



LAST METER MARKETING®



INNEHÅLL

Året i sammandrag	3
VD har ordet	4
Last Meter Marketing	7
Verksamhetsbeskrivning	10
Idag och imorgon	19
Aktien, aktiekapital och ägarstruktur	22
Styrelse	24
Ledning	24
Förvaltningsberättelse	26
Händelser under året	32
Händelser efter årets utgång	41
Räkenskaper	44
Noter	50
Revisionsberättelse	66

KALENDARIUM

Rapport kvartal 1	16 maj 2016
Rapport kvartal 2	25 aug 2016
Rapport kvartal 3	8 nov 2016
Bokslutskommuniké	22 feb 2017

ÅRSSTÄMMA

Ordinarie årsstämma hålls måndagen den 16 maj 2016 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.

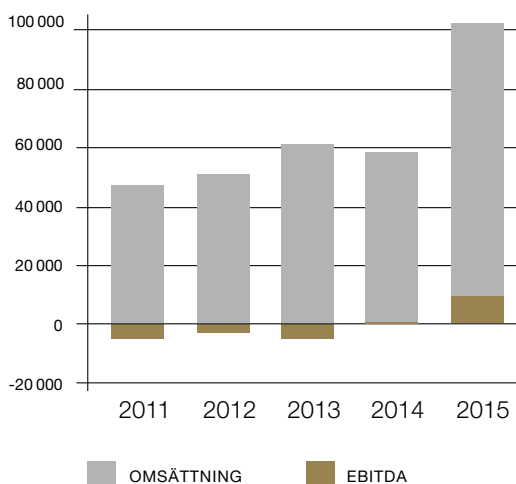
- Omsättningen uppgick till 103,4 [58,5] MSEK
- EBITDA uppgick till 9,1 [0,5] MSEK
- Rörelseresultatet uppgick till 5,5**[-2,6*] MSEK
- Resultatet per aktie uppgick till 0,15 [-0,30] SEK
- Organisk tillväxt var proforma 14%
- Förvärvar Marketmedia Oy i Finland
- Tecknar rikstäckande avtal med Alko i Finland
- Lanserar applikation för SoC-teknologin (System-on-Chip)

VIKTIGA HÄNDELSE EFTER VERKSAMHETSÅRETS SLUT

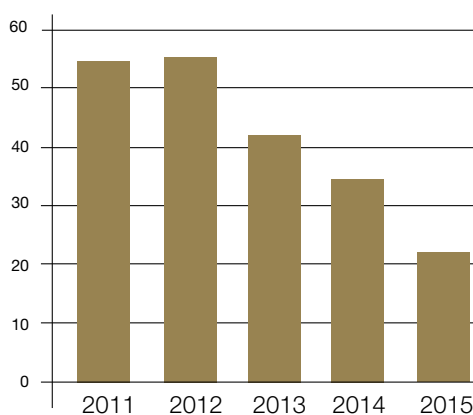
- Tecknar avtal värt 15 MSEK för installation i 12 500 butiker
- ZetaDisplay får tilläggsorder värd 8 milj kronor till bilbranschen
- ZetaDisplay tecknar ramavtal värt 40 milj kronor i Finland

*) exklusive förvärvskostnader på 0,8 MSEK **) exklusive förvärvskostnader på 0,7 MSEK

OMSÄTTNING OCH EBITDA, TSEK



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

”Omsättning 103,4 (58,5) MSEK –
förbättrat rörelseresultatet med 8,1 MSEK”

■ 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

Tillväxten för helåret 2015 var 77% och organisk tillväxt proforma inklusive förvärv var 14%. För helåret omsatte vi 103,4 [58,5] MSEK med ett positivt EBITDA-resultat på 9,1 (0,5) MSEK. Bruttomarginalen för 2015 uppgick till 53% (59%), vilket är lägre än föregående år. Detta förklaras med mixen av produkter och tjänster under året.

2015 har varit ett mycket positivt år för ZetaDisplay. Bolagets tillväxt under 2015 och det effektiviseringsprogram som genomfördes 2014 är två viktiga skäl till att bolaget förbättrat EBITDA-resultatet med 8,6 MSEK och rörelseresultatet med 8,1 MSEK i jämförelse med 2014.

Under slutet av Q1 förvärvade vi Marketmedia och redan efter sommaren var integrationen genomförd av våra verksamheter i Finland. Vårt arbete med att konvertera Marketmedias befintliga kunder till ZetaDisplays programvara går enligt plan. Med förvärvet är vi Finlands största och ledande leverantör av Digital Signage.

ZetaDisplay lanserade under året en applikation för SoC-teknologin (System-on-Chip) som minskar Total-Cost-of-Ownership för kunder som investerar i Digital Signage. De stora leverantörerna av digitala displayer har under en tid utvecklat lösningar där dessa utrustas med teknologi med betydligt ökad processor kapacitet och internminne likt smartphones och surfplattor. Denna utveckling har gått mycket fort och prestandan förbättras kontinuerligt. Vi räknar med att detta kommer att påverka marknaden för Digital Signage på ett positivt sätt och med vår lansering tar vi nu en viktig position på marknaden med lösningar i teknikens framkant.

Idag har vi över 200 kedjor inom detaljhandeln 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 tillväxtmöjligheter samtidigt som vårt beroende av ett specifikt land eller en enskild kund minskar.

Den goda tillströmningen av förfrågningar från nya kunder har fortsatt under året samtidigt som vi får 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, kompetens och verksamhet i fler länder.

Utsikter 2016

Lanseringen av SoC-teknologin minskar behovet av externa mediaspelare eller PC vilket ger lägre investeringskostnad för kunden och effektiviserar installationsprocessen. Vi räknar med att detta kommer att påverka vår marknad för Digital Signage på ett positivt sätt redan under 2016 och med lanseringen tar vi en viktig position på marknaden i jämförelse med våra konkurrenter.

Direkt efter förvärvet av MarketMedia påbörjades integrationen av våra verksamheter i Finland. Efter tre månader hade vi ett gemensamt kontor med 24 anställda i Helsingfors. Vi ser ytterligare synergieffekter komma på plats 2016 då fler kunder successivt kommer att konvertera till ZetaDisplays mjukvara. Med Marketsmedias starka ställning inom spelmarknaden och lösningar till ett antal andra branscher breddar vi dessutom vårt erbjudande till andra

marknader där vi är etablerade. Det är vår förhoppning att detta skall ge effekter redan under 2016.

Konsolidering av branschen kommer att fortgå och vi kommer att ta en aktiv del i denna utveckling. Vi har med förvärvet i Finland visat på att vi har en modell för snabb och effektiv integration. Det är avgörande om man vill skapa synergier och lyckad sammanslagning.

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.

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.



Utmaningar i detaljhandeln skapar möjligheter för ZetaDisplay!

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 kunderbjudandena 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.

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 två områden:

Produktion, Design och Kommunikationsstrategi

■ Vi har 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 branschexperter. Vi är med och vägleder kunden hur den digitala kommunikationen skall skötas, hur man designar sin butik med digital kommunikation, och hur man tar fram ett effektivt innehåll som ger resultat.

Digital Signage

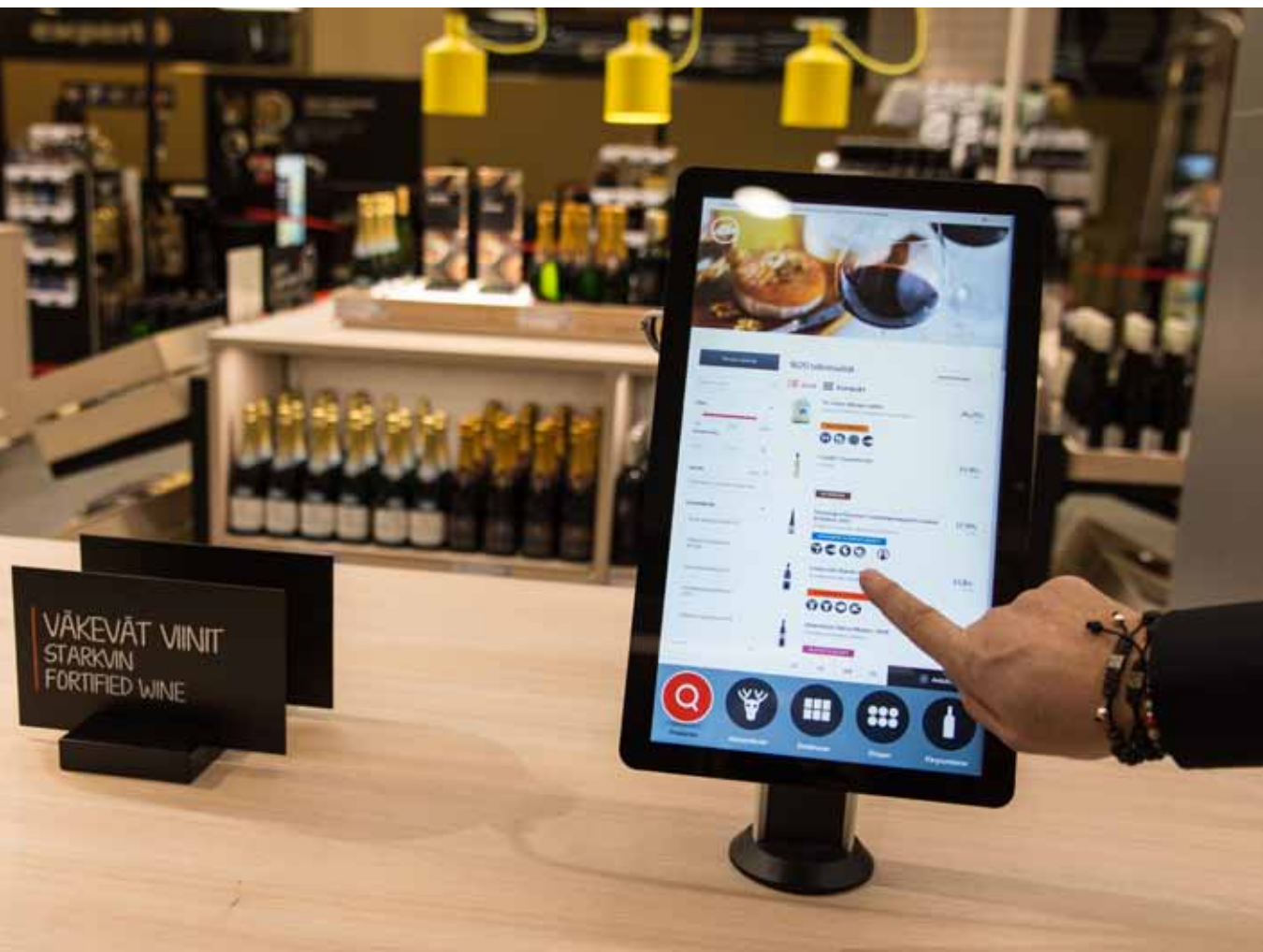
■ Vår plattform, som är en av marknadens mest avancerade och byggd för framtidssäkrad investering, omfattar digitala bildskärmar, mediaspelare och all den mjukvara med drift i molnet som bildar basen för den valda lösningen. Det är upp till kunden att välja nivå och mängd på de tjänster som de väljer 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.

