

Hearing med Jonas Wiwen-Nilsson, vd Realtid Media AB, är avslutad  
Nu är hearingen avslutad. Det kan finnas obesvarade frågor. Vi beklagar om det inte fanns tid att besvara alla.

Jonas W-N: Stor tack för ert intresse! Dessvärre har vi nu gått över tiden och måste avsluta. Ni får gärna mejla ytterligare frågor på [jonas.wiwen-nilsson@realtid.se](mailto:jonas.wiwen-nilsson@realtid.se) IM, teckningsedel och ´teaser´ hittar ni på vår hemsida på AktieTorget. Välkomna att teckna aktier och listning i januari 2013!

Jonas W-N: Vi har 12 - 18 månader bakom oss med ganska omfattande produktlanseringar och har idag intäkter från annonser, platsannonser, prenumerationer, event, lösnummerförsäljning etc. Vad jag tror är mycket positivt för investerare är att 2013 gör vi inga (större) produktlanseringar, utan sälj, sälj, sälj. Så uppnår vi 2013 12 MSEK / 2 MSEK (oms/vinst). 2014 handlar i huvudsak om betaltjänster och prenumerationer samt utbildningar och seminarier. Så uppnår vi 18 MSEK/3 MSEK och ökar säkerheten i verksamheten genom en relativt sett minskad exponering mot annonsmarknaden (2012-10-12 10:46)

Moderator: Vad ska ni tjäna pengar på? (2012-10-12 10:31:19)

Jonas W-N: 3 -5 år: Nordens ledande mediehus om och för finansbranschen (2012-10-12 10:41)

Greger: Hej, var befinner ni er om tre år? (2012-10-12 10:31:05)

Jonas W-N: Säljer Industrirapport nr 4 som vi hoppas så har vi goda möjligheter att göra b/e på månadsbasis i 4 kv 2012. Oaktat det så ser vi ökade intäkter i alla våra produktlinjer och 12 MSEK/2 MSEK 2013 ser vi ingen anledning att backa ifrån (2012-10-12 10:39)

Moderator: Ni uttrycker mål om att göra beak-even på månadsbasis 4 kv 2012 och 12M i omsättning och 2 M i vinst 2013. Uppnår ni de målen? (2012-10-12 10:10:02)

Jonas W-N: 5 MSEK. 2,5 redan tecknade. Åtagande på ytterligare 250k. Värdering (pre-money) 10 MSEK. Minsta teckningspost 4000 kronor (2000 aktier). Vi listar oss på AktieTorget senast januari 2013. Välkomna att teckna! (2012-10-12 10:35)

Tradern: Hur mycket pengar behöver ni ta in? (2012-10-12 10:19:50)

Jonas W-N: Hej Marc, I mars 2011 bestämde vi oss för att sluta vara en av alla andra med samma erbjudande: Bred affärssajt mot alla ekonomi-intresserade i Sverige. Volym, volym, volym. Och inget annat. Dagens Industri som monstret. Vi sa: Vi har alltid varit väldigt starka mot ´finansbranschen´ (se definition i tidigare fråga). Låt oss ta fasta på detta och utveckla en målgrupps-centrisk, integrerad modell i stället. Från volym till nich. Nr 1 i ett segment i stället för för nr 5-6. När vi fattade det beslutet föll allt på plats. Dessutom enklare: Mindre kapitalintensivt, enklare med prioriteringar och resursallokering. Tydlighet, Högre marginaler. (2012-10-12 10:33)

marc: Vilka är ni? Förr var ni lite utav den stygga gossen ruda, gilla det eller ej, men nu.. Vilka är ni, är ni inte lite vilsna? (2012-10-12 10:16:28)

Jonas W-N: Klassisk branschmedia mot målgruppen finansbranschen. Vår definition av finansbranschen är ägarbolagen, de kommersiella bankerna, riskkapitalbolagen, investmentbankerna, affärsjuristerna, revisorerna, etc. Definitionen kan tyckas o-ortodox, men dessa yrkeskategorier arbetar varenda dag tillsammans vid ett företagsköp, en börsintruktion eller om ett företag ger ut en obligation, etc. Detta samlade grepp är vår enskilt största konkurrensfördel. Det är en stor och oerhört kapitalstark målgrupp, och inget annat mediehus har tagit detta samlade grepp. Vi har en unik position och ett unikt erbjudande gentemot kund.

