



MAG INTERACTIVE

MAG INTERACTIVE AB (PUBL)
DELÅRSRAPPORT
SEP-MAJ 2021/22

2021/22

DELÅRSRAPPORT SEP—MAJ 2021/22

OM

MAG INTERACTIVE AB (PUBL)

MAG INTERACTIVE ÄR EN LEDANDE MOBILSPELSUTVECKLARE SOM FOKUSERAR PÅ SOCIALA CASUALSPEL. MED PASSIONERADE, KREATIVA TEAM OCH EN DATADRIVEN AFFÄRSMODELL, LEVERERAR MAG SPELUPPLEVELSER I VÄRLDSKLASS TILL MILJONTALS SPELARE VÄRLDEN ÖVER. MAG ÄR EXPERTER PÅ ORDSPEL OCH TRIVIA, MED EN KATALOG AV SPEL SOM QUIZKAMPEN, WORDZEE, PRIMETIME, WORD BUBBLES, WORD MANSION, RUZZLE, WORD DOMINATION OCH WORDBRAIN, SOM TOTALT HAR LADDATS NED ÖVER 350 MILJONER GÅNGER. MAG HAR STUDIOS I STOCKHOLM OCH BRIGHTON OCH NOTERADES 2017 PÅ NASDAQ FIRST NORTH PREMIER GROWTH MARKET MED TICKERN MAGI. FÖR MER INFORMATION BESÖK WWW.MAGINTERACTIVE.COM

PERIODEN MAR TILL MAJ 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 91 162 TSEK (81 381 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 12 % jämfört med samma period föregående år. Kvartalets nettoomsättning inkluderar en intäkt på 14 706 TSEK relaterat till en transferbonus från Applovin. Justerad nettoomsättning är 76 456 TSEK, se not 4
- EBITDA för perioden var 25 631 TSEK (15 252 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 10 965 TSEK (15 409 TSEK) (justerad EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende transferbonus, förvävsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram), se not 4
- Koncernens spelbidrag för perioden var 45 841 TSEK (48 912 TSEK), en minskning med 6 % jämfört med samma period föregående år. Notera att transferbonus inte inkluderas in i spelbidraget, se not 5
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPPDAU) var för perioden 5,8 US cents (5,5 US cents), en ökning med 7 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var 0,38 SEK/aktie (0,05 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 21 589 TSEK (23 323 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 1,5 miljoner respektive 4,3 miljoner under kvartalet, en minskning med 23 % respektive 30 % jämfört med samma period föregående år

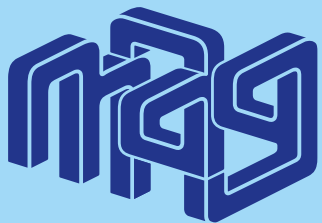
PERIODEN SEP 2021 TILL MAJ 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 237 773 TSEK (216 937 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 10 % jämfört med samma period föregående år. Det senaste kvartalets nettoomsättning inkluderar en intäkt på 14 706 MSEK relaterat till en transferbonus från Applovin. Justerad nettoomsättning är 223 067 TSEK, se not 4
- EBITDA för perioden var 64 305 TSEK (34 874 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 50 685 TSEK (37 079 TSEK) (justerat EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende transferbonus, förvävsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram), se not 4
- Koncernens spelbidrag för perioden var 147 734 TSEK (129 427 TSEK), en ökning med 14 % jämfört med samma period föregående år, se not 5
- Resultat per aktie under perioden var 0,81 SEK/aktie (-0,03 SEK/aktie)

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP 2021 TILL MAJ 2022

- Pusseläventyret Tile Mansion mjuklanserades under april





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET ETT NYTT TILLVÄXTSPEL FÖR MAG

2021/22

Byte av annonsplattform bidrog till rekordomsättning

Det här kvartalet såg vi en extraordinär intäkt på 15 MSEK relaterat till en transferbonus i samband med ett byte till en ny annonsplattform. Justerat för denna bonus var kvartalets nettoomsättning 76 MSEK - i nivå med föregående kvartal - vilket är en minskning med 6% jämfört med samma kvartal föregående år. Förändringen kan främst härledas till Word Mansion som hade ett starkt Q3 2021 med höga investeringar i User Acquisition (UA) och även hög försäljning. Omsättningen under kvartalet var förstärkt av en stark USD jämfört med föregående år.

Ser vi på den totala omsättningen för Q3 kan vi konstatera att vi når den högsta kvartalsomsättningen sedan bolagets grundande 2010. Omsättningen i Q3 nådde 91 MSEK och EBITDA för perioden var 26 MSEK.

Vi ser transferbonusen som ett kvitto på det betydande värdet av vår användarbas och det annonsutrymme som genereras i våra spel. Framåt är vi inte låsta till att använda den nya plattformen utan denna engångsbonus betalades ut som ett incitament för oss att flytta våra största produkter dit. Den prestanda vi sett sedan flytten vad gäller annonsintäkter per spelare har varit samma eller bättre jämfört med den plattform vi tidigare använde oss av.

Tile Mansion går mot global lansering

Det är med glädje vi kan meddela att Tile Mansion nu är redo för att gå mot en global lansering. Tusentals spelare är redan aktiva på daglig basis och spelet genererar för närvarande runt 4% av våra totala dagliga intäkter. Prestanda på UA för Tile Mansion är bra och vi ämnar att fortsätta att accelerera våra investeringar i UA medan vi adderar mer innehåll och uppdateringar i spelet under kommande veckor och månader. Redan i dagsläget är det det spel som har högst genomsnittlig intäkt per dagligt aktiv användare (ARPPDAU) i hela spelportföljen. Vi har inte varit så här exalterade över ett spelsläpp sedan lanseringen av Wordzee.

Tile Mansion räknas nu som en del av våra tillväxtspel och vi planerar att utvidga lanseringen kontinuerligt till fler marknader under sommarmånaderna.

User Acquisition börjar ta fart

Det är positivt att se det ökade UA-stödet för våra tillväxtspel jämfört med föregående kvartal och att den trenden fortsatt i Q4. Även om ökade UA-investeringar har en kortsiktig negativ påverkan på lönsamheten är det ett långsiktigt styrkebesked för framtida tillväxt av såväl omsättning som vinst. UA i Q3 var 7,6 MSEK högre än i Q2 och nådde en total investering på 22 MSEK varav 10 MSEK investerades under kvartalets sista månad.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET ETT NYTT TILLVÄXTSPEL FÖR MAG

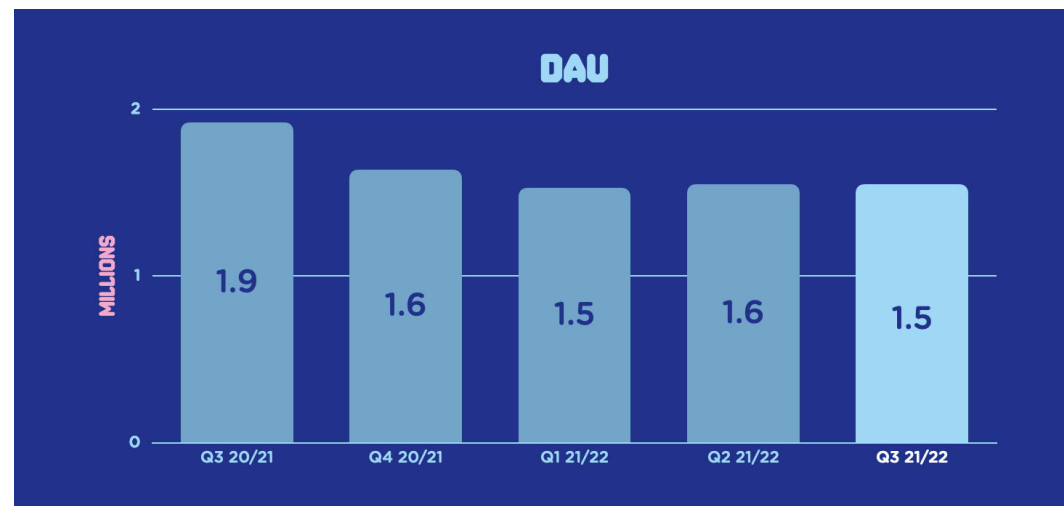
2021/22

Merparten av UA-investeringarna i kvartalet riktades mot Wordzee och Word Mansion men vi såg även goda resultat av investeringar i vårt nya spel Tile Mansion. Under de första veckorna av Q4 har trenden hållit i sig med de högsta dagliga investeringarna i UA som vi sett på mer än ett år. Detta är självklart positivt med tanke på att UA-driven tillväxt är ett av våra huvudsakliga tillväxtområden. Vi fortsätter att investera med samma mål vad gäller återbetalningstider som vi haft historiskt. Den här positiva utvecklingen härleder vi främst till förbättringar i spelen men också till kreativa landvinningar från vårt interna annonsutvecklingsteam.

