



# Nyttjande av teckningsoptioner av serie TO 1

Nyttjandeperiod

25 november – 16 december 2021

## VIKTIG INFORMATION

Denna teaser är en marknadsföringsbroschyr som har förberetts av Streamify AB ("Streamify" eller "Bolaget"), org. nr. 559127-1399, och utgör inte ett prospekt som har godkänts och registrerats av Finansinspektionen. Läsare ombedes att läsa det memorandum som publicerades av Streamify den 9 december 2020, i samband med att Bolaget genomförde en emission av units (aktier och vederlagsfria vidhängande teckningsoptioner), för en beskrivning av de risker som är kopplade till en investering i Bolaget.

LIVE

# Streamify – en utmanare inom live video shopping

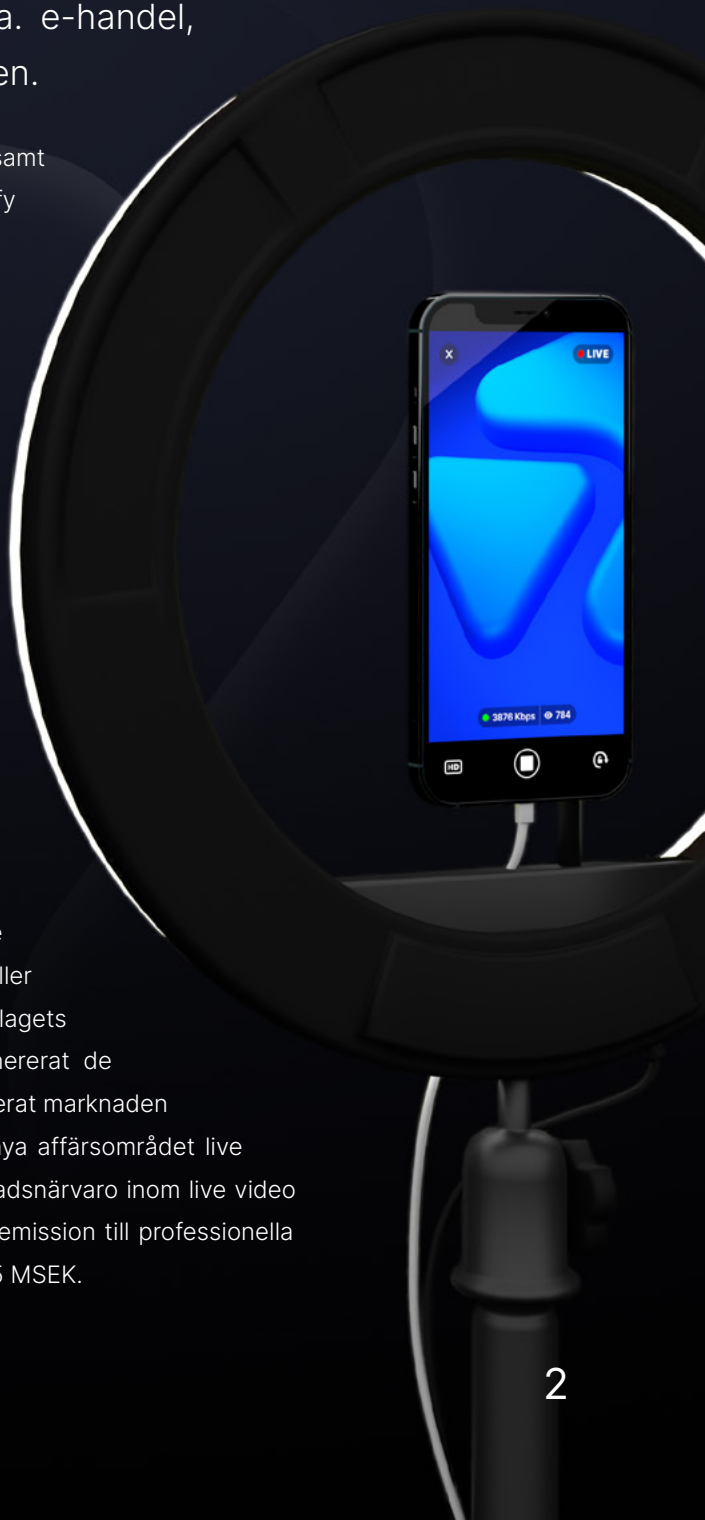
Streamify AB lanserade under 2019 en högkvalitativ online-baserad plattform för livestreaming inom bl.a. e-handel, nöjes-, musik-, sport- och utbildningsbranschen.

