

Kompletterande
information i
samband med
listningen på
Nasdaq First
North

8 december 2017

*Godkänt av styrelsen i
Scout Gaming Group*

Verksamhetsbeskrivning

Bolaget är primärt en B2B-leverantör av FS- och DFS-lösningar till speloperatörer, mediabolag och idrottsförbund. Bolaget erbjuder en komplett lösning med allt ifrån statistik och prissättning till fullt integrerade plattformslösningar som möjliggör för kunden att leverera en konkurrenskraftig DFS-upplevelse. Bolaget bedriver också i begränsad omfattning en B2C-verksamhet, vilket betyder att Scout Gaming även agerar speloperatör. Detta gör Bolaget för att kunna marknadsföra sina DFS-lösningar mot potentiella B2B-kunder och för att testa nya produktidéer. B2C-verksamheten har också bidragit till B2B-verksamheten genom att tillföra fler spelare (dvs slutanvändare) i det "poolade" nätverk för B2B-kunder som Bolaget har lanserat. Vidare kan Bolagets innehavda B2C-licenser erbjudas B2B-kunder, mer om det nedan.

Mot bakgrund av ledningens gedigna erfarenhet från media, teknik och onlinespel har Bolaget utvecklat flertalet tilläggsprodukter som kan integreras med kundens övriga produktbudanden och således öka kundens intjäning och lojalitet från slutanvändaren. Bolaget har sin DFS-lösning live hos ett flertal kunder och har ingått ytterligare avtal om framtida DFS-lösningar med kunder. Kunderna består av internationella speloperatörer, stora lokala mediabolag samt andra bolag med stora databaser inom området eller med kopplingar till nationella idrottsförbund.

Historia

2013

Koncernen grundades 2013 och har sedan dess utvecklat en DFS-lösning fokuserad på den europeiska marknaden.

Mot bakgrund av Bolagets fokus att utveckla en marknadsledande produkt med tillhörande tjänster, har Koncernen inledningsvis testat produkten mot marknaden under sitt egna varumärke, vilket skedde genom sajten WoofBet.

2014

Scout Ltd erhöll B2C onlinespellicens från MGA på Malta.

Scout Ltd lanserar sin plattform under varumärket WoofBet.

2015

Scout Ltd erhöll B2C onlinespellicens för U.K.

Scout Ltd bytte namn på sitt varumärke för B2C till Fanteam från WoofBet.

Koncernen lanserade den uppdaterade plattformen helt baserad på webbkomponenter.

Första spelomgången som baserades på data från Koncernens egna statistikcenter avslutades.

2016

I början av 2016 stod Koncernen redo att erbjuda sin lösning till externa kunder med en ny plattform utvecklad

för B2B. Detta görs med den bakgrund och lärdomar man erhållit från sin B2C bakgrund.

Kort därefter signerade Global IT Development AS, nuvarande Scout Gaming Tech AS ett beta-kontrakt med statliga spelföretaget Norsk Tipping om att leverera en fullt integrerad DFS-lösning under fotbolls-EM 2016.

Under hösten 2016 signerade Scout Ltd kontrakt med den statliga åländska speloperatören PAF om att leverera en fullt integrerad DFS-lösning.

Scout AS förvärvade Gekko Invest AS samt Global IT Development AS, numera Scout Gaming Tech AS.

2017

I samband med lanseringen av vårt avtal med PAF (B2B) fick Bolaget mycket uppmärksamhet under branschmässan ICE i London, där flertalet artiklar publicerades i ledande branschpublikationer.

Under sommaren 2017 ny-bildas Scout Gaming Group AB som ett led i att skapa en svensk koncernmoder inför en kommande listning. Scout Gaming Group AB genomförde därefter en apportemission riktad till samtliga aktieägare i Scout AS varmed aktieägarna i Scout AS apportionerade in samtliga aktier i Scout AS i utbyte mot aktier i Scout Gaming Group AB. Scout Gaming Group AB blev i samband med apportemissionen Koncernens moderbolag. I anslutning till apportemissionen köpte samtliga befintliga aktieägare sin pro-rata-andel av det ursprungliga svenska aktiebolaget, samt genomfördes det en nyemission där alla aktieägare deltog pro-rata för att uppnå kraven för ett publikt aktiebolag om minst 500 000 kronor i aktiekapital.

