

HYPEFACTORS

VIRKSOMHEDSBESKRIVELSE

Nasdaq First North er en alternativ markedsplads, som drives af børsene, der indgår i Nasdaq-koncernen. Selskaber på Nasdaq First North er ikke underlagt de samme regler, som selskaber optaget til handel på det regulerede hovedmarked (Main Market). I stedet er de underlagt et mindre omfattende regelsæt, der er tilpasset mindre vækstselskaber. En investering i et selskab, som handles på Nasdaq First North, kan derfor være mere risikabel end en investering i et selskab optaget til handel på Main Market. Alle selskaber med aktier optaget til handel på Nasdaq First North har en Certified Adviser, som overvåger, at regelsættet efterleves. Det er Nasdaq Copenhagen A/S, der godkender Selskabets ansøgning om optagelse til handel på Nasdaq First North.

13. august 2018

Certified Adviser og book-runner

KAPITAL | PARTNER

hypefactors 
Unlock the business potential of PR

INDHOLD

1.	Indholdsfortegnelse	2
2.	Indledning	5
3.	Udbuddet i Sammendrag	6
4.	Ansvar og erklæringer	7
5.	Stifter og CEO Casper Janns har ordet	9
6.	Bindende forhåndstilsagn	10
7.	Oplysninger om selskabet	10
7.1.	Ejerskab	11
7.1.1.	Lock-up	12
8.	Finanskalender	12
9.	Hypefactors' forretning og marked	12
9.1.	Baggrund	12
9.2.	Forretningsgrundlaget	14
9.3.	Produktet	16
9.3.1.	Create	16
9.3.2.	Connect	16
9.3.3.	Monitor	16
9.3.4.	Measure	17
9.3.5.	Report	17
9.3.6.	Hype.News	17
9.3.7.	Fuldt integreret platform	17
9.4.	Teknologi	17
9.4.1.	Data	18
9.4.1.1.	Medieovervågning	18
9.4.1.2.	Databerigelse ved brug af Artificial Intelligence (AI)	18
9.4.2.	Backend	19
9.4.3.	Frontend	19
9.4.4.	Mobil	19
9.5.	Cases	20
9.6.	Kunderne	21
9.7.	Forretningskonceptet	22
9.8.	Salgs- og markedsføringsstrategi	23
9.9.	Markedet	24
9.9.1.	Markedstrends	24
9.9.2.	Konkurrenter	26
10.	Målsætninger og ambitioner	28
11.	Oplysninger om Udbuddet	30
11.1.	Formål med Udbuddet	30
11.2.	Anvendelse af provenu	30
11.3.	Omkostninger i forbindelse med Udbuddet	31
11.4.	De Udbudte Aktier	31
11.5.	Aktiernes rettigheder	31
11.6.	Kurs på de udbudte aktier	31
11.7.	Tegningsperiode	32

11.8.	Udbud og optagelse til handel på Nasdaq First North Denmark	32
11.9.	Skatteforhold	32
11.9.1.	Salg af aktier – Fysiske personer	32
11.9.2.	Salg af aktier – Selskaber	33
11.9.3.	Udbytte – Fysiske personer	33
11.9.4.	Udbytte – Selskaber	33
11.10.	Markedet hvor aktierne kan omsættes	33
11.11.	Betaling for og levering af aktier	33
11.12.	Afgivelse af tegningsordrer	34
11.12.1.	Fordelingsplan og reduktion	34
11.13.	Tilbagekaldelse	34
11.14.	Certified Adviser	35
12.	Risikofaktorer	35
12.1.	Risici relateret til de markeder Selskabet opererer på	35
12.2.	Risici relateret til Selskabets virksomhed	36
12.3.	Risici relateret til Selskabets finansielle stilling	36
12.4.	Risici relateret til Udbuddet og optagelsen til handel	37
13.	Selskabets organisation, ledelse og nøglemedarbejdere	38
13.1.	Salg	38
13.2.	Softwareudvikling	38
13.3.	Administration	38
13.4.	Organisationsdiagram	39
13.5.	Selskabets ledelse	39
13.6.	Bestyrelse og direktion	40
13.7.	Erklæring om tidligere erhverv	41
13.8.	Incitamentsprogrammer	42
13.9.	Interessekonflikter	42
14.	Selskabets aktuelle økonomiske stilling og resultat	43
14.1.	Årsregnskabet 2017 sammenholdt med 2016	45
14.1.1.	Årsregnskabet for 2017	45
	Gennemgang af udvalgte regnskabsposter	45
14.1.2.	Udvikling i omsætningen	45
14.1.3.	Udviklingen i personaleomkostningerne	45
14.1.4.	Indregning af udviklingsprojekter	45
14.1.5.	Anvendt regnskabspraksis	45
14.1.6.	Revisors påtegning på årsrapport for 2017	49
14.2.	Udvikling i og resultat for første halvår 2018	49
14.3.	Nuværende og kommende investeringer	52
14.4.	Væsentlige kontrakter og patenter	52
14.5.	Retstvister	52
15.	Appendix	54
15.1.	Definitioner og ordliste	54
15.2.	Vedtægter	56
15.3.	Tegningsblanket	58

”Hypefactors A/S leverer en PR Automation softwareplatform, der hjælper virksomheder med at styre, udvikle og optimere det store, men ofte uudnyttede, forretningsmæssige potentiale, der er i Public Relations (PR).”



2. INDLEDNING

Hypefactors A/S leverer en PR Automation softwareplatform, der hjælper virksomheder med at styre, udvikle og optimere det store, men ofte uudnyttede, forretningsmæssige potentiale, der er i Public Relations (PR). Med en unik løsning, der bl.a. indeholder Hypefactors Value, der kan værdiansætte PR-eksponeringen, er det Hypefactors ambition at blive branchens foretrukne PR-Tech løsning. Softwareplatformen blev lanceret i sin nuværende form primo 2018 og har allerede fået flere virksomheder og brands som kunder. Provenuet fra Udbuddet skal anvendes til en fuld kommerciel udrulning af Hypefactors' softwareplatform.

Denne Virksomhedsbeskrivelse ("Virksomhedsbeskrivelse") er udarbejdet af Hypefactors A/S ("Hypefactors" eller "Selskabet") i forbindelse med optagelsen af Selskabets Aktier til handel på Nasdaq First North Denmark, samt et offentligt udbud ("Udbuddet") i Danmark af minimum 1.875.000 stk. til maksimum 2.500.000 stk. nye aktier ("Nye Aktier") á nominelt DKK 0,10 i Hypefactors til en Tegningskurs på DKK 8,00 pr. aktie. Baggrunden for Udbuddet er at finansiere Selskabets drift og vækststrategi, herunder den kommercielle og internationale udrulning af softwareplatformen.

Baseret på Tegningskursen udgør Markedsværdien af Selskabet før Udbuddet DKK 49,4 mio. Efter gennemførelsen af Minimumsudbuddet vil Markedsværdien af Selskabet være DKK 64,4 mio. og ved gennemførelsen af Maksimumsudbuddet vil Markedsværdien af Selskabet være DKK 69,4 mio.

De Nye Aktier er sammen med de eksisterende aktier i Selskabet ("Aktierne") søgt optaget til handel på Nasdaq First North Denmark, der drives i regi af Nasdaq København under forudsætning af gennemførelse af Udbuddet samt opfyldelse af Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning og free float.

Virksomhedsbeskrivelsen er offentliggjort på Nasdaq First Norths og Selskabets hjemmeside (www.hypefactors.com). Da Virksomhedsbeskrivelsen ikke er et prospekt, er det ikke og kan det ikke blive godkendt af Finanstilsynet.

Tegningsperioden er 15. august 2018 – 28. august 2018 kl. 12:00 og første dag for handel med Aktierne vil være den 3. september 2018, under forudsætning af opfyldelse af Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning og free float samt, at der tegnes minimum 1.875.000 stk. Nye Aktier.

Selskabets Certified Adviser er:
Kapital Partner, Havnegade 39; DK-1058 København K, Denmark;
Tel: +45 89 88 78 46.

3. UDBUDET I SAMMENDRAG

TEGNINGSPERIODE, OFFENTLIGGØRELSE AF RESULTATET AF UDBUDET SAMT 1. HANDELSDAG

Tegningsperiode: 15. august 2018 – 28. august 2018 kl. 12:00.
For tegninger via Nordnet lukker tegningsperioden den 27. august kl. 23:59. Offentliggørelse af resultatet af Udbuddet og tildeling af aktier: 29. august 2018 inden kl. 12:00.
Forventet 1. handelsdag: 3. september 2018

TIDSPLAN		
Tegningsperioden begynder	15. august 2018	
Tegningsperioden slutter	28. august 2018	kl. 12:00
Offentliggørelse af resultatet af Udbuddet	29. august 2018	inden kl. 12:00
Afviklingsdagen; gennemførelse af Udbuddet, inklusiv afregning af de Udbudte Aktier (midlertidig ISIN)	31. august 2018	
Registrering i Erhvervsstyrelsen af aktiekapitalforhøjelsen vedrørende de Nye Aktier, der udstedes af Selskabet	31. august 2018	
Første handelsdag for Aktierne (i den permanente ISIN)	3. september 2018	
Sammenlægning af den midlertidig ISIN og den permanente ISIN	4. september 2018	

TEGNINGSKURS

DKK 8,00 pr. aktie

ANTAL AKTIER INDEN UDBUDET

6.168.845 stk. aktier af nominelt DKK 0,10. Baseret på Tegningskursen er Markedsværdien af Selskabet før Udbuddet DKK 49,4 mio.

UDBUDDETS OMFANG OG ANTAL AKTIER EFTER UDBUDET

Udbuddet omfatter maksimalt 2.500.000 aktier (Maksimumsudbuddet), svarende til en kursværdi på DKK 20 mio. Ved Maksimumsudbuddet vil det samlede antal aktier efter Udbuddet være 8.668.845.

Minimumsudbuddet er på 1.875.000 aktier, svarende til en kursværdi DKK 15 mio. Ved Minimumsudbuddet vil det samlede antal aktier efter Udbuddet være 8.043.845.

Ved Minimumsudbuddet vil Markedsværdien af Selskabet efter gennemførelsen af Udbuddet være DKK 64,4 mio. og ved gennemførelse af Udbuddet ved Maksimumsudbuddet vil Markedsværdien være DKK 69,4 mio.

UDBUD OG OPTAGELSE TIL HANDEL PÅ NASDAQ FIRST NORTH DENMARK

Efter Tegningsperiodens udløb offentliggør Selskabet resultatet af udbuddet den 29. august 2018 inden kl. 12:00 og hver investor modtager en opgørelse over det antal Nye Aktier, der er tildelt investoren, og værdien heraf til Tegningskursen, medmindre andet aftales mellem investoren og det pågældende kontoførende institut. Første handelsdag for Aktierne er den 3. september 2018.

PLACERING OG AFVIKLING

Kapital Partner fungerer som book-runner i forbindelse med Udbuddet og Danske Bank fungerer som afviklingsagent i forbindelse med Udbuddet.

ISIN-KODER

Den Midlertidige ISIN kode for de Nye Aktier: DK0060992469 (benyttes til tegning af de nye aktier).

Den Permanente ISIN kode for Aktierne: DK0060989911, der vil blive handlet under symbolet "HYPE".

Den Midlertidige ISIN er ikke søgt optaget til handel.

AFGIVELSE AF TEGNINGSORDRE

De Nye Aktier kan tegnes ved afgivelse af elektronisk tegningsordre via investors eget kontoførende pengeinstitut, i de pengeinstitutter, der muliggør dette, eller ved indlevering af vedlagte tegningsblanket til Investors eget kontoførende pengeinstitut, for de pengeinstitutter, der accepterer modtagelse af tegningsblanketter.

Der skal minimum tegnes 500 stk. Nye Aktier, svarende til DKK 4.000 pr. tegningsordre.

4. ANSVAR OG ERKLÆRINGER

DIREKTIONENS OG BESTYRELSENS ANSVARSERKLÆRING

Vi erklærer hermed som ansvarlige for Virksomhedsbeskrivelsen, at oplysningerne indeholdt heri os bekendt er rigtige, og at Virksomhedsbeskrivelsen efter vores overbevisning indeholder de oplysninger, der anses for fornødne for, at investorerne kan danne sig et velbegrunderet skøn over Selskabets aktiver og passiver, finansielle stilling, resultater og fremtidsudsigter samt over de rettigheder, der er knyttet til de værdipapirer, der udbydes til offentligheden samt, at al relevant information i bestyrelsesreferater, revisionsprotokol og andre interne dokumenter er inkluderet i Virksomhedsbeskrivelsen.

København, den 13. august 2018

BESTYRELSEN

Jan Werner,
Formand for bestyrelsen

Jens Albert Harsaae,
Bestyrelsesmedlem

Chandra Benjamin Mostov,
Bestyrelsesmedlem

DIREKTIONEN

Casper Janns,
CEO

”En effektiv udnyttelse af mulighederne i PR kræver en dedikeret PR-softwareløsning, der integrerer de forskellige processer fra udarbejdelse af materiale over monitorering af omtaler i medierne til effektmåling og individualiseret og automatiseret rapportering. Og det er netop, hvad Hypefactors’ softwareplatform giver kunderne mulighed for.”



5. STIFTER OG CEO CASPER JANNS HAR ORDET

PR (Public Relations) – også kaldet "Earned Media" – er vigtigt. PR skaber brands. PR letter konverteringen til salg. PR skaber i det hele taget stor værdi for mange virksomheder. De fleste ved det bare ikke – i hvert fald ikke altid.

Ledelsen i en virksomhed undervurderer ofte værdien af PR, grundet mangel på relevante performance-data. Af samme grund får PR-teamet sjældent den fortjente kredit for arbejdet. Og hvad værre er; når det er vanskeligt at fastsætte den økonomiske værdi af PR, allokeres ikke de ressourcer, der egentlig ville være optimale for forretningen. Det laver vi med Hypefactors nu om på.

Min egen baggrund er marketing. Her har jeg altid arbejdet ud fra en filosofi om, at kommunikation skal være en integreret del af den overordnede virksomhedsstrategi og skabe forretningsmæssig værdi. Kommunikation er et middel til at nå større forretningsmæssige mål, og man må gå systematisk til værks. Det var bl.a. derfor, jeg var med til at skrive bogen Stakehold! om, hvordan man identificerer, måler og styrker stakeholderrelationer.

For nogle år siden gik det for alvor op for mig, hvor ineffektivt og uden effektive styringsværktøjer PR-området drives. PR-processen kan sammenlignes med en stor "black box", hvor alt for megen tid bliver spildt på at prøve at finde ud af, hvad der egentlig foregår. Administration og manuelle processer, så som at producere medierapporter, er en stor del af en PR-medarbejders arbejdsliv, hvilket efterlader mindre tid til at være innovativ, tale med media influencers og alt det andet, der skaber reel værdi.

Vi begyndte derfor arbejdet på Hypefactors – en PR Automation-løsning, som alle virksomheder skulle kunne anvende. Det var fra start klart for mig, at vi skulle udvikle en løsning set fra et brugersynspunkt, hvilket bl.a. stillede krav til en "all inclusive" løsning, for brugerne ønsker ikke at anvende flere forskellige systemer. Hypefactors skal være den ene løsning, der løser det hele. Og vi er rigtig godt på vej.

Det har aldrig været mere relevant at få styr på PR. PR får større og større betydning. Mediesituationen har aldrig været mere fragmenteret. Digitale medier, blogs, sociale medier, video m.v. er én ting, nytænkende brug af kanaler og medier er en anden. Der kommer konstant nye kanaler, nye medier. Hvad skal man gøre, hvad skal man prioritere?

AdTech og Analytics-redskaber har, i mange tilfælde, givet ledelser større indsigt og dokumentation for resultaterne af deres markedsføring. PR er fortsat langt bagud, hvad angår effektivitet, dokumentation og måling af afkastet af PR-ind-satsen. En effektiv udnyttelse af mulighederne i PR kræver dedikerede PR-softwareløsninger, der integrerer de forskellige processer fra udarbejdelse af materiale over monitorering af PR i medierne til effektmåling og individualiseret og automatiseret rapportering. Og det er netop, hvad Hypefactors softwareplatform giver kunderne mulighed for.

Hvorfor børsnotere? Provenuet bliver brugt til vækst, til at udvikle virksomheden. Det er således et alternativ til en større venture-runde, hvor vi her i stedet giver mange flere investorer muligheden for at være med på rejsen: En rejse mod verdens bedste PR-software.



Casper Janns, CEO

6. BINDENDE FORHÅNDSTILSAGN

Selskabet har modtaget bindende forhåndstilsagn fra 19 investorer på i alt DKK 4,9 mio. i kursværdi. Alle investorer har tegnet Aktier på fuldt ud samme vilkår som gælder for øvrige

investorer i Udbuddet. Følgende personer og selskaber har afgivet bindende forhåndstilsagn for over DKK 250.000 (beløb i kursværdi):

NAVN	UDBUDSKURSVÆRDI (DKK)	ANTAL AKTIER (STK.)
Sandma Invest ApS	1.000.000	125.000
Aldebaran ApS	500.000	62.500
Helle Maria Landtved	500.000	62.500
Jens Dam Mikkelsen	500.000	62.500
Henningsminde Holding ApS	300.000	37.500

Alle ovenstående investorer er uafhængige af Selskabet med undtagelse af Aldebaran ApS, der er ejet 100% af Jan William Werner, som er formand for bestyrelsen i Selskabet, og som før

Udbuddet ejer 998.391 stk. aktier svarende til en kursværdi på DKK 7.987.128 og en ejerandel på 16,18%.

7. OPLYSNINGER OM SELSKABET

NAVN OG HJEMSTED

Hypefactors A/S
Kronprinsessegade 8B, 4. sal
1306 København K

STIFTELSES DATO

12. marts 2015

SELSKABETS RETLIGE FORM OG GÆLDENDE LOVGIVNING

Selskabet blev stiftet den 12. marts 2015 af Casper Janns, Selskabets direktør, som anpartsselskab. Selskabet blev på en ekstraordinær generalforsamling den 21. december 2017 omdannet til et aktieselskab med regnskabsmæssig virkning pr. 1. januar 2017. Selskabets aktiekapital er fuldt indbetalt. Selskabet er registreret i det Centrale Virksomhedsregister med CVR nr. 36682604 og hører under dansk lovgivning.

KONCERNFORHOLD

Selskabet er på udbudstidspunktet et datterselskab af Building ApS. Building ApS er et holdingselskab ejet 100% af Casper Janns, CEO og stifter af Hypefactors A/S. Foruden aktierne i Hypefactors A/S ejer Building ApS 100% af anparterne i Holding2014 ApS, 100% af anparterne i Qua Organic ApS samt samlet 100% af aktierne i Integral A/S.

VEDTÆGTSMÆSSIGE FORMÅL

Selskabets formål er ifølge vedtægterne at drive virksomhed som softwareudvikler samt hermed beslægtet virksomhed.

STØRRELSEN AF DEN NUVÆRENDE KAPITAL OG OPDELING I AKTIEKLASSE

Selskabets kapital udgør før Udbuddet DKK 616.884,50 fordelt på 6.168.845 stk. aktier á nominelt DKK 0,10. Selskabets aktiekapital er ikke opdelt i klasser.

VIGTIGE KENDETEGN FOR SELSKABETS AKTIER

Selskabets aktier er omsætningspapirer i henhold til dansk ret, der gælder ingen indskrænkninger i deres omsættelighed, og ingen aktionærer er forpligtet til at lade deres Aktier indløse helt eller delvist.

Der er ingen stemmerets- og ejerskabsbegrænsning. Hver aktie á nominelt DKK 0,10 giver én stemme. Alle Aktier i Selskabet giver samme stemmerettigheder, og Selskabet er ikke bekendt med aftaler, som medfører, at andre senere opnår kontrol over Selskabet.

Aktionærers ret til at deltage i og afgive stemme på Selskabets generalforsamlinger fastsættes ud fra de Aktier, aktionæren besidder på registreringsdatoen. Besiddelser opgøres på registreringsdatoen på baggrund af notering af de kapitalejerforhold, der er registreret i ejerbogen, samt de meddelelser om ejerforhold, som Selskabet har modtaget med henblik på indførsel i ejerbogen. Registreringsdatoen ligger 1 uge før generalforsamlingens afholdelse, jf. pkt. 4.9 i Selskabets vedtægter.

En aktionær, der er berettiget til at deltage i generalforsamlingen og som ønsker at deltage i generalforsamlingen, skal senest tre dage før generalforsamlingens afholdelse anmode om adgangskort, jf. Selskabets vedtægter pkt. 4.10.

BEMYNDIGELSE TIL AT FORHØJE KAPITALEN

Selskabets bestyrelse er i henhold til pkt. 3.1 i vedtægterne bemyndiget til i perioden indtil 31. december 2018 ad en eller flere gange at forhøje selskabskapitalen med fortegningsret for de eksisterende aktionærer ved at udstede aktier for op til nominelt kr. 200.000. Kapitalforhøjelsen skal foretages ved kontant indbetaling, apportindskud eller gældskonvertering. Tegningskursen fastsættes af bestyrelsen og kan være lavere end markedskursen.

I henhold til vedtægternes pkt. 3.2 er Selskabets bestyrelse bemyndiget til i perioden indtil den 31. december 2018 til ad en eller flere gange at forhøje selskabskapitalen uden fortegningsret for de eksisterende aktionærer ved at udstede aktier for op til nominelt kr. 200.000. Kapitalforhøjelsen skal foretages ved kontant indbetaling, apportindskud eller gældskonvertering.

Tegningskursen fastsættes af bestyrelsen og kan være lavere end markedskursen.

Bestyrelsens bemyndigelse i vedtægternes pkt. 3.1 og 3.2 kan tilsammen maksimalt udnyttes til kapitalforhøjelser på i alt nominelt kr. 200.000.

I henhold til Selskabets vedtægter pkt. 3.6 er bestyrelsen bemyndiget til i perioden indtil 30. november 2022 ad én eller flere gange at udstede tegningsretter (warrants) i henhold til selskabslovens § 169 til selskabets bestyrelse, direktion, medarbejdere og konsulenter i selskabet med ret til tegning af op til nominel kr. 250.000 aktier af nominelt kr. 0,10 (med forbehold for et eventuelt højere beløb som følge af regulering i anledning af ændringer i selskabets kapitalstruktur, som nærmere fastsat af bestyrelsen i forbindelse med udstedelsen af warrants), samt

at foretage den dertil hørende kapitalforhøjelse uden fortegningsret for selskabets eksisterende aktionærer.

De nye Aktier, der udstedes i henhold til ovennævnte bemyndigelser, skal være omsætningspapirer noteret på navn. Aktierne udstedes i dematerialiseret form gennem VP Securities A/S. Der gælder ingen indskrænkninger i aktiernes omsættelighed, og ingen aktionærer er forpligtet til at lade aktier indløse helt eller delvist.

Aktierne skal have de samme rettigheder som den eksisterende aktiekapital. Aktierne skal give aktionærer ret til udbytte og andre rettigheder i Selskabet fra tidspunktet for kapitalforhøjelsens registrering i Erhvervsstyrelsen.

Selskabets bestyrelse har med henblik på Udbuddet og optagelse af Selskabets Aktier til handel på Nasdaq First North Denmark den 13. august 2018 truffet beslutning om at udnytte bemyndigelsen i vedtægternes pkt. 3.1 ved at udbyde i alt nominelt DKK 2.500.000 Aktier á nominelt DKK 0,10 pr. stk. til Udbudskursen.

7.1. EJERSKAB

STØRRELSE AF NUVÆRENDE KAPITAL OG OPDELING I KLASSER

Selskabets kapital udgør før udbuddet DKK 616.884,50 fordelt på 6.168.845 stk. aktier á nominelt DKK 0,10. Selskabskapitalen er ikke opdelt i klasser.

Aktionærerne i Selskabet før udbuddet består af følgende:

Building ApS, der ultimativt er ejet af Selskabets stifter og CEO, Casper Janns, besidder 4.575.000 stk. aktier svarende til 74,16% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet.

Aldebaran ApS, der ultimativt er ejet af formanden for Selskabets bestyrelse, Jan William Werner, besidder 998.391 stk. aktier svarende til 16,18% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet. Aldebaran ApS har afgivet bindende forhåndstilsagn for en markedsværdi på DKK 500.000 svarende til 62.500 stk. aktier.