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. En stor detaljhandelskedja rapporterar således efter omfattande tester att man



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



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.

Verksamhetsbeskrivning

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

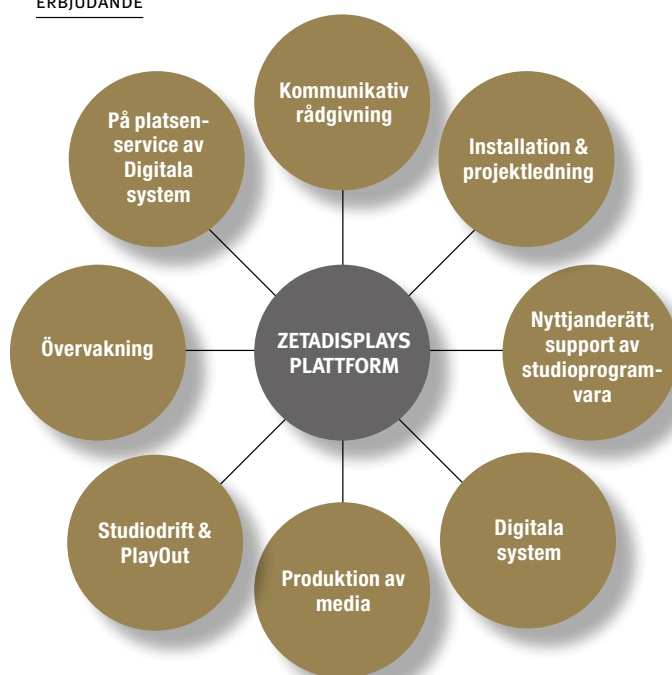
ZetaDisplays övergripande mål är att vara förstahandsvalet när medelstora och stora företag inom detalj- och servicehandeln väljer leverantörer av Digital Signage.

- 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.

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.

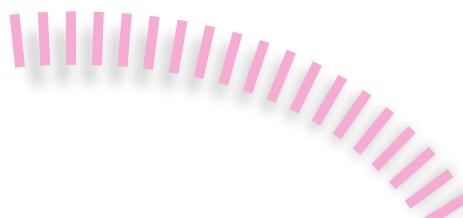
ZetaFunction

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

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 utrullning. 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 drifva 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.

Kommunikation med
Smartphone / iPhone
Tablet PC / iPad



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

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 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 säsongsanpassa 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
- Bank och Finans
- Offentlig sektor
- Bilhandeln
- Sporhandeln
- Fast Food och restaurang
- Intern kommunikation
- Spelbranschen
- 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

VILKA KUNDER SIKTAR VI IN OSS PÅ?



bildskärmar, Smartphones 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 support-avdelning. 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 / reklam-avdelning) 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 service-handelsföretag. 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 tilläggbeställningar efter en tid och att omfattningen på installationen och därmed de löpande intäkterna successivt ökar. Tilläggbeställningarna 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 upp-

byggda 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.

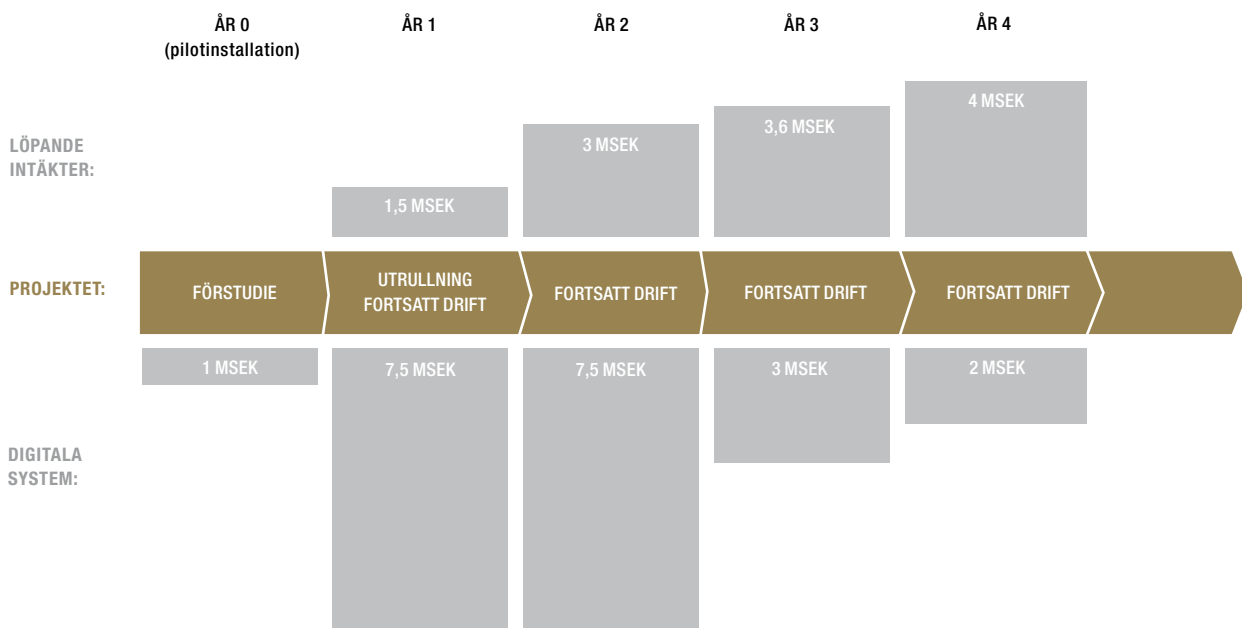
Moderbolaget tillhandahåller ett antal stödfunktioner för de olika affärsområdena. I dessa ingår programvaruutveckling, koordinering av försäljning, inköp och utleverans, service och support, samt ekonomi. Att ha dessa funktioner i moderbolaget ger stordriftsfördelar. I respektive land finns emellertid 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.

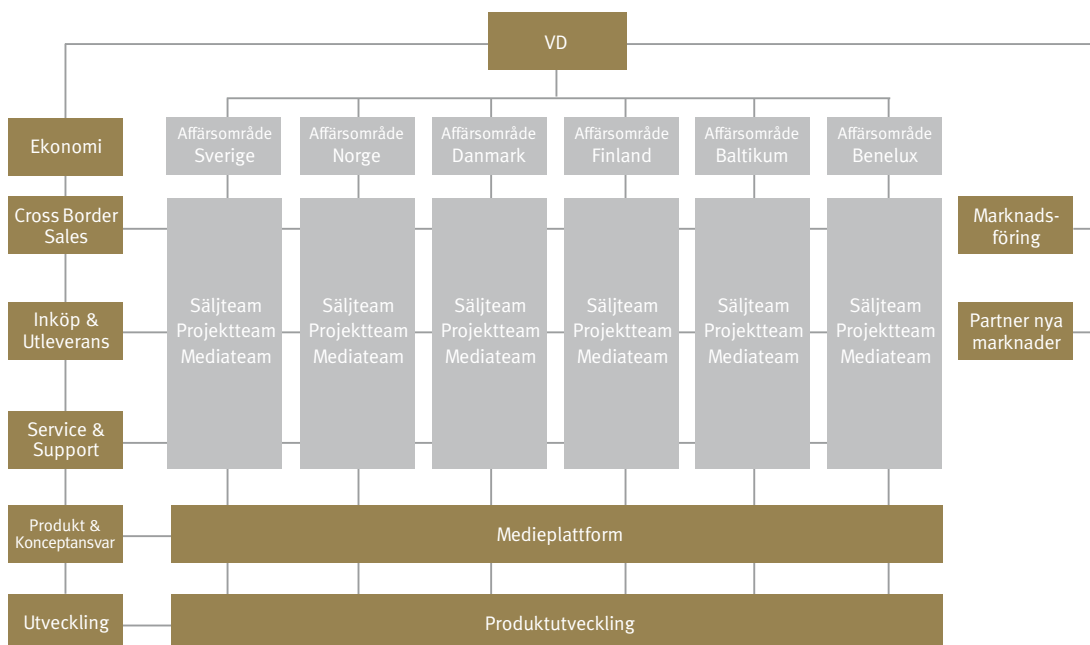
Utveckling av produkter och tjänster

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

KUNDEEMPEL 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 miljöer 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 miljöer.

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



19

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. Numera är det också möjligt att arbeta med händelsestyrd förändring av budskapen på bildskärmarna i butikerna. Detta kan ske genom så kallad head-tracking som identifierar vem som tittar på bildskärmen och därefter byter budskap för att visa ett relevant erbjudande.



Säljhjälpmedel

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.

”Nu är det 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.

Aktien, aktiekapital och ägarstruktur

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 449 (349). Nedan anges ZetaDisplays största aktieägare per 31 december 2015 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
Anders Pettersson genom bolag	800.000	6,5
Mats Leander genom bolag	710.500	5,8
Anders Moberg genom bolag	700.000	5,7
Bernt Larsson	610.043	5,0
AMF fonder	600.000	4,9
Salvatore Grimaldi genom bolag	350.000	2,9
Leif Liljebrunn med familj	206.600	1,7
Mikael Hägg	200.000	1,6
Övriga aktieägare	4.641.620	38,0
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 2015 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 avvikelse 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

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 Liljebrunn 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 kommer vid full nyteckning med stöd av

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

samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital. Leif Liljebrunn valde att inte utnyttja dessa teckningsoptioner.