Scout Ltd beviljades en Controlled Skill Games Supply License på Malta. En B2B licens.

I augusti 2017 gick Koncernen live med sin första externa kund, Bonnier broadcasting, och har sedan dess gått live med ytterligare ett antal kunder.

Under 2016-2017 har Koncernen ingått avtal med:

- Norsk Tipping
- TR Media (Guldstallet)
- European Fantasy League Ltd
- Bethard Group Ltd
- Tv2 Norge
- Xpert Eleven
- Bonnier Broadcasting – CMORE
- PAF (Peningautomatföreningen Åland)
- Betsson Goup Ltd

Verksamhet

Koncernen har huvudkontor i Sverige, teknikutveckling i Norge och operations på Malta och i Ukraina. I Norge är Koncernens teknikavdelning lokaliserad, där produktutveckling utförs. I Ukraina har Koncernen ingen legal enhet utan driver genom kontrakterade konsulter en utvecklingsavdelning samt en avdelning för statistik och datainsamling. Insamling av data och statistik ligger till grund för de liveuppdateringar och prissättningar som Bolaget levererar till sina kunder. I Stockholm har Bolaget sitt huvudkontor med uppgift att förvalta sina dotterbolag. På Malta finns marknad, försäljning, underhåll, support och administration. För att hantera en kraftigt växande kundbas har Koncernen under 2016-2017 gjort stora investeringar i organisationen och produkten. Bolagets mål om att vara den ledande leverantören av DFS-lösningar inom premiumsegmentet ställer stora krav på kvalitet och leveranssäkerhet, vilket Bolaget nu anser finnas på plats för att fortsätta en kraftig expansionsfas.

Affärsmodell B2B

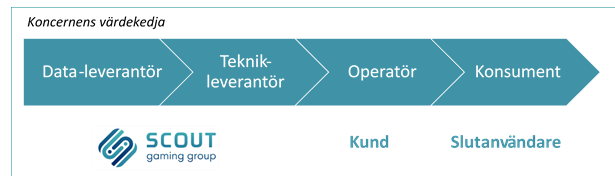
Bolagets affärsmodell är att utveckla, underhålla och leverera DFS-lösningar till speloperatörer, mediabolag och idrottsförbund. Dessa marknadsför i sin tur lösningarna till sina slutanvändare. Slut användarna är konsumenter som spelar på operatörernas hemsidor. Koncernen erbjuder kunderna en komplett spelplattform med tillhörande tjänster som förenklat innebär att kunderna, utan egen produkt- eller teknikutveckling, kan erbjuda sina slutanvändare en DFS-upplevelse som är helt kundanpassad och uppfattas som kundens egen lösning till slutanvändarna. Som tillhörande tjänster levererar Koncernen också data för prissättning och live-uppdatering. Därutöver erbjuder Koncernen CRM- och supporttjänster, vilket innebär att kunderna i vissa fall bara hanterar marknadsföring. I de fall som kunden behöver en lokal licens för att verka på en speciell marknad så erbjuder Koncernen en licenslösning för utvalda europeiska länder. Kontrakten mellan Koncernen och dess kunder baseras delvis på kundens intäktmodell från slutanvändaren samt vilka tillägsprodukter som slutanvändaren har tillgång till.

Koncernens intäkter består av rörliga intäkter, fasta intäkter och uppstartsavgifter.