Möjligen finns även externa faktorer som minskar konkurrensen inom UA t.ex. om andra verksamheter väljer att dra ner på marknadsföring på grund av osäkerhet kring framtida finansieringsrundor, ökade kapitalanskaffningskostnader med mera. I ett scenario där marknaden i ökad utsträckning undviker risk ser vi goda möjlighet till att vinna mark tack vare vår starka kassa i kombination med ett datadrivet arbetssätt som tillåter oss att se UA som investeringar snarare än risk.

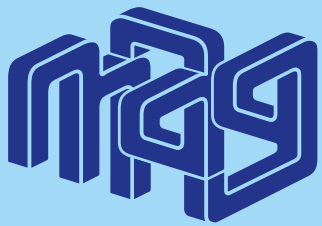
Utveckling av dagligt aktiva användare

Vi kan konstatera att mängden dagliga spelare (DAU) har varit relativt stabil sedan Q4 föregående finansiellt år, även om den har minskat med 23% relativt förra årets Q3. Som vanligt i vår Q3-rapport vill jag påminna om säsongsvariationerna i vår affär där sommarmånaderna är relativt svagare vad gäller både spelarengagemang och annonsprestanda. När vi går in i Q1 vänder mönstret normalt tillbaka och vi bör se förbättringar på dessa områden igen. Givet den starka utveckling av UA vi sett sedan slutet av Q3 är det möjligt att vi till viss del kan motverka säsongsmönstret i år.



Dagligt aktiva användare - utveckling de senaste fem kvartalen





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET ETT NYTT TILLVÄXTSPEL FÖR MAG

2021/22

En förstärkt produktportfölj

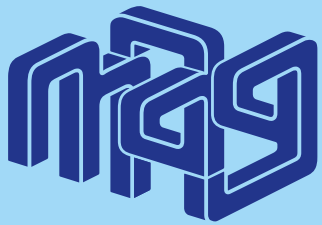
Under Q3 hade vi sex spel i marknadstester. Ett antal av dessa spel visade på lovande prestanda under de första speldagarna och vi har nu koncentrerat våra utvecklingsinsatser för att bygga en gemensam "wrapper" som vi kan använda som paketering av de spelmekaniker vi testat under Q3. Vi använder termen wrapper för att beskriva allting i ett spel som inte innefattar själva spelmekaniken. För att kunna konkurrera med de bästa spelen i casual-kategorin ser vi ett behov av ett attraktivt narrativ och metaspel som utspelas i en värld där spelarna vill tillbringa sin tid. Karaktärerna som driver handlingen framåt ger spelen personlighet och förbättrar spelens marknadsföringspotential. Vår ambition är att utveckla en wrapper som ser fantastisk ut och ger våra spelmekaniker den bästa möjligheten att nå fram till spelare och därmed hjälpa våra spel att bli framgångsrika på marknaden.

Det här arbetssättet liknar det vi har kring Word Mansion och Tile Mansion där vi återanvänder en bevisad, marketable wrapper med två väldigt olika spelmekaniker. Genom att konsolidera utvecklingen på det här sättet är vår ambition att leverera en wrapper i världsklass där vi på allvar kan konkurrera med de bästa spelen i vår industri. Det här är ett spännande kliv uppåt i kapacitet i vår nyspelsutveckling. Vi planerar ett första test av wrappern inom några månader för att sedan kontinuerligt bygga vidare på den under det kommande finansiella året.



Spelportföljens produktmix

Våra huvudsakliga tillväxtmotorer - vidareutveckling av livespel, investeringar i UA och nya spellanseringar - är fortsatt organisationens fokus. Under Q3 levererades nya välfungerande events i Wordzee och Quizkampen och vi lyckades öka vår investeringar i UA. Även den tredje tillväxtmotorn, nya spel, såg bra ut eftersom Tile Mansion har utvecklats väl och är redo att gå mot en global lansering i Q4.



MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET ETT NYTT TILLVÄXTSPEL FÖR MAG

2021/22

Våra tillväxtspel generade 46 MSEK i intäkter under kvartalet och Live operations (Live ops)-spel genererade cirka 25 MSEK. Teamet som har hand om Live ops är endast sju personer och visar på vilken lönsamhet och effektivitet spelen kan uppnå i den delen av sin livscykel.

Vi förbereder för djupare spelupplevelser

Vårt mål som bolag är att konkurrera med de absolut bästa spelutvecklarna i branschen. Vi har genom åren haft ett stort antal topplisteplaceringar runt om i världen och det är något vi strävar efter att återupprepa. När vi ser att marknaden och konkurrensen förändras över tid behöver vi anpassa oss för att kunna fortsätta tävla om toppositionerna.

Något som blivit allt viktigare under årens lopp är att verklighet hitta rätt med marknadsföringspotentialen av spelen. Många av de bästa spelen inom casual-kategorin erbjuder idag allt djupare spelupplevelser som går bortom själva spelmekniken. Vi kommer att ha nytta av en anpassningsbar wrapper som kan göra det möjligt för oss att erbjuda den här typen av djupare upplevelser utan att för den skull behöva utöka storleken på våra team.

Vi gör oss redo för hösten 2022, med en utökad kapacitet att bygga spel som är djupare och rikare än tidigare och går en väldigt spännande framtid till mötes.

DANIEL HASSELBERG, VD



VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2021/22

		Mar 22-maj 22	Mar 21-maj 21	Förändring	Sep 21-maj 22	Sep 20-maj 21	Förändring	Helår 20/21
Nettoomsättning	TSEK	91 162	81 381	12 %	237 773	216 937	10 %	286 584
Justerad Nettoomsättning	TSEK	76 456	81 381	-6 %	223 067	216 937	3 %	286 584
Valuta (USD)	SEK/USD	9,650	8,430	14 %	9,260	8,500	9 %	8,510
Nettoomsättning USD (In-app + annonser)	TUSD	7 924	9 653	-18 %	24 113	25 530	-6 %	33 656
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	30 624	30 669	-0 %	85 581	86 463	-1 %	111 602
Annonsering	TSEK	45 830	50 259	-9 %	137 464	130 020	6 %	174 259
Övrig nettoomsättning ²	TSEK	14 708	453		14 728	454		723
User acquisition	TSEK	-21 589	-23 323	-7 %	-50 111	-61 692	-19 %	-76 718
Spelbidrag	TSEK	45 841	48 912	-6 %	147 734	129 427	14 %	177 350
EBITDA	TSEK	25 631	15 252	68 %	64 305	34 874	84 %	56 617
EBITDA marginal ¹	%	28 %	19 %	9	27 %	16 %	11	20 %
Justerad EBITDA	TSEK	10 965	15 409	-29 %	50 685	37 079	37 %	57 508
Justerad EBITDA marginal ¹	%	14 %	19 %	-5	23 %	17 %	6	20 %
Rörelseresultat (EBIT)	TSEK	11 938	2 578	363 %	23 843	-1 447		7 358
Rörelseresultat marginal ¹	%	13 %	3 %	10	10 %	-1 %	11	3 %
Periodens resultat	TSEK	9 999	1 327	654 %	21 485	-853		7 027
Periodens resultat per aktie	TSEK	0,38	0,05		0,81	-0,03		0,27
Fritt kassaflöde	TSEK	30 644	8 609	256 %	38 655	-57 614		-50 377
Medelantal anställda		113	103	10 %	113	103	10 %	105
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	1,5	1,9	-23 %	1,5	1,9	-22 %	1,9
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	4,3	6,2	-30 %	4,8	6,2	-23 %	6,0
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	47	53	-11 %	48	55	-13 %	53
ARPPDAU	US \$ cent	5,8	5,5	7 %	5,8	4,8	21 %	4,9

¹ Årlig förändring anges i procentenheter

² Transferbonus från Applovin och övrigt

Unikt ordspel med hög ARPDAU

Wordzee är MAGs unika ordspel där spelarna utmanar varandra i att bilda ord av bokstavsbrickor som placeras på ett särskilt spelbräde. Den spelare som fyller hela brädet tar hem "Wordzee" och extra bonuspoäng. Spelet släpptes globalt i november 2019 och har visat en hög genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDAU) sedan dess. I Q3 ökade ARPDAU jämfört med samma kvartal föregående år och som ett resultat av ökade volymer i user acquisition (UA) växte även Wordzee under kvartalet.