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 2015 var 6,70 SEK. Den högsta noteringen, 7,50 SEK, nåddes den 29 december 2015 och årets lägsta notering, 2,65 SEK, gjordes 7 januari 2015. Snittkurs för aktien under 2015 uppgick till 5,22 SEK. Bolagets börsvärde per den 31 december 2015 uppgick till 81,9 MSEK.

Likviditetsgarant

ZetaDisplay har valt att inte ha någon likviditetsgarant.

Styrelse

ZetaDisplays styrelse består av sex ledamöter, varav Mats Johansson är ordförande, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2015-12-31 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 tom 2009-06-30. Grundare av MultiQ 1990. VD i MultiQ 1990-1997. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Iconovo AB. Styrelseledamot i Zenit Design Group AB och i KlaraBo 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: Styrelseledamot i Ahlstrom Corp., Byggmax Group AB, Hema BV, ITAB Shop Concept AB, Rezidor Hotel Group AB, Amor GMBH, Bergendahl & Son AB Suomen Lahikauppa Oy och ITAB AB. 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 Capital Partners. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Hilding Anders AB, Alite International AB och Brink International AB. Styrelseledamot i Hempel A/S, Victoria Park AB och Pure Power technologies Inc. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 800 000 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, Ambea Sverige AB, Orkla ASA, Matas A/S, Royal Unibrew A/S, Musti ja Mirri Group Oy, Travel Support&Services AB, Norm AB, Martin&Servera AB och Matse Holding 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, Chairman 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: Vice styrelseordförande i Skurups Sparbank. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 1 378 712 aktier.

Revisor

Vid årsstämman 2015 valdes Ernst & Young AB som revisor, med Thomas Anvelid som huvudansvarig revisor, för tiden intill årsstämman 2016. 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.

Ledning

ZetaDisplays ledning består av fem personer, med Leif Liljebrunn som verkställande direktör och koncernchef, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2015-12-31 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.

Paula Hjertberg född 1968

CFO sedan hösten 2015. Paula har alltsedan 2000 innehaft tjänster som ekonomichef och medverkat i ledningsgrupper. Banan som ekonomichef inleddes i Nestlé Sverige AB och i nästan 11 år har Paula haft motsvarande tjänst i Visma Software AB. Paula har stor erfarenhet från mjukvaru- och tjänstesektorn. Paula har byggt upp och skapat effektiva och kvalitativa ekonomifunktioner med verksamheten i fokus.

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 Shelter Financial 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: –

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 17.880 aktier.



Förvaltningsberättelse

ZETADISPLAY AB (PUBL) ORG.NR 556603-4434

Denna årsredovisning och koncernredovisning har den 22 april 2016 godkänts av styrelsen för publicering och kommer att föreläggas årsstämman den 16 maj 2016 för fastställande.

Styrelsen och verkställande direktören får härmed avge årsredovisning jämte koncernredovisning för räkenskapsåret 2015. Bolaget utgör moderbolag till de helägda dotterbolagen ZetaDisplay Sverige AB org nr 556642-5871, Marketmedia Oy org nr 2131512-4, ZetaDisplay Finland Oy org nr 1914200-9, 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. 1 juli 2015 flyttades verksamheten i ZetaDisplay Finland Oy över till Marketmedia Oy för ett därigenom bilda en enhet i Finland. I samband med detta bytte Marketmedia Oy

namn till ZetaDisplay Finland Oy och ZetaDisplay Finland Oy bytte samtidigt namn till Marketmedia Oy. Ursprungliga ZetaDisplay Finland Oy, numera Marketmedia Oy, är fr o m 1 juli 2015 ett vilande bolag.

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

RESULTAT OCH STÄLLNING – KONCERNEN (TSEK)

	2015	2014	2013	2012	2011
Nettoomsättning	103.428	58.516	60.889	51.957	43.020
Rörelseresultat	4.719	-3.400	-8.112	-5.910	-7.932
Resultat efter finansiella poster	2.430	-3.850	-8.534	-2.263	-8.635
Resultat efter skatt	1.834	-3.696	-8.562	-2.558	-8.638
Likvida medel	12.505	5.367	6.229	11.551	7.311
Investering i anläggningstillgångar exkl förvärv	2.262	3.353	4.431	2.361	2.188
Balansomslutning	89.803	52.218	49.970	55.044	60.782
Soliditet, % (eget kapital i % av balansomslutning)	22	34	42	54	53
Antal anställda vid årets utgång omräknat till heltid	47	35	41	35	38

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 Hema, Euromaster, Team Sportia, Cycleurope, Volkswagen, Skoda, Audi, Mercedes, Bilia, Royal Canin, Mio, Vianor, Veikkaus, Alko 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 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, studio-drift, 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 2015

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.

Under slutet av Q1 förvärvades Marketmedia Oy i Finland och redan efter sommaren var integrationen genomförd av de två verksamheterna i Finland. Arbetet med att konvertera Marketmedias befintliga kunder till ZetaDisplays programvara går enligt plan. Med förvärvet är ZetaDisplay Finlands största och ledande leverantör av Digital Signage. Marketmedia konsolideras fr o m 1 januari 2015.

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 minska 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 103,4 (58,5) MSEK, vilket är en ökning

med 77 % i jämförelse med förra året. Rörelseresultatet uppgick till 4,7 (-3,4) MSEK. Resultat efter finansiella poster uppgick till 2,4 (-3,9) MSEK. Resultatet efter skatt uppgick till 1,8 (-3,7) MSEK. Den organiska tillväxten var proforma 14 % för 2015 jämfört med föregående år. De senaste fem åren dessförinnan har vi haft en tillväxt på ca 15 %, dvs i nivå med 2015.

Nyemission

På årsstämman 2015 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.

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 12,5 (5,4) 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. I samband med förvärvet av Marketmedia Oy ökade inlånat kapital med 25 MSEK. Inlåning har dels gjorts hos kreditinstitut (10 MSEK) dels privata långgivare (15 MSEK).

Koncernen	2015	2014
Räntebärande skulder	38.390	10.980
Leverantörs- och övriga skulder	21.357	10.188
Avgår: Kassa & Bank	-12.505	-5.367
Nettoskuld	47.242	15.801
Eget Kapital	19.331	17.523
Totalt kapital	19.331	17.523
Kapital och nettoskuld	66.573	33.324
Skuldsättningsgrad	71%	47%





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.

Konkurrenter

När fler och nya konkurrenter 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.

Intäktmodell

I ZetaDisplays intäktmodell 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 2016 är att öka antalet kunder och att öka försäljningen på de marknader där bolaget har verksamhet. Vid årets utgång har ZetaDisplay 47 (35) 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 7 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 16 maj 2016 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	847.393,18 SEK
Årets förlust	-2.801.548,50 SEK
Summa	-1.954.155,32 SEK

Styrelsen föreslår att den ansamlade förlusten -1.954.155,32 SEK behandlas enligt följande.

Ianspråktagande av reservfond	-1.900.000,00 SEK
I ny räkning överförs	-54.155,32 SEK
Summa	-1.954.155,32 SEK

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

Händelser

HÄNDELSER UNDER ÅRET



Tecknat avtal om förvärv av Marketmedia i Finland

ZetaDisplay ingick 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).



Slutför förvärv av Marketmedia Oy i Finland

ZetaDisplay slutförde förvärvet av Marketmedia Oy i Finland. Förvärvet genomfördes 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.

Avtal med framgångsrik butikskedja inom digital kommunikation

ZetaDisplay tecknade 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.



Rikstäckande Digital Signage avtal med finska Alko

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

Tecknar avtal med Bank värt ca 5 miljoner kronor

ZetaDisplay tecknade ett samarbetsavtal med en bank i Sverige avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. ZetaDisplay levererar den tekniska plattformen med sin



molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, produktion av content samt drift och support. Avtalet löper på fyra år och bolaget uppskattar värdet till ca 5 MSEK.

Tecknar avtal med europeisk affärspartner initialt värd ca 8 MSEK

ZetaDisplay tecknade ett avtal med en europeisk affärspartner avseende utrullning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. Slutkunden är en ledande aktör inom kommunikations- och logistiklösningar i Norden. För att förbättra och underlätta kommunikationen med sina kunder och sin personal på flera tusen platser, har kunden valt ZetaDisplays Last Meter Marketing och Digital Signage lösning. Installation görs initialt på 500 platser och värdet på dessa beräknas till 8 miljoner kronor.

Ny order från framgångsrik möbelkedja värd ca 3,5 MSEK

ZetaDisplay har sedan tidigare 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 också säljer sina produkter på nätet med e-handel. ZetaDisplay

uppskattar värdet på den fortsatta leveransen att uppgå till ca 3,5 miljoner kronor för leverans under 2015.

Utökad ramavtal med Finlands största finansgrupp

ZetaDisplay Finland tecknade ett utökad ramavtal med Finlands största finansgrupp omfattande bank-, placerings- och försäkringstjänster. ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing är redan installerad i 50 av gruppens bankkontor till ett ordervärde motsvarande 4 MSEK. Med ramavtalet öppnas möjligheten till att installera lösningen till ytterligare ca 100 av kundens bankkontor.

Lösningen gör det möjligt för finansgruppen att ge aktuell information till sina bankkunder på bankkontoren runt om i Finland. Avtalet omfattar leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing, med tillhörande tjänster såsom programvara för mediedistribution, innehållsproduktion och broadcasting, samt underhåll av lösningen.

Tecknar tilläggsavtal med Kjell&Co gällande utrullning i Norge



ZetaDisplay har sedan tidigare tecknat ett ramavtal med Kjell & Co avseende leverans av ZetaDisplays



medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing för den svenska marknaden. Tilläggsavtalet omfattar Kjell & Co nyetablering i Norge och avser totalansvar för leverans av den tekniska plattformen med ZetaDisplays molnbaserade CMS-plattform ZetaPortal, samt drift och support. Utrullningen påbörjas under 2015 och på några års sikt räknar Kjell & Co med att ha cirka 60 butiker i Norge.

