

LAST METER MARKETING®



INNEHÅLL

| | |
|---------------------------------------|----|
| Året i sammandrag | 3 |
| VD har ordet | 4 |
| Last Meter Marketing | 7 |
| Verksamhetsbeskrivning | 10 |
| Aktien, aktiekapital och ägarstruktur | 22 |
| Styrelse och ledning | 24 |
| Förvaltningsberättelse | 26 |
| Händelser under året | 32 |
| Händelser efter årets utgång | 42 |
| Räkenskaper | 44 |
| Noter | 50 |
| Revisionsberättelse | 67 |

KALENDARIUM

| | |
|-------------------|-------------|
| Rapport kvartal 1 | 11 maj 2015 |
| Rapport kvartal 2 | 27 aug 2015 |
| Rapport kvartal 3 | 25 nov 2015 |
| Bokslutskommuniké | 18 feb 2016 |

ÅRSSTÄMMA

Ordinarie årsstämma hålls måndagen den 11 maj 2015 kl 18.00 i bolagets lokaler, Höjdrodergatan 21 i Malmö. Styrelsen kommer att föreslå att ingen utdelning lämnas.

Det här gör ZetaDisplay!

ZetaDisplay är en ledande leverantör av Digital Signage till större kedjor inom detalj- och servicehandelsbranschen. Bolaget befinner sig i en expansiv fas.

1 VÅRT ERBJUDANDE

ZetaDisplay erbjuder en komplett medieplattform för Digital Signage som omfattar mjukvara, tjänster samt digitala system. I helhetslösningen ingår även analys, rådgivning och projektledning samt att svara för installation av digitala bildskärmar och kommunikationsutrustning på plats hos kund. Ytterst handlar vårt erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

2 VÅRA KUNDER

Våra kunder är i första hand större detalj- och servicehandelsföretag. Flera av kunderna finns på mer än en marknad och för att möta deras krav är ZetaDisplay verksam på flera marknader i Europa.

3 FÖRDELAR FÖR VÅRA KUNDER

- Ökad försäljning både av utvalda varor och totalt i butik genom att kunden stannar längre
- Ökad genomslagskraft för reklamkampanjer
- Digital Signage ger direkt mätbara effekter av exponeringen
- Förbättrad upplevelse för konsumenten genom intressant information och erbjudanden
- Ökad kontroll över kommunikationen i butikerna
- Möjlighet att skapa intäkter från försäljning av annonsutrymme till varumärkesinnehavare
- Möjlighet att förstärka butikens och kedjans profil och varumärke

4 VÅRA INTÄKTER

ZetaDisplay levererar en komplett medieplattform där helheten är värd mer än delarna. Våra intäkter genereras över tiden genom försäljning av en kombination av programvara & licenser, tjänster och digitala system inom ramen för en långsiktig relation med varje kund.

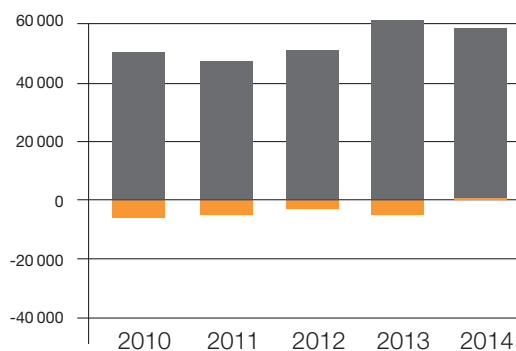
- Omsättningen uppgick till 58,5 (60,9) MSEK
- EBITDA uppgick till 0,5* (-5,0) MSEK
- Resultatet efter skatt uppgick till -3,7 (-8,6) MSEK
- Resultatet per aktie uppgick till -0,30 (-0,70) SEK
- Genomfört ett omfattande effektiviseringsprogram
- Avtal inom fast-food med ordervärde 20 MSEK
- Tecknar avtal med internationellt möbelvaruhus
- Styrelsen föreslår att ingen utdelning lämnas

VIKTIGA HÄNDELSER EFTER VERKSAMHETSÅRETS SLUT

- Tecknat avtal om förvärv av Marketmedia Oy i Finland
- Rikstäckande Digital Signage avtal med finska Alko

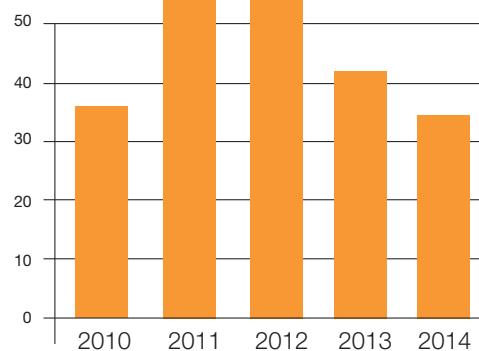
*) Exklusive förvärvskostnader på 0,8 MSEK

OMSÄTTNING OCH EBITDA, TSEK



■ OMSÄTTNING ■ EBITDA

SOLIDITET, %



DETTA ÄR DIGITAL SIGNAGE ZetaDisplay definierar Digital Signage som system för reklam, profilering och butikskommunikation som förmedlar ljud, bild och film i anslutning till butik och i offentlig miljö. Ett svenskt namn för Digital Signage är digital butikskommunikation. Lösningar baserade på digitala bildskärmar är en stor del av marknaden, men utvecklingen går mot att utnyttja fler digitala kanaler för att kommunicera kunderbjudanden och annan information. Det handlar om lösningar, som integreras med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Utvecklingen går också mot att integrera lösningar med butikskedjans kassasystem för automatisk prisuppdatering och automatiskt byte av budskap på de digitala bildskärmarna.



VD HAR ORDET

”Positivt EBITDA för helåret – Turn-around i Q4 med vinst”

- ZetaDisplay är experter på Last Meter Marketing – budskap som utlöser det slutliga köpbeslutet.
- Med hjälp av digitala displayer och digital kommunikation, hjälper vi våra kunder att kommunicera med konsumenterna i köpögonblicket.
- Och vi hjälper våra kunder att bygga starkare relationer med konsumenterna.
- Detta resulterar i ökad försäljning och bättre marginaler för våra kunder, och bättre tillgång till rätt produkter för konsumenterna.

Årets utveckling

Årets sista kvartal motsvarade våra högt uppsatta förväntningar och gav en god effekt på helåret. Efter att ha haft förskjutningar i ett antal kundprojekt så kom leveranserna igång på allvar. För helåret omsatte vi 58,5 (60,9) MSEK med ett positivt EBITDA-resultat på 0,5* (-5,0) MSEK. Den något lägre omsättningen får ses i ljuset av att vi under början av året påbörjade ett effektiviseringsprogram med målsättningen att sänka kostnaderna med drygt 8 MSEK på rullande 12 månader. Vi gjorde en turn-around sista kvartalet och omsatte 24,3 (16,8) MSEK med ett rörelseresultat på 3,2* (-2,0) MSEK och ett EBITDA-resultat på 4,1* (-1,2) MSEK.

Bruttomarginalen ökade till 59 (52) % vilket är resultatet av stigande andel tjänster av den totala omsättningen. Denna utveckling ger bolaget en långsiktig stabil intäktsström och skapar dessutom en djupare relation med kunderna. Trenden har pågått ett antal år och vi räknar med att den kommer att fortsätta. Under året ökade bland annat licensintäkterna med 15 %. Detta visar på att vi har ett skalbart och konkurrenskraftigt erbjudande.

Idag har vi över 100 större detaljhandel/serviceföretag till vilka vi dagligen levererar tjänster och digitala system. Dessa företag är fördelade på i huvudsak fem länder och de är verksamma i en rad olika branscher. Vår nuvarande kundbas ger oss fortsatta tillväxtpotentialer samtidigt som vårt beroende av ett specifikt land eller en enskild kund minskar. Vi har flera starka branschområden såsom dagligvaruhandel, bilhandel, restauranger, möbelvaruhus m.fl. ICA utgjorde under 2014 en mindre andel av den totala nyförsäljningen till förmån för andra aktörer i Sverige och internationellt.

Den goda tillströmningen av förfrågningar från nya kunder har fortsatt under året samtidigt som vi får fler och fler förfrågningar från kunder som redan påbörjat sin investering tillsammans med andra leverantörer. Nu vill dessa kunder ta nästa steg och

bredda sin satsning. Då söker man allt oftare efter andra leverantörer, som bättre kan stödja dem i sin relativt stora investering. Här kommer vi in som den långsiktiga och trygga totalleverantören, med erfarenhet och kompetens, och verksamhet i fler länder.

Införsäljningsprojekten är dock fortfarande långa och resurskrävande. Många i kundens organisation är involverade och det förlänger säljprocessen. Men samtidigt stärker det våra konkurrensfördelar ytterligare som en långsiktig och internationell totalleverantör.

Viktiga händelser

Under året tecknade ZetaDisplay Finland och fastfood kedjan Hesburger ett omfattande avtal avseende installation av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Målet är att digitalisera de 140 egenägda Hesburger-restaurangerna där man byter sin analoga kommunikation till att endast kommunicera med digitala displayer.

I slutet av året tecknade bolaget ett samarbetsavtal med ett av världens främsta möbelvaruhus avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kunden är ett ledande möbelvaruhus med verksamhet i många länder. ZetaDisplay levererar den tekniska plattformen med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support. Första installationerna omfattar kedjans alla varuhus i Finland.

Cycleurope påbörjade under året en satsning på Digital Signage hos sina återförsäljare i Sverige. Man vill på detta sätt stärka sitt varumärke och öka sin kommunikation med konsumenterna. Konceptet ger dem möjlighet till en global kontroll och styrning av de budskap som visas i butikerna. Cycleurope är en ledande svensk företagskoncern med en rad kända cykelmärken såsom Crescent och Monark och ingår som en del i Grimaldi Industri AB. Cycleurope har verksamhet i över 50 länder med huvudfokus på Europa.

Utsikter 2015

Det har varit viktigt för oss att se över mixen av vår kundbas så att vi kan öka vår intjäningsförmåga. Detta har vi lyckats med genom att under 2014 sänka våra kostnader samtidigt som vi ökat vår bruttomarginal.

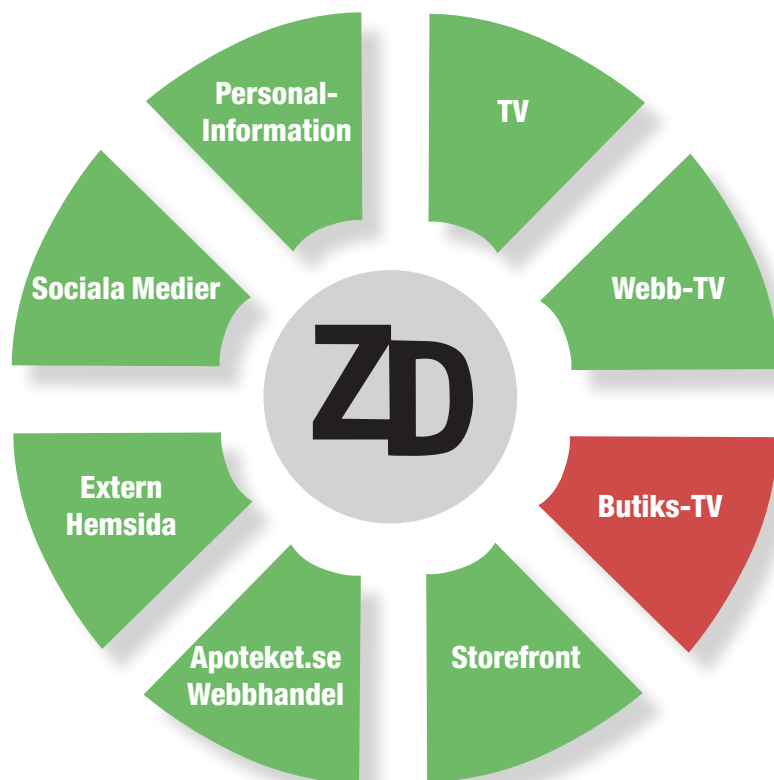
Under början av 2015 har vi förvärvat Marketmedia som är Finlands största och ledande leverantör av Digital Signage med många år i branschen. Genom förvärvet av Marketmedia skapar ZetaDisplay en koncern som pro-forma omsatte ca 90,5 MSEK under 2014 med ett positivt EBITDA-resultat på ca 4,2* MSEK. Marketmedia har en stark position inom detaljhandel samt en ledande position inom spelmarknaden där bolaget har gjort omfattande installationer till Veikkaus (Finska Spel). Tillsammans med ZetaDisplays befintliga verksamhet i Finland kommer den sammanslagna verksamheten att ha en ledande ställning med en mycket stark kundbas. Med Marketmedias starka ställning inom spelmarknaden breddar vi också vårt erbjudande inom en ny bransch vilken vi kommer att erbjuda till andra kunder på fler marknader i Europa.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till högre marginaler och även lönsamhet.

Jag vill tacka våra kunder som ger ZetaDisplay förtroendet att vara er partner. Kundens krav på ZetaDisplay är grunden för bolagets utveckling. Jag vill också rikta ett stort tack till alla medarbetare, aktieägare, styrelsemedlemmar och andra som bidrar till företagets utveckling och lovande framtid.

*) exklusive förvärvskostnader på 0,8 MSEK

Leif Liljebrunn
KONCERNCHEF OCH VD



Multi-Channel-Communication

En stor del av marknaden för Last Meter Marketing utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler parallellt. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor.

Vi har under lång tid utvecklat erfarenhet kring konceptutveckling för detaljhandeln i en rad länder och olika branscher, men även i att ta fram den kommunikativa profilen och kreativa innehållsproduktionen för kunden. Genom att kontinuerligt utöka funktionaliteten i bolagets applikationer stärker och breddar vi vårt erbjudande.

Med årets satsning på Android som kompletterande operativsystem kommer ZetaDisplay och dess kunder att ha en mycket stor flexibilitet och valfrihet för att bygga moderna kommunikationskanaler mot sina konsumenter. Med Android som bas får ZetaDisplay helt nya möjligheter att erbjuda smartare lösningar inom interaktivitet och Multi-Channel-Communication, som tar bolaget och dess kunder till nya höjder.



Vi tror på butiken!

Insikten om att konsumenten fattar sina köpbeslut på väg fram till butikshyllan bildar grunden för ZetaDisplays erbjudande. Vi kallar det Last Meter Marketing.

HANDELN HAR I ALLA TIDER använt sig av skyltar, skyltställ och andra säljhjälpmiddel i butiken. Men med digitala bildskärmar och andra nya kanaler kan vi skapa en helt ny interaktivitet med kunden just där han eller hon är som mest mottaglig, i butiken. Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten!

En stor del av marknaden för digital butikskommunikation utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor. Utvecklingen går också mot integration med butikskedjans Back Office system för automatisk prisuppdatering och byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

Följa med kunden in i butik

Varumärkesleverantörerna har idag svårt att få ut sina budskap om bland annat nyheter. Det gäller både för kedjans egna produkter och de externa varumärkesleverantörernas erbjudanden. De försvinner bland all annan skyltning i butiken.

De största investeringarna görs utanför butik trots att beslutet om vilken produkt kunden skall köpa sker i butiken. För att uppnå maximal effekt av marknadsbudgeten blir det därför viktigare att kommunicera med kunden i samband med köptillfället.

I framtiden kommer butikerna att ha fler bildskärmar där man följer kunden från parkeringsplatsen, in i butiken och via mindre bildskärmar ända

fram till hyllorna med den aktuella varan. Många varumärkesleverantörer väntas vara med och driva denna utveckling för att dra nytta av möjligheten att anpassa budskapen till kunderna utifrån den miljö kunden befinner sig i just då budskapet når fram och kunden är mottaglig för påverkan, det vill säga i butiken. Det är detta som är den helt överskuggande fördelen med Last Meter Marketing!

Snabbt att ändra

Denna typ av utvecklad digital butikskommunikation erbjuder många fördelar. Det går snabbt att ändra kunderbidandena för att återspegla tillgängligheten på olika varor, tiden på dygnet eller väderleken. Och det går att skapa en mix av inspiration och information som inte bara riktar uppmärksamheten mot en specifik produkt, utan också får kunderna att stanna längre i butiken.

Den digitala butikskommunikationen kan också förstärkas genom integration med andra kanaler för förmedlandet av aktuella erbjudanden och annan information till kundernas mobiltelefoner. Det handlar också om integration med andra digitala system i butikerna såsom affärssystem, digitala streckkoder, kösystem och så vidare.

Kommunikation i flera kanaler

Helhetslösningar för Last Meter Marketing med integration med andra digitala kanaler adresserar också den stora utmaning för handeln som ligger i konsumenternas förändrade köpvanor och sätt att söka information. Ett slående exempel är e-handeln



som exempelvis ökade med hela 16 procent i Sverige under 2014, vilket innebär en total omsättning för e-handeln på 42,9 miljarder kronor i landet.

Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Lägg därtill att kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen.

Men detta kommer knappast att leda till att butikerna försvinner. Tvärtom visar erfarenheten att de konsumenter som handlar i flera kanaler är mer lojala och handlar för större belopp än andra. Dessutom redovisar de detaljhandelsaktörer som också erbjuder kunden e-handel ökad total försäljning.

Vad som kan väntas är i stället att vinnarna inom handeln blir de som lyckas kombinera sätten att sälja i båda kanalerna och samtidigt kan skapa en enhetlig upplevelse för konsumenterna, oavsett kanal. Det innebär att gränsen mellan e-handel och butik kommer att flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. Både de enskilda butikerna och kedjorna behöver lära sig att kommunicera med kunderna i flera kanaler parallellt och dessutom ge kunderna en enhetlig bild av kedjan, oavsett var man möter dem. Detta är det andra viktiga begreppet i ZetaDisplays erbjudande till handeln nu och framöver: Multi Channel Communication.

Multi Channel Communication

För oss på ZetaDisplay är det viktiga ordet i sammanhanget ”Communication”, kommunikationen med kunden, inte tekniken i sig. Vi vill på olika sätt underlätta för våra kunder att kommunicera med konsumenten i många kanaler och hitta den rätta mixen eller modellen för dem att på ett så framgångsrikt sätt som möjligt kunna följa det förändrade köpbeteendet.

Vi har stor erfarenhet av att ta fram lösningar för digital multikanalkommunikation för detaljhandeln i en rad olika länder och av att installera koncept samt hjälpa kunderna att ta fram innehåll för kommunikation i och utanför butik.

Våra koncept fungerar i en lång rad branscher, alltifrån försäljning av livsmedel och drycker till resor, fastigheter och mycket mera. För att möta våra kunders skiftande behov och kraven i olika branscher erbjuder vi komplett stöd inom följande fyra områden:

ZetaSolutions

■ Kommunikationen och tekniken kan anpassas till behoven hos olika slags användare. Man kan välja att direkt ta full kontroll över alla delar av sin kommunikation eller börja med en enklare lösning som utökas i takt med att resultaten ökar. Den digitala tekniken kan också användas för att kommunicera med de egna medarbetarna och hålla dem uppdaterade om aktuella kampanjer och annat nytt.

ZetaStudio

■ Vi erbjuder kompletta lösningar som omfattar allt ifrån behovsanalys till systemuppbyggnad och löpande drift på det sätt och i den omfattning som passar varje kund bäst. Vi är också med och vägleder kunden hur den digitala kommunikationen skall skötas, hur man designar sin butik med digital kommunikation, och hur han tar fram ett effektivt innehåll som ger resultat.

ZetaPlattform

■ Vår plattform, som är en av marknadens mest avancerade och byggd för framtidssäkrad investering, omfattar digitala bildskärmar, mediaspelare och all den mjukvara med drift i molnet som bildar basen för den valda lösningen. Det är upp till kunden att välja nivå och mängd på de tjänster som de väljer att få levererat. Plattformen är en standardlösning som mycket enkelt kan tas i bruk av den enkla användaren, upp till den multinationella kunden med hög grad av funktionalitet och trygghet i leveransen.

ZetaKnowledge

■ Kunskap om var och hur budskap bör presenteras för att ge största möjliga effekt. Denna kunskap bygger på mer än 10 års erfarenhet och nära samarbete med ledande branscheexperter.

Mätbara resultat

ZetaDisplay genomför återkommande tester och utvärderingar av olika lösningar tillsammans med såväl forskare som våra kunder, vilka kan påvisa märkbart ökad försäljning och nöjdare konsumenter i en mycket lång rad av fall.



”Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten.”



En stor detaljhandelskedja rapporterar således efter omfattande tester att man har nått en generell försäljningsökning i sina butiker på 8-10 % och en ökad kundnöjdhet till följd av vår Last Meter Marketing-lösning. Kunderna uppskattar vad de ser och är även mer uppmärksamma på skärmarna och budskapen nästa gång de kommer in affären.

I kundundersökningar berättar kunderna att de inte uppfattar kommunikationen som reklam utan som just relevant kommunikation, erbjudanden, information och tips och råd som de gärna tar till sig.

Butiken som marknadsplats

Vi älskar den fysiska butiken och tror på dess framtid. Även om butikens roll kommer att vara annorlunda så

kommer den vara den viktigaste faktorn för framgång i detaljhandeln. Handels utvecklingsråd skriver i sin rapport ”Butiken som marknadsplats”.

Kunskap om butiken, konsumenten och butikens personal, har blivit allt viktigare, både med avseende på konsumenternas beteende och attityder, men även beträffande personalens kompetens och arbetsmiljö. För handeln är det därför angeläget att mer utförligt och sammanhängande studera butiken som marknadsplats. Den fundamentala mötesarena där konsumenterna interagerar med varorna, personalen, varumärkena, etcetera – hela näringsens dynamiska kärna.

Digital Signage är en ny bransch och ZetaDisplay vill bli den ledande och drivande helhetsleverantören på marknaden.

Affärsidé, vision och mål

Affärsidé

ZetaDisplays affärsidé är att som helhetsleverantör tillhandahålla programvara och tjänster för Digital Signage som skall skapa ökad försäljning för detalj- och servicehandeln samt positiva upplevelser för dess kunder.

Vision

ZetaDisplays vision är att genom Bolagets erbjudande skapa långsiktigt värde för kunden.