- Rörliga intäkter är provision som baseras på en procentuell andel av operatörens nettoomsättning. Operatörens nettoomsättning genereras från en rörlig avgift, även kallad "rake", som baseras på den totala insatsen från operatörens kunder. Vidare genereras rörliga intäkter från Koncernens tilläggsapplikation "Betflex" som fungerar som ett korsförsäljningsverktyg mellan kundens eller tredje parts DFS-lösning och vadhållning ("sportsbetting"). Den rörliga avgiften tas ut som en procentuell andel på kundens eller tredje parts nettovinst från sin vadhållning. Givet att DFS primärt är ett poolspel så är operatörens

nettoomsättning relativt stabil, vilket betyder att Koncernens provision aldrig kan vara negativ.

- Fasta intäkter består av flertalet serviceerbjudanden exempelvis support, data för specifika sporter eller ligor samt tillägsprodukter och applikationer som har anpassats till kunden. För kunder som inte erbjuder slutanvändare spel om pengar erbjuder Koncernen en fast månadsavgift. I ett led att minska risken har Koncernen i vissa fall infört en minimumavgift, vilket betyder att ersättningen från kunden aldrig kan understiga en viss nivå. Denna avgift dras sedan av mot den rörliga ersättningen.
- Uppstartsavgift utgår i samband med att Koncernen har integrerat en färdig plattformlösning, vilket vanligtvis tar cirka 6-8 veckor från det att avtalet är signerat och integrationen har påbörjats.



Egen statistik

Koncernen behandlar statistik i egen regi och är således inte beroende av en tredjeparts leverantör för prissättning, liveuppdateringar och data.

Egen teknik

Koncernen utvecklar och underhåller DFS-lösningar och applikationer till operatörer. Dessa lösningar är anpassade till varje enskild operatör för att ge slutanvändarna en så bra DFS-upplevelse som möjligt. Kunder till Koncernen får tillgång till ett modernt användargränssnitt som är fullt responsiv för dator och mobil, avancerad prissättning baserad på Koncernens egna algoritmer för datainsamling och fullservicelösningar som inkluderar support, CRM, betallösningar samt riskhantering.

Kunden

Kunden har en marknadsföringsdriven affärsmodell där kunden fokuserar på att rekrytera slutanvändare, behålla dem genom kundorienterade aktiviteter för att sedermera skapa en lojal kundbas. Speloperatörer använder sin egen licens medan mediabolag och idrottsförbund kan använda sig av Koncernens licenser eller är utan licens om detta inte krävs i den aktuella jurisdiktionen.

Styrkor & Konkurrensfördelar

Bolaget tror sig ha uppnått ett flertal styrkor och konkurrensfördelar för att dra nytta av den förväntade framtida tillväxten för DFS-lösningar. Dessa inkluderar:

Renodlat fokus på B2B

Sedan Bolaget kontrakterade sin första externa kund har Bolaget haft ett renodlat fokus på B2B och löpande investerat alla resurser för att säkerställa en marknadsledande produkt. Koncernen var också en av de första leverantörerna av DFS-lösningar som lyckades knyta till sig en tier-1 operatör¹ och har därmed fått ett erkännande om att leverera en konkurrenskraftig DFS-lösning. För att kunna leverera en spelplattform till reglerade speloperatörer på olika marknader krävs det att plattformen redan från början är byggd på ett sätt som klarar både befintliga och framtida krav från licensgivande myndigheter. Koncernens plattform är byggd för att möta de krav som en framtida marknad samt den omreglerande trenden runt om i Europa och världen kommer att ställa.

B2C verksamhet

Bolaget bedriver en B2C-verksamhet av flera skäl. Dels har det visat sig vara en framgångsrik säljstrategi att visa upp B2C-verksamheten "live" för potentiella B2B-kunder och dels har det varit viktigt för Bolaget att kunna testa nya funktioner och tjänster som Bolaget sedermera kunnat erbjuda i sin B2B-verksamhet. Bolaget har också använt sin B2C-verksamhet till att bidra med likviditet fler spelare i det "poolade" nätverk som bolaget har lanserat för vissa av sina B2B-kunder. Att äga en B2C-verksamhet med tillhörande inneha B2C-licenser kan också möjliggöra för vissa typer av B2B-kunder att snabbt starta en verksamhet. Detta görs då via så kallade "white label-avtal" där avsikten är att kunden arbetar med marknadsföring och Bolaget opererar verksamheten med stöd av sin B2C-licens. tillhandahåller systemstöd och spel-licens för B2C. Med tiden avser Bolaget att fasa ut B2C-verksamheten till fördel för B2B-verksamheten.