Ny order till finsk varuhuskedja värd ca 2,5 miljoner kronor

ZetaDisplay Finland Oy tecknade ett samarbetsavtal med en större varuhuskedja avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage, videowall-lösningar och löpande innehållsproduktion. Leveransen omfattar varuhus i Helsingfors, Esbo, Vanda, Tammerfors, Åbo och Uleåborg. ZetaDisplay uppskattar värdet av affären till ca 2,5 miljoner kronor under 2015. Målet för lösningen är att öka och förbättra kundkommunikationen i butikerna.

Tecknar samarbetsavtal med Finlands största rikstäckande butikskedja

ZetaDisplay Finland tecknade ett samarbetsavtal med Finlands största och mest kända rikstäckande detaljhan-

delskedja med ca 630 butiker i Finland. Kedjan erbjuder sina kunder ett brett utbud av underhållning, spänning och glädje, liksom viktiga vardagsprodukter. Kedjan är en del av en större internationell koncern med totalt 2.500 försäljningsställen. ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing är redan installerad i 30 av kedjans butiker i Finland på vilka en test har genomförts. Med samarbetsavtalet öppnas möjligheten till att installera lösningen till ytterligare en stor del av de ca 630 butikerna, varav ca 90 under 2015 till ett uppskattat värde till 3 MSEK. Avtalet omfattar leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing, med tillhörande tjänster såsom programvara för mediedistribution, innehållsproduktion och broadcasting, samt underhåll av lösningen.

Erhåller tilläggsorder från en butikskedja värd ca 3 miljoner kronor

ZetaDisplay har sedan tidigare tecknat ett samarbetsavtal med en butikskedja avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Den erhållna tilläggsordern avser totalansvar för ytterligare 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. Värdet på tilläggsordern beräknas uppgå till ca 3 miljoner kronor.

Lanserade en applikation för SoC-teknologin (System-on-Chip)

För att möta såväl dagens som morgondagens krav på en flexibel och framtidssäkrad medieplattform för Digital Signage så lanserar ZetaDisplay kontinuerligt ny funktionalitet och bredare lösningar. ZetaDisplay lanserar nu en applikation för SoC-teknologin (System-on-Chip) som minskar Total-Cost-of-Ownership för kunder som investerar i Digital Signage.

De stora leverantörerna av digitala displayer har under en tid utvecklat lösningar där dessa utrustas med SoC-teknologi med betydligt ökad processor kapacitet och internminne likt smartphones och surfplattor. Denna utveckling har den senaste tiden gått mycket fort och prestandan förbättras kontinuerligt. Behovet av externa mediaspelare eller PC minskar därmed, vilket effektiviserar installationsprocessen och sparar tid och resurser. Ägandekostnad (Total-Cost-of-Ownership) minskar och vi räknar med att detta kommer att påverka marknaden för Digital Signage på ett positivt sätt.

För att följa denna utveckling har ZetaDisplay tillsammans med marknads större leverantörer av digitala displayer utvecklat Appar som stödjer teknologin. Man får samma funktionalitet som dagens lösning med extern PC eller mediaspelare. Applikationen för SoC-teknologin är fullt kompatibel med befintlig Digital Signage lösning från ZetaDisplay och kan kombineras för att få en optimal installation över tiden och beroende på kundens tekniska förutsättningar.

Lanserar en ny applikation för kampanjplanering och säljstöd

För att möta såväl dagens som morgondagens krav på en flexibel och framtidssäkrad medieplattform för Digital Signage så lanserar ZetaDisplay kontinuerligt ny funktionalitet och bredare lösningar. ZetaDisplay lanserade en ny applikation för kampanjplanering och säljstöd av reklam på digitala displayer.

Den webbaserade molntjänsten ZetaDisplay Management Portal som ZetaDisplay nu lanserar har ett rollbaserat gränssnitt för marknadsavdelningar och interna eller externa enheter som säljer hela eller delar av innehållet på digitala displayer. Lösningen är anpassad både för retail och för publika miljöer (DOOH).

ZetaDisplay Management Portal är fullt integrerad med samtliga applikationer från ZetaDisplay och kan användas separat eller i kombination med varandra. Med hjälp av applikationen erhåller kunden stöd för kampanjarbetet i allt från planering, försäljning, broadcasting, uppföljning och slutligen till fakturering. Integrerat med försäljningsstatistik av kampanjprodukterna kan man dessutom mäta kampanjernas direkta effekter på försäljningen.

Tecknar internationellt ramavtal med en av Finlands ledande bageri- och restaurangkedjor.

ZetaDisplay Finland tecknade ett ramavtal med en av Finlands ledande bageri- och restaurangkedjor avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Avtalet omfattar leverans av digitala system, innehållsproduktion samt ZetaDisplays medieplattform ZetaPortal med vilken kunden kan uppdatera innehållet av media till samtliga enheter i kedjan. Avtalet omfattar kundens alla bageributiker och caféer i 19 länder samt deras 1100 restauranger i Finland, Sverige, Danmark och Norge.

Tecknar ramavtal värt 5,5 miljoner kronor

ZetaDisplay tecknade ett ramavtal med en partner för leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Installationerna görs till en internationell varumärkesleverantörs olika försäljningsplatser. ZetaDisplay bedömer värdet under avtalstiden till 5,5 miljoner kronor.

Fick order värd 6 miljoner kronor från spelbolag

ZetaDisplay erhöll en order på 6 miljoner kronor för leverans av avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing till ett spelbolag. Kunden kommer genom sin satsning på Digital Signage att ytterligare förstärka spelupplevelsen hos kundens spelombud.

Erhåller ytterligare leverans värd ca 5 miljoner kronor från spelbolag

ZetaDisplay kommer att leverera ytterligare installationer värda ca 5 miljoner kronor avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing till ett spelbolag. Kunden kommer genom sin fortsatta satsning på Digital Signage att stärka spelupplevelsen hos kundens spelombud. Leverans kommer att ske löpande under 2016.







HÄNDELSER EFTER ÅRETS UTGÅNG

Tecknar miljonavtal avseende installation till 2 500 butiker

ZetaDisplay har tecknat ett ramavtal med en ny kund avseende installation av sin medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing till 2 500 butiker. Avtalet löper på fem år och ZetaDisplay uppskattar värdet på avtalet till att överstiga 15 miljoner kronor varav drygt 6 miljoner kronor kommer att levereras under 2016.

ZetaDisplay AB (publ) höll den 21 mars 2016 en extra bolagsstämma.

Vid stämman fattades följande beslut.

Att ge ut högst 600 000 teckningsoptioner, envar berättigande till teckning av en stamaktie i bolaget. Med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt ska bolagets helägda dotterbolag ZetaDisplay Sverige AB äga rätt att senast dagen efter stämmodagen vederlagsfritt teckna samtliga utgivna teckningsoptioner. Dotterbolaget ska efter anvisningar från styrelsen i ZetaDisplay AB överlåta teckningsoptioner till ledande befattningshavare i ZetaDisplay AB enligt den närmare fördelning som styrelsen beslutar om inom ramen för stämmans beslut, varvid VD ska erbjudas att förvärva högst 300 000 teckningsoptioner, nuvarande övriga ledande befattningshavare ska erbjudas att förvärva högst 50 000 teckningsoptioner per person, dock sammanlagt högst 200 000 teckningsoptioner och framtida övriga ledande befattningshavare ska erbjudas att förvärva högst 50 000 teckningsoptioner per person.

Tiden för utnyttjande av teckningsoptionerna ska vara från och med den 15 mars 2019 till och med den

31 mars 2019. Vidareöverlåtelse från ZetaDisplay Sverige AB till respektive ledande befattningshavare ska ske på marknadsmässiga villkor baserat på en beräkning enligt den så kallade Black & Scholes-modellen utförd av Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB, som är att betrakta som oberoende i förhållande till bolaget.

Varje teckningsoption berättigar till teckning av en ny stamaktie i bolaget till en teckningskurs motsvarande 120 procent av den volymvägda genomsnittskursen för bolagets aktie på First Norths officiella kurslista under den period på 30 handelsdagar som slutar två bankdagar före emissionsbeslutet.

Vid full teckning och utnyttjande av samtliga teckningsoptioner kommer bolagets aktiekapital att öka med 600 000 kronor fördelat på 600 000 aktier motsvarande en utspädningseffekt om cirka 4,7 procent av antal aktier och röster.

Emissionen medför, utöver administrativa kostnader, inga kostnader för bolaget.

Stämman beslutade att § 4 i bolagsordningen ändras på så att aktiekapitalet skall vara lägst 10.000.000 SEK och högst 40.000.000 SEK.

Vidare beslutade stämman även att § 5 i bolagsordningen ändras på så sätt att antalet aktier i bolaget skall vara lägst 10.000.000 och högst 40.000.000, samt att bolagets aktier ska kunna ges ut i två serier, som preferensaktier och stamaktier. Ändringen medför att bestämmelser om preferensaktier och stamaktier införs i bolagsordningen under § 5. Preferensaktierna skall medföra företrädesrätt framför stamaktierna till årlig utdelning av nio (9) kronor per preferensaktie. Utdelning ska ske med kvartalsvis utbetalning om två (2) kronor tjugofem (25) öre per preferensaktie. Den nya bolagsordningen innehåller även bestämmelser om röstdifferentiering, emissioner, inlösen av aktier och bolagets upplösning.



ZetaDisplay får tilläggsorder värd 8 miljoner kronor till bilbranschen

ZetaDisplay i Sverige har sedan tidigare tecknat ett ramavtal med generalagenten för en av Europas största bilproducenter. Med tilläggsordern kommer merparten av kundens återförsäljare att använda ZetaDisplays medieplattform. Ordervärdet uppgår till drygt 8 miljoner kronor varav 6 miljoner kronor kommer att levereras under första halvåret 2016. Avtalet omfattar leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing, med tillhörande tjänster såsom programvara för mediedistribution, innehållsproduktion och broadcasting, samt underhåll av lösningen.

ZetaDisplay tecknar ramavtal värt 40 miljoner kronor i Finland

ZetaDisplay i Finland tecknar ett omfattande ramavtal med en ledande finsk detaljhandelskedja. Avtalet omfattar leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing, med tillhörande tjänster såsom programvara för mediedistribution, innehållsproduktion och broadcasting, samt underhåll av lösningen. ZetaDisplay kommer också att leverera sin omni-channel lösning som förenar innehåll och tjänster från olika digitala kanaler så att de gemensamt kan distribueras via ZetaDisplays medieplattform. ZetaDisplay bedömer värdet i avtalet att överstiga 40 miljoner kronor under en 3-4 års period.