Övergripande mål

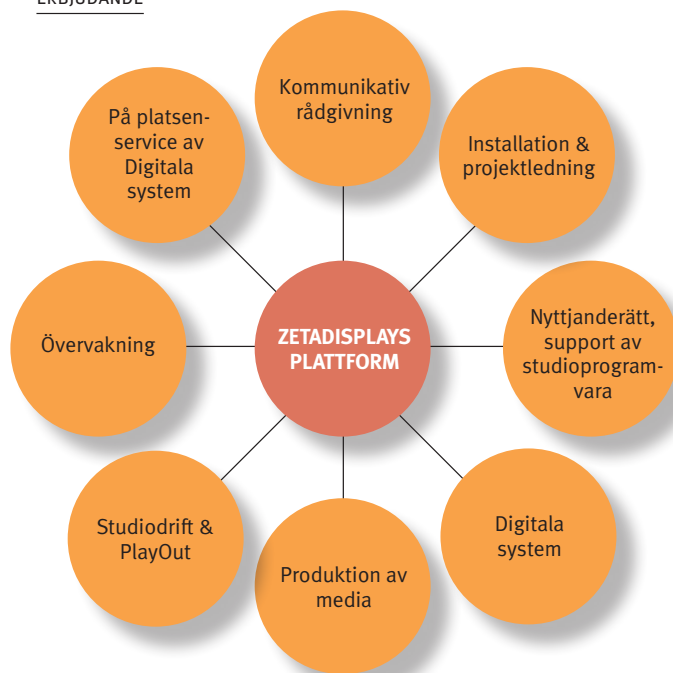
ZetaDisplays övergripande mål är att vara förstahandsvalet när medelstora och stora företag inom detalj- och servicehandeln väljer leverantörer av Digital Signage.

- Bolaget skall erbjuda programvara och stödjande tjänster som effektiviserar butikskommunikationen samt bidrar till affärsnytta och långsiktig utveckling hos detalj- och servicehandeln.
- Bolaget skall över tiden bygga en installerad bas av Digital Signage på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter.
- Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla den installerade basen av Digital Signage genom att bredda erbjudandet, men även för att skapa långsiktiga relationer och därmed växa med kunderna.
- Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.
- Bolaget skall arbeta konsekvent och långsiktigt med målsättningen att bli en ledande leverantör i Europa.

LAST METER MARKETING®

Digital Signage handlar om att nå ut med rätt budskap till rätt kunder vid rätt tillfälle. Allt fler börjar inse betydelsen av att påverka kunden just där han eller hon fattar sitt beslut att köpa – det vill säga i butiken. Med dagens stora mediebrus innebär Digital Signage ett effektivt sätt för detalj- och servicehandeln att exponera sina budskap på plats där produkten finns och kunderna tar sina köpbeslut. Detta kallar ZetaDisplay för Last Meter Marketing®, vilket är ett registrerat varumärke för Bolaget.

ERBJUDANDE





ZetaDisplays erbjudande

ZetaDisplay har utvecklat en medieplattform för den växande marknaden för Digital Signage. Bolagets erbjudande skapar förutsättningar för långvariga relationer med kunderna och kontinuerliga intäkter för ZetaDisplay.

Ytterst handlar Bolagets erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att öka sina intäkter, stärka sin profil och sitt varumärke samt utveckla kundlojalitet och kundnöjdhet i konsumentledet. Kommunikationen med slutkunderna är avgörande och ZetaDisplay skall ses som ett mjukvaruföretag som tillhandahåller kvalificerad kunskap och tjänster om hur företag kan kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

Bolagets medieplattform gör det möjligt för kunder att hantera butikskommunikationen från en central

plats och erbjuder nyckelfärdiga lösningar för Digital Signage. Programvaran underlättar anpassad distribution med nätverksadministration, skapande av spellistor och schemaläggning samt databasintegration.

ZetaDisplay erbjuder en rad tjänster för att stödja programvaran inklusive kreativ utveckling, projektledning, installation, innehållsproduktion och drift. Den webbaserade programvaran driftas i molnet via Internet.

**Cloud
Computing**

StudioPortalen styr från en central plats kommunikationen ut till butikerna. Genom den sköts planering och framtagning av filmer utifrån gjorda kampanjer.

Med sitt erbjudande tar ZetaDisplay ansvar för utformning och installation av ett nätverk av digitala bildskärmar och mediaspelare hos kunden, producerar löpande innehåll samt styr och övervakar systemet på distans. Detta innebär att butikskedjan eller varumärkesleverantören får ut sina budskap effektivt till sina kunder i butikerna samtidigt som butikspersonalen slipper att lägga tid på att hantera och uppdatera bildskärmarna.

ZetaFunction

ZetaDisplay erbjuder även en finansieringslösning för Digital Signage till sina kunder kallad ZetaFunction. Den innebär att kunderna kan träffa avtal om en komplett lösning för Digital Signage där alla kostnader samlas på en och samma månatliga faktura. Kunden behöver endast betala för användningen under en viss tid och har full kontroll över alla utgifter som är kopplade till funktionen. ZetaFunction erbjuder en lösning där



ZETADISPLAYS ERBJUDANDE & INTÄKTSGENERERING

| | ERBJUDANDE | INTÄKTSGENERERING |
|---|--|--|
| Programvara & Licenser | Erbjudandet omfattas av nyttjanderätt och support av egenutvecklad studioprogramvara som används för produktion och distribution av budskap till kundens installerade bas av bildskärmar i butik. | Licensintäkter erläggs löpande av kunderna för rätten att utnyttja ZetaDisplays mjukvara samt för support av studioprogramvara. |
| Tjänster KOMMUNIKATIV RÅDGIVNING | Kommunikativ rådgivning som inkluderar behovsanalys och tester för uppbyggnad och installation av systemet. | Kundsamarbetet inleds med kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Intäkterna från denna fas inkluderar i installationskostnaden i efterföljande utrustning. I förvaltningsfasen anlitas däremot Bolaget som specialist och debiterar för löpande konsulttjänster för den kommunikativa rådgivningen. |
| INNEHÅLLS-PRODUKTION OCH BROADCASTING | Produktion av media och/eller tillhandahållande av mjukvara för produktion av budskap och tillhörande broadcasting. Med hjälp av egen organisation och underleverantörer tar ZetaDisplay fram det innehåll som kunden önskar på sina bildskärmar. Det kan vara allt från små korta reklamfilmer till längre komplexa informationsfilmer. Beroende på syftet med budskapet väljer Bolaget bäst passande teknik. | Löpande intäkter genereras av den innehållsproduktion som ZetaDisplay ansvarar för genom egen organisation och underleverantörer. Om kunden använder Bolagets verktyg för kostnadseffektiv innehållsproduktion (Spoteditor), så erhåller Bolaget intäkter för mallproduktion; dessa mallar använder kunden i sin tur för volymproduktion av bildskärmsbudskap. Bolaget tar löpande betalt för den broadcasting som önskas. |
| STUDIODRIFT, ÖVERVAKNING, SERVICE SAMT UNDERHÅLL | Samordning mellan kedja, enskild butik och varumärkesleverantörer så att budskap kommer in till studieprogramvaran och att rätt budskap sen kommer ut till rätt plats vid rätt tillfälle. I paketet ligger också att drifta lösningen i Molnet med övervakning, service och underhåll. | ZetaDisplay tar löpande betalt för Studiodrift, övervakning, service och underhåll. |
| Digitala system BILDSKÄRMAR, MEDIASPELARE, SMARTPHONES, OCH TABLET PC | Kundinstallationerna består av ett nätverk av bildskärmar, mediaspelare, Smartphones och Tablet PC som kombineras för kundens specifika behov. Den grundläggande plattformen är samma för alla branscher, men kan utformas för att möta varierande krav och behov hos kunderna. | Samarbetet med kunderna omfattar oftast en inledande fas med kommunikativ rådgivning inkl. behovsanalys och tester. De åtföljande installationerna avser normalt hela system för flera butiker i samma kedja, varvid ordervärdet främst beror på antalet butiker och hur omfattande installationen är per butik. |

Kommunikationen mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via Wlan. Detta skapar en flexibel lösning utan onödig kabeldragning.

Kommunikation med Smartphone / iPhone

Kommunikation med Tablet PC / iPad



kunden inte behöver belasta sin likviditet förrän installation och drifttagning är färdigställd. Kunden behöver inte investera i teknik utan betalar bara för funktionen. Det är också möjligt att säsonganpassa månadsavgiften för att bättre harmonisera med kundens intäktsflöden.

Branschlösningar

ZetaDisplay utgår från kundens unika behov och utvecklar en anpassad lösning med hjälp av Bolagets medieplattform för Digital Signage. Skillnaderna mellan olika branscher ligger i de budskap som visas, på vilken typ av digitala system som används, och var de placeras i kundens miljö. Placering och innehåll är direkt avgörande för vilken nytta man skapar för butikskedjan. Idag har Bolaget utvecklat koncept för ett antal olika branscher,

där ZetaDisplay bevisligen skapat långsiktig effekt med Digital Signage. Koncepten har tagits fram genom egen forskning och erfarenhet. De branschlösningar Bolaget lanserat omfattar bland annat:

- Dagligvaruhandeln
- Klädhandeln
- Bygghandeln
- Leksakhandeln
- Bilhandeln
- Sporhandeln
- TV-handeln
- Zoologisk handel
- Restaurang
- Servicehandel
- Bank

Medieplattform

ZetaDisplays medieplattform omfattar programvara, licenser, tjänster och digitala system. Lösningen innehåller en webbportal (StudioPortal), som nås i molnet via Internet och från vilken man styr kommunikationen ut till butikerna. Från denna gemensamma plats täcker Bolaget sina marknader.

Butiken har en ingång genom en mediaspelare som kommunicerar via bredband eller 3G och sedan distribuerar de filmer som skall spelas på respektive mediaspelare. Kommunikation mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via 5 GHz Wlan.

Detta skapar en lösning utan onödig kabeldragning som går att komplettera med flyttbara lösningar, digitala

Branscher och kunder med unika behov och värderingar – Proof Of Concept

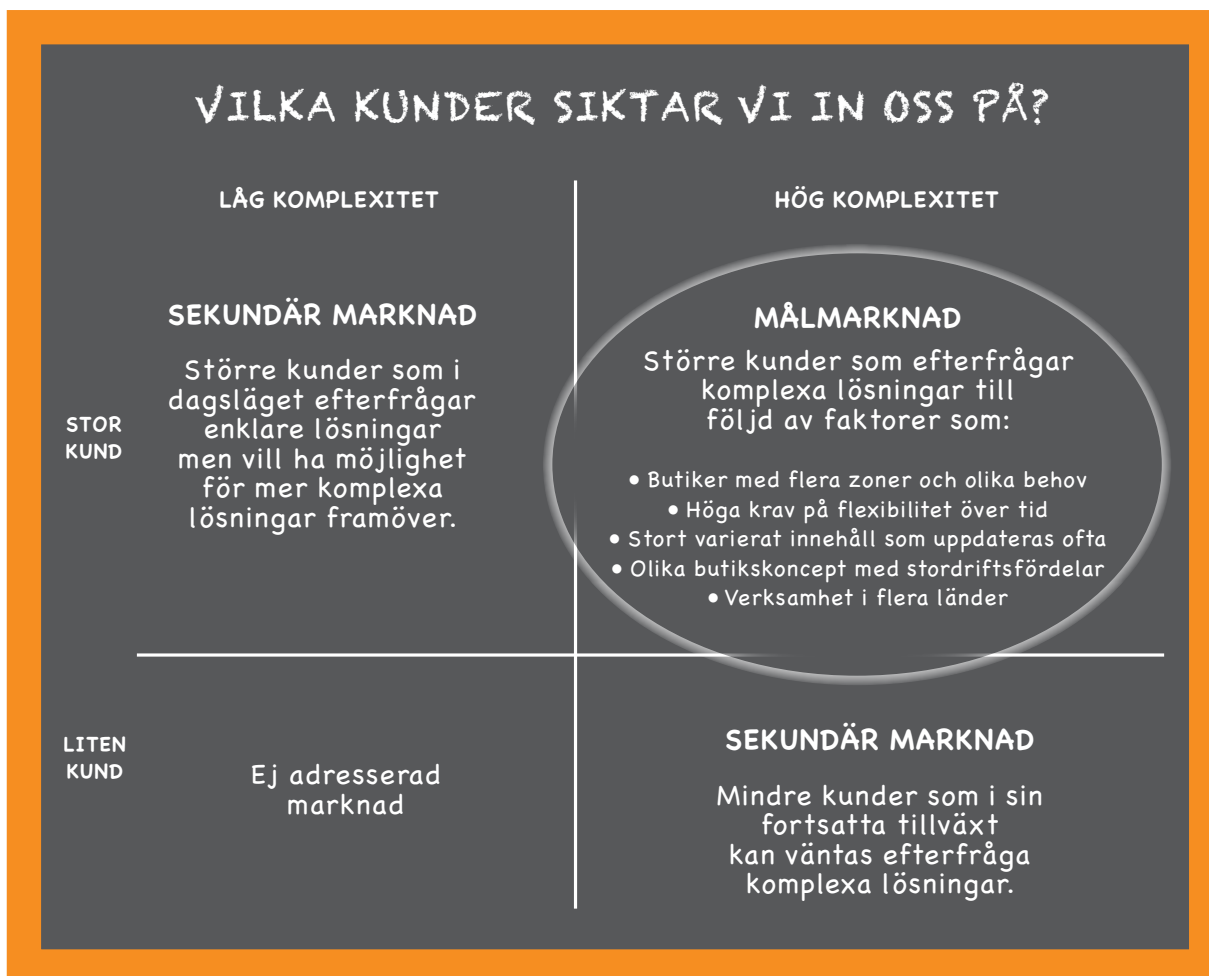


Service, Support, PlayOut, Övervakning och Mediaproduktion



Mjukvara och digitala system för Digital Signage





bildskärmar, Smart phones och Tablet PC. På ett enkelt och kostnadseffektivt sätt kan man komplettera med fler mediaspelare och bildskärmar och på så sätt expandera lösningen i takt med växande behov.

Varje mediaspelare och bildskärm övervakas och kontrolleras av StudioPortalen. Skulle av någon anledning en bildskärm bli svart eller sluta fungera rapporteras detta automatiskt till Bolagets supportavdelning. Fel kan vara strömavbrott, fel på bildskärm eller mediaspelare. Det är av största vikt att detta sköts på ett professionellt sätt så att svarta bildskärmar kan elimineras helt och i Bolagets erbjudande ingår garantier för tillgängligheten. Genom StudioPortalen sköts planering och framtagning av filmer utifrån framtagna kampanjer. Olika användare (central / handlare / reklamavdelning) kan ges olika behörigheter att styra StudioPortalen. Det kan vara att kedjan på central nivå vill ha en övergripande kontroll av vad som visas, eller att den enskilde handlaren via StudioPortalen vill byta budskap för en lokal

aktivitet på en av sina egna bildskärmar.

ZetaDisplay erbjuder för kundens räkning att hantera StudioPortalen samt att hjälpa kunden med att sköta kontakterna med dess varumärkesleverantörer och reklambyråer. I ZetaDisplays erbjudande ingår att Bolaget tar ett totalansvar för kundens investering i Digital Signage.

På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

Attrahera större företag

ZetaDisplay inriktar sig mot större detalj- och servicehandelsföretag. Avsikten är att positionera Bolaget som den mest kompetenta helhetsleverantör på de marknader som Bolaget är etablerad på.

Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet. Kunder med dessa typer av behov är särskilt intressanta

”Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet.”

för ZetaDisplay genom att de enskilda projekten blir större och kundrelationerna nära och långvariga. Samtidigt minskar konkurrensen då många andra leverantörer saknar kompetens och resurser att genomföra stora projekt.

Med komplexa lösningar menas lösningar med stort och varierande innehåll som uppdateras ofta samt lösningar där olika digitala bildskärmar och innehåll används i flera delar av butiken. Behovet för sådana lösningar är vanligast bland större detalj- och servicehandelskedjor vars kommunikation präglas av följande förhållanden:

- Behöver kommunicera effektivt med sina kunder över stora geografiska områden
- Arbetar i flera länder på olika språk
- Butikerna är indelade i flera zoner med olika behov av bildskärmar och innehåll
- Butiksprofilerna och produkterna är föränderliga, vilket ställer höga krav på flexibilitet över tid
- Stort, varierande innehåll som uppdateras ofta
- Företagen arbetar med flera olika butiksprofiler och kan uppnå stordriftsfördelar genom att arbeta med en gemensam lösning
- Behöver kommunicera internt med den egna personalen i ett stort antal butiker och försäljningsställen

För att bygga volym på sikt är det ZetaDisplays ambition att bredda erbjudandet. Det handlar då om större kunder som i dagsläget efterfrågar enklare lösningar, men vill ha flexibilitet för att kunna införa mer komplexa lösningar framöver. Vidare handlar det om mindre kunder som under sin fortsatta tillväxt förväntas efterfråga mer komplexa lösningar.

Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla sin installerade bas av Digital Signage för att skapa långsiktiga relationer och växa tillsammans med kunderna. Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.



Affärsmodell och intäktsgenerering

Tjänster innebär högre marginal

Att leverera en komplett medieplattform till kund innehållande programvara, licenser, tjänster och digitala system ger ett högre ordervärde och högre marginal. Samtidigt skapas en mer långsiktig relation till kunden. Helheten är mer värd än summan av delarna. Detta förväntas över tiden leda till ett generellt högre täckningsbidrag.

Genom att sälja en komplett lösning måste Bolaget också fokusera mot målgruppens specifika krav vilket i sin tur bör leda till en högre lojalitet från kund. På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

De första kontakterna med en ny kund omfattar som regel kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Denna fas följs sedan av installation, anpassning eller komplettering av hårdvara samt därefter fortlöpande licens-, tjänste- och hårdvaruintäkter från kunden.

Installerad bas ger ökande intäkter

Över tiden bygger ZetaDisplay en installerad bas hos kunden på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter så länge kunden använder medieplattformen. Livslängden för en installation kan variera på mellan 4 till 5 år. Givet ett lyckat utfall är det sannolikt att kunden väljer att efterhand utöka installationen per butik – det är

därför sannolikt att ZetaDisplay erhåller tillägsbeställningar efter en tid och att omfattningen på installationen och därmed de löpande intäkterna successivt ökar. Tillägsbeställningarna kan då avse såväl licenser och tjänster som digitala system.

Som en konsekvens kommer med tiden det ackumulerade värdet av de licenser och tjänster som ZetaDisplay levererar till en enskild kund väsentligt överstiga värdet av de digitala systemen (hårdvaran) som tillhandahålls för samma kund. Detta är särskilt betydelsefullt då marginalerna på programvara är högre än på hårdvara.

Exemplet nedan illustrerar schematiskt intäkterna från ett nytt kundprojekt för en butikskedja med 50-talet butiker och hur dessa kan fördela sig över de första tre åren av projektet. Den sammanlagda intäkten över de fyra åren uppgår till storleksordning 32 MSEK med tyngdpunkten lagd på utrullningsfasen år ett och två.

Organisation för fortsatt expansion

ZetaDisplays organisation är byggd för fortsatt expansion så att skalfördelar skall kunna uppnås efter hand som koncernen växer. Dotterbolagen i varje land är uppbyggda på likartat sätt och utgör affärsområden med en

affärsområdesansvarig. Affärsområdet har ansvar för försäljningsteam, projektteam samt medieteam. I varje land sker bearbetning av marknaden, försäljning, medieproduktion, projektledning och first-line-support för underhåll av kunderna.

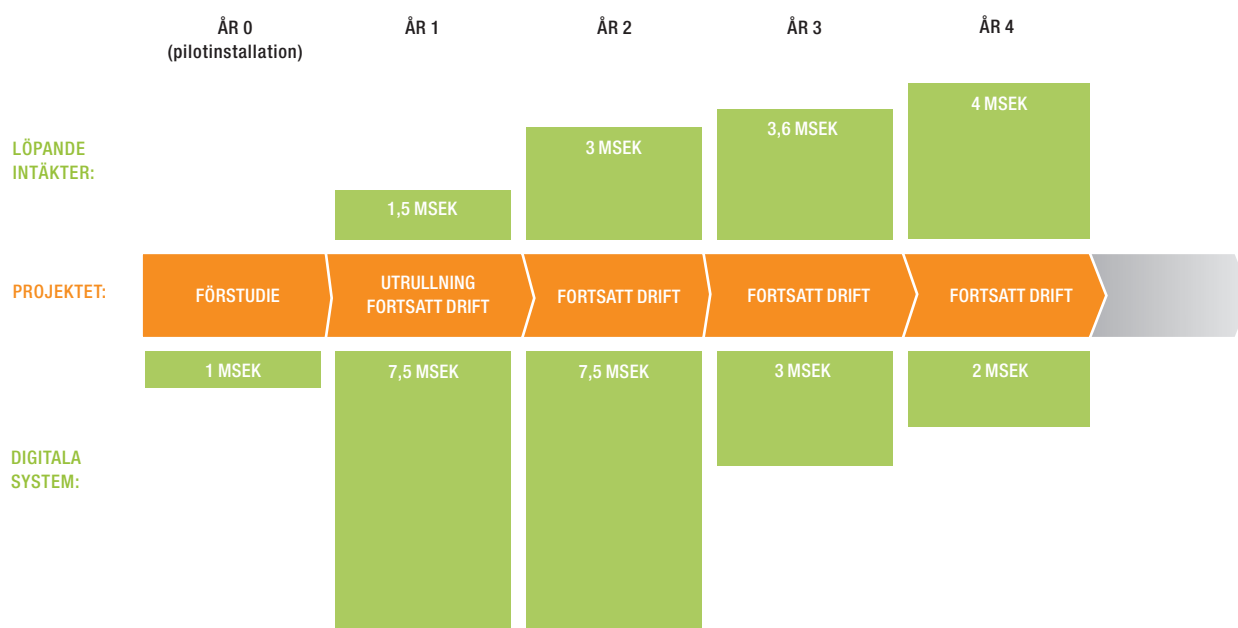
Moderbolaget tillhandahåller ett antal stödfunktioner för de olika affärsområdena. I dessa ingår programvaruutveckling, koordinering av försäljning, inköp och utleverans, service och support, samt ekonomi. Att ha dessa funktioner i moderbolaget ger stordriftsfördelar. I respektive land finns emellertid de funktioner som krävs lokalt. Modellen innebär en skalbar och effektiv organisation som tillåter tillväxt genom att tillsätta ytterligare affärsområden med funktioner som de andra affärsområdena.