Mini-säsongssevent ökar spelarengagemanget

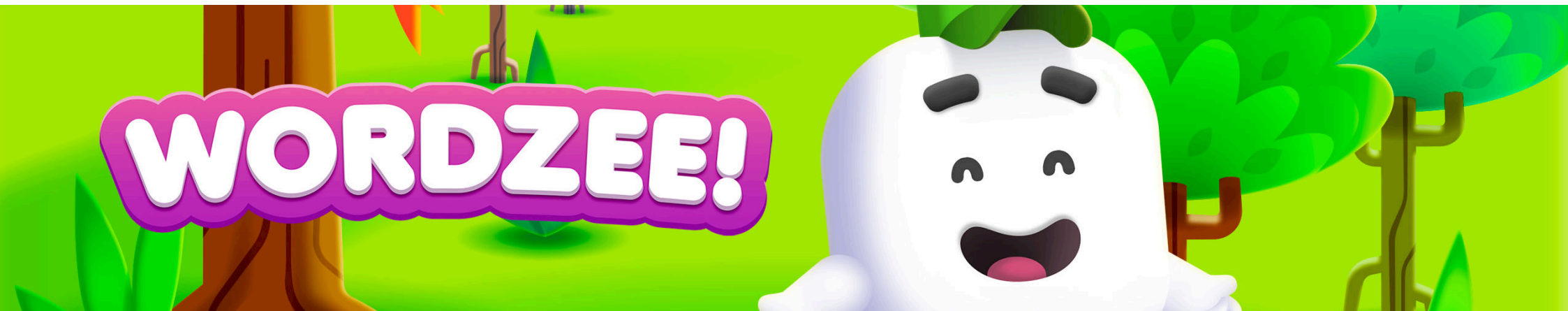
Wordzee lanserade flera nya event under Q3. Mini-säsongssevent är ett nytt eventformat där spelare under loppet av sju dagar får särskilda belöningar när de spelar mot andra. Det första mini-eventet introducerades i april och ökade både spelarengagemanget och intäkterna under eventperioden. Ett nytt Journey-event med påsktema lanserades också, där spelarna både fick en ny bokstavsbricka som belöning och möjligheten att samla bokstavsbrickor från tidigare påsksevent. Det resulterade i ökat antal spel per spelare liksom förbättrade annonsintäkter under perioden.

Tack vare positiva effekter på både på spelarengagemang och intäkter kommer Wordzee att lansera fler Journey-event på månadsbasis och fortsätta att optimera mini-eventen för att ytterligare förbättra monetiseringen i spelet.

Fokus på optimering av in-app-köp och rewarded videos i Q4

Förutom att lansera ytterligare event kommer Wordzee att under sommarmånaderna att se över hur hela användarupplevelsen kan optimeras, med bland annat fler bokstavsbrickor och en förbättrad förstagångsupplevelse. Wordzee fokuserar också på vidare optimering av in-app-köp (IAP) och bättre monetisering av de icke-betalande spelarna genom så kallade rewarded ads, där spelarna tittar på en video för att få tillgång till valuta eller bonusar i spelet.

Wordzee är ett av MAGs viktigaste tillväxtspel i portföljen och bolaget tror på fortsatt utveckling och ökade intäkter för spelet under 2022.



Största triviaspelet på mobil i Europa

I triviaspelet Quizkampen utmanar spelare vänner och andra användare världen över i frågesport. Spelet är MAGs största produkt sett till dagligt aktiva användare och även det största triviaspelet på mobil i Europa.

Utöver de klassiska frågeduellerna finns många andra spellägen: 1) *Arena*, där spelaren tävlar mot fyra andra personer för att klättra på topplistor, 2) *event*, som *Solo* och *Frågesvepet* och 3) livetrivialäget *QuizDuel Live* för den tyska publiken.

Nya event sätter rekord i in-app-köp

Det nya eventet *Frågesvepet* lanserades under kvartalet, där spelarna väljer en frågekategori och försöker svara rätt på många frågor i rad. Svarar spelare fel kan de betala med spelvaluta för att fortsätta spela. Det nya eventet ökade antalet in-app-köp (IAP) markant och satte rekord för antal IAP som gjorts på en och samma dag. *Frågesvepet* hade även en positiv effekt på antalet spelare samt förbättrade genomsnittsintjänningen per dagligt aktiv användare (ARPDau) under eventperioden. Eventet har fortsatt att optimeras och i slutet av kvartalet lanserades en uppdaterad ny version av *Frågesvepet*. Ett nytt Soloevent, med påsktema lanserades också i Q3. Liksom i tidigare kvartal driver *Solo* spelareengagemang och förbättrar monetiseringen i spelet.

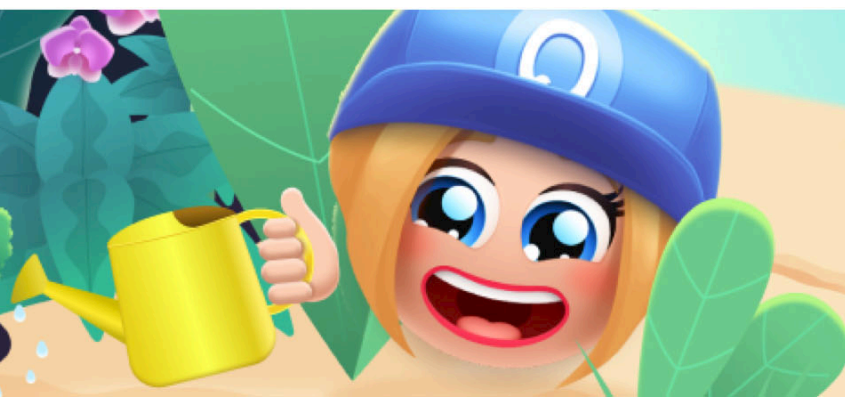
Samtliga nyckeltal påverkades positivt av både *Frågesvepet* och *Solo*. MAG har sett att event är ett effektivt sätt att bibehålla aktivt spelande, höja engagemanget per spelare och öka intäkter. Under Q3 ökade både IAP-intäkterna och ARPDau jämfört med samma kvartal föregående år.

Eventfokus under sommarmånaderna

Spelteamet har sett att flera olika event som varvas förbättrar både spelarengagemang och monetisering, och därför kommer ytterligare event att lanseras under sommaren. *Star Streak* är ett dagligt miniquiz som kommer att bli ett permanent spelläge i Quizkampen för att öka de dagliga engagemanget och förbättra spelekonomin. I början av Q4 planeras också *Quinder* att lanseras, ett sant-eller-falsk-event som spelarna kommer att kunna spela under ett par veckors tid.

Quizkampen erbjuder nu fler spellägen än någonsin och MAG fortsätter att satsa på spelet, som är en av bolagets viktigaste tillväxtprodukter.

QuizDuel



WordBrain förbättrar spelekonomi och ARPDAU

Ordspelet WordBrain har varit live i över åtta år och har vuxit till en stark evergreen för MAG med en stabil intäktsström.

Live operations (Live ops) fortsatte under Q3 att optimera det nya eventsystem som lanserades föregående finansiella år. Målet för Live ops är att hitta en balans i svårighetsgrad för att öka engagemang och monetisering, och versionen med två olika svårighetsnivåer istället för tre har visat bäst resultat hittills. Tack vare dessa kontinuerliga uppdateringar av eventsystemet förbättrade WordBrain både intäkter och ökad genomsnittsintjäning per dagligt aktiv användare (ARPDAU) jämfört med samma kvartal föregående år.

Ökat engagemang i Word Domination

Det taktiska ordspelet Word Domination släpptes globalt 2018, har nått över 10 miljoner nedladdningar och utvecklats till en av bolagets finaste evergreens.

Under Q3 lanserades nya så kallade boosters - funktioner som ger spelare taktiska bonusar - vilket ledde till en ökning av antalet spel per spelare. Live ops kommer att fokusera på att lansera nytt innehåll, skapa fler event och stabilisering av spelet för en förbättrad spelupplevelse även under Q4.

Word Domination har mycket engagerade VIP-spelare, som betalar en prenumerationskostnad varje månad för att få bonusar i spelet. Dessa spelare har stått för en allt ökande grad av alla in-app-köp (IAP) i spelet: i Q3 stod de för drygt 44% av alla IAP i Word Domination, att jämföra med 42% i Q2.

Ruzzle - evergreen med lojal spelarbas

Ruzzle är MAGs första ordspelssuccé och firade 10 år sedan global lansering tidigare i vår. Spelet har starka nyckeltal och är mycket stabilt gällande både antal spelare och intäkter. Ruzzle är en av MAGs viktigaste evergreens i portföljen som med sin lojala spelarbas genererar förutsägbara intäkter.