I syfte att finansiera Bolagets marknads- och försäljningsaktiviteter samt vidareutveckling av livestreamingtjänsten, genomförde Streamify vid årsskiftet 2020/2021 en emission av units inför notering på Spotlight Stock Market. Noteringsemissionen tecknades till cirka 539 procent.

**Bolaget genomför under 2021** en pivot med ökat fokus på det kraftigt växande segmentet live video shopping (även kallat live shopping). E-handelsföretag kan enkelt integrera Streamifys SaaS-tjänst med befintliga e-handelsplattformar för att erbjuda live video shopping på ett sömlöst och kostnadseffektivt sätt. Under Q4 2021 genomför Streamify en fullskalig lansering av sitt erbjudande inom live video shopping.

## Det här har hänt sedan IPO:n i januari 2021

Bolaget har sedan noteringen uppnått flera kritiska milstolpar och tekniska framgångar kopplat till etableringen av Bolagets produkt. Effekterna av Covid-19 har dock resulterat i att betydande delar inom sport och evenemang inte har kunnat genomföras eller genomförts under reducerade former. Med anledning av detta har Bolagets tjänster inom livestreaming för sport och event hittills inte genererat de intäkter som Bolaget planerat för. Under 2021 har Streamify utvärderat marknaden och beslutat att förädla affärsmodellen genom lansering av det nya affärsområdet live video shopping. För att kunna accelerera sin lansering och marknadsnärvaro inom live video shopping, genomförde Streamify under november 2021 en riktad emission till professionella och strategiska investerare, vilket tillförde Bolaget totalt cirka 10,25 MSEK.



# Det nya affärsområdet – framtidens e-handel

Live video shopping är en växande marknad som de senaste åren fått stort genomslag världen över. Fenomenet befinner sig alltså i en tidig fas i Europa och USA, men har de senaste fem åren haft disruptiv effekt på e-handeln i Kina. Idag används live video shopping av världens ledande varumärken inom en rad branscher, från mode till fastigheter. För varumärken blir live video shopping en värde drivare i form av ökad konverteringsgrad samt förbättrad varumärkesattraktion och differentiering. Kinesisk försäljning genom live video shopping har vuxit med en CAGR om cirka 280 procent mellan 2017-2020, till att nå drygt 171 miljarder dollar år 2020.<sup>1</sup> Redan år 2022 väntas den siffran uppgå till hela 423 miljarder dollar.<sup>2</sup> Om utvecklingen följer samma spår i övriga delen av världen, kan live video shopping beräknas stå för cirka 10-20 procent av all e-handel år 2026.<sup>3</sup> Med Streamifys fokus på ett brett segment av små och medelstora e-handlare gör Bolaget bedömningen att det föreligger stark potential för att kunna generera en god intäktstillväxt framöver.

**Redan idag kan Streamify erbjuda** en konkurrenskraftig automatiserad SaaS-lösning till ett pris som enligt styrelsens bedömning är attraktivt för små och medelstora aktörer i jämförelse med konkurrerande tjänster. Vidare kan aktörer som använder Streamifys tjänst för live video shopping välja mellan olika paket,

beroende på behov. Således görs bedömningen att samtliga e-handelsbolag i Sverige kan ses som potentiella användare av Streamifys plattform. Bruttomarginalen för Bolagets månatligt löpande prenumerationstjänster inom live video shopping bedöms vara mycket god.

**I linje med satsningarna** inom live video shopping har Streamify på kort tid ingått avtal med ett flertal etablerade svenska e-handelsföretag och varumärken, och ser fortsatt mycket goda förutsättningar att ta marknadsandelar från andra aktörer, samt växa med marknaden. Partneravtal har ingåtts med bl.a. Showroom, influencerplattformen Massfluence, IFK Göteborg, Marsblade, Care of Carl, Isbjörn of Sweden, och fastighetsbolaget Diös popup-koncept.

**Streamify vill sänka tröskeln** till live video shopping och ge fler e-handlare tillgång till en enkel och lönsam plattform. När konkurrenterna riktar in sig på de största kunderna öppnas ett fönster för Streamify att bli det bästa alternativet till den största målgruppen – små och medelstora e-handlare.

<sup>1</sup> McKinsey (2021) It's showtime! How live commerce is transforming the shopping experience.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Ibid.

## Målsättningar

Baserat på den starka efterfrågan som Bolaget upplever från marknaden och i pågående dialoger med potentiella kunder, har Streamify följande mål för de kommande tre verksamhetsåren.

**2021**

Att vid utgången av året nå 100 betalande kunder.