Räkenskaper

RESULTATRÄKNINGAR (TSEK)

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Nettoomsättning (not 2, 8)	103.428	58.516	44.258	36.748
Övriga rörelseintäkter	-	-	-	-
Summa intäkter	103.428	58.516	44.258	36.748
Handelsvaror (not 8)	-48.708	-23.851	-18.257	-16.059
Övriga externa kostnader (not 3, 8, 9, 10, 11)	-16.329	-13.393	-8.554	-8.203
Personalkostnader (not 4, 5, 6, 7)	-30.060	-21.600	-14.606	-10.504
Avskrivningar	-3.612	-3.072	-2.706	-2.962
Rörelseresultat	4.719	-3.400	135	-980
Resultat från andelar i koncernföretag (not 12,33)	-	-	-901	-1.335
Ränteintäkter och liknande resultatposter (not 13)	57	98	39	80
Räntekostnader och liknande resultatposter (not 14)	-2.346	-548	-2.075	-454
Resultat efter finansiella poster	2.430	-3.850	-2.802	-2.689
<i>Bokslutsdispositioner</i>				
Skatt på årets resultat (not 15)	-596	154	-	-
Årets resultat	1.834	-3.696	-2.802	-2.689
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	1.834	-3.696	-	-
Resultat per aktie, SEK	0,15	-0,30	-0,23	-0,22
Resultat per aktie efter full utspädning, SEK	0,15	-0,30	-0,23	-0,22
Genomsnittligt antal aktier	12.228.250	12.228.250	12.228.250	12.228.250

RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (TSEK)

	KONCERNEN	
	2015	2014
Årets resultat	1.834	-3.696
<i>Övrigt totalresultat</i>		
Poster som senare kan komma att omklassificeras till resultaträkningen		
-Omräkningsdifferens	-26	40
<i>Summa övrigt totalresultat</i>	-26	40
Årets totalresultat	1.808	-3.656
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	1.808	-3.656
<i>Årets resultat avseende moderbolaget överensstämmer med totalresultatet.</i>		

BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

TILLGÅNGAR	KONCERNEN		MODERBOLAGET		
	2015-12-31	2014-12-31	2015-12-31	2014-12-31	
Anläggningstillgångar					
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>					
Balanserade utgifter för utvecklingsarbete	(not 10, 16)	5.907	6.428	5.907	6.428
Patent, varumärke och hemsida	(not 17)	390	515	370	515
Goodwill	(not 18)	25.096	6.890	-	-
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>					
Inventarier	(not 19)	748	594	391	453
Förbättringsutgifter annans fastighet	(not 20)	464	361	322	361
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>					
Andelar i koncernföretag	(not 21)	-	-	44 533	24.272
Uppskjuten skattefordran	(not 15)	2.245	1.754	1.300	1.300
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		34.850	16.542	52.823	33.329
Omsättningstillgångar					
<i>Varulager</i>					
Råvaror och förnödenheter		466	546	466	546
Färdiga varor	(not 22)	5.241	4.425	690	1.705
SUMMA VARULAGER		5.707	4.971	1.156	2.251
<i>Kortfristiga fordringar</i>					
Kundfordringar		32.445	13.454	16.566	9.836
Skattefordringar		308	115	90	90
Fordringar hos koncernföretag		-	-	1.867	4.102
Övriga fordringar		531	574	124	147
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	(not 23)	3.457	11.195	2.054	8.059
SUMMA KORTFRISTIGA FORDRINGAR		36.741	25.338	20.701	22.234
Likvida medel		12.505	5.367	3.883	2.939
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		49.246	35.676	25.740	27.424
SUMMA TILLGÅNGAR		<u>89.803</u>	<u>52.218</u>	<u>78.563</u>	<u>60.753</u>

BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

EGET KAPITAL OCH SKULDER	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015-12-31	2014-12-31	2015-12-31	2014-12-31
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	19	45	-	-
			FRITT EGET KAPITAL	
Överkursfond	-	-	848	3.537
Balanserat resultat	-74.560	-70.864	-	-
Årets resultat	1.834	-3.696	-2.802	-2.689
SUMMA EGET KAPITAL	19.331	17.523	27.852	30.654
Avsättningar				
Övriga avsättningar (not 26)	419	274	419	274
SUMMA AVSÄTTNINGAR	419	274	419	274
Långfristiga skulder				
<i>Räntebärande skulder</i>				
Skuld till kreditinstitut (not 25)	22.963	3.525	22.963	3.525
SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER	22.963	3.525	22.963	3.525
Kortfristiga skulder				
<i>Räntebärande skulder</i>				
Skuld till kreditinstitut (not 25)	15.427	7.455	10.295	7.455
<i>Icke räntebärande skulder</i>				
Leverantörsskulder	16.447	7.655	7.436	3.895
Skatteskuld	888	-	-	-
Skulder hos koncernföretag	-	-	1.524	1.249
Övriga skulder	4.910	2.533	2.153	1.839
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter (not 27)	9.418	13.253	5.921	11.862
SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER	47.090	30.896	27.329	26.300
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	<u>89.803</u>	<u>52.218</u>	<u>78.563</u>	<u>60.753</u>
STÄLLDA SÄKERHETER (not 28)	18.838	10.900	34.660	10.400
EVENTUALFÖRPLIKTELSE (not 29)	6.387	6.436	6.387	6.436
ANSVARSFÖRBINDELSER (not 29)	-	-	3.000	3.000
Aktier – utestående vid periodens utgång	12.228.250	12.228.250	12.228.250	12.228.250
Eget kapital per aktie	1,58	1,43	2,28	2,51

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL (TSEK)

KONCERNEN	AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	RESERVER	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
Ingående balans 2014-01-01	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
Förändringar i Eget kapital 2015-01-01 - 2015-12-31					
Årets resultat				1 834	1 834
Övrigt totalresultat			-26		-26
Totalresultat			-26	1.834	1,808
Utgående balans 2015-12-31	12 228	79 810	19	-72 726	19 331

	2015	2014
Akkumulerad omräkningsreserv vid årets början	45	5
Årets förändring omräkningsreserv	-26	40
Akkumulerad omräkningsreserv vid årets slut	19	45

MODERBOLAGET	AKTIE- KAPITAL	RESERV- FOND	ÖVERKURS- FOND	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA
Eget kapital 140101	12 228	17 578	11 839	- 8 302	33 343
Årets resultat				-2 689	-2 689
lansspråktagande av överkursfond			-8 302	8 302	-
Eget kapital 141231	12 228	17 578	3 537	-2 689	30 654
Årets resultat				-2 802	-2 802
lansspråktagande av överkursfond			-2 689	2 689	-
Eget kapital 151231	12 228	17 578	848	-2 802	27 852

RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDE (TSEK)

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
<i>Den löpande verksamheten</i>				
Resultat efter finansiella poster	2.430	-3.850	-2.802	-2.689
Justering för av- och nedskrivningar	3.612	3.072	3.607	4.297
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	139	58	144	-18
Betald inkomstskatt	-392	87	-	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	5.789	-633	949	1.626
<i>Förändringar av rörelsekapital</i>				
Varulager	59	998	1.095	2.095
Kundfordringar	-18.991	929	-6.730	-9.685
Övriga rörelsefordringar	11.532	-4.689	8.263	-6.669
Icke räntebärande skulder	4.386	5.031	-1.811	10.938
Summa förändringar av rörelsekapital	-3.014	2.269	817	-3.321
Kassaflöde från den löpande verksamheten	2.775	1.636	1.766	-1.695
<i>Investeringsverksamheten</i>				
Förvärv av dotterföretag (not 33)	-18.512	-	-20.260	-
Nyemission dotterföretag	-	-	-901	-1.670
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1.834	-3.084	-1.819	-3.084
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-428	-269	-120	-389
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-20.774	-3.353	-23.100	-5.143
<i>Finansieringsverksamheten</i>				
Upptagna lån	25.000	1.500	25.000	1.500
Amortering av skuld	-5.337	-625	-2.784	-625
Förändring factoringskuld	5.474	-20	62	5.980
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	25.137	855	22.278	6.855
Årets kassaflöde	7.138	-862	944	17
Likvida medel vid årets början	5.367	6.229	2.939	2.922
Likvida medel vid årets slut	12.505	5.367	3.883	2.939
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet ovan består av:				
Avsättning	145	18	144	18
Valutakursdifferens	-6	40	-	-
Summa	139	58	144	18

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS/IAS), såsom de godkända 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.

Nya och ändrade redovisningsprinciper 2015

Ingen av de ändringar och tolkningar av befintliga standarder som ska tillämpas från och med räkenskapsåret som började den 1 januari 2015 har någon väsentlig inverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

Nya och ändrade IFRS som ännu inte tillämpats

Ett antal nya och ändrade IFRS har ännu inte trätt i kraft och har inte förtdistillämpats vid upprättandet av koncernens och moderföretagets finansiella rapporter. Nedan beskrivs de IFRS som kan komma att påverka koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter. Inga av de övriga nya standarder, ändrade standarder eller IFRIC-tolkningar som har publicerats den 31 december 2015 förväntas ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

• IFRS 9 Financial Instruments

IFRS 9 omfattar redovisning av finansiella tillgångar och skulder och ersätter IAS 39 Finansiella instrument: Redovisning och värdering. I likhet med IAS 39 klassificeras finansiella tillgångar i olika kategorier, varav vissa värderas till upplupet anskaffningsvärde och andra till verkligt värde. IFRS 9 inför andra kategorier än de som finns i IAS 39. IFRS 9 inför också en ny modell för nedskrivningar av finansiella tillgångar. Syftet med den nya modellen är bland annat att kreditförluster ska redovisas tidigare än under IAS 39. För finansiella skulder överensstämmer IFRS 9 i stort med IAS 39. För skulder redovisade till verkligt värde ska dock den del av verkligt värdet förändringen som är hänförlig till den egna kreditrisken redovisas i övrigt totalresultat istället för i resultatet, såvida detta inte orsakar inkonsekvens i redovisningen. Ändrade kriterier för säkringsredovisning kan leda till att fler ekonomiska säkringsstrategier uppfyller kraven för säkringsredovisning enligt IFRS 9 än enligt IAS 39.