Installation och på-platsen-service avseende digitala system genomförs av partners på samtliga lokala marknader. Detta upplägg begränsar Bolagets fasta kostnader och bidrar till flexibilitet och skalbarhet.

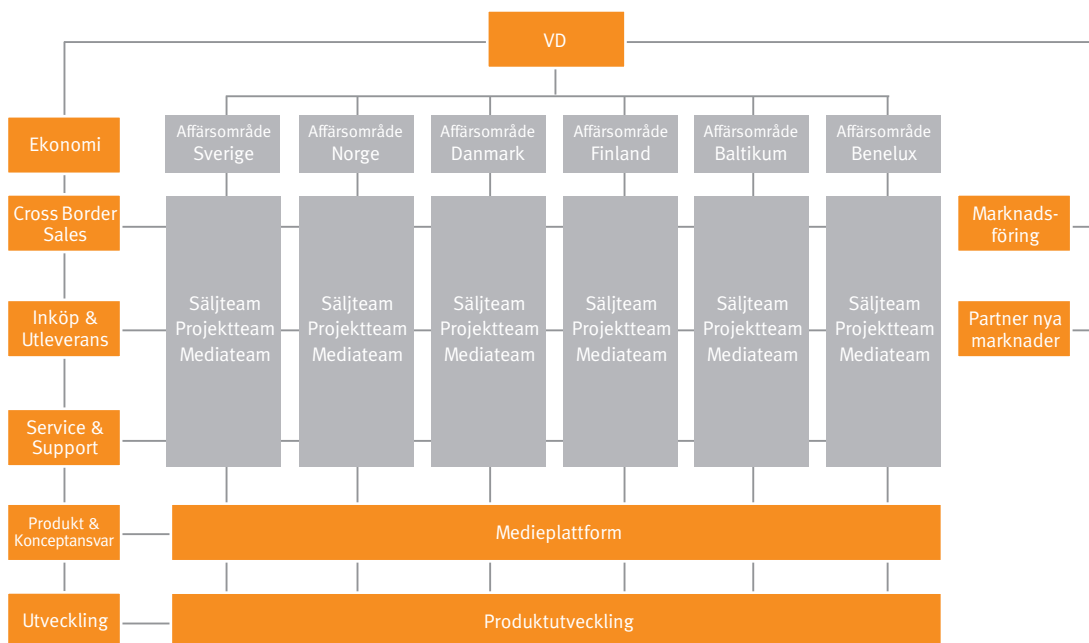
Utveckling av produkter och tjänster

ZetaDisplay arbetar kontinuerligt med programvaru- och produktutveckling avseende sitt erbjudande inom

KUNDEXEMPEL Hur intäkterna kan fördelas över tiden för en butikskedja med ett 50-tal butiker.



KONCERNENS ORGANISATION



Digital Signage. Syftet är att utveckla Bolagets medieplattform för att långsiktigt säkra ZetaDisplays position på marknaden.

Utvecklingen omfattar såväl programvara och licens som tjänster och digitala system, allt med fokus på att öka kundnyttan och kostnadseffektiviteten.

Som framgår nedan har ZetaDisplays produktutveckling resulterat i flera unika egenskaper hos Bolagets medieplattform.

Trådlös kommunikation

ZetaDisplay har utvecklat Bolagets tekniska medieplattform för att kunna kommunicera trådlöst i miljön med 3G och Wlan. Bolaget bedömer den trådlösa kommunikationen som mycket intressant och levererar idag produkter med denna lösning. För-delen med trådlös kommunikation är att den tekniska medieplattformen får en större flexibilitet vilket stärker positionen gentemot vissa av Bolagets målgrupper.

IT-säkerhet och trygghet

Att arbeta med trådlös kommunikation ställer också stora krav på säkerhet och trygghet för kunden. Inom detta område har Bolaget utvecklat unik funktionalitet och kompetens för att skapa säkra och trygga system. Arbetet med denna utveckling genomfördes initialt

tillsammans med insyn och övervakning från stora organisationers IT- och säkerhetsavdelningar, men har efterhand utvecklats vidare med hjälp av både interna och externa resurser.

Automatisering och säker drift

En av grundstenarna i Digital Signage är att byta budskapet ofta och kommunicera med olika budskap beroende på var en bildskärm är placerad. En kedja med ett 100-tal butiker kan typiskt producera upp till 25 000 filmer per år. För att detta skall vara möjligt, utan att begränsas av bredbandskapaciteten, har Bolaget en egenutvecklad teknik för en automatiserad och driftsäker hantering av både innehållsproduktion och distribution av film.

Utveckling av ljuddesign och musik

ZetaDisplay lägger även kraft på att utveckla ljuddesign som en del i sin medieplattform. Ljudet är en viktig del i uppmärksamhetsvärdet och kunskapen om dess effekter kan skapa högre kundnytta framförallt inom fashion. Med hjälp av smalstrålande högtalare kan ljudet ”riktas” till önskad plats. Målet är att uppnå ett ljud som på ett positivt sätt uppmärksammas av kunden inom en begränsad yta samtidigt som ljudet inte stör personal som dagligen arbetar i miljön.

Framtida utveckling

Marknaden för Digital Signage väntas fortsätta att växa i takt med att butiks- och servicehandeln satsar en ökande andel av marknadsföringsbudgetarna på digital kommunikation i butiken. Efterhand som marknaden mognar blir Digital Signage en naturlig del av marknadskommunikationen. Detta innebär också att kunderna ställer ökade krav på att leverantörerna kan tillhandahålla helhetslösningar, i många fall på de geografiska marknader som kunder har butiker, vilket väl överensstämmer med ZetaDisplay strategi och erbjudande.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till högre marginaler, då programvara och tjänster typiskt uppvisar högre bruttomarginaler än hårdvara. Till detta kommer effekten av att skalfördelar och andra lönsamhetsfrämjande faktorer förväntas på några års sikt bidra till en etablering av bruttomarginalen på en hög nivå.

Fler användningsområden

På senare år har prisbilden på framför allt bildskärmar blivit allt mer attraktiv. Därmed blir skillnaden i kostnad mellan traditionell skyltning såsom ljusskyltar, löpsedlar och stortavlor allt mindre vilket gör att allt fler kunder överger dessa lösningar till förmån för Digital Signage.

På längre sikt förväntas ytterligare faktorer driva ZetaDisplays omsättning och lönsamhet. Det handlar om att allt fler användningsområden kommer utvecklas i takt med att Digital Signage får starkare fotfäste inom detalj- och servicehandeln. Det kan gälla en ökad användning av Digital Signage för intern information inom butiks- och servicehandeln där mediet kan underlätta den löpande informationen där man har många spridda butiksenheter och relativt få anställda på varje enhet.

Användningen väntas också öka i andra publika miljöer och på platser med stor genomströmning av människor såsom köpcentra, hotell och flygplatser.

Förvärv

ZetaDisplay kommer framöver fortsätta att utvärdera intressanta företag inom Digital Signage eller närliggande verksamhet. Genom förvärvet av Marketmedia under



februari 2015 tar bolaget en aktiv del i kommande konsolidering av branschen.

Fortsatt utveckling av Digital Signage

Utvecklingen på området är snabb och på sikt väntas Digital Signage användas för kommunikation i och kring butik samt i andra publika miljöer på flera sätt än bara via digitala bildskärmar. Det kan handla om att utnyttja flera typer av digital kommunikation var för sig eller i kombination för att kommunicera kunderbjudanden och annan information i anslutning till butik och i publika miljöer.

Digital Signage kan integreras med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Utvecklingen går också mot att integrera lösningen med butikskedjans kassasystem för automatisk prisuppdatering och automatiskt byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

För att upprätthålla ZetaDisplays framträdande roll som leverantör driver Bolaget tillsammans med befintliga kunder för närvarande projekt inom kommunikation via mobiltelefoner och automatiserade prisuppdateringar samt mindre skärmar för hyllkanter.

DIGITAL BUTIKSKOMMUNIKATION IDAG OCH IMORGON



Utvecklingen på området är snabb, och på sikt väntas Digital Signage användas för kommunikation i och kring butik samt i andra publika miljöer på flera sätt än bara via digitala bildskärmar.

Det kan handla om att integrera med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Det handlar också om integration med andra digitala system i butikerna såsom affärssystem, digitala streckkoder, kösystem och så vidare.

För att upprätthålla ZetaDisplays framträdande roll som leverantör driver Bolaget tillsammans med befintliga kunder för närvarande en rad projekt inom bland annat kommunikation via mobiltelefoner och automatiserade prisuppdateringar samt mindre bildskärmar för hyllkanter.

Nedan följer en kortfattad redogörelse för några av de många nya tillämpningar som håller på att utvecklas av ZetaDisplay eller som kan väntas uppträda på den framtida marknaden för Digital Signage och annan digital butikskommunikation.



Följa med kunden in i butik

Varumärkesleverantörerna har idag svårt att få ut sina budskap om bland annat nyheter. De försvinner bland all annan skyltning i butiken. De största investeringarna görs utanför butik trots att beslutet om vilken produkt kunden skall köpa sker i butiken. För att uppnå maximal effekt av marknadsbudgeten blir det därför viktigare att kommunicera med kunden i samband med köptillfället. I framtiden kommer butikerna att ha fler bildskärmar där man följer kunden från parkeringsplatsen, in i butiken och via mindre bildskärmar ända fram till hyllorna med den aktuella varan. Många varumärkesleverantörer – som ser värdet att kommunicera med kunden ända fram till hyllan – väntas vara med och driva denna utveckling.



Byta budskap ofta

För att skapa högre värde i medieplattformen, så är det viktigt att byta innehållet på bildskärmarna så frekvent som möjligt. Bolaget har därför utvecklat olika verktyg som gör det möjligt att för kunderna att själv byta innehållet. I framtiden kommer det också vara möjligt att arbeta med händelsestyrd förändring av budskapen på bildskärmarna i butikerna. Detta kan ske genom så kallad headtracking som identifierar vem som tittar på bildskärmen och därefter byter budskap för att visa ett relevant erbjudande.



Säljhjälpermedel

Utvecklingen av Ipad och liknande produkter sker snabbt och innebär att man nu kan få spelare, pekskärm och trådlös kommunikation i en och samma produkt. Dessa nya verktyg kan enkelt integreras med Bolagets medieplattform och användas i butiken. De kan då placeras på fasta platser i butiken eller rörligt exempelvis genom att monteras på kundvagnar. Där kan de fungera som extra säljresurser genom att kunden ensam eller med hjälp av säljare kan söka mer information om produkter i sortimentet.



Kommunicera med mobiltelefon

Med hjälp av en QR-kod (tvådimensionell streckkod) i filmer som visas i butiken kan ytterligare ett sätt att kommunicera utvecklas. Genom att låta en kund som önskar mer information om en produkt skanna av bilden med QR-koden i sin Smartphone öppnas en grafisk länk till en hemsida eller annan plats för mer information. Där kan kunden ta del av erbjudanden eller annan information som han/hon kan ha nytta av i butiken.

”I framtiden kommer det också vara möjligt att arbeta med händelsestyrd förändring av budskapen på bildskärmarna i butikerna.”



Använda konsumentens tid effektivt

För att minimera väntetid för kunder som har tagit en kölapp på en viss avdelning eller kundcenter kan bildskärmar runt om i butiken visa vilka kö-nummer som expedieras på samtliga bildskärmar i hela butiken. Istället för att vänta vid kö-automaten så rör sig kunden i lugn och ro och kan handla i andra säljzoner under tiden.

Integrera och automatisera affärsdata, bild- och filmbank, lagerstatus etc

Efterhand som användandet av Digital Signage ökar, så växer också intresset för att integrera medieplattformen med kundens olika affärs- och informationssystem. Man kan då bl.a. automatiskt uppdatera priser på erbjudanden på bildskärmarna när affärssystemen uppdateras. När lagernivån på en produkt som visas på en bildskärm tar slut kan budskapet bytas till en alternativ produkt. Även integrationer till bild- och filmbanker kan skapa värde genom att ge ständig tillgång till uppdaterat material vid skapandet av innehåll på bildskärmarna.

Kommunikation baserad på RFID

I framtiden väntas RFID-taggar (Radio Frequency Identification) på produkter bli vanligare. Det handlar om ett chip som med hjälp av integrerad antenn kan kommunicera trådlöst. Med hjälp av speciella läsare, kopplade till bildskärmarna och deras mediaspelare, kan ett unikt budskap spelas upp när kunden tar eller håller upp en produkt som är försedd med en RFID-tag. Det kan röra sig om mer information om produkten eller kompletterande erbjudanden kopplade till produkten.



Beslutsstöd och mätning av resultat

Digital Signage är unikt i jämförelse med flertalet av alla andra mediekanaler som TV, radio och tidningar genom att man direkt kan mäta försäljningen i butiken när budskap visas. Med hjälp av kompletterande information från headtracking och medieplattformen kan man också se effekten av olika budskap. Dessutom kan man se vilken typ av kund som tar sina köpbeslut. Genom att kombinera denna information med andra verktyg för beslutsstöd kan man skapa information om mediets och budskapens effekter som är unika i jämförelse med andra mediekanaler.

Lokal styrning av budskap

Det är också möjligt att placera en QR-kod på varje bildskärm som en identifikation på var den är placerad i butiken. Detta kan underlätta för personalen att på plats byta innehåll på bildskärmen. En butiksmedarbetare kan då med sin Smartphone automatiskt logga in på medie-systemet och få åtkomst till verktyg för att byta informationen eller exempelvis ändra priset på en produkt.

Aktier och aktiekapital

ZetaDisplays aktier har emitterats enligt svensk lag och är registrerade hos Euroclear i elektronisk form, med ISIN-kod SE0001105511. Euroclear för även Bolagets aktiebok.

Enligt ZetaDisplays bolagsordning skall Bolagets aktiekapital uppgå till lägst 5 000 000 SEK och högst 20 000 000 SEK och antalet aktier skall uppgå till lägst 5 000 000 och högst 20 000 000. Bolaget har endast ett aktieslag.

Antalet utestående aktier uppgår till 12 228 250, motsvarande ett aktiekapital om 12 228 250 SEK. Aktiernas kvotvärde är 1 SEK. Samtliga aktier har lika rätt till utdelning och överskott vid likvidation och berättigar till en (1) röst vid ZetaDisplays bolagsstämma. Förändringar av aktieägarnas rättigheter förutsätter ändring av bolagsordningen i enlighet med gällande lagstiftning. Aktieägare har företrädesrätt till teckning av nya aktier i samband med nyemission i Bolaget i enlighet med aktiebolagslagen (2005:551) såtillvida ej annat föreskrivs i emissionsbeslutet.

Bolaget har inget innehav av egna aktier. ZetaDisplay-aktien är inte och har inte varit föremål för ett offentligt uppköpserbjudande eller dylikt erbjudande

Ägarstruktur

Antalet aktieägare var vid årets slut 349 (370). Nedan anges ZetaDisplays största aktieägare per 31 december 2014 enligt uppgift från bland annat Euroclear.

| Aktieägare | Antal aktier | Andel kapital och röster i % |
|--------------------------------|-------------------|------------------------------|
| Mats Johansson | 2.030.775 | 16,6 |
| Martin Gullberg | 1.378.712 | 11,3 |
| Mats Leander genom bolag | 710.500 | 5,8 |
| Anders Moberg | 700.000 | 5,7 |
| AMF fonder | 600.000 | 4,9 |
| Anders Pettersson genom bolag | 500.000 | 4,1 |
| Bernt Larsson | 363.325 | 3,0 |
| Salvatore Grimaldi genom bolag | 350.000 | 2,9 |
| Mikael Öberg | 254.113 | 2,1 |
| Leif Liljebrunn med familj | 206.600 | 1,7 |
| Mikael Hägg | 200.000 | 1,6 |
| Övriga aktieägare | 4.934.225 | 40,3 |
| Summa | 12.228.250 | 100,0 |

Aktiekapitalets förändring

Tabellen till höger visar förändringen av aktiekapitalet och antal aktier i ZetaDisplay sedan Bolagets bildande 2000.

Emissionsbemyndigande

Vid årsstämman 2014 bemyndigades styrelsen att under tiden fram till nästa årsstämma, vid ett eller flera tillfällen, fatta beslut om nyemission av aktier, konvertibler och/eller teckningsoptioner. Styrelsen skall därvid äga rätt att besluta om avvikelser från aktieägarnas företrädesrätt liksom om bestämmelse enligt 13 kap 5 § punkten 6 aktiebolagslagen. Skälet för avvikelserna är att kunna bredda Bolagets ägandekrets eller införskaffa kapital för genomförande av företags- förvärv och Bolagets finansiering. Vid beslut om nyemission skall teckningskursen för de nya aktierna, konvertiblerna och/eller teckningsoptionerna fastställas till marknadsmässig kurs vid tidpunkten för varje emissionsbeslut. Styrelsen skall dock inte kunna fatta beslut som innebär att sammanlagt mer än 6 000 000 aktier tillkommer.

Utestående teckningsoptioner

Verkställande direktören Leif Liljebrunn har tecknat 375.000 teckningsoptioner av serie 2011/2014 och 125.000 teckningsoptioner av serie 2011/2015.

Teckningsoptioner av serie 2011/2014 emitterades till 0,19 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif Liljebrunn ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2014 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2014 till och med den 31 december 2014, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital skulle vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter bli 375.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 3 procent mot befintligt aktiekapital. Leif valde att inte utnyttja dessa teckningsoptioner.

Teckningsoptioner av serie 2011/2015 emitterades till 0,32 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif Liljebrunn ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2015 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2015 till och med den 31 december 2015, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital

| År | Händelse | Antal aktier | | Aktiekapital SEK | | Kvotvärde SEK |
|------|--------------------|--------------|------------|------------------|------------|---------------|
| | | Förändring | Summa | Förändring | Totalt | |
| 2000 | Bildande | 1 000 | 1 000 | 100 000 | 100 000 | 100,00 |
| 2003 | Nyemission | 1 200 | 2 200 | 120 000 | 220 000 | 100,00 |
| 2003 | Split 2000:1 | 4 397 800 | 4 400 000 | 0 | 220 000 | 0,05 |
| 2003 | Nyemission | 800 000 | 5 200 000 | 40 000 | 260 000 | 0,05 |
| 2003 | Nyemission | 80 000 | 5 280 000 | 4 000 | 264 000 | 0,05 |
| 2003 | Fondemission | 0 | 5 280 000 | 264 000 | 528 000 | 0,10 |
| 2004 | Nyemission | 500 000 | 5 780 000 | 50 000 | 578 000 | 0,10 |
| 2004 | Kvittningsemission | 179 000 | 5 959 000 | 17 900 | 595 900 | 0,10 |
| 2005 | Nyemission | 318 500 | 6 277 500 | 31 850 | 627 750 | 0,10 |
| 2005 | Nyemission | 1 417 000 | 7 694 500 | 141 700 | 769 450 | 0,10 |
| 2005 | Fondemission | 0 | 7 694 500 | 6 925 050 | 7 694 500 | 1,00 |
| 2005 | Nyemission | 1 400 000 | 9 094 500 | 1 400 000 | 9 094 500 | 1,00 |
| 2009 | Nyemission | 500 000 | 9 524 500 | 500 000 | 9 524 500 | 1,00 |
| 2010 | Nyemission | 70 000 | 9 594 500 | 70 000 | 9 594 500 | 1,00 |
| 2010 | Nyemission | 133 750 | 9 728 250 | 133 750 | 9 728 250 | 1,00 |
| 2011 | Nyemission | 2 500 000 | 12 228 250 | 2 500 000 | 12 228 250 | 1,00 |

kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital.

Utdelning och övrig information

ZetaDisplay har hittills inte lämnat någon utdelning. Bolaget avser lämna utdelning så snart detta kan ske med hänsyn till Bolagets resultat och finansiella ställning, men har inte lagt fast någon utdelningspolicy.

Beslut om vinstutdelning i svenska aktiebolag fattas av bolagsstämman. Utdelning får endast ske med ett sådant belopp att det efter utdelningen finns full täckning för Bolagets bundna egna kapital och endast om utdelningen framstår som försvarlig med hänsyn till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av det egna kapitalet samt ZetaDisplays konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt (den så kallade försiktighetsregeln). Som huvudregel får aktieägarna inte besluta om utdelning av ett större belopp än styrelsen föreslagit eller godkänt.

Utdelning utbetalas normalt till aktieägare som ett kontant belopp per aktie genom Euroclear. Rätt till utdelning tillkommer den som på den av bolagsstämman fastställda avstämningsdagen är registrerad som innehavare av aktier i den av Euroclear förda aktieboken. Om aktieägare inte kan nås genom Euroclear kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbeloppet och

begränsas i tiden endast genom regler om tioårig preskription. Vid preskription tillfaller utdelningsbeloppet Bolaget. Varken aktiebolagslagen eller Bolagets bolagsordning innehåller några restriktioner avseende rätt till utdelning till aktieägare utanför Sverige. Utöver eventuella begränsningar som följer av bank eller clearingsystem i berörda jurisdiktioner, sker utbetalning till sådana aktieägare på samma sätt som till övriga aktieägare med hemvist i Sverige.

Handelsplats

ZetaDisplays aktie handlas på NASDAQ OMX First North Premier Stockholm sedan 4 april 2011. Bolagets aktie handlas under kortnamnet ZETA. Sista betalkurs 30 december 2014 var 2,94 SEK. Den högsta noteringen, 4,50 SEK, nåddes den 8 januari 2014 och årets lägsta notering, 2,41 SEK, gjordes 31 oktober 2014. Snittkurs för aktien under 2014 uppgick till 3,25 SEK. Bolagets börsvärde per den 31 december 2014 uppgick till 36,0 MSEK.

Likviditetsgarant

T o m 2014-03-07 var Pareto Öhman AB likviditetsgarant för ZetaDisplay-aktien i syfte att förbättra likviditeten. Därefter har ZetaDisplay valt att inte ha någon likviditetsgarant.