**2022**

Att nå en månatlig återkommande intäkt om 1 MSEK mot slutet av året med hundratals kunder.

**2023 – 2024**

Att fortsatt växa och nå ett fyrsiffrigt antal betalande kunder\*.

\* Bolagets definition av en betalande kund motsvarar en kund som erlagger 3 000 SEK per månad för Bolagets tjänster. En kund med ett abonnemang värt 30 000 SEK motsvarar således tio abonnenter.

# Investment highlights

Streamify genomför en verksamhetsmässig pivot med ambitionen att fylla marknadsvakuumet för små- och medelstora e-handlare inom det kraftigt växande e-handelssegmentet live video shopping.

## Skalbarhet och höga marginaler:

- Skalbar global plattform med >10 000 genomförda livesändningar.
- Enkel gör-det-självlösning med automatisk onboarding av kunder med attraktiv bruttomarginal.

## Stekhet marknad:

- Live video shopping är i USA och Europa alltså i en tidig fas – stor potential för Streamify att etablera sig på marknaden med ett konkurrenskraftigt erbjudande riktat till den stora massan e-handlare.
- Generation Z och millennials driver på utvecklingen – samtidigt växer live shopping starkt i alla åldersgrupper.
- Live video shopping hjälper e-handlare att differentiera sig, öka kundinteraktion samt förbättra konverteringsgrad så högt som 30% - upp till 10 gånger så hög konvertering jämfört med konventionell e-handel.<sup>4</sup>

## Tydliga konkurrensfördelar:

- Teknisk plattform etablerad, flera avtal har ingåtts, och Bolaget är redo att accelerera marknads- och försäljningsinsatser för att snabbt ta marknadsandelar i ett tidigt skede av marknadens framväxt.
- Konkurrenskraftigt erbjudande skapat för en bredare grupp e-handlare (små och medelstora kunder), i kraft av en lägre prisbild än flera konkurrenter och mer förutsägbara kostnader för kunden.
- Kort onboarding-process för e-handlare, till en låg kostnad jämfört med konkurrenter.

---

<sup>4</sup> McKinsey (2021) It's showtime! How live commerce is transforming the shopping experience.

## Emissionslikvidens användande

Det finns enligt Bolagets bedömning betydande tillväxtpotentialer och goda förutsättningar för Streamify att ta marknadsandelar från andra aktörer, samt växa med marknaden. Den riktade emissionen som genomfördes under hösten 2021 syftade till att accelerera lansering och marknadsnärvaro inom live video shopping, knyta nya partnerskap och etablera sig som ett konkurrenskraftigt alternativ på marknaden. Likviden från optionsinlösen, tillsammans med kapitalet från den riktade emissionen, är därför tänkt att finansiera försäljningsresurser och marknadsföringsaktiviteter kopplade till det nya affärsområdet, för att på så sätt etablera en kundbas som genererar återkommande intäktströmmar för Bolaget.

## Erbjudandet i sammandrag

**Nyttjandeperiod:** 25 november – 16 december 2021.

**Teckningskurs:** Varje teckningsoption av serie TO 1 ger innehavaren rätt att teckna en (1) ny aktie i Streamify till en kurs om 7,30 SEK per ny aktie.

**Emissionsvolym:** Antalet utestående teckningsoptioner av serie TO 1 uppgår till 1 384 800 stycken. Vid fullt nyttjande av teckningsoptioner av serie TO 1 tillförs Streamify cirka 10,1 MSEK före emissionskostnader. Sista dag för handel med teckningsoptioner är den 14 december 2021.

**Antal utestående aktier i Streamify:** 7 530 448 stycken.

**Värdering i aktuellt erbjudande (pre-money):** Cirka 55 MSEK.

VD Johan Klitkou kommenterar

# Stora framsteg för live video shopping

Det har snart gått ett helt år sedan Streamify noterades på Spotlight Stock Market. Noteringen föregicks av en mycket lyckad emission av units, vilket resulterade i en teckningsgrad om cirka 539 procent.

Det tillförda kapitalet om cirka 12,4 MSEK var huvudsakligen tänkt att finansiera försäljningsaktiviteter och vidareutveckling av vår livestreamingtjänst riktad mot sport och events, men till följd av pandemins effekter har vi under året utvärderat marknaden och beslutat att rikta vårt fokus mot den starkt växande e-handelstrenden live video shopping. Vi upplever ett tydligt intresse i våra många pågående dialoger och bedömer att våra satsningar inom segmentet ligger helt rätt i tiden. Därför har vi under hösten också genomfört en riktad nyemission i syfte att accelerera satsningen på live video shopping ytterligare.

