

ZetaDisplay AB (publ)
Delårsrapport januari-mars 2013

” Tillväxt på 50% i Q1 ”

FÖRSTA KVARTALET

- OMSÄTTNINGEN UPPGICK TILL 18,2 (12,1) MSEK
- EBITDA UPPGICK TILL -0,8 (-1,4) MSEK
- RÖRELSERESULTATET UPPGICK TILL -1,5 (-2,1) MSEK
- RESULTAT PER AKTIE UPPGICK TILL -0,13 (-0,19) SEK
- FÖRLÄNGER SAMARBETET MED VOLKSWAGEN GROUP
- TECKNAR AVTAL MED LANTMÄNNEN-KONCERNEN
- ICA MAXI FÅR ICA BUTIKS-TV

VIKTIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- LANSERAR UNIK KUNSKAPSBANK PÅ WEBBEN
- EXPANDERAR I EUROPA

KOMMENTAR FRÅN KONCERNCHEF LEIF LILJEBRUNN

ZetaDisplays verksamhet fortsätter utvecklas positivt och nådde en tillväxt på drygt 50 % för Q1. Även resultatet utvecklades bra för kvartalet. Orderingången är god och arbetet med att bygga en installerad bas av kundinstallationer fortgår. Under den senaste 3-månadersperioden ökade licensintäkterna med 54 % i jämförelse med omsättningen motsvarande kvartal 2012, men även försäljningen av övriga tjänster har ökat.

Marginalen kan variera mellan enstaka kvartal beroende på mixen av produkter och tjänster, vilket vi har framfört även i tidigare rapporter. Under Q1 var bruttomarginalen 47 % (58 %) och den lägre nivån beror huvudsakligen på att andelen digitala system var relativt hög i kvartalet.

Bolagets satsning på digital multikanalkommunikation pågår för fullt och under de närmaste kvartalen kommer ett antal andra lösningar att fortsätta att lanseras som stödjer utvecklingen mot MultiChannel Communication för detalj- och servicehandeln. Att kontinuerligt vidareutveckla vårt erbjudande är ett sätt för oss att möta växande och nya behov på marknaden. Dessutom är det ett sätt att skapa en trygg och framtidssäkrad lösning för våra kunder.

Under kvartalet påbörjades installationer på den sista profilen hos ICA. Bolaget tog över en lösning på Maxi och konverterade tekniken till ZetaDisplays tekniska plattform. I samband med detta drifas numera samtliga profiler på ICA av oss och vi installerar löpande nya butiker varje vecka till ICA.

ZetaDisplay har under en period arbetat med att etablera sig på den nordiska marknaden för att kunna leverera vår medieplattform för multikommunikation till nordiska kedjor i samtliga länder. Efterfrågan på våra produkter och tjänster har successivt ökat under åren även utanför Norden, från både befintliga och nya kunder, vilket är ett bra betyg på vårt erbjudande. ZetaDisplay har av denna anledning beslutat att ta steget ut i Europa genom att starta egna försäljningskontor i Holland och Estland för att möta upp nya och befintliga kunder på dessa och närliggande marknader.

Marknadens utveckling

Digital Signage är ett nytt och effektivt medium för kommunikation med kunder i samband med köptillfället i butiken. Av denna anledning satsar butiks- och servicehandeln en växande andel av sin marknadsföringsbudget på Digital Signage. Detta skapar en intressant och expansiv marknad för ZetaDisplay som levererar ett totalkoncept som syftar till att kunden ska uppnå goda och mätbara resultat.

ZetaDisplay har under perioden haft en fortsatt god tillströmning av förfrågningar från nya kunder och har ökat sin bas av nya kundprojekt. ZetaDisplay får också fler och fler förfrågningar från kunder som redan har gjort en investering i Digital Signage och nu vill ta nästa steg och utveckla och bredda sin satsning på denna mediekanal.

ZetaDisplay har fortsatt att förstärka sitt erbjudande och utveckla sin organisation med verksamhet i sex

länder i Europa. Det är ZetaDisplays ambition att gå i bränschen för utvecklingen av Digital Signage internationellt, och sätta standarden i branschen. Som ett led i dessa satsningar inledde bolaget förra året ett samarbete med Fujitsu, som är världens tredje största IT-tjänsteföretag med verksamhet i över 100 länder. Samarbetet stärker våra möjligheter att samarbeta med både befintliga och nya kunder på en global marknad.

