

CEAB beslutar om företrädesemission

CEAB förbereder internationell expansion och nya verksamhetsområden

Styrelsen i Community Entertainment Svenska AB (publ), beslutade vid styrelsemöte den 31 augusti 2017, med stöd av bolagsstämmans bemyndigande från årsstämman den 28 juni 2017, att genom nyemission av aktier med företräde för Bolagets aktieägare öka Bolagets aktiekapital med högst 2 259 040 kronor genom emission av högst 2 259 040 nya aktier. Emissionskursen är 2 kronor per aktie och vid full teckning tillförs bolaget 4 518 080 kronor före emissionskostnader.

Emissionslikviden kommer att användas för förstärkning av organisationen för en snabbare expansion och nya verksamhetsområden.

Villkoren i korthet:

Aktieägare har företrädesrätt att teckna 1 aktie för varje (1) innehavda aktier på avstämningsdagen den 8 september 2017. **För varje innehavd aktie på avstämningsdagen erhålls en (1) teckningsrätt.**

Teckningskurs är 2 kr per aktie.

Teckningstid mellan 12 september – 26 september 2017.

Sista dag för handel, med rätt till deltagande i emissionen är den 6 september 2017.

.

Första dag för handel utan rätt att delta i emissionen är den 7 september 2017.

Handel i teckningsrätter mellan 12 september och 22 september 2017.

Handel i BTA (betald tecknad aktie) från den 12 september 2017 tills emissionen registrerats hos Bolagsverket.

www.comentab.se

För ytterligare information vänligen kontakta:

Tomas Järnstål
VD Community Entertainment
0736-89 99 15
tomas@comentab.se

Denna information är sådan information som Community Entertainment är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 1 september 2017.

Community Entertainment har utvecklat en IT-plattform och en metod där företag kan skapa egna quizer i kommunikationssyfte. Vi har dessutom skapat en hög kompetens inom innehållsmarknadsföring, gamification och quiz. Syftet är att företag på ett engagerande, underhållande och informativt sätt kan få definierade målgrupper att lära sig mer om produkter och tjänster, presentera information om interna målsättningar eller utbilda medarbetare, nyanställda eller samarbetspartners.

Den standardiserade affärsmodellen bygger dels på licenser, där uppdragsgivaren tecknar ett avtalsbaserat kontrakt i som längst 12 månader och själv administrerar sina kampanjer samt har egen inloggning till vår IT-plattform, och dels på anpassade kampanjer utan tillgång till egen inloggning där vi erbjuder design, utformning och innehåll – även det i upp till 12 månader i taget.