Vi vill tidigt i denna växande e-handelstrend skapa förutsättningar för majoriteten av e-handlare att på ett okomplicerat sätt kunna använda sig av live video shopping. Detta åstadkommer vi på två sätt. Det ena är att vi skall tillhandahålla en enkel, men samtidigt kraftfull, gör-det-själv lösning för e-handlare globalt, där affärsmodell och teknik harmoniserar med e-handlarens vardag. Det andra är att integrera Streamify direkt med ledande e-handelsplattformar – något vi redan har åstadkommit tillsammans med aktörer som Google Merchant, Shopify och WooCommerce, där de två sistnämnda har 4,5 respektive 2 miljoner användare.

I linje med våra ökade satsningar inom live video shopping har vi under året ingått flera viktiga strategiska partneravtal, exempelvis med plattformen Showroom vars ambition är att bli ett Netflix för live video shopping. Showroom har redan idag flera starka varumärken som använder plattformen, vilket ger Streamify stor potential att nå nya marknader och kunder. Vi har även ingått avtal med Massfluencer med målet att erbjuda en värdeskapande och kraftfull paketlösning bestående av Streamifys tekniska lösning och Massfluencers förmåga att driva trafik och skapa varumärkeskännedom genom sin plattform. Massfluencer är en teknik- och datadriven plattform som hjälper företag att skala upp sin influencer marketing. Med över 90 miljoner influencers inom sin plattform kan företag matchas med rätt influencer givet företagets behov inom influencer marketing.

Genomförda integrationer med e-handelsplattformar och dessa strategiska partnerskap är viktiga steg i vår målsättning att erbjuda en global, enkel och lönsam plattform som sänker trösklarna och möjliggör för alla e-handlare, oavsett storlek, att dra nytta av fördelarna med live video shopping.

Trots att vi befinner oss i ett tidigt skede i satsningarna inom live video shopping, har vi redan ingått samarbetsavtal med ett flertal e-handelsföretag, däribland Tobe Outwear, Care of Carl, Elevenate, Organista, MWH Of Sweden, Isbjörn of Sweden och Marsblade. Ytterligare ett intressant partnerskap är vårt inledda samarbete med Diös koncept PickPackPost och PopUp Market. PickPackPost är en ny typ av paketombud med tillfälliga handelsytor genom PopUp Market, där målet är att göra köpupplevelsen både fysisk och digital, och det är där Streamify kommer in i bilden. Vi ser en stor marknadspotential för den här typen av lösningar runt om i världen, då det visar att även fysisk handel kan modernisera konsumentupplevelsen med hjälp av live video shopping. Jag vill även lyfta fram vårt avtal med IFK Göteborg, vilket återigen pekar på bredden i de aktörer som vill nyttja möjligheterna med live video shopping.

Det händer mycket för Streamify och framtiden ser väldigt spännande ut. Med en framgångsrik börsnotering och emission av units i bagaget, avser vi nu att accelerera våra satsningar inom live video shopping ytterligare. Därmed välkomnar jag dig att nyttja din teckningsoption av serie TO 1. Med likviden från optionsinlösen, tillsammans med kapitalet från den riktade nyemissionen, kommer Streamify att erhålla ett viktigt tillskott för att investera i försäljningsresurser och marknadsföringsaktiviteter, och på så sätt kunna etablera en kundbas som genererar återkommande intäkter. Vi avser också att stärka upp organisationen med fler duktiga medarbetare samt satsa på vidare teknisk utveckling, bland annat live video shopping-appar. Jag hoppas du vill följa med!



A handwritten signature in blue ink that reads "Johan". The signature is stylized and fluid.

Johan Klitkou,  
VD, Streamify AB



# Sammanfattande villkor för teckningsoptioner serie TO 1

Totalt finns det 1 384 800 utestående teckningsoptioner av serie TO 1. Innehavaren av teckningsoptioner av serie TO 1 har rätt att för varje teckningsoption teckna en (1) ny aktie i Streamify till ett pris om 7,30 SEK per aktie. Teckning med stöd av teckningsoptioner av serie TO 1 kan ske under perioden från och med den 25 november till och med den 16 december 2021. Teckning måste göras via bank. Detta måste göras genom samtidig kontant betalning senast kl. 17.00. Sista dag för handel med teckningsoptioner i serie TO 1 är den 14 december 2021.