ZetaDisplays styrelse består av sex ledamöter, varav Mats Johansson är ordförande, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2014-12-31 är inklusive närstående och privata bolag. Övriga uppdrag inkluderar ej eventuella uppdrag i dotterbolag i ZetaDisplay-koncernen.

Mats Johansson född 1961

Styrelseledamot sedan 2000 och ordförande sedan 2013. En av ZetaDisplays grundare. Arbetande styrelseordförande i ZetaDisplay. VD i ZetaDisplay 2003-01-01 till 2009-06-30. Grundare av MultiQ 1990. VD i MultiQ 1990-1997. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Iconovo AB. Styrelseledamot i Zenit Design Group AB. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 2 030 775 aktier.

Anders Moberg född 1950

Styrelseledamot sedan 2009. Koncernchef i retailföretaget MAF Group i Dubai 2007-2008. Koncernchef Royal Ahold i Holland 2003-2007. Divisionschef Home Depot i USA 1999-2002. Tidigare ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986-1999. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i OBH Nordica AB. Styrelseledamot i Ahlstrom Corp., Byggmax Group AB, Hema BV, ITAB Shop Concept AB, Rezidor Hotel Group AB, Amor GMBH, Bergendahl & Son AB och Suomen Lahikauppa Oy. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 700 000 aktier.

Anders Pettersson född 1959

Styrelseledamot sedan 2014. Tidigare koncernchef i Hilding Anders AB, Capital Safety Group och Thule AB. Även förflutet i Gunnebo AB, Trelleborg AB och Nobel Industrier. Partner hos Arle Capital Partners. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Hilding Anders AB, Alite International AB och Brink International AB. Styrelseledamot i Hempel A/S och Victoria Park AB. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 500 000 aktier

Ingrid Jonasson Blank född 1962

Styrelseledamot sedan 2010. Verksam inom ICA-koncernen under åren 1986 - 2010, senast som vice VD i ICA Sverige AB med ansvar för marknadsfunktionen. Övriga uppdrag: Styrelseledamot i Bilia AB, Fiskars Oyj, Ambea Vård & Omsorg AB, Orkla ASA, Matas A/S, Royal Unibrew A/S, Musti ja Mirri Group Oy, Travel Support&Services AB och Norm AB. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 50 000 aktier

Mats Leander född 1960

Styrelseledamot sedan 2010. Founding Partner i Sterling Equity Partners S.A., Luxemburg. Övriga uppdrag: Vice Chairman i VistaJet Ltd, Director i UDC Retail Fund III, Executive Director i Covenant Capital Ltd, Senior Adviser SEP S.A. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 710 500 aktier.

Martin Gullberg född 1963

Styrelseledamot sedan 2003. En av ZetaDisplays grundare. Key Account Manager och affärsutvecklare i ZetaDisplay sedan 2003. Grundare av MultiQ 1990. Vice VD samt Key Account Manager i MultiQ 1990-2003. Övriga uppdrag: Huvudman i Skurups Sparbank. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 1 378 712 aktier.

Revisor

Vid årsstämman 2014 valdes Ernst & Young AB som revisor, med Thomas Anvelid som huvudansvarig revisor, för tiden intill årsstämman 2015. Dessförinnan har Thomas Anvelid, auktoriserad revisor verksam hos Ernst & Young AB, varit direktvald som revisor mellan åren 2000-2012. Thomas Anvelid är född 1957, auktoriserad revisor sedan 1987 och medlem i Far.

ZetaDisplays ledning består av fem personer, med Leif Liljebrunn som verkställande direktör och koncernchef, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2014-12-31 är inklusive närstående och privata bolag.

Leif Liljebrunn född 1960

Verkställande direktör och koncernchef sedan 2009-07-01 samt VD ZetaDisplay Danmark A/S sedan oktober 2011. Leif var under 10 år med och byggde upp programvaruföretaget XOR i rollen som vice VD och försäljningschef. Under 2004 blev XOR sålt till den börsnoterade norska koncernen Visma. Leif har under åren 2004 t o m 2006 verkat inom Visma-koncernen som försäljningschef i Visma Software AB.

Övriga uppdrag: Ägare av och styrelseledamot i Balzac Invest AB. Styrelseledamot i Business Driven Development Sweden AB och Tailtrade AB.

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 206 600 aktier.

Teckningsoptioner i ZetaDisplay: 125 000 st.

Peter Rudbert född 1972

Ekonomichef sedan 2008. Peter har under 8 år i rollen som ekonomiansvarig samt ekonomichef varit med att bygga upp ekonomifunktionen i Teknik i Media AB (TIM) som levererar IT-lösningar för mediaproducerande företag. Under 2002 blev Teknik i Media sålt till den i Sverige börsnoterade nordiska koncernen Adera som sedermera blev Addnode och där Peter var verksam till och med augusti 2008.

Övriga uppdrag: –

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier

Joakim Hansson född 1965

VD ZetaDisplay Sverige AB sedan 2010 och sedan verksamheten i ZetaDisplay Sverige AB införlivades i ZetaDisplay AB (publ) per 1 juni 2014 affärsområdeschef Sverige.

Övriga uppdrag: –

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier.

Jens Helin född 1964

VD ZetaDisplay Finland Oy sedan 2007.

Övriga uppdrag: Ägare av Baltasar Consulting Oü, Shelter Management Oü och Popcom Oü.

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier.

Stein Rognerud född 1960

VD ZetaDisplay Norge AS sedan 2008 samt operativ chef ZetaDisplay Danmark A/S sedan januari 2012.

Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Dekon IT A/S och styrelsemedlem i Dekon Holding A/S.

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 17.880 aktier.



Denna årsredovisning och koncernredovisning har den 23 april 2015 godkänts av styrelsen för publicering och kommer att föreläggas årsstämman den 11 maj 2015 för fastställande.

Styrelsen och verkställande direktören får härmed avge årsredovisning jämte koncernredovisning för räkenskapsåret 2014. Bolaget utgör moderbolag till de helägda dotterbolagen ZetaDisplay Sverige AB org nr 556642-5871, ZetaDisplay Finland Oy org nr 2131512-4, ZetaDisplay Danmark A/S cvr nr 29 22 63 42, ZetaDisplay Norge AS org nr 992 340 460 och ZetaDisplay Baltics Oü org nr 12435080. Verksamheten i dotterbolaget ZetaDisplay Sverige AB flyttades per 1 juni 2014 över till moderbolaget för att därigenom uppnå synergieffekter med moderbolaget. ZetaDisplay Sverige AB är ett vilande bolag efter detta datum.

ZetaDisplay i korthet

ZetaDisplay är en ledande leverantör av Digital Signage som omfattar digitalisering av butikskommunikationen inom detalj- och servicehandeln. Företaget befinner sig i en expansiv fas och har positionerat sig på marknaden genom att kunna påvisa märkbart ökad försäljning och ökad butikskommunikation för sina kunder med hjälp

av bolagets medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay har utvecklat en komplett lösning för Digital Signage som omfattar programvara, licenser, tjänster och digitala system. Lösningen innehåller en webbportal, som nås i molnet via Internet och från vilken man styr kommunikationen ut till butikerna. Till kunderna hör bland annat ICA, Hema, Euromaster, Team Sportia, Cycleurope, Volkswagen, Skoda, Audi, Mercedes, Bilia, Royal Canin, Mio, Hemköp, Vianor, KotiPizza och Hesburger. Huvudkontoret finns i Malmö och försäljningskontor i Danmark, Norge, Finland, Estland och Holland.

ZetaDisplay bygger organisation för en global försäljning

Detaljhandeln utvecklas alltmer i riktning mot centrala samarbetsavtal. Kunderna vill bygga sina varumärken på samma sätt på flera marknader. ZetaDisplay bearbetar därmed det allt starkare marknadssegmentet med kunder som är globala i

RESULTAT OCH STÄLLNING – KONCERNEN (TSEK)

| | 2014 | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 |
|---|--------|--------|--------|--------|---------|
| Nettoomsättning | 58.516 | 60.889 | 51.957 | 43.020 | 49.532 |
| Rörelseresultat | -3.400 | -8.112 | -5.910 | -7.932 | -8.896 |
| Resultat efter finansiella poster | -3.850 | -8.534 | -2.263 | -8.635 | -10.552 |
| Resultat efter skatt | -3.696 | -8.562 | -2.558 | -8.638 | -10.552 |
| Likvida medel | 5.367 | 6.229 | 11.551 | 7.311 | 1.642 |
| Investering i anläggningstillgångar exkl förvärv | 3.353 | 4.431 | 2.361 | 2.188 | 1.791 |
| Balansomslutning | 52.218 | 49.970 | 55.044 | 60.782 | 53.613 |
| Soliditet, % (eget kapital i % av balansomslutning) | 34 | 42 | 54 | 53 | 36 |
| Antal anställda vid årets utgång omräknat till heltid | 35 | 41 | 35 | 38 | 32 |

sin försäljning. På så sätt behöver de bara en leverantör av Digital Signage för att täcka hela sin marknad. Samtidigt kan ZetaDisplay kraftfullt genom sin närvaro i respektive land också bearbeta kunder som agerar lokalt. ZetaDisplay erbjuder programvara, licenser, kommunikativ rådgivning, innehållsproduktion, broadcasting, studiodrift, övervakning, service & underhåll och digitala system bestående av bland annat bildskärmar och mediaspelare. ZetaDisplay levererar ett totalkoncept som syftar till att kunden ska uppnå goda och mätbara resultat.

Verksamheten 2014

Under det gångna året har ZetaDisplay fortsatt att positionera sig som en ledande leverantör av Digital Signage i Europa. Leveranser har utförts till både nya och befintliga kunder. Försäljning av tjänster ökar stadigt. Stora resurser har satsats på att bearbeta marknaden, samt att bygga organisation i de

länder där vi är representerade. ZetaDisplay vet av erfarenhet att tiden till avslut med ny kund beräknats till 12-24 månader. Då marknaden för Digital Signage har mognat är det bolagets förhoppning att tiden i säljprocessen för nykund skall minskas framöver. ZetaDisplay ser en fortsatt god tillströmning av förfrågningar från nya kunder och har under perioden väsentligt ökat sin bas av nya kundprojekt.

Nettoomsättningen för helåret uppgick till 58,5 (60,9) MSEK, vilket är en minskning med 4 % i jämförelse med förra året. Rörelseresultatet uppgick till -3,4 (-8,1) MSEK. Resultat efter finansiella poster uppgick till -3,9 (-8,5) MSEK. Resultatet efter skatt uppgick till -3,7 (-8,6) MSEK.

Den något lägre omsättningen får ses i ljuset av att vi i början av året påbörjade ett effektiviseringsprogram med målsättningen att sänka kostnaderna med 8 MSEK på rullande 12 månader. De senaste fem åren har vi haft en tillväxt på ca 15 %.



Nyemission

På årsstämman 2014 erhöll styrelsen ett bemyndigande att under tiden fram till nästa årsstämma vid ett eller flera tillfällen fatta beslut om nyemission av aktier, konvertibler och/eller teckningsoptioner som innebär att högst 6.000.000 aktier tillkommer.

Tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner

Bolaget beviljades tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner AB med 5 MSEK under 2009. Under 2014 har 625 TSEK av lånet återbetalats och per 2014-12-31 återstod 0 TSEK. I november 2012 beviljades bolaget tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner AB med 3,5 MSEK. Beloppet betalades ut i januari 2013. I april 2014 beviljades bolaget tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner AB med 1,5 MSEK. Kapitalet på totalt 5,0 MSEK skall ytterligare stärka bolagets finansiella ställning och användas för tillväxt utanför Norden med fokus på Holland. Lånen ska börja amorteras under 2015.

Framtida förvärv

Bolaget kommer framöver att löpande föra diskussioner om att förvärva företag verksamt inom Digital Signage på de marknader som ZetaDisplay vill verka. Bolagets strategi är att växa bland annat genom förvärv. ZetaDisplay ser att det finns möjlighet till konsolidering i branschen kring Digital Signage och framtida förvärv kan komma att vara en del i denna riktning.

Förvaltning av kapital

Bolagets definition av kapital är att det utgörs av eget kapital och inlånat kapital. Bolaget har en kassa på 5,4 (6,2) MSEK som är placerat på banktillgodohavande. Då bolagets verksamhet är under uppbyggnadsskede kommer inga utdelningar att göras till aktieägarna. Ingen förändring har skett i koncernens kapitalhantering under året. Varken moderbolaget eller något av dotterbolagen står under externa kapitalkrav.





Riskhantering

Ett antal faktorer utanför ZetaDisplays kontroll kan påverka dess resultat och finansiella ställning. Företagets styrelse och ledning arbetar aktivt för att minimera dessa risker. Nedanstående redovisning av riskfaktorer gör inte anspråk på fullständighet, riskerna är inte heller rangordnade efter grad av betydelse. För ytterligare information om risker avseende finansiella instrument hänvisas till not 32.

Personal

ZetaDisplays förmåga att uppnå utsatta mål är till viss del beroende av förmågan att behålla, utveckla samt rekrytera kvalificerade medarbetare med specifik kompetens. Förlusten av ett betydande antal av dessa personer skulle kunna påverka Bolagets verksamhet och förutsättningarna för fortsatt tillväxt och lönsamhet negativt. Det finns även nyckelpersoner bland ledande befattningshavare och i styrelsen som medverkat till bildandet av ZetaDisplay och som är större aktieägare i Bolaget. Konkurrensen om kompetenta medarbetare är hög och kan komma att öka ytterligare i framtiden.

Marknad

ZetaDisplay är i ett uppbyggnadsskede vad gäller försäljning, marknad, organisation och teknisk utveckling. Risk föreligger att uppbyggnaden av marknaden tar väsentligt längre tid än vad ZetaDisplay har förutspått.

Kundberoende

ZetaDisplay har genom det ökade antalet kunder minskat Bolagets beroende av en enskild kund. Fortfarande har dock Bolaget relativt få kunder varför varje enskild kunds agerande kortsiktigt kan få märkbara konsekvenser för Bolaget. Exempel på sådana händelser är till exempel senareläggning eller annullering av en order som kortsiktigt skulle kunna påverka Bolaget negativt. Bolaget har dock en lång relation med de största kunderna som samtliga i sitt agerande visat långsiktighet och stabilitet.

Beroende av leverantörer

ZetaDisplay är beroende av att leveranser från underleverantörer fungerar på avtalat sätt. Förseningar i leveranser kan medföra betydande kostnader för Bolaget. Den goodwillskada som uppkommer kan vara större än den ekonomiska skadan vilket kan leda till konsekvenser



för Bolagets framtida samarbeten. Bolaget söker i möjligaste mån att hitta parallella leverantörer för att lindra konsekvenserna av en leverantörs bortfall.

Konkurrenser

När fler och nya konkurrenser kommer kan dessa ha betydligt större finansiella och industriella resurser till förfogande än ZetaDisplay. Det kan inte uteslutas att en ökad konkurrens kan leda till minskade intäkter, lägre marknadsandelar och sämre lönsamhet för Bolaget.

Kundnytta och kvalitet

ZetaDisplay kommer vara beroende av att Bolagets kunder upplever att kvalitet och kundnytta är hög. Värdet av kundnyttan måste överstiga det pris som kunden betalar.

Intäktsmodell

I ZetaDisplays intäktsmodell är det Bolagets avsikt att arbeta med ett högt täckningsbidrag. I det fall konkurrensen från fler och nya aktörer ökar kan priskonkurrens uppkomma vilket oftast leder till lägre pris. Genom att fokusera på att skapa ett högre förädlingsvärde mot kund förväntas detta ge möjlighet att kunna ta ut ett högre pris/täckningsgrad.

Ansvar för fel och brister i produkter

ZetaDisplay lägger stor vikt vid att hålla hög kvalitet på Bolagets produkter och produktutveckling i syfte att förebygga risker för fel och brister. Detta är dock ingen garanti för att Bolagets produkter är fria från fel och brister och i övrigt uppfyller relevanta krav. Förekomsten av mer väsenliga fel och brister i Bolagets produkter kan komma att föranleda påföljd enligt gällande kundavtal eller på andra grunder, vilket kan komma att påverka ZetaDisplays verksamhet, resultat och finansiella ställning negativt.

Konjunktur

ZetaDisplays utveckling är beroende av faktorer utanför Bolagets kontroll, såsom den allmänna konjunkturen, marknadsförutsättningar för Bolagets kunder och förekomsten av nya konkurrerande produkter. Dessa faktorer kommer att påverka Bolagets framtida resultat både positivt och negativt.

Valutarisker

ZetaDisplay gör sina inköp i svensk och utländsk valuta (USD och EUR) och säljer i huvudsak i svenska, danska och norska kronor samt EUR. En förändring av någon av dessa

valutakurser har inverkan på Bolagets resultat och finansiella ställning.

Förvärv

ZetaDisplay utvärderar löpande möjliga förvärv med potential att ha en positiv inverkan på Bolagets utveckling. Sådana förvärv innebär risker av flera slag. Exempel på sådana risker är oförmåga att införliva den förvärvade organisationen med Bolagets nuvarande organisation, felaktig värdering av det förvärvade bolagets tillgångar och åtaganden, bristande ledningsresurser, språkliga och kulturella kommunikationsproblem eller missbedömning av det förvärvade bolagets ställning på marknaden. Skulle någon av dessa risker realiseras kan de medföra negativa effekter på Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

Framtida kapitalbehov

ZetaDisplay kan framöver komma att behöva nytt kapital för att Bolaget skall kunna anpassa verksamheten till marknadens förutsättningar. Detta kan medföra att ytterligare ägarkapital kan komma att krävas för att ZetaDisplay skall kunna utvecklas på bästa sätt. Bolagets möjlighet att tillgodose framtida kapitalbehov är i hög grad beroende på hur verksamheten utvecklas. Det finns ingen garanti för att ZetaDisplay kommer att kunna anskaffa nödvändigt kapital även om verksamheten utvecklas positivt. Härvid är även det allmänna marknadsläget för tillförsel av riskkapital av stor betydelse.

Listning av bolagets aktie

Bolagets aktie är sedan den 4 april 2011 listad på NASDAQ OMX First North Premier.

Framtidsutsikter

ZetaDisplays mål under 2015 är att öka antalet kunder och att öka försäljningen på de marknader där bolaget har verksamhet. Vid årets utgång har ZetaDisplay 35 (41) anställda omräknat till heltidstjänster. Bolagets strategi och målsättning ligger fast. ZetaDisplay arbetar målmedvetet vidare för en fortsatt positiv utveckling och expansion.

Styrelsens arbete

Styrelsens ledamöter väljs årligen av årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma hållits. Nomineringsarbetet sker av de större aktieägarna tillsammans med styrelsens

ordförande. Styrelsen består av sex ordinarie ledamöter valda av årsstämman. Under verksamhetsåret har 10 protokollförda styrelsemöten hållits. Styrelsens arbete följer en årlig plan tillägnad att säkerställa styrelsens behov av information. Styrelsen har även fastställt en skriftlig arbetsordning och utfärdat instruktioner för verkställande direktören samt en skriftlig arbetsfördelning mellan styrelse och verkställande direktören. ZetaDisplays ordinarie revisor rapporterar varje år till styrelsen resultatet av sin granskning.

Årsstämma

Årsstämma hålls måndagen den 11 maj 2015 kl 18.00 i företagets lokaler, Höjdrodergatan 21 i Malmö. Styrelsen kommer att föreslå att ingen utdelning lämnas.

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande medel:

| | |
|---------------------|-------------------|
| Balanserat resultat | 0,00 SEK |
| Överkursfond | 3.536.506,52 SEK |
| Årets förlust | -2.689.113,34 SEK |
| <hr/> | |
| Summa | 847.393,18 SEK |

Styrelsen föreslår att vinstmedel disponeras så att 847.393,18 SEK överförs i ny räkning.

Beträffande koncernens och moderbolagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar samt tillhörande noter.

HÄNDELSE UNDER ÅRET

ZetaDisplay levererar interaktiv Digital Signage till Thule



Thule gör en satsning på interaktiva pekskärmar för installation hos sina återförsäljare för att bättre kommunicera med sina kunder. Thule får på detta vis central kontroll på produktinformation och erbjudanden och kan på ett effektivt sätt driva försäljningen hos sina återförsäljare i deras butiker. Detta ger Thule en global kontroll och styrning av sin kundkommunikation. Installationer har genomförts i Frankrike, Tyskland och Österrike. Thulegruppen är världsledande på produkter och varumärken som gör det enkelt för människor att transportera sin utrustning tryggt, säkert och med stil. ZetaDisplay och Thule har sedan tidigare ett samarbete där ZetaDisplay levererat sin medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage till Thules konceptbutik i Berlin.

Satsning på Android – nästa generations OS för Digital Signage



ZetaDisplay gör en omfattande och fokuserad satsning på operativsystemet Android för sin nästa generation av medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. För att möta såväl dagens som morgondagens krav på en flexibel och framtidssäkrad medieplattform för Digital Signage genomför ZetaDisplay en omfattande satsning på Android. Genom att välja Android som operativsystem kommer ZetaDisplay och dess kunder att ha en mycket stor flexibilitet och valfrihet för att bygga en modern kommunikationskanal. Med Android som bas får ZetaDisplay helt nya möjligheter att erbjuda smartare lösningar inom interaktivitet som tar bolaget och dess kunder till nya höjder. Med Android får ZetaDisplays kunder också en mer standardiserad medieplattform som är öppen och lättare att integrera med Androidbaserade produkter.

ZetaDisplay levererar Last Meter Marketing till butikskedja i Finland



ZetaDisplay Finland har ett samarbete avseende leverans av Digital Signage till Musti & Mirri som är den största djur-butikskedjan i Finland och i Norden. Musti & Mirri har över 100 butiker i Finland. Installation har utförts i 10 butiker. ZetaDisplay kommer att leverera en komplett lösning inne-hållande digitala system bestående av en skärmlösning i 3 zoner, molnbaserad programvara i form av ZetaPortal, innehållsproduktion samt andra tjänster kopplat till detta. Målet är att öka graden av ”Point of Purchase” (POP) och att förbättra kundkommunikationen med ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Musti & Mirri grundades 1988 i Tammerfors och är i dag den största djurbutikskedjan i Finland med över 100 butiker. Kedjan arbetar också med en franchisemodell och mer än hälften av butikerna är idag franchisebaserade. Samtliga av kedjans butiker har samma sortiment och varumärken.