Viet Yen Nguyen, der er Selskabets CTO, besidder 250.000 stk. aktier svarende til 4,05% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet.

Mandate ApS, der ultimativt er ejet Chandra Benjamin Mostov, der er medlem af Selskabets bestyrelse, besidder 170.454 stk. aktier svarende til 2,76% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet.

Martin Saxtorph, der er Selskabets CFO, besidder 125.000 stk. aktier svarende til 2,03% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet.

Jesper Werner, der er Selskabets Global Partnership Director, besidder 50.000 stk. aktier svarende til 0,81% af aktiekapitalen og stemmerne før Udbuddet. Jesper Werner er bror til Selskabets bestyrelsesformand Jan William Werner.

Ejerandelene for de eksisterende aktionærer i Selskabet fordeles sig således ved henholdsvis tegning af minimum- og maksimumudbuddet, under forudsætning af, at de ikke tegner yderligere Nye Aktier end nævnt ovenfor. Det er ikke Selskabet bekendt, at andre af de eksisterende aktionærer ønsker at tegne Nye Aktier i Udbuddet.

AKTIONÆR	ANTAL AKTIER PR. DATOEN FOR VIRKSOMHEDSBESKRIVELSEN	EJERANDEL PR. DATOEN FOR VIRKSOMHEDSBESKRIVELSEN	EJERANDEL VED MINIMUMSUDBUD	EJERANDEL VED MAKSIMUMSUDBUD
Building ApS	4.575.000	74,16%	56,9%	52,8%
Aldebaran ApS	998.391	16,18%	13,2%	12,2%
Viet Yen Nguyen	250.000	4,05%	3,1%	2,9%
Mandate ApS	170.454	2,76%	2,1%	2,0%
Martin Saxtorph	125.000	2,03%	1,6%	1,4%
Jesper Werner	50.000	0,81%	0,6%	0,6%

7.1.1. LOCK-UP

Alle nuværende aktionærer i Selskabet har påtaget sig en lock-up forpligtelse vedrørende hele deres respektive beholdninger af Aktier pr. datoen for Virksomhedsbeskrivelsen. Lock-up forpligtelsen er indgået med Selskabet og indebærer, at aktionæren hverken direkte eller indirekte må sælge, udbyde til salg, overdrage, afhænde, udlåne, pantsætte eller på anden måde disponere over Aktierne i Selskabet uden samtykke fra Selskabets bestyrelse, bortset fra ved

overdragelse af Aktier til en juridisk enhed, der direkte eller indirekte kontrolleres af den pågældende aktionær. Lock-up forpligtelsen løber i en periode på 12 måneder fra første handelsdag for Aktierne. Ingen af de eksisterende aktionærer sælger Aktier i forbindelse med Udbuddet. Lock-up forpligtelsen gælder ikke for aktier erhvervet ved Udbuddet, herunder forhåndstegning, eller senere.

EKSISTERENDE AKTIONÆRERS LOCK-UP

AKTIONÆR	ANTAL AKTIER	ANDEL AF KAPITAL OG STEMME FØR UDBUDET	ANDEL OMFATTET AF LOCK-UP	LOCK-UP PERIODE
Casper Janns (Building ApS)	4.575.000	74,16%	100%	12 måneder
Jan William Werner (Aldebaran ApS)	998.391	16,18%	100%	12 måneder
Viet Yen Nguyen	250.000	4,05%	100%	12 måneder
Chandra Benjamin Mostov (Mandate ApS)	170.454	2,76%	100%	12 måneder
Martin Saxtorph	125.000	2,03%	100%	12 måneder
Jesper Werner	50.000	0,81%	100%	12 måneder

8. FINANSKALENDER

20. MARTS 2019

Årsrapport 2018

22. APRIL 2019

Ordinær generalforsamling

21. AUGUST 2019

Halvårsmeddelelse, 1. halvår 2019

9. HYPEFACTORS' FORRETNING OG MARKED

9.1. BAGGRUND

Hypefactors er en softwareplatform til PR Automation. Hypefactors hjælper virksomheder – såvel små og mellemstore virksomheder som multinationale selskaber – med at effektivisere og udnytte det store, men stadig ofte uudnyttede forretningsmæssige potentiale, der er i Public Relations (PR).

PR kan beskrives som de aktiviteter, som virksomheder og andre organisationer gennemfører for at "fortjene" positiv omtale i medier og blandt meningsdannere (eksempelvis i aviser, magasiner, blogs og på sociale medier som YouTube, Instagram og Facebook), hvorfor disciplinen også kaldes "Earned Media" (omtale man skal gøre sig fortjent til).

En virksomhed har mulighed for at tage flere forskellige kommunikationsredskaber i brug, når det handler om at markedsføre dets brands (varemærker) og de produkter eller ydelser, som virksomheden ønsker at fremme og sælge. Overordnet set kan mulighederne grupperes i tre kategorier:

● Paid Media

Paid Media (betalt omtale) er annoncering, når virksomheden betaler for at få indrykket dets budskab, f.eks. som annoncer i magasiner, på billboards eller som Adwords hos Google.

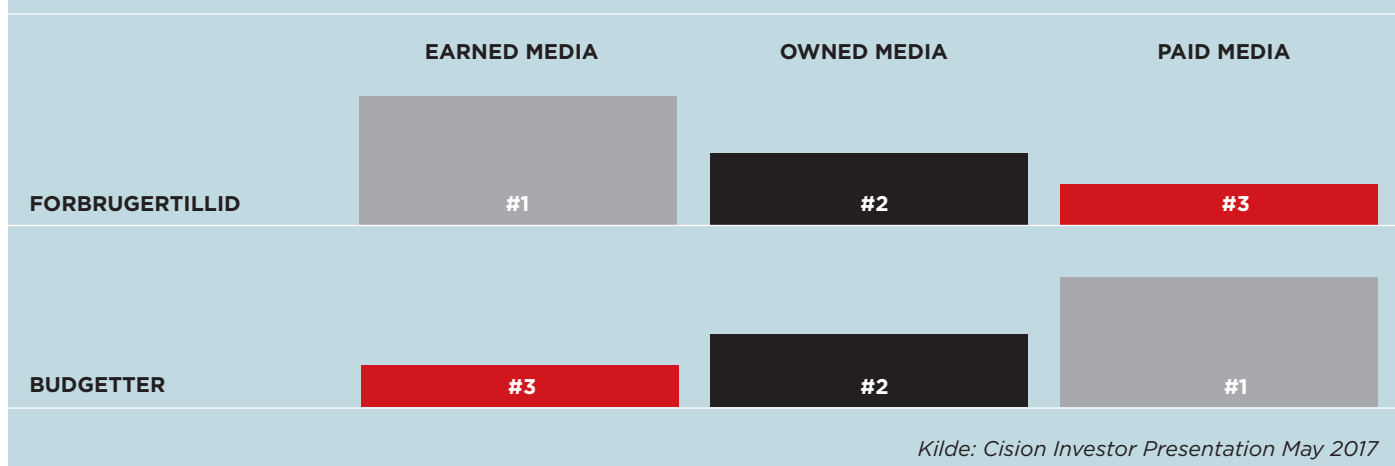
● Owned Media

Owned Media (egne mediekkanaler), som er lig med kommunikation på virksomhedens egne kanaler, f.eks. website, kundemagasin eller når der postes på egne sider på sociale medier.

● Earned media

Earned Media (fortjent omtale) er, når tredjepart (journalister, bloggere, influencers etc.) omtaler virksomhed, brands eller produkter – som udgangspunkt uden vederlag.

FORHOLDET MELLEM FORBRUGERTILLID OG MARKETINGBUDGETTER



Den generelle opfattelse er, at forbrugere har større tiltro til de informationer, de får fra presseomtale, posts på sociale medier, anmeldelser og online-fora, sammenlignet med de informationer de får fra reklamer og omtale på virksomhedernes egne medier, som f.eks. websites. Til trods herfor, er virksomhedernes budgetter til PR de laveste i forhold til budgetterne til både traditionel markedsføring og virksomhedernes egne medier.

"Paid Media" er fortsat det klart største marked. Den betalte markedsføring er i stigende grad blevet flyttet fra analoge medier til online-medier, bl.a. på grund af det ændrede medieforbrug samt de store og forbedrede muligheder for at måle og analysere effekten af markedsføringen. Markedet for digital markedsføring vurderes af den globalt største markedsaktør, Cision (Investor Presentation, May 2017), at være på ca. USD 195 mia. Markedet for software-værktøjer (såkaldt AdTech eller MarTech), der på forskellig måde hjælper virksomheder med at udnytte de digitale markedsføringsmuligheder, herunder f.eks. ved at distribuere, måle og styre markedsføringen, vurderes af Cision til at være i niveauet USD 32 mia.

Der er ikke nogen estimer af markedsstørrelsen for 'Earned Media' (i den resterende beskrivelse betegnet "PR" eller "Public Relations") – der også som udgangspunkt er medieeksponering opnået uden nogen betaling herfor. Markedet for software-værktøjer til administration af PR (såkaldt PR Tech) er af Cision (Investor Presentation, May 2017), estimeret til at have en størrelse på USD 3 mia.

Virksomhedernes anvendelse af PR er efter Ledelsens vurdering i vækst, ligesom det er Ledelsens vurdering, at markedet for PR-Tech ligeledes er i vækst. Væksten i anvendelsen af PR ses båret primært af de digitale og sociale mediers øgede indflydelse på forbrugeradfærden. Væksten inden for PR Tech er dertil drevet af, at forbedrede PR-softwareværktøjer øger virksomheders og organisationers muligheder for at anvende PR, hvilket vil medføre, at budgetterne til PR Tech øges væsentligt.

Anvendelsen af PR har efter Ledelsens vurdering været begrænset af flere faktorer. Blandt de væsentligste er, at virksomheder ikke har været tilstrækkeligt opmærksomme på muligheden for at anvende PR i markedsføringsmæssig sammenhæng, at virksomhederne ikke har været opmærksomme på udviklingen inden for PR Tech samt, at det har været vanskeligt at måle og analysere effekten og værdien af medieomtalen og dermed have en effektiv administration og styring af PR.

Det er derfor Ledelsens vurdering, at vækstpotentialet for PR Tech er betragteligt, og at der er et væsentligt marked for softwareløsninger, der bl.a. gennem anvendelse af data hjælper virksomheder og organisationer med nemt og effektivt at udnytte mulighederne inden for PR.

9.2. FORRETNINGSGRUNDLAGET

Meningsdanneres (influencers') positive omtale i medierne (PR) anses alt andet lige for at have en større kommerciel værdi end traditionel markedsføring (reklame). En medvirkende årsag til, at virksomheder ofte ikke udnytter det fulde forretningsmæssige potentiale i PR, er efter Ledelsens vurdering, at virksomhederne mangler styrings- og måleredskaber i form af effektive PR-softwareløsninger. Således anvendes ofte ingen PR-software eller alene PR-software med begrænset funktionalitet, således at PR-processerne f.eks. fortsat er manuelle, ikke leverer de nødvendige data, eller ikke giver mulighed for tilstrækkelig distribution af PR-historierne.

Uden valide og konsistente målinger af effekt, er den forretningsmæssige værdi af PR dertil uklar. På den baggrund vil en ledelse sædvanligvis være tilbageholdende med at allokere de budgetter til PR, som ville være forretningsmæssigt optimalt.

Hypefactors forretningskoncept er at give virksomheder og organisationer mulighed for effektivt at automatisere og optimere deres PR ved hjælp af Hypefactors' intuitive og datadrevne softwareplatform.

MISSION

**HYPEFACTORS HJÆLPER VIRKSOMHEDER MED AT FOR-
LØSE DET FORRETNINGSMÆSSIGE POTENTIALE I PR**

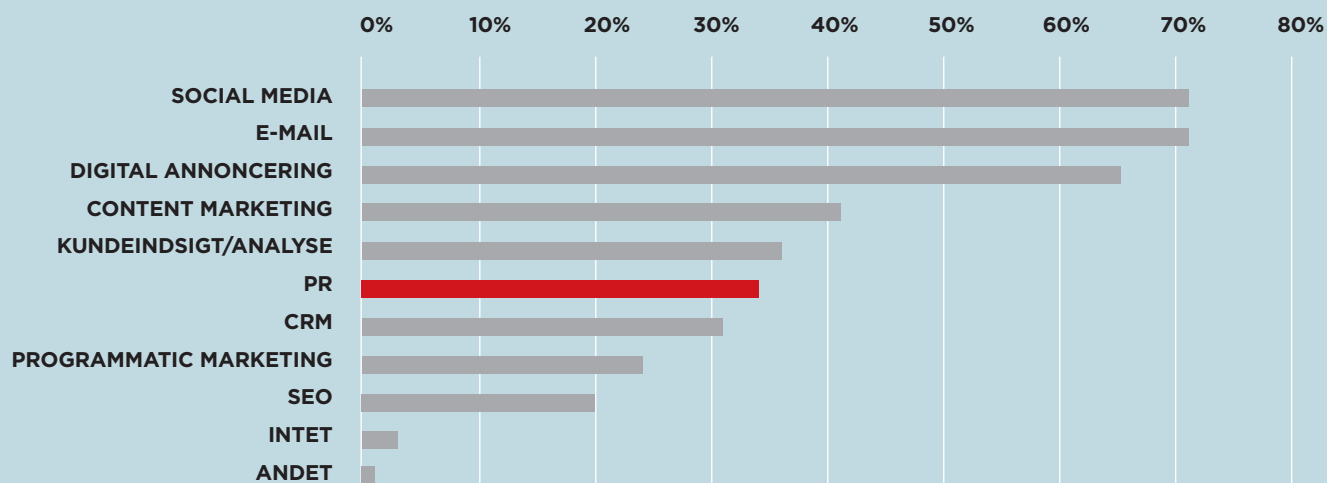
VISION

**HYPEFACTORS VIL VÆRE DEN FORETRUKNE
PR TECH-PLATFORM**

En undersøgelse fra Forbes (2016) vedrørende brugen af marketingrelateret virksomhedssoftware viste, at kun en tredjedel af virksomhederne anvendte software til deres PR-aktiviteter, mens

over dobbelt så mange anvendte software til styring af deres digitale markedsføring og til styring af deres markedsføringsaktiviteter på sociale medier og via e-mails.

ANVENDELSE AF MARKETING SOFTWARELØSNINGER



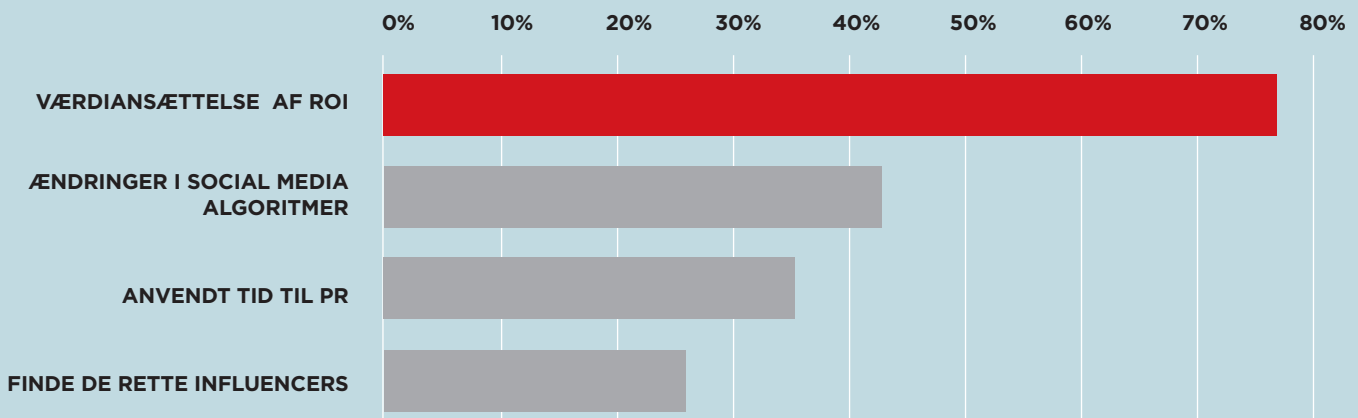
Kilde: Forbes, august 2016

Det er Ledelsens forventning, at en stadig større andel af virksomheder fremadrettet vil benytte sig af PR. Denne forventning baserer sig primært på dels et øget kendskab til PR Tech, dels på udviklingen inden for PR Tech og dermed de forbedrede muligheder for at anvende PR. Udviklingen i markedet for PR Tech er tæt forbundet med udviklingen i det generelle marked for PR – og vice versa. Jo bedre og mere effektive softwareløsninger, desto bedre understøttes udviklingen af PR-disciplinen.

VÆRDIANSÆTTELSE AF PR

Manglende muligheder for at kunne styre PR-aktiviteter på samme niveau som digital markedsføring, har holdt udviklingen tilbage. Den største udfordring vurderes at være vanskeligheder med at værdiansætte afkastet af PR-aktiviteterne. Dette understøttes af en undersøgelse blandt marketingspecialister, der anså manglende mulighed for at værdiansætte PR som den største udfordring.

DE FIRE STØRSTE UDFORDRINGER FOR ANVENDELSE AF PR SOM DEL AF MARKEDSFØRINGEN



Kilde: LINQIA, The State of Influencer Marketing 2018

Det er ledelsens forventning, at særligt PR Tech-services, der på troværdig vis værdiansætter PR-aktiviteters økonomiske effekt, vil bidrage til at drive væksten inden for PR Tech.

Når fastsættelse af den økonomiske værdi af PR er den største udfordring for at anvende PR som markedsføring, skyldes det efter Ledelsens vurdering, at den mest udbredte værdiansættelsesmetode anses for upålidelig.

Den mest udbredte metode er: Advertising Value Equivalent (AVE), som igennem årtier har været branchestandard. Metoden angiver den omkostning som medieeksponeringen ville have kostet, såfremt eksponeringen var sket via (betalt) markedsføring. Metoden giver dog ikke et retvisende billede af værdien, da den f.eks. ikke tager højde for kvaliteten af eksponeringen, herunder f.eks. om eksponeringen har været positiv eller negativ. Dertil tager den udgangspunkt i bruttopriser for annoncering og ikke de reelle nettopriser.

Som konsekvens af en mangel på troværdige metoder til værdiansættelse af medieomtaler, har Hypefactors udviklet en ny og unik metode, kaldet "Hypefactors Value", der ud fra 10 forskellige parametre – herunder omtalernes kvalitet – beregner den økonomiske værdi af enhver medieomtale.

Uden valide målinger af effekt, er den forretningsmæssige værdi af PR uklar. Med et konsistent, økonomisk vurderingsgrundlag, er det derfor Ledelsens vurdering, at virksomheder i større om-

fang vil anvende PR og dermed også vil tilegne sig de løsninger, der giver dem den indsigt, og at muligheden for at værdiansætte medieomtaler vil være et aktiv i forbindelse med salget af licenser til Hypefactors' platform.

STYRING OG TIDSFORBRUG

Styring og rapportering af PR-aktiviteter foretages fortsat i høj grad via manuelle og ineffektive processer. Det gælder både for virksomheder og for kommunikationsbureauer, der forestår PR-relaterede opgaver for virksomheder og organisationer. PR anses derfor for tidskrævende, også i forhold til markedsføring, og er således blandt top tre over udfordringerne ved anvendelse af PR, jf. undersøgelsen fra LINQIA i The State of Influencer Marketing, 2018.

Integrerede services der letter PR-specialisters arbejdsgange og understøtter og effektiviserer den totale arbejdsproces, vil derfor efter Ledelsens vurdering bidrage til at drive væksten inden for PR og PR Tech. Hypefactors' platform er skabt med 100% fokus på behov og arbejdsgange hos mennesker, der arbejder professionelt med PR.

Hypefactors kombinerer data, analyse, teknologi og værktøjer for at kunne levere en effektiv og brugervenlig platform, herunder med tidsbesparende værktøjer, der understøtter og forbedrer de daglige arbejdsgange. Alt er integreret, så brugeren kun behøver at bruge én platform.

9.3. PRODUKTET

Hypefactors udbyder en integreret SaaS-plattform (Software as a Service), indeholdende redskaber, der gør virksomheder i stand til at bruge og udnytte det ofte uudnyttede forretningsmæssige potentiale, der er i PR.

Hypefactors leverer de redskaber og facts, der gør virksomhederne i stand til at arbejde mere effektivt og opnå bedre afkast fra deres PR-investeringer ud fra et bedre datagrundlag.

Hypefactors' løsning rummer muligheden for konsistent og automatiseret at opgøre "Return On Investment" (ROI) fra PR-indsatser på tværs af medier, influencers og landegrænser.

Hypefactors' softwareplatform giver virksomhederne fuld kontrol over alle væsentlige PR-processer, -aktiviteter og -resultater. Dette sker gennem fem integrerede sektioner: Create, Connect, Monitor, Measure og Report. Fordelene for kunderne er, at de sparer tid, reducerer deres omkostninger og får mulighed for at træffe beslutninger på et kvalificeret datadrevet grundlag. Samlet kan Hypefactors' løsning føre til bedre og mere værdiskabende resultater fra PR-arbejdet.

Hypefactors teknologiske fundament er skabt med henblik på hastig videreudvikling med machine learning og kunstig intelligens (AI). I første omgang leverer Hypefactors de nødvendige facts på en brugervenlig platform, så brugeren nemt kan træffe de rigtige beslutninger og opnå bedre resultater. Næste trin er, at Hypefactors ved at kombinere big data med adfærdsmønstre og med kunstig intelligens (AI) kan servere konkrete og proaktive anbefalinger til brugeren.

Platformen omfatter som nævnt elementerne Create, Connect, Monitor, Measure og Report. Dertil kommer freemium-delen, Hype.News.



9.3.1. CREATE

I Create kan brugerne effektivt udarbejde og publicere nyheder, hvad enten det drejer sig om virksomhedsmeddelelser, brand-relaterede historier, produktnyheder eller profilartikler.

Historierne kan distribueres på flere forskellige måder – i alle tilfælde måles på effektiviteten.

9.3.2. CONNECT

I Connect kan brugerne søge og finde de mediekontakter og influencers, der er mest relevante for netop deres virksomhed og/eller historie – om det er en journalist i Danmark, en blogger i Tyskland eller en youtuber i Japan. Hypefactors holder styr på

hvilke relationer, der er hhv. mest og mindst værdifulde og giver endvidere mulighed for at gruppere kontakterne, hvilket letter distributionen af virksomhedens nyheder.

9.3.3. MONITOR

Hypefactors leverer global medieovervågning, der gør det muligt for brugerne at få umiddelbar besked om, og adgang til, relevante online medieomtaler. Overvågningen sker med basis i Hypefactors egen webcrawler-teknologi, der besøger 2 mio. mediewebsites og indekserer 150.000 artikler i timen.

Hypefactors overvågning omfatter også omtaler på sociale medier som Twitter, Facebook, Instagram, YouTube og Reddit samt diverse internetfora. På udvalgte markeder overvåges desuden også printmedier (p.t. bl.a. følgende danske medier: Berlingske, Børsen, Politiken, Jyllands-Posten, Ekstra Bladet, Weekendavisen, Se & Hør og Billedbladet), samt radio og tv (p.t. i USA).

Medieovervågningen kan følges i realtid, både på desktop og via Hypefactors' mobil-app. Ud over at finde og indeksere artikler, gør Hypefactors det også nemmere og hurtigere for brugerne at forstå mediedækningen. Data, som det estimerede antal læsere og tonaliteten (hvor positiv eller negativ omtalen er), er således tilgængeligt for brugerne.

Med egen mediecrawler-teknologi har Hypefactors fuldstændig kontrol over de data, der indsamles. Hypefactors kan således hurtigt tilføje nye funktionaliteter, der er relevante for markedet og tilpasse overvågningen i forhold til bruger-feedback. Medieovervågningen er 100% integreret med "Measure", hvor de relevante informationer vedrørende effekten kan findes.

9.3.4. MEASURE

Analyse af den opnåede PR er en væsentlig del af enhver PR-aktivitet, hvor den opnåede medieomtale analyseres såvel kvantitativt som kvalitativt.

Hypefactors måler og rapporterer den økonomiske værdi af al mediedækning og kan levere "Return On Investment"-data for alle PR-aktiviteter. Den økonomiske værdi, kaldet "Hypefactors Value" beregnes ud fra en unik algoritme baseret på 10 forskellige relevante parametre.