Ruzzle fortsätter att optimeras för att öka spelets tekniska stabilitet och kommer även att introducera fler varianter av existerande så kallade boosters - som exempelvis kan ge spelare extra tid under en spelomgång - för att förbättra spelekonomin.

MAG ser positivt på utvecklingen för Live ops under 2022.



Svensk spelstudio med miljonpublik

Apprope är en svensk mobilspelsstudio som startades 2012 och förvärvades av MAG i januari 2021. Apprope utvecklar främst spel inom ordkategorin, har nått över 55 miljoner användare och flera av deras spel har rankat högt på topplistor i USA.

2020 släppte Apprope ordpusseläventyret Word Mansion, ett spel som ramas in av en berättelse som kretsar kring renovering och dekoration. Spelet har en hög genomsnittlig intjänning per dagligt aktiv användare (ARPDau) och har passerat över en miljon nedladdningar.

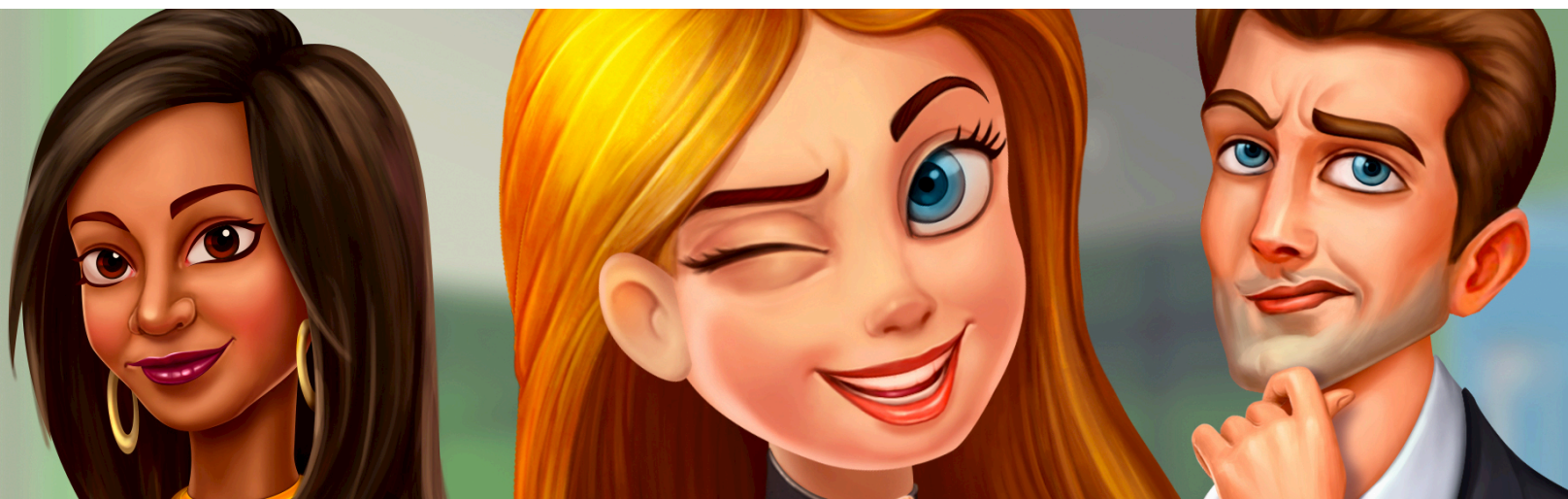
Vidareutveckling av Tile Mansion

Under kvartalet har Apprope främst vidareutvecklat Tile Mansion, som mjuklanserades i början av Q3. Spelet är utvecklat utifrån Word Mansions spelmotor, där olika delar i motorn kan bytas ut i moduler - exempelvis med en annan grundmekanik eller tema. Det innebär att Apprope snabbt kan testa nya kombinationer av kategorier och dra lärdomar om vilka som fungerar bäst på marknaden. Tile Mansion har en grundmekanik inspirerad av mahjong som kombineras med Word Mansions renoverings- och dekorationstema.

Under Q3 har Apprope tillsammans med MAG fortsatt att vidareutveckla Tile Mansion genom att lägga till funktioner, med bland annat nya dagliga pussel, justering av banor och svårighetsgrader. Tack vare den gemensamma spelmotorn med Word Mansion har Apprope även kunnat lansera innehåll som har haft positiva effekter på bibehållandet av spelare både i Tile Mansion och även i Word Mansion utan extra utvecklingstid.

Tillsammans med MAG har Apprope också ökat fokus på utvecklingen av spelekonomin, där MAG har bidragit med expertis för optimering av in-app-köp (IAP). Utvecklingen av Tile Mansion innebär det mest involverade samarbetet mellan MAG och Apprope hittills.

Apprope kommer att fortsätta optimera och utveckla spelet i Q4 i kombination med uppväxlad user acquisition (UA). Spelet visar positiva nyckeltal och högst ARPDau i portföljen. MAG förbereder att lansera spelet globalt under Q4.



Ledande inom livekviz i Norden

Primetime är en populär livefrågesportsapp och förvärvades av MAG den 1 september 2020. Appen direktsänder frågesport med en programledare sju dagar i veckan och spelarna tävlar om att vinna en summa pengar genom att svara rätt på upp till 11 frågor. Primetime släpptes i Sverige 2018 och har sedan dess också släppt lokaliserade versioner i Norge, Danmark, Finland och är numera den ledande aktören inom livekviz i Norden.

Appen monetiseras genom sponsorkampanjer, en affärsmodell som skiljer sig från övriga spel i MAGs portfölj och har fungerat väl för Primetime. Appen har en stabil användarbas med en hög genomsnittlig intäkt per daglig aktiv användare (ARPPU). Primetime planerar att i framtiden lansera livbojar som in-app-köp, ett hjälpmedel som spelarna kan använda upp till fråga sju för att fortsätta spela om de har svarat fel, vilket kan öka potentialen för nya intäkter.

Ny samarbetspartner med radiotest i Norge

Primetime har ingått officiellt samarbete med medieföretaget Bauer Media, för att hitta nya synergier med radioverksamheten i Norge. Under lördagar kommer Primetime samsända ett program i norsk radio efter det populära radioprogrammet *Pop Quiz* kallat *Pop Quiz Open*. Lyssnarna kan antingen följa programmet via radio eller via den norska Primetime-appen och i appen kan spelarna direkt svara på de frågor som ställs i programmet. Samsändningen är ett marknadsföringstest som kommer att pågå ett par månader och utvärderas efter sommaren.

QuizDuel Live testar ökning av antal sändningar

Livetrivialäget *QuizDuel Live* i Quizkampen som släpptes till den tyska publiken i mars 2021 och är utformat av Quizkampen-teamet tillsammans med Primetime. Spellägets koncept bygger på Primetimes livesända frågesport och dessa liveshower sänds även från Primetimes studio i Stockholm.

I Q3 har *QuizDuel Live* under tre veckor testat att öka frekvensen av sändningarna med tre extra sändningar om dagen mellan måndag till torsdag, vilket har inneburit fyra eller fem sändningar totalt per dag. Analysen av testet pågår fortfarande men initiala resultat visade en ökning i antal spelare av *QuizDuel Live* under perioden.

MAG och Primetime fortsätter att vidareutveckla *QuizDuel Live* för att hitta nya synergier mellan bolagen.



KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

PERIODEN MARS TILL MAJ 2022

2021/22

INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 91 162 TSEK (81 381 TSEK), en ökning med 12 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 7 861 TSEK (9 246 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt avskrivningar av dessa.

Koncernens nettoomsättning under kvartalet var främst hänförlig till spelen Quizkampen, Wordzee, Ruzzle, WordBrain, Word Domination, Word Mansion och Primetime samt en transferbonus från Applovin av engångskaraktär.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 74 904 TSEK (76 508 TSEK). Av dessa var 16 815 TSEK (16 799 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 21 589 TSEK (23 323 TSEK) kostnader för user acquisition, och 8 276 TSEK (9 767 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Under årets tredje kvartal är kostnaderna för user acquisition främst hänförliga till spelen Wordzee och Word Mansion.

Personalkostnader uppgick till 28 224 TSEK (26 618 TSEK), en ökning med 6 %.

EBITDA för perioden var 25 631 TSEK (15 252 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 13 693 TSEK (12 674 TSEK), varav 7 762 TSEK (6 866 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 11 938 TSEK (2 578 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 12 587 TSEK (1 740 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 1 183 TSEK (95 TSEK) och finansiella kostnader till -534 (-933 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta och de finansiella kostnaderna avsåg valutakursförluster från likvida medel i valuta samt ränta på finansiell leasing.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 9 999 TSEK (1 327 TSEK).