Detaljhandeln utvecklas mer i riktning mot att bygga varumärken på flera marknader. ZetaDisplay bearbetar därför det allt starkare marknadssegmentet som består av företag med närvaro i flera länder i Europa och som behöver en och samma leverantör av Digital Signage till hela sin verksamhet. Samtidigt innebär ZetaDisplays ökade närvaro att bolaget mer kraftfullt kan bearbeta också de kunder och potentiella kunder som agerar lokalt.



Verksamheten under kvartalet

Under första kvartalet har ZetaDisplay fortsatt att positionera sig som en ledande leverantör av Digital Signage på den nordiska marknaden. 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 leveransorganisation i Europa.

Samarbetet med ICA utvecklas positivt och har resulterat i ytterligare uttullningar i ICA-koncernen. Den uttullning av ICA Butiks-TV i profilerna ICA Supermarket och ICA Nära som påbörjades förra året har fortsatt och kommer att pågå under de närmaste kvartalen. Under kvartalet har även konvertering av befintlig lösning hos profilen ICA Maxi genomförts.

Många av de kundprojekt som ZetaDisplay är involverat i är europeiska och av strategisk karaktär för kundernas verksamheter. Tiden till avslut med ny kund är av erfarenhet 12-24 månader. Då marknaden för Digital Signage håller på att mogna är det bolagets förhoppning att tiden i säljprocessen för nya kunder ska minska framöver.

Omsättning och resultat

Under kvartalet uppgick ZetaDisplays omsättning till 18,2 (12,1) MSEK, vilket innebär en ökning med drygt 50 % i jämförelse med motsvarande period föregående år.

EBITDA uppgick till -0,8 (-1,4) MSEK och rörelseresultatet blev -1,5 (-2,1) MSEK. Bruttomarginalen minskade till 47 (58) % på grund av hög andel digitala system under kvartalet. Resultat efter skatt uppgick till -1,6 (-2,4) MSEK. Detta motsvarar ett resultat per aktie efter skatt på -0,13 (-0,19) SEK.

Finansiell ställning

Per 2013-03-31 uppgick koncernens likvida medel till 17,4 (11,0) MSEK inklusive checkräkningskrediter på 5,5 (5,5) MSEK. Soliditeten uppgick till 60 (51) %. Investeringar i anläggningstillgångar under perioden uppgick till 0,7 (0,8) MSEK varav investering i dotterbolag uppgick till 0 (0,2) MSEK. Koncernen genererade under perioden ett kassaflöde från den löpande verksamheten på -2,3 (-0,5) MSEK och det totala kassaflödet var 0,4 (-1,8) MSEK.

Framtidsutsikter

Marknaden för Digital Signage väntas fortsätta att växa snabbt 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 marknads-kommunikationen. Detta innebär också att kunderna ställer ökade krav på att leverantörerna kan tillhandahålla helhetslösningar, i många fall på europeisk nivå vilket väl överensstämmer med ZetaDisplays strategi och erbjudande.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med hög tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till höga marginaler. ZetaDisplays mål för 2013 är att öka antalet kunder och försäljningen på den europeiska marknaden.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

ZetaDisplay är genom sin verksamhet utsatt för risker av både finansiell och rörelsekaraktär. Dessa beskrivs närmare i årsredovisningen för 2012 och bolaget bedömer att inga nya risker har tillkommit under perioden.

Antal aktieägare

Antalet aktieägare i ZetaDisplay uppgick per 2013-03-31 till 378 (349).

Moderbolaget

Moderbolagets rörelseresultat per 2013-03-31 uppgick till -1,1 (-2,0) MSEK. Resultat efter finansiella poster uppgick till -1,3 (-2,0) MSEK. Investeringar i anläggningstillgångar i moderbolaget under perioden uppgick till 0,7 (0,8) MSEK varav investering i dotterbolag uppgick till 0 (0,2) MSEK.