Platformen giver brugeren et transparent og konsistent overblik. Brugeren kan spore, analysere, sammenligne og dele resultater på tværs af brands, markeder og tid. Og følge fremskridtene ved at sammenligne med målsætninger og de prioriterede KPI'er. Med live data for udviklingen i KPI'erne, kan PR-aktiviteten styres, mens de pågår.

9.3.5. REPORT

Report er Hypefactors automatiske og individualiserede rapporteringsmodul. Mange PR-specialister, i virksomheder og i kommunikationsbureauer, bruger lang tid på at lave rapporter med de forskellige presseomtaler. Med Hypefactors kan færdige

medie- og effektrapporter leveres på få sekunder. Brugeren kan skræddersy sine egne rapporter, ud fra parametre som brands, markeder, tid, aktiviteter og medietyper.

9.3.6. HYPE.NEWS

Hype.News er en nyheds-platform, der både kan bruges selvstændigt og som en integreret del af Hypefactors software-platform. Med Hype.News kan virksomheder og organisationer publicere nyheder i deres eget skræddersyede newsroom, og journalister, bloggere og andre medie-influencers kan herefter

finde nyhederne, eksempelvis ved at få e-mail notifikationer, når historier fra bestemte virksomheder, eller historier med særligt indhold uploades. Dertil kan journalister søge i alle uploadede historier på Hype.News. Hype.News blev lanceret ved årsskiftet 2017-2018 og har pr. 1. august 2018 mere end 6.000 brugere.

9.3.7. FULDT INTEGRERET PLATFORM

Alle dele i Hypefactors er integreret og tilpasset den enkelte bruger. Fra et personligt dashboard kan brugeren overskue og få adgang til alle de organisationer og brands vedkommende arbejder med. Hypefactors adskiller sig fra flere konkurrenter ved at have udviklet alle dele i platformen fra bunden, frem for – som eksempelvis markedsledende Cision – at have skabt en

produkt-suite/softwareplatform gennem opkøb af virksomheder og så søgt at integrere disses forskellige produkter. Hypefactors platform har siden 1. januar 2018 haft en "opetid" på 99,979%. Den oplevede "nedetid" for webserveren har været grundet vedligehold og en endnu mere robust version er planlagt, hvilket forventes at øge opptiden.

9.4. TEKNOLOGI

Hypefactors er en Software-as-a-Service løsning. Løsningen er cloud-baseret og, for størsteparten af platformens vedkommende, udviklet in-house. Indsamlingen og håndteringen af data sker ligeledes in-house og er til eksklusiv anvendelse af Hypefactors og Hypefactors' kunder. Den samlede teknologiske løsning består af disse fire dele:

1. DATA
2. BACKEND
3. FRONTEND
4. MOBIL

Ved at arbejde i cloud'en drages fordel af, at cloud-leverandøren står for administration og leverance af den nødvendige computerhardware og de nødvendige netværk. Leverandørerne, Amazon og Google, stiller til enhver tid den tilgængelige kapacitet til rådighed, således at Hypefactors' løsning kan skaleres op, når der er behov for det, og således at Hypefactors' tech-team kan fokusere på softwareudvikling frem for på hardware og netværk.

9.4.1. DATA

Løsningens data-del består af de teknologiske processer, der anvendes i relation til medieovervågning og berigelsen af de indsamlede data. Dette ved brug af forskellige Artificial Intelligence-teknikker, der "smart" bearbejder de indhentede data.

Hypefactors' løsning er skabt in-house og kodet i programmeringssproget Scala. Scala er særligt velegnet til 'data engineering' og anvendes således også til samme formål af virksomheder som Spotify, Twitter og LinkedIn.

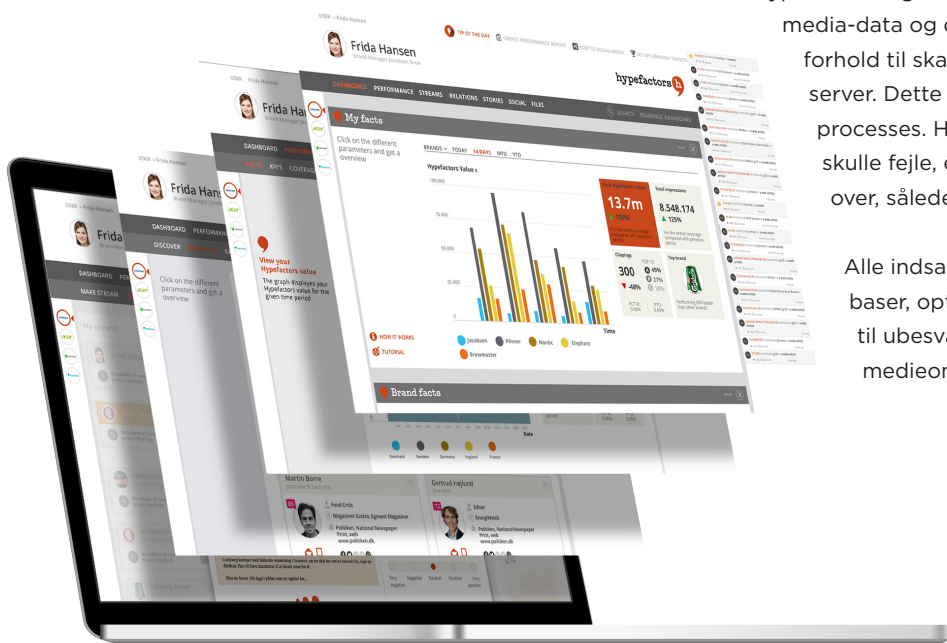
9.4.1.1. MEDIEOVERVÅGNING

Medieovervågningen arbejder, forenklet forklaret, således: Via et spektrum af kontinuerlige og automatiserede processer indføres data fra diverse mediekilder; som web, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Reddit, fora og anmeldelser/reviews. Web-medieovervågningen er her en central komponent, som er udviklet af Hypefactors team. For at kunne håndtere den betragtelige mængde web-mediakilder, er Hypefactors' webcrawler både en 'concurrent' og 'distributed activity', der arbejder på tværs af en klynge af multi-core servere. Dataarkitekturen er designet, således at den løbende kan skaleres, hvilket betyder, at 100 mio. forskellige mediekilder kan overvåges simultant. For at optimere

webcrawlerens effektivitet yderligere, arbejdes med 'best practices' inden for datacrawling. Bl.a. arbejdes der, på samme måde som hos Google, med en time-adaptive algoritme kombineret med en machine learning-algoritme – dette for at kunne vurdere det enkelte medies udgivelsesfrekvens og den udestående crawlbare information. Softwaren er bygget til at kunne skalere.

Hypefactors har partnerskabsaftaler med de mest betydelige social media-platforme samt med udvalgte mediehuse, jf. Kap. 9.3.3. Monitor, og data herfra hentes følgelig ind i Hypefactors via APIs (softwareinteraktion og kommunikation mellem Hypefactors og de enkelte medier). Integrationen med social media-data og data fra mediehuse, er mindre krævende i forhold til skalérbarhed og kører derfor typisk på en enkelt server. Dette set-up er designet som single fault-tolerant processes. Hvis den hardware, der understøtter serveren skulle fejle, er andre servere automatisk klar til at tage over, således at software altid fungerer.

Alle indsamlede data opbevares i en klynge af databaser, optimeret til fuldtekst-søgninger og designet til ubesværet at skalere over massive mængder af medieomtaler.



9.4.1.2. DATABERIGELSE VED BRUG AF ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

De rå mediadata, indsamlet i medieovervågningprocessen, bliver beriget med relevante informationer, som øger brugernes informationsniveau og letter deres daglige arbejde. Hypefactors anvender en kombination af forskellige state-of-the-art Artificial Intelligence-teknikker (kunstig intelligens software/algoritmer), inklusiv machine learning, for at kunne bearbejde og berige disse data, således at de konverteres til værdifuld PR-information, såsom bl.a. fortolkning af, om en medieeksponering af et varemærke eller et produkt er positiv eller negativ.

I forbindelse med "crawling" af mediadata, er en nøglekomponent detektering af links til nyligt publicerede artikler, hvilket kræver en sofistikeret tilgang med langt dybere "crawling" end hvad eksempelvis Google tilbyder. Med kunstig intelligens analyseres de relevante websites, og Hypefactors' AI gør det muligt for 'crawleren' at registrere de senest publicerede artikler, uanset placering og at uddrage relevante data om hver artikel automatisk. Resultatet er en dybere og mere grundig "crawling", en bedre mediedækning og en meget lettere adgang til relevante informationer for brugeren.

Den automatiske ekstraktion af relevante mediedata, som eksempelvis publikationsdatoer for artikler, er afgørende for at kunne måle progressionen af PR-hypes. Som en del af Hypefactors AI har Hypefactors udviklet en probabilistisk programmeret AI-model, der håndterer ethvert sprog, uanset om det er dansk, engelsk, spansk eller thailandsk, indonesisk, kinesisk eller japansk.

En anden central komponent i vores AI er Hypefactors-formlen, der beregner den økonomiske værdi af enhver medieomtale. En af de faktorer, der indgår i beregningen, er antallet af visninger af en artikel. Med Hypefactors' AI kan man udlede dette tal for alle nyhedswebsites, og for de fleste blogs i verden. Hypefactors bruger machine learning-algoritmer til kontinuerligt at forfine

denne model. Samlet set giver det en mere systematisk og statistisk valid metode sammenlignet med de målemetoder, der i øvrigt eksisterer inden for PR-området.

Med det allerede eksisterende stærke AI-fundament i Hypefactors, er det naturlige næste skridt at kombinere data og specifik brugeradfærd, således at kunderne vil kunne få proaktive anbefalingerne til tiltag, der bør iværksættes med henblik på at optimere effekten af deres PR- og kommunikationsindsats.

Skemaet nedenfor viser et udsnit af de typiske AI-databerigelser, der arbejdes med, og vil blive arbejdet med, i forhold til at levere den optimale PR-information:

BERIGELSE AF PR-DATA VED HJÆLP AF KUNSTIG INTELLIGENS (AI)

COMPUTER VISION	NATURAL LANGUAGE PROCESSING	ANBEFALE	FORUDSIGE	VÆRDIANSÆTTE
Finde og fjerne upassende indhold	Finde navigationstekst	Foreslå forbedring af medieovervågning	Konkurrenters mediemæssige ageren	Sammenligne med branche-gennemsnit
Finde brands	Fortolke udgivelsesdato	Foreslå medierelationer	Media-trends	Estimere "reach"
Billeders positivitet/negativitet	Uddrage artikeltekst		Trending influencers	Vurdere oprindelsesland
Finde talsperson	Oversættelse			Prioritere medier for brugerne
	Teksts positivitet/negativitet			Estimere økonomisk værdi

9.4.2. BACKEND

Løsningens backend består af tre dele: To databaser opbevarer brugerdata, og en række servere fungerer som mellemstation mellem databaserne og brugerens computer. Der er tale om en fejltolerant, belastningsbalanceret og højtydende implemente-

ring, inkluderende en auto-scaler, der håndterer maksimumbelastninger. Backend'en konverterer brugernes anmodninger om til databaseoperationer og transformerer data om til maskinlæselige PR-facts.

9.4.3. FRONTEND

Frontend er den del af softwareløsningen, der kører på brugerens computer. Frontend understøtter den grafiske brugerflade og indeholder de mulige interaktioner, der gør det muligt for brugeren at betjene Hypefactors-løsningen. Frontend'en inter-

agerer med backend'en for at kunne læse, modificere og slette brugerdata. Platformen loader og opdateres automatisk, når brugeren lader sin internetbrowser pege mod URL'en:

<https://app.hypefactors.com>

9.4.4. MOBIL

Den mobile applikation (app) er en løsning, der er designet til at fungere på Android – såvel som på Apple iOS-smartphones. Løsningen interagerer med backend for at kunne læse og

modificere brugerens data. Hypefactors' mobil-app er tilgængelig under navnet 'Hypefactors' i App Store og Google Play Store, hvorfra den kan downloades til en smartphone.

9.5. CASES

Prism Group er et kommunikationsbureau, beliggende i Miami, USA. Bureauet arbejder primært med amerikanske virksomheder, der markedsfører og sælger produkter i Latinamerika. Blandt kunderne er Samsung Electronics Latin America, Acer, Lexmark og Daikin.



”Vi har testet og arbejdet med en række forskellige PR-værktøjer for at kunne levere den bedste service til vores kunder. En kunde som Samsung Electronics får mere end 1.500 medieomtaler om måneden i Latinamerika, og det stiller krav til os og de værktøjer, vi anvender. I stedet for at bruge fem forskellige værktøjer, kan man – med Hypefactors – nøjes med kun ét værktøj, en platform. I stedet for at have én platform til medieovervågning, en anden platform til medielister, en tredje platform til influencer-lister, en fjerde platform til social media-overvågning og en femte platform til udsendelse af nyheder, kan vi nu nøjes med én integreret platform. Det er nemmere, hurtigere og bedre.”

Fortæller Julissa Nova, der er CEO i Prism Group

”Hos Moët Hennessy arbejder vi så dedikeret og professionelt som muligt med vores kommunikation. Derfor ønsker vi også at kende effekten af vores PR-arbejde så præcist som muligt. Og derfor bruger vores team Hypefactors.”

Udtaler Lars Belling, der er CEO i Moët Hennessy Nordic

Moët Hennessy er en del af den franske luxury goods-koncern LVMH, der i 2017 omsatte for €42,6 mia. Moët Hennessy ejer og forhandler en række af verdens største champagnebrands, som Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Krug og Ruinart, spiritusbrands som Hennessy, Glenmorangie og Belvedere samt vinbrands som Cloudy Bay.

Lars Belling er CEO i Moët Hennessy Nordic, der som navnet antyder, dækker over de nordiske markeder. Arbejdet med medier, journalister og influencers er en helt central del af forretningen, og det er essentielt at kunne medieovervåge, analysere og sammenligne på tværs af markeder og at rapportere korrekt og effektivt. Moët Hennessy anvender Hypefactors til at medieovervåge, styre og rapportere PR-resultaterne i Norden.

Moët Hennessy

9.6. KUNDERNE

Hypefactors' software henvender sig til alle organisationer og virksomheder, der arbejder med PR, og som ønsker at kende omfanget af og styre omtalen af deres virksomhed, brands og produkter, og/eller som har interesse i at følge konkurrerende virksomheders og brands medieeksponering (konkurrentovervågning). Alle virksomheder og organisationer, der arbejder dedikeret med PR, er derfor potentielle kunder. Kundegrundlaget omfatter også kommunikationsbureauer, der forestår PR-opgaver og -aktiviteter for virksomheder og organisationer, herunder medieovervågning og rapportering.

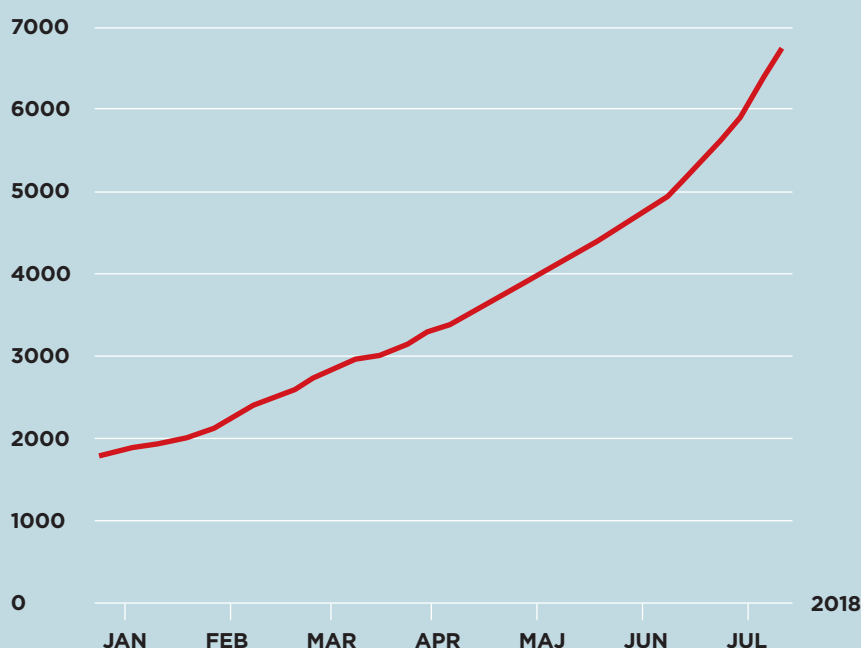
Kunderne kan være alt fra små og mellemstore virksomheder til globale virksomheder med internationale brands. Jo mere kompleks, virksomheden er i forhold til PR, desto større fordel vil den kunne få af at anvende Hypefactors. Således vil nogle virksomheder alene have behov for en enkelt brugerlicens, mens

internationalt opererende virksomheder og organisationer kan have behov for ganske mange brugerlicenser (eksempelvis licenser til PR-medarbejdere på hvert enkelt landekontor). Derfor tilbyder Hypefactors forskellige løsninger, der matcher kundernes behov.

De basale PR-arbejdsgange er identiske uanset geografisk marked, og da Hypefactors er skabt med globalt udsyn, er der ingen naturlige markeds-mæssige begrænsninger for udbredelsen. Kundesupport kan p.t. gives på dansk, engelsk, spansk, tysk, fransk og italiensk, hvorved en væsentlig del af både det europæiske og internationale marked kan dækkes.

Pr. 1. august 2018 anvendte over 6.000 brugere freemium-delen af Hypefactors. Disse brugere er fordelt på 19 lande, hvilket indikerer, at løsningen rummer et væsentligt markeds-mæssigt potentiale.

HYPEFACTORS - UDVIKLING I NEWSROOMS/USERS 1. JANUAR - 30. JUNI 2018



Pr. 1. august 2018 havde Hypefactors 21 betalende Enterprise-kunder, der samlet havde 31 brugerlicenser, der har adgang til den samlede PR Automation-plattform. Kunderne fordeler sig geografiske således: Danmark 17, USA 1, Italien 1, Brasilien 1 og Norge 1. Blandt kunderne er Moët Hennessy Danmark A/S, Ecco Sko A/S, Aarstiderne A/S, MHI Vestas Offshore Wind A/S, Dynaudio A/S og The Prism Group, Inc.

Brugerne af Hypefactors i de enkelte organisationer omfatter ledelsen af PR- og markedsføringsafdelingerne på hovedkontoret og i lokale landefilialer samt de PR-medarbejdere, der står for udførelse, styring og rapportering af PR-aktiviteterne. Jo større og mere international en virksomhed er og jo større fokus der er på brands, desto flere Hypefactors-licenser vil den enkelte kunde derfor typisk have brug for.

9.7. FORRETNINGSKONCEPTET

Hypefactors er en business-to-business (B2B) softwareplatform, der leveres som en Software-as-a-Service (SaaS). Konceptet i SaaS er, at kunden ikke skal have softwaren installeret på egne servere, men tilgår løsningen online. Typisk betales for anvendelsen af softwaren gennem en periodisk, ofte månedlig eller årlig, betaling. Fordelen ved konceptet er således, at der opnås en løbende indtægt og en høj grad af gentaget salg.

Hypefactors tilbyder to forskellige abonnementer med en månedlig licensbetaling pr. bruger på henholdsvis 189 og 299 euro pr. måned for Plus og Professional abonnementerne. Desuden findes en individuelt tilpasset Enterprise-version, samt en gratis entry level-løsning, som giver adgang til Hype.News, hvorved brugerne nemt og hurtigt kommer i berøring med Hypefactors-universet. Abonnementerne betales altid forud, typisk for 12 måneder ad gangen, hvilket er branchestandard.

ABONNEMENTER				
	FREEMIUM	PLUS	PROFESSIONAL	ENTERPRISE
SUPPORT	• Chat and email support	• Onboarding session • Chat and email support	• Onboarding session • Chat and email support	• Onboarding session • Chat, email and hotline support • Tailor made adjustments • Tailor made onboarding
REPORT			• Automated performance and media report creation • E-mail notifications	• Automated performance and media report creation • E-mail notifications
MEASURE		• Monetary value for all clippings • Full data set (impressions, media type, clippings etc.) • KPIs	• Monetary value for all clippings • Full data set (impressions, media type, clippings etc.) • KPIs	• Monetary value for all clippings • Full data set (impressions, media type, clippings etc.) • KPIs
MONITOR		• 3 media monitoring streams • Global web media • Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Reddit • Reviews fora	• 5 media monitoring streams • Global web media • Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Reddit • Reviews fora + print	• 5 media monitoring streams • Global web media • Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Reddit • Reviews fora + print
CONNECT		• Personal media relations database	• Personal media relations database • International discover database with media influencers	• Personal media relations database • International discover database with media influencers
CREATE	• Creation of news • Hype.News	• Creation of news • Hype.News • Publish to media relations • Tracking	• Creation of news • Hype.News • Publish to media relations • Tracking	• Creation of news • Hype.News • Publish to media relations • Tracking
	€0 User/Month	€189 User/Month	€299 User/Month	ON REQUEST User/Month

Der er adskillige fordele ved abonnementsmodellen; herunder den positive likviditetseffekt af forudbetalinger og muligheden for, at tilfredse kunder fortsætter deres abonnementer ud over den første aftalte periode.

Hypefactors ønsker at positionere sig som det moderne alternativ til de store gamle aktører som Cision. Både Cision og Hypefactors tilbyder en one-stop PR-plattform, men de to udbydere adskiller sig på væsentlige områder. Hypefactors kan som den eneste aktør, tilbyde en konsistent og anvendelig værdisætning af medieomtaler ("Hypefactors Value"). Dertil er hele Hypefactors' platform tænkt og udviklet fra bunden som én integreret

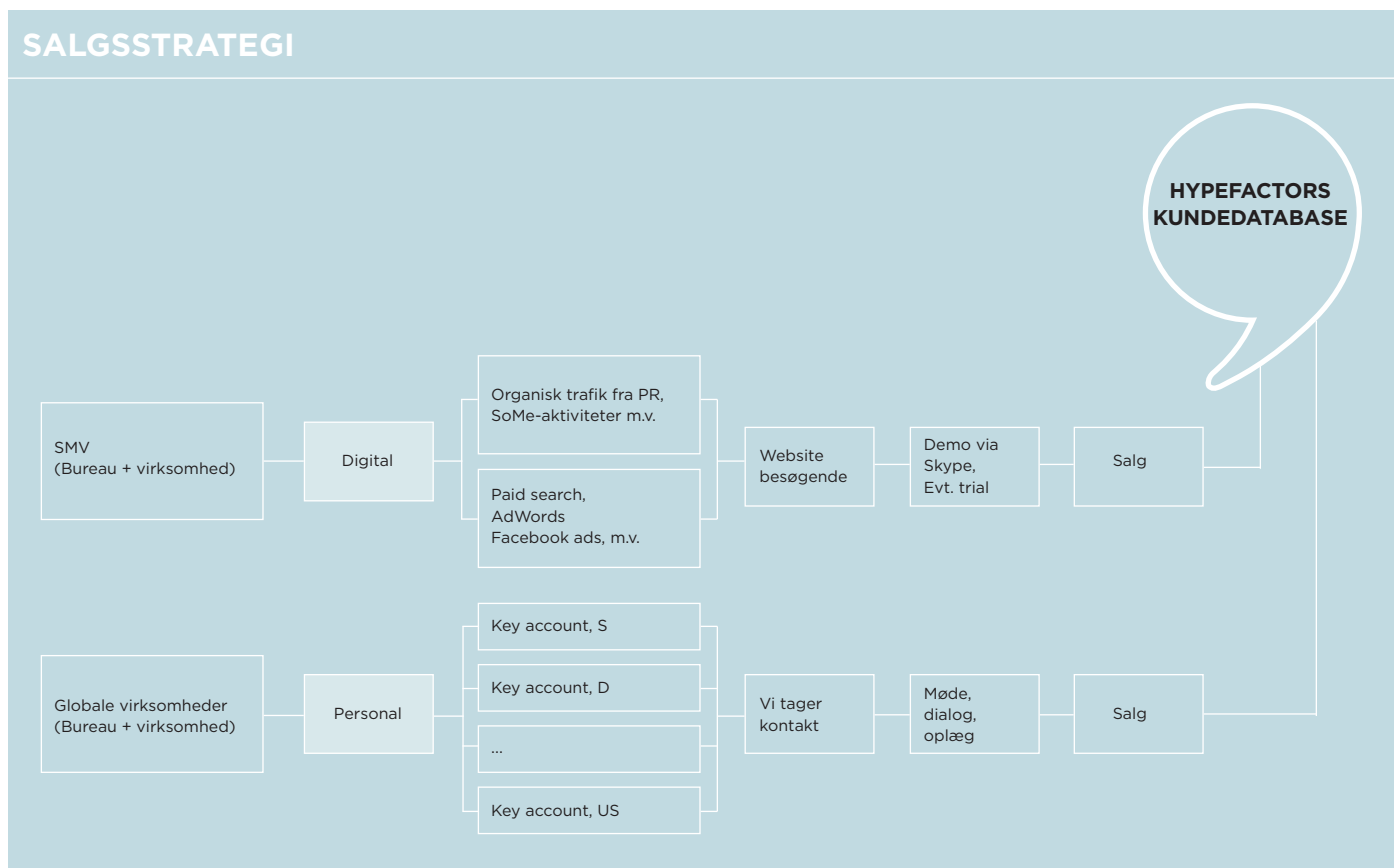
platform, hvorved anvendelsen af de enkelte elementer i platformen sker gnidningsløst. Cisions platform, og flere øvrige store aktørers platforme, er skabt gennem opkøb af virksomheder, hvorfor der ikke er den samme integration mellem de enkelte elementer, som kunderne ofte ønsker. Derimod vil disse løsninger kunne have et større udbud af services, som f.eks. distribution af pressemeddelelser.