Affärsmodellen inom B2C bygger på rörliga intäkter från den Rake som baseras på den totala insatsen från slutanvändarna.

Produkt och tjänster

Produkten är byggd genom att använda det senaste inom webbt teknologi. Detta gör Koncernens plattform anpassningsbar och flexibel och således effektiv att integrera hos dess kunder. Detta är viktigt då kunderna oftast har en gedigen utrullningsplan med spel från underleverantörer som ska integreras. Genom användandet av den senaste teknologin skapas möjligheter för att bygga nya applikationer och innovation för att leverera högsta kundnytta. Koncernen har valt att producera egen data för prissättning och liveuppdatering. Detta ger Koncernen möjligheten att leverera lokala spel och sporter till kunden som får stora fördelar på lokala marknader och ökar möjligheten att attrahera fler slutanvändare både lokalt och internationellt.

Fler kunder bildar ett attraktivt nätverk

Till följd av att Koncernen utökar sitt kundnätverk växer den adresserbara marknaden för slutanvändare. Detta innebär att Koncernen får en högre aktivitet och fler deltagare i dess poolspel vilket leder till en högre likviditet och således till större prissummor. Bolaget anser att detta är en viktig konkurrensfördel eftersom det skapar en attraktivare produkt för speloperatörerna som delar nätverk.

Erfaren ledningsgrupp med bred bakgrund inom onlinespel och media

Delar av Koncernen grundades 2013 av dess nuvarande CPO och COO. Bolaget har sedan dess expanderat sin ledningsgrupp och har tagit in en ny CEO respektive CFO med betydande kunskap och erfarenhet från spelbranschen respektive finansbranschen. Detta har i Bolagets mening legat till grund för den kraftiga expansionen under det senaste året. Stora delar av Bolagets ledningsgrupp samt styrelse äger en betydande andel aktier i Bolaget och har därmed tydliga incitament att driva Bolaget till nästa nivå.

Produkt

Koncernens produktportfölj sträcker sig från enskilda spelmoduler till fullt integrerade DFS-lösningar, och hanterar hela värdekedjan från datainsamling till en färdig B2B-lösning. Systemet är skapat med hjälp av det senaste inom webbt teknologi som möjliggör en enkel integration med existerande system oavsett vilken teknologi som tidigare har använts. Detta minskar utvecklings- och integrationstiden drastiskt och möjliggör för Koncernen att leverera fullt kundanpassade produkter inom samma tidsram som det tidigare tog att leverera en standardiserad kundlösning. Detta möjliggör för kunderna att differentiera sig, utöka affärsmöjligheterna för DFS och således optimera intäkter, dra nytta av nya marknadsföringskanaler samt förbättra kundförvärv och lojalitet. Koncernen avser att fortsätta investera betydande resurser för att vidareutveckla Koncernens produkt samt dess produktutbud. Koncernens existerande produktportfölj inkluderar nedan.

DFS-plattform

En fullt integrerad DFS-lösning bestående av fristående servrar som hanterar olika delar av spelplattformen. Baserat på kundens preferens integreras mjukvaran hos kunden eller så hostas tjänsten av Koncernen.

Spelsystemet

Spelsystemet hanterar spellogiken där lagberäkning, poängsättning och regler som avgränsar spelets utformning. Exempelvis anpassas poängsättningen utefter kundens önskemål och olika kunder kan således använda olika poängsystem som ett led i att differentiera sig på marknaden.

¹ Med tier-1 avses speloperatör med stark lokal marknadsnärvaro.