Händelser under perioden



Förlänger samarbetet med Volkswagen Group

ZetaDisplay och Volkswagen Group Sverige (VGS) hade sedan tidigare ett samarbete som innebar att ZetaDisplay är en komplett helhetsleverantör avseende Digital Signage lösningar till bilhallar, showrooms, mässor och event. I samarbetet ingår projektledning, installation, innehållsproduktion, distribution av film och media samt drift och support av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay har nu tecknat ett utökat och förlängt avtal med Volkswagen Group. Volkswagen Group Sverige är ett helägt dotterbolag till Europas största bilproducent Volkswagen AG. Gruppen marknadsför bilar av märkena Volkswagen personbilar och transportbilar, Audi, Porsche, Seat och Skoda i mer än 200 bilanläggningar i Sverige. Volkswagen Group önskar fortsätta att modernisera och förbättra sin kommunikation i showrooms och event genom digital kommunikation uppbyggd kring olika zoner vilka täcker de olika områden som en bilanläggning har för att betjäna sina kunder. ZetaDisplay är glada att få fortsatt förtroende att installera sin medieplattform med tillhörande tjänster till Volkswagen Group. Avtalet ses som en bekräftelse på att kunden är nöjd med ZetaDisplays erbjudande och inte minst de effekter som man kan uppnå med bolagets koncept för Digital Signage.



Tecknar avtal med Lantmännen-koncernen

ZetaDisplay har tecknat ett ramavtal med Lantmännen som avser hela deras koncern avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Internkommunikation. Lantmännen kommer tillhandahålla en lösning för samtliga sina verksamheter. Avtalet innebär en lösning där Lantmännen snabbt kan nå ut med både lokal och central kommunikation till sina anställda, främst till dem som befinner sig i produktionsmiljö. Lantmännen är en av Nordens största koncerner inom livsmedel, maskin, energi och lantbruk. Koncernen ägs av 33 500 svenska lantbrukare, har fler än 10 000 anställda, är verksam i 22 länder och omsätter 36,5 miljarder kronor. Lantmännen är glada att ha fått ett avtal gällande digitala informationsskärmar på plats. Syftet för dem är att nå ut med viktig information snabbt till framförallt medarbetare inom produktionen som inte har tillgång till en egen arbetsdator. Lantmännen ser skärmarna som ett bra komplement till intranät, medarbetartidning och sina ledare.



ICA MAXI får ICA Butiks-TV från ZetaDisplay

ZetaDisplay har fortsatt att nå framgång med sin försäljning till ICA. Nu senast genom att ICA utökar sin satsning på Butiks-TV och installerar ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage till alla 75 butiker inom ICA Maxi i Sverige. ICA Butiks-TV är en kanal där ICA-butik och ICA snabbt kan nå ut med både lokal och central butikskommunikation till sina kunder. ICA Sverige AB har cirka 1400 handlarägda butiker i Sverige. Sedan 2008 har ZetaDisplay installerat och driftstartat över 350 ICA-butiker med ICA Butiks-TV. Genom att ZetaDisplay byter ut den tekniska lösning som enskilda ICA Maxi-handlare tidigare investerat i kommer ZetaDisplay att leverera sin medieplattform för Digital Signage till samtliga profiler inom ICA Sverige AB. Dessa profiler är ICA Maxi, ICA Supermarket, ICA Kvantum, ICA Nära samt ICA To Go. ZetaDisplay levererar härutöver också sin medieplattform till apotekskedjan CURA som ägs av ICA.



Tecknar avtal med TUIfly Nordic

ZetaDisplay har tecknat ett avtal avseende digital internkommunikation med TUIfly Nordic. ZetaDisplays medieplattform och digitala system kommer att installeras på TUIflys besättningsbaser och kontor i Norden. TUIfly Nordic är Sveriges näst största flygbolag och flyger för Fritidsresegruppen i Norden och har drygt 600 anställda. TUIfly Nordic ingår i världens största charterflygbolagsgrupp, TUI Airlines. Att använda digital kommunikation för att nå ut till sin personal ser TUIfly som det mest effektiva sättet att säkerställa att alla anställda har tillgång till vital information och har en klar bild av vad som händer inom bolaget. Den lösning som ZetaDisplay implementerar blir ett utmärkt komplement till deras intranät och övriga informationskanaler som de använder sig av idag. TUIfly är en organisation som är spridd över Norden och vid deras val av leverantör var det av stor vikt att hitta en partner som kan leverera en komplett kommunikationslösning i samtliga nordiska länder. ZetaDisplay ser avtalet med TUIfly Nordic som ett kvitto på att bolagets kunder ser värdet av att använda sig av en partner för digital kommunikation som är internationellt verksam.