IFRS 9 *Financial Instruments* träder i kraft den 1 januari 2018. EU har dock ännu inte godkänt standarden. Det finns inget beslut om när standarden kommer att tillämpas av koncernen och moderbolaget.

Under året har koncernen inte påbörjat utvärderingen av effekterna av standarden. Under kommande år kommer en utredning påbörjas för att utreda hur IFRS 9 kommer att påverka de finansiella rapporterna för koncern och moderföretag.

• IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers

IFRS 15 ersätter samtliga tidigare utgivna standarder och tolkningar som hanterar intäkter med en samlad modell för intäktsredovisning. Standarden bygger på principen att en intäkt ska redovisas när en utlovad vara eller tjänst överförs till kund, d.v.s. när kunden erhållit kontroll över denna. Detta kan ske över tid eller vid en tidpunkt.

IFRS 15 träder i kraft den 1 januari 2018. EU har ännu inte godkänt standarden och det finns inget beslut om när eller hur standarden kommer att tillämpas.

Under året har koncernen inte påbörjat utvärderingen av effekterna av standarden. Under kommande år kommer en utredning påbörjas för att utreda hur IFRS 15 kommer att påverka de finansiella rapporterna för koncern och moderföretag.

• IFRS 16 Leases

IFRS 16 ersätter IAS 17 från och med 1 januari 2019. Än så länge finns ingen information om när EU kommer godkänna standarden, varför inget beslut finns om när eller hur standarden kommer att tillämpas. Någon utvärdering av effekterna av standarden har ännu inte påbörjats.

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 eventalförpliktelser värderas till verkligt värde vid förvärvet. Skillnaden mellan det verkliga värdet av förvärvade identifierbara tillgångar, skulder och eventalförpliktelser och anskaffningsvärdet för aktierna utgör goodwill.

Förvärvade bolag ingår i koncernredovisningen från och med förvärvsdagen. Sålda 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 valutans 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 realiserar, 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 förbinder 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 värdeförändringar 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, garanti-åtagande m fl tjänster inom Digital Signage. Intäkter av produkt-

försäljning 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. Ränteutgifter redovisas i takt med att de intjänas och utdelningar redovisas i resultaträkningen när aktieägarnas rätt att erhålla utbetalning fastställs.

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.

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 2-5 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 92,8 (91,9) MSEK. Efter en enskild bedömning av varje bolags historiska resultatutveckling, möjlighet att använda förlustavdragen samt framtidsplaner har en uppskjuten skattefordran på 2,2 (1,8) 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 kassafödesutveckling. 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 utvecklingsarbete och hemsida	20%
Patent och varumärke	20%

(FORTS) NOT 1 – REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

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 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. Då bolagets externa finansiella rapportering inte är uppbyggd för uppföljning av de två intäktslagen, försäljning av tjänster och utförande av tjänsteuppdrag, kan informationen i noten inte ges per intäktslag

Information om geografiska områden

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

	INTÄKTER FRÅN EXTERNA KUNDER		ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	
	2015	2014	2015	2014
Sverige	35.773	34.206	7.689	8.455
Danmark	1.569	888	596	596
Norge	7.590	7.478	40	57
Finland	58.159	14.785	24.280	5.680
Övriga länder	337	1.159	-	-
Summa	103.428	58.516	32.605	14.788

Forts nästa sida

[FORTS] NOT 2 – SEGMENTINFORMATION

	NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING MODERBOLAGET	
	2015	2014
Sverige	36.778	29.360
Danmark	245	67
Norge	1.654	2.761
Finland	5.249	3.581
Övriga länder	332	979
Summa	44.258	36.748

Information om större kunder Intäkter från koncernens kunder som var och en svarar för mer än 10 % av omsättningen uppgår till 24,0 Msek (10,6 Msek, en kund), dvs det är en kund som uppfyller denna gräns.

NOT 3 – LEASINGAVTAL

Hysesavtal av operationell natur har ingåtts enligt följande:

KONCERNEN	2015		2014	
	INVENTARIER	LOKALER	INVENTARIER	LOKALER
Erlagt under året	839	2.643	499	2.181
Avgifter som förfaller				
år 2016 (2015)	488	2.410	472	1.934
år 2017-2020 (2016-2019)	430	5.547	251	5.109
år 2021 eller senare (2020 eller senare)	-	2.675	-	3.974

MODERBOLAGET	2015		2014	
	INVENTARIER	LOKALER	INVENTARIER	LOKALER
Erlagt under året	445	1.219	323	1.161
Avgifter som förfaller				
år 2016 (2015)	264	1.200	361	1.219
år 2017-2020 (2016-2019)	158	5.043	134	4.944
år 2021 eller senare (2020 eller senare)	-	2.675	-	3.974

NOT 4 – MEDELANTAL ANSTÄLLDA

MODERBOLAGET	2015		2014	
	ANTAL	MÄN %	ANTAL	MÄN %
Sverige	23	84%	19	84%
DOTTERFÖRETAG	ANTAL	MÄN %	ANTAL	MÄN %
Sverige	-	0%	6	83%
Danmark	1	0%	1	0%
Norge	4	100%	4	100%
Finland	20	89%	8	100%
Summa koncern totalt	48	86%	38	87%

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 47 (35).

NOT 5 – KÖNSFÖRDELNING LEDNING

	2015		2014	
	ANTAL	KVINNOR %	ANTAL	KVINNOR %
Styrelse moderbolag	6	17%	6	17%
Styrelse koncern	11	9%	9	11%
Övriga ledande befattningshavare, moderbolag	3	33%	3	0%
Övriga ledande befattningshavare, koncern	5	20%	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.

NOT 6 – LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

	2015		2014	
	LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR	SOCIALA KOSTNADER	LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR	SOCIALA KOSTNADER
Moderbolaget	10.130	3.439	7.288	2.422
Dotterföretag	12.321	2.131	8.834	1.896
Koncernen totalt	22.451	5.570	16.122	4.318

Koncernen och moderbolaget har inte några utestående pensionsförpliktelser varken 2015-12-31 eller 2014-12-31. Dotterföretaget i Sverige har betalt 0 (81) tsek i tjänstepension varav 0 (6) tsek till VD:n. Dotterföretaget i Danmark har betalt 97 (94) 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 119 (75) tsek i tjänstepension varav 40 (41) tsek till VD:n. Moderbolaget har betalt 664 (497) tsek i tjänstepension varav 144 (144) tsek till VD:n. Några ytterligare pensionskostnader har ej funnits i koncernen.

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

	2015		2014	
	STYRELSE OCH VD	ÖVRIGA ANSTÄLLDA	STYRELSE OCH VD	ÖVRIGA ANSTÄLLDA
Moderbolaget	1.641	8.489	1.647	5.641
Dotterföretag i Sverige	-	-	300	2.533
Dotterföretag i Danmark	-	628	-	625
Dotterföretag i Norge	990	1.638	1.028	1.773
Dotterföretag i Finland	-	9.065	-	2.575
Koncernen totalt	2.631	19.820	2.975	13.147

NOT 7 – ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Till styrelsen och ordförande utgår arvode enligt bolagsstämmans beslut. För 2015 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 2015. Ersättning har istället utgått inom ramen för anställning och uppdrag.

Arbetande styrelseordförande, Mats Johansson, har erhållit lön med 645 (668) TSEK. Därutöver har han tjänstepension motsvarande 2 % av månadslönen och tillgång till tjänstebil.

Verkställande direktören, Leif Liljebrunn, har erhållit lön med 996 (979) 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 2015-12-31 uppgick till 285 (75) TSEK.

F.d. styrelseordförande Rolf Eriksson har i egenskap som bolagets advokat fått ett arvode på 0 (72) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2015-12-31 uppgick till 0 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 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 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 Liljebrunn 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 kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital. Leif Liljebrunn valde att inte utnyttja dessa teckningsoptioner.

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 16 (35) % av intäkterna och 4 (5) % av kostnaderna kommit från andra företag inom koncernen.

NOT 9 – ARVODE OCH ERSÄTTNINGAR TILL BOLAGETS REVISORER

I 2015 års rörelseresultat ingår följande arvoden och ersättningar till koncernens revisorer, Ernst & Young för moderbolaget och ZetaDisplay Sverige AB (vilande), Grant Thornton för ZetaDisplay Finland Oy och Marketmedia Oy (vilande), Chr Mortensen Revisionsfirma för ZetaDisplay Danmark A/S och statsautoriserad revisor John Asle Johnsen för ZetaDisplay Norge AS.

Kostnader för övriga tjänster från Ernst & Young avser tjänster i samband med förvärvet av Marketmedia Oy. I moderbolaget har dessa kostnader balanserats.

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
<i>Revisionsuppdraget</i>				
Ernst & Young	240	210	240	195
Chr Mortensen Revisionsfirma	50	50	-	-
Statsautoriserad revisor John Asle Johnsen	50	45	-	-
Grant Thornton	56	25	-	-
<i>Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget</i>				
Ernst & Young, granskning av delårsrapport jan-sept	-	50	-	50
<i>Skatterådgivning</i>				
Grant Thornton	32	-	-	-
<i>Övriga tjänster</i>				
Ernst & Young	128	-	-	-
Grant Thornton	135	-	-	-

NOT 10 – UTVECKLINGSKOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Kostnadsförda utvecklingsarbeten	91	112	91	112
Årets avskrivningar av aktiverade utvecklingsarbeten	2.317	2.525	2.317	2.525
	2.408	2.637	2.408	2.637

NOT 11 – FÖRVÄRVSKOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Kostnader i samband med förvärv av Marketmedia Oy	743	810	-	-

NOT 12 – RESULTAT FRÅN ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Återföring nedskrivning kapitallån ZetaDisplay Finland Oy	-	-	-	834
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S	-	-	-	-1.119
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS	-	-	-901	-1.050
	-	-	-901	-1.335

NOT 13 – RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Räntor	42	22	25	8
Valutakursvinster	15	76	15	72
	57	98	40	80

NOT 14 – RÄNTEKOSTNADER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Räntor	-1.966	-447	-1.855	-395
Valutakursförluster	-110	-16	-107	-16
Övriga finansiella kostnader	-270	-85	-113	-43
	-2.346	-548	-2.075	-454

NOT 15 – SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Aktuell skatt för året	-1.087	-11	-	-
Uppskjuten skatt	491	165	-	-
Summa skatt på årets resultat	-596	154	-	-

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

Redovisat resultat före skatt	2.430	-3.850	-2.802	-2.689
Skatt enligt gällande skattesats, 22%	-535	847	616	592
Skatteeffekt av:				
Ej avdragsgilla kostnader	-592	-50	-241	-520
Ej skattepliktiga intäkter	-	-	-	184
Värdering av tidigare års underskottsavdrag	491	-	-	-
Under året utnyttjade underskottsavdrag som tidigare inte redovisats som tillgång	502	-	-	-
Under året tillkommande underskottsavdrag vars skattevärde ej redovisats som tillgång	-628	-538	-375	-256
Effekter av utländska skattesatser	166	-105	-	-
Summa redovisad skattekostnad	-596	154	-	-

Den genomsnittliga skattesatsen är i koncernen 16,1 (25,6) % och i moderbolaget 22,0 (22,0) %.