Det er Ledelsens vurdering, at Hypefactors opfylder behovene hos de moderne PR-specialister, mens de største konkurrenter udbyder mere traditionelle løsninger, som er forsøgt tilpasset til moderne krav.

9.8. SALGS- OG MARKEDSFØRINGSSTRATEGI

Platformen er udviklet med globalt sigte, såvel produkt- som salgsmæssigt, og det er derfor Selskabets intention på sigt at have en globalt baseret kundekreds.
Målsætningen for salgs- og markedsføringsindsatsen inden for

de nærmeste år er at opnå en markedstilstedeværelse i Europa – koncentreret på ca. 10 markeder i Vesteuropa.



Hypefactors anvender en tostrengt salgsstrategi; (1) salg via onlinekanaler, primært rettet imod små og mellemstore virksomheder (SMV), og (2) salg via opsøgende salg, primært rettet mod større internationale, virksomheder.

Den digitale strategi er en meget skalérbar model, hvis resultater vil være afhængig af online-markedsføringen og de markeder, der er fokus på. I 2018 og 2019 forventes den digitale salgs- og markedsføringsindsats at være fokuseret på 10 europæiske fokusmarkeder: de skandinaviske lande, Storbritannien, Tyskland, Østrig, Schweiz, Italien, Spanien og Portugal.

Den digitale salgsindsats er primært målrettet mindre virksomheder og kommunikationsbureauer, der forventes at ville tegne relativt få licenser. Markedsføring sker primært gennem online-annoncering og rammer således hovedsageligt personer, der er opsøgende, hvad angår PR-software. Potentielle kunder vil kunne bestille en online demonstration af Hypefactors' platform. Denne demonstration sker fra Hypefactors eget kundecenter i Danmark og af medarbejdere, der taler kundens eget sprog – såfremt kunden er fra ét af fokuslandene. Disse medarbejdere vil også varetage kundesupport på lokalsprog. For kunder, i andre lande end fokusmarkederne, vil kommunikationen kunne ske på engelsk.

Direkte opsøgende salg er målrettet større, internationale virksomheder, hvor det er nødvendigt med en personlig salgsindsats. Disse virksomheder forventes at aftage flere brugerlicenser samt at tegne de mest omfattende abonnementspakker.

Salgsindsatsen vil være koncentreret om de 10 europæiske fokusmarkeder, hvor der i løbet af 2018 forventes at være etableret salgsrepræsentation. Det initiale salgsarbejde i fokuslandene forventes fortrinsvis at ske fra Hypefactors' kundecenter i Danmark med lokale repræsentanter, der følger op på de genererede kundeleads.

Den primære, beslutningstagermæssige målgruppe, i relation til salg af Hypefactors-licenser er typisk virksomhedens øverste ansvarlige for PR, hvilket ofte er en direktør, PR-/kommunikationsdirektør, informationschef eller en marketingdirektør. Den sekundære målgruppe er lokale beslutningstagere, f.eks. country managers, hvis der er tale om meget store virksomheder, hvor der er lokal beslutningskompetence.

9.9. MARKEDET

Markedet for PR Tech er globalt og estimeres til at være i niveauet USD 3 mia. Markedet for PR Tech er således fortsat væsentligt mindre end markedet for software til markedsføring (AdTech/MarTech), der estimeres at være på over USD 32 mia.

Hypefactors initiale fokusmarked er det europæiske marked, men Hypefactors kundesegment er dog globalt og således ikke begrænset til det europæiske marked.

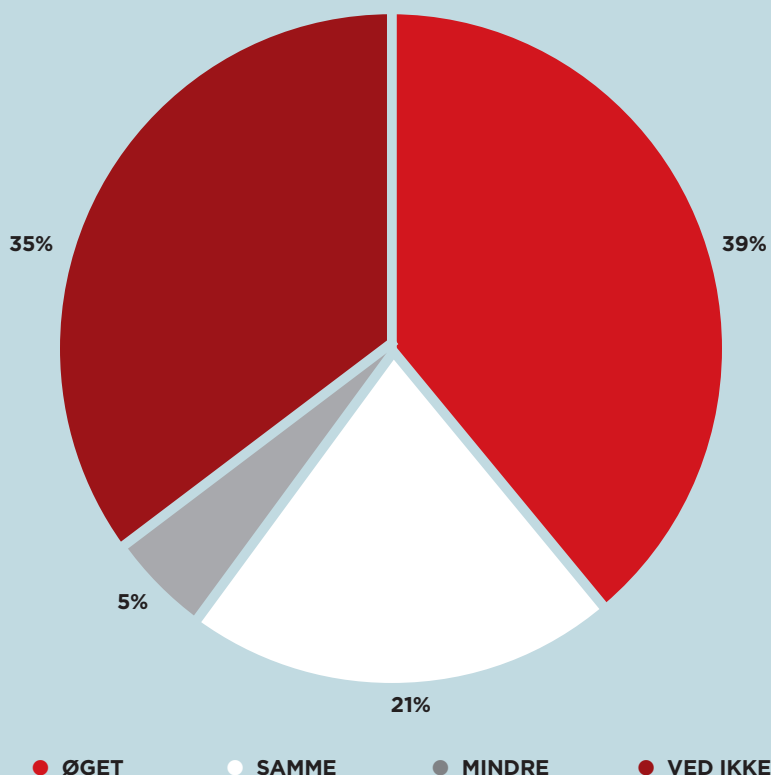
9.9.1 MARKEDSTRENDS

Det er en gængs antagelse, at forbrugere har større tiltro til de informationer, de får fra presseomtale, posts på sociale medier, anmeldelser og online-fora, sammenlignet med de informationer de får fra reklamer og omtale på virksomhedernes egne medier, som f.eks. websites. På den baggrund er det naturligt, at virksomheder og organisationer ønsker at nå ud til disse influencers med deres budskaber, brands og produkter, i den grad det er effektivt. Med forbedrede muligheder for at nå disse influencers

gennem PR Tech, er det naturligt, hvis budgetterne til PR er stigende.

Det er Ledelsens opfattelse, at budgetterne til PR er stigende, og at denne tendens vil fortsætte. Dette supporteres af rapporten The State of Influencer Marketing 2018, ifølge hvilken knapt 40% af annoncørerne i deres undersøgelse forventer, at deres budget til PR vil være højere i 2018 sammenlignet med 2017.

FORVENTNINGER TIL PR-BUDGETTER I 2018

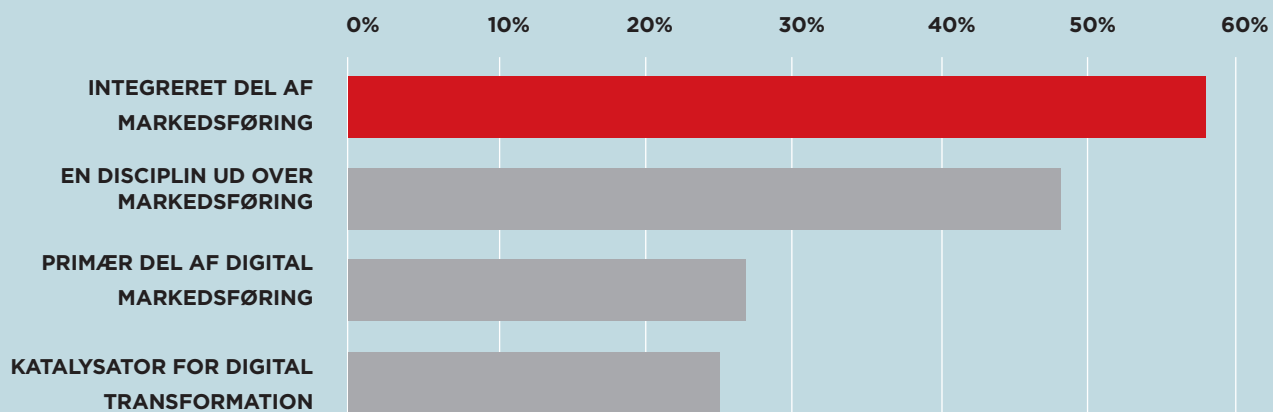


Kilde: LINQIA, The State of Influencer Marketing (2018)

En global undersøgelse fra Statista (2017) blandt "Enterprise Brand Strategists and Marketers" viste samstemmende, at over halvdelen anså PR som en integreret del af markedsføringen

og over 25% forventede, at PR ville være en primær del af den digitale markedsføring frem mod 2019.

HVILKEN ROLLE VIL PR HAVE DE NÆSTE 3 ÅR? (2017-2019)

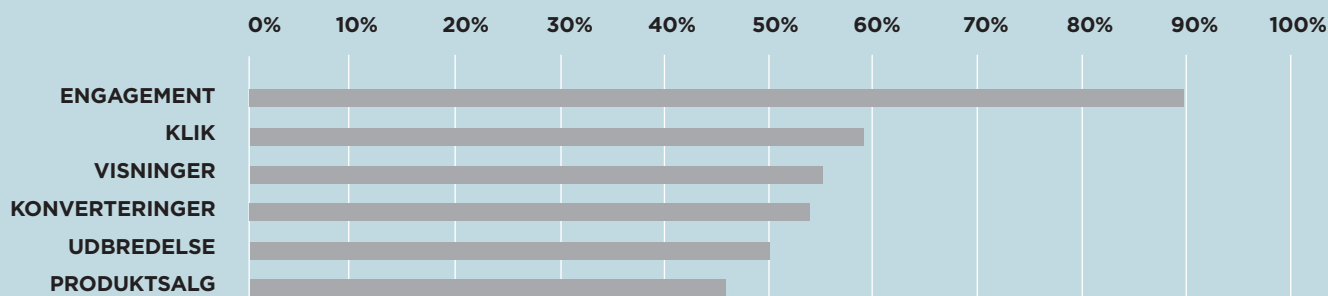


Kilde: Statista (januar 2017)

Tendensen med at PR udgør en større andel af markedsføringen ses også af, at dem der beskæftiger sig med PR, i stigende grad sidder i marketingafdelinger og i mindre grad i kommunikationsafdelinger. I en undersøgelse af LINQIA, offentliggjort i The State of Influencer Marketing (2017) var kun 15% af dem, der arbejdede med marketingrelateret PR, ansat inden for kommunikation, sammenlignet med 31% året før. Til gengæld var 38% ansat inden for markedsføring.

PR har traditionelt ikke været fokuseret på at have en direkte markedsføringsmæssig effekt. Uden mulighed for reelt at kunne værdiansætte PR, er og har de væsentligste succeskriterier ikke været salgsrelaterede. Fokus på værdien af PR viser sig i den seneste udgave af The State of influencer Marketing, hvor produkt-salg som succeskriterie for PR-kampagner øgedes fra 34% af de adspurgte i 2016 til 46% i 2017.

SUCCESKRITERIER FOR PR



Kilde: LINQIA, The State of Influencer Marketing (2018)

9.9.2 KONKURRENTER

Markedet for PR Tech består af relativt mange aktører, der leverer forskellige delløsninger ('point solutions') og relativt få aktører, der leverer samlede platforme. Delløsninger kan f.eks. bestå af udsendelse af pressemeddelelser, medieovervågning og kontakt-management systemer. Nogle af aktørerne udspringer af den traditionelle og manuelle medieovervågningsbranche, mens andre er opstået som rene digitale aktører. De største aktører og konkurrenter inden for PR Tech vurderes at være Cision, Meltwater, Business Wire, West Corporation, Isentia og Trendkite. På lokalt niveau anses Infomedia og Mynewsdesk for at være umiddelbare konkurrenter.

CISION

Cision er den største virksomhed i branchen med en omsætning for 2017 på USD 632 mio. Selskabet blev børsnoteret på Nasdaq i USA i 2017 og havde pr. 1. juli 2018 en markedsværdi på USD 1,9 mia. Virksomheden leverer ydelser inden for alle aspekter af PR Tech med kunder på globalt plan, og har gennem de seneste år foretaget en lang række opkøb, herunder Vocus i 2014, Gorkana i 2014 (for en pris af GBP 200 mio.), PR Newswire i 2016, og CEDROM-SNi i 2017. Cision er ikke repræsenteret i Danmark og har måtte frasælge aktiviteter i Storbritannien efter krav fra konkurrencemyndighederne.

MELTWATER

Meltwater er oprindeligt norsk, men har nu hovedsæde i USA. Virksomheden leverer produkter og services med fokus på medieovervågning til kunder i 50 lande, herunder i Danmark, og har en estimeret omsætning i niveauet USD 180 mio. (jf. Cision, Investor Presentation May 2017). Meltwater har siden 2010 foretaget ca. 13 opkøb, heraf fem i 2017.

BUSINESS WIRE

Business Wire, der er ejet af Berkshire Hathaway, har primært fokus på distribution af pressemeddelelser i Amerika, men har udvidet paletten af services inden for PR Tech. I 2016 indgik Business Wire et partnerskab med Agility PR Solutions for derigennem at øge deres tilbud inden for medieanalyse og -overvågning. Business Wire har en omsætning på ca. USD 125 mio. (jf. Cision, Investor Presentation May 2017) og er ikke repræsenteret i Danmark.

WEST CORPORATION

West Corporation erhvervede i 2018 Nasdaqs suite af investor relations-services rettet imod børsnoterede selskaber, herunder medieovervågning og -analyse. Omsætning inden for PR i 2016 estimeredes til at være i niveauet USD 110 mio. (jf. Cision, Investor Presentation, May 2017).

ISENTIA

Isentia er et australsk, børsnoteret PR Tech-selskab med en markedsværdi i niveauet AUD 160 mio. Virksomhedens primære geografiske fokus er Asien, hvor der er foretaget flere opkøb. Omsætningen var i 2017 AUD 155 mio. (ca. USD 120 mio.)

TRENDKITE

Amerikanske Trendkite blev etableret i 2012 og har i henhold til selskabsinformationsportalen Crunchbase modtaget ca. USD 48 mio. i seed- og venturekapital. Virksomheden har fokus på medieanalyse og -overvågning samt kontakt-management, men ikke distribution af meddelelser. EMEA-kontor blev etableret i 2017 i London, men der er ikke repræsentation i Danmark.

INFOMEDIA

Infomedia er en dansk virksomhed med fokus på medieovervågning og -analyse primært i Danmark. Virksomheden er ejet af JP/Politikens Hus og Berlingske Medier, og havde i 2017 en omsætning på DKK 139 mio., et bruttoresultat på DKK 78 mio. og et driftsresultat på DKK 8 mio.

MYNEWSDESK

Mynewsdesk blev etableret i Sverige i 2003 og overtaget af det norske, børsnoterede selskab NHST Media Group i 2013. Mynewsdesk har primært fokus på salg af newsrooms, samt – i mindre udstrækning – medieovervågning. Virksomheden har ca. 5.000 kunder, kontorer i syv lande og havde i seneste regnskabsår (2016) en omsætning på SEK 178 mio.



Hypefactors anvender en kombination af forskellige state-of-the-art Artificial Intelligence-teknikker (kunstig intelligens software/algoritmer), inklusiv machine learning, for at kunne bearbejde og berige disse data, således at de konverteres til værdifuld PR-information.

10. MÅLSÆTNINGER OG AMBITIONER

Det er Selskabets vision (den langsigtede målsætning), at Hypefactors' platform vil blive opfattet som PR-branchens foretrukne PR Tech-løsning. Det er Hypefactors' mission at hjælpe PR-specialister til at opnå bedre resultater ved at levere de værktøjer, der styrker deres PR-arbejde og de facts, der dokumenterer effekten. Alt i én integreret og brugervenlig platformsløsning.

Det er ambitionen, at Hypefactors, senest i 2021, har en portefølje på 5.500 betalende brugerlicenser – svarende til en årlig licensomsætning på over DKK 100 mio. Selskabet har initialt et markedsfokus bestående af 10 europæiske lande, og ambitionen om 5.500 solgte og aktive brugerlicenser svarer således til ca. 550 licenser i gennemsnit på hvert af de 10 fokusmarkeder.

Efter, at den europæiske salgsorganisation i løbet af 2018 er blevet etableret, er det forventningen, at Selskabet opnår break-even (i resultat før skat på månedsbasis) i løbet af 2. halvår 2019.

SELSKABETS FORVENTEDE UDVIKLING

Som det er beskrevet i kapitel 10 under afsnittet Salgs- og markedsføringsstrategi, er det selskabets strategi at etablere en europæisk salgsorganisation, der i løbet af 2018 vil have fokus på ca. 10 markeder, foruden det salg, som skabes direkte gennem virksomhedens website og via Hypefactors freemium-plattform Hype.News. Antallet af solgte licenser forventes derfor at stige i løbet af 2018 i takt med udbygningen af salgsorganisationen, og at der i 2019 med en salgsorganisation dækkende alle 10 europæiske markeder vil være en væsentlig større salgsvækst. Ultimo 2019 forventes antallet af licenser at have rundet 1.200.

Pr. datoen for Virksomhedsbeskrivelsen havde Hypefactors en portefølje på 31 brugerlicenser.

For 2018 er Ledelsens forventning en omsætning på DKK 1,4

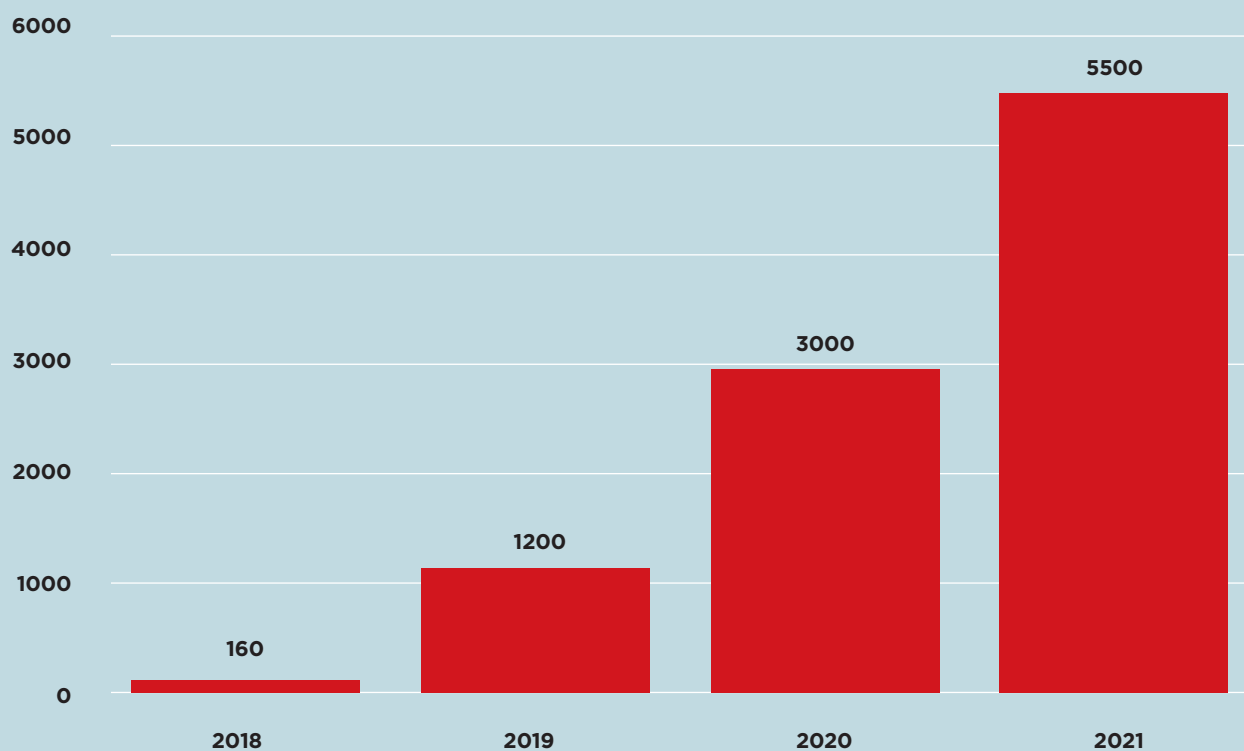
mio. og et resultat før skat på DKK -10,9 mio. For 2019 forventes en omsætning for året på DKK 22,7 mio. og et resultat før skat på DKK -4,3 mio.

Break-even (resultat før skat) forventes nået i andet halvår 2019 og Selskabet har ved både Minimumsudbuddet og Maksimumsudbuddet tilstrækkelig likviditet til mindst 12 måneders drift efter første handelsdag.

Selskabet forventer at udbygge salgs- og kundesupporten i 2018, der pr. 1. juli 2018 udgjorde 7 personer ud af selskabets samlede 20 medarbejdere. Udbygningen af salgs- og kundesupport forventes at medføre en stigning i antal medarbejdere på ca. 20 personer, samtidig med en fortsat udvikling af Selskabets PR-software gennem ansættelse af yderligere 5 udviklere. Det er ledelsens forventning, at selskabet pr 31. december 2018 har 40 medarbejdere fordelt på 37 fastansatte og 3 freelancere.

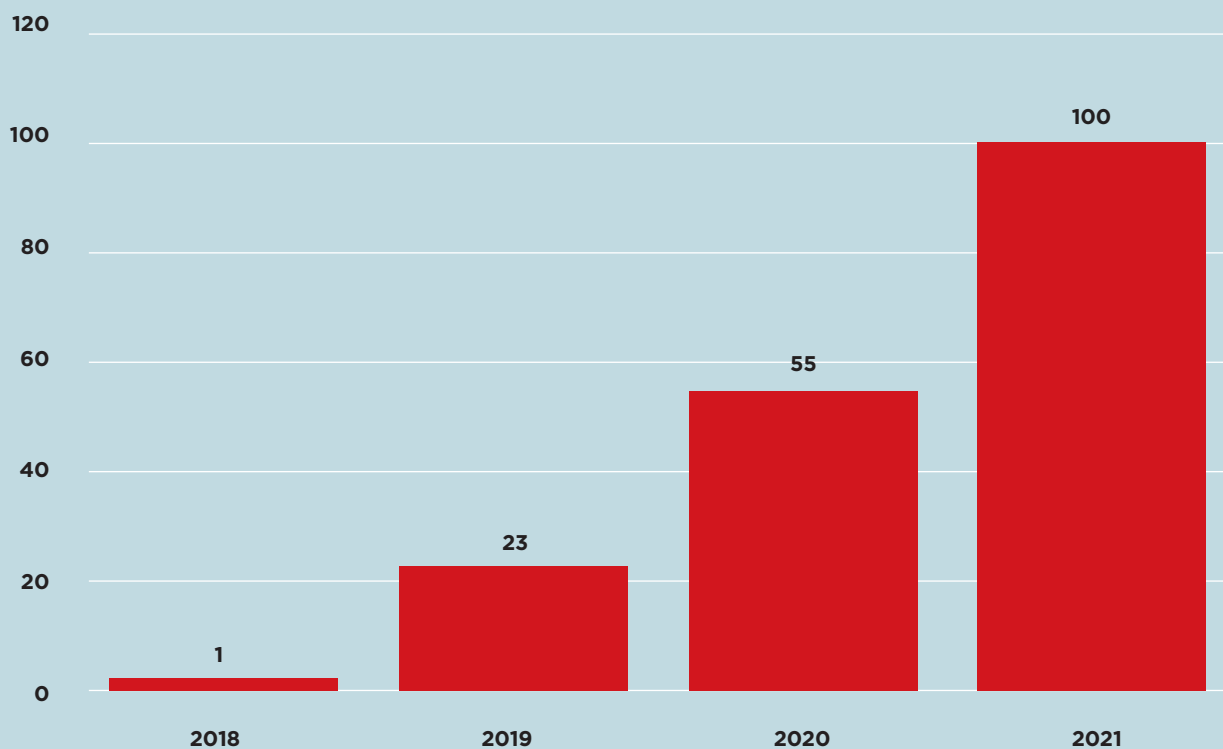
Udbygning af særligt salgsorganisation, vil påvirke driften i både 2018 og de første 6 måneder i 2019, som forventes at være underskudsgivende i perioden. Selskabets negative pengestrøm fra drift og investeringer vil være finansieret af provenuet fra Udbuddet.