Händelser efter periodens utgång

Nordiska ZetaDagen Stockholm 2013



E-handel blir allt vanligare och utgör en viktig del av detaljhandeln. Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen. Detta innebär att gränsen mellan e-handel och butik måste flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. Av denna anledning fokuserade Nordiska ZetaDagen detta år på Multi Channel Communication och Last Meter Marketing. I programmet deltog bland många andra Jens Nordfält med lång erfarenhet inom forskning i detaljhandel och Sofie Löwenhielm som är Retail Industry Manager på Google. Dagen avslutades med en paneldebatt. Nordiska ZetaDagen anordnas för femte året och liksom tidigare år deltog ett stort antal representanter från detaljhandeln, mediebyråer och större varumärkesleverantörer.



Tecknar avtal med Asko i Finland

ZetaDisplay har påbörjat ett samarbete med finska Asko avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay kommer att leverera en komplett lösning innehållande digitala system, programvara och innehållsproduktion samt andra tjänster kopplat till detta. Målet är att stärka Askos Last Meter Marketing och kundkommunikation genom ZetaDisplays medieplattform. Asko, som ingår i Kesko Group, är en av de ledande och mest välkända möbelkedjorna i Finland. Företaget har en lång bakgrund inom möbelindustrin sedan 1918. Asko erbjuder ett brett utbud av möbler och inredning i kombination med aktiv och pålitlig service. ZetaDisplay är glada att ha tecknat avtal med ännu en betydande kund, denna gång i Finland. Det är en bekräftelse för bolagets erbjudande och för sin pan-nordiska satsning där ZetaDisplay levererar till sina kunder från egna lokala kontor i hela Norden.



Lanserar unik kunskapsbank på webben

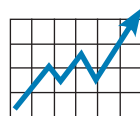
Sedan tidigare har ZetaDisplay tagit en roll som drivande och normgivande inom digital butikskommunikation, också kallat Digital Signage. Detta har skett med initiativ som det årligen återkommande eventet Nordiska ZetaDagen, nyhetsmagasinet ZetaNews samt det av bolaget finansierade forskningsrådet ZetaDisplay Retail Academy. För att befästa denna roll och fortsätta leda utvecklingen har ZetaDisplay lanserat en helt ny kunskapsbank på sin webbsajt. Där kan kunder, media och

andra intressenter i branschen ta del av intressant kunskap om hur man med hjälp av digital multikanalkommunikation kan skapa värde för både kunder, konsumenter och personal. Bolaget kommer här att löpande presentera den mest spännande utvecklingen inom området från världens olika hörn. Ambitionen är att över tiden skapa en unik kunskapsbank som driver utvecklingen i branschen framåt. Lanseringen skedde i samband med att Nordiska ZetaDagen 2013 gick av stapeln på Grand Hotel i Stockholm för sitt 5:e år.

Ökar försäljningen med upp till 100 % av fast-food i Finland



ZetaDisplay har sedan tidigare ingått ett samarbete om installation av sin medieplattform för Digital Signage till R-Menus kunder i Finland. Konceptet omfattar ett digitalt omfattande meny-system med verktyg för innehållsproduktion. R-Menu är en snabbt växande finsk franchisekedja inom fast-food vars patenterade koncept används av över 650 kunder runt om i Finland. ZetaDisplay har installerat 30 enheter sedan tidigare och uppskattar att ytterligare 100-120 enheter kommer att installeras under 2013. R-Menus kunder har välkomnat det nya systemet mycket positivt. Systemet förenklar materialproduktion och leverans och gör att de kan leverera aktuella kampanjer mer effektivt. Deras kunder har också rapporterat en ökning av försäljningen på upp till 100 % efter att det digitala meny-systemet har implementerats. ZetaDisplay ser detta som mycket positiv information då avkastning på investeringen (ROI) är samtalsämnet för alla som överväger att investera i Digital Signage. Det understryker också vikten av att använda digital kommunikation när den ökande försäljningen kan dokumenteras om i detta fall, vilket också backas upp av ett stort antal studier.



