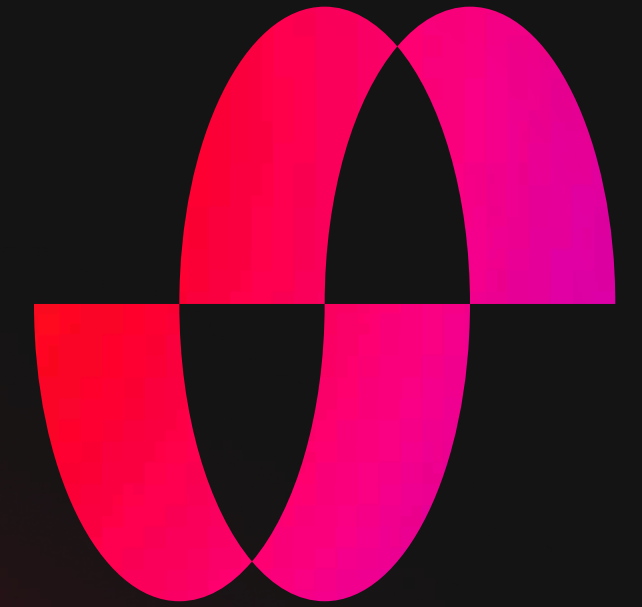
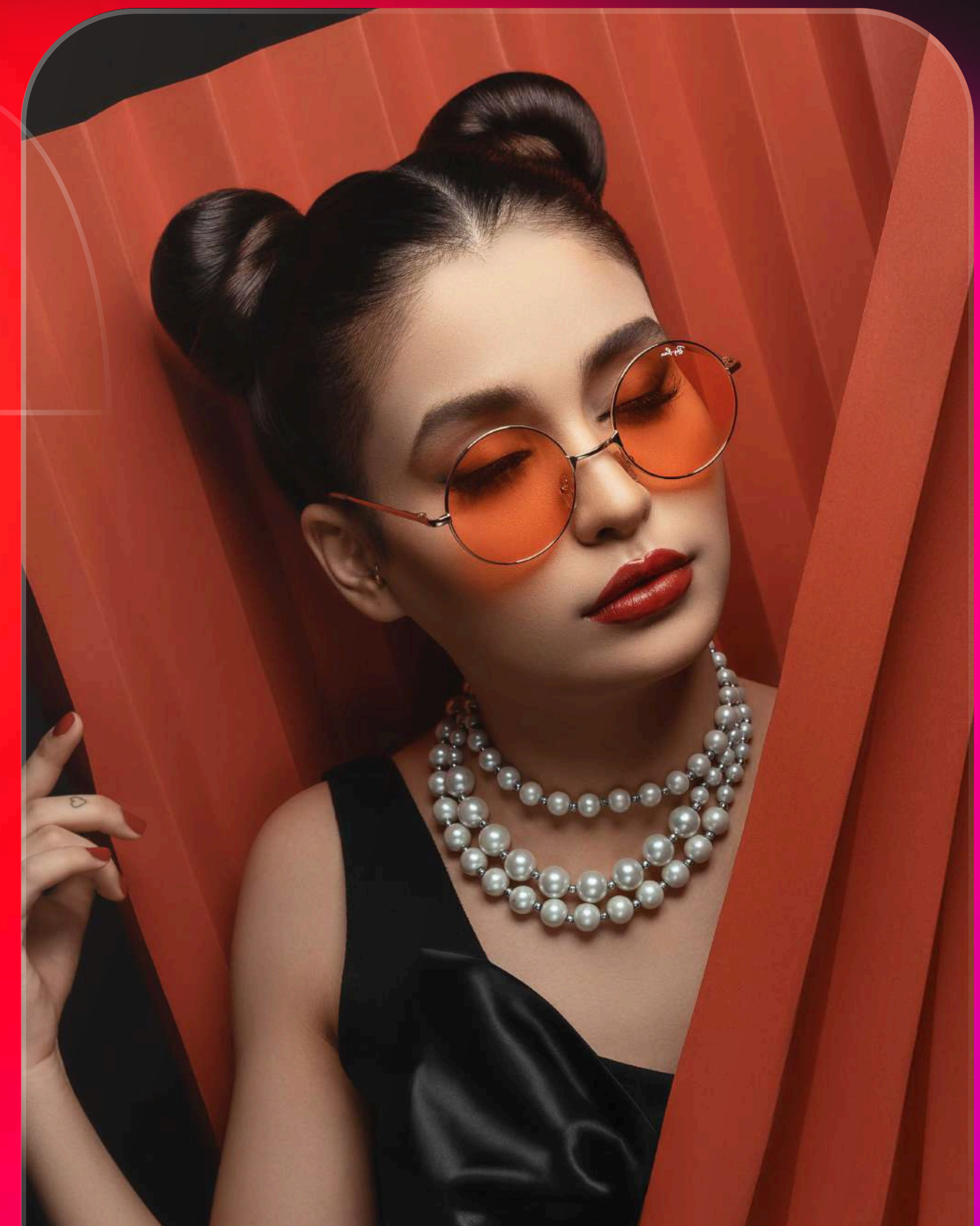
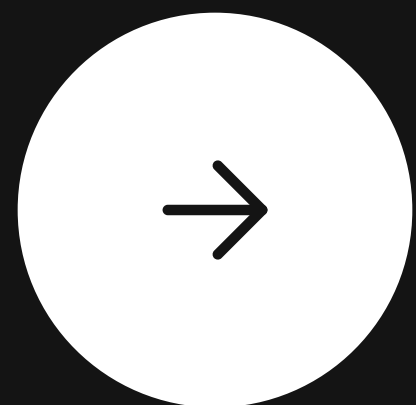


SPYN

V1.0



# VI GÖR DET SVÅRA ENKELT



# Vår Mission

Vårt mission är att göra det enklare att få tillgång till content från olika plattformar (sociala medier, nyhetskällor etc.).

&

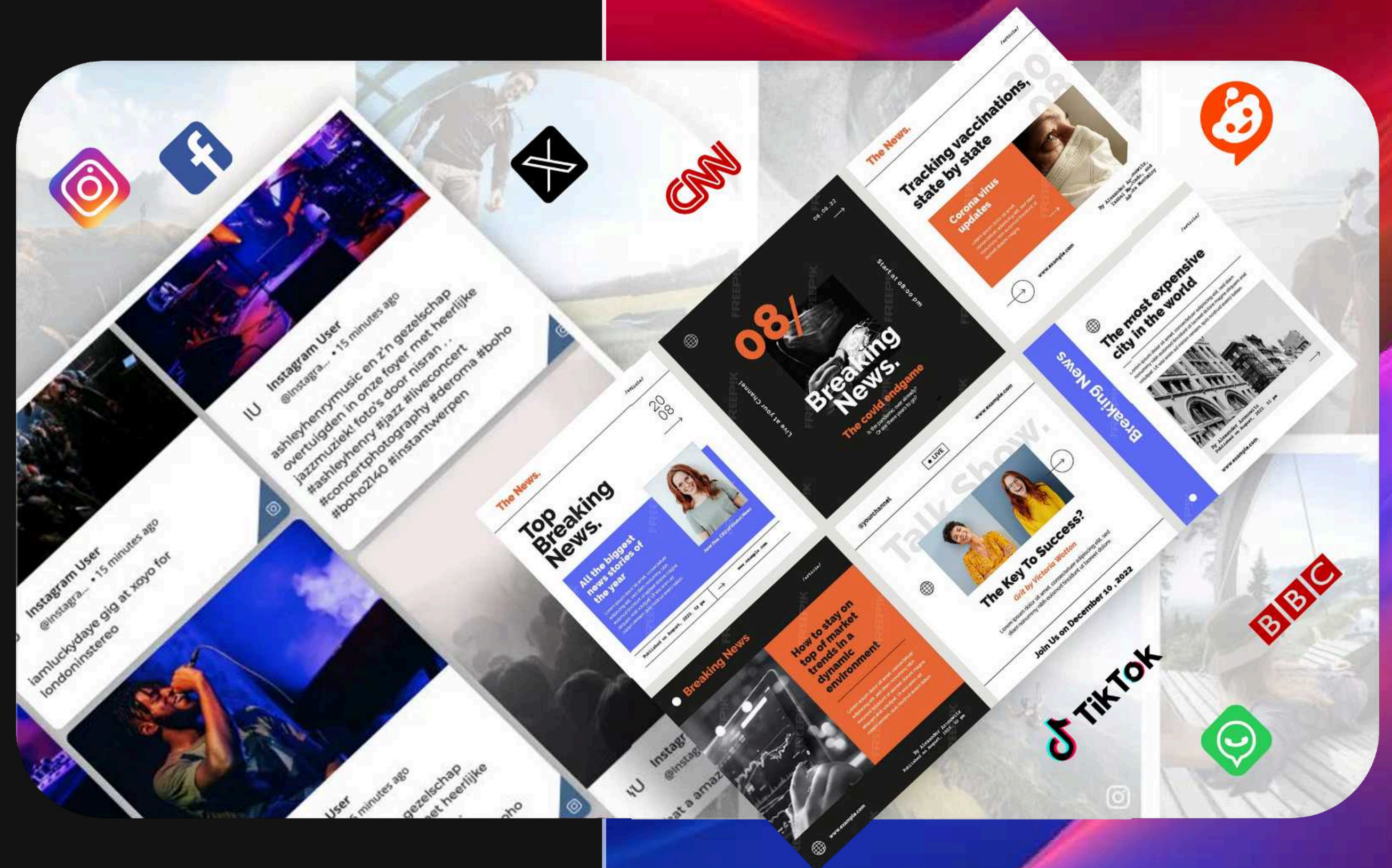
Att förenkla processen att hitta, boka, beställa och köpa produkter och tjänster utan att behöva växla mellan appar. Dessutom att koppla samman befintliga och framtida affärsmodeller.