FORVENTET UDVIKLING I ANTAL SOLGTE LICENSER 2018-2021



Kilde: Selskabets ledelse

FORVENTET OMSÆTNING 2018-2021 (DKK MIO.)



Kilde: Selskabets ledelse

11. OPLYSNINGER OM UDBUDET

11.1. FORMÅL MED UDBUDET

Ledelsen i Selskabet ønsker at gennemføre et udbud af Nye Aktier i Selskabet med det generelle formål at styrke Selskabets kapitalgrundlag med henblik på en international, kommerciel

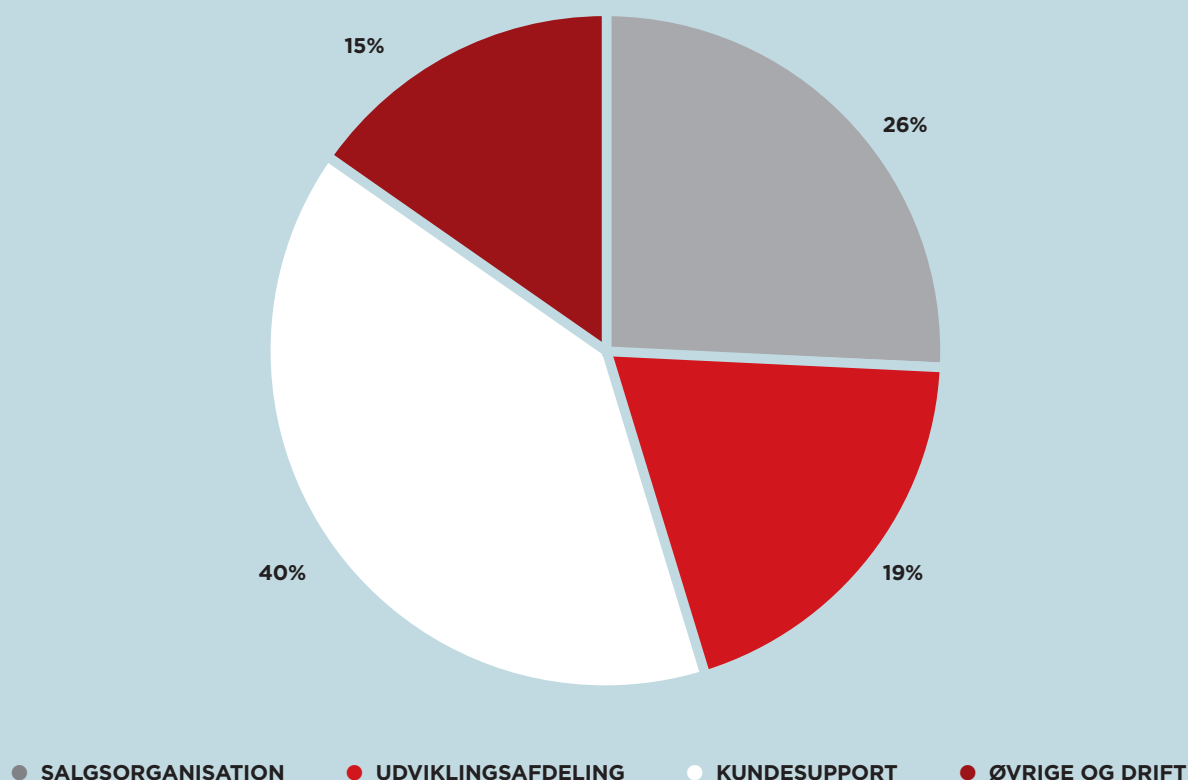
udrulning af Selskabets PR softwareplatform, herunder øgede investeringer i markedsføring, salg og udvikling.

11.2. ANVENDELSE AF PROVENU

Selskabets drift genererer en negativ pengestrøm, hvilket forventes at fortsætte indtil andet halvår 2019. Det forventede nettoprovenu på henholdsvis DKK 20 mio. ved Maksimumsudbud og DKK 15 mio. ved Minimumsudbud skal finansiere den negative pengestrøm fra driften, herunder finansiering af den kommercielle udrulning af softwareløsningen, og en fortsat investering i

videreudvikling af software- platformen, herunder videre implementering af kunstig intelligens (AI). Desuden vil organisationen og administrationen blive styrket for at kunne understøtte den videre vækst for virksomheden. Dertil vil provenuet finansiere omkostninger til særligt aftaler med printmedier og sociale medier for adgang til deres databaser (øvrige og drift).

ANVENDELSE AF PROVENU



Kilde: Selskabets ledelse

Ledelsen ser gennem Udbuddet mulighed for at styrke Selskabets fremtidige adgang til kapital og derigennem at realisere Selskabets udviklingsplan, vækst- og internationaliseringsstrategi. Det er Ledelsens mål, at de foretagne investeringer på sigt skal skabe en indtjening og en pengestrøm, der muliggør yderligere investeringer til fortsat vækst og udvikling.

Det er yderligere Ledelsens forventning, at en optagelse til handel på Nasdaq First North Denmark vil betyde en positiv positionering af Selskabet over for eksisterende og kommende samarbejdspartnere, kunder og brugere, både lokalt og internationalt.

11.3. OMKOSTNINGER I FORBINDELSE MED UDBUDET

I forbindelse med Udbuddet estimeres der med samlede omkostninger til rådgivere, advokat, revisor, markedsføring, tegningsprovision til kontoførende institutter, optagelse af aktierne til handel, m.v. på DKK 2,6 mio.

Selskabet har indgået aftale om at betale en salgsprovision til kontoførende institutter svarende til 0,25 % af Udbudskursen på de Udbudte Aktier.

11.4. DE UDBUDTE AKTIER

Selskabet udbyder minimum 1.875.000 og maksimalt 2.500.000 stk. nye aktier ("Nye Aktier") á nominelt DKK 0,10 ("Udbuddet"), der udbydes offentligt til investorer i Danmark samt potentielt i privatplacering til institutionelle investorer i visse lande indenfor EØS. Det nøjagtige antal af Nye Aktier vil blive fastsat på grundlag af book-building, men hvis der ikke findes købere til mindst 1.875.000 stk. Nye Aktier, svarende til et bruttoprovenu på 15 mio. kr. vil Udbuddet ikke blive gennemført.

Ved Maksimumudbuddet vil det samlede antal aktier efter Udbuddet være 8.668.845 og ved Minimumsudbuddet vil det samlede antal aktier efter Udbuddet være 8.043.845.

De Nye Aktier og de eksisterende aktier ("Aktierne") er godkendt til optagelse til handel på Nasdaq First North Denmark, under forudsætning af gennemførelse af Udbuddet samt opfyldelse af Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning og free float. Hvis der ikke tegnes mindst 1.875.000 stk. Nye Aktier eller hvis Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning eller free float ikke opfyldes, vil Udbuddet ikke blive gennemført og tegningsordrer vil blive annulleret, ligesom Selskabets Aktier ikke vil blive optaget til handel på Nasdaq First North Denmark.

Kapital Partner fungerer som book runner i forbindelse med Udbuddet, Danske Bank fungerer som afviklingsagent i forbindelse med Udbuddet og VP Securities er aktieudstedende institut.

11.5. AKTIERNES RETTIGHEDER

De Nye Aktier giver samme rettigheder som de Eksisterende Aktier fra og med tidspunktet for registrering af kapitalforhøjelsen vedrørende de Nye Aktier i Erhvervsstyrelsen. De Nye Aktier er ligesom de eksisterende Aktier omsætningspapirer, og der gælder ingen indskrænkninger i Aktiernes omsættelighed. De Nye Aktier er navneaktier og skal noteres på navn i Selskabets ejerbog. Ingen Aktier er forpligtet til at lade sig indløse helt eller delvist.

Der er ingen stemmerets- og ejerskabsbegrænsning. Hver aktie á nominelt DKK 0,10 giver én stemme. Alle Aktier i Selskabet giver samme stemmerettigheder.

De Nye Aktier bærer ret til fuldt udbytte fra og med tidspunktet for registrering af kapitalforhøjelsen.

11.6. KURS PÅ DE UDBUDTE AKTIER

De Nye Aktier udbydes til en fast kurs på DKK 8,00 pr. Ny Aktie á nominelt DKK 0,10 ("Tegningskursen").

Udbudskursen og dermed værdien af Selskabet er fastsat af Bestyrelsen i konsultation med Selskabets finansielle rådgiver, og er

baseret på en række faktorer, herunder estimerer for Selskabets forretningsmæssige potentiale og Selskabets indtjeningsforventninger samt, at Selskabets Aktier optages til handel.

11.7. TEGNINGSPERIODE

Tegningsperioden løber fra og med den 15. august 2018 til og med den 28. august kl. 12:00. Resultatet af Udbuddet offentliggøres den 29. august 2018 senest kl. 12:00. Udbuddet kan ikke

lukkes før den 28. august kl. 12:00. For tegninger via Nordnet lukker tegningsperioden den 27. august kl. 23:59.

FORVENTET TIDSPLAN FOR DE VIGTIGSTE BEGIVENHEDER

Tegningsperioden begynder	15. august 2018
Tegningsperioden slutter	28. august 2018 kl. 12:00
Offentliggørelse af resultatet af Udbuddet	29. august 2018 inden kl. 12:00
Afviklingsdagen; gennemførelse af Udbuddet, inklusiv afregning af de Udbudte Aktier (midlertidig ISIN)	31. august 2018
Registrering i Erhvervsstyrelsen af aktiekapitalforhøjelsen vedrørende de Nye Aktier, der udstedes af Selskabet	31. august 2018
Første handelsdag for Aktierne (i den permanente ISIN)	3. september 2018
Sammenlægning af den midlertidig ISIN og den permanente ISIN	4. september 2018

11.8. UDBUD OG OPTAGELSE TIL HANDEL PÅ NASDAQ FIRST NORTH DENMARK

Afvikling af de Nye Aktier vil finde sted to handelsdage efter offentliggørelsen af resultat af Udbuddet i form af elektronisk levering af Nye Aktier i den midlertidige ISIN kode DK0060992469 til investors konto hos VP Securities mod kontant betaling i danske kroner.

De Nye Aktier, som er omfattet af Udbuddet, bliver udstedt af Selskabet efter registrering af kapitalforhøjelsen i Erhvervsstyrelsen på Afviklingsdagen, når Selskabet har modtaget betaling for de Nye Aktier, som er solgt i Udbuddet.

Første dag for handel med Aktierne i den permanente ISIN kode under symbolet "HYPE" bliver den 3. september 2018.

Den 4. september 2018 vil den midlertidige ISIN kode blive sammenlagt med den permanente ISIN kode DK0060989911 i VP Securities A/S.

11.9. SKATTEFORHOLD

Potentielle investorer opfordres til at rådføre sig med deres skatterådgivere med hensyn til aktuelle skattemæssige konsekvenser af at erhverve, eje og afstå Aktierne på grundlag af

deres individuelle forhold. I hovedtræk gælder pr. datoen for Virksomhedsbeskrivelsen i hovedtræk følgende om beskatning af aktionærer, der skattemæssigt er hjemmehørende i Danmark.

11.9.1. SALG AF AKTIER – FYSISKE PERSONER

Avance ved salg af aktier beskattes som aktieindkomst med 27% af de første 52.900 kr. i 2018 (for samlevende ægtefæller i alt 105.800 kr.), og med 42% af aktieindkomst over 52.900 kr. (for samlevende ægtefæller i alt 105.800 kr.). Disse beløb reguleres årligt og omfatter al aktieindkomst (dvs. aktieavance og udbytte for den pågældende person henholdsvis de pågældende samlevende ægtefæller). Tab ved afståelse af aktier, der er optaget til handel på et reguleret marked eller en multilateral handelsfa-

cilitet kan fradrages i afkast af tilsvarende aktier, hvilket vil sige i summen af indkomstårets udbytter, gevinster og afståelsessummer fra andre aktier optaget til handel på et reguleret marked eller en multilateral handelsfacilitet. Fradrag for tab på aktier, der er optaget til handel på et reguleret marked eller en multilateral handelsfacilitet, er betinget af, at SKAT har modtaget oplysning om erhvervelsen.

11.9.2. SALG AF AKTIER – SELSKABER

Avance ved salg af aktier, der er optaget til handel på en alternativ markedsplads (samt en multilateral handelsfacilitet), beskattes til selskabsskattesatsen på 22% (2018). Dog er en avance skattefri, hvis selskabsaktionæren ejer mindst 10% af selskabets nominelle aktiekapital ("datterselskabsaktier"), eller hvis der er tale om koncernselskabsaktier som defineret i aktieavancebeskatningsloven. Tab på aktier er fradragsberettigede (medmindre der foreligger datterselskabsaktier eller koncernselskabsaktier).

Den skattepligtige avance og et fradragsberettiget tab på aktier opgøres efter lagerprincippet. I henhold til lagerprincippet opgøres årets skattepligtige avancer eller tab som forskellen mellem aktiernes markedsværdi ved begyndelsen og ved udgangen af indkomståret (eller det faktiske afståelsestidspunkt i tilfælde af et salg inden udløbet af indkomståret). Beskatning sker således på et periodiseret grundlag, selv hvis der ikke er afstået aktier eller realiseret avance eller tab.

11.9.3. UDBYTTE – FYSISKE PERSONER

For fysiske personer, som er fuldt skattepligtige til Danmark, beskattes udbytte som aktieindkomst. Aktieindkomst beskattes

som anført ovenfor. Ved betaling af udbytte til fysiske personer indeholdes normalt 27% i udbytteskat.

11.9.4. UDBYTTE – SELSKABER

Udbytte modtaget på aktier optaget til handel på et reguleret marked eller en multilateral handelsfacilitet beskattes med den almindelige selskabsskattesats på 22% uanset ejertid. Udbytte,

der modtages på datterselskabsaktier og koncernselskabsaktier, jf. ovenfor, er dog skattefrit uanset ejertid. Indeholdelsesprocenten er 22%.

11.10. MARKEDET HVOR AKTIERNE KAN OMSÆTTES

Såfremt Udbuddet gennemføres, er de Nye Aktier, der er tildelt investoren, og Selskabets Aktier godkendt til optagelse til handel på Nasdaq First North Denmark under forudsætning af, at Nasdaq First Norths krav til aktionærspredning og free float er opfyldt. Nasdaq First North er en alternativ markedsplads og en multilateral handelsfacilitet, der drives af de forskellige børser, der indgår i Nasdaq. Den har ikke samme juridiske status som en EU-reguleret markedsplads. Selskaberne på Nasdaq First North Denmark er underlagt Nasdaq First Norths regelsæt og ikke de samme lov-mæssige krav, der stilles til aktører på de regulerede markeder.

Det betyder, at risikoen ved investeringer i selskaber på Nasdaq First North Denmark kan være større end på hovedmarkedet,

idet handlen med selskabernes aktier på Nasdaq First North Denmark ofte er lavere og kursudviklingen dermed mere følsom, ligesom en lavere omsætning af aktierne kan have en negativ påvirkning på muligheden for at handle aktierne.

Hvis Udbuddet ikke gennemføres, vil der ikke blive leveret Nye Aktier til investorerne. Som følge heraf kan eventuelle handler med Nye Aktier på eller uden for markedet før afvikling af Udbuddet betyde, at investorerne vil kunne pådrage sig ansvar for ikke at kunne levere solgte Nye Aktier, og investorer, der har solgt eller erhvervet Nye Aktier på eller uden for markedet, kan pådrage sig et tab. Enhver handel i Aktier forud for afvikling af Udbuddet sker for de involverede parter egen regning og risiko.

11.11. BETALING FOR OG LEVERING AF AKTIER

De Nye Aktier omfattet af Udbuddet udstedes af Selskabet efter registrering af kapitalforhøjelsen i Erhvervsstyrelsen på Afviklingsdatoen (den 31. august 2018), når Selskabet har modtaget betaling for de nye Aktier solgt i Udbuddet. De Udbudte Aktier leveres elektronisk til investorernes konti hos VP Securities i form af Nye Aktier, i den midlertidige fondskode DK0060992469, på Afviklingsdatoen mod kontant betaling i danske kroner.

Selskabets Aktier er søgt optaget til handel på Nasdaq First North Denmark i den permanente ISIN kode DK0060989911. Første handelsdag for Nye og Eksisterende Aktier på Nasdaq First North Denmark vil være den 3. september 2018 betinget af gennemførelse af Udbuddet.

Selskabet vil ikke pålægge investorerne omkostninger. Investorerne skal betale sædvanlige transaktions- og ekspeditionsgebyrer til deres kontoførende institutter.

11.12. AFGIVELSE AF TEGNINGSORDRER

Tegningsordrer fra investorer om tegning skal afgives på den ordrebillet, der er indeholdt i Virksomhedsbeskrivelsen eller ved afgivelse af elektronisk tegningsordre via eget kontoførende pengeinstituts handelsplatform.

Tegningsordrer er bindende og kan ikke ændres eller annulleres. Ordre kan alene afgives til Tegningskursen pr. Udbudt Aktie og skal afgives for et antal Udbudte Aktier. Der kan kun indleveres én ordrebillet for hver VP-konto.

Fremgangsmåden og behandlingen af tegningerne i de enkelte kontoførende pengeinstitutters online-handelssystemer afhænger af det enkelte institut og dets handelssystem. Der kan derfor forekomme forskelle i behandlingen af tegningsordrer afhængigt af i hvilket pengeinstitut ordrene foretages.

Hvis investorer ikke har tilstrækkelig dækning på deres konto for hele tegningsordren, kan hele eller dele af tegningsordren blive afvist. Afhængig af det kontoførende institut, vil der blive trukket på investorens konto den dag det kontoførende institut er blevet informeret om tildelingen af Udbuddet, hvilket er den 29. august 2018. Investorer vil derfor i disse tilfælde skulle have

fuld dækning for deres tegningsordrer.

Tegningsordrebilletten indsendes til investors eget kontoførende institut i løbet af Tegningsperioden. For at en ordre er bindende, skal den afgivne ordre i kontoførendes pengeinstituts handelssystem eller den udfyldte og underskrevne ordrebillet indsendes til investors eget kontoførende pengeinstitut i så god tid, at det kontoførende pengeinstitut kan behandle og fremsende ordren, således at den modtages af Danske Bank senest den 28. august 2018 kl. 12:00.

For kunder, der afgiver deres tegningsordrer via Nordnet, skal tegningsordren være afgivet senest den 27. august 2018 kl. 23:59, og der skal på dette tidspunkt være fuld dækning på kontoen for tegningsordren.

Ved afgivelse af tegningsordrer accepteres, at Danske Bank kan kræve oplysninger om navn, adresse og ordre, og at Danske Bank er berettiget til at videregive denne information til Selskabet og Selskabets book-runner, Kapital Partner.

11.12.1. FORDELINGSPLAN OG REDUKTION

Hvis det samlede antal aktier, der er afgivet ordre på i Udbuddet, overstiger antallet af Nye Aktier, vil der blive foretaget reduktion som følger:

- Forhåndstegnede aktier tildeles 100%
- Tegningsordrer op til og med DKK 500.000 tildeles 100%, såfremt det er muligt, og reduceres ellers forholdsmæssigt.
- For tegningsordrer over DKK 500.000 sker der individuel tildeling (diskretionær), som besluttet af Selskabets bestyrelse.

11.13. TILBAGEKALDELSE

Gennemførelsen er betinget af, at Udbuddet ikke tilbagekaldes. Selskabet kan til enhver tid tilbagekalde Udbuddet før offentliggørelse af resultatet. Udbuddet kan ikke tilbagekaldes efter offentliggørelse af resultatet af Udbuddet. Selskabet kan tilbagekalde Udbuddet af forskellige årsager, herunder, at minustegningen ikke er opnået, eller at Nasdaq ikke godkender aktionærspredningen eller free float. I tilfælde af, at Udbuddet tilbagekaldes, vil dette straks blive offentliggjort via Nasdaq.

Såfremt der indtræffer væsentlige forhold, der kan få betydning for investorernes vurdering efter offentliggørelsen af Virksomhedsbeskrivelsen, vil Selskabet offentliggøre en meddelelse om disse forhold. Offentliggørelsen vil ske på samme måde, som

Virksomhedsbeskrivelsen er offentliggjort. I tilfælde af, at Selskabet offentliggør en meddelelse inden Udbuddets afslutning, vil tidsplanen for Udbuddet blive opdateret. For investorer, der har indgivet tegningsordrer på Udbudte Aktier inden offentliggørelse af en sådan meddelelse, vil disse investorer have to handelsdage efter offentliggørelsen af meddelelsen til at tilbagekalde deres tegningsordrer. Hvis investor ikke tilbagekalder tegningsordren inden for den fastsatte periode på to handelsdage, forbliver tegningsordren bindende.

11.14. CERTIFIED ADVISER

Alle selskaber, hvis aktier er optaget til handel på Nasdaq First North, skal have indgået aftale med en Certified Adviser i overensstemmelse med Nasdaq First North Nordic – Rulebook, med

henblik på rådgivning om og sikring af overholdelse af Nasdaq First North Nordic's regelsæt. Selskabet har indgået en aftale herom med Kapital Partner.

12. RISIKOFAKTORER

En investering i de Udbudte Aktier indebærer væsentlig økonomisk risiko. Potentielle investorer bør omhyggeligt overveje alle oplysninger i Virksomhedsbeskrivelsen, herunder nedennævnte risikofaktorer, inden der træffes en beslutning om køb af de Udbudte Aktier. Dette afsnit omhandler risikofaktorer i forbindelse med den branche, Hypefactors driver virksomhed i, samt specifikke risici i forbindelse med dets virksomhed. Hvis nogen af disse risici faktisk indtræffer, kan det få væsentlig negativ indvirkning på Hypefactors' virksomhed, resultat, finansielle stilling og/eller fremtidsudsigter, hvilket kan medføre en værdiforringelse af de Udbudte Aktier og at hele eller en del af det investerede beløb mistes. Herudover omhandler afsnittet visse risici i forbindelse med Udbuddet og de Udbudte Aktier, som ligeledes kan få negativ indvirkning på de Udbudte Aktiers værdi.

De nedenfor omtalte risikofaktorer og usikkerheder omfatter de risici, som Hypefactors' Ledelse på nuværende tidspunkt vurderer som værende væsentlige, men det er ikke de eneste risikofaktorer og usikkerheder, Hypefactors er eksponeret mod. Der kan være yderligere risikofaktorer og usikkerheder, herunder risici som Hypefactors på nuværende tidspunkt ikke er bekendt med, eller som Ledelsen på nuværende tidspunkt anser for uvæsentlige, som kan opstå eller blive væsentlige i fremtiden, og som kan føre til et fald i de Udbudte Aktiers værdi, og til at hele eller en del af det investerede beløb mistes. Risikofaktorerne er ikke nævnt i prioriteret rækkefølge efter vigtighed eller sandsynlighed. Det er Ledelsens vurdering, at der ikke er særlige risici relateret til Hypefactors i forhold til hvad, der er normalt for branchen og markederne.

12.1. RISICI RELATERET TIL DE MARKEDER SELSKABET OPERERER PÅ

MARKEDSUDVIKLINGEN FOR DISCIPLINEN PR KAN PÅVIRKE EFTERSPØRGSLER EFTER HYPEFACTORS' PRODUKT.