Tillväxtresan fortsätter och expanderar i Europa

ZetaDisplay, ett av de ledande företagen inom digital multikanalkommunikation i butik, expanderar och öppnar försäljningskontor i Benelux och Baltikum. 2011 hamnade ZetaDisplay på Deloitte Fast 500 som ett av Europas snabbast växande teknikföretag. Under 2012 ökade koncernen sin omsättning med drygt 20 %. Sedan tidigare har ZetaDisplay varit verksamt på de nordiska marknaderna med etablering av egna försäljningskontor. Målet med detta har varit att arbeta med pan-nordiska kunder där ZetaDisplay gjort avtal att leverera sin medieplattform för multikommunikation till kunder i samtliga länder i Norden. ZetaDisplay har beslutat att ta steget ut i Europa genom att starta egna försäljningskontor i Holland och Estland för att

möta upp nya och befintliga kunder på dessa och närliggande marknader. I Holland har ZetaDisplay under en längre tid genomfört en större pilotinstallation med det holländska detaljhandelsföretaget HEMA. Detta har utmynnat i ett samarbete där ZetaDisplay nu installerar sin medieplattform till HEMA. HEMA har över 600 butiker med cirka 10 000 anställda och säljer nästan uteslutande varor under eget varumärke. ZetaDisplay har genomfört tester i HEMA's olika butikskoncept som sträcker sig från varuhus, high-traffic-stores, fastfood, kosmetikbutiker och restauranger. HEMA har sammanlagt cirka 500 enheter i Holland och ett hundratal enheter fördelat på Belgien, Luxemburg, Frankrike samt Tyskland. Installationer har påbörjats i Holland. ZetaDisplay har haft framgångar i Norden med sin satsning på pan-nordiska kunder. Det finns nu ett tidsfönster för ZetaDisplay att på allvar etablera sig på nya marknader och bolaget ser en stor tillväxtpotential i Europa de närmaste åren. Genom sin närvaro i Benelux får bolaget en möjlighet att följa nya och befintliga kunder ut i Europa. Samarbete med HEMA är ett exempel på detta samtidigt som det är en stark referens till andra kunder. Med närvaro i Baltikum uppfyller ZetaDisplay önskemål från befintliga kunder som vill ha bolagets hjälp där samtidigt som det öppnas ett fönster mot den ryska marknaden.

Shopparna överger Internet

TNS Sifo

Ny SIFO visar på sensationell utveckling – bara var femte konsument kommer att handla mer på nätet framöver. Hela 36 % säger att de kommer handla mindre på nätet

Övrigt

Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport för koncernen är upprättad enligt IAS 34 Interim Financial Reporting, vilket är i enlighet med de krav som ställs i Redovisningsrådets rekommendation RR31, Delårsrapporter för koncerner.

Tillämpning av International Financial Reporting Standards (IFRS) har skett från och med 1 januari 2005. Samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som i den senaste årsredovisningen har använts. ZetaDisplay redovisar sedan bildandet av Flygstaben Fastighets AB (i maj 2006) koncernredovisning. Hyresintäkter har redovisats under övriga intäkter. Flygstaben Fastighets AB avyttrades i december 2012.

Kommande rapporttillfällen

Rapport kvartal 2	22 augusti 2013
Rapport kvartal 3	18 november 2013
Bokslutskommuniké	20 februari 2014

eller inte alls 2013. En nyligen gjord SIFO-undersökning på uppdrag av ZetaDisplay visar en dystur prognos för svensk näthandel. 44 % av Sveriges kvinnor och 30 % av Sveriges män kommer handla mindre på nätet i år.

Fler än 80 % av svenskarna föredrar att handla i fysiska butiker än på nätet om utbud och pris är detsamma. Fler än var fjärde svensk vill handla i en inspirerande butik och få hjälp och råd.