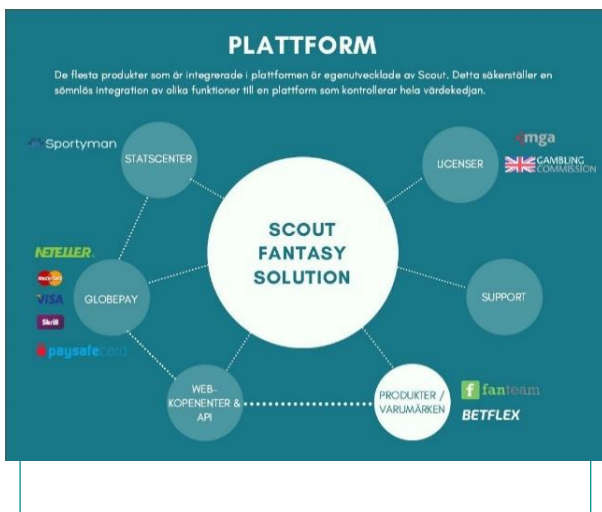
Front-endsystemet och design

Front-endsystemet tillhandahåller front-endlösningarna och sammankopplar alla servrar till den front-end som slutanvändaren upplever. Alla begränsade aktiviteter som utförs skickas till spelsystemet som sedermera kontaktar kontosystemet, antingen Koncernens eller kundernas lösning, som tillåter eller avisar användarnas aktiviteter.

Koncernens kundunika front-endlösningar tas vanligtvis fram tillsammans med kunden för att optimera känslan av operatörens produkt. Därutöver har Koncernen en standardiserad lösning som med minimala resurser kan levereras på kort tid.

Kontosystemet

Koncernens kontosystem, Globepay hanterar slutanvändarnas plånbok och övervakar deras insättningar respektive uttag. Därutöver sköter den transaktionsförfrågningar som relaterar till inköp och deltagande i olika turneringsformat. I de fall kunden har en befintlig miljö med ett eget kontosystem hanterar Globepay endast transaktionsförfrågningar som sedan kommuniceras till kundens kontosystem.



Statistiksystemet

Statistiksystemet behandlar gränssnittet för prissättning och statistik som behandlas i olika algoritmer. Data som extraheras ur systemet skickas till spelsystemet för beräkning och poängsättning samt live-uppdatering i olika sporter.

Statistikcenter

Koncernen levererar statistik och data från sitt eget statistikcenter som är baserat i Ukraina. Detta gör att Koncernen snabbt kan leverera nya sporter och ligor och lokalt anpassa sitt erbjudande mot kund. Vidare kan Koncernen tack vare detta skräddarsy spelformer, regler och prissättning utefter kundens efterfrågan. Koncernens kunder täcker idag in bl.a. 20+ fotbollsligor, 5+ ishockeyligor, basket, golf, cykel och häst. Utbudet växer ständigt och baserat på kundförfrågningar prioriteras vissa sporter.

CRM och riskhantering

Koncernens risk- och CRM-system servrar kunden med alla de krav och behov som kan förväntas av en ledande plattformslieferantör och är enkel att integrera mot kundens egna CRM- och Business intelligence-system.

Produktinnovation

Bolaget har ett starkt fokus på produktinnovation och arbetar ständigt med nya applikationer och produkter för att fortsätta stärka Bolagets ställning på marknaden. Koncernens produktgrupp har en nära relation till kunderna och följer noga marknadsutvecklingen för nya idéer och förbättringar. Processen från idé till produkt lansering innehåller; betatestning, användartestning samt test i betaproduktion före leverans.

Strategi

Bolaget avser att ytterligare stärka sin position på DFS-marknaden i Europa och har identifierat flera strategiskt viktiga aktiviteter som syftar till att dra nytta av Bolagets styrkor och konkurrensfördelar. Bolagets fyra fokusområden som anses kritiska för att uppnå Bolagets högt ställda mål uppnås genom:

- Välutvecklad försäljningsstrategi
- Hög kundoptimering
- Spetskompetens inom sport
- Produkt- och teknikutveckling som präglas av innovation och enkelhet i distributionen