Resultat per aktie var 0,38 SEK/aktie (0,05 SEK/aktie)

Snitt antal aktier under perioden var 26 495 (26 495).

KASSAFLÖDE

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var 38 763 TSEK (18 055 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -8 119 TSEK (-9 446 TSEK). Kassaflödet från finansieringsverksamheten var -2 421 TSEK (-2 312 TSEK).

INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 237 773 TSEK (216 937 TSEK), en ökning med 10 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 25 201 TSEK (27 446 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt ned- och avskrivningar av dessa.

Koncernens nettoomsättning var främst hänförlig till spelen Quizkampen, Wordzee, Ruzzle, WordBrain, Word Domination, Word Mansion och Primetime samt en transferbonus av engångskaraktär från Aplovin under tredje kvartalet.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 202 359 TSEK (212 148 TSEK). Av dessa var 47 762 TSEK (47 614 TSEK) försäljningsrelaterade kostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 50 111 TSEK (61 692 TSEK) kostnader för user acquisition, och 23 915 TSEK (26 360 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 80 570 TSEK (76 483 TSEK) en ökning med 5 %. Medelantalet anställda under perioden var 113 (103) en ökning med 10 %.

EBITDA för perioden var 64 305 TSEK (34 874 TSEK).

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 40 462 TSEK (36 320 TSEK), varav 22 878 TSEK (19 789 TSEK) var avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 23 843 TSEK (-1 447 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 28 459 TSEK (-3 072 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 1 131 TSEK (246 TSEK) och finansiella kostnader till 3 485 TSEK (-1 871 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta och de finansiella kostnaderna var främst hänförliga till ränta på finansiell leasing.

JUSTERAD EBITDA (NOT 4)

Justerad EBITDA för perioden var 50 685 TSEK (37 079 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 21 485 TSEK (-853 TSEK).

Resultat per aktie var 0,81SEK/aktie (-0,03SEK/aktie).

Snitt antal aktier under perioden var 26 495 (26 495).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN MARS TILL MAJ 2022

2021/22

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 75 204 TSEK (61 338 TSEK), en ökning med 23 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 65 095 TSEK (60 990 TSEK).

Av dessa var 14 440 TSEK (13 865 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 14 803 TSEK (11 633 TSEK) och 14 256 TSEK (15 749 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 21 595 TSEK (19 743 TSEK) en ökning med 9 %.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 4 774 TSEK (4 877 TSEK).

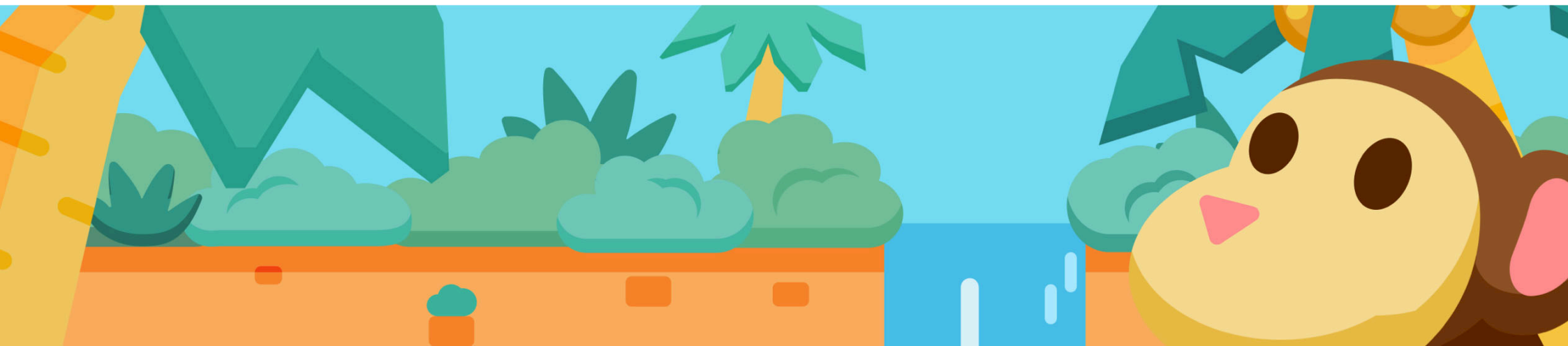
Moderbolagets rörelseresultat för perioden var 6 723 TSEK (–3 423 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 666 TSEK (0 TSEK) och finansiella kostnader till 0 TSEK (–492 TSEK). De finansiella intäkterna och kostnaderna avsåg valutakursförändringar från likvida medel i valuta.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 5 079 TSEK (–3 636 TSEK).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN SEP 2021 TILL MAY 2022

2021/22

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 194 976 TSEK (182 535 TSEK), en ökning med 7 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 178 438 TSEK (188 444 TSEK).

Av dessa kostnader är 40 574 TSEK (41 490 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play. Kostnader för user acquisition uppgick till 35 115 TSEK (45 491 TSEK) och 42 071 TSEK (43 510 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 60 677 TSEK (57 952 TSEK) en ökning med 5 %.

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 14 411 TSEK (14 617 TSEK).

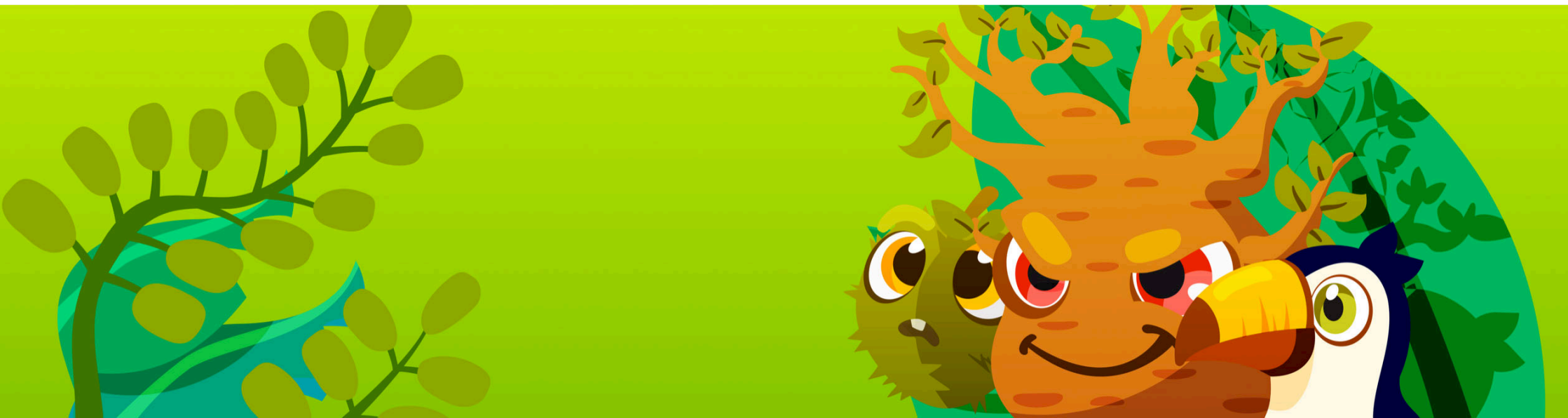
Moderbolagets rörelseresultat för perioden var 5 840 TSEK (–17 670 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 2 603 TSEK (5 TSEK) och finansiella kostnader till 2 104 TSEK (–596 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 5 178 TSEK (–16 209 TSEK).



KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2021/22

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 264 090 TSEK (271 111 TSEK), varav 161 087 TSEK (160 627 TSEK) avser goodwill och 103 003 TSEK (110 485 TSEK) avser övriga immateriella tillgångar. Den senare består i huvudsak av aktiverade utvecklingsutgifter för egen räkning samt förvärvade intellektuella rättigheter.

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 131 994 TSEK (81 598 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 345 857 TSEK (315 231 TSEK), motsvarande 13,1 SEK/aktie (11,9 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 68,7 % (66,1 %).

Övriga långfristiga skulder består av långfristig del av tilläggsköpeskilling för förvärven av Sventertainmentkoncernen och Apprope AB och uppgår till 37 950 TSEK (43 739 TSEK). Tilläggsköpeskilling för både Apprope och Sventertainment är strukturerade som vinstdelning, och baseras på resultatet av respektive bolag under en treårsperiod efter förvärvet. Balanserat skuldbelopp baseras på en prognos av framtida utveckling av de förvärvade bolagen och kan komma att uppdateras i framtida bokslut och rapporter. En tilläggsköpeskilling om 3 308 TSEK har under perioden betalats ut för Apprope AB.