Avecra i Finland tecknar avtal med ZetaDisplay



ZetaDisplay Finland har tecknat avtal med Avecra i Finland avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Målet är att med ZetaDisplays molnbaserade medieplattform ZetaPortal förbättra sin kommunikation med sina kunder. Avecra Oy är ett restaurang- och cateringföretag som ägs av VR-koncernen och Rail Gourmet Group. Avecra erbjuder sina tjänster för restauranger, kiosker och caféer på de finska tågen och dess järnvägsstationer. Avecra har 400 anställda som varje dag betjänar fler än 160 tåg och 17 restauranger.

ZetaDisplay levererar Digital Signage till butikskedja i Finland

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med en ny kund i Finland avseende utrustning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. Kunden är



en stor aktör inom näthandel. För att öka sin närvaro på marknaden har bolaget också egna butiker samt att man har ett koncept för shop-in-shop lösningar till externa butikskedjor. Installation kommer initialt att ske i 73 butiker i Finland.

ZetaDisplay levererar till EuroCash



ZetaDisplay har utfört leverans av sin medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing till dagligvarukedjan EuroCash. Samarbetet avser ett totalansvar där ZetaDisplay producerar allt innehåll som skall visas i displayerna, teknisk plattform med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support. Installation har utförts i EuroCash samtliga gränsbutiker.

ZetaDisplay levererar Digital Signage till Nordens största dagligvarubutik



ZetaDisplay fortsätter att nå framgång med försäljning av sin medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing genom att leverera till Nordens största dagligvarubutik HYPERMAT med över 10 000 kvadratmeters yta. Butiken ägs och drivs av Karl-Gustav Ehn som är en tidigare ICA-köpman. Butiken ligger i ett köpcenter som

heter Charlottenberg Nord. Samarbetsavtalet avser ett totalansvar där ZetaDisplay producerar allt innehåll som skall visas i displayerna, teknisk plattform med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support.

Nordens ledande lekbutik tecknar avtal



ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med Nordens ledande nätbutik för barnfamiljen – Lekmer.se – avseende utrustning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. Butiken utrustas med digitala storbildsskärmar och onlinestationer som ger kunden en multikanal-upplevelse. Lekmer.se öppnade sin butik i Barkarby den 12 april. Lekmer.se:s butik i Barkarby är Stockholms största barn- och babybutik med 1200 kvadratmeter. Sortimentet blir allt från leksaker till barnkläder, barnvagnar, bilbarnstolar och inredning till barnrummet. Lekmer.se ingår i börsnoterade CDON Group.

Anders Pettersson nyvald styrelseledamot

Vid årsstämman nyvaldes Anders Pettersson in i styrelsen. Anders Pettersson besitter en stor kunskap kring försäljning av produkter och tjänster på eftermarknad, internationell erfarenhet av retail, inte minst i Ryssland, och av att bygga



35

varumärken. Han har tidigare varit koncernchef för bl.a. Thule och Hilding Anders. Idag är Anders partner i det engelska riskkapitalbolaget Arle, styrelseordförande i Hilding Anders AB samt styrelseledamot i Victoria Park AB och ett antal andra bolag. Anders innehar 220 542 aktier i ZetaDisplay motsvarande ca 1,8% av bolagets aktier.

ZetaDisplay tecknar miljonorder med framgångsrik möbelkedja

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med en framgångsrik möbelkedja avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kunden är en ledande detaljhandelskedja för möbler och heminredning som i över 50 år har levererat inredningslösningar för hemmet och som också säljer sina produkter på nätet med e-handel.

ZetaDisplay tecknar avtal med Skoda i Norge



ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med Harald A. Möller AS som är importör av Skoda i Norge. ZetaDisplay kommer att leverera sin medieplattform för Digital Signage till deras återförsäljare. Skoda har idag cirka 40 återförsäljare för personbilar i Norge. Avtalet löper på 4 år och

ZetaDisplay uppskattar att försäljningsvärdet initialt kommer att överstiga 1 MSEK. Installationen till Skoda kommer till en början att bestå av två zoner i varje bilhall. Skoda vill profilera sina nya bilar och tillbehör samtidigt som de vill bättre synliggöra deras erbjudanden. Med hjälp av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage kan Skoda få bättre genomslag i sin kommunikation med kunderna i bilhallarna. ZetaDisplay har varit rådgivande och agerar med totalansvar gentemot kunden. ZetaDisplay kommer att leverera innehållsproduktion, distribution av filmer samt support och drift av bolagets medieplattform för Digital Signage.

ZetaDisplay tecknar ny order med Universitetsapoteket i Finland



ZetaDisplay har sedan 2012 samarbetat med ett framstående finskt apotek, Universitetsapoteket (Yliopiston Apteekki), avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Universitetsapoteket är Finlands största arbetsgivare för farmaceutisk personal. Universitetsapoteket har nu beställt ett omfattande kommunikationssystem till deras skyltfönster från ZetaDisplay Finland. ZetaDisplay har tidigare levererat en Digital Signage-lösning för 3 zoner, vilka idag finns på samtliga Universitetsapotek. Den 4:e



zonen som nu kommer att levereras kommer att täcka skyltfönster med en specialframtagen digital display med mycket hög ljusstyrka. Innehållsproduktion av filmer och erbjudanden kommer att produceras med hjälp av Spot-Editorer, vilka ingår i ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och som drifas i ”molnet”.

Tecknar avtal med Kjell & Company



ZetaDisplay har tecknat ramavtal med Kjell & Company avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kjell & Company skall installerat lösningen i alla sina butiker. Kjell & Company säljer tillbehör till hemelektronik via 80 butiker på 42 orter i Sverige. Omsättningen 2013 var 930,5 MSEK och företaget har drygt 600 anställda. Avtalet omfattar en lösning där Kjell & Company snabbt kan nå ut med både lokal och central kommunikation till sina kunder.

– Vi har haft en lösning med digital kommunikation i våra butiker ett antal år. Med ökad användning ökar också kravet på lösning. I samband med detta har vi genomfört en upphandling där vi tittat på ett antal leverantörer. Valet föll på ZetaDisplay då de har den mest tekniskt fulländade lösningen och finns på flera marknader som på sikt kan vara intressanta för oss, säger Thomas Keifer, VD på Kjell & Company.

ZetaDisplay är väldigt glada för samarbetet med Kjell & Co. I och med detta avtal börjar bolaget också se frukterna av sin strategiska satsning på vad som idag kallas Omni-Channel Communication, dvs att man kommunicerar med kunden via många olika kanaler där butiken är en av dessa. ZetaDisplay ser det också som en bekräftelse för sin satsning på att arbeta med ett pan-europeiskt perspektiv där bolaget kan följa sina kunder i deras tillväxt på många marknader i Norden och i Europa.

Förlänger samarbetet med en stor finsk servicestationskedja



ZetaDisplay har förlängt samarbetet med den rikstäckande servicestationskedjan Teboil i Finland. ZetaDisplay levererar sin medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing innehållande den tekniska plattformen med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal samt drift och support. Målet för Teboil är att bättre kommunicera med

kunderna i butik och att öka försäljningen. Teboil har cirka 140 servicestationer i Finland och är ett dotterbolag till Lukoil som totalt har cirka 6 000 servicestationer. ZetaDisplay fortsätter sin leverans av sin medieplattform till Teboil enligt en ömsesidig plan.

Tecknar omfattande avtal med stor fast-food kedja



ZetaDisplay Finland och fast-food kedjan Hesburger har tecknat ett omfattande avtal avseende installation av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Målet är att digitalisera de 140 egenägda Hesburger-restaurangerna där man byter sin analoga kommunikation till att endast kommunicera med digitala displayer. På detta sätt kommer Hesburger att öka sin point-of-purchase kommunikation med sina kunder. ZetaDisplay kommer att leverera sin medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing innehållande den tekniska plattformen med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, digitala displayer, mediaspelare samt drift och support. ZetaDisplay uppskattar ordervärdet till 20 MSEK avseende utrustningen till de egenägda Hesburger-restaurangerna.

Hesburger, som omfattar både egenägda och franchising restauranger, ingår i det finska familjeföretag Burger-In Oy. Totalt har man 279 restauranger i Finland, 114 i Baltikum, 21 i Ryssland, 3 i Tyskland och 1 i Turkiet. Hesburger-kedjan sysselsätter cirka 6.000 personer. Deras omsättning i Finland uppgick till över 205 miljoner euro 2013 och 55 miljoner euro på övriga marknader.

ZetaDisplay är väldigt glada att ha tecknat ytterligare ett avtal inom fast-food branschen i Europa. Bara på den finska marknaden har ZetaDisplay idag närmare 1.000 restauranger som använder bolagets lösningar.

Tecknar avtal inom fashion i Norge



ZetaDisplay tecknar ett avtal med Twist Inn i Norge avseende bolagets medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Twist Inn kommer installera lösningen i samtliga sina butiker. Avtalet innebär en lösning där Twist Inn snabbt kan nå ut med både lokal och central kommunikation till sina kunder på sociala medier och i butik. Twist Inn tillhandahåller ett mycket brett sortiment av märkeskläder både för kvinnor och män och består idag av 5 helägda







butiker, men har en plan för att växa kraftigt de kommande åren. ZetaDisplay arbetar målmedvetet för att nå olika branscher inom detaljhandeln och anser att fashion är en mycket spännande målgrupp. Med detta avtal ser bolaget också frukterna av en strategisk satsning på vad som idag kallas Omni-Channel.



Tecknar samarbetsavtal med internationellt möbelvaruhus

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med ett av världens främsta möbelvaruhus avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kunden är ett ledande möbelvaruhus med verksamhet i många länder. ZetaDisplay levererar den tekniska plattformen med sin molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support. Avtalet löper på fyra år och bolaget uppskattar värdet av den första installationen till kundens möbelvaruhus i Finland att uppgå till 3 MSEK. ZetaDisplay ser avtalet som ett genombrott efter många års bearbetning av kunden. Bolaget har under åren byggt upp en stark position med sitt koncept för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kunden har genom samarbetsavtalet försäkrat sig om att ta del av den senaste

tekniken med en framtidssäkrad medieplattform. ZetaDisplay ser en stor potential att över tiden få leverera till kunden i många länder.

Får order från bilimportör i Sverige och Finland värd 3 Msek

ZetaDisplay, som sedan tidigare har ett samarbete med bilimportören i Norge, har nu också tecknat samarbetsavtal för Sverige och Finland. ZetaDisplay kommer att leverera sin medie-plattform för Digital Signage till deras återförsäljare. Leverans kommer att ske till cirka 60 återförsäljare av personbilar i Sverige och Finland. ZetaDisplay uppskattar att försäljningsvärdet initialt kommer att överstiga 3 MSEK. Installationen kommer till en början att bestå av 2-3 zoner i varje bilhall. Bilimportören vill profilera sina nya bilar och tillbehör samtidigt som de vill bättre synliggöra deras erbjudanden. Med hjälp av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage kan bilimportören få bättre genomslag i sin kommunikation med kunderna i bilhallarna. ZetaDisplay har varit rådgivande och agerar med totalansvar gentemot kunden. ZetaDisplay kommer att leverera innehållsproduktion, distribution av filmer samt support och drift av bolagets medieplattform för Digital Signage.



Levererar Digital Signage till Cycleurope

Cycleurope gör en satsning på Digital Signage hos sina återförsäljare i Sverige. Man vill på detta sätt stärka sitt varumärke och öka sin kommunikation med konsumenterna. Konceptet ger dem möjlighet till en global kontroll och styrning av de budskap som visas i butikerna. Installationerna har påbörjats och kommer i ett första skede att ske i Sverige. Cycleurope är en ledande svensk företagskoncern med en rad kända cykelmärken såsom Crescent och Monark och ingår som en del i Grimaldi Industri AB. Cycleurope har verksamhet i över 50 länder med huvudfokus på Europa. ZetaDisplay har sedan tidigare ett samarbete med Grimaldi Industri AB där bolaget levererat sin medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage till Bianchi Café & Cycles.

HÄNDELSENER EFTER ÅRETS UTGÅNG

Tecknat avtal om förvärv av Marketmedia i Finland



MARKETMEDIA

ZetaDisplay har ingått avtal om att förvärva Marketmedia Oy som är den största leverantören av Digital Signage i Finland. Satsningen är ett ytterligare steg i ZetaDisplays strävan att etablera sig som en ledande leverantör av Digital Signage på den europeiska marknaden. Tillsammans med ZetaDisplays befintliga verksamhet i Finland kommer den sammanslagna verksamheten att befästa sin ledande ställning med en mycket stark kundbas. Marketmedias kundbas omfattar bl a Veikkaus (Finska Spel), Tikkurila, Starkki, Stockman och Onninen. Genom förvärvet kommer ZetaDisplay att väsentligt öka sin tillväxt och fortsatt vara en aktiv aktör inom konsolideringen av sin bransch. Marketmedia är Finlands största och ledande leverantör av Digital Signage med många år i branschen. Marketmedia har en stark position inom detaljhandel samt en ledande position inom spelmarknaden där bolaget har

gjort omfattande installationer till Veikkaus (Finska Spel). Marketmedia omsatte 3,4 M€ (ca 32 MSEK) under 2014 med ett positivt EBITDA-resultat på 0,4 M€ (ca 3,7 MSEK) och ett rörelseresultat på 0,26 M€ (ca 2,4 MSEK). För mer information se pressrelease 2015-02-18 på www.zetadisplay.se

Avtal med framgångsrik butikskedja inom digital kommunikation

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med en framgångsrik butikskedja inom digital kommunikation avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Kunden är en ledande aktör inom sin bransch. Samarbetsavtalet avser totalansvar för leverans av den tekniska plattformen med ZetaDisplays molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support. Kunden har verksamhet i flera länder och avtalet avser leverans i Sverige. Avtalet löper på tre år och ca 40 butiker kommer att installeras före sommaren samt att det finns en option för ytterligare ca 40 butiker under året.

Slutför förvärv av Marketmedia Oy i Finland

ZetaDisplay har slutfört förvärvet av Marketmedia Oy i Finland. Förvärvet sker i enlighet med det avtal som tecknades med säljarna den 18 februari 2015. ZetaDisplay Finland och Marketmedia kommer under andra kvartalet att gå samman och framgent verka under namnet ZetaDisplay. ZetaDisplay Finlands VD Jens Helin kommer att bli VD för den sammanslagna verksamheten. Förvärvet av Marketmedia sker genom att ZetaDisplay förvärvar samtliga aktier i Marketmedia mot kontant betalning uppgående till ca 2 M€ (ca 18,6 MSEK). ZetaDisplay har finansierat förvärvet genom lånefinansiering via bl.a. bank och andra låneinstitut.

Rikstäckande Digital Signage avtal med finska Alko

Marketmedia Finland, en del av ZetaDisplay-koncernen, har tecknat ett omfattande Digital Signage avtal med det finländska statsägda aktiebolaget Alko Oy, som likt svenska Systembolaget säljer alkoholhaltiga drycker. Marketmedia



Framgångsrik installation i en av Alkos butiker.

valdes som Digital Signage partner av Alko efter en lyckad provperiod i deras nya butik på Eteläinen Esplanadi i Helsingfors. Alkos verksamhet bygger framförallt på att skapa en bra upplevelse för kunder, där Digital Signage lösningen blir en viktig integrerad del. Den nya butiken på Esplanadi har till exempel marknadens bästa LED- och pekskärmslösningar för att ge kunderna en optimal upplevelse och service. Alko erbjuder ett varierat och omfattande produktutbud och med stöd från Digital Signage lösningen får Alko möjlighet att tydligare kommunicera sina tjänster och värderingar. Marketmedia kommer att använda ZetaDisplays medieplattform ZetaPortal för produktion av innehåll och förvaltning av tjänsten. Alko Oy ägs av finska staten och administreras och övervakas av Social- och hälsovårdsdepartementet. Alko har sammanlagt 350 butiker och 107 beställningsplatser som täcker hela Finland. Alko hade totala intäkter på 1.180 M€ och en vinst på 40 M€ under 2014.



Räkenskaper

RESULTATRÄKNINGAR (TSEK)

| | | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|-----------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Nettoomsättning | (not 2, 8) | 58.516 | 60.889 | 36.748 | 29.966 |
| Övriga rörelseintäkter | | 0 | 0 | - | - |
| Summa intäkter | | 58.516 | 60.889 | 36.748 | 29.966 |
| Handelsvaror | (not 8) | -23.851 | -28.937 | -16.059 | -16.209 |
| Övriga externa kostnader | (not 3, 8, 9, 10, 11) | -13.393 | -14.844 | -8.203 | -8.120 |
| Personalkostnader | (not 4, 5, 6, 7) | -21.600 | -22.100 | -10.504 | -8.024 |
| Avskrivningar | | -3.072 | -3.120 | -2.962 | -2.977 |
| Rörelseresultat | | -3.400 | -8.112 | -980 | -5.364 |
| Resultat från andelar i koncernföretag | (not 12) | 0 | 0 | -1.335 | -5.218 |
| Ränteintäkter och liknande resultatposter | (not 13) | 98 | 147 | 80 | 131 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | (not 14) | -548 | -569 | -454 | -471 |
| Resultat efter finansiella poster | | -3.850 | -8.534 | -2.689 | -10.922 |
| <i>Bokslutsdispositioner</i> | | | | | |
| Erhållet koncernbidrag | | - | - | 0 | 1.605 |
| Skatt på årets resultat | (not 15) | 154 | -28 | 0 | 0 |
| Årets resultat | | -3.696 | -8.562 | -2.689 | -9.317 |
| Hänförligt till moderbolagets aktieägare | | -3.696 | -8.562 | - | - |
| Resultat per aktie, SEK | | -0,30 | -0,70 | -0,22 | -0,76 |
| Resultat per aktie efter full utspädning, SEK | | -0,30 | -0,70 | -0,22 | -0,76 |
| Genomsnittligt antal aktier | | 12.228.250 | 12.228.250 | 12.228.250 | 12.228.250 |

RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (TSEK)

| | KONCERNEN | |
|---|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 |
| Årets resultat | -3.696 | -8.562 |
| <i>Övrigt totalresultat</i> | | |
| Poster som senare kan komma att omklassificeras till resultaträkningen | | |
| -Omräkningsdifferens | 40 | -66 |
| <i>Summa övrigt totalresultat</i> | 40 | -66 |
| Årets totalresultat | -3.656 | -8.628 |
| Hänförligt till moderbolagets aktieägare | -3.656 | -8.628 |
| <i>Årets resultat avseende moderbolaget överensstämmer med totalresultatet.</i> | | |

BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

| TILLGÅNGAR | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | | |
|--|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 2014-12-31 | 2013-12-31 | 2014-12-31 | 2013-12-31 | |
| Anläggningstillgångar | | | | | |
| <i>Immateriella anläggningstillgångar</i> | | | | | |
| Balanserade utgifter för utvecklingsarbete | (not 10, 16) | 6.428 | 5.870 | 6.428 | 5.870 |
| Patent, varumärke och hemsida | (not 17) | 515 | 701 | 515 | 701 |
| Goodwill | (not 18) | 6.890 | 6.890 | - | - |
| <i>Materiella anläggningstillgångar</i> | | | | | |
| Inventarier | (not 19) | 594 | 746 | 453 | 375 |
| Förbättringsutgifter annans fastighet | (not 20) | 361 | 300 | 361 | 300 |
| <i>Finansiella anläggningstillgångar</i> | | | | | |
| Andelar i koncernföretag | (not 21) | - | - | 24.272 | 24.772 |
| Fordringar hos koncernföretag | | - | - | 0 | 0 |
| Uppskjuten skattefordran | (not 15) | 1.754 | 1.589 | 1.300 | 1.300 |
| SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | | 16.542 | 16.096 | 33.329 | 33.318 |
| Omsättningstillgångar | | | | | |
| <i>Varulager</i> | | | | | |
| Råvaror och förnödenheter | | 546 | 919 | 546 | 919 |
| Färdiga varor | (not 22) | 4.425 | 5.050 | 1.705 | 3.427 |
| SUMMA VARULAGER | | 4.971 | 5.969 | 2.251 | 4.346 |
| <i>Kortfristiga fordringar</i> | | | | | |
| Kundfordringar | | 13.454 | 14.383 | 9.836 | 151 |
| Skattefordringar | | 115 | 213 | 90 | 90 |
| Fordringar hos koncernföretag | | - | - | 4.102 | 3.789 |
| Övriga fordringar | | 574 | 606 | 147 | 137 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | (not 23) | 11.195 | 6.474 | 8.059 | 878 |
| SUMMA KORTFRISTIGA FORDRINGAR | | 25.338 | 21.676 | 22.234 | 5.045 |
| Likvida medel | | 5.367 | 6.229 | 2.939 | 2.922 |
| SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR | | 35.676 | 33.874 | 27.424 | 12.313 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | | <u>52.218</u> | <u>49.970</u> | <u>60.753</u> | <u>45.631</u> |

BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

| EGET KAPITAL OCH SKULDER | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | 2014-12-31 | 2013-12-31 | 2014-12-31 | 2013-12-31 |
| Eget kapital | | | | |
| Eget kapital hänförbart till moderföretagets aktieägare | | | BUNDET EGET KAPITAL | |
| Aktiekapital (not 24) | 12.228 | 12.228 | 12.228 | 12.228 |
| Övrigt tillskjutet kapital | 79.810 | 79.810 | - | - |
| Reservfond | - | - | 17.578 | 17.578 |
| Reserver | 45 | 5 | - | - |
| | | | FRITT EGET KAPITAL | |
| Överkursfond | - | - | 3.537 | 11.839 |
| Balanserat resultat | -70.864 | -62.302 | 0 | 1.015 |
| Årets resultat | -3.696 | -8.562 | -2.689 | -9.317 |
| SUMMA EGET KAPITAL | 17.523 | 21.179 | 30.654 | 33.343 |
| Avsättningar | | | | |
| Uppskjuten skatteskuld (not 15) | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Övriga avsättningar (not 26) | 274 | 256 | 274 | 256 |
| SUMMA AVSÄTTNINGAR | 274 | 256 | 274 | 256 |
| Långfristiga skulder | | | | |
| <i>Räntebärande skulder</i> | | | | |
| Skuld till kreditinstitut (not 25) | 3.525 | 2.844 | 3.525 | 2.844 |
| SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER | 3.525 | 2.844 | 3.525 | 2.844 |
| Kortfristiga skulder | | | | |
| <i>Räntebärande skulder</i> | | | | |
| Skuld till kreditinstitut (not 25) | 7.455 | 7.281 | 7.455 | 1.281 |
| <i>Icke räntebärande skulder</i> | | | | |
| Leverantörsskulder | 7.655 | 6.854 | 3.895 | 4.621 |
| Skulder hos koncernföretag | - | - | 1.249 | 0 |
| Övriga skulder | 2.533 | 2.321 | 1.839 | 514 |
| Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter (not 27) | 13.253 | 9.235 | 11.862 | 2.772 |
| SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER | 30.896 | 25.691 | 26.300 | 9.188 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | <u>52.218</u> | <u>49.970</u> | <u>60.753</u> | <u>45.631</u> |
| STÄLLDA SÄKERHETER (not 28) | 10.900 | 10.500 | 10.400 | 10.000 |
| EVENTUALFÖRPLIKTELSE (not 29) | 6.436 | 5.159 | 6.436 | 5.159 |
| ANSVARSFÖRBINDELSER (not 29) | - | - | 3.000 | 6.000 |
| Aktier – utestående vid periodens utgång | 12.228.250 | 12.228.250 | 12.228.250 | 12.228.250 |
| Eget kapital per aktie | 1,43 | 1,73 | 2,51 | 2,73 |

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL (TSEK)

| KONCERNEN | AKTIE- KAPITAL | ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL | RESERVER | ANSAMLAD FÖRLUST | SUMMA EGET KAPITAL |
|--|-------------------|----------------------------------|-----------|---------------------|--------------------------|
| Ingående balans 2013-01-01 | 12.228 | 79.810 | 71 | -62.302 | 29.807 |
| Förändringar i Eget kapital 2013-01-01 - 2013-12-31 | | | | | |
| Årets resultat | | | | -8.562 | -8.562 |
| Övrigt totalresultat | | | -66 | | -66 |
| Totalresultat | | | -66 | -8.562 | -8.628 |
| Utgående balans 2013-12-31 | 12.228 | 79.810 | 5 | -70.864 | 21.179 |
| Förändringar i Eget kapital 2014-01-01 - 2014-12-31 | | | | | |
| Årets resultat | | | | -3.696 | -3.696 |
| Övrigt totalresultat | | | 40 | | 40 |
| Totalresultat | | | 40 | -3.696 | -3.656 |
| Utgående balans 2014-12-31 | 12.228 | 79.810 | 45 | -74.560 | 17.523 |

| | 2014 | 2013 |
|---|------|------|
| Akkumulerad omräkningsreserv vid årets början | 5 | 71 |
| Årets förändring omräkningsreserv | 40 | -66 |
| Akkumulerad omräkningsreserv vid årets slut | 45 | 5 |

| MODERBOLAGET | AKTIE- KAPITAL | RESERV- FOND | ÖVERKURS- FOND | ANSAMLAD FÖRLUST | SUMMA |
|---------------------------------|-------------------|-----------------|-------------------|---------------------|---------------|
| Eget kapital 130101 | 12.228 | 17.578 | 11.839 | 1.015 | 42.660 |
| Årets resultat | | | | -9.317 | -9.317 |
| Eget kapital 131231 | 12.228 | 17.578 | 11.839 | -8.302 | 33.343 |
| Årets resultat | | | | -2.689 | -2.689 |
| lanspråktagande av överkursfond | | | -8.302 | 8.302 | 0 |
| Eget kapital 141231 | 12.228 | 17.578 | 3.537 | -2.689 | 30.654 |

RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDE (TSEK)

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|---------------|----------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| <i>Den löpande verksamheten</i> | | | | |
| Resultat efter finansiella poster | -3.850 | -8.534 | -2.689 | -10.922 |
| Justering för av- och nedskrivningar | 3.072 | 3.120 | 4.297 | 8.195 |
| Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet | 58 | -145 | 18 | -80 |
| Betald inkomstskatt | 87 | -145 | 0 | 13 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital | -633 | -5.704 | 1.626 | -2.794 |
| <i>Förändringar av rörelsekapital</i> | | | | |
| Varulager | 998 | 20 | 2.095 | -218 |
| Kundfordringar | 929 | -4.507 | -9.685 | -53 |
| Övriga rörelsefordringar | -4.689 | 3.437 | -6.669 | -1.072 |
| Icke räntebärande skulder | 5.031 | -5.033 | 10.938 | 908 |
| Summa förändringar av rörelsekapital | 2.269 | -6.083 | -3.321 | -435 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | 1.636 | -11.787 | -1.695 | -3.229 |
| <i>Investeringsverksamheten</i> | | | | |
| Avyttring av dotterföretag (not 33) | 0 | 2.229 | 0 | 2.229 |
| Nyemission dotterföretag | - | - | -1.670 | -3.328 |
| Förvärv av immateriella anläggningstillgångar | -3.084 | -3.615 | -3.084 | -3.615 |
| Förvärv av materiella anläggningstillgångar | -269 | -816 | -389 | -667 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | -3.353 | -2.202 | -5.143 | -5.381 |
| <i>Finansieringsverksamheten</i> | | | | |
| Upptagna lån | 1.500 | 3.500 | 1.500 | 3.500 |
| Amortering av skuld | -625 | -833 | -625 | -833 |
| Förändring factoringskulld | -20 | 6.000 | 5.980 | - |
| Erhållna koncernbidrag | - | - | 0 | 1.605 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | 855 | 8.667 | 6.855 | 4.272 |
| Årets kassaflöde | -862 | -5.322 | 17 | -4.338 |
| Likvida medel vid årets början | 6.229 | 11.551 | 2.922 | 7.260 |
| Likvida medel vid årets slut | 5.367 | 6.229 | 2.939 | 2.922 |
| Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet ovan består av: | | | | |
| Avsättning | 18 | -80 | 18 | -80 |
| Valutakursdifferens | 40 | -65 | - | - |
| Summa | 58 | -145 | 18 | -80 |

NOT 1 – REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS/IAS), såsom de godkänts av EU-kommissionen. Eftersom moderbolaget är ett bolag inom EU tillämpas bara av EU godkända IFRS.

Därutöver har Rådet för finansiell rapporterings Rekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner respektive Rådet för finansiell rapporterings Uttalanden samt Årsredovisningslagen tillämpats.

Moderbolagets årsredovisning är upprättad i enlighet med Rådet för finansiell rapporterings Rekommendation RFR 2 Redovisning för juridiska personer och Årsredovisningslagen.

Tillämpade redovisningsprinciper är oförändrade i jämförelse med föregående år med de undantag som framgår nedan.

Nya och ändrade redovisningsprinciper 2014

Koncernen har under året infört följande nya och ändrade IFRS från och med 1 januari 2014.

- IFRS 10 Koncernredovisning och ändring i IAS 27 Separata finansiella rapporter. IFRS 10 ersätter större delen av IAS 27. Det som kvarstår i IAS 27 rör hanteringen av dotterföretag, joint ventures och intresseföretag i separat finansiella rapporter. Reglerna avseende hur koncernredovisning ska upprättas har inte förändrats. Förändringen avser hur ett företag ska gå tillväga för att avgöra om bestämmande inflytande föreligger och således huruvida ett företag ska konsolideras.
- IFRS 11 Samarbetsarrangemang och ändring i IAS 28 Intresseföretag och joint ventures. IFRS 11 behandlar redovisningen av samarbetsarrangemang, som definieras som ett samarbetsavtal där två eller flera parter har ett gemensamt bestämmande inflytande. Två typer av samarbetsarrangemang identifieras; joint operation, där delägarna har rättigheter och åtaganden till tillgångar och skulder, samt joint venture, där delägarna har rättigheter till nettotillgångarna. Vid joint operation ska delägarna redovisa sina respektive tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Vid joint venture ska kapitalandelsmetoden tillämpas. Den ändrade IAS 28 beskriver kapitalandelsmetoden både för intresseföretag och joint ventures.
- IFRS 12 Upplýsingar om andelar i andra företag innehåller upplýsningskrav för dotterföretag, samarbetsarrangemang, intresseföretag och "structured entities" som inte är konsoliderade.
- IAS 32 Finansiella instrument: Klassificering – ändring. Genom ändringen i IAS 32 infogas förtydligande i avsnittet "Vägledning vid tillämpning" avseende kvittning av finansiella tillgångar och finansiella skulder.
- IAS 36 Nedskrivningar – ändring. Ändringen i avsnittet "Upplýsingar om återvinningsvärde för icke-finansiella tillgångar" innebär kortfattat att ytterligare upplýsningar skall lämnas om verkligt värde när återvinningsvärdet på en nedskrivna tillgång baseras på verkligt värde minus försäljningskostnader.
- IAS 39 Finansiella instrument: Redovisning och värdering – ändring. Ändringen i avsnittet "Novation av derivat och fortlöpande tillämpning av säkringsredovisning" introducerar en lättnad vid säkringsredovisning genom att tillåta att säkringsredovisning får fortsätta även när ett derivat, som är designat som säkringsinstrument, överförs till en central motpart om vissa villkor är uppfyllda, däribland att det krävs enligt lag eller andra regleringar, exempelvis EMIR. Ändringen omfattar inte transaktioner då derivat frivilligt överförs till central motpart.

Ovanstående nya och ändrade standards har inte inneburit några förändringar i ZetaDisplays finansiella rapporter.

Nya redovisningsprinciper för koncernen som ska tillämpas från 1 januari 2015 eller därefter

Nedanstående förändringar och uppdateringar har beslutats av IASB och skall börja tillämpas 1 januari 2015 eller därefter om inte annat tillämpningsdatum har antagits av EU.

- IFRS 9 Financial Instruments. Den nya standarden har omarbetats i olika delar, en del avser redovisning och värdering av finansiella tillgångar

och finansiella skulder. Standarden är uppdelad i tre delar; klassificering och värdering, säkringsredovisning och nedskrivning. Standarden träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2018 eller senare. Den förväntas godkännas av EU under det andra halvåret 2015.

- IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers (Förväntas godkännas av EU Q2 2015) träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2017 eller senare.

IFRS 15 innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt. Tanken är att allt tar sin början i ett avtal om försäljning av en vara eller tjänst, mellan två parter. Inledningsvis ska ett kundavtal identifieras, vilket hos säljaren genererar en tillgång (rättigheter, ett löfte om erhållande av ersättning) och en skuld (åtagande, ett löfte om överföring av varor/tjänster). Företaget redovisar enligt modellen sedan en intäkt och påvisar därigenom att företaget uppfyller ett åtagande att leverera utlovade varor och tjänster till kunden. Huvuddragen i IFRS 15 utgår ifrån följande förenklade femstegsmodell:

- Steg 1** Identifiera ett avtal mellan minst två parter där det finns en rättighet och ett åtagande.
- Steg 2** Identifiera de olika åtagandena. Ett avtal innehåller löften om att överföra varor eller tjänster till kunden (prestationsåtaganden). Alla prestationsåtaganden som till sin karaktär kan särskiljas ska redovisas separat.
- Steg 3** Fastställa transaktionspriset. Transaktionspriset är det ersättningsbelopp som företaget förväntas erhålla i utbyte mot de utlovade varorna eller tjänsterna. Transaktionspriset ska justeras för rörliga delar, exempelvis eventuella rabatter.
- Steg 4** Fördela transaktionspriset på de olika prestationsåtagandena. Vanligen kan företaget fördela transaktionspriset på varje enskild vara eller tjänst baserat på ett fristående försäljningspris.
- Steg 5** Uppfyllande av åtagandena och redovisning av intäkt. Företaget ska redovisa en intäkt när de uppfyllt sina prestationsåtaganden. Det belopp som redovisas som intäkt är det belopp som företaget tidigare har fördelat till det aktuella prestationsåtagandet.

Standarden ska tillämpas retroaktivt i enlighet med en av två presenterade modeller.

- IFRIC 21 Avgifter (Godkänd av EU 13 juni 2014) trädde i kraft 1 januari 2014, men EU har valt att skjuta fram första tillämpningen till räkenskapsår som inleds 17 juni 2014 eller senare. Tolkningen tydliggör när en skuld för avgifter (som omfattas av IAS 37) ska redovisas. Avgifter i avgifter/skatter som statliga eller motsvarande organ påför företag i enlighet med lagar/förordningar med undantag för inkomstskatter, böter eller andra påföljder.
- IFRS 10 Koncernredovisning och IAS 28 Innehav i intresseföretag och joint ventures – ändring (Förväntas godkännas av EU Q3 2015) träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2016 eller senare och klargör hur ett moderföretag ska redovisa en transaktion där kontrollen över ett dotterföretag gått förlorad (vars verksamhet inte utgör en rörelse enligt definitionen i IFRS 3 Rörelseförvärv) genom att sälja hela eller en del av sitt innehav i dotterföretaget till ett intresseföretag eller till ett joint venture som redovisas enligt kapitalandelsmetoden. Ändringarna tydliggör när och hur moderföretagets eventuella vinst eller förlust till följd av denna transaktion ska redovisas i resultaträkningen.
- IFRS 11 Samarbetsarrangemang – ändring (Förväntas godkännas av EU Q3 2015) träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2016 eller senare. Standarden kräver att en gemensam verksamhet (joint operation) som redovisar ett förvärv av innehav i en gemensam verksamhet, vars verksamhet utgör en rörelse, ska redovisa förvärvet i enlighet med de relevanta principerna i IFRS 3 Rörelseförvärv avseende förvärvsredovisning. Vidare tydliggörs genom ändringarna att ett tidigare ägarintresse i en gemensam verksamhet inte ska omvärderas om ytterligare intressen förvärvas så länge gemensamt bestämmande inflytande består.

- IAS 16 Materiella anläggningstillgångar och IAS 38 Immateriella anläggningstillgångar – ändring träder i kraft på räkenskapsår som inleds den 1 januari 2016 eller senare. Standarden förbjuder intäktsbaserade avskrivningar av materiella anläggningstillgångar. En intäktsbaserad metod kan enbart i undantagsfall användas för immateriella tillgångar. Standarden förväntas godkännas av EU Q3 2015.
- IAS 19 Ersättningar till anställda – ändring (Godkänd av EU december 2014) ska tillämpas för räkenskapsår som inleds den 1 juli 2014 eller senare. Ändringarna tydliggör i vilken period tillskott från arbetstagare eller tredje part ska reducera pensionskostnaden för förmånsbestämda pensionsplaner.
- IAS 27 Separata finansiella rapporter – ändring (Förväntas godkännas av EU Q3 2015) träder i kraft för räkenskapsår som inleds den 1 januari 2016 eller senare och introducerar en möjlighet för en juridisk person att redovisa investeringar i dotterföretag, joint ventures och intresseföretag med tillämpning av kapitalandelsmetoden. I och med den lagstiftning som finns i Sverige är denna ändring knappast tillämplig i svensk juridisk person.

ZetaDisplay arbetar för närvarande med att utvärdera de potentiella effekterna av ovanstående beslutade men icke implementerade nya standards och förändrade standards, men i nuläget bedöms endast IFRS9 och IFRS15 kunna påverka ZetaDisplays finansiella rapporter.

Grunder för upprättande av redovisningen

Koncernredovisningen baseras på historiska anskaffningsvärden, med undantag av finansiella instrument som värderas till verkligt värde.

Grunder för konsolidering

I koncernredovisningen ingår moderbolaget ZetaDisplay AB (publ) och de företag i vilka moderbolaget, direkt eller indirekt, innehar mer än 50% av rösterna eller ett bestämmande inflytande. Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Förvärvsmetoden innebär att dotterbolagets tillgångar och skulder samt eventualefterpliktelser värderas till verkligt värde vid förvärvet. Skillnaden mellan det verkliga värdet av förvärvade identifierbara tillgångar, skulder och eventualefterpliktelser och anskaffningsvärdet för aktierna utgör goodwill.

Förvärvade bolag ingår i koncernredovisningen från och med förvärvsdagen. Sålida bolag ingår till och med försäljningsdagen.

Omräkning av valuta

Funktionell valuta och rapportvaluta

Poster som ingår i de finansiella rapporterna för de olika enheterna i koncernen är värderade i den valuta som används i den ekonomiska miljö där respektive företag huvudsakligen är verksam (funktionell valuta). I koncernredovisningen används svenska kronor (SEK), som är moderföretagets funktionella valuta och rapportvaluta.

Transaktioner och balansposter

Transaktioner i utländsk valuta omräknas vid den initiala redovisningen till den funktionella valutan enligt de valutakurser som gäller på transaktionsdagen. Vid bokslut omräknas tillgångar och skulder i utländsk valuta till balansdagens kurs. Orealiserade vinster och förluster på omsättningstillgångar och icke räntebärande skulder i utländsk valuta har redovisats i rörelseresultatet och ingår under övriga rörelseintäkter respektive övriga rörelsekostnader.

Koncernföretag

Resultat och finansiell ställning för alla koncernföretag som har en annan funktionell valuta än rapportvalutan, omräknas till koncernens rapportvaluta enligt följande:

- Tillgångar och skulder för var och en av balansräkningarna omräknas till balansdagskurs
- Intäkter och kostnader för var och en av resultaträkningarna omräknas till genomsnittlig valutakurs
- De förändringar som uppkommit i koncernens egna kapital på grund av skillnaderna i balansdagskurserna mellan åren förs till totalresultatet

Kritiska redovisningsfrågor och osäkerhet i uppskattningar

Vid upprättandet av ZetaDisplays koncernredovisning har styrelsen och verkställande direktören, utöver gjorda uppskattningar, gjort ett antal bedömningar av kritiska redovisningsfrågor som har stor betydelse för redovisade belopp. Detta gäller följande områden:

Värdering av goodwill

Vid bedömningen om det finns ett nedskrivningsbehov görs antaganden om framtida kassaflöden, diskonteringsränta, tillväxt och lönsamhet för den kassagenererande enheten till vilken goodwillen hänförs.

Uppskjutna skatt avseende förlustavdrag

Vid värdering av uppskjutna skattefordringar görs bedömningar om framtida skattemässiga överskott för respektive bolag och därmed möjligheterna att utnyttja förlustavdragen. I not 15 finns storleken på förlustavdragen beskrivna.

Kostnader för utveckling

Utgifter för utveckling aktiveras i den mån dessa förväntas ge framtida ekonomiska fördelar. Ett antal kriterier ska vara uppfyllda för att ett utvecklingsprojekt ska aktiveras, bland annat att kostnaderna går att mäta, att det finns en marknad för projektet samt möjligheten att slutföra projektet.

Varulager

Varulager har värderats till det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet på balansdagen.

Värdering och klassificering av finansiella instrument

En finansiell tillgång eller skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part enligt instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura skickas. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala. Leverantörsskulder tas upp när faktura mottagits. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserats, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Förvärv och avyttring av finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen, som utgör den dag då bolaget för binder sig att förvärva eller avyttra tillgången. I enlighet med IAS 39 klassificeras finansiella tillgångar och skulder i olika kategorier, beroende på avsikten med förvärvet. Företagsledningen bestämmer klassificering vid ursprunglig anskaffningstidpunkt. Därefter redovisas och värderas de finansiella tillgångarna i enlighet med de principer som gäller för respektive kategori.

Kategorierna är följande:

Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen

Finansiella tillgångar som innehas för handel. I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som förvärvas i syfte att säljas på kort sikt, exempelvis räntebärande värdepapper, aktier och derivat. För närvarande har inte koncernen något i denna kategori.

Lånefordringar och kundfordringar

I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som inte utgör derivat, med fasta betalningar eller med betalningar som går att fastställa, och som inte är noterade på en aktiv marknad. I denna kategori hamnar för koncernens del likvida medel (dvs kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker), kundfordringar och övriga fordringar (exklusive derivat). Merparten av koncernens finansiella tillgångar hamnar i denna kategori, vilket innebär att de värderas till upplupet anskaffningsvärde. Karaktären på dessa tillgångar är sådan att skillnaden mellan upplupet anskaffningsvärde och anskaffningsvärde är noll. Kundfordringar redovisas till det belopp som förväntas inflyta och bedöms individuellt. Kundfordringars förväntade löptid är kort, varför värdet redovisas till nominellt belopp utan diskontering.

Finansiella tillgångar som kan säljas

I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som inte klassificerats i någon annan kategori. Dessa tillgångar värderas löpande till verkligt värde med värdeförändring mot totalresultatet. Vid den tidpunkt placeringarna bokas bort från balansräkningen omförs tidigare redovisad vinst eller förlust i totalresultatet till resultaträkningen. Inga tillgångar av detta slag finns i koncernens balansräkning på balansdagen.

Finansiella skulder värderade till verkligt värde via resultaträkningen

Finansiella skulder som innehas för handel och derivat värderas löpande till verkligt värde med värdeförändring redovisade i resultaträkningen, enligt beskrivning under Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen.

Övriga finansiella skulder

Finansiella skulder som inte innehas för handel värderas till upplupet anskaffningsvärde, och i denna kategori hamnar leverantörsskulder, låneskulder och övriga skulder.

Fordringar

Fordringar har efter individuell värdering upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta.

Intäktsredovisning

Intäktslagen i ZetaDisplay är av två slag; försäljning av produkter samt utförande av tjänsteuppdrag. Tjänsteuppdragen består av medieproduktion, programlicenser, service, reparationer, garantiåtagande m fl tjänster inom Digital Signage. Intäkter av produktförsäljning redovisas när huvudsakligen alla risker och rättigheter som är förknippade med rättigheten övergått till köparen, vilket normalt inträffar när produkterna levereras. Intäkter av tjänsteuppdrag sker i takt med att uppdragen utförts. Räntintäkter redovisas i takt med att de intjänas och utdelningar redovisas i resultaträkningen när aktieägarnas rätt att erhålla utbetalning fastställts.

För utförande av väsentliga leveranser av installationer tillämpas successiv vinstavräkning i koncernredovisningen. Detta innebär att den inkomst som är hänförlig till uppdraget redovisas som intäkt baserad på färdigställandegraden per balansdagen. Förutsättningarna för att successiv vinstavräkning skall kunna tillämpas är att intäkter, kostnader och färdigställandegrad kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Färdigställandegraden har fastställts genom bedömning av utfört arbete ställt i relation till uppskattat totalt arbete. Intäkterna hänförliga till den successiva vinstavräkningen redovisas såsom upplupen intäkt.