# Samla allt content i ett flöde

Vi tjänar pengar på digitala annonser som visas bland inlägg från sociala medier, nyhetssajter, bloggar och chattar.

Att samla allt i ett flöde gör att man, istället för att använda flera olika appar, nu kan få samma content genom att använda endast en app.



# Ett ekosystem för annonsering

De som vill tjäna pengar på annonsering erbjuder sina tomma annonseringsytor genom stora portaler som hanterar både köp och sälj.

Annonsörerna förskottsbetalar och annonserna visas fram till dess att förskottsbetalningen har använts. Därefter får de som sålt annonseringsytan betalt.

Exakt på detta vis tjänar vi pengar på annonsering.





# Vår Resa

Vår resa började med att samla content från sociala medier i ett flöde, kategoriserat efter ämnen, och det kallade vi för sociala tidningar. Vi har varit lönsamma sedan vi lanserade vår första sociala tidning i 2018.

# AI förändrade världen **för evigt**

I oktober 2022 gjorde Microsofts VD Satya Nadella det klart att AI skulle förändra världen permanent.

I februari 2023 inledde vi ett samarbete med Microsoft som resulterade i en treårig plan som med användning av AI skulle ta bolaget in på den mest växande marknaden, social commerce.

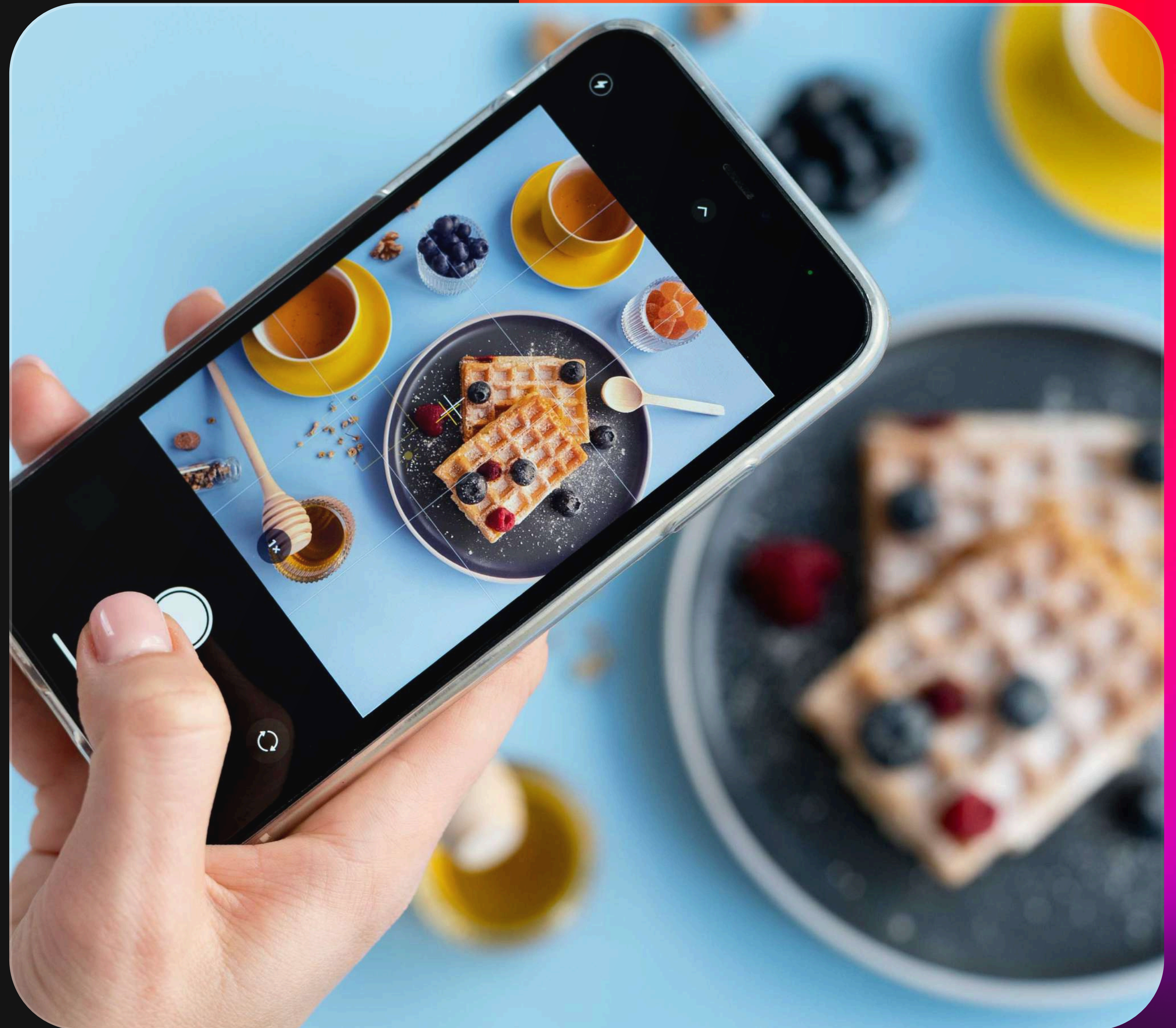
Tack vare AI har mjukvara och affärsmodeller utvecklats 5 till 10 gånger snabbare under de senaste två åren än de gjorde under de föregående två decennierna, vilket fundamentalt har omformat innovationslandskapet i en aldrig tidigare skådad takt.



# Få rätt Content

Sociala medier, nyheter, bloggar och chattar anpassat efter just dina intressen.