Koncernen har räntebärande skulder på 43 356 TSEK (47 839 TSEK) vilka avser finansiell leasing.

MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 105 906 TSEK (70 422 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 272 943 TSEK (264 989 TSEK).



FÖRDELNING AV INTÄKTER EFTER AFFÄRSMODELL

Koncernens nettoomsättning fördelar sig i huvudsak mellan försäljning i spel (så kallade in-app-köp) och annonser i spel.

Koncernens nettoomsättning från försäljning i spel för perioden var 30 624 TSEK (30 669 TSEK), en minskning med 0 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 45 830 TSEK (50 259 TSEK), en minskning med 9 % jämfört med samma period föregående år.

SPELBIDRAG

Spelen som marknadsförs av MAG Interactive kostar olika mycket i distributionskostnad (försäljningskostnader) samt marknadsföringskostnad (avkastningsdriven marknadsföring), inte minst kopplat till vilken fas spelen är i. Därför redovisar koncernen det totala spelbidraget enligt följande modell: nettoomsättning som genereras från spelen, inklusive royalties, minus kostnader för plattformsavgifter (hänförliga främst till avgifter till Apples App Store och Google Play) minus kostnader för avkastningsdriven marknadsföring. Som avkastningsdriven marknadsföring räknas digital annonsering, TV-annonsering och övrig annonsering direkt kopplad till bolagets produkter samt tjänster och avgifter direkt hänförliga till den avkastningsdrivna marknadsföringen. Generell marknadsföring av bolaget och varumärke räknas ej in i den direkta marknadsföringskostnaden.

Koncernens spelbidrag för perioden var 45 841 TSEK (48 912 TSEK), en minskning med 6 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Intäkter och spelbidrag räknas efter justering för transferbonus från Applovin och speglar en stabil utveckling med något försvagad annonsintäkt. Spelbidraget är något försvagat som en följd av lägre intäkter samt något högre user acquisition.





ÖVRIGA NYCKELTAL

Bolaget driver verksamheten utefter ett antal nyckeltal som följer hur spelbranschen i stort mäter sina verksamheter. Dessa mätetal definieras enligt:

DAU och MAU definieras som antalet unika dagliga respektive månatliga användare som använder sig av någon av bolagets produkter, presenterade som ett medelvärde över perioden, justerat för antalet dagar i periodens månader. Varje enskilt spels unika användare summeras för att presentera bolagets totala antal unika användare.

MUP är antalet unika användare som gjort ett köp i någon av bolagets produkter. Som köp räknas ett köp enligt definitionen för försäljning i spel ovan, och till ett värde större än noll. Värdet redovisas som ett medelvärde över periodens tre månader.

ARPDau räknas som bolagets dagliga medelvärde av nettoomsättningen under perioden delat med DAU. Riksbankens snittkurs per månad används för omräkning till USD.

VERKSAMHETENS NYCKELTAL UNDER KVARTALET

DAU för perioden var 1,5 miljoner (1,9 miljoner), en minskning med 23 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 4,3 miljoner (6,2 miljoner), en minskning med 30 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 47 tusen (53 tusen), en minskning med 11 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 5,8 US \$ cent (5,5 US \$ cent), en ökning med 7 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

DAU och MAU går ned främst som en effekt av lägre marknadsföringsvolym. DAU är stabilt jämfört med föregående kvartal. ARPDau har gått upp något jämfört med samma kvartal föregående år och speglar en generellt sätt stabil portfölj på en ny nivå av intäkter per spelare.

MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm och har 77 anställda. En stor del av koncernens verksamhet ligger i moderbolaget med anställda, avtal, immateriella tillgångar (inkl IP) samt intäkter. I koncernen finns det tio dotterbolag. MAG Games Ltd, med säte i Brighton, har endast koncernintern fakturering och bedriver utveckling och andra funktioner i driften av bolaget. MAG Games Ltd har 20 anställda. MAG United AB, med säte i Stockholm, har inga anställda. Sventertainment AB, utgivare av appen och spelet Primetime, är en dotterkoncern med sex bolag, som förvärvades under det första kvartalet 2020/21 och har 14 anställda. Apprope AB, bedriver utveckling av mobilspel med fokus på spel inom ordkategorin och står bland annat bakom mobilspelet Word Mansion. Apprope AB förvärvades under det andra kvartalet 2020/21 och har 2 anställda.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Koncernredovisningen för MAG Interactive AB-koncernen ("MAG Interactive") har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) sådana de antagits av EU samt RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner samt Årsredovisningslagen. Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering, årsredovisningslagen, och RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner. Moderbolagets redovisning är upprättad enligt Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 Redovisning för Juridiska personer. Tillämpningen av RFR 2 innebär att moderbolaget i delårsrapporten för den juridiska personen tillämpar samtliga av EU antagna IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för årsredovisningslagen, tryggandelagen och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. För en utförligare beskrivning av de redovisningsprinciper som tillämpas för koncernen och moderbolaget i denna delårsrapport, se not 2 i årsredovisningen för 2020/2021.



RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

MAG Interactive är som alla andra bolag utsatt för risker i sin verksamhet. För att nämna några av dessa risker; beroende av nyckelpersoner, valutakursförändringar, förseningar i lanseringar, misslyckade lanseringar, ändringar hos externa försäljningspartners där sådana förändringar ligger helt utom bolagets kontroll. Bolagets styrelse och ledning arbetar löpande med riskhantering för att minimera dess effekter. Se koncernens årsredovisning för räkenskapsåret 2020/21 för mer information om bolagets risker och osäkerhetsfaktorer.

MAG Interactive har ingen betydande exponering mot den ryska marknaden.

VALUTAEFFEKTER

MAG Interactive är exponerat mot ett stort antal valutor baserat på hur Google Play och Apple App Store redovisar intäkter. Den största marknaden för bolaget är USA. Därtill så är en stor del av bolagets annonsintäkter realiserade i USD. Normalt så är mer än hälften av bolagets omsättning direkt hänförlig till USD. En stor del av bolagets marknadsföring köps i valutan USD. Den viktigaste valutan är därmed USD.

CERTIFIED ADVISER

FNCA Sweden AB är utsedd till Bolagets Certified Adviser och övervakar att Nasdaq First Norths regler efterlevs. FNCA äger inga aktier i MAG Interactive.

MEDARBETARE

Under kvartalet var snitt antal anställda 113 jämfört med 103 samma period föregående år.

KONTAKT

Ytterligare information finns på bolagets hemsida maginteractive.se/investor-relations

Eller kontakta

Daniel Hasselberg, VD, på daniel@maginteractive.se

Magnus Wiklander, CFO, på magnus.wiklander@maginteractive.se

MAG INTERACTIVE AB [PUBL]

Drottninggatan 95A

113 60 Stockholm

Sverige



KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Delårsrapport och Bokslutskommuniké Q4 september 2021 – aug 2022

19 oktober 2022

Delårsrapport Q1 september 2022 – november 2022

18 januari 2023

Årsstämma 2021/2022

18 januari 2023

GRANSKNING

Denna rapport har ej varit föremål för översiktlig granskning av revisor.

TWITCH STREAM

Den 29 juni 2022 kl 10:00 CET presenterar VD Daniel Hasselberg och CFO Magnus Wiklander delårsrapporten på Twitch. Presentationen ges på engelska. Länk till Twitch-kanalen här www.twitch.com/maginteractive

Daniel Hasselberg kommer även svara på frågor på Twitter under dagen, skriv till @d_hasselberg eller @maginteractive.

Mer information finns på maginteractive.se/investors

FRAMÅTBlickande Uttalanden

Vissa formuleringar kan vara, eller tolkas vara, prognoser om framtiden. I de fall sådana uttalanden görs har MAG Interactives ledning och styrelse bedömt antaganden bakom dessa uttalanden som rimliga. Det finns dock risker med alla framåtblickande uttalanden och det verkliga utfallet avseende omvärld och bolaget kan avvika avsevärt från det som sagts. Det som sägs av framåtblickande karaktär görs så i ljuset av den information som bolaget har vid tidpunkten för uttalandet och bolaget ikläder sig ingen skyldighet att uppdatera sådana uttalanden om det vid senare tidpunkt inkommer ny information som på något sätt ändrar förutsättningarna för uttalandet.