PR som en del af marketingmixet har været i vækst bl.a. på grund af de digitale muligheder, udbredelsen af sociale medier samt de udfordringer digital markedsføring har mødt fra ad-blockere. Dette har bidraget til en vækst inden for softwareløsninger til PR-sektoren, såkaldt PR Tech. Såfremt ønsket om at anvende PR som markedsføringsredskab skulle mindskes, f.eks. som følge af begrænsninger af regulatorisk art og oprindelse, sociale mediers ændrede adfærd og regelsæt, eller nye medievaner hos forbrugere, vil det kunne have en negativ indflydelse på efterspørgslen efter PR Tech og dermed markedet for Hypefactors' løsninger.

HYPEFACTORS ER UNDERLAGT KONKURRENCE FRA ANDRE LEVERANDØRER AF PR-SOFTWARE.

Hypefactors' produkt er i hovedtræk sammenligneligt med andre udbydere af PR-software, hvoraf nogle er store internationa-

le udbydere og andre er relativt nyetablerede. Som ny markedsdeltager, er det derfor afgørende for Hypefactors' succes, at der til stadighed udbydes et produkt, der i forhold til løsning og pris er attraktivt, herunder eventuelt nye løsninger, som de potentielle kunder skulle efterspørge. En mangel på markedskonforme eller konkurrencedygtige løsninger vil kunne få negativ indflydelse på efterspørgslen for Hypefactors' løsninger og dermed Selskabets salg og omsætning.

I forhold til konkurrencen generelt, markedsfører Hypefactors sin løsning på at være en fuldt integreret løsning samt på at kunne værdiansætte den opnåede medieomtale. Såfremt disse features ikke af de potentielle kunder anses for at være tilstrækkeligt attraktive, eller såfremt konkurrerende aktører leverer bedre konkurrerende features, vil det kunne få en negativ indflydelse på Hypefactors' muligheder for at sælge sine løsninger og dermed negativt påvirke Selskabets omsætning og indtjening.

12.2. RISICI RELATERET TIL SELSKABETS VIRKSOMHED

ADGANG TIL OG UDNYTTELSE AF DATA FRA NYHEDSMEDIER OG SOCIALE MEDIER

En væsentlig del af Hypefactors' datafangst er data fra sociale medier, printmedier samt tv og radio. På nuværende tidspunkt haves der bl.a. direkte og indirekte aftaler med Facebook, Twitter, Instagram, YouTube og Reddit, danske printmedier samt radio og tv i USA. Adgang til disse data sker efter særskilt aftale med de enkelte medier eller indirekte gennem aftaler med andre virksomheder. Såfremt Hypefactors skulle blive udelukket fra adgang til disse data eller såfremt omkostningerne til dataene skulle blive for høje til, at Hypefactors kan opnå en rentabel drift, og dermed afstår fra at opnå adgang til dataene, vil det kunne få en væsentlig negativ indflydelse på hvor attraktivt markedet vil anse Selskabets produkt for at være, og dermed Selskabets salgs- og omsætningsmuligheder.

DRIFTEN AF HYPEFACTORS

Selskabet leverer en SaaS løsning, hvorfor der er væsentligt, at løsningen er "oppe", således at den kan anvendes af kunderne. Nedbrud, hvorved kunderne i kortere eller længere perioder ikke kan tilgå eller fuldt ud anvende Selskabets softwareløsning, vil kunne få negativ indflydelse på Selskabets mulighed for både at fastholde kunder og tiltrække nye kunder, og dermed en negativ indflydelse på Selskabets omsætning og indtjening.

NØGLEPERSONER OG MEDARBEJDERE

Selskabet har en relativt lille medarbejderstab og er derfor særlig afhængig af, at Ledelsen og nogle få nøglepersoner kan varetage driften og gennemføre de forestående udviklingsplaner. I tilfælde af, at en eller flere nøglemedarbejdere forlader Selskabet kan det have stor indflydelse på Selskabets virksomhed, omsætning samt udvikling.

Hypefactors ekspansive strategi omfatter tilgang af nyt personale og en væsentlig øgning af den samlede stab. Tilgang af kompetente medarbejdere inden for særligt salg og softwareudvikling er derfor nødvendig, hvorfor vanskeligheder med at tiltrække og fastholde de rette medarbejdere kan bremse Selskabets salgs- og forretningsmæssige udvikling. Hypefactors skal etablere en salgsorganisation, der er væsentlig for Selskabets forventninger til den fremtidige omsætning. Såfremt Selskabet får vanskeligheder ved at tiltrække medarbejdere til salgsorganisationen, eller såfremt Selskabet ansætter dårligt sælgende medarbejdere, vil det på kort sigt kunne få en væsentlig negativ effekt på Selskabets muligheder for at sælge sine produkter og således også en negativ indflydelse på omsætningen.

IT-ANGREB

Selskabets forretning er baseret på en softwareløsning, som Selskabet hoster for sine kunder. Som softwarevirksomhed er IT-angreb fra f.eks. hackere en trussel mod Selskabets evne til at opretholde den daglige drift. I tilfælde af, at Selskabet bliver ramt af et IT-angreb, kan det forhindre kunder i på kortere eller længere tid at anvende Selskabets løsning.

LOVGIVNING

Selskabet kan være afhængig af ændringer i persondatalovgivning i Danmark og i udlandet, der kan medføre restriktioner for Selskabets udførelse af dets virke. Dette kan hæmme Selskabets mulighed for helt eller delvist at levere et efterspurgt produkt og dermed også hæmme Selskabets udvikling.

12.3. RISICI RELATERET TIL SELSKABETS FINANSIELLE STILLING

Hypefactors' drift stiller krav om adgang til likviditet. Som følge af Hypefactors' nuværende fase, hvor der er fokus på opbygning af en ny forretning med tilgang af nye kunder, har Hypefactors ikke en positiv pengestrøm fra driften. Det er derfor påkrævet, at Hypefactors har adgang til kapital til finansiering af den fortsatte drift.

Såfremt Hypefactors ikke opnår en positiv pengestrøm fra driften, f.eks. som følge af en lavere omsætning end budgetteret, eksempelvis som følge af lavere kundetilgang end forventet, vil Hypefactors kunne komme i en situation, hvor der skal fremskaffes yderligere kapital til finansiering af Selskabets fortsatte drift. Såfremt Hypefactors ikke er i stand til at fremskaffe den fornødne kapital, vil sådan en situation i sin yderste konsekvens betyde, at Selskabet ikke vil være i stand til at fortsætte driften, hvorved en investering i Hypefactors' Aktier kan blive værdiløs.

Med en negativ pengestrøm fra driften vil Hypefactors i tilfælde

af besvigelser eller anden grund, hvorefter Hypefactors' kapitalberedskab forsvinder, kunne komme i en situation, hvor fremskaffelse af kapital vil være afgørende for Selskabets fortsatte drift. Såfremt Hypefactors i en sådan situation ikke er i stand til at fremskaffe kapitalen, vil det i sin yderste konsekvens betyde, at Selskabet ikke vil være i stand til at fortsætte driften.

12.4. RISICI RELATERET TIL UDBUDDET OG OPTAGELSEN TIL HANDEL

GENNEMFØRELSE AF UDBUDDET OG OPTAGELSE AF SELSKABETS AKTIER PÅ NASDAQ FIRST NORTH DENMARK

Gennemførelse af Udbuddet og optagelse af Selskabets Aktier til handel på Nasdaq First North Denmark er betinget af tegning af Minimumsudbuddet, og at Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning og free float opfyldes.

Såfremt Udbuddet ikke gennemføres, vil der ikke blive leveret Nye Aktier til investorerne. Som følge heraf kan eventuelle handler med Nye Aktier på eller uden for markedet før afvikling af Udbuddet betyde, at investorerne vil kunne pådrage sig ansvar for ikke at kunne levere Nye Aktier, og investorer, der har solgt eller erhvervet Nye Aktier på eller uden for markedet, kan pådrage sig et tab. Enhver handel med Aktier forud for afvikling af Udbuddet sker for de involverede parter egen regning og risiko.

PRISFASTSÆTTELSE AF SELSKABETS AKTIER

De Udbudte Aktiers prisfastsættelse afhænger af Selskabets fremtidige drift, udviklingen i Selskabets forretningsområder samt en række andre forhold, herunder særligt ovennævnte risikofaktorer. Der er derfor betydelig risiko for, at kursen på Aktierne kan udvikle sig negativt.

Prissætningen af aktier i selskaber, der er på et forholdsvis tidligt udviklingsstadium – som det gælder Selskabet – er ofte særligt volatile, og kan derfor resultere i væsentlige udsving i aktiens pris.

LIKVIDITET I SELSKABETS AKTIE

Likviditeten i et selskabs aktie, herunder de Udbudte Aktier, er af væsentlig betydning for prissætningen af aktien. Ligeledes har likviditeten betydning for aktionærernes mulighed for at købe og sælge aktier til de bud- og udbudskurser, der findes på Nasdaq First North Denmark, hvor de Udbudte Aktier optages til handel.

Da det ikke er muligt at forudsige interessen for de Udbudte Aktier, kan der ikke gives sikkerhed for, at en aktionær til enhver tid kan købe eller sælge aktier eller det ønskede antal aktier i Selskabet til de priser, der fremgår på Nasdaq First North. Ligeledes kan en aktionær ikke garanteres at kunne købe eller sælge aktier i Selskabet, uden at dette påvirker kursen på Aktien.

SELSKABETS EKSISTERENDE STØRRE AKTIONÆRER KONTROLLERER EN VÆSENTLIG DEL AF AKTIERNE

Efter gennemførelsen af Udbuddet vil de Eksisterende Aktionærer eje:

- Ved gennemførelsen af Minimumsudbuddet: 77% af Aktierne.
- Ved gennemførelsen af Maksimumudbuddet: 72% af Aktierne.

Som en konsekvens heraf har de Eksisterende Aktionærer mulighed for, enten alene eller som en gruppe, at afgøre eller i væsentligt omfang udøve indflydelse på anliggender, der bliver forelagt aktionærerne til godkendelse. Dette gælder bl.a. valg og udskiftning af bestyrelsesmedlemmer, udbyttebetaling, vedtægtsændringer, inklusiv ændringer i aktiekapitalen eller en eventuel fusion.

Derudover har de Eksisterende Aktionærer mulighed for at kontrollere Selskabets ledelse og virksomhed. Koncentrationen af ejerskab kan påvirke markedskursen på Aktierne og hindre visse typer af transaktioner, der indebærer faktiske eller potentielle ændringer i kontrollen over Selskabet – enten gennem fusion, sammenlægning, overtagelse eller en anden forretningskombination – som ellers kunne have en positiv indvirkning på Aktiernes markedskurs.

AKTIEUDBYTTE

Selskabet har hidtil ikke udbetalt udbytte og har ingen intention om udbetaling inden for de næste år. Selskabet er i sin udviklingsfase, og har derfor til hensigt at reinvestere indtjeningen fra driften i drifts-, vækst- og investeringsaktiviteter. Der er derfor for nærværende ingen udsigt til udbyttebetaling. Det er alene op til Selskabets Bestyrelse – på baggrund af dens vurdering af Selskabets driftsresultater, finansierings- og likviditetsbehov – at indstille en eventuel fremtidig udbyttebetaling til generalforsamlingen.

13. SELSKABETS ORGANISATION, LEDELSE OG NØGLEMEDARBEJDERE

Selskabet forventer inden for de næste 12 måneder at anvende en væsentlig del af det opnåede provenu fra Udbuddet til at udbygge organisationen med rekruttering af nye medarbejdere, særligt inden for funktionerne: Salg, kundeservice og software-

udvikling. Selskabet har pr. 1. juli 2018 20 ansatte fordelt på 13 fuldtidsansatte, 2 deltidsansatte samt 5 freelancere på fuld tid, der er organiseret på salg, softwareudvikling og administration.

13.1. SALG

Den kommercielle ledelse udgøres af en Global Partnership Director, der er ansvarlig for at udvikle Selskabets kommercielle partnerskaber og af en Nordic Commercial Director, der har direkte salgsansvar for de nordiske markeder. Til at varetage salg og key account management, har Hypefactors en central salgs- og kundeservicefunktion, p.t. med seks Customer Success

Advisors, der taler forskellige europæiske sprog og således er i stand til at varetage salgsproces og såkaldt onboarding af nye brugere, samt tilhørende kundeservice. I takt med et stigende aktivitetsniveau, påtænker Hypefactors at rekruttere yderligere medarbejdere til dette team samt salgskonsulenter, der skal være til stede på alle de 10 fokusmarkeder.

13.2. SOFTWAREUDVIKLING

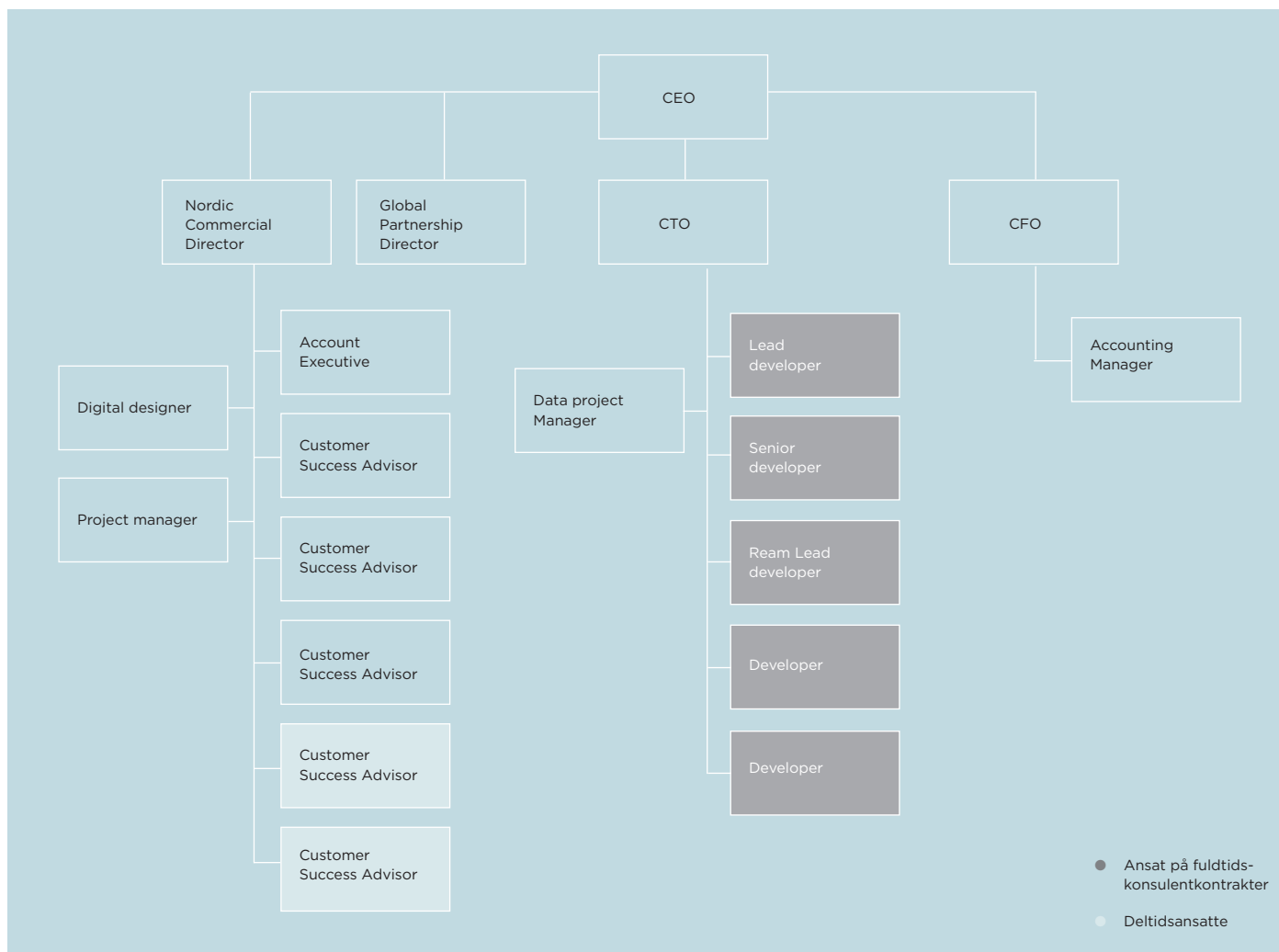
Pt. er syv medarbejdere beskæftiget med den softwaremæssige udvikling af Hypefactors-plattformen. Selskabet ønsker kontinuerligt at fortsætte og intensivere udviklingen af platformen og

forventer derfor at hyre yderligere 5-7 medarbejdere til dette arbejde inden for de kommende 12 måneder.

13.3. ADMINISTRATION

Hypefactors har, og ønsker fortsat, en slank og effektiv administration. Selskabets CFO støttes af en controller. Der forventes ikke yderligere ansættelser i den kommende nære periode.

13.4. ORGANISATIONSDIAGRAM



13.5. SELSKABETS LEDELSE

Ledelsen i Selskabet har betydelig ledelseserfaring og indsigt i forhold til PR/kommunikation, tech/big data samt finans og administration.



CASPER JANNS, STIFTER OG CEO

(ANSAT SIDEN 1. JANUAR 2017)

Casper Janns (cand.merc. i marketing) etablerede i 1999 reklame- og PR-bureauet Integral, som han ledede før han startede

Hypefactors. Casper er medforfatter til bogen "Stakehold" (Børsens Forlag 2002) og før etableringen af Integral arbejdede han som account director hos Kunde & Co. Casper Janns er, samtidig med sin stilling som CEO i Hypefactors, direktør i det helejede holdingselskab Building ApS samt formand for bestyrelsen i det helejede selskab Integral A/S.



MARTIN SAXTORPH, CFO

(ANSAT SIDEN 1. FEBRUAR 2018)

Martin Saxtorph (cand.merc.aud) har erfaring fra otte år hos PwC som revisor og fungerer i dag samtidig som CFO i

Hypefactors, CFO og bestyrelsesmedlem i marketingbureauet Wunderman A/S samt CFO og bestyrelsesmedlem i Adpeople A/S. Både Wunderman A/S og Adpeople A/S er kontrolleret af det børsnoterede selskab WPP plc. Martin Saxtorph er også bestyrelsesformand for Raadet ApS samt direktør i MSX IVS.



VIET YEN NGUYEN, CTO

(ANSAT SIDEN 16. MARTS 2017)

Hollandske Viet Yen Nguyen (Ph.d i computer science) er tidligere forsker hos European Space Agency og RWTH

Aachen. Han har blandt andet udviklet softwareteknologi for forretningskritiske systemer og hans spidskompetence er big data, "data extraction" og prognoser. Viet er Hypefactors' CTO (Chief Technological Officer) og har før da været director hos RotoStadt Inc., og ingeniør hos Fraunhofer. Viet er direktør i det af ham helejede selskab Dedekindcut ApS.

13.6. BESTYRELSE OG DIREKTION

Selskabet har en todelt ledelsesstruktur bestående af bestyrelsen og direktionen. Bestyrelsen har det overordnede ansvar for ledelsen af selskabet og fører tilsyn med direktionen. Direktionen varetager den daglige ledelse af selskabet og er overordnet ansvarlig for den daglige drift. Bestyrelsen og direktionen udgør selskabets ledelse og understøttes af selskabets nøglemedarbejdere.

Forretningsadressen for medlemmerne af ledelsen og nøglemedarbejderne er Kronprinsessegade 8 B 4, 1306 København K. Selskabets direktion og bestyrelsesmedlemmer har en alsidig baggrund, betydelige erfaring og en bred vifte af færdigheder bl.a. fra nystartede teknologivirksomheder.

BESTYRELSEN

Bestyrelsen varetager den overordnede og strategiske ledelse og skal sikre en forsvarlig organisation af Selskabets virksomhed. Bestyrelsen ansætter og afskediger medlemmerne af direktionen. Bestyrelsen påser blandt andet, at:

- Bogføringen og regnskabsaflæggelsen foregår på en måde, der efter Selskabets forhold er tilfredsstillende.
- Der er etableret de fornødne procedurer for risikostyring og interne kontroller.
- Bestyrelsen løbende modtager den fornødne rapportering om Selskabets finansielle forhold.
- Direktionen udøver sit hverv på en behørig måde og efter bestyrelsens retningslinjer, og
- Selskabets kapitalberedskab til enhver tid er forsvarligt, herunder at der er tilstrækkelig likviditet til at opfylde Selskabets nuværende og fremtidige forpligtelser, efterhånden som de forfalder, og bestyrelsen er således til enhver tid forpligtet til at vurdere den økonomiske situation og sikre, at det tilstedeværende kapitalberedskab er forsvarligt.

Generalforsamlingen vælger medlemmerne til bestyrelsen efter de gældende regler på området. Bestyrelsen skal bestå af 3-5 medlemmer i henhold til punkt 5.1 i selskabets vedtægter. Genvalg kan finde sted, og bestyrelsen vælger selv sin formand.

Bestyrelsen består af Jan William Werner, Jens Albert Harsaae og Chandra Benjamin Mostov, der alle er valgt af generalforsamlingen. Der er ingen valgte medarbejderrepræsentanter i bestyrelsen.



Jan William Werner (formand) har været medlem af bestyrelsen og formand for bestyrelsen i Selskabet siden 21. december 2017. Jan William Werner er derudover bestyrelsesmedlem og administrerende direktør i Wunderman A/S, bestyrelsesmedlem og direktionsmedlem i WYR Holding A/S, direktør i Aldebaran ApS, medlem af direktionen i Lindevangsvej ApS, direktør i Kristensen Du Nord ApS og bestyrelsesformand i VINDG A/S.



Jens Albert Harsaae har været bestyrelsesmedlem i selskabet siden den 26. marts 2018. Jens Albert Harsaae er derudover bestyrelsesformand i Languagewire A/S, Languagewire Holding A/S, Plus Pack A/S, Peter Justesen Company A/S, C. Holdco A/S, bestyrelsesmedlem i Vipp A/S, AX IV Con I ApS, Abacus Medicine A/S, Conscia Holding A/S, AX Con II ApS, CO-RO A/S, CO-RO Holding A/S, CO-ROS Fond og direktør i Rakaas ApS. Ydermere er Jens Albert Harsaae formand for Advisory Board i Internet Intelligence House Nordic A/S, Lumino.io ApS samt Kollektive ApS.



Chandra Benjamin Mostov har været bestyrelsesmedlem i selskabet siden den 26. marts 2018. Chandra Benjamin Mostov er derudover medlem af direktionen i Mandate ApS samt COO og medejer af (og partner i) Wunderman A/S.

Selskabet vurderer, at alle generalforsamlingsvalgte medlemmer af bestyrelsen, besidder den fornødne faglige kompetence og erfaring til at varetage hvervet som bestyrelsesmedlem i selskabet og til at føre tilsyn med og lede et selskab, som har aktier optaget til handel på Nasdaq First North Denmark. Alle bestyrelsesmedlemmer vurderes af Selskabets ledelse at være uafhængige af Selskabets ledelse. Alle bestyrelsesmedlemmer anses at være uafhængige af Selskabets storaktionær, Casper Janns, samt uafhængige af andre i ledelsen i det dog bemærkes, at Jan William Werner og Chandra Benjamin Mostov begge indgår i selskabets ejerkreds, samt at Chandra Benjamin Mostov er ansat og partner i Wunderman A/S, der er delvist ejet af Jan William Werner. Selskabets bestyrelse er valgt for ét år ad gangen.



DIREKTIONEN

Casper Janns er administrerende direktør i Selskabet. Casper Janns er uddannet Cand. Merc. i marketing, og har ledelseserfaring fra reklame- og PR-bureauet Integral. Casper Janns startede Hypefactors på baggrund af sin indsigt i PR-branchen.

Herudover er han formand for bestyrelsen i kommunikationsvirksomheden Integral A/S og direktionsmedlem i Building ApS (holdingselskab).

BESTYRELSENS OG DIREKTIONENS AKTIEBESIDDELSER

Casper Janns ejer gennem sit holdingselskab Building ApS nominelt DKK 4.575.000 aktier i Selskabet.

Jan William Werner ejer gennem sit holdingselskab Aldebaran ApS nominelt DKK 998.391 aktier i Selskabet.

Chandra Benjamin Mostov ejer nominelt DKK 170.454 aktier i Selskabet.

Dertil ejer **Martin Saxtorph**, der ikke er en del af direktionen, men som er CFO i Selskabet, nominelt DKK 125.000 aktier i Selskabet.