Ersättning till anställda

De anställdas ersättningar redovisas med intjänade och utbetalda löner. Full reservering görs för olika åtaganden som outtagen semester och sociala avgifter.

Garantier

Beräknade kostnader för produktgarantier belastar rörelsens kostnader i samband med att produkterna säljs och redovisas som en avsättning i balansräkningen. Garantitiden uppgår till mellan 2-4 år.

Redovisning av inkomstskatter

Redovisning i resultaträkningen görs av all skatt som beräknas löpa på redovisat resultat. Skatterna har beräknats efter varje lands skatteregler och redovisas i posten Skatt på årets resultat. Redovisade inkomstskatter innefattar skatt som ska betalas avseende aktuellt år, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt samt förändringar i uppskjuten skatt. Uppskjuten skatt utgörs av förändring av uppskjuten skattefordran avseende skattemässiga underskottsavdrag och redovisas endast i den utsträckning det är sannolikt att avdragen kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning. Koncernens sammanlagda underskott uppgår till 91,9 (88,3) MSEK. Efter en enskild bedömning av varje bolags historiska resultatutveckling, möjlighet att använda förlustavdragen samt framtidsplaner har en uppskjuten skattefordran på 1,8 (1,6) MSEK bokats upp.

Nedskrivningar

När det finns indikationer på att en tillgång har minskat i värde fastställs dess återvinningsvärde, vilket är det högsta värdet av nettoförsäljningsvärdet och nyttjandevärdet. Nyttjandevärdet nuvärdesberäknas med utgångspunkt från uppskattade framtida betalningar som tillgången väntas ge upphov till under nyttjandeperioden. Om återvinningsvärdet understiger det bokförda värdet görs en nedskrivning av tillgången till återvinningsvärdet. Återföring görs om det inte längre finns skäl för nedskrivningen. Nedskrivningar och återföringar redovisas i resultaträkningen. För goodwill görs minst en årlig avstämning av framtida förväntade resultat- och kassaflödesutveckling. Vid behov görs nedskrivning av goodwill.

Avskrivningar

Avskrivningar enligt plan baseras på tillgångens anskaffningsvärde samt nyttjandeperioden.

| | |
|---|--|
| Inventarier | 20-25% |
| Förbättringsutgifter annans fastighet | Skrivs av på återstående tid hyreskontrakt |
| Balanserade utgifter för utveckl.arbete och hemsida | 20% |
| Patent och varumärke | 20% |

Leasingavtal

Leasingavtal klassificeras i koncernredovisningen antingen som finansiell eller operationell leasing. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och förmånerna som är förknippat med ägandet och i allt väsentligt är överförda till leasingtagaren. I annat fall är det fråga om operationell leasing. Finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar, och dylikt redovisas som operationell leasing eftersom de inte uppgår till materiella belopp. I övrigt finns det inte andra finansiella leasingavtal. I operationell leasing ingår lokalhyror. Under 2012 tecknade ZetaDisplay AB (publ) och ZetaDisplay Sverige AB 10-åriga kontorshyresavtal med Flygstaben Fastighets AB.

Koncernbidrag och aktieägartillskott

Samtliga erhållna och lämnade koncernbidrag redovisas som bokslutsdispositioner (alternativregeln). Aktieägartillskott som moderföretaget lämnar till dotterföretag redovisas antingen som andelar i dotterföretag eller som kostnad pga sambandet mellan redovisning och beskattning. Bolaget har valt att tillämpa det senare alternativet.

Likvida medel

Likvida medel utgörs av kassa och bank. Någon annan likviditet (kortfristiga placeringar) finns inte. ZetaDisplay har således inga finansiella placeringar som ska beräknas till verkligt värde.

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalys upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- och utbetalningar. Som likvida medel klassificeras kassa- och banktillgodohavanden.

Rapportering av segment

Koncernen är operativt organiserad i ett segment, bildskärmslösningar.

Avsättningar

Med avsättningar avses de skulder som är ovissa med avseende på belopp eller tidpunkt då de kommer att regleras. De redovisas då det finns ett åtagande som en följd av en inträffad händelse, en tillförlitlig uppskattning kan göras av beloppet samt att det är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas. I balansräkningen redovisas garantiåtaganden som en avsättning.

Pensioner

Inom koncernen finns det i dagsläget pensionsplaner för samtliga anställda i ZetaDisplay AB (publ), ZetaDisplay Sverige AB, ZetaDisplay Danmark A/S och ZetaDisplay Norge AS. Pensionsplanerna är avgiftsbestämda då de beräknas utifrån en viss procentsats av månadslönen.

Goodwill

Goodwill utgörs av det belopp varmed anskaffningsvärdet överstiger det verkliga värdet på koncernens andel av det förvärvade dotterföretagets identifierbara nettotillgångar vid förvärvstillfället. Goodwill på förvärv av dotterföretag redovisas som immateriella tillgångar. Goodwill som redovisas separat prövas minst årligen för att identifiera eventuellt nedskrivningsbehov, genom att beräkna nyttjandevärdet för de kassagenererande enheter (KGE) på vilka goodwill fördelats. Fördelningen görs på de KGE som förväntas bli gynnade av det rörelseförvärv som gett upphov till goodwillposten. Ett nedskrivningsbehov föreligger när nyttjandevärdet avseende viss KGE understiger redovisat värde. En nedskrivning redovisas då i resultaträkningen.

Övriga immateriella anläggningstillgångar

Övriga immateriella tillgångar utgörs av patent och varumärken samt balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och hemsida. De redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde med avdrag

för ackumulerade avskrivningar och i förekommande fall nedskrivningar. Utgift för utveckling av nya produkter och programvara aktiveras endast om det bedöms som sannolikt att sådana utgifter kommer att leda till framtida ekonomiska fördelar för företaget. I annat fall kostnadsförs utgiften löpande när den uppstår.

Materiella anläggningstillgångar

Anläggningstillgångar redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och i förekommande fall nedskrivningar. Reparationer och underhåll på materiella anläggningstillgångar kostnadsförs löpande.

Alla belopp i noterna som följer anges i TSEK.

NOT 2 – SEGMENTINFORMATION

Information om rapporterbara segment

Koncernen är operativt organiserad i ett segment, bildskärmslösningar. Då ZetaDisplay endast har ett rapporterbart segment överensstämmer nettoomsättning och rörelseresultat för segmentet med motsvarande uppgifter i resultaträkningen.

Information om geografiska områden

Nedan presenteras koncernens intäkter från externa kunder och anläggningstillgångar fördelat på geografiska områden.

| | INTÄKTER FRÅN EXTERNA KUNDER | | ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR | |
|---------------|------------------------------|--------|-----------------------|--------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Sverige | 34.206 | 44.157 | 8.455 | 8.145 |
| Danmark | 888 | 1.437 | 596 | 602 |
| Norge | 7.478 | 5.821 | 57 | 59 |
| Finland | 14.785 | 8.652 | 5.680 | 5.701 |
| Övriga länder | 1.159 | 822 | 0 | 0 |
| Summa | 58.516 | 60.889 | 14.788 | 14.507 |

| | NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING MODERBOLAGET | |
|---------------|--|--------|
| | 2014 | 2013 |
| Sverige | 29.360 | 25.130 |
| Danmark | 67 | 406 |
| Norge | 2.761 | 1.982 |
| Finland | 3.581 | 2.291 |
| Övriga länder | 979 | 157 |
| Summa | 36.748 | 29.966 |

Information om större kunder Intäkter från koncernens kunder som var och en svarar för mer än 10 % av omsättningen uppgår till 10,6 Msek (11,2 Msek, en kund), dvs det är en kund som uppfyller denna gräns.

NOT 3 – LEASINGAVTAL

Hysesavtal av operationell natur har ingåtts enligt följande:

| KONCERNEN | 2014 | | 2013 | |
|--|-------------|---------|-------------|---------|
| | INVENTARIER | LOKALER | INVENTARIER | LOKALER |
| Erlagt under året | 499 | 2.181 | 558 | 2.218 |
| Avgifter som förfaller | | | | |
| år 2015 (2014) | 472 | 1.934 | 554 | 2.033 |
| år 2016-2019 (2015-2018) | 251 | 5.109 | 419 | 6.022 |
| år 2020 eller senare (2019 eller senare) | 0 | 3.974 | 0 | 5.955 |

| MODERBOLAGET | 2014 | | 2013 | |
|--|-------------|---------|-------------|---------|
| | INVENTARIER | LOKALER | INVENTARIER | LOKALER |
| Erlagt under året | 323 | 1.161 | 195 | 744 |
| Avgifter som förfaller | | | | |
| år 2015 (2014) | 361 | 1.219 | 228 | 759 |
| år 2016-2019 (2015-2018) | 134 | 4.944 | 177 | 3.189 |
| år 2020 eller senare (2019 eller senare) | 0 | 3.974 | 0 | 3.450 |

Verksamheten och de anställda i dotterföretaget ZetaDisplay Sverige AB flyttades över till moderbolaget per 1 juni 2014, vilket fått till följd att moderbolagets kostnader ökat under 2014 och framåt sett till totalen.

NOT 4 – MEDELANTAL ANSTÄLLDA

| MODERBOLAGET | 2014 | | 2013 | |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| | ANTAL | MÄN % | ANTAL | MÄN % |
| Sverige | 19 | 84% | 15 | 80% |
| DOTTERFÖRETAG | ANTAL | MÄN % | ANTAL | MÄN % |
| Sverige | 6 | 83% | 12 | 83% |
| Danmark | 1 | 0% | 1 | 0% |
| Norge | 4 | 100% | 3 | 100% |
| Finland | 8 | 100% | 7 | 100% |
| Summa koncern totalt | 38 | 87% | 38 | 84% |

Verksamheten och de anställda i dotterföretaget ZetaDisplay Sverige AB flyttades över till moderbolaget per 1 juni 2014. Antal anställda omräknat till heltidstjänster vid årets slut var 35 (41).

NOT 5 – KÖNSFÖRDELNING LEDNING

| | 2014 | | 2013 | |
|--|-------|-----------|-------|-----------|
| | ANTAL | KVINNOR % | ANTAL | KVINNOR % |
| Styrelse moderbolag | 6 | 17% | 5 | 20% |
| Styrelse koncern | 9 | 11% | 8 | 13% |
| Övriga ledande befattningshavare, moderbolag | 3 | 0% | 2 | 0% |
| Övriga ledande befattningshavare, koncern | 4 | 0% | 4 | 0% |

Flertalet av styrelseledamöterna sitter med i styrelsen i flera av bolagen. I siffran för styrelse koncern har de dock bara tagits med en gång.

| | 2014 | | 2013 | |
|------------------|----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
| | LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR | SOCIALA KOSTNADER | LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR | SOCIALA KOSTNADER |
| Moderbolaget | 7.288 | 2.422 | 5.573 | 1.841 |
| Dotterföretag | 8.834 | 1.896 | 10.876 | 2.586 |
| Koncernen totalt | 16.122 | 4.318 | 16.449 | 4.427 |

Verksamheten och de anställda i dotterföretaget ZetaDisplay Sverige AB flyttades över till moderbolaget per 1 juni 2014, vilket fått till följd att moderbolagets kostnader ökat under 2014 sett till totalen.

Koncernen och moderbolaget har inte några utestående pensionsförpliktelser varken 2014-12-31 eller 2013-12-31. Dotterföretaget i Sverige har betalt 81 (147) tsek i tjänstepension varav 6 (21) tsek till VD:n. Dotterföretaget i Danmark har betalt 94 (72) tsek i tjänstepension varav 0 (0) tsek till VD:n då bolagets VD fått tjänstepension från annat bolag i koncernen. Dotterföretaget i Norge har betalt 75 (82) tsek i tjänstepension varav 41 (41) tsek till VD:n. Moderbolaget har betalt 497 (341) tsek i tjänstepension varav 144 (144) tsek till VD:n. Några ytterligare pensionskostnader har ej funnits i koncernen.

forts nästa sida

LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR FÖRDELADE PER LAND OCH MELLAN STYRELSELEDAMÖTER M FL OCH ANDRA ANSTÄLLDA

| | 2014 | | 2013 | |
|-------------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| | STYRELSE OCH VD | ÖVRIGA ANSTÄLLDA | STYRELSE OCH VD | ÖVRIGA ANSTÄLLDA |
| Moderbolaget | 1.647 | 5.641 | 1.687 | 3.886 |
| Dotterföretag i Sverige | 300 | 2.533 | 744 | 4.807 |
| Dotterföretag i Danmark | 0 | 625 | 0 | 857 |
| Dotterföretag i Norge | 1.028 | 1.773 | 1.027 | 1.088 |
| Dotterföretag i Finland | 0 | 2.575 | 0 | 2.353 |
| Koncernen totalt | 2.975 | 13.147 | 3.458 | 12.991 |

NOT 7 – ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Till styrelsen och ordförande utgår arvode enligt bolagsstämans beslut. För 2014 utgår arvode till styrelseledamoten Ingrid Jonasson Blank med 100 TSEK och till styrelseledamoten Anders Pettersson med 50 TSEK. Till övriga styrelsen utgår inget arvode under 2014. Ersättning har istället utgått inom ramen för anställning och uppdrag.

Arbetande styrelseordförande, Mats Johansson, har erhållit lön med 668 (667) TSEK. Därutöver har han tjänstepension motsvarande 2 % av månadslönen och tillgång till tjänstebil.

Verkställande direktören, Leif Liljebrunn, har erhållit lön med 979 (990) TSEK. Därutöver har han tjänstepension motsvarande 15 % av månadslönen och tillgång till tjänstebil.

Styrelseledamoten Ingrid Jonasson Blank har förutom styrelsearvodet även erhållit ett konsultarvode på 150 (150) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2014-12-31 uppgick till 75 (0) TSEK.

F.d. styrelseledamoten Mikael Öberg, tillika arbetande som CFO i bolaget tom 2008-07-31 och därefter som senior adviser, har fått ett arvode på 0 (53) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2014-12-31 uppgick till 0 TSEK.

F.d. styrelseordförande Rolf Eriksson har i egenskap som bolagets advokat fått ett arvode på 72 (72) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2014-12-31 uppgick till 144 TSEK.

Mellan bolaget och den verkställande direktören gäller en ömsesidig uppsägning om 6 månader. Något avgångsvederlag utgår ej.

Bonus, avgångsvederlag eller aktierelaterade kompensationer finns ej i bolaget förutom ett teckningsoptionsprogram till verkställande direktören Leif Liljebrunn. Leif har tecknat 375.000 teckningsoptioner av serie 2011/2014 och 125.000 teckningsoptioner av serie 2011/2015.

Teckningsoptioner av serie 2011/2014 emitterades till 0,19 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2014 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2014 till och med den 31 december 2014, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 375.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 3 procent mot befintligt aktiekapital. Leif valde att inte utnyttja dessa teckningsoptioner.

Forts nästa sida

NOT 7 – ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE [FORTS]

Teckningsoptioner av serie 2011/2015 emitterades till 0,32 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2015 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2015 till och med den 31 december 2015, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital.

Transaktioner med närstående

ZetaDisplay har inga övriga transaktioner med aktieägare eller styrelseledamöter.

NOT 8 – INKÖP OCH FÖRSÄLJNING INOM KONCERNEN

Av moderbolagets totala intäkter och kostnader har 35 (99) % av intäkterna och 5 (4) % av kostnaderna kommit från andra företag inom koncernen.

NOT 9 – ARVODE OCH ERSÄTTNINGAR TILL BOLAGETS REVISORER

I 2014 års rörelseresultat ingår följande arvoden och ersättningar till koncernens revisorer, Ernst & Young för moderbolaget och ZetaDisplay Sverige AB, Grant Thornton för ZetaDisplay Finland Oy, Chr Mortensen Revisionsfirma för ZetaDisplay Danmark A/S och statsautoriserad revisor John Asle Johnsen för ZetaDisplay Norge AS.

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| <i>Revisionsuppdraget</i> | | | | |
| Ernst & Young | 210 | 254 | 195 | 219 |
| Chr Mortensen Revisionsfirma | 50 | 46 | - | - |
| Statsautoriserad revisor John Asle Johnsen | 45 | 44 | - | - |
| Grant Thornton | 25 | 23 | - | - |
| <i>Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget</i> | | | | |
| Ernst & Young, granskning av delårsrapport jan-sept | 50 | 50 | 50 | 50 |
| <i>Skatterådgivning</i> | 0 | 0 | 0 | 0 |
| <i>Övriga tjänster</i> | 0 | 0 | 0 | 0 |

NOT 10 – UTVECKLINGSKOSTNADER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|-------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Kostnadsförda utvecklingsarbeten | 112 | 96 | 112 | 96 |
| Årets avskrivningar av aktiverade utvecklingsarbeten | 2.525 | 2.611 | 2.525 | 2.611 |
| | 2.637 | 2.707 | 2.637 | 2.707 |

NOT 11 – FÖRVÄRVSKOSTNADER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Kostnader i samband med förvärv av Marketmedia Oy | 810 | 0 | - | - |

NOT 12 – RESULTAT FRÅN ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|-----------|------|--------------|--------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Nedskrivning kapitallån ZetaDisplay Finland Oy | - | - | - | -834 |
| Återföring nedskrivning kapitallån ZetaDisplay Finland Oy | - | - | 834 | - |
| Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S | - | - | -1.119 | -3.100 |
| Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS | - | - | -1.050 | -1.284 |
| | - | - | -1.335 | -5.218 |

NOT 13 – RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--------|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Räntor | 98 | 147 | 80 | 131 |

NOT 14 – RÄNTEKOSTNADER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|------------------------------|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Räntor | -447 | -370 | -395 | -344 |
| Valutakursförluster | -16 | -85 | -16 | -85 |
| Övriga finansiella kostnader | -85 | -114 | -43 | -42 |
| | -548 | -569 | -454 | -471 |

NOT 15 – SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|-------------------------------|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Aktuell skatt för året | -11 | -28 | 0 | 0 |
| Uppskjuten skatt | 165 | 0 | 0 | 0 |
| Summa skatt på årets resultat | 154 | -28 | 0 | 0 |

Skillnaden mellan redovisad skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter:

| | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|
| Redovisat resultat före skatt | -3.850 | -8.534 | -2.689 | -9.317 |
| Skatt enligt gällande skattesats | 847 | 1.877 | 592 | 2.050 |
| Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader | -50 | -49 | -520 | -1.173 |
| Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter | 0 | 0 | 184 | 0 |
| Skatteeffekt av ej beaktade underskottsavdrag | -538 | -1.722 | -256 | -877 |
| Effekter av utländska skattesatser | -105 | -134 | - | - |
| Redovisad skattekostnad | 154 | -28 | 0 | 0 |

Den genomsnittliga skattesatsen är i koncernen 25,6 (23,1) % och i moderbolaget 22,0 (22,0) %.

Koncernens totala underskottsavdrag uppgår till 91,9 (88,3) MSEK och kan utnyttjas utan tidsbegränsning. Efter en enskild bedömning av varje bolags historiska resultatutveckling, möjlighet att använda förlustavdragen samt framtidsplaner har en uppskjuten skattefordran bokats upp enligt nedan.

Uppskjuten skattefordran avseende:

| | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Avdragsgilla temporära skillnader | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Underskottsavdrag | 1.754 | 1.589 | 1.300 | 1.300 |

NOT 16 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – BALANSERADE UTGIFTER FÖR UTVECKLINGSARBETE

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | 10.745 | 11.720 | 10.745 | 11.720 |
| Försäljning och utrangering | -2.343 | -3.796 | -2.343 | -3.796 |
| Inköp | 3.083 | 2.821 | 3.083 | 2.821 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | 11.485 | 10.745 | 11.485 | 10.745 |
| Ingående avskrivningar | -4.875 | -6.060 | -4.875 | -6.060 |
| Försäljning och utrangering | 2.343 | 3.796 | 2.343 | 3.796 |
| Årets avskrivningar | -2.525 | -2.611 | -2.525 | -2.611 |
| Utgående ackumulerade avskrivningar | -5.057 | -4.875 | -5.057 | -4.875 |
| Utgående planenligt restvärde | 6.428 | 5.870 | 6.428 | 5.870 |

I balanserade utgifter för utvecklingsarbete ingår huvudsakligen utgifter för framtagande av bolagets produktkoncept. Årets inköp 2014 avser till största delen internt utarbetade tillgångar. Värdeinsparningen för dessa påbörjas i samband med att inköpen aktiveras. Tidigare års inköp avser till största delen internt utarbetade tillgångar.

NOT 17 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – PATENT, VARUMÄRKE OCH HEMSIDA

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | 1.993 | 1.199 | 1.993 | 1.199 |
| Inköp | 0 | 794 | 0 | 794 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | 1.993 | 1.993 | 1.993 | 1.993 |
| Ingående avskrivningar | -1.292 | -1.101 | -1.292 | -1.101 |
| Årets avskrivningar | -186 | -191 | -186 | -191 |
| Utgående ackumulerade avskrivningar | -1.478 | -1.292 | -1.478 | -1.292 |
| Utgående planenligt restvärde | 515 | 701 | 515 | 701 |

NOT 18 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – GOODWILL

Minst en gång om året görs en prövning av om det föreligger något nedskrivningsbehov av goodwill genom att beräkna nyttjandevärdet för de kassagenererande enheterna på vilken goodwill fördelats. Nyttjandevärdet för goodwill fås fram genom att reducera det totala nettokassaflödet med operativt värde med en prognosperiod på 5 (5) år samt ett terminalvärde. Kassaflödet för det första året baseras på av styrelsen fastställd budget. För perioden därefter har prognostiserade kassaflöden hänförliga till denna verksamhet nuvärdesberäknats med en diskonteringsränta (WACC, Weighted Average Cost of Capital). De diskonteringsräntor som används återspeglar den marknadsränta, risk och skattesats som gäller för branschen och aktuell marknad.