## Så här nyttjar du dina teckningsoptioner av serie TO 1

### Du behöver agera före den 16 december 2021

Teckningsoptionerna av serie TO 1 handlas på Spotlight Stock Market fram till den 14 december 2021 men kan nyttjas fram till sista dagen i lösenperioden, den 16 december 2021. Därefter kommer teckningsoptionerna att förfalla. För att dina teckningsoptioner inte ska löpa ut måste du aktivt teckna aktier senast den 16 december 2021 eller sälja dina teckningsoptioner senast den 14 december 2021.

### Du kan ha dina teckningsoptioner registrerade på två sätt:

1. På en värdepappersdepå i en bank eller hos annan förvaltare (till exempel Avanza eller Nordnet), på ett investeringssparkonto (ISK) eller i en kapitalförsäkring (KF). Dina teckningsoptioner är då förvaltarregistrerade.
2. På ett VP-konto (ett VP-konto börjar med tre nollor). Dina teckningsoptioner är då direktregistrerade.

### Om dina teckningsoptioner är förvaltarregistrerade

Teckning och betalning av nya aktier, med stöd av teckningsoptioner, ska ske till respektive bank eller annan förvaltare där teckningsoptionerna är registrerade. Teckning och betalning ska ske enligt de instruktioner som tillhandahålls av varje sådan bank eller förvaltare. Vanligtvis skickar banken/förvaltaren ut en digital notis till kontoinnehavaren, i annat fall är det vanligtvis tillräckligt att logga in på värdepappersdepån från och med den första dagen i nyttjandeperioden för att på så sätt få instruktioner om hur man skall nyttja teckningsoptioner för att teckna nya aktier. Vänligen kontakta din bank eller förvaltare om du inte finner dessa instruktioner. Notera att banker och andra förvaltare kan sätta olika tidsgränser för teckning, därför rekommenderas att man kontaktar sin bank/ förvaltare tidigt under nyttjandeperioden för att erhålla information om teckning och betalning. Denna folder kommer skickas ut till de flesta förvaltarregistrerade optionsinnehavare. Tecknade och betalda aktier kan komma att registreras på er värdepappersdepå så som "interimsaktier" eller "IA" fram till dess att registrering av emissionen är genomförd hos Bolagsverket, varpå interimsaktier automatiskt omväxlas till ordinarie aktier i Streamify.

### Om dina teckningsoptioner är direktregistrerade

Ingen emissionsredovisning kommer att skickas ut. Teckning av nya aktier, med stöd av teckningsoptioner, ska ske genom att skicka in fullständigt ifylld anmälningsedel till Nordic Issuing. I samband med att anmälningsedel skickas in till Nordic Issuing ska betalning erläggas enligt betalningsinstruktioner på anmälningsedeln. Anmälningsedel och denna folder skickas ut till innehavare av teckningsoptioner registrerade på VP-konto. Anmälningsedel och folder hålls också tillgängliga på Streamifys ([www.streamify.io](http://www.streamify.io)), Nordic Issuings ([www.nordic-issuing.se](http://www.nordic-issuing.se)) och Sedermera Fondkommissionens ([www.sedermera.se](http://www.sedermera.se)) respektive hemsidor. Ifylld anmälningsedel samt betalning måste vara Nordic Issuing tillhanda senast klockan 17:00 CET den 16 december 2021. Tecknade och betalda aktier kommer registreras på ert VP-konto så som "interimsaktier" eller "IA" fram till dess att registrering av emissionen är genomförd hos Bolagsverket, varpå interimsaktier automatiskt omväxlas till ordinarie aktier i Streamify.

### Teckning på över 15 000 euro i tillämpliga fall

I händelse av att din teckning uppgår till eller överstiger 15 000 euro måste blanketter för penningtvätt fyllas i samtidigt som betalning sker och lämnas till Nordic Issuing enligt svensk lag (2017:630) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism. Observera att interimsaktier inte kan levereras trots att betalning har mottagits förrän penningtvättformuläret har godkänts av Nordic Issuing. Penningtväftsformulär finns tillgängliga hos Nordic Issuing.

## Viktiga datum



Vid frågor om Streamifys teckningsoptioner av serie TO 1, vänligen kontakta Sedermera Fondkommission eller Nordic Issuing.

#### Sedermera Fondkommission

**Telefon:** +46 (0)40-615 14 10

**E-post:** [cf@sedermera.se](mailto:cf@sedermera.se)

#### Nordic Issuing

**Telefon:** +46 (0)40-632 00 20

**E-post:** [info@nordic-issuing.se](mailto:info@nordic-issuing.se)