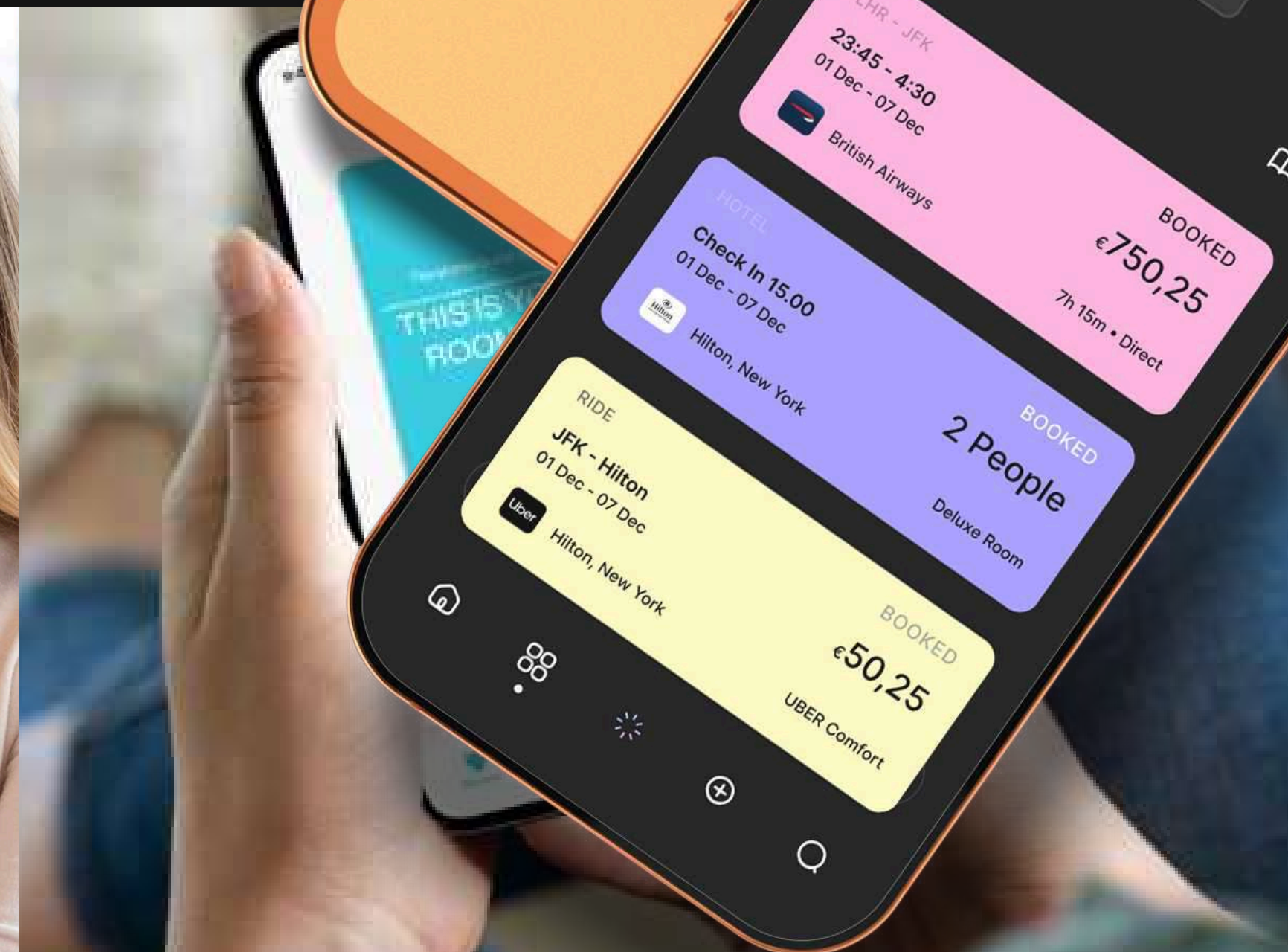
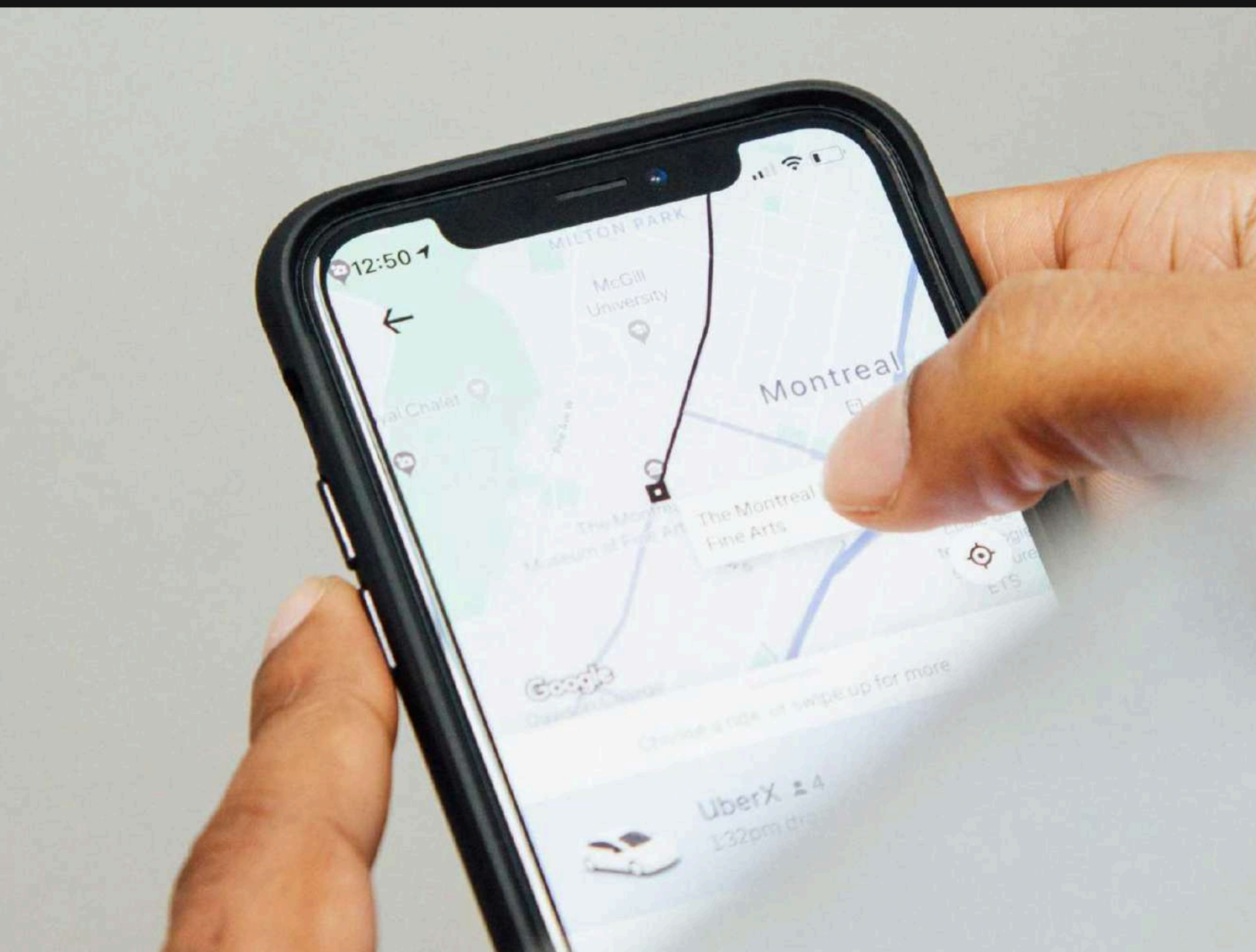
Skapa dagböcker som uppdateras automatiskt dygnet runt med content anpassat efter dina intressen. Gör dina dagböcker offentliga och dela dem med andra eller ett fåtal utvalda, eller håll dem helt privata.



# Enklaste Reseplaneringen

Boka och köp resor tillsammans var du än är!

Skapa kompletta resplaner för dig själv eller tillsammans med andra, inklusive bokning och betalning, och få detaljerade resplaner.