”Undersökningsresultatet bekräftar den sociala aspekten av shopping hos människor. Kan en butik skapa en lustfylld helhetsupplevelse för kunden så ökar också försäljningen, det vet vi sedan tidigare. Till exempel genom att låta erbjudanden i butiken snarare vara anpassad information än reklam, exempelvis tips om matlagning upplever kunderna det som en service och blir nöjdare”, säger Leif Liljebrunn, VD för ZetaDisplay som nyligen låtit SIFO undersöka svenskarnas inställning till handel i fysisk butik respektive på nätet.

94 % vill inte handla mat på nätet. Och männens butiksväl avgörs av god service. ”Människor handlar inte bara med ögat. Vår hörsel, doft och känsla för produkten är viktiga innan de fattar beslutet att köpa”, kommenterar Leif Liljebrunn undersökningen.

Dock svarade hälften av de tillfrågade att de gärna köper tjänster på nätet (resor, försäkringar och banktjänster) följt av el- och hemelektronik (36 %) och vitvaror (15 %).

Malmö den 2013-05-22

På uppdrag av styrelsen i ZetaDisplay AB (publ)

LEIF LILJEBRUNN
Koncernchef och VD

Denna rapport har inte granskats av bolagets revisor.

Frågor med anledning av denna rapport besvaras av:

Leif Liljebrunn, Koncernchef och VD

TELEFON: 0708-45 80 52

E-MAIL: leif.liljebrunn@zetadisplay.com

Resultaträkning – Koncern

TSEK	3 MÅN JAN-MARS 2013	3 MÅN JAN-MARS 2012	12 MÅN JAN-DEC 2012
Nettoomsättning	18 191	11 848	51 957
Övriga rörelseintäkter	0	204	809
Summa intäkter	18 191	12 052	52 766
<i>Rörelsens kostnader</i>			
Handelsvaror	-9 624	-4 932	-23 262
Övriga externa kostnader	-3 803	-3 014	-11 764
Personalkostnader	-5 532	-5 505	-20 793
Avskrivningar	-694	-687	-2 857
Rörelseresultat	-1 462	-2 086	-5 910
Resultat från andelar i koncernföretag	0	0	4 938
Ränteintäkter	30	1	19
Räntekostnader	-185	-272	-1 310
Resultat efter finansiella poster	-1 617	-2 357	-2 263
Skatt	0	-24	-295
Periodens resultat	-1 617	-2 381	-2 558
Resultat per aktie	-0,13	-0,19	-0,21
Genomsnittligt antal aktier i tusental	12 228	12 228	12 228

Balansräkning – Koncern

TILLGÅNGAR	2013-03-31	2012-03-31	2012-12-31
Immateriella anläggningstillgångar	12 544	12 255	12 648
Materiella anläggningstillgångar	633	20 224	549
Uppskjuten skattefordran	1 589	1 863	1 589
Summa anläggningstillgångar	14 766	34 342	14 786
Varulager	5 436	4 814	5 989
Kortfristiga fordringar	15 157	14 465	22 718
Bank	11 906	5 496	11 551
Summa omsättningstillgångar	32 499	24 775	40 258
SUMMA TILLGÅNGAR	47 265	59 117	55 044
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital hänförbart till moderföretagets aktieägare	28 155	30 003	29 807
Summa eget kapital	28 155	30 003	29 807
Avsättningar	288	1 804	336
Långfristiga skulder	3 912	13 081	625
Kortfristiga skulder	14 910	14 229	24 276
Summa skulder	18 822	27 310	24 901
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	47 265	59 117	55 044