STYRELSENS INTYGANDE

Stockholm 29 juni 2022

DANIEL HASSELBERG
VD, styrelseledamot

JONAS ERIKSSON
Styrelsens ordförande

TAINA MALÉN
Styrelseledamot

ANDRAS VAJLOK
Styrelseledamot

ASBJOERN SOENDERGAARD
Styrelseledamot

TEEMU HUUHTANEN
Styrelseledamot

Belopp i TSEK	Not	Mar 22-maj 22	Mar 21-maj 21	Sep 21-maj 22	Sep 20-maj 21	Helår 20/21
Rörelsens intäkter						
Nettoomsättning	1	91 162	81 381	237 773	216 937	286 584
Aktiverat arbete för egen räkning		7 861	9 246	25 201	27 446	35 026
Övriga intäkter		1 511	1 133	3 691	2 639	3 373
Summa		100 535	91 759	266 664	247 022	324 983
Rörelsens kostnader						
Försäljningskostnader	2	-16 815	-16 799	-47 762	-47 614	-61 674
User acquisition		-21 589	-23 323	-50 111	-61 692	-76 718
Övriga externa rörelsekostnader		-8 276	-9 767	-23 915	-26 360	-34 171
Personalkostnader		-28 224	-26 618	-80 570	-76 483	-95 803
Summa Rörelsens kostnader		-74 904	-76 508	-202 359	-212 148	-268 367
EBITDA		25 631	15 252	64 305	34 874	56 617
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-13 693	-12 674	-40 462	-36 320	-49 258
Rörelseresultat (EBIT)		11 938	2 578	23 843	-1 447	7 358
Finansiella poster						
Finansiella intäkter		1 183	95	1 131	246	495
Finansiella kostnader*		-534	-933	3 485	-1 871	-1 589
Summa finansiella poster		649	-838	4 616	-1 625	-1 094
Resultat efter finansiella poster		12 587	1 740	28 459	-3 072	6 264
Skatter		-2 587	-413	-6 974	2 218	764
Periodens resultat		9 999	1 327	21 485	-853	7 027
Övrigt totalresultat						
Valutakursdifferenser		-471	14	764	307	429
Summa totalresultat för perioden		9 528	1 341	22 249	-546	7 457
Periodens resultat och totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolagets aktieägare.						
Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)		0,38	0,05	0,81	-0,03	0,27
Snitt antal aktier under perioden ('000)		26 495	26 495	26 495	26 495	26 495
Antal aktier vid periodens slut ('000)		26 495	26 495	26 495	26 495	26 495

*Det positiva beloppet på Finansiella kostnader i perioden sep 21-maj 22 beror på ett klassifieringsfel inom kontrogruppen i Q1

KONCERNENS BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/5 2022	31/5 2021	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		161 087	160 627	160 696
Övriga immateriella tillgångar		103 003	110 485	108 376
Summa immateriella tillgångar		264 090	271 111	269 071
Nyttjanderätter		41 223	45 715	43 341
Inventarier, verktyg och installationer		6 585	8 931	8 157
Summa materiella anläggningstillgångar		47 808	54 646	51 498
Andra långfristiga fordringar		4 121	4 104	4 107
Uppskjuten skattefordran		1 830	9 091	7 615
Summa finansiella anläggningstillgångar		5 951	13 195	11 722
Summa anläggningstillgångar		317 849	338 952	332 291
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		33 947	39 640	33 153
Aktuella skattefordringar		10 874	9 386	8 744
Övriga kortfristiga fordringar		1 753	1 079	1 156
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		7 349	5 913	5 707
Likvida medel		131 994	81 598	95 515
Summa omsättningstillgångar		185 918	137 615	144 277
SUMMA TILLGÅNGAR		503 766	476 567	476 568

KONCERNENS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/5 2022	31/5 2021	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Övrigt externt kapital		284 431	284 070	284 295
Reserver*		-992	-1 892	-1 756
Balanserad vinst inklusive periodens totalresultat		61 730	32 365	40 245
Summa eget kapital		345 857	315 231	323 472
Långfristiga skulder				
Uppskjuten skatteskuld		23 543	23 604	22 325
Långfristiga leasingskulder		32 314	38 446	36 127
Långfristiga banklån		0	83	0
Övriga långfristiga skulder		37 950	43 739	43 739
Summa långfristiga skulder		93 806	105 873	102 191
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		20 199	13 158	12 528
Aktuell skatteskuld		320	-266	392
Kortfristiga banklån		0	71	137
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		17 919	20 567	16 587
Kortfristiga leasingskulder		11 042	9 322	9 391
Övriga kortfristiga skulder*		14 623	12 610	11 869
Summa kortfristiga skulder		64 103	55 463	50 904
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		503 766	476 567	476 568

* En justering av föregående års balansräkning har gjorts då en balanspost tillhörande övriga kortfristiga skulder (56 TSEK) felaktigt redovisats under raden Reserver. Detta är korrigerat för jämförelseåret i denna rapport.

Belopp i TSEK	Not	Mar 22-maj 22	Mar 21-maj 21	Sep 21-maj 22	Sep 20-maj 21	Helår 20/21
Den löpande verksamheten						
Resultat före finansiella poster		11 938	2 578	23 843	-1 447	7 358
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet						
LTIP		-578	226	-128	427	652
Avskrivningar och nedskrivningar	3	13 693	12 674	40 462	36 320	49 259
Erhållen ränta		38	0	38	5	5
Erlagd ränta		-284	-313	-868	-979	-1 277
Betalda inkomstskatter		-957	-374	-2 409	936	394
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet		23 849	14 791	60 938	35 262	56 390
Ökning/minskning av rörelsefordringar		4 920	246	-2 612	-340	6 427
Ökning/minskning av rörelseskulder		9 994	3 019	9 404	568	-12 797
Förändring av rörelsekapital		14 914	3 264	6 792	228	-6 370
Kassaflöde från den löpande verksamheten		38 763	18 055	67 730	35 490	50 020
Investeringsverksamheten						
Balanserade utvecklingskostnader		-7 861	-9 246	-25 201	-27 446	-35 026
Investeringar i och förvärv av materiella anläggningstillgångar		-259	-200	-565	-2 567	-2 231
Förvärv av dotterföretag, efter avdrag för förvärvade likvida medel		0	0	-3 308	-63 091	-63 091
Ökning/minskning av finansiella placeringar		1	0	-2	0	-48
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-8 119	-9 446	-29 075	-93 104	-100 397
Fritt kassaflöde		30 644	8 609	38 655	-57 614	-50 377
Finansieringsverksamheten						
Optionsprogram		265	0	265	1 468	1 468
Amortering		-2 686	-2 277	-8 148	-20 675	-16 385
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-2 421	-2 312	-7 883	-19 207	-14 917
Ökning/minskning likvida medel						
Periodens kassaflöde		28 215	6 296	30 780	-76 821	-65 293
Kursdifferenser		713	-525	5 699	-2 212	178
Likvida medel vid periodens början		103 066	75 827	95 515	160 630	160 630
Likvida medel vid periodens slut		131 994	81 598	131 994	81 598	95 515

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

2021/22

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver*	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2021	688	284 295	-1 756	40 245	323 472
Periodens resultat				21 485	21 485
Valutakursdifferens			764		764
Summa totalresultatet			764	21 485	22 249
Optionsprogram		136			136
Utgående balans 31/5 2022	688	284 431	-992	61 729	345 857

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver*	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2020	687	282 176	-2 241	33 218	313 840
Periodens resultat				-853	-853
Valutakursdifferens			350		307
Summa totalresultatet			350	-853	-503
Optionsprogram	1	1 894			1 710
Utgående balans 31/5 2021	688	284 070	-1 934	32 365	315 231

*Pga. en rättelse av reserven skiljer sig årets ingående balans mot utgående balans föregående år och föregående års valutakursdifferens har därför uppdaterats.

Belopp i TSEK	Not	Mar 22-maj 22	Mar 21-maj 21	Sep 21-maj 22	Sep 20-maj 21	Helår 20/21
Rörelsens intäkter						
Nettoomsättning		75 204	61 338	194 976	182 535	234 101
Övriga rörelseintäkter		1 388	1 106	3 713	2 856	3 661
Summa rörelsens intäkter		76 592	62 444	198 689	185 391	237 762
Rörelsens kostnader						
Försäljningskostnader		-14 440	-13 865	-40 574	-41 490	-53 016
User acquisition		-14 803	-11 633	-35 115	-45 491	-51 245
Övriga externa kostnader		-14 256	-15 749	-42 071	-43 510	-59 173
Personalkostnader		-21 595	-19 743	-60 677	-57 952	-69 664
Summa rörelsens kostnader		-65 095	-60 990	-178 438	-188 444	-233 099
EBITDA		11 497	1 455	20 251	-3 053	4 663
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	3	-4 774	-4 877	-14 411	-14 617	-19 494
Rörelseresultat		6 723	-3 423	5 840	-17 670	-14 831
Finansiella poster						
Finansiella intäkter		666	0	2 603	5	275
Finansiella kostnader*		0	-492	2 104	-596	-6
Summa finansiella poster		666	-492	4 707	-591	269
Resultat efter finansiella poster		7 390	-3 915	10 547	-18 261	-14 562
Skatter		-2 311	279	-5 369	2 051	766
Periodens resultat		5 079	-3 636	5 178	-16 209	-13 796

I moderföretaget återfinns inga poster som redovisas som övrigt totalresultat varför summa totalresultat överensstämmer med periodens resultat.