# Underhållning och mat

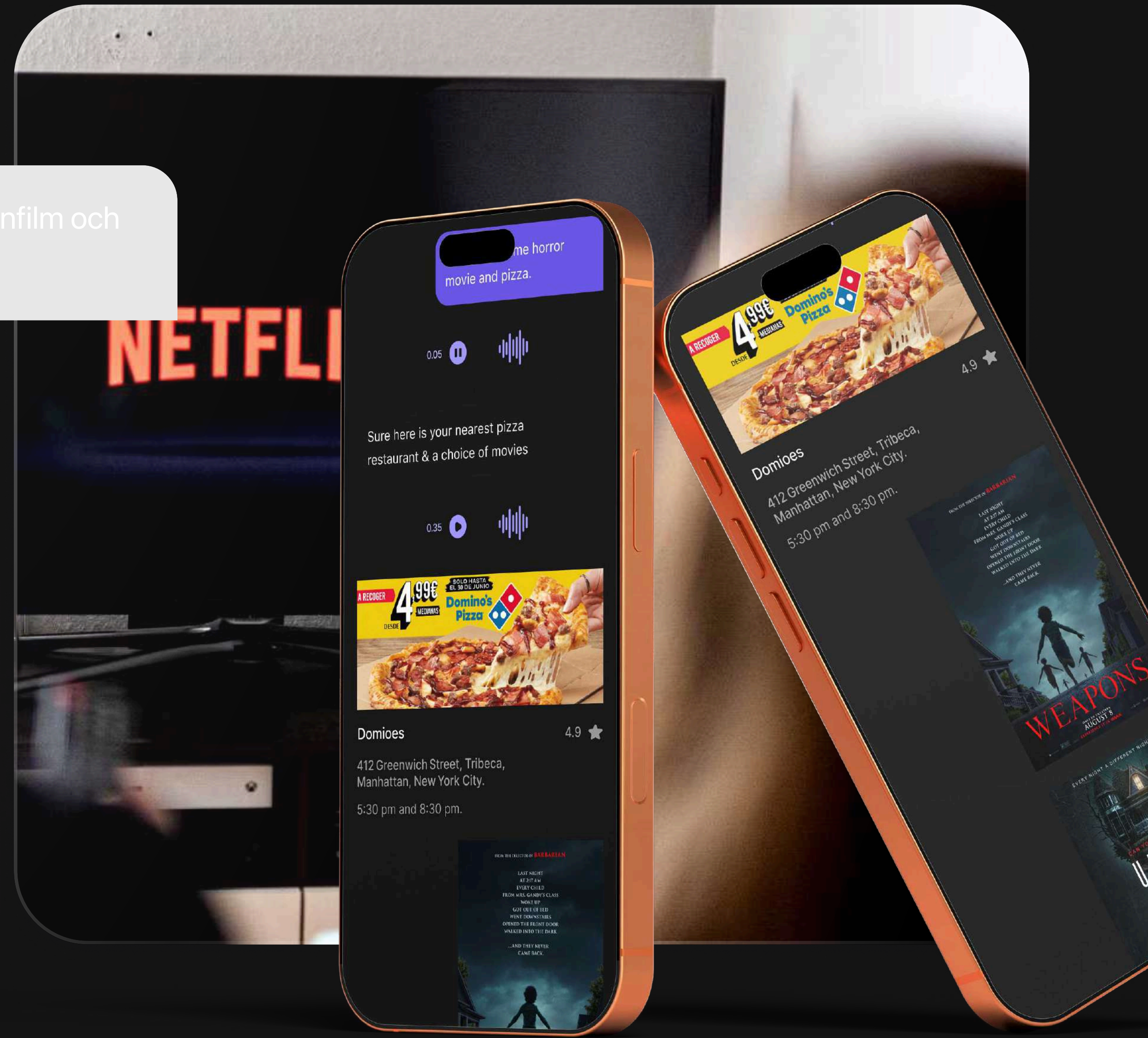
Välj din film och få mat levererad på nolltid!

Sök efter valfri film och få tillgång till en mängd olika alternativ för att köpa eller hyra på flera kanaler. Om filmen redan ingår i en av dina nuvarande prenumerationer klickar du bara för att spela. Dessutom kan du beställa mat och dryck som levereras direkt till din dörr.

0.05



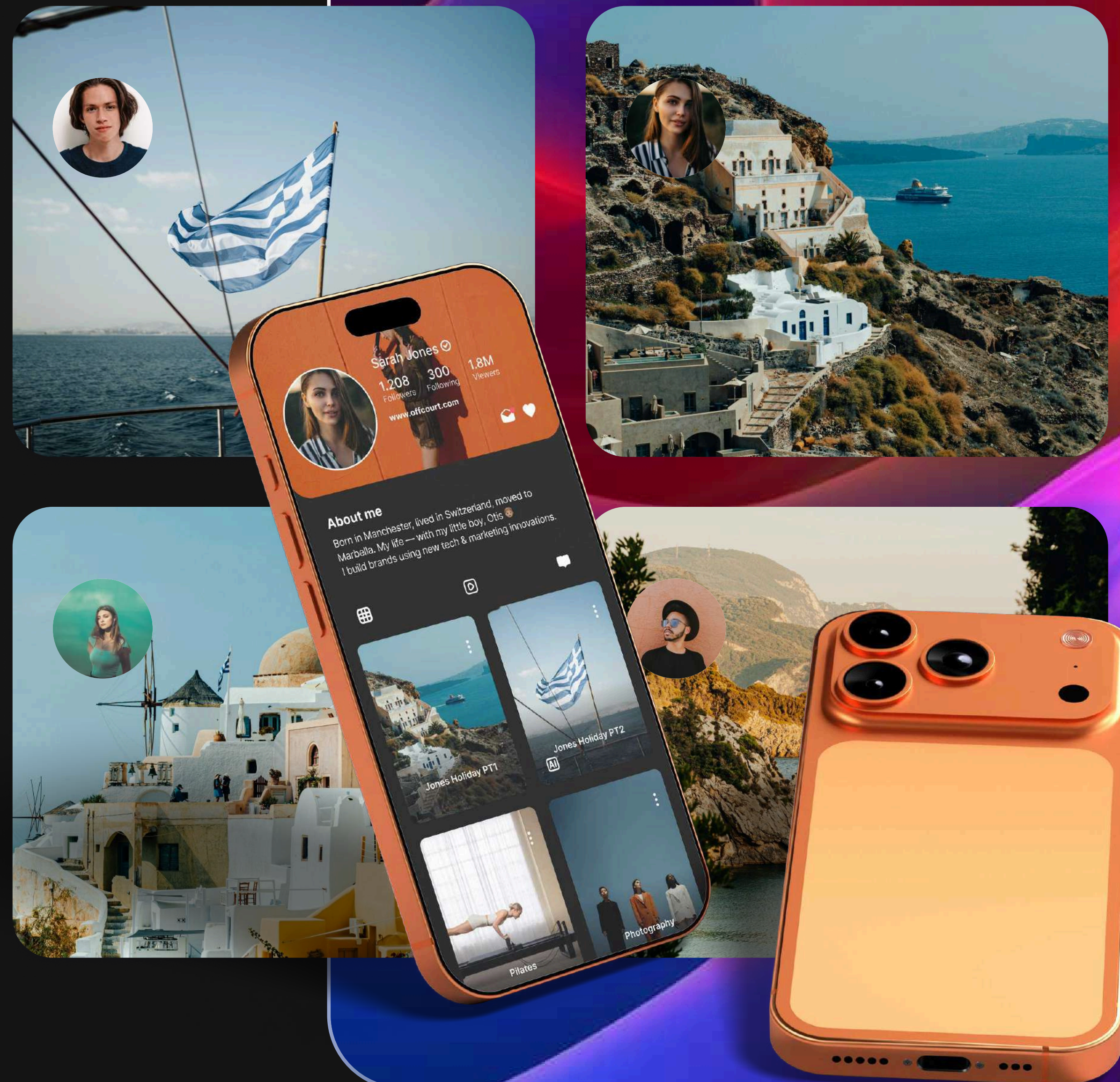
Kan du hitta en actionfilm och en pizza åt mig?



# Skapa tillsammans och dela i realtid

Följ en grupp där alla skapar content tillsammans.

Det har aldrig varit enklare att skapa content tillsammans – i realtid – dela enkelt och skapa minnen tillsammans med andra.