Rapport över kassaflöde – Koncern

TSEK	3 MÅN JAN-MARS 2013	3 MÅN JAN-MARS 2012	12 MÅN JAN-DEC 2012
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	-1 617	-2 357	-2 263
Justering för av- och nedskrivningar	694	689	2 857
Realisationsresultat avyttring dotterföretag	0	0	-4 938
Justering för poster som inte ingår i kassaflöde	-82	-108	-1 321
Betald inkomstskatt	-55	-66	1 112
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-1 060	-1 842	-4 553
Förändring av rörelsekapital			
Förändring av varulager	553	-1 009	-2 184
Förändring av fordringar	7 616	997	-5 308
Förändring av kortfristiga skulder	-9 366	1 327	13 982
Summa förändring av rörelsekapital	-1 197	1 315	6 490
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2 257	-527	1 937
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterföretag	0	-212	-831
Avyttring av dotterföretag	0	0	6 379
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-516	-556	-2 131
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-159	-17	-230
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-675	-785	3 187
Finansieringsverksamheten			
Upptagna lån	3 495	0	0
Amortering av skuld	-208	-503	-884
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	3 287	-503	-884
Periodens kassaflöde	355	-1 815	4 240
Likvida medel vid periodens början	11 551	7 311	7 311
Likvida medel vid periodens slut	11 906	5 496	11 551

NOT 1: Avyttring av dotterföretag avser försäljning av dotterföretaget Flygstaben Fastighets AB som äger fastigheten Flygbasen 2 i Malmö. Den koncernmässiga realisationsvinsten uppgår till 4.938 tsek.

Nyckeltal – Koncern

	3 MÅN JAN-MARS 2013	3 MÅN JAN-MARS 2012	12 MÅN JAN-DEC 2012
Aktier – utestående vid periodens utgång i tusental	12 228	12 228	12 228
Aktier – genomsnitt i tusental	12 228	12 228	12 228
Resultat per aktie (medelantal), SEK	-0,13	-0,19	-0,21
Eget kapital per aktie, SEK	2,30	2,45	2,44
Anställda vid periodens slut	37	39	37
Soliditet	60%	51%	54%

Rapport över förändring i eget kapital – Koncern

TSEK	AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJ. KAPITAL	RESERVER	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
Ingående balans 2012-01-01	12 228	79 810	4 042	-63 656	32 424
Förändringar i Eget kapital 2012-01-01 - 2012-03-31					
Periodens totalresultat			-40	-2 381	-2 421
Avskr byggnad mot omvärd.reserv			-10	10	0
Utgående balans 2012-03-31	12 228	79 810	3 992	-66 027	30 003
Förändringar i Eget kapital 2012-04-01 - 2012-12-31					
Periodens totalresultat			-19	-177	-196
Avyttring Flygstaben Fastighets AB mot omvärderingsreserv			-3 872	3 872	0
Avskr byggnad mot omvärd.reserv			-30	30	0
Utgående balans 2012-12-31	12 228	79 810	71	-62 302	29 807
Förändringar i Eget kapital 2013-01-01 - 2013-03-31					
Periodens totalresultat			-35	-1 617	-1 652
Utgående balans 2013-03-31	12 228	79 810	36	-63 919	28 155

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 verksamt i samtliga nordiska länder, Baltikum och Benelux.

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

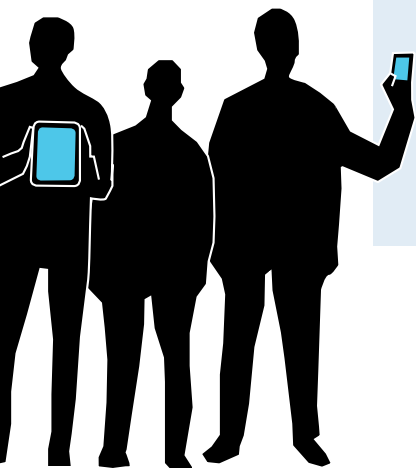
4

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.

ZetaDisplay har närmare 40 anställda. Huvudkontoret finns i Malmö och försäljningskontor finns i Danmark, Norge, Finland, Estland och Holland. Aktien handlas från och med 4 april 2011 på NASDAQ OMX First North Premier, med kortnamnet ZETA.

"VI DIGITALISERAR
VÅRA KUNDERS
BUTIKS-
KOMMUNIKATION"



ZetaDisplay®

ZETADISPLAY AB (PUBL) – HUVUDKONTOR

HÖJDRODERGATAN 21 | 212 39 MALMÖ | TLF: +46 40 28 68 30 | FAX: +46 40 611 79 97 | E-MAIL: INFO@ZETADISPLAY.COM