Koncernens totala underskottsavdrag uppgår till 92,8 (91,9) 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	-	-	-	-
Underskottsavdrag	2.245	1.754	1.300	1.300

NOT 16 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – BALANSERADE UTGIFTER FÖR UTVECKLINGSARBETE

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	11.485	10.745	11.485	10.745
Utrangering	-1.490	-2.343	-1.490	-2.343
Inköp	1.796	3.083	1.796	3.083
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	11.791	11.485	11.791	11.485
Ingående avskrivningar	-5.057	-4.875	-5.057	-4.875
Utrangering	1.490	2.343	1.490	2.343
Årets avskrivningar	-2.317	-2.525	-2.317	-2.525
Utgående ackumulerade avskrivningar	-5.884	-5.057	-5.884	-5.057
Utgående planenligt restvärde	5.907	6.428	5.907	6.428

I balanserade utgifter för utvecklingsarbete ingår huvudsakligen utgifter för framtagande av bolagets produktkoncept. Årets inköp 2016 avser endast internt upparbetade tillgångar. Värdeinsparningen för dessa påbörjas i samband med att inköpen aktiveras. Tidigare års inköp avser till största delen internt upparbetade tillgångar.

NOT 17 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – PATENT, VARUMÄRKE OCH HEMSIDA

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	1.993	1.993	1.993	1.993
Inköp	52	-	23	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2.045	1.993	2.016	1.993
Ingående avskrivningar	-1.478	-1.292	-1.478	-1.292
Årets avskrivningar	-177	-186	-168	-186
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1.655	-1.478	-1.646	-1.478
Utgående planenligt restvärde	390	515	370	515

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 ZetaDisplay Finland Oy och Marketmedia Oy som är gjorda per 2015-12-31 är baserade på en WACC på 11,4 (14) % och en högre tillväxttakt 2016-2018 (2015-2017) då marknaden växer för att därefter plana ut till en tillväxttakt på 2,5 (2,5) %. Tillväxttakten baseras på budget 2016 och en känslighetsanalys för efterkommande år. Nedskrivningsprövningarna har inte medfört några nedskrivningar under 2014 och 2015. 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, 5.567 (5.567) tsek avser Marketmedia Oy (tidigare ZetaDisplay Finland Oy) och 15 778 (0) tsek avser ZetaDisplay Finland Oy (tidigare Marketmedia Oy).

	KONCERNEN	
	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	6.890	6.890
Förändring under året	15.778	-
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	22.668	6.890

NOT 19 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	2.566	2.449	1.554	1.317
Försäljningar/utrangeringar	-	-50	-	-50
Valutakursdifferens	-27	7	-	-
Inköp (vid förvärv)	196	-	-	-
Inköp	291	160	113	287
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	3.026	2.566	1.667	1.554
Ingående avskrivningar	-1.972	-1.703	-1.101	-942
Försäljningar/utrangeringar	-	50	-	50
Årets avskrivningar	-306	-319	-175	-209
Utgående ackumulerade avskrivningar	-2.278	-1.972	-1.276	-1.101
Utgående planenligt restvärde	748	594	391	453

NOT 20 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – FÖRBÄTTRINGSUTGIFTER ANNANS FASTIGHET

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	424	322	424	322
Försäljningar/utrangeringar	-	-	-	-
Valutakursdifferens	-2	-	-	-
Inköp	167	102	7	102
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	589	424	431	424
Ingående avskrivningar	-63	-22	-63	-22
Försäljningar/utrangeringar	-	-	-	-
Årets avskrivningar	-62	-41	-46	-41
Utgående ackumulerade avskrivningar	-125	-63	-109	-63
Utgående planenligt restvärde	464	361	322	361

NOT 21 – ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	ORGANISATIONS- NUMMER	SÄTE	KAPITAL- OCH RÖSTRÄTTSANDEL, %	BOKFÖRT VÄRDE	
				151231	141231
ZetaDisplay Sverige AB	556642-5871	Malmö	100	1.330	1.330
ZetaDisplay Norge AS	992 340 460	Oslo	100	9.248	9.248
Marketmedia Oy (fd ZD Fin)	2131512-4	Helsingfors	100	6.205	6.205
ZetaDisplay Finland Oy (fd MM)	1914200-9	Vantaa	100	20.260	-
ZetaDisplay Danmark A/S	CVR 29226342	Köpenhamn	100	7.469	7.469
ZetaDisplay Baltics Oü	12435080	Tallinn	100	21	21
				44.533	24.273
Ingående bokfört värde i dotterbolag				24.273	24.773
Förvärv Marketmedia Oy (numera ZetaDisplay Finland Oy)				20.260	-
Nyemission ZetaDisplay Norge AS				901	1.050
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS				-901	-1.050
Nyemission ZetaDisplay Danmark A/S				-	620
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S				-	-1.120
Utgående bokfört värde				44.533	24.273

Forts nästa sida

[FORTS] NOT 21 – ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående anskaffningsvärde	-	-	34.915	33.245
Årets tillskott/nyemissioner	-	-	21.161	1.670
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	-	-	56.076	34.915
Ingående nedskrivningar	-	-	-10.642	-8.472
Årets nedskrivningar	-	-	-901	-2.170
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-	-	-11.543	-10.642

NOT 22 – NEDSKRIVNING FÄRDIGA VAROR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Värde innan nedskrivning	6.188	5.073	1.478	2.275
Nedskrivning	-947	-648	-788	-570
	5.241	4.425	690	1.705

NOT 23 – FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Upplupna intäkter	1.407	8.270	1.407	6.435
Intäkter hänförliga till successiv vinstavräkning	837	1.843	-	-
Övriga förutbetalda kostnader	1.213	1.082	647	1.624
	3.457	11.195	2.054	8.059

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	
	2015	2014	2015	2014
Förfallotidpunkt inom 1 år från balansdagen	15.427	7.455	10.295	7.455
Förfallotidpunkt 1-5 år från balansdagen	22.963	3.525	22.963	3.525
Förfallotidpunkt senare än 5 år från balansdagen	-	-	-	-
	38.390	10.980	33.258	10.980

Av koncernens räntebärande skulder som förfaller inom 1 år från balansdagen består 11,2 (6,0) MSEK av factoring.

Av moderbolagets räntebärande skulder som förfaller inom 1 år från balansdagen består 6,0 (6,0) MSEK av factoring.

NOT 26 – ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Ingående värde	274	256	274	256
Nettoavsättning för produktgaranti	145	18	145	18
Utgående värde	419	274	419	274
varav långfristiga	134	71	134	71

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. Löpande innebär upp till 5 år som är den längsta garantitiden. Verkliga kostnader för garanti har under året uppgått till 603 (986) TSEK varav 65 (365) TSEK matchas av löpande intäkter.

NOT 27 – UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Förutbetalda intäkter	3.226	3.897	2.065	3.593
Upplupna personalkostnader	4.233	3.355	2.533	2.352
Upplupna varukostnader	371	3.910	371	3.910
Övriga upplupna kostnader	1.588	2.091	952	2.007
	9.418	13.253	5.921	11.862

NOT 28 – STÄLLDA SÄKERHETER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Företagsinteckning avseende skulder till kreditinstitut	9.400	5.400	9.400	5.400
Företagsinteckning avseende skulder till kreditinstitut (202 801 st aktier i ZetaDisplay Finland)	4 438	-	20.260	-
Företagsinteckning avseende checkräkningskredit	5.000	5.500	5.000	5.000
	18.838	10.900	34.660	10.400

Koncernen har per 31 december 2015 en checkräkningskredit på 3,0 (3,0) MSEK och en factoringkredit på 10,0 (6,0) MSEK samt 0,6 MEUR. I företagsinteckning till kreditinstitut ingår ställd säkerhet med 202.801 st aktier i ZetaDisplay Finland Oy.

NOT 29 – EVENTUALFÖRPLIKTELSE OCH ANSVARSFÖRBINDELSER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2015	2014	2015	2014
Hysesgarantier till Flygstaben Fastighets AB	6.387	6.436	6.387	6.436
Borgensåtagande för dotterbolag	-	-	3.000	3.000

NOT 30 – VERKLIGT VÄRDE AV FINANSIELLA INSTRUMENT

KONCERNEN	151231		141231	
	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE
Kundfordringar	32.445	32.445	13.454	13.454
Övriga fordringar	531	531	574	574
Likvida medel	12.505	12.505	5.367	5.367
Tillgångar	45.481	45.481	19.395	19.395
Skuld till kreditinstitut	38.390	38.390	10.980	10.980
Leverantörsskulder	16.447	16.447	7.655	7.655
Övriga skulder	4.910	4.910	2.533	2.533
Skulder	59.747	59.747	21.168	21.168

[FORTS] NOT 30 – VERKLIGT VÄRDE AV FINANSIELLA INSTRUMENT

MODERBOLAGET	151231		141231	
	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE
Kundfordringar	16 566	16.566	9.836	9.836
Övriga fordringar	124	124	147	147
Likvida medel	3.883	3.883	2.939	2.939
Tillgångar	20.573	20.573	12.922	12.922
Skuld till kreditinstitut	33.258	33.258	10.980	10.980
Leverantörsskulder	7.436	7.436	3.895	3.895
Övriga skulder	2.153	2.153	1.839	1.839
Skulder	42.847	42.874	16.714	16.714

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".