*Det positiva beloppet på Finansiella kostnader i perioden sep 21-maj 22 beror på ett klassifieringsfel inom kontrogrup

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/5 2022	31/5 2021	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		6 824	20 471	17 059
Övriga immateriella tillgångar		20 680	24 440	23 500
Summa immateriella anläggningstillgångar		27 504	44 911	40 559
Inventarier, verktyg och installationer		4 613	6 174	5 648
Summa materiella anläggningstillgångar		4 613	6 174	5 648
Andelar i koncernföretag		176 151	176 151	176 151
Andra långfristiga fordringar		3 765	11 077	9 599
Långfristiga fordringar hos koncernföretag		264	0	166
Summa finansiella anläggningstillgångar		180 180	187 228	185 915
Summa anläggningstillgångar		212 297	238 313	232 122
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		25 116	28 270	24 795
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag		23	0	32
Övriga fordringar		10 860	10 298	9 451
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 772	5 025	4 694
Summa omsättningstillgångar		41 771	43 593	38 972
Likvida medel		105 906	70 422	80 306
SUMMA TILLGÅNGAR		359 974	352 328	351 400

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/5 2022	31/5 2021	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Fritt eget kapital				
Övrigt externt kapital		315 821	315 459	315 684
Balanserad vinst inklusive periodens resultat		-43 566	-51 158	-48 745
Summa eget kapital		272 943	264 989	267 628
Avsättningar				
Uppskjuten skatteskuld		4 377	5 035	4 841
Övriga avsättningar		37 950	43 739	43 739
Summa avsättningar		42 327	48 774	48 580
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		13 583	10 001	9 001
Skulder till koncernföretag		3 307	1 602	3 997
Övriga skulder		13 190	9 799	9 335
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		14 624	17 162	12 858
Summa kortfristiga skulder		44 705	38 565	35 192
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL		359 974	352 328	351 400

Term	Beskrivning
Nettoomsättning	Total spelintäkt från försäljning i spel samt annonsering. För försäljning i spel redovisar MAG hela intäkten enligt vad kunder betalar i respektive butik (främst Apple och Google). Plattformens andel, normalt 30% av försäljningsvärdet, redovisas som Försäljningskostnad.
Försäljning i spel	Värdet av köp gjorda i någon av spelapparna på Google Play, Apple App Store och liknande plattformar.
Annonsintäkter	Intäkter från annonser i spelen.
Aktiverat arbete för egen räkning	Utvecklingsarbete som aktiveras till balansräkning. Bolaget aktiverar personalkostnad, inklusive skatt och andra personalrelaterade kostnader som kontor, till spel i mjuklansering och live spel. Mjuklansering är den sista utvecklingsfasen innan global lansering och sannolikheten för global lansering är då mycket hög.
Plattformsavgifter	30% av intäkter från försäljning i spel avgår till plattformen, främst Google Play och Apple App Store. Prenumerationer som löpt mer än 12 månader har en reducerad avgift på 15%, och det gäller både för Google och Apple.
User acquisition	Är all marknadsföring med direkt koppling till något spel med mätbar effekt samt med avkastningskrav. Ett vanligt avkastningskrav är att investeringen skall vara betald inom 6 eller 9 månader, men även längre tider kan förekomma för spel med stark retention.
Spelbidrag	Nettoomsättning från spel, inklusive royalties, minus plattformsavgifter (främst till Google och Apple) minus utgifter för avkastningsdriven marknadsföring (user acquisition).
EBITDA	Rörelseresultat före finansiella poster, skatter, avskrivningar och nedskrivningar.
Soliditet	Eget kapital i procent av totalt kapital.
DAU	Medelvärde av dagligt aktiva spelare (Daily Active Users) under perioden. Räknas som summan av de enskilda spelens DAU på ett sådant sätt att en spelare som spelar mer än ett spel på endag räknas en gång per spel.
MAU	Average Monthly Active Users under perioden. Räknas som summan av de enskilda spelens MAU på ett sådant sätt att en spelare som spelar flera spel under månaden räknas en gång per spel. Värdet är ett snitt över periodens månader.
MUP	Average Monthly Unique Payers under perioden är totala antalet spelare som gör ett eller flera köp i ett spel. Räknas som summan av de enskilda spelens MUP. Värdet är ett snitt över periodens månader.
ARPDau	Medelvärde av den dagliga nettoomsättningen per dagligt aktiv användare (DAU). Räknas om inget annat anges i US cents.

Mar 22-maj 22 Mar 21-maj 21 Sep 21-maj 22 Sep 20-maj 21 Helår 20/21

Belopp i TSEK

NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN

Försäljning i spel	30 624	30 669	85 581	86 463	111 602
Annonstäckter	45 830	50 259	137 464	130 020	174 259
Övrigt	14 708	453	14 728	454	723
Totalt	91 162	81 381	237 773	216 937	286 584

NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER

Avgifter till plattform	-9 026	-9 146	-25 222	-25 818	-32 516
Serverkostnader	-4 828	-4 447	-13 370	-13 541	-17 688
Övriga försäljningskostnader	-2 962	-3 206	-9 170	-8 255	-11 470
Totalt försäljningskostnader	-16 816	-16 799	-47 762	-47 614	-61 674

NOTER TILL DELÅRSRAPPORTEN

2021/22

Mar 22-maj 22 Mar 21-maj 21 Sep 21-maj 22 Sep 20-maj 21 Helår 20/21

Belopp i TSEK

NOT 3: AVSKRIVNING OCH UTRANGERING**Koncern**

Nyttjanderätter	-2 649	-2 431	-7 666	-7 274	-9 705
Inventarier, verktyg och installationer	-717	-812	-2 223	-2 395	-3 212
Intellektuella rättigheter	-2 565	-2 565	-7 695	-6 862	-9 427
Aktiverat arbete för egen räkning	-7 762	-6 866	-22 878	-19 789	-26 914
Totalt	-13 693	-12 674	-40 462	-36 320	-49 259

Moder

Goodwill	-3 412	-3 412	-10 236	-10 236	-13 647
Inventarier, verktyg och installationer	-422	-525	-1 355	-1 561	-1 076
Intellektuella rättigheter	-940	-940	-2 820	-2 820	-3 759
Koncernrelaterade avskrivningar	0	0	0	0	0
Totalt	-4 774	-4 877	-14 411	-14 617	-19 494

NOT 4: JUSTERAD NETTOOMSÄTTNING, EBITDA OCH EBIT

Nettoomsättning	91 162	81 381	237 773	216 937	286 584
Transferbonus från Applovin	-14 706	0	-14 706	0	0
Justerad Nettoomsättning	76 456	81 381	223 067	216 937	286 584

Transferbonus från Applovin	-14 706	0	-14 706	0	0
Förvärvsrelaterade kostnader	0	0	0	525	525
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	40	157	1 086	1 680	366
Totala justeringsposter	-14 666	157	-13 620	2 205	891

EBITDA	25 631	15 252	64 305	34 874	56 617
Justerad EBITDA	10 965	15 409	50 685	37 079	57 508

EBIT	11 938	2 578	23 843	-1 447	7 358
Justerad EBIT	-2 728	2 735	10 223	758	8 249

Mar 22-maj 22 Mar 21-maj 21 Sep 21-maj 22 Sep 20-maj 21 Helår 20/21

Belopp i TSEK

NOT 5: SPELBIDRAG

Koncern

Försäljning i spel	30 624	30 669	85 581	86 463	111 602
Annonsintäkter	45 830	50 259	137 464	130 020	174 259
Övrigt	14 708	453	14 728	454	723
Nettoomsättning	91 162	81 381	237 773	216 937	286 584
Transferbonus från Applovin	14 706	0	14 706	0	0
Nettoomsättning exclusive transferbonus från Applovin	76 456	81 381	223 067	216 937	286 584
Avgifter till plattform	-9 026	-9 146	-25 222	-25 818	-32 516
User acquisition	-21 589	-23 323	-50 111	-61 692	-76 718
Spelbidrag	45 841	48 912	147 734	129 427	177 350

GOOD TIMES