Försäljning

Bolaget ser en stor potential i att bli en ledande leverantör av DFS-lösningar mot statligt ägda spelbolag som har en betydande andel av marknaden inom sportspel och en god relation lokalt med de stora mediabolagen och idrottsförbunden. Statligt ägda spelbolag lägger stort fokus på att leverera spelformer som når den breda massan och skapar ett socialt engagemang för dess slutanvändare. Dessa kunder har en nära relation med lokala idrottsorganisationer vilket är en viktig distributionskanal. Bolagen emellan har också en stark relation vilket skapar förutsättningar för att bolagen gör gemensamma satsningar och således får ut Koncernens lösning till fler slutanvändare. Vidare avser Bolaget att intensifiera sitt fokus på marknader som står inför en avreglering, vilket förväntas leda till att såväl fler kunder som slutanvändare utforskar onlinespel. Tänkbara kunder i en sådan omgivning är media- och marknadsföringsbolag som sitter på väsentliga tillgångar inom trafikgenerering och relation till sport. Vanligtvis har dessa kunder ingen bakgrund av att operera onlinespel och fokuserar således på produkter som passar bra in i deras rapportering och redaktionella profil. Bolaget är övertygade om att DFS är en passande instegsprodukt för denna typ av kund mot bakgrund av de drivkrafter som nämndes i under *Affärsmodell*.

Kundoptimering

Bolagets utveckling är till en hög grad beroende av dess kunders framgång och hur de lyckas locka och behålla

slutanvändare i deras DFS-erbjudande. Bolaget arbetar dedikerat med individuell och lokal anpassning för att kunderna ska lyckas så bra som möjligt med deras satsning på DFS. Koncernen distribuerar ett flertal alternativ för detta, exempelvis specifika turneringar, olika utbildningsprogram samt nätverksbaserade garantier som erbjuder slutanvändare högre prissummor och likviditet. Vanligtvis tenderar kunder som investerat mer i deras produkt att satsa mer i marknadsföring vilket oftast leder till fler slutanvändare. I de fall Koncernen levererar sin DFS-lösning till kunder som inte erbjuder slutanvändare spel om pengar finns tilläggsprodukter som ökar kundernas intjäning vilket är beskrivet under *Affärsmodell*.

Spetskompetens inom sport

Att data och analys som ligger bakom prissättning av spelare och lag är av högsta kvalitet anser Bolaget vara avgörande för att leverera en marknadsledande DFS-lösning. Koncernen har därför investerat väsentliga resurser i programvara och personal för att säkerställa att Koncernen erbjuder högkvalitativa tjänster med korrekt och snabb data. För att ytterligare stärka sitt erbjudande utser Koncernen ansvarig personal inom respektive sport, vilket skapar en hög grad av leveranssäkerhet och möjliggör för Koncernen att erbjuda fler event.

Produktutveckling

Som beskrivits ovan har en stor del av Koncernens investeringar gjorts i produktutveckling. Detta har varit en av grunderna till att Koncernens kunder har uppskattat Koncernens produkt. Utöver plattformen har Koncernen utvecklat ett flertal applikationer som både bidrar till ökade intäkter men som också är till hjälp för konsumenten och således ökar konverteringar av slutanvändare från marknadsföring. Koncernen har som uppgift att fortsätta att vara innovativa och utvecklingsdrivna i dess produktutveckling för att säkerställa kunders framgång inom DFS.

Licenser

Till följd av att Koncernen levererar lösningar till kunder, på olika lokala marknader med olika krav på licenser, som både har och inte har egen licens för onlinespel möter Koncernen olika licensfrågeställningar. Det finns olika situationer som kräver olika förfaranden runt licenser; i vissa fall levererar Koncernen sin lösning till kunder där den lokala lagstiftningen betraktar produkten som ett skicklighetsspel och inte kräver någon licens. När lösningen levereras till en kund på en marknad där lagstiftningen kräver att kunden har en licens utnyttjar Koncernen antingen sin egen B2B-licens på marknaden eller så nyttjas kundens egen licens. Om kunden inte har en egen licens för onlinespel kan kunden erbjudas att använda Koncernens skill-gaming licens för B2C-erbjudande genom ett så kallat White-label-avtal. I vissa länder behöver inte B2B-leverantörer inneha någon specifik licens eller certifiering för att leverera sin lösning till sina kunder. Koncernens licenser på Malta täcker i dagsläget behovet för majoriteten av de europeiska länderna. Koncernen har fokuserat mycket tid och resurser