NOT 31 – LÖPTIDER FÖR FINANSIELLA SKULDER

KONCERNEN						
SKULDER 151231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	25.313	-	25.313
Skuld till kreditinstitut	-	12.756	4.669	-	-	17.425
Leverantörsskulder	-	16.447	-	-	-	16.447
Övriga skulder	-	4.910	-	-	-	4.910
Skulder	-	34.113	4.669	25.313	-	64.095

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

MODERBOLAGET						
SKULDER 151231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	25.313	-	25.313
Skuld till kreditinstitut	-	7.624	4.669	-	-	12.293
Leverantörsskulder	-	7.436	-	-	-	7.436
Skulder hos koncernföretag	-	316	1.208	-	-	1.524
Övriga skulder	-	2.153	-	-	-	2.153
Skulder	-	17.529	5.877	25.313	-	48.719

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

I 2015 års siffror ingår även framtida räntekostnader.

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

	151231		141231	
	VÄRDE I ANNAN VALUTA	BOKFÖRT VÄRDE (TSEK)	VÄRDE I ANNAN VALUTA	BOKFÖRT VÄRDE (TSEK)
USD	-	-	-	-
DKK	-120	-150	-18	-22
NOK	170	169	-309	-334
EUR	972	9.049	52	482
Totalt		9.068		126

Påverkan på koncernens rörelseintäkter/rörelsekostnader av 1 % förändring av valutakursen på följande valutor (2015)

	RÖRELSE-KOSTNADER	RÖRELSE-INTÄKTER	RÖRELSE-RESULTAT
USD	22	-	-22
DKK	20	20	-
NOK	85	74	-11
EUR	541	590	49

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

Ovanstående tabell visar positiv nettoeffekt av stigande EUR-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 2015-12-31 likvida medel uppgående till 12,5 (5,4) 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 kreditprovning. Avsättningar för osäkra kundfordringar har gjorts med 55 (0) TSEK under 2015. 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

	151231			141231		
	BELOPP	ANTAL KUNDER	% AV TOTALA ANTALET KUNDER	BELOPP	ANTAL KUNDER	% AV TOTALA ANTALET KUNDER
Exponering < 500 TSEK	7.618	270	96,8	4.890	178	96,2
Exponering 500-1.000 TSEK	693	1	0,3	2.167	3	1,6
Exponering 1.001-10.000 TSEK	24.134	8	2,9	6.397	4	2,2
Exponering > 10.000 TSEK	-	-	-	-	-	-
Totalt	32.445	279	100	13.454	185	100

Åldersanalys på koncernens kundfordringar

	151231	141231
Ej förfallna	25.577	12.706
Förfall < 30 dagar	2.040	480
Förfall 30-90 dagar	156	179
Förfall > 90 dagar	4.672	90
Totalt	32.445	13.454

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).

Den 18 februari 2015 ingicks avtal om att ZetaDisplay AB (publ) skulle förvärva 100 % av aktiekapitalet i Marketmedia Oy. Den 27 mars 2015 slutfördes förvärvet. Marketmedia Oy konsolideras fr o m 1 januari 2015.

Goodwill är huvudsakligen hänförd till synergier. Köpeskillingen har fördelats ut på de förvärvade nettotillgångarnas verkliga värden innebärande justeringar av de redovisade värdena i den förvärvade enheten. Justeringarna framgår av nedanstående tabell. Uppskjutna skatter har beräknats för alla justeringar som har påverkat värdet av uppskjutna skatter inom koncernen

Specifikation av nettotillgångar i de förvärvade företagen vid tidpunkten för förvärvet:

Marketmedia Oy (namnändrat till ZetaDisplay Finland Oy) bidrog med 41 500 TSEK till koncernens intäkter samt 7 078 TSEK till koncernens rörelseresultat (exkl förvärvskostnader) för 2015 från konsolideringsdagen som var 1 januari 2015.

Förvärvsanalysen är slutlig.

Kassaflödeseffekter hänförliga till förvärvet specificeras i nedanstående tabell.

	TSEK
Kontant betalning för köpet av aktierna	18.708
Villkorad/tilläggsköpeskillning	0
Total köpeskillning	18.708
Verkligt värde av förvärvade nettotillgångar	-2.930
Goodwill	15.778

	REDOVISADE VÄRDEN I DET FÖRVÄRVDE FÖRETAGET	JUSTERING FÖR VERKLIGT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE FASTSTÄLLT VID FÖRVÄRVET
Immateriella anläggningstillgångar	3.190		3.190
Materiella anläggningstillgångar	196		196
Varulager	795		795
Övriga fordringar	3.751		3.751
Likvida medel	196		196
Räntebärande skulder	2.273		2.273
Övriga skulder	2.925		2.925
Nettotillgångar	2.930		2.930
Goodwill	15.778		15.778
Total köpeskillning	18.708		18.708
Kontant betalning			18.708
Förvärvade likvida medel			-196
Nettokassautflöde			18.512

Transaktionskostnader har klassificerats och redovisats som övrig kostnad i resultaträkningen.

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.

NOT 35 – UPPGIFTER OM BOLAGET

ZetaDisplay AB (publ) är ett svenskt, publikt aktiebolag med säte i Malmö kommun, Skåne län. Företagets kontor finns i Malmö och har adress: Höjrodergatan 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 2016-04-22

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 22 april 2016.

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 2015. 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 2015 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 2015 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 årsredovisningslagen 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 2015.

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 ersättningskyldig 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 22 april 2016

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

S:t Eriksgatan 117
113 43 Stockholm
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

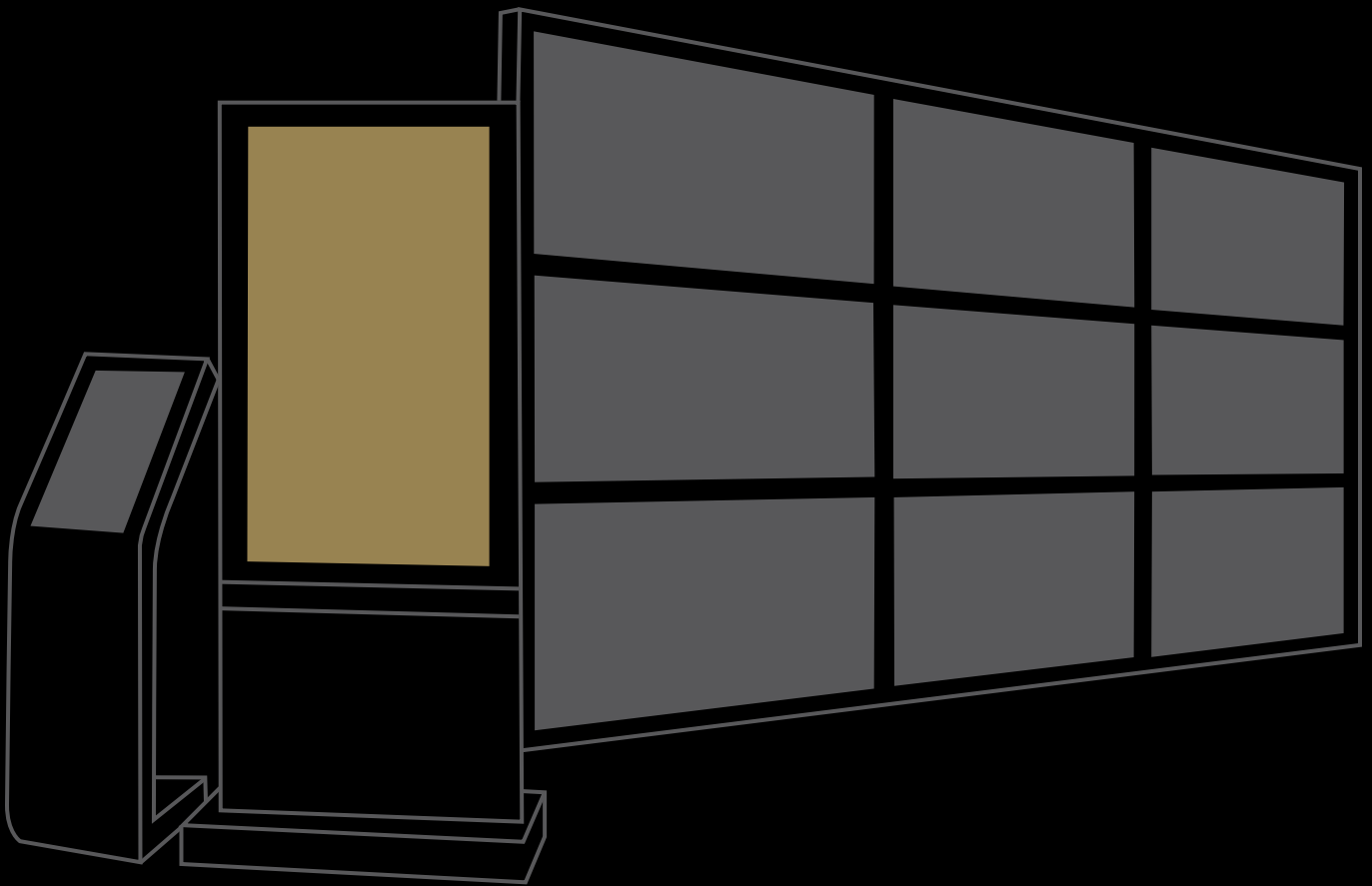
E-mail: baltics@zetadisplay.com
Tel: +372 5022023



ZetaDisplay[®]

ZetaDisplay is a full-service digital signage partner. We help our clients shape their future of digital communication at the point-of-purchase through creative content and cutting edge technology!

At ZetaDisplay we are a team of creative souls and technologically savvy individuals, ready to help our clients take their digital communication to a new level. We do everything from single content production to a large global rollout. Whether it is strategy and planning, hardware, installation, content production, analysis or support, we will customise our offer in accordance with your needs!



LAST METER MARKETING®

ZetaDisplay®