Nedskrivningsprövningarna avseende ZetaDisplay Sverige AB, ZetaDisplay Danmark A/S, ZetaDisplay Norge AS och ZetaDisplay Finland Oy som är gjorda per 2014-12-31 är baserade på en WACC på 14,0 (14,5) % och en högre tillväxttakt 2015-2017 (2014-2016) då marknaden växer för att därefter plana ut till en tillväxttakt på 2,5 (2,5) %. Nedskrivningsprövningarna har inte medfört några nedskrivningar under 2013 och 2014. En känslighetsanalys har gjorts för att bedöma om någon rimlig och möjlig ogynnsam förändring i antaganden skulle kunna leda till nedskrivningsbehov. Analysen fokuserade på en höjning av diskonteringsräntan med 2 procentenheter och visade inte på något nedskrivningsbehov.

Goodwill fördelas på koncernens kassagenererande enheter identifierade till att vara dotterbolagen, 698 (698) tsek avser ZetaDisplay Sverige AB, 596 (596) tsek avser ZetaDisplay Danmark A/S, 30 (30) tsek avser ZetaDisplay Norge AS och 5.567 (5.567) tsek avser ZetaDisplay Finland Oy.

| | KONCERNEN | |
|---|--------------|--------------|
| | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | 6.890 | 6.890 |
| Förändring under året | 0 | 0 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | 6.890 | 6.890 |

NOT 19 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – INVENTARIER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|--------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | 2.449 | 1.955 | 1.317 | 972 |
| Försäljningar/utrangeringar | -50 | 0 | -50 | 0 |
| Valutakursdifferens | 7 | 0 | 0 | 0 |
| Inköp | 160 | 494 | 287 | 345 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | 2.566 | 2.449 | 1.554 | 1.317 |
| Ingående avskrivningar | -1.703 | -1.406 | -942 | -789 |
| Försäljningar/utrangeringar | 50 | 0 | 50 | 0 |
| Årets avskrivningar | -319 | -297 | -209 | -153 |
| Utgående ackumulerade avskrivningar | -1.972 | -1.703 | -1.101 | -942 |
| Utgående planenligt restvärde | 594 | 746 | 453 | 375 |

NOT 20 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – FÖRBÄTTRINGSUTGIFTER ANNANS FASTIGHET

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | 322 | 0 | 322 | 0 |
| Försäljningar/utrangeringar | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inköp | 102 | 322 | 102 | 322 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | 424 | 322 | 424 | 322 |
| Ingående avskrivningar | -22 | 0 | -22 | 0 |
| Försäljningar/utrangeringar | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Årets avskrivningar | -41 | -22 | -41 | -22 |
| Utgående ackumulerade avskrivningar | -63 | -22 | -63 | -22 |
| Utgående planenligt restvärde | 361 | 300 | 361 | 300 |

NOT 21 – ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

| | ORGANISATIONS- NUMMER | SÄTE | KAPITAL- OCH RÖSTRÄTTSANDEL, % | BOKFÖRT VÄRDE | |
|---|--------------------------|-------------|-----------------------------------|---------------|--------|
| | | | | 141231 | 131231 |
| ZetaDisplay Sverige AB | 556642-5871 | Malmö | 100 | 1.330 | 1.330 |
| ZetaDisplay Norge AS | 992 340 460 | Oslo | 100 | 9.248 | 9.248 |
| ZetaDisplay Finland Oy | 2131512-4 | Helsingfors | 100 | 6.205 | 6.205 |
| ZetaDisplay Danmark A/S | CVR 29226342 | Köpenhamn | 100 | 7.469 | 7.969 |
| ZetaDisplay Baltics Oü | 12435080 | Tallinn | 100 | 21 | 21 |
| | | | | 24.273 | 24.773 |
| Ingående bokfört värde i dotterbolag | | | | 24.773 | 26.662 |
| Uppstart ZetaDisplay Baltics Oü | | | | - | 21 |
| Nyemission ZetaDisplay Norge AS | | | | 1.050 | 1.284 |
| Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS | | | | -1.050 | -1.284 |
| Nyemission ZetaDisplay Danmark A/S | | | | 620 | 1.190 |
| Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S | | | | -1.120 | -3.100 |
| Utgående bokfört värde | | | | 24.273 | 24.773 |

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|------|--------------|--------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående anskaffningsvärde | - | - | 33.245 | 30.750 |
| Årets tillskott/nyemissioner | - | - | 1.670 | 2.495 |
| Utgående ackumulerade anskaffningsvärden | - | - | 34.915 | 33.245 |
| Ingående nedskrivningar | - | - | -8.472 | -4.088 |
| Årets nedskrivningar | - | - | -2.170 | -4.384 |
| Utgående ackumulerade nedskrivningar | - | - | -10.642 | -8.472 |
| Utgående värde | - | - | 24.273 | 24.773 |

NOT 22 – NEDSKRIVNING FÄRDIGA VAROR

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--------------------------|-----------|-------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Värde innan nedskrivning | 5.073 | 5.741 | 2.275 | 3.909 |
| Nedskrivning | -648 | -691 | -570 | -482 |
| | 4.425 | 5.050 | 1.705 | 3.427 |

NOT 23 – FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|-----------|-------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Upplupna intäkter | 8.270 | 1.116 | 6.435 | 319 |
| Intäkter hänförliga till successiv vinstavräkning | 1.843 | 3.680 | 0 | 0 |
| Övriga förutbetalda kostnader | 1.082 | 1.678 | 1.624 | 559 |
| | 11.195 | 6.474 | 8.059 | 878 |

NOT 24 – AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet uppgår till 12.228.250 (12.228.250) SEK fördelat på 12.228.250 (12.228.250) aktier. Kvotvärdet per aktie är 1 SEK. Samtliga aktier medför lika ekonomiska rättigheter och har lika röstvärde.

ZetaDisplay AB (publ) innehar 0 (0) st egna aktier. Specifikation över förändringar i eget kapital återfinns på s 48.

NOT 25 – RÄNTEBÄRANDE SKULDER – SKULD TILL KREDITINSTITUT

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|--------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Förfallotidpunkt inom 1 år från balansdagen | 7.455 | 7.281 | 7.455 | 1.281 |
| Förfallotidpunkt 1-5 år från balansdagen | 3.525 | 2.844 | 3.525 | 2.844 |
| Förfallotidpunkt senare än 5 år från balansdagen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 10.980 | 10.125 | 10.980 | 4.125 |

Av koncernens och moderbolagets (2014) räntebärande skulder som förfaller inom 1 år från balansdagen består 6,0 (6,0) MSEK av factoring. Moderbolaget har under 2014 tagit över factoringkrediten från ZetaDisplay Sverige AB.

NOT 26 – ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|------------------------------------|-----------|------|--------------|------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Ingående värde | 256 | 336 | 256 | 336 |
| Nettoavsättning för produktgaranti | 18 | -80 | 18 | -80 |
| Utgående värde | 274 | 256 | 274 | 256 |
| varav långfristiga | 71 | 66 | 71 | 66 |

För att täcka upp för kommande garantikostnader tar bolaget betalt i form av garantiintäkter, antingen initialt i samband med försäljningen av hårdvaran eller löpande under avtalets tid. Verkliga kostnader för garanti har under året uppgått till 986 (1.078) TSEK varav 365 (449) TSEK matchas av löpande intäkter.

NOT 27 – UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|----------------------------|-----------|-------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Förutbetalda intäkter | 3.897 | 4.145 | 3.593 | 243 |
| Upplupna personalkostnader | 3.355 | 3.641 | 2.352 | 1.674 |
| Upplupna varukostnader | 3.910 | 0 | 3.910 | 0 |
| Övriga upplupna kostnader | 2.091 | 1.449 | 2.007 | 855 |
| | 13.253 | 9.235 | 11.862 | 2.772 |

NOT 28 – STÄLLDA SÄKERHETER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|---|-----------|--------|--------------|--------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Företagsinteckning avseende skulder till kreditinstitut | 5.400 | 5.000 | 5.400 | 5.000 |
| Företagsinteckning avseende checkräkningskredit | 5.500 | 5.500 | 5.000 | 5.000 |
| | 10.900 | 10.500 | 10.400 | 10.000 |

Koncernen har per 31 december 2014 en checkräkningskredit på 3,0 (3,0) MSEK och en factoringkredit på 6,0 (6,0) MSEK.

NOT 29 – EVENTUALFÖRPLIKTELSE OCH ANSVARSFÖRBINDELSER

| | KONCERNEN | | MODERBOLAGET | |
|--|-----------|-------|--------------|-------|
| | 2014 | 2013 | 2014 | 2013 |
| Hysesgarantier till Flygstaben Fastighets AB | 6.436 | 5.159 | 6.436 | 5.159 |
| Borgensåtagande för dotterbolag | - | - | 3.000 | 6.000 |

Beloppet avseende hyresgarantier har ökat då ZetaDisplay AB (publ) lyckats hyra ut en del av sin lokal.

NOT 30 – VERKLIGT VÄRDE AV FINANSIELLA INSTRUMENT

| KONCERNEN | 141231 | | 131231 | |
|---------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| | REDOVISAT VÄRDE | VERKLIGT VÄRDE | REDOVISAT VÄRDE | VERKLIGT VÄRDE |
| Kundfordringar | 13.454 | 13.454 | 14.383 | 14.383 |
| Övriga fordringar | 574 | 574 | 606 | 606 |
| Likvida medel | 5.367 | 5.367 | 6.229 | 6.229 |
| Tillgångar | 19.395 | 19.395 | 21.218 | 21.218 |
| Skuld till kreditinstitut | 10.980 | 10.980 | 10.125 | 10.125 |
| Leverantörsskulder | 7.655 | 7.655 | 6.854 | 6.854 |
| Övriga skulder | 2.533 | 2.533 | 2.321 | 2.321 |
| Skulder | 21.168 | 21.168 | 19.300 | 19.300 |

| MODERBOLAGET | 141231 | | 131231 | |
|---------------------------|-----------------|----------------|-----------------|----------------|
| | REDOVISAT VÄRDE | VERKLIGT VÄRDE | REDOVISAT VÄRDE | VERKLIGT VÄRDE |
| Kundfordringar | 9.836 | 9.836 | 151 | 151 |
| Övriga fordringar | 147 | 147 | 137 | 137 |
| Likvida medel | 2.939 | 2.939 | 2.922 | 2.922 |
| Tillgångar | 12.922 | 12.922 | 3.210 | 3.210 |
| Skuld till kreditinstitut | 10.980 | 10.980 | 4.125 | 4.125 |
| Leverantörsskulder | 3.895 | 3.895 | 4.621 | 4.621 |
| Övriga skulder | 1.839 | 1.839 | 514 | 514 |
| Skulder | 16.714 | 16.714 | 9.260 | 9.260 |

Kundfordringar och Övriga fordringar klassificeras som "Kund- och lånefordringar". Likvida medel klassificeras som "Tillgångar som kan säljas". Skuld till kreditinstitut, Leverantörsskulder och Övriga skulder klassificeras som "Övriga finansiella skulder".

KONCERNEN

| SKULDER 141231 | UTAN LÖPTID | < 3 MÅN | 3-12 MÅN | 1-5 ÅR | > 5 ÅR | TOTALT |
|---------------------------|-------------|---------------|--------------|--------------|--------|---------------|
| Skuld till kreditinstitut | - | - | - | 3.525 | - | 3.525 |
| Skuld till kreditinstitut | - | 6.130 | 1.325 | - | - | 7.455 |
| Leverantörsskulder | - | 7.655 | - | - | - | 7.655 |
| Övriga skulder | - | 2.533 | - | - | - | 2.533 |
| Skulder | - | 16.318 | 1.325 | 3.525 | - | 21.168 |

| SKULDER 131231 | UTAN LÖPTID | < 3 MÅN | 3-12 MÅN | 1-5 ÅR | > 5 ÅR | TOTALT |
|---------------------------|-------------|---------------|--------------|--------------|--------|---------------|
| Skuld till kreditinstitut | - | - | - | 2.844 | - | 2.844 |
| Skuld till kreditinstitut | - | 6.208 | 1.073 | - | - | 7.281 |
| Leverantörsskulder | - | 6.854 | - | - | - | 6.854 |
| Övriga skulder | - | 2.321 | - | - | - | 2.321 |
| Skulder | - | 15.383 | 1.073 | 2.844 | - | 19.300 |

MODERBOLAGET

| SKULDER 141231 | UTAN LÖPTID | < 3 MÅN | 3-12 MÅN | 1-5 ÅR | > 5 ÅR | TOTALT |
|----------------------------|-------------|---------------|--------------|--------------|--------|---------------|
| Skuld till kreditinstitut | - | - | - | 3.525 | - | 3.525 |
| Skuld till kreditinstitut | - | 6.130 | 1.325 | - | - | 7.455 |
| Leverantörsskulder | - | 3.895 | - | - | - | 3.895 |
| Skulder hos koncernföretag | - | 60 | 1.189 | - | - | 1.249 |
| Övriga skulder | - | 1.839 | - | - | - | 1.839 |
| Skulder | - | 11.924 | 2.514 | 3.525 | - | 17.963 |

| SKULDER 131231 | UTAN LÖPTID | < 3 MÅN | 3-12 MÅN | 1-5 ÅR | > 5 ÅR | TOTALT |
|---------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------|--------------|
| Skuld till kreditinstitut | - | - | - | 2.844 | - | 2.844 |
| Skuld till kreditinstitut | - | 208 | 1.073 | - | - | 1.281 |
| Leverantörsskulder | - | 4.621 | - | - | - | 4.621 |
| Övriga skulder | - | 514 | - | - | - | 514 |
| Skulder | - | 5.343 | 1.073 | 2.844 | - | 9.260 |

Valutarisk: koncernens dotterbolag har sedan sommaren 2014 börjat göra de största hårdvaruinköpen lokalt med följd att valutarisken minskar. Det finns även valutaklausuler i kundavtalen som gör att ZetaDisplay har rätt att fakturera mer om valutakurserna går för mycket åt fel håll. Resultatet påverkas också av valutakursförändringar när de utländska dotterbolagen omräknas till svenska kronor. Vidare påverkas koncernens totalresultat när tillgångar och skulder i de utländska dotterbolagen räknas om till svenska kronor.

Nettotillgångar i utländsk valuta

| | 141231 | | 131231 | |
|---------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | VÄRDE I ANNAN VALUTA | BOKFÖRT VÄRDE (TSEK) | VÄRDE I ANNAN VALUTA | BOKFÖRT VÄRDE (TSEK) |
| USD | 0 | 0 | 0 | 0 |
| DKK | -18 | -22 | -55 | -65 |
| NOK | -309 | -334 | 657 | 703 |
| EUR | 52 | 482 | -50 | -443 |
| Totalt | | 126 | | 195 |

Påverkan på koncernens rörelseintäkter/rörelsekostnader av 1 % förändring av valutakursen på följande valutor (2014)

| | RÖRELSE-KOSTNADER | RÖRELSE-INTÄKTER | RÖRELSE-RESULTAT |
|-----|-------------------|------------------|------------------|
| USD | 17 | 0 | -17 |
| DKK | 15 | 10 | -5 |
| NOK | 91 | 79 | -12 |
| EUR | 190 | 172 | -18 |

Ovanstående tabell visar negativ nettoeffekt av stigande USD-, EUR-, DKK- och NOK-kurs.

Marknadsrisk: Verksamheten påverkas av fluktuationer i marknadspriset på ingående komponenter, vilka till viss del styrs av den totala tillgången på världsmarknaden, och i vissa fall kan innebära att det finns en tillfällig brist.

Likviditetsrisk: Koncernen har per 2014-12-31 likvida medel uppgående till 5,4 (6,2) MSEK exkl checkräkningskredit på 3,0 (3,0) MSEK.

Kassaflödesrisk: Kassaflödet är ojämnt beroende på när de stora projekten faktureras.

Kreditrisk: Koncernen handlar endast med kreditvärdiga motparter. Alla kunder som erhåller kredit måste genomgå kreditprövning. Avsättningar för osäkra kundfordringar har gjorts med 0 (23) TSEK under 2014. En hel del av kunderna köper koncernens produkter på leasing eller genom funktionshyra, vilket innebär att koncernen får in likviditet fortare än om kunderna fakturerats direkt.

Koncentration av koncernens kreditrisk per bokslutsdagen

| | 141231 | | | 131231 | | |
|------------------------------|---------------|--------------|----------------------------|---------------|--------------|----------------------------|
| | BELOPP | ANTAL KUNDER | % AV TOTALA ANTALET KUNDER | BELOPP | ANTAL KUNDER | % AV TOTALA ANTALET KUNDER |
| Exponering < 500 TSEK | 4.890 | 178 | 96,2 | 11.947 | 196 | 99,5 |
| Exponering 500-1.000 TSEK | 2.167 | 3 | 1,6 | 0 | 0 | 0 |
| Exponering 1.001-10.000 TSEK | 6.397 | 4 | 2,2 | 2.436 | 1 | 0,5 |
| Exponering > 10.000 TSEK | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totalt | 13.454 | 185 | 100 | 14.383 | 197 | 100 |

Åldersanalys på koncernens kundfordringar

| | 141231 | 131231 |
|---------------------|---------------|---------------|
| Ej förfallna | 12.706 | 12.828 |
| Förfall < 30 dagar | 480 | 1.335 |
| Förfall 30-90 dagar | 179 | 112 |
| Förfall > 90 dagar | 90 | 108 |
| Totalt | 13.454 | 14.383 |

NOT 33 – FÖRVÄRV OCH AVYTTRING AV DOTTERFÖRETAG

ZetaDisplay AB (publ) förvärvade per 27 mars 2015 samtliga aktier i Marketmedia Oy i enlighet med det avtal som tecknades med säljarna den 18 februari 2015. Marketmedia Oy är den största leverantören av Digital Signage i Finland. ZetaDisplays förvärv av bolaget är ett ytterligare steg i ZetaDisplays strävan att etablera sig som en ledande leverantör av Digital Signage på den europeiska marknaden. Tillsammans med ZetaDisplays befintliga verksamhet i Finland kommer den sammanslagna verksamheten att ha en än mer ledande ställning med en mycket stark kundbas. Marketmedias kundbas omfattar bla Veikkaus (Finska Spel), Tikkurila, Starkki, Stockman och Onninen. Genom förvärvet kommer ZetaDisplay att väsentligt öka sin tillväxt och fortsatt vara en aktiv aktör inom konsolideringen av sin bransch.

Förvärvet av Marketmedia sker genom att ZetaDisplay förvärvar samtliga aktier i Marketmedia mot kontant betalning uppgående till ca 2 M€ (ca 18,6 MSEK). ZetaDisplay har finansierat förvärvet genom lånefinansiering via bl a bank och andra låneinstitut. Marketmedia Oy omsatte 3,4 M€ (ca 32 MSEK) under 2014 med ett positivt EBITDA-resultat på 0,4 M€ (ca 3,7 MSEK) och ett rörelseresultat på 0,26 M€ (ca 2,4 MSEK).

ZetaDisplay AB (publ) sålde sitt dotterföretag Flygstaben Fastighets AB per 2012-12-18. Detta bolag äger i sin tur fastigheten Flygbasen 2 i Malmö. Köpeskillingen för aktierna uppgick till 8,9 MSEK, baserat på ett fastighetsvärde på 23 MSEK. ZetaDisplay AB (publ) tillfördes drygt 10,5 MSEK i likviditet i affären varav 6,7 MSEK av köpeskillingen samt en fordran på 1,6 MSEK som ZetaDisplay AB (publ) hade på Flygstaben Fastighets AB betalades i december 2012. Resterande del av köpeskillingen på 2,2 MSEK betalades ut med 0,2 MSEK under kvartal 2 2013 och 2,0 MSEK under kvartal 3 2013. Realisationsvinsten uppgick till 8,8 MSEK i moderbolaget och 4,9 MSEK i koncernen.

NOT 34 – TVISTER OCH KONFLIKTER

ZetaDisplay AB (publ) är inte part i någon tvist, rättegång eller skiljeförfarande som skulle kunna påverka bolagets ekonomiska ställning i någon väsentlig grad.

ZetaDisplay AB (publ) är ett svenskt, publikt aktiebolag med säte i Malmö kommun, Skåne län. Företagets kontor finns i Malmö och har adress: Höjdrodergatan 21, SE-212 39 Malmö

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Malmö 2015-04-23

Leif Liljebrunn
verkställande direktör

Mats Johansson
styrelseordförande

Anders Moberg
styrelseledamot

Anders Pettersson
styrelseledamot

Martin Gullberg
styrelseledamot

Mats Leander
styrelseledamot

Ingrid Jonasson Blank
styrelseledamot

Vår revisionsberättelse har lämnats den 23 april 2015.

Ernst & Young AB

Thomas Anvelid
Auktoriserad revisor

TILL ÅRSSTÄMMAN I ZETADISPLAY AB (PUBL)

Org nr 556603-4434

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för ZetaDisplay AB (publ) för år 2014. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 26-66.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvar för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionsd i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet så att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis som inhämtats är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2014 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen och koncernredovisningen

har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2014 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för ZetaDisplay AB (publ) för år 2014.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionsd i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningsskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis som inhämtats är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Malmö den 23 april 2015

Ernst & Young AB

Thomas Anvelid

AUKTORISERAD REVISOR



ZetaDisplay AB (publ)

Höjdrodergatan 21
212 39 Malmö
Sweden

E-mail: info@zetadisplay.com
Tel: +46 40-28 68 30

ZetaDisplay Sweden

Gustavslundsvägen 143
167 51 Bromma
Sweden

E-mail: sweden@zetadisplay.com
Tel: +46 8-24 63 30

ZetaDisplay Denmark

Hersegade 20
4000 Roskilde
Denmark

E-mail: denmark@zetadisplay.com
Tel: +45 53-53 65 66

ZetaDisplay Norway

Nesbruveien 75
1394 Nesbru
Norway

E-mail: norway@zetadisplay.com Tel:
+358 40-575 08 88

ZetaDisplay Finland

Karvaamokuja 3
FI-00380 Helsinki
Finland

E-mail: finland@zetadisplay.com

ZetaDisplay Benelux

Bezuidenhoutseweg 1
2594 AB, Den Haag
The Netherlands

E-mail: benelux@zetadisplay.com
Tel: +31 634 662 763

ZetaDisplay Baltikum

Uus Sadama 21
10120 Tallinn
Estonia

E-mail: baltics@zetadisplay.com
Tel: +372 5022023



ZetaDisplay[®]