Nej, vi vill inte bredda oss utanför denna målgruppen, däremot tror vi att det finns väldigt mycket att göra INOM denna målgruppen. Även geografisk expansion över tid (norden). Vi vet att vi är mycket lästa i de övriga nordiska huvudstäderna. (2012-10-12 10:28)

tidningsmurveln: Hur skulle du beskriva er nisch? Har ni intentioner på att ändra eller bredda inriktningen? (2012-10-12 10:12:02)

Jonas W-N: Ska jag vara helt ärlig så kan värdet av lanseringen av Industrirapport inte överskattas. Betydelsen för varumärket Realtid Media, de kunder / annonsörer som valt att gå i rapporten, hur vi märker att den integrerade modellen fungerar, dvs annonsörer i Industrirapporten väljer därefter att köpa banners på sajten Realtid.se eller platsannonser. Eller eventen för den delen. Nya produktlinjer i form av prenumerationer och lösnummerförsäljning. Prenumerationer på Industrirapport betraktar vi som en av våra viktigaste produktlinjer framgent. Och vi kan bara konstatera att den har emottagits oerhört väl av målgruppen. (2012-10-12 10:19)

realtid: Hur har lanseringen av Industrirapporterna påverkat bolaget. Känns som en ny inriktning. (2012-10-12 02:54:56)

Jonas W-N: Hej, jag skulle säga klassisk branschmedia, det vill säga en integrerad mediemodell mot en och samma yrkeskategori / bransch. Integrerad modell innebär att man arbetar med flera olika kanaler, print, digitalt, event (fysiska möten), platsannonser etc. Tydlighet i verksamheten och erbjudandet gentemot kund. Mycket effektivt i form av synergieffekter (intäkts- och kostnads) samt det som kallas cross-promotion, dvs möjligheten att genom de olika kanalerna marknadsföra de andra kanalernas produkter. Kostnadseffektiv, högmarginalverksamhet. Sen har vi ju fördelen av att vår bransch – finansbranschen - är oerhört kapitalstark. (2012-10-12 10:08)

Moderator: Hur skulle du beskriva er affärsmodell? (2012-10-12 10:04:41)

Jonas W-N: Hej Ronny Vi har idag ca 50 aktieägare. Mvh, Jonas (2012-10-12 10:06)

ronny: Hur många aktieägare har ni i dagsläget? (2012-10-12 09:59:44)

Jonas W-N: Hej Magnus, Bra att du frågar om detta. Ja, det talas om kris på många mediebolag, men detta gäller i huvudsak det stora traditionella mediehusen som bygger

på en daglig prenumererad (eller köpt) papperstidning. Oerhört kapitalintensivt och en struktur som naturligtvis är väldigt svår att ställa om till dagens medielandskap. Jag tror inte detta gäller över huvudtaget för 'mindre', snabbbrörliga förslag som vårt. Kanske är det tvärtom vi som orsakar krisen för dem? Intressant är också att vi ju gav oss in i print 2012 med vår Industrirapport. Den har betytt oerhört mycket för verksamheten i form av rena intäkter, den har gjort magi för varumärket, den har inneburit nya intäktsben i form av prenumerationer och lösnummer försäljning. Se där en paradox!

Varför ska man våga satsa på vår aktie: Unik position i medielandskapet, nr 1 i vårt segment, Sveriges mest köpstarka målgrupp, samtliga produktlinjer intäktsbringande och efterfrågade. Lönsam verksamhet 2013. Bra timing att investera! Mycket starkt varumärke! Effektiv affärsmodell Mycket bra bemanning och ägarkrets. Kapital- och kostnadseffektiv verksamhet. Med mera! (2012-10-12 10:04)

Magnus S: Det talas om kris på många mediebolag, varför ska man våga satsa på er aktie? (2012-10-11 22:54:11)

Jonas W-N: Hej Lasse, och tack för din fråga: Arbetar man med ekonomi-media så går det ju inte att bortse från Dagens Industri med dess övriga kanaler (di.se exempelvis) som ju är ett monster. Dock! Vår modell är branschmedia, finansbranchen, starkt nischat. Vi särskiljer oss här från alla de traditionella mediehus/tidningar som man initialt skulle tro utgör vår konkurrens (VA, AFV, DI, mfl). Centralt för deras bevakning är börsen, börsbolagen, sparande och de vänder sig till alla som som är allmänintresserade av ekonomijournalistik i Sverige. Vi gör inget av detta. De som ligger oss närmst är förlag som Blendow Group (mot jutister) och Chef (mot chefer). Dessa beskrivs ganska genomgående i vårt IM som ni kan hitta på vår sida hos Aktietorget. Sen vill jag också understryka att vi har en sajt som heter Realtid.se som är jätteviktig för verksamheten. Men rent kommersiellt är vårt magasin Industrirapport och våra event lika viktiga. Realtid.se är bara ett utav flera ben i Realtid Media.

Svar på frågan: Vi är mycket nöjda med den position och modell vi har och vill absolut inte bli di.se – det är en helt annan verksamhet! (2012-10-12 10:02)

Lasse: Hej! Vilka är era största konkurrenter? Vill ni bli nya DI.se? (2012-10-09 11:07:54)

Jonas W-N: Hej, varmt välkomna till denna webbhearing! Tänk på att ni måste vara inloggade som deltagare för att kunna ställa frågor.