# Interaktivt content: Utforska en ny värld

Zooma in och upptäck var du kan köpa, lär dig mer eller skapa ditt eget content

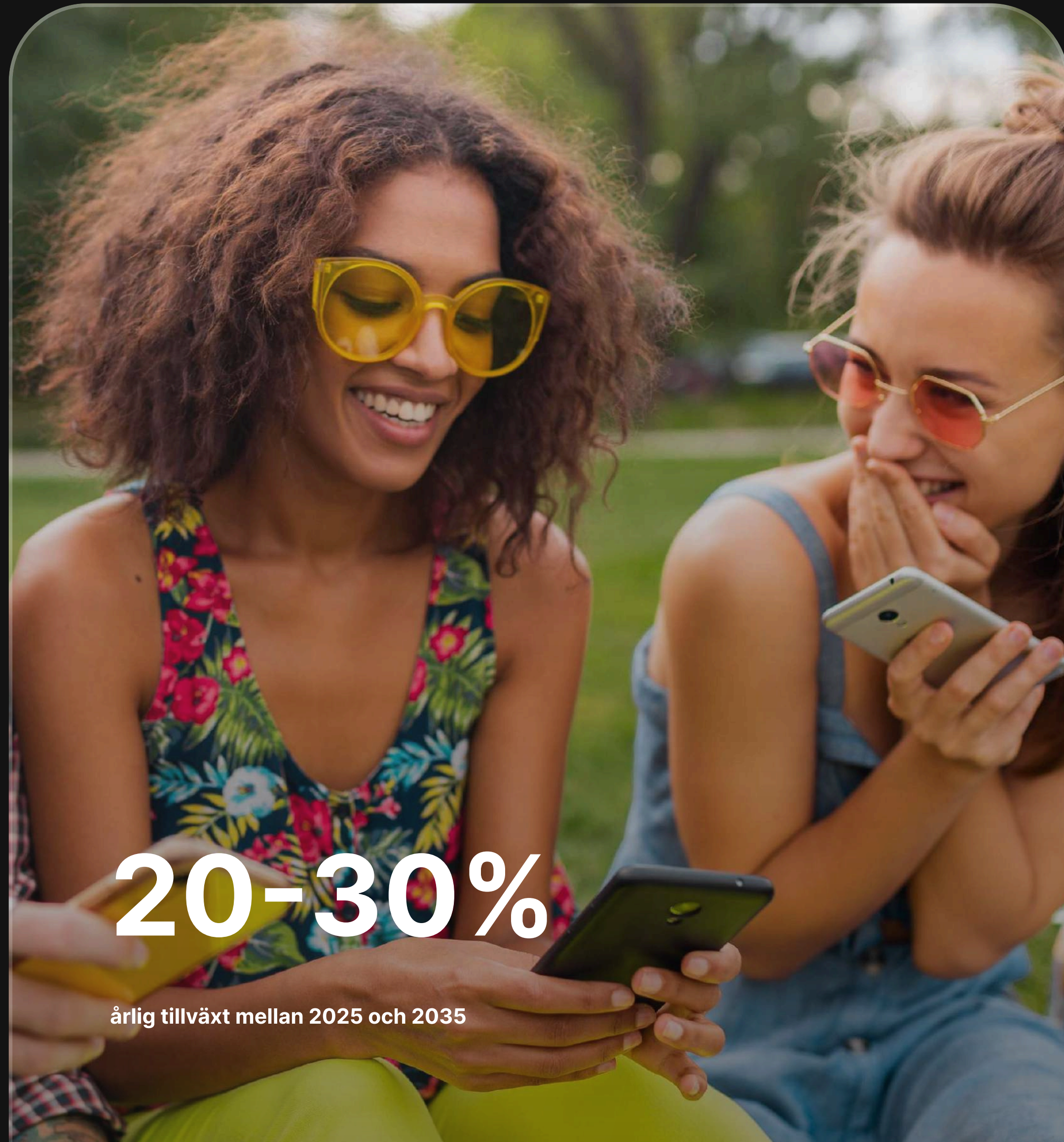
Få tillgång till interaktivt content – direkt i flödet. Zooma in på foton eller videor, upptäck var du kan köpa det du ser, få ytterligare information eller skapa content baserat på det du ser.

# Två affärsmodeller som blir till en

Tack vare ny teknik kommer digital annonsering att utvecklas från att bara visa bilder och videor med länkar till att låta användare zooma in på allt innehåll – inlägg på sociala medier, nyhetsartiklar med mera – och handla direkt från det de ser.

Detta skifte, kallat köpbart innehåll (**Shoppable Content**), går från förbetalda annonser till en prestationsbaserad modell där man tjänar provision på försäljningen. Övergången kommer att ske under de kommande 3 till 5 åren.





# 20-30%

årlig tillväxt mellan 2025 och 2035

## Marknaden växer **extremt**

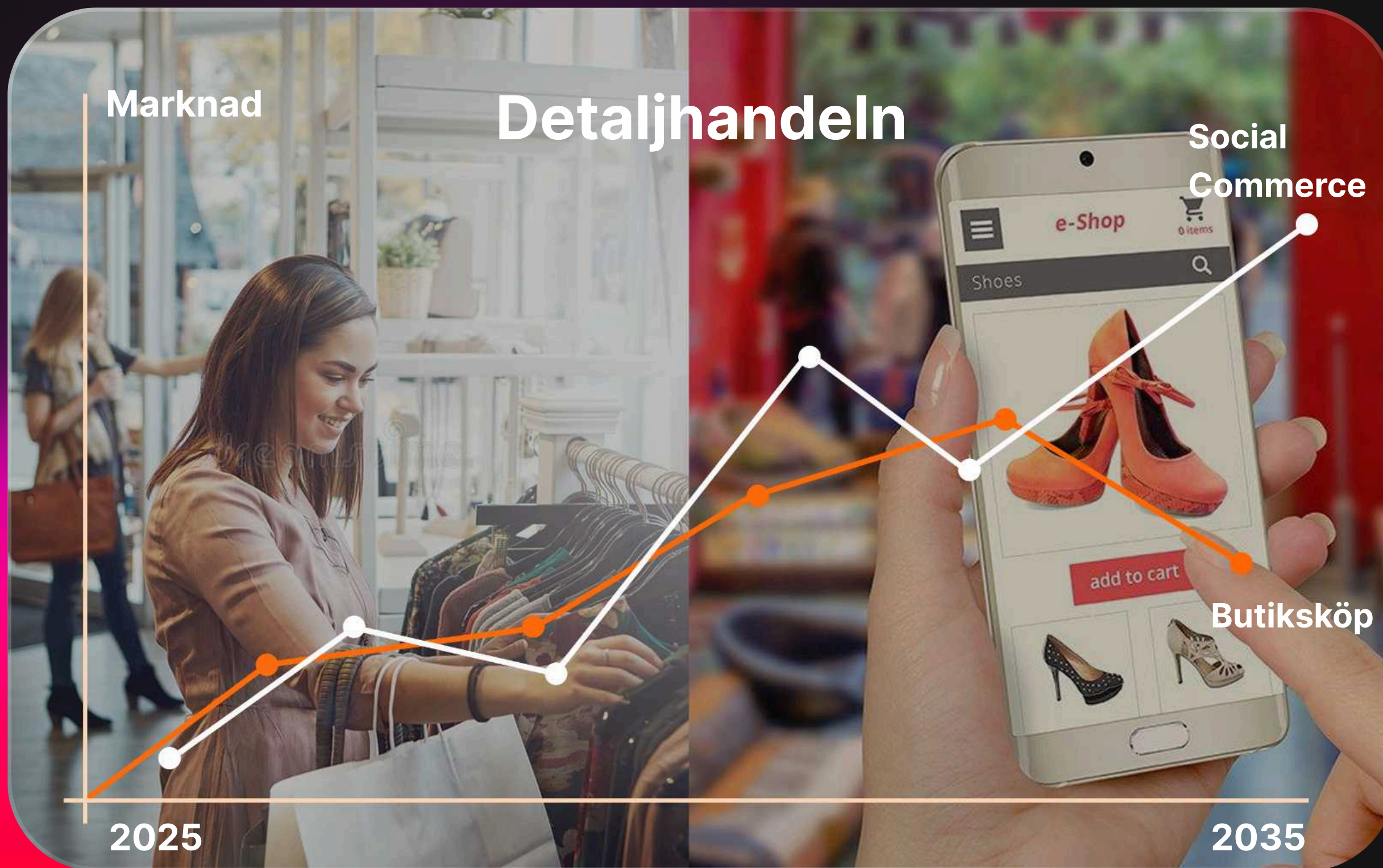
Marknaden förväntas växa med 20–30 % per år från 2025 till 2035. Anledningen är att digital annonsering fram till nu främst bestod av klickbara annonser som leder användare till webbplatser och genererar intäkter genom förbetalda annonsavgifter.