på att utvärdera respektive marknad och vart Koncernen ska inneha en viss licens. Koncernen avser att införskaffa licens för de marknader som krävs för att tillfredsställa sina kunder. Koncernen innehar idag licenser på Malta och i Storbritannien.

Koncernen är således beroende av licenser i fall där den lokala lagstiftningen så kräver.

Bolagets licenser omfattar möjligheten att bedriva (B2C) och leverera (B2B) licensierat spel från Malta med utfärdade licenser från Malta Gaming Authority samt bedriva spel (B2C) i UK med utfärdad licens från UK Gambling Commission. Licenserna på Malta är så kallade Skillgaming licenser och ger Bolaget möjligheten att operera och leverera det som klassas som skicklighetsspel. Licenserna i UK är en så kallad poolbetting-licens. De spel som Bolaget bedriver och levererar till Bolagets kunder klassas både som ett skicklighetsspel samt ett poolbetting-spel. Därav har olika jurisdiktioner olika licensering på de spel Bolaget levererar.

Bolagets innehavda licenser ger Bolaget möjlighet att operera och leverera spel till sina kunder i ett stort antal länder i Europa. Det ska också klargöras att Bolaget eller Bolagets kunder i vissa fall inte behöver någon licens för att leverera eller operera spel. Detta beror på att vissa marknader inte anser att Fantasy Sports är ett spel som kräver licensiering. Det kan också vara så att spelet kan levereras och utformas på ett sätt som gör att spelet inte kräver någon licensiering, som exempelvis när Bolaget levererade säsongslånga spel till CMORE i Sverige där spelet, av svenska lotteri-lagen, klassas som ett skicklighetsspel eller tävling. I vissa fall krävs ingen spellicens av Bolaget då det endast är kundens ansvar att inneha en licens för att operera spel, vilket var fallet för leveransen till Norsk Tipping. I dessa fall är således inte Bolaget beroende av någon licens. Dock kan lagstiftningen komma att förändras runt både spelets utformning och i vissa jurisdiktioner eller olika typer av kunder.

Se nedan för en genomgång av bolagen i koncernen, en överblick av organisationsstrukturen, dess verksamheter och vilka bolag som innehar spel-licenser samt vilka spel-licenser som används, eller om det inte används några spel-licenser för leverans och operation av spel, samt vilka kunder de respektive bolagen har :

Scout Gaming Group AB:

Bolaget är koncernmoder och holdingbolag. Innehar inga spel-licenser och opererar inte spel och levererar inte spel till några kunder.

Scout AS:

Före detta koncernmoder och verksamheten är att vara nuvarande holdingbolag för Scout Gaming Tech AS, Gekko invest AS och Scout Holding Ltd. Innehar inga spel-licenser, opererar inte spel och levererar inte spel till några kunder.

Scout Gaming Tech AS:

Verksamheten är att utveckla spel och spelplattformar. Innehar inga spel-licenser och opererar inte spel. Har levererat och ingått avtal med Norsk Tipping samt Norsk TV2. Scout Gaming Tech AS har inte behövt någon spel-licens för att leverera dessa spel till dessa kunder

Gekko Invest AS:

Ingen verksamhet, Bolaget innehar rättigheter till en teknisk applikation. Bolaget Innehar inga spel-licenser, opererar inget spel och kommer heller inte att leverera till några kunder.

Scout Holding Ltd:

Verksamheten är holdingbolag för Scout Ltd och Scout & Co Ltd.