13.7. ERKLÆRING OM TIDLIGERE ERHVERV

Casper Janns

Ud over det i afsnit 13.5 (Selskabets ledelse) anførte, har Casper Janns været medlem af følgende bestyrelser, direktioner og organer eller partner i et partnerskab udenfor selskabet i de sidste fem år:

- Direktør i Holding2014 ApS (30. marts 2011 – 17. april 2018)
- Direktør i QUA Organic ApS (1. december 2010 – 17. april 2018)
- Bestyrelsesmedlem i Hypefactors A/S (2. september 2016 - 26. marts 2018)
- Direktør i Coparrot ApS (20. februar 2012 - 9. juni 2017)

Casper Janns har ikke på noget tidspunkt modtaget dom for svigagtig lovovertredelse, og har ikke inden for de sidste fem år været medlem af en bestyrelse eller direktion i selskaber, der er gået konkurs, kommet under bobehandling eller trådt i likvidation, bortset fra selskabet Coparrot ApS, der er uden aktivitet og er under solvent likvidation. Herudover har Casper Janns ikke været genstand for offentlige anklager og/eller sanktioner fra myndigheder eller tilsynsorganer.

Casper Janns har ikke på noget tidspunkt fået frakendt retten til at fungere som medlem af bestyrelser, direktioner eller tilsynsorganer, eller til at varetage en udsteders ledelse eller andre anliggender.

Martin Saxtorph

Ud over det i afsnit 13.5 (Selskabets ledelse) anførte, har Martin Saxtorph været medlem af følgende bestyrelser, direktioner og organer eller partner i et partnerskab udenfor selskabet i de sidste fem år:

- Bestyrelsesmedlem i Hypefactors A/S (21. december 2017 - 26. marts 2018)
- Direktør i Wunderman A/S (28. december 2015 - 3. januar 2016)

Martin Saxtorph har ikke på noget tidspunkt modtaget dom for svigagtig lovovertredelse eller har inden for de sidste fem år været medlem af en bestyrelse eller direktion i selskaber der er gået konkurs, kommet under bobehandling eller trådt i likvidation. Herudover har Martin Saxtorph ikke været genstand for offentlige anklager og/eller sanktioner fra myndigheder eller tilsynsorganer.

Martin Saxtorph har ikke på noget tidspunkt fået frakendt retten til at fungere som medlem af bestyrelser, direktioner eller tilsynsorganer, eller til at varetage en udsteders ledelse eller andre anliggender.

Jan William Werner

Ud over det i afsnit 13.6 (Bestyrelse og direktion) anførte, har Jan William Werner været medlem af følgende bestyrelser, direktioner og organer eller partner i et partnerskab udenfor selskabet i de sidste fem år:

- Bestyrelsesmedlem i DJLI ApS (11. september 2015 - 29. juni 2016)
- Direktør i E-Group ApS (27. april 2006 - 28. juni 2016; selskabet er opløst efter konkurs den 17. maj 2017);
- Direktør i SCSH ApS (17. juli 2014 - 31. juli 2015; selskabet er opløst efter konkurs den 20. december 2016)
- Direktør i S.C. Studio ApS under konkurs (S.C. Studio ApS) (23. april 2010 - 31. juli 2015; selskabet er under konkurs med konkursdekret afsagt den 31. juli 2015)

Jan William Werner har ikke på noget tidspunkt modtaget dom for svigagtig lovovertredelse eller har inden for de sidste fem år været medlem af en bestyrelse eller direktion i selskaber der er gået konkurs, kommet under bobehandling eller trådt i likvidation, udover det ovenfor nævnte. Herudover har Jan William Werner ikke været genstand for offentlige anklager og/eller sanktioner fra myndigheder eller tilsynsorganer.

Jan William Werner har ikke på noget tidspunkt fået frakendt retten til at fungere som medlem af bestyrelser, direktioner eller tilsynsorganer, eller til at varetage en udsteders ledelse eller andre anliggender.

Jens Albert Harsaae

Ud over det i afsnit 13.6 (Bestyrelse og Direktion) anførte, har Jens Albert Harsaae været medlem af følgende bestyrelser, direktioner og organer eller partner i et partnerskab udenfor selskabet i de sidste fem år:

- Bestyrelsesformand i Brandhouse A/S (26. februar 2016 - 8. februar 2018)
- Bestyrelsesformand i Brandhouse Gruppen ApS (26. februar 2016 - 8. februar 2018)
- Bestyrelsesmedlem i Jep Petersen Spedition A/S (1. januar 2016 - 24. november 2016; selskabet er opløst efter erklæring den 24. november 2016)
- Bestyrelsesformand i DK-FOOD'S A/S (22. januar 2016 - 22. november 2016)
- Bestyrelsesmedlem i DK-FOOD's Holding ApS (MIE4 Holding 8 ApS) (22. januar 2016 - 22. november 2016)
- Bestyrelsesmedlem i C. People 2 ApS (18. november 2015 - 8. april 2016; selskabet er opløst efter fusion den 8. april 2016)
- Bestyrelsesmedlem i C. People ApS (18. november 2015 - 8. april 2016; selskabet er opløst efter fusion den 8. april 2016)
- Bestyrelsesmedlem i C. Topco A/S (9. november 2015 - 8. april 2016; selskabet er opløst efter fusion den 8. april 2016)
- Bestyrelsesmedlem i A/S Crispy Food International (2. januar 2014 - 9. februar 2016)
- Bestyrelsesmedlem i Easis A/S (2. januar 2014 - 9. februar 2016)
- Bestyrelsesmedlem i Nakskov Mill Foods (2. januar 2014 - 9. februar 2016)
- Bestyrelsesmedlem i Conscia Holding A/S (2. december 2014 - 30. juni 2015)
- Bestyrelsesmedlem i Conscia A/S (5. februar 2013 - 30. juni 2015)

Jens Albert Harsaae har ikke på noget tidspunkt modtaget dom for svigagtig lovovertrædelse eller har inden for de sidste fem år været medlem af en bestyrelse eller direktion i selskaber der er gået konkurs, kommet under bobehandling eller trådt i likvidation, udover det ovenfor nævnte. Herudover har Jens Albert Harsaae ikke været genstand for offentlige anklager og/eller sanktioner fra myndigheder eller tilsynsorganer.

Jens Albert Harsaae har ikke på noget tidspunkt fået frakendt retten til at fungere som medlem af bestyrelser, direktioner eller tilsynsorganer, eller til at varetage en udsteders ledelse eller andre anliggender.

Chandra Benjamin Mostov

Ud over det i afsnit 13.6 (Bestyrelse og direktion) anførte, har Chandra Benjamin Mostov været medlem af følgende bestyrelser, direktioner og organer eller partner i et partnerskab udenfor selskabet i de sidste fem år:

- Bestyrelsesmedlem i MENCARD ApS (13. maj 2013 - 19. maj 2014)

Chandra Benjamin Mostov har ikke på noget tidspunkt modtaget dom for svigagtig lovovertrædelse eller har inden for de sidste fem år været medlem af en bestyrelse eller direktion i selskaber der er gået konkurs, kommet under bobehandling eller trådt i likvidation. Herudover har Chandra Benjamin Mostov ikke været genstand for offentlige anklager og/eller sanktioner fra myndigheder eller tilsynsorganer.

Chandra Benjamin Mostov har ikke på noget tidspunkt fået frakendt retten til at fungere som medlem af bestyrelser, direktioner eller tilsynsorganer, eller til at varetage en udsteders ledelse eller andre anliggender.

13.8. INCITAMENTSPROGRAMMER

Selskabet har ingen aktive incitamentsprogrammer. Bestyrelsen er dog bemyndiget til i perioden indtil 30. november 2022 ad én eller flere gange at udstede tegningsretter (warrants) i henhold til selskabslovens § 169 til selskabets bestyrelse, direktion, medarbejdere og konsulenter i selskabet med ret til tegning af op til nominel kr. 250.000 aktier á nominelt kr. 0,10 (med forbehold for

et eventuelt højere beløb som følge af regulering i anledning af ændringer i selskabets kapital-struktur, som nærmere fastsat af bestyrelsen i forbindelse med udstedelsen af warrants) samt at foretage den dertil hørende kapitalforhøjelse uden fortegningsret for selskabets eksisterende aktionærer.

13.9. INTERESSEKONFLIKTER

Der er ingen familierelationer mellem medlemmerne af Bestyrelsen, Direktionen eller Nøglemedarbejdere udover som nævnt nedenfor.

Selskabet har ikke kendskab til, at medlemmer af Bestyrelsen, Direktionen eller Nøglemedarbejdere er udnævnt til deres nuværende stilling i henhold til en aftale eller overenskomst med selskabets storaktionærer, kunder, leverandører eller andre parter, udover bestyrelsesformand Jan William Werner er repræsenteret som minoritetsaktionær i Aldebaran ApS, CFO Martin Saxtorph er ansat som CFO hos Wunderman A/S, bestyrelsesmedlem Chandra Benjamin Mostov er medejer af og ansat som COO i Wunderman A/S, samt at Jesper Werner, der er Selskabets Global Partnership Director, er bror til Jan William Werner.

Ingen medlemmer af Bestyrelsen eller Direktionen eller andre Nøglemedarbejdere har interessekonflikt i forhold til deres hverv som medlem af bestyrelsen eller direktionen eller som nøglemedarbejdere eller bestrider hverv i andre selskaber, der kan

føre til en interessekonflikt i forhold til disse selskaber. Selskabet kan dog som led i den almindelige drift have forretningsrelationer med selskaber, hvori medlemmer af Bestyrelsen og Direktionen eller Nøglemedarbejdere har hverv som bestyrelsesmedlemmer eller direktører.

Ifølge forretningsordenen må et medlem af bestyrelsen eller direktionen ikke være til stede under behandlingen af spørgsmål om aftaler mellem Selskabet og det pågældende medlem eller om søgsmål mellem medlemmet og Selskabet, eller om aftaler mellem Selskabet og tredjemand eller søgsmål mod tredjemand, hvis det pågældende medlem har en væsentlig interesse deri, som kan stride mod Selskabets interesser.

Visse honorarer for rådgivningsydelser vil efter optagelse til handel for assistance med Udbuddet forfalde til betaling til book-runner Kapital Partner, som også har indgået aftale med Selskabet om at være Certified Adviser.

14. SELSKABETS AKTUELLE ØKONOMISKE STILLING OG RESULTAT

Hypefactors aktuelle økonomiske stilling er baseret på, at Selskabet har været i en udviklingsfase, hvor fokus har været på udvikling af Selskabets softwareløsning. Der er samlet investeret mere end DKK 10 mio. i Selskabet siden 2015 til udviklingen af softwareløsningen. I 2017 blev Selskabet tilført DKK 3.000.060 i kursværdi ved en kontant kapitalforhøjelse på nominelt DKK 7.143 af Jan William Werner, der er administrerende direktør og medejer af det digitale marketingbureau Wunderman A/S og

som i forlængelse af sin investering indtrådte i Selskabets bestyrelse som formand. I 2018 er der tilført Selskabet DKK 1.500.000 i kursværdi ved en nominel udvidelse af aktiekapitalen på DKK 17.045,40 af Chandra Benjamin Mostov, der i forlængelse af sin investering samtidigt indtrådte i Selskabets bestyrelse, samt yderligere DKK 2.500.000 i kursværdi gennem DKK 2.300.000 i kontant kapitalforhøjelse og DKK 200.000 ved gældskonvertering af Jan William Werner.



UDVIKLING I SELSKABSKAPITALEN SIDEN STIFTELSEN

DATO	BEGIVENHED	TEGNINGS-KURS PR. AKTIE	NOMINEL VÆRDI PR. AKTIE (DKK)	NOMINEL ÆNDRING I SELSKABSKAPITAL (DKK)	NOMINEL SELSKABSKAPITAL EFTER ÆNDRING (DKK)
12.03.2015	Stiftelse	1,00	1,00	50.000,00	50.000,00
26.09.2017	Kontant forhøjelse	420,0	1,00	7.143,00	57.143,00
21.12.2017	Fondsaktier	0,00	0,10	514.287,00	571.430,00
27.03.2018	Kontant kapitalforhøjelse	8,800028	0,10	17.045,40	588.475,40
15.06.2018	Kontant kapitalforhøjelse	8,799997	0,10	26.136,40	614.611,80
15.06.2018	Gældskonvertering	8,799997	0,10	2.272,70	616.884,50

Egenkapitalen udgjorde ved udgangen af regnskabsåret 2017 DKK 7.554.051 (2016: DKK 114.238) og pr. 30. juni 2018 udgjorde egenkapitalen DKK 9.68.867.

EGENKAPITALEN 2017-2018

	SELSKABSKAPITAL	RESERVE FOR UDVIKLINGSOMKOSTNINGER	OVERFØRT RESULTAT	I ALT
Egenkapital 1. januar 2017	50.000	2.673.836	-2.609.598	114.238
Kontant kapitalforhøjelse	7.143	0	2.992.857	3.000.000
Fondsaktier	514.287	0	-514.287	0
Kapitaltilskud	0	0	5.062.307	5.062.307
Årets udviklingsomkostninger	0	4.821.546	-4.821.546	0
Årets resultat	0	0	-622.494	-622.494
Egenkapital 31. december 2017	571.430	7.495.382	-512.761	7.554.051
Kontant kapitalforhøjelse	43.182		3.756.819	3.800.000
Gældskonvertering	2.273		197.727	200.000
Periodens resultat			-2.285.184	-2.285.184
Egenkapital 30. juni 2018	616.885	7.495.382	1.156.601	9.268.867

Selskabet har pr. datoen for Virksomhedsbeskrivelsen ingen rentebærende gæld og havde ingen rentebærende gæld ultimo 2017. Gæld til tilknyttede virksomheder og gæld til selskabsdeltagere og ledelse udgjorde ultimo 2017 DKK 1,3 mio. (2016: DKK 3,9 mio.) og pr. 30. juni 2018 udgjorde den 1,1 mio. Gælden består af gæld til hovedaktionærs kontrollerede selskaber. Denne gæld er mellemregning mellem selskaberne og er ikke rentebærende. Gælden vil efter udbuddet afdrages over en 3-årig periode. Selskabet vil påbegynde afdrag af gæld til hovedaktionærens kontrollerede selskaber, når selskabets har tilstrækkelig likviditet og selskabets ledelse vurderer, at selskabets likviditetsberedskab er forsvarligt.

14.1. ÅRSREGNSKABET 2017 SAMMENHOLDT MED 2016

For regnskabsåret 2017 realiserede Selskabet en omsætning på DKK 312.596 (2016: DKK 183.531) og et resultat før skat på DKK

-765.099 (2016: DKK 13.545). Omsætningen er genereret via salg af software-abonnementer.

14.1.1. ÅRSREGNSKABET FOR 2017

GENNEMGANG AF UDVALGTE REGNSKABSPOSTER

Med henvisning til Hypefactors begrænsede driftshistorik har Ledelsen besluttet ikke at udarbejde nøgletal eller lave fuld

kommentar til selskabets årsrapport for 2017. Ledelsen har beskrevet de væsentlige regnskabsposter for selskabet for 2017.

14.1.2. UDVIKLING I OMSÆTNINGEN

Selskabet har i regnskabsårene 2017 og 2016 haft en begrænset omsætning som følge af, at selskabets platform har været i udviklingsfasen.

Selskabets omsætning genereres fra salg af abonnementer. Indtægter indregnes i resultatopgørelsen i takt med, at de indtjenes.

14.1.3. UDVIKLINGEN I PERSONALEOMKOSTNINGERNE

Selskabet har i 2017 øget antallet af medarbejdere i forbindelse med udvikling og færdiggørelse af selskabets platform. Tilgangen af medarbejdere i 2017 har primært været i selskabets udviklingsafdeling i form af softwareudviklere. Stigning i personaleomkostninger skyldes, at antallet af medarbejdere er fordoblet

i perioden sammenholdt med sammenligningsåret. Selskabets ledelse har erfaring med at tiltrække og fastholde udviklere fra udlandet, hvilket selskabet har haft succes med i 2017 og fortsat er en del af selskabets strategi fremadrettet.

14.1.4. INDREGNING AF UDVIKLINGSPROJEKTER

Selskabets udviklingsprojekter vedrører udvikling af Hypefactors softwareplatform "Hypefactors" og selskabets freemium platform "Hype.News".

gelse. Konklusionen heraf var, at genindvendingsværdien var over den bogførte værdi, hvorfor der derfor ikke var behov for nedskrivning.

Udviklingsprojekter er indregnet til kostpris med fradrag af akkumulerede afskrivninger. Udviklingsprojekter afskrives lineært over den økonomiske brugstid, der er vurderet til 5 år. Selskabet er i 2017 ikke påbegyndt afskrivninger på udviklingsprojekter, da de i 2017 stadig anses for at være under udførelse. Afskrivninger påbegyndes i 2018 som følge af, at softwareplatformen er færdigudviklet og klar til ibrugtagen. Der er ultimo 2017 foretaget gennemgang og vurdering af, om der er sket en værdiforrin-

Udviklingsomkostninger, der er indregnet første gang i balancen i regnskabsåret 2016 eller senere, er indregnet direkte på egenkapitalen under posten "Reserve for udviklingsomkostninger". Fradrag af afskrivninger af disse udviklingsomkostninger foretages også direkte på egenkapitalen under selvsamme post "Reserve for udviklingsomkostninger". Udviklingsomkostninger og omkostninger til internt oparbejdede rettigheder er indregnet i resultatopgørelsen som omkostninger i anskaffelsesåret.

14.1.5. ANVENDT REGNSKABSPRAKSIS

For en nærmere beskrivelse af den anvendte regnskabspraksis henvises til beskrivelse af anvendt regnskabspraksis jf. selskabets årsrapport 2017.

UDVALGTE OPLYSNINGER FRA RESULTATOPGØRELSEN

DKK	2017	2016
Nettoomsætning	312.596	183.531
Andre driftsindtægter		
Vareforbrug	-93.439	-88.648
Bruttofortjeneste	219.157	94.883
Personaleomkostninger	-2.243.100	-947.044
- Heraf indregnet i udviklingsprojekter	2.183.185	947.044
Salgsomkostninger	-81.399	-69.560
Lokaleomkostninger	-431.264	0
Administrationsomkostninger	-403.440	-10.159
- Heraf indregnet i udviklingsprojekter	0	0
Resultat før afskrivninger	-756.861	15.164
Afskrivninger og nedskrivninger	0	0
Resultat før finansielle poster	-756.861	15.164
Finansielle poster	-8.238	-1.619
Resultat før skat	-765.099	13.545
Skat af årets resultat	142.605	97
Årets resultat	-622.494	13.642
Antal ansatte inklusiv Freelancer	12	6

UDVALGTE BALANCEPOSTER

DKK	2017	2016
AKTIVER		
Udviklingsprojekter under udførelse	8.975.152	4.153.606
Immaterielle anlægsaktiver	8.975.152	4.153.606
ANLÆGSAKTIVER	8.975.152	4.153.606
Tilgodehavender fra salg og tjenesteydelser	1.851	0
Tilgodehavender hos tilknyttede virksomheder	0	34.135
Andre tilgodehavender	234.084	65.600
Tilgodehavende selskabsskat	1.060.740	0
Periodeafgrænsningsposter	75.000	0
Tilgodehavender	1.371.675	99.735
Likvide beholdninger	132.054	89.052
OMSÆTNINGSAKTIVER	1.503.729	188.787
AKTIVER I ALT	10.478.881	4.342.393

DKK	2017	2016
PASSIVER		
Selskabskapital	571.430	50.000
Reserve for udviklingsomkostninger	7.495.382	2.673.836
Overført resultat	-512.761	-2.609.598
EGENKAPITAL	7.554.051	114.238
Udskudt skat	967.716	49.581
Hensatte forpligtelser	967.716	49.581
Langsigtede forpligtelser		
Modtagne forudbetalinger fra kunder	0	100.000
Leverandører af varer og tjenesteydelser	508.978	228.524
Gæld til tilknyttede virksomheder	1.055.198	3.850.050
Gæld til selskabsdeltagere og ledelse	200.000	0
Anden gæld	192.938	0
Kortfristede forpligtelser	1.957.114	4.178.574
GÆLDSFORPLIGTELSE	1.957.114	4.178.574
PASSIVER I ALT	10.478.881	4.342.393

OPGØRELSE AF EGENKAPITALEN PR. 31. DECEMBER 2017

	SELSKABSKAPITAL	RESERVE FOR UDVIKLINGS- OMKOSTNINGER	OVERFØRT RESULTAT	I ALT
Egenkapital 1. januar	50.000	2.673.836	-2.609.598	114.238
Kontant kapitalforhøjelse	7.143	0	2.992.857	3.000.000
Fondsaktier	514.287	0	-514.287	0
Kapitaltilskud	0	0	5.062.307	5.062.307
Årets udviklingsomkostninger	0	4.821.546	-4.821.546	0
Årets resultat	0	0	-622.494	-622.494
Egenkapital 31. december	571.430	7.495.382	-512.761	7.554.051

Selskabets reviderede årsregnskab for 2017 er tilgængeligt på
Selskabets hjemmeside: www.hypefactors.com.

OPLYSNING OM REVISOR

PricewaterhouseCoopers
CVR: 33771231
Statsautoriseret Revisionspartnerselskab
Strandvejen 44
2900 Hellerup

PwC tiltrådte som Selskabets revisor pr. 13.11.2017, og Selskabet
er repræsenteret ved statsautoriserede revisor Flemming Eghoff
og statsautoriserede revisor Morten Jørgensen.

14.1.6. REVISORS PÅTEGNING PÅ ÅRSRAPPORT FOR 2017

Selskabets revisor har afgivet følgende revisionspåtegningen på Selskabets årsrapport for 2017:

"Væsentlig usikkerhed for fortsat drift. Vi gør opmærksom på, at der er væsentlig usikkerhed, der kan rejse betydelig tvivl om selskabets mulighed for at fortsætte driften. Vi henviser til note 1 i regnskabet, hvoraf fremgår, at det for indeværende er usikkert

om der opnås den nødvendige finansiering af driften og de nødvendige investeringer i det førstkomende år, men at det er ledelsens vurdering, at finansieringen vil blive opnået, hvorfor regnskabet i overensstemmelse hermed er udarbejdet under forudsætning af virksomhedens fortsatte drift. Vores konklusion er ikke modificeret vedrørende dette forhold."

14.2 UDVIKLING I OG RESULTAT FOR FØRSTE HALVÅR 2018

Med softwareplatformen på plads ved årsskiftet, har Hypefactors i løbet af de første seks måneder af 2018 igangsat den kommercielle del af forretningen. Mads Aabling er startet som nordisk kommerciel direktør og Mads Aabling kom fra en position som dansk direktør i et selskab ejet af Nova Founders Capital. Jesper Werner er startet som Global Partnership Director med ansvar for at opbygge en partnerskabsfunktion. De første medarbejdere er startet i Selskabets internationale 'Customer Success' team; der centralt fra Hypefactors i København håndterer kundeservice og kundeservice på forskellige sprog. Foreløbig dækkes engelsk, spansk, tysk, fransk og italiensk – foruden dansk. Fundamentet for en hastig og løbende videreudbygning af teamet med flere nationaliteter er lagt.

Der har været en konstant stigning af brugertilmeldinger til Hype.News, hvor 5.000 tilmeldinger er opnået. For så vidt angår afsætning af licenser til den samlede platform, har der også været en positiv udvikling. En række større virksomheder, så som Ecco Sko A/S, Aarstiderne A/S, MHI Vestas Offshore Wind A/S, Dynaudio A/S og The Prism Group, Inc. har indgået aftaler,

og der er skabt en salgs-pipeline, der giver grund til optimisme i forhold til salget i den resterende del af året. Pr. 30 juni var der 21 betalende Enterprise kunder.

Udviklingen af den teknologiske og brugermæssige platform er fortsat i perioden. Der er indgået direkte og indirekte partnerskabsaftaler med en række sociale medier, herunder Twitter, Facebook og YouTube samt en række danske printmedier. Under ledelse af selskabets CTO, Viet Yen Nguyen, har Hypefactors introduceret en række nye features.