Nu kommer vi även att generera intäkter genom provisioner på totala köp. Det är den nya eran av digital annonsering, och det kallas Social Commerce och innehåller Shoppable Content.

# Tech-giganterna vill ha en stor del av detaljhandeln

Detaljhandeln är ca 100 gånger större än annonsering, och därför vill tech-giganterna även tjäna på onlineköpen.

Social Commerce förväntas år 2035 utgöra 50% av detaljhandeln, medan fysiska butiksinköp under samma period förväntas minska med upp till 40%.





# I Q4/2026 har vi uppnått vår mission

Under Q4 2026 kommer vi att lansera en ny serie AI-baserade funktioner som gör det möjligt för användare att kategorisera content efter sina intressen – från sociala medier, nyhetsleverantörer, bloggar och chattar.

Dessutom kommer användare att kunna göra det som vanligtvis kräver 15–25 olika appar i en enda app, och vi kommer att generera intäkter från dessa funktioner.

# Vad vi uppnått

När vi lanserar vår nya funktionalitet har vi lyckats leverera vad marknaden kommer att efterfråga under de kommande 10 åren, och vi har säkrat nya intäktsströmmar.

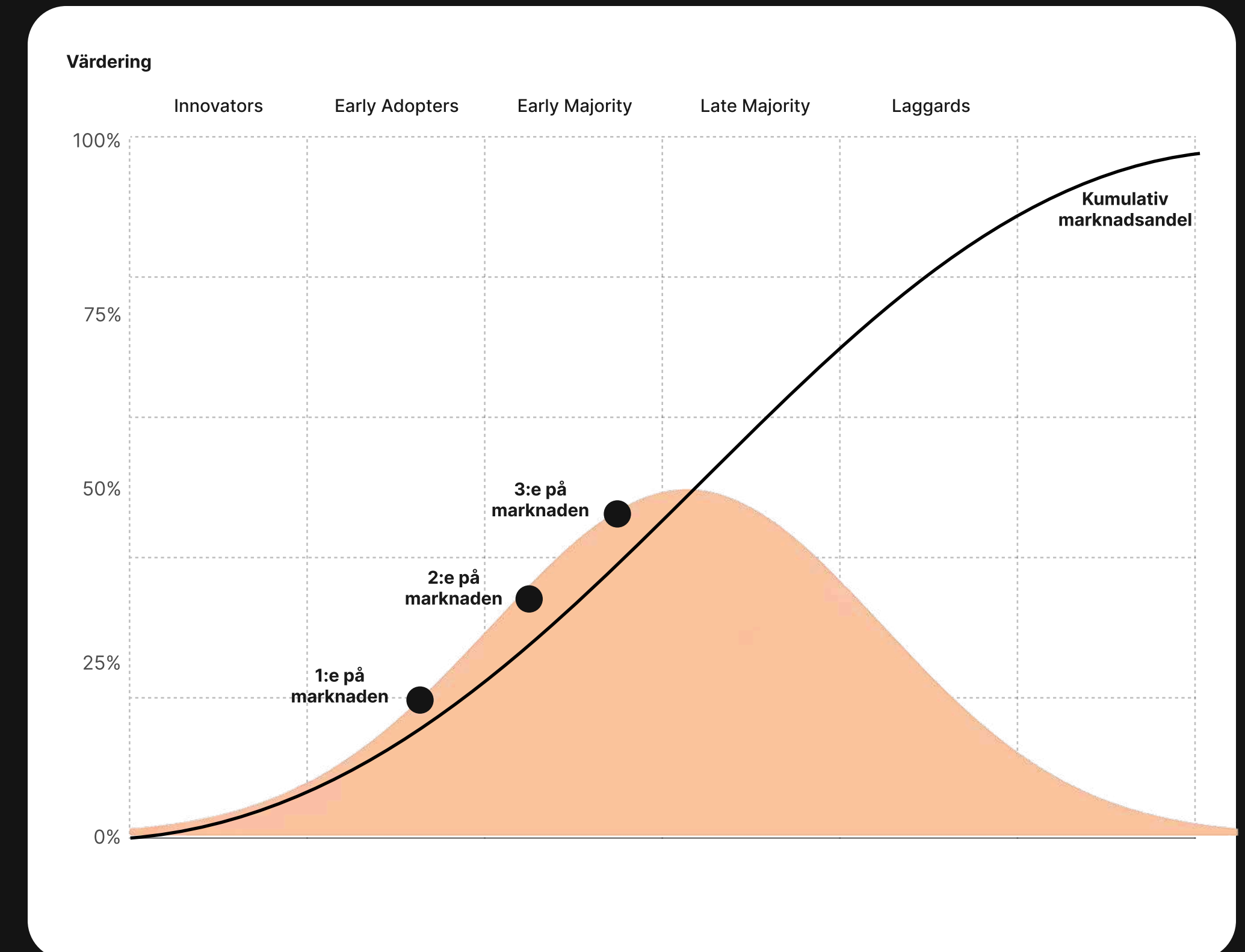


# Därför väntar tech-giganterna

## Industriell logik

Stora företag väntar vanligtvis tills ett litet, innovativt företag utvecklar något som tar tre gånger så lång tid för jättarna att utveckla på grund av deras interna byråkrati.

Vi har inget emot att vara först på marknaden, men vi skulle föredra att vara tvåa eller trea. När det första stora företaget introducerar det vi har, tvingas konkurrenterna att anamma detsamma, vilket får priserna att gå upp.



# Marknaden

En potential på mer än 200 000 miljarder kronor

Mellan 2023 och 2025 har Social Commerce har ökat från 1 000 miljarder kr till 2 000 miljarder kr.

**50.0%**

TILLVÄXT



Social Commerce har en prognostiserad tillväxt mellan 2025 och 2030 på mellan:

**40–100 000** Mdkr

FRÅN 2025 TILL 2030



Social Commerce kommer att ACCELERERA med en CARG på:

**20%-30%**

FRÅN 2025 TILL 2030



Social Commerce har en prognostiserad tillväxt mellan 2025 och 2030 på mellan:

**80–200 000** Mdkr

FRÅN 2030 TILL 2035



# Dessa är våra partners

Att ta in content från flera olika plattformar och ha en intäktstrategi med flera kanaler innebär att vi samarbetar med många olika företag, bland annat med:

## Tech & IT-Infrastruktur Partners



## Social Commerces Partners

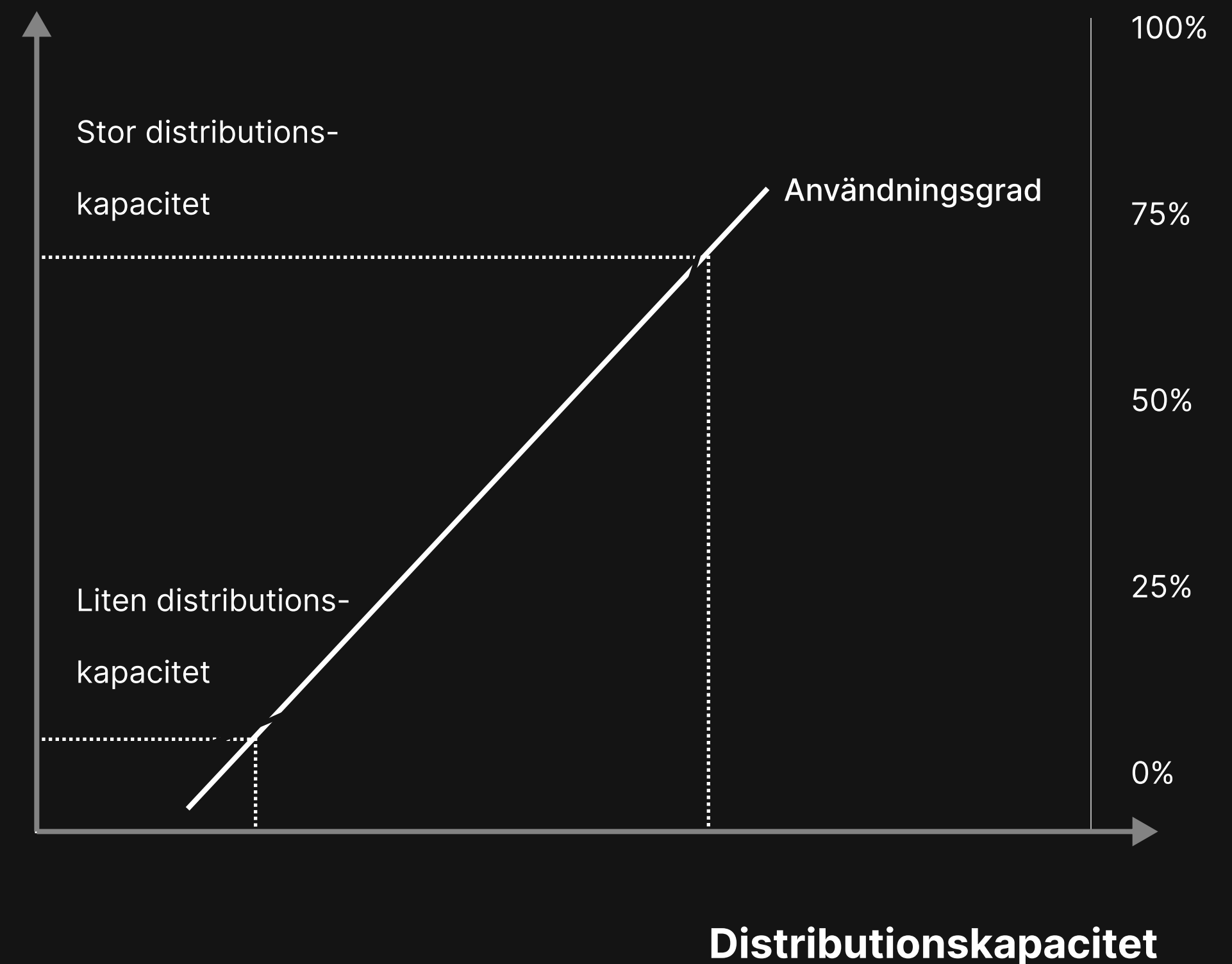


# Så här värderas teknik

Det är vanligtvis mer lönsamt att sälja teknologi jämfört med bolag, eftersom dess värde baseras på den inkomst den genererar för köparen.

Exempel: Om Meta Group skulle köpa teknik, och endast 5 % av dess användare skulle använda den, med ett genomsnitt på två transaktioner per månad till ett värde av 150 SEK per transaktion, och Meta tjänar en provision på 2,6 %, så skulle värdet av tekniken, genom att beräkna ett tillbakadiskonterat kassaflöde över fem år med en årlig tillväxttakt på 15 % och en diskonteringsränta på 10 %. Värdet av vår teknologi skulle med detta exempel vara cirka 70 miljarder kronor.

## Värdering av teknologi



# Exit Processen

Vår investmentbank, UBS, har lagt fram en tydlig plan för hur vi ska ta oss till exit.

Den kapital som nu tas in kommer att användas för att ta fram det material och den dokumentation som krävs för att UBS ska kunna säkra 75 miljoner euro (800 miljoner kronor), vilka enbart kommer att användas för att marknadsföra vår plattform. Syftet med detta är att UBS ska utnyttja den uppmärksamhet som marknadsföringen genererar för att initiera en budprocess bland intresserade parter.

"Bieffekten" av marknadsföringen kommer att ge en betydande ökning av bolagets intäkter, vilket bevisar teknikens förmåga att hantera en extrem tillväxt.



Förbereder bolagen inför exitprocessen



En global marknadsföringskampanj



Ökad intjäning och resultat

# Finansiell historik och prognos

**Bolaget har uppvisat tvåsiffrig tillväxt samtidigt som det bibehåller en hög EBITDA**

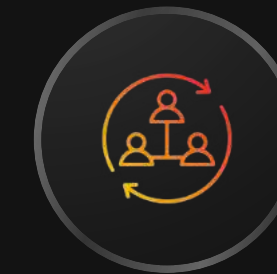
Värderingen är 8,42 miljarder kronor och baseras på den angivna prognostiserade finansiella utvecklingen.

Vår investmentbank, UBS, rekommenderar att endast teknologin säljs, inte hela företaget, eftersom värderingsprinciperna för teknikbaserade tillgångsaffärer förväntas vara betydligt högre än vid försäljning baserat på företagets övergripande finansiella resultat.



| EUR                    | R2024             | B2025             | B2026             | B2027              | B2028              | B2029              |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Revenue</b>         | <b>18,359,781</b> | <b>27,981,226</b> | <b>51,991,206</b> | <b>127,619,637</b> | <b>183,087,809</b> | <b>229,778,081</b> |
| Growth Rate (64% AVR ) | 29%               | 52%               | 86%               | 145%               | 43%                | 26%                |
| Opex                   | 7,184,290         | 12,084,225        | 30,412,299        | 75,772,594         | 109,111,419        | 134,822,170        |
| <b>EBITDA</b>          | <b>11,175,491</b> | <b>15,897,001</b> | <b>21,578,977</b> | <b>51,897,043</b>  | <b>73,976,390</b>  | <b>94,955,911</b>  |
| EBITDA Ratio           | 61%               | 57%               | 42%               | 41%                | 40%                | 41%                |

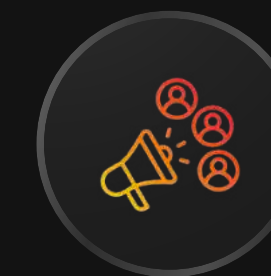
# The Management Team



**Johan Kaltenbrunner**  
CEO & Chief Financial Officer



**Thomas Segato**  
Chief Vision Officer



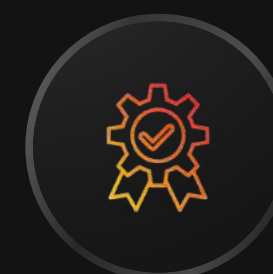
**Daniel Maker**  
Global Marketing Director



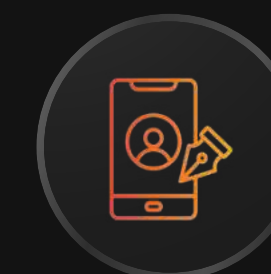
**Ali Masood**  
Chief Technical Officer



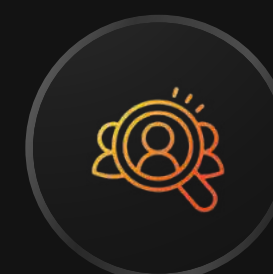
**Earl Badua**  
Testing Director



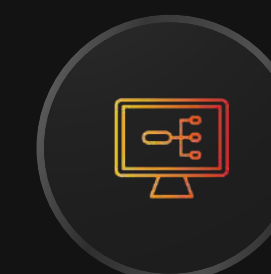
**Mikkel Nygård**  
Quality Assurance Director