Scout Ltd:

Verksamheten består i att sälja och marknadsföra spel B2B samt B2C. Bolaget innehar spel-licenser för B2C skillgaming och B2B skillgaming på Malta samt en B2C poolbetting licens i UK.

B2C licensen används för att bedriva Bolagets eget varumärke, Fanteam. Bolaget har även en inaktiv kund som white-label kund på vår B2C licens på Malta, Xpert 11.

B2B licensen används eller kommer att användas för följande kunder; TR-media, European Fantasy League, Bethard Group och Betsson.Group.

Inga licenser behövs eller används för följande kunder; Bonnier Broadcasting – CMORE samt PAF (Peningautomatföreningen Åland.

Scout & Co Ltd:

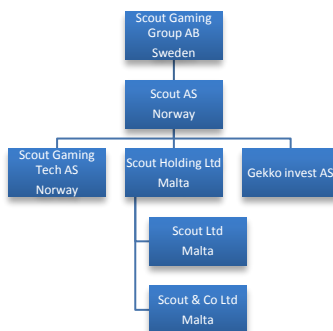
Bolaget är uppsatt för att ta över spel-licenser och verksamheten för B2C. Detta är en process som är pågående. Verksamheten kommer att vara att bedriva spel B2C samt om så blir fallet, ingå white-label avtal utöver det avtal vi idag har med Xpert eleven.

Upprätthållande av licenser

För att upprätthålla sina licenser har Bolaget en s.k. Key Official i sin maltaorganisation. Key Official är bosatt på Malta och har en central roll i Bolagets organisationen där han förutom att vara kontaktperson mot myndigheten (MGA), är ytterst ansvarig för att Bolaget följer relevant lagstiftning samt uppfyller sina regulatoriska åligganden. Det inkluderar inbetalning av spelskatt och avgifter samt att erforderlig rapportering tillhandahålls myndigheten. Key Official ansvarar även för att kontinuerligt säkerställa att Bolaget följer interna processer och rutiner för att vidmakthålla sina licenser. Tillika är Key Official ansvarig för att Bolaget håller av spelare deponerade medel i åtskilda konton. Compliance med tillhörande rapportering som går mot uppfyllnad av våra licenskrav är dessutom en stående punkt på samtliga styrelsemöten i Koncernen.

Organisation

Överblick av organisationsstruktur:



Styrelsens sammansättning

Bolaget verkar aktivt för att bredda styrelsens kompetens och mångfald och kommer inför nästa ordinarie bolagsstämma aktivt verka för att aktieägarna väljer in ytterligare en ledamot i styrelsen som är oberoende i förhållande till bolaget, bolagsledningen och större aktieägare.

Aktiekapital

Scout Gaming Groups aktiekapital kommer efter att nyemissionen har registrerats hos Bolagsverket uppgå till 651 762 kronor, fördelat på 12 383 455 aktier.

Varje aktie har ett kvotvärde om 0,052632 kronor. Aktierna har utfärdats i enlighet med svensk rätt och är denominerade i SEK.

Rörelsekapital

Nyemissionen inbringade brutto 60 MSEK till Scout Gaming Group och emissionskostnaderna uppgick till cirka 6 MSEK. I och med nyemissionen har Scout Gaming Group säkerställt rörelsekapitalbehovet för de närmaste 12 månaderna, vilket har beräknats till cirka 30 MSEK.

Ägarförhållanden

Aktieägare	Antal aktier	% av kapital och röster
Atle Sundal Holding AS	1 578 705	12,7%
Knutsson Holding AB	838 490	6,8%
Novobis AB	838 490	6,8%
Andreas Sundal Holding AS	803 464	6,5%
Daniel Rammeskov	780 824	6,3%
Bjorn Fjellby Holding AS	729 731	5,9%
Marcus Martayan	643 321	5,2%
Proboxit Investment AB	453 962	3,7%
Handelsbanken Fonder AB	435 000	3,5%
John Bäck	432 896	3,5%
Totalt tio största ägarna	7 534 883	60,8%
Övriga befintliga aktieägare	4 848 572	39,2%
Summa	12 383 455	