Omsætningen i første halvår var DKK 245.581 og bruttofortjenesten var på DKK 245.581, og var således højere end bruttofortjenesten i året 2017, der var på DKK 219.157. Det øgede antal medarbejdere i halvåret og igangsætningen af salgs- og markedsføringsindsatsen medførte, at resultatet før afskrivninger blev DKK -1.628.557. Med afskrivninger på DKK 897.515 og finansielle omkostninger på DKK 402.649 endte resultat før skat for første halvår 2018 med et underskud på DKK 2.929.721.

UDVALGTE OPLYSNINGER FRA RESULTATOPGØRELSEN, FØRSTE HALVÅR 2018

DATO	BEGIVENHED	TEGNINGS- KURS PR. AKTIE	NOMINEL VÆRDI PR. AKTIE (DKK)	NOMINEL ÆNDRING I SELSKABSKAPITAL (DKK)	NOMINEL SELSKABSKAPITAL EFTER ÆNDRING (DKK)
12.03.2015	Stiftelse	1,00	1,00	50.000,00	50.000,00
26.09.2017	Kontant forhøjelse	420,0	1,00	7.143,00	57.143,00
21.12.2017	Fondsaktier	0,00	0,10	514.287,00	571.430,00
27.03.2018	Kontant kapitalforhøjelse	8,800028	0,10	17.045,40	588.475,40
15.06.2018	Kontant kapitalforhøjelse	8,799997	0,10	26.136,40	614.611,80
15.06.2018	Gældskonvertering	8,799997	0,10	2.272,70	616.884,50

UDVALGTE OPLYSNINGER FRA RESULTATOPGØRELSEN, FØRSTE HALVÅR 2018

DKK	30.06.2018
Nettoomsætning	245.581
Andre driftsindtægter	0
Vareforbrug	0
Bruttofortjeneste	245.581
Personaleomkostninger	-2.634.761
- Heraf indregnet i udviklingsprojekter	1.417.220
Salgsomkostninger	- 956.196
Lokaleomkostninger	- 233.113
Administrationsomkostninger	- 215.349
- Heraf indregnet i udviklingsprojekter	748.061
Resultat før afskrivninger	-1.628.557
Afskrivninger og nedskrivninger	- 897.515
Resultat før finansielle poster	-2.526.072
Finansielle poster	- 402.649
Resultat før skat	-2.929.721
Skat af periodens resultat	644.539
Periodens resultat	-2.285.182
Antal ansatte inklusiv Freelancer	20

UDVALGTE BALANCEPOSTER, FØRSTE HALVÅR 2018

DKK	30.06.2018
AKTIVER	
Udviklingsprojekter under udførelse	10.242.916
Immaterielle anlægsaktiver	10.242.916
ANLÆGSAKTIVER	10.242.916
Tilgodehavender fra salg og tjenesteydelser	194.146
Tilgodehavender hos tilknyttede virksomheder	0
Andre tilgodehavender	174.546
Tilgodehavende selskabsskat	1.705.279
Periodeafgrænsningsposter	63.666
Tilgodehavender	2.137.637
Likvide beholdninger	1.014.106
OMSÆTNINGSAKTIVER	3.151.743
AKTIVER I ALT	13.394.659

DKK	30.06.2018
PASSIVER	
Selskabskapital	614.612
Reserve for udviklingsomkostninger	7.495.382
Overført resultat	1.158.873
EGENKAPITAL	9.268.867
Udskudt skat	967.716
Hensatte forpligtelser	967.716
Langsigtede forpligtelser	
Modtagne forudbetalinger fra kunder	498.226
Leverandører af varer og tjenesteydelser	723.625
Gæld til tilknyttede virksomheder	873.958
Gæld til selskabsdeltagere og ledelse	200.000
Anden gæld	862.267
Kortfristede forpligtelser	3.158.076
GÆLDSFORPLIGTELSE	4.325.792
PASSIVER I ALT	13.394.659

14.3. NUVÆRENDE OG KOMMENDE INVESTERINGER

Selskabet har selv finansieret udvikling og færdiggørelse af selskabets softwareplatform beskrevet jf. afsnittet: Indregning af udviklingsprojekter.

Selskabet har ingen væsentlige igangværende investeringer ud over løbende driftsomkostninger og forberedelse af udbuddet.

Hele provenuet fra udbuddet skal anvendes til driftsinvestering i form af udbygning af salg, kundesupport og udvikling af organisationen. Derudover, har selskabet ikke forpligtet sig til væsentlige fremtidige invester.

14.4. VÆSENTLIGE KONTRAKTER OG PATENTER

Selskabet har ingen - i juridisk forstand - væsentlige kontrakter eller kunder.

Selskabet har ikke udtaget patenter og planlægger ikke at gøre det. Selskabet er ikke afhængig af patenter eller licenser og anvender en række standard-webydelser for at kunne tilbyde sine produkter. Selskabet ejer en række ophavsrettigheder, men ud over ophavsretten til den af Selskabet udviklede software, anses ingen af disse for at være væsentlige.

Selskabet har ingen væsentlige finansielle kontrakter, herunder låneaftaler og andre finansieringsaftaler, til at understøtte den daglige drift, og der er ligeledes ingen væsentlige licensforpligtelser. Gæld til de af Selskabets hovedaktionærs kontrollerede selskaber er opstået som mellemregninger med disse selskaber. Selskabet ejer ikke fast ejendom.

14.5. RETSTVISTER

Selskabet har ingen igangværende retstvister, og ledelsen er ikke aktuelt bekendt med potentielle eller truende tvister, der kan påvirke Selskabets stilling i væsentlig retning.



Hypefactors' software henvender sig til alle organisationer og virksomheder, der arbejder med PR, og som ønsker at kende omfanget af og styre omtalen af deres virksomhed, brands og produkter, og/eller som har interesse i at følge konkurrerende virksomheders og brands medieeksponering (konkurrentovervågning).

15. APPENDIX

15.1. DEFINITIONER OG ORDLISTE

AdTech	Forkortelse for Advertising Technology. Software til brug for anvendelse af markedsføring.
Advertising Value Equivalent (AVE)	Metode til at fastsætte værdien af den opnåede medieomtale.
Afviklingsdagen	Afviklingen af de Nye Aktier, der finder sted to handelsdage efter offentliggørelse af resultatet af Udbuddet: den 31. august 2018.
AI	Forkortelse for "Artificial Intelligence". (Se Kunstig intelligens)
Aktierne	Eksisterende Aktier og Nye Aktier.
API	Application Programming Interface, forkortet API, er en softwaregrænseflade, der tillader et stykke software at interagere med andet software. Et API er implementeret i applikationer (programmer), programbiblioteker og styresystemer.
Brand	Varemærke.
Business-to-business (B2B)	Angiver at salget sker fra en erhvervsdrivende til en anden erhvervsdrivende (og ikke til en detailkunde).
Certified Adviser	Rådgiver, der er obligatorisk for selskaber noteret på Nasdaq First North. Kapital Partner ApS er Certified Adviser for Hypefactors.
Direktion	Den af Selskabets bestyrelse udpegede ledelse for Selskabet som registreret hos Erhvervsstyrelsen: Casper Janns.
Earned Media	Fortjent omtale; medieeksponering, der er opnået ved tredjeparts gratis omtale – også benævnt PR (se Public Relations).
Eksisterende Aktier	De aktier, der eksisterer i Selskabet før Udbuddet af Nye Aktier: 6.168.845 stk. aktier.
Freemium	Gratis service eller produkt, der typisk er en tidsmæssig og/eller funktionelt begrænset udgave af en betalbar service eller produkt.
Første handelsdag	Den første dag Aktierne kan handles på Nasdaq First North Denmark: den 3. september 2018.
Hypefactors	Hypefactors A/S.
Influencer	Person, der har indflydelse på f.eks. den offentlige holdning eller til forbrugerens adfærd. Benævnes også "meningsdanner".
KPI	Forkortelse for Key Performance Indicator; en målbar værdi der demonstrerer hvor effektivt en virksomhed når sine væsentligste forretningsmæssige målsætninger. Det kan f.eks. være antallet af medieomtaler, antal tilmeldinger eller trafik på et website.
Kunstig intelligens	Teknik til at give computersystemer evnen til at "lære" ved at forbedre udførelse af en specifik opgave uden at blive særligt programmeret hertil. Benævnes også AI (forkortelse for Artificial Intelligence).
Machine learning	Maskinlæring (ML) er en særlig form inden for kunstig intelligens (se denne), hvor computere finder sammenhænge m.v. ud fra data, uden at have fået særlige instruktioner.

Maksimumudbud	Det maksimale antal Nye Aktier der vil blive udstedt i Udbuddet: 2.500.000 Nye Aktier.
Mediecrawler	En særlig form for web crawler, der gennem søger og indekserer medierelaterede websites (hjemmesider) der ejes af medier som f.eks. nyhedsmedier.
Medieovervågning	Overvågning af medier angående optræden af specifikt indhold, f.eks. en virksomheds navn, produkter eller varemærker.
Midlertidig ISIN	Nye Aktier, der ikke optages til handel og alene består fra aktietildelingen til de på Afviklingsdagen ombyttes til Aktier i den Permanente ISIN, der er søgt optaget til handel.
Minimumsudbud	Det mindste antal Nye Aktier der skal tegnes for at Udbuddet gennemføres: 1.875.000 stk. Nye Aktier.
Newsroom	I denne Virksomhedsbeskrivelse anvendes begrebet for et sted (på internettet), hvor nyheder, historier m.v. offentliggøres og kan distribueres fra.
Nye Aktier	Nye aktier der udstedes og udbydes i Udbuddet: 1.875.000 – 2.500.000 stk. aktier.
Owned Media	Egne medier som f.eks. hjemmeside eller Facebook-side.
Paid Media	Betalt omtale; medieeksponering, der er opnået ved betaling – også benævnt som markedsføring.
Permanent ISIN	Den permanente ISIN kode for Aktierne, der er søgt optaget til handel.
PR	Forkortelse for Public Relations. Se Public Relations.
PR-specialister	Personer, der arbejder med PR – enten i en virksomhed som kommunikations- og/eller markedsføringsmedarbejdere, eller i et kommunikationsbureau, der arbejder for virksomheder angående deres PR.
PR Tech	Forkortelse for Public Relations Technology. Software til brug for anvendelse af PR.
Public Relations	En kommunikationsdisciplin, der arbejder med en virksomheds, organisations eller forenings eksterne relationer. Oftest bruges ordet PR om en virksomheds kommunikation i det offentlige rum.
Selskabet	Hypefactors A/S.
Software as a Service	En salgs- og distributionsmodel for software, hvor softwaren sælges som et abonnement og hvor softwaren er hostet centralt i "skyen" og således ikke er installeret på computere hos den enkelte kunde.
SaaS	Se Software as a Service.
Tegningskurs	Den kurs Aktierne udbydes til salg for i Tegningsperioden: 8,00 kr. pr. aktie.
Tegningsperiode	Den periode hvor der kan tegnes aktier i Udbuddet: 15. august 2018 til 28. august 2018.
Udbudskurs	Se Tegningskurs
Udbudte Aktier	De Aktier i Selskabet, der udstedes og udbydes i forbindelse med Udbuddet: 1.875.000 – 2.500.000 stk. aktier.
Web crawler	Software der gennem søger og indekserer hjemmesider på internettet. Benævnes også internet robot.

15.2. VEDTÆGTER

Som vedtaget på selskabets ekstraordinære generalforsamling den 7. juni 2018.

1. SELSKABETS NAVN OG FORMÅL

- 1.1. Selskabets navn er Hypefactors A/S.
- 1.2. Selskabets formål er at drive virksomhed som softwareudvikler samt hermed beslægtet virksomhed.

2. SELSKABETS KAPITAL

- 2.1. Selskabets aktiekapital udgør nominelt kr. 616.884,50.
- 2.2. Aktiekapitalen er fordelt i aktier af kr. 0,10 eller multipla heraf.
- 2.3. Aktiekapitalen er fuldt indbetalt.
- 2.4. Aktierne skal lyde på navn og skal noteres på navn i selskabets ejerbog.
- 2.5. Aktierne er omsætningspapirer. Der gælder ingen indskrænkninger i aktiernes omsættelighed.
- 2.6. Ingen aktier har særlige rettigheder. Ingen aktionær er forpligtet til at lade sine aktier indløse helt eller delvist af selskabet eller tredjepart.

3. FORHØJELSE AF KAPITALEN

- 3.1. Indtil den 31. december 2018 er bestyrelsen bemyndiget til ad en eller flere gange at forhøje selskabskapitalen med fortegningsret for de eksisterende aktionærer ved at udstede aktier for op til nominelt kr. 200.000. Kapitalforhøjelsen skal foretages ved kontant indbetaling, apportindskud eller gældskonvertering. Tegningskursen fastsættes af bestyrelsen og kan være lavere end markedskursen.
- 3.2. Indtil den 31. december 2018 er bestyrelsen bemyndiget til ad en eller flere gange at forhøje selskabskapitalen uden fortegningsret for de eksisterende aktionærer ved at udstede aktier for op til nominelt kr. 200.000. Kapitalforhøjelsen skal foretages ved kontant indbetaling, apportindskud eller gældskonvertering. Tegningskursen fastsættes af bestyrelsen og kan være lavere end markedskursen.
- 3.3. Bestyrelsens bemyndigelse i pkt. 3.1 og 3.2 kan tilsammen maksimalt udnyttes til kapitalforhøjelser på i alt nominelt kr. 200.000.
- 3.4. I tilfælde af en forhøjelse af selskabskapitalen, som angivet ovenfor, så skal aktierne indbetales fuldt ud, registreres i navn og optages i selskabets ejerbog. Aktierne skal være omsætningspapirer og i alle henseender have samme rettigheder, som de eksisterende aktier, inklusive i relation til indløsningsrettigheder og omsættelighed. De nye aktier skal give ret til udbytte for det løbende regnskabsår på lige fod med eksisterende aktier.
- 3.5. Andre betingelser for forhøjelserne af kapitalen skal bestemmes af bestyrelsen.
- 3.6. Bestyrelsen er bemyndiget til i perioden indtil 30. november 2022 ad én eller flere gange at udstede tegningsretter (warrants) i henhold til selskabslovens § 169 til selskabets bestyrelse, direktion, medarbejdere og konsulenter i selskabet med ret til tegning af op til nominel kr. 250.000 aktier

af nominelt kr. 0,10 (med forbehold for et eventuelt højere beløb som følge af regulering i anledning af ændringer i selskabets kapital-struktur, som nærmere fastsat af bestyrelsen i forbindelse med udstedelsen af warrants) samt at foretage den dertil hørende kapitalforhøjelse uden fortegningsret for selskabets eksisterende aktionærer.

- 3.7. Det samlede antal udestående warrants udstedt efter pkt. 3.6 kan ikke udgøre mere end 10 % af selskabets til enhver tid udstedte nominelle aktiekapital.
- 3.8. Bestyrelsen fastlægger vilkårene, herunder udnyttelseskurs, for udstedte warrants og fordelingen heraf. Nye aktier udstedt i henhold til bemyndigelsen skal indbetales fuldt ud, lyde på navn, være omsætningspapirer og i øvrigt i enhver henseende have samme rettigheder som selskabets eksisterende aktier.
- 3.9. Bemyndigelsen omfatter endvidere det forhold at bestyrelsen efter de til enhver tid gældende regler i selskabsloven kan genanvende eller genudstede eventuelle bortfaldne ikke udnyttede warrants, forudsat at genanvendelsen eller genudstedelsen finder sted inden for de vilkår og tidsmæssige begrænsninger, der fremgår af bemyndigelse. Ved genanvendelse forstås adgangen for bestyrelsen til at lade en anden aftalepart indtræde i en allerede bestående aftale om warrants. Ved genudstedelse forstås bestyrelsens mulighed for inden for samme bemyndigelse at genudstede nye warrants, hvis allerede udstedte warrants er bortfaldet.

4. GENERALFORSAMLINGEN

- 4.1. Generalforsamlingen har den højeste myndighed i alle selskabets anliggender.
- 4.2. Generalforsamlinger afholdes i København.
- 4.3. Ordinær generalforsamling afholdes hvert år i så god tid, at den reviderede og godkendte årsrapport og regnskab kan indsendes til Erhvervsstyrelsen inden udløbet af fristen i årsregnskabsloven. Ekstraordinære generalforsamlinger skal afholdes, når bestyrelsen eller en generalforsamlingsvalgt revisor eller en aktionær, der ejer minimum 5 % af aktiekapitalen, skriftligt forlanger det. Ekstraordinær generalforsamling til behandling af et bestemt emne indkaldes senest 2 uger efter, at det er forlangt.
- 4.4. Generalforsamlingen indkaldes af bestyrelsen. Indkaldelse til generalforsamlingen skal foretages tidligst 4 uger og senest 2 uger før generalformsamlingens afholdelse ved almindeligt brev, e-mail eller telefax til hver enkelt aktionær.
- 4.5. Senest 2 uger før generalforsamlingen skal dagsordenen og de fuldstændige forslag, samt for den ordinære generalforsamlings vedkommende tillige årsrapporten gøres tilgængelige for aktionærerne på selskabets hjemmeside.
- 4.6. Generalforsamlingen ledes af en dirigent, der udpeges af bestyrelsen. Dirigenten træffer beslutning vedrørende alle spørgsmål om behandlingsmåden og stemmeafgivelsen på generalforsamlingen.
- 4.7. Enhver aktionær har ret til at få et bestemt emne behandlet på den ordinære generalforsamling. Begæring herom skal

fremsættes skriftligt senest 6 uger før generalforsamlingens afholdelse.

4.8. Dagsordenen for den ordinære generalforsamling skal indeholde:

- Bestyrelsens beretning om selskabets virksomhed i det forløbne regnskabsår
- Fremlæggelse af årsrapport med revisionspåtegning til godkendelse
- Beslutning om anvendelse af overskud eller dækning af underskud i henhold til den godkendte årsrapport
- Valg af bestyrelse
- Valg af revisor
- Eventuelt

4.9. En aktionær kan møde personligt eller ved fuldmagt.

4.10. Stemmeret kan udøves i henhold til skriftlig og dateret fuldmagt i overensstemmelse med den til enhver tid gældende lovgivning herom.

4.11. På generalforsamlingen giver hvert aktiebeløb på kr. 0,10 én stemme.

4.12. Beslutninger på generalforsamlingen afgøres ved simpelt stemmeflertal, medmindre andet følger af lovgivningen eller disse vedtægter.

4.13. Beslutning om ændring af vedtægterne kan kun træffes med tiltrædelse af mindst 2/3 af såvel de afgivne stemmer som af den på generalforsamlingen repræsenterede aktiekapital, medmindre der i medfør af lovgivningen stilles strengere eller lempeligere vedtagelseskrav eller tillægges bestyrelsen eller andre organer specifik kompetence.

5. BESTYRELSE OG DIREKTION

5.1. Selskabet ledes af en af generalforsamlingen for et år ad gangen valgt bestyrelse på 3-5 medlemmer. Genvalg kan finde sted. Bestyrelsen vælger selv sin formand.

5.2. Bestyrelsen træffer beslutning ved simpelt stemmeflertal. I tilfælde af stemmelighed i bestyrelsen, er formandens stemme udslagsgivende.

5.3. Bestyrelsen har den overordnede ledelse af selskabet for hold.

5.4. Bestyrelsen ansætter 1-3 direktører til at varetage den daglige drift og ledelse og selskabet.

6. ELEKTRONISK KOMMUNIKATION

6.1. Selskabet anvender elektronisk dokumentudveksling og elektronisk post (elektronisk kommunikation) i sin kommunikation med aktionærerne. Selskabet kan endvidere til enhver tid vælge at kommunikere med almindelig brevpост.

6.2. Elektronisk kommunikation kan af selskabet anvendes til alle meddelelser og dokumenter, som i henhold til selskabets vedtægter og/eller selskabsloven skal udveksles mellem selskabet og aktionærerne, herunder for eksempel indkaldelse til ordinær og ekstraordinær generalforsamling med tilhørende dagsorden og fuldstændige forslag, fuldmagter samt i øvrigt generelle oplysninger fra selskabet til aktionærerne. Sådanne dokumenter og meddelelser lægges på selskabets hjemmeside og tilsendes aktionærerne pr. e-mail i det omfang, det er påkrævet.

7. TEGNINGSREGEL

7.1. Selskabet tegnes af (i) en direktør i forening med et bestyrelsesmedlem, (ii) bestyrelsesformanden i forening med et bestyrelsesmedlem eller (iii) den samlede bestyrelse.

8. AFLØNNINGSPRINCIPPER

8.1. Selskabets bestyrelse har udfærdiget overordnede retningslinjer for incitamentsaflønning af selskabets bestyrelse og direktion. Retningslinjerne er behandlet og godkendt af generalforsamlingen og vil blive offentliggjort på selskabets hjemmeside, når selskabet er blevet optaget til handel på et reguleret marked eller en multilateral handelsfacilitet.

9. REVISION

9.1. Selskabets regnskaber revideres af én statsautoriseret revisor, der vælges af den ordinære generalforsamling for ét år ad gangen. Genvalg kan finde sted.

10. REGNSKABSÅR

10.1. Selskabets regnskabsår løber fra 1. januar til 31. december.

15.3. TEGNINGSBLANKET

BINDENDE ORDRE OM TEGNING AF NYE AKTIER I HYPEFACTORS A/S

UDBUD AF NYE AKTIER I HYPEFACTORS A/S

Udbud af minimum 1.875.000 og maksimalt 2.500.000 stk.
Nye Aktier á nominelt 0,10 kr.

UDBUDSPERIODE

Fra og med den 15. august 2018 til den 28. august 2018 kl. 12:00.
Udbuddet kan ikke lukkes før 28. august 2018 kl. 12:00.

UDBUDSKURS

Udbudskursen er 8,00 kr. per Ny Aktie á nominelt 0,10 kr.

FØRSTE HANDELSDAG

Ved gennemførelse af Udbuddet forventes første handelsdag at være den 3. september 2018.

ISIN

Permanent: DK0060989911.
Midlertidig: DK0060992469.

KUN ÉN BLANKET PER ORDREGIVER

Der kan kun afgives én tegningsblanket per depot i VP. Der skal minimum tegnes 500 stk. Nye Aktier svarende til 4.000 kr. per tegningsordre.

INDLEVERING AF TEGNINGSORDRE

Tegningsordrer skal afgives ved indlevering af tegningsblanketten til ordregivers eget kontoførende pengeinstitut i udfyldt og underskrevet stand i så god tid, at det kontoførende pengeinstitut har mulighed for at behandle og videresende ordren, således at den er Danske Bank i hænde senest den 28. august 2018 kl. 12:00.

REDUKTION

Overstiger de samlede tegningsordrer det udbudte antal Nye Aktier, vil der ske reduktion af tegningsordrerne som beskrevet i Virksomhedsbeskrivelsen dateret den 13. august 2018. Der vil ikke ske reduktion af forhåndstegninger.

GENNEMFØRELSE

Hvis der ikke tegnes mindst 1.875.000 stk. Nye Aktier eller hvis Nasdaq First North Denmarks krav til aktionærspredning eller free float ikke opfyldes, vil Udbuddet ikke blive gennemført og tegningsordrer vil blive annulleret, ligesom Hypefactors' Aktier ikke vil blive optaget til handel på Nasdaq First North Denmark.

BINDENDE ORDRE:

Jeg/vi ønsker at tegne _____ stk. Nye Aktier til 8,00 kr. per aktie (min 500 stk.).

VP-KONTO OG DEPOT NR.

Kontoførende institut	
VP-depot nr.	
Kontonummer til afregning	

PERSONLIGE OPLYSNINGER

Navn	
CPR / CVR-nr.	
Gade	
Postnummer og by	
Telefon	
e-mail	

På vilkår, som anført i Virksomhedsbeskrivelsen, dateret den 13. august 2018, afgiver jeg/vi herved ordre om tegning af Nye Aktier i Hypefactors A/S.

Jeg/vi accepterer, at Danske Bank kan kræve oplysninger om mit/vort navn og adresse, samt er berettiget til at videregive denne information til Hypefactors A/S og Hypefactors A/S' book-runner, Kapital Partner. Jeg/vi forpligter os til at betale modværdien af de tildelte Nye Aktier.

Jeg/vi erklærer samtidig, at jeg/vi er bekendt med indholdet i Virksomhedsbeskrivelsen dateret den 13. august 2018 og de heri nævnte risici.

Underskrift

Dato

Eventuelt firmastempel



hypefactors 
Unlock the business potential of PR