**Sonny Brahma**  
Chief Designer & UI Director



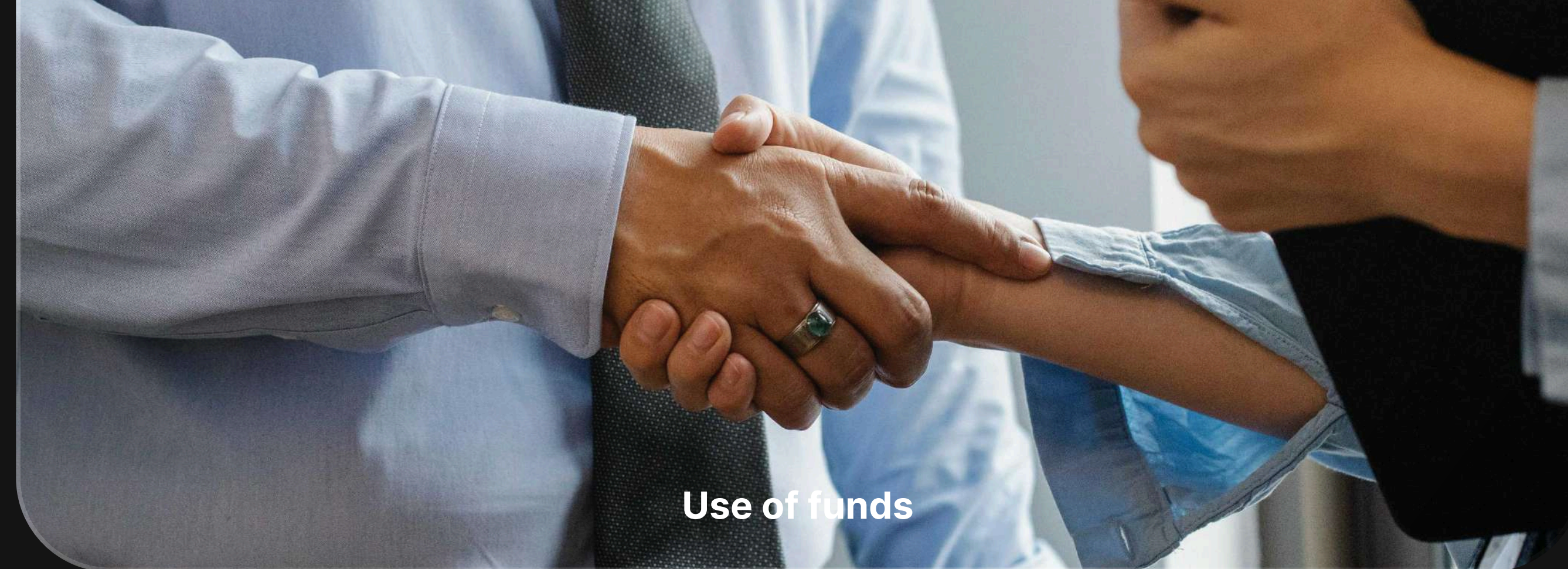
**Vicky Thumsen**  
Recruitment Director



**Umair Macsood**  
UX Director

# Förberedelserna inför exit

Under de kommande 12 månaderna kommer vi att fokusera på att förbereda oss för exitprocessen med UBS.



**Emission av nya aktier:** Värde 10 miljoner euro före slutet av maj 2026.

**Syfte:** Förbereda företaget för den planerade exitprocessen.

## Övergripande aktiviteter:

- Utveckla en global affärs- och marknadsplan för att stödja den globala marknadsföringsstrategin.
- Etablera ett datarum.
- Ta fram en Vendor Due Diligence (VDD) Rapport.
- Inhämta expertbedömningar.
- Identifiera köparlandskapet.

**50%-60%**

### Förberedelser inför exitprocessen

Förberedelser inför den planerade försäljningen av plattformen.

Verifiering av IP-rättigheter, funktionalitet, säkerhet, skalbarhet samt migrering av data.

Låt oberoende experter genomföra en analys av tech-stacken och ta fram en Vendor Due Diligence (VDD)-rapport.

**30%-40%**

### Marknadsföring & Affärsutveckling

Anlita ledande experter för att genomföra en global marknadsundersökning.

Utveckla en global affärs- och marknadsföringsplan med rådgivning från industriexperter med spjutspetskompetens.

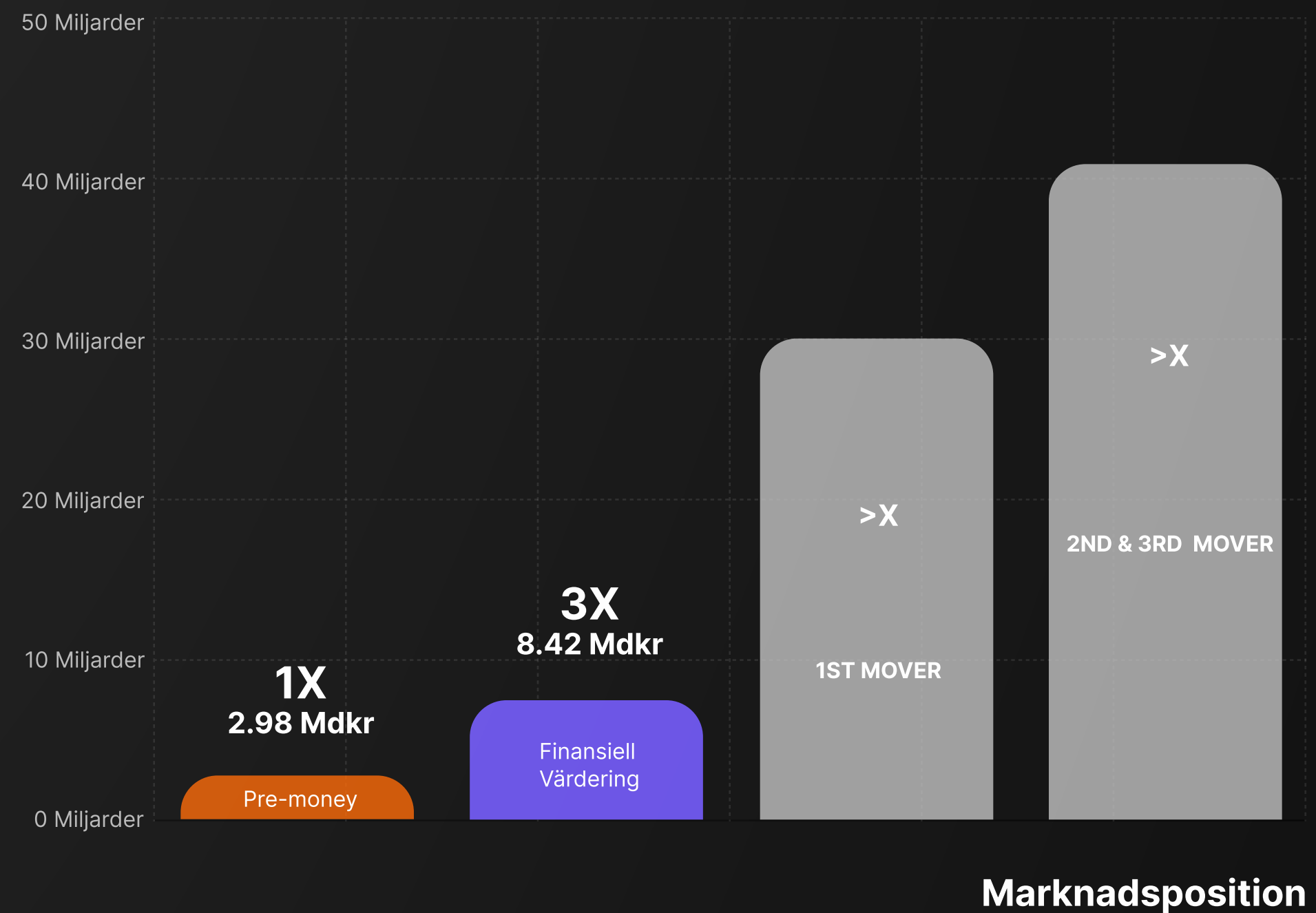
**5%-10%**

### Administration & Kontroll

Projektledning och administration.

Juridisk och teknisk analys och kontroll.

SEK



# Investerings- översikt

Det finns två investeringsfönster: Tranch 1, på 5 miljoner euro, öppen till och med den 28 februari 2026, och Tranch 2, också 5 miljoner euro, tillgänglig från 1 mars till 31 maj 2026.

Nya aktier emitteras till 258 SEK, vilket ger en värdering (pre-money) på 2,98 miljarder SEK och företagsvärderingen ligger på 8,42 miljarder SEK.

**Tack  
för din tid**

