

Antal aktier vid periodens utgång	5750000
Genomsnittligt antal aktier under perioden	5750000
Resultat per aktie, kr	-0,33
Eget kapital per aktie, kr	0,1762

Nyckeltal

Avkastning på eget kapital, %	neg
Soliditet, %	66,34
Bruttomarginal, %	32,8
Rörelsemarginal, %	neg
Antalet anställda och konsulter vid periodens slut	5

Resultaträkning (tkr) 2009-09-30

Rörelsen intäkter	3 mån	9 mån
Nettoomsättning	45,8	724,3
Övriga intäkter	1,0	1,2
Summa rörelse intäkter	46,8	725,5
Rörelse kostnader		
Råvaror och förnödenheter	-230,2	-488,2
Övriga externa kostnader	-300,4	-1144,9
Personalkostnader	-456,9	-1022,8
Avskrivningar	-1,1	-2,8
Övriga rörelsekostnader	-1,8	-6,1
Rörelseresultat	-943,6	-1939,3
Finansnetto	23,6	36,6
Resultat efter finansnetto	-920,0	-1902,7
Skatt	0	0
Periodens resultat	-920,0	-1902,7

Balansräkning (tkr) 2009-09-30

Tillgångar	
Materiella anläggningstillgångar	31,7
Omsättningstillgångar	1494,8
Summa tillgångar	1526,5
Eget kapital och skulder	
Eget kapital	1012,7
Långfristiga skulder	0
Kortfristiga skulder	513,8
Summa eget kapital och skulder	1526,5
Ställda säkerheter	Inga
Ansvarsförbindelser	Inga

Eget kapital

	Aktiekapital	Nyemission	Överkursfond, balanserade vinstmedel & årets resultat	Totalt eget kapital
Belopp 2008-12-31	100,0	25,0	91,9	216,9
Omföring efter registrering	475,0	-25,0	2248,5	2698,5
Periodens resultat			-1902,7	-1902,7
Belopp 2009-09-30	575,0	0,0	437,7	1012,7

Kassaflödesanalys (tkr) 2009-09-30

Den löpande verksamheten	9 mån
Resultat efter finansiella poster	-1902,7
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m.	2,8
Betald inkomstskatt	0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-1899,9
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	
Minskning(+)/ökning(-) av kortfristiga fordringar	-1104,1
Minskning(-)/ökning(+) av kortfristiga skulder	374,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2629,7
Investeringsverksamheten	
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-34,6
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-34,6
Finansieringsverksamheten	
Nyemission	2698,5
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	2698,5
Periodens kassaflöde	34,2
Likvida medel periodens början	54,4
Likvida medel vid periodens slut	88,6