

MAG INTERACTIVE

MAG INTERACTIVE AB [PUBL]
DELÅRSRAPPORT
SEP-FEB 2021/22

2021/22

DELÅRSRAPPORT SEP—FEB 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, 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 DEC TILL FEB 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 76 772 TSEK (72 606 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 6 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 21 541 TSEK (10 332 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 21 256 TSEK (12 365 TSEK) (justerad EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende förvävsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram)
- Koncernens spelbidrag för perioden var 54 072 TSEK (42 049 TSEK), en ökning med 29 % jämfört med samma period föregående år
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPPDAU) var för perioden 6,0 US cents (4,8 US cents), en ökning med 23 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var 0,29 SEK/aktie (-0,08 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 13 981 TSEK (21 950 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 1,55 miljoner respektive 4,9 miljoner under kvartalet, en minskning med 23 % respektive 22 % jämfört med samma period föregående år

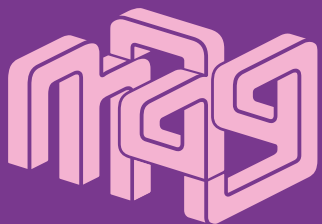
PERIODEN SEP 2021 TILL FEB 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 146 610 TSEK (135 556 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 8 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 38 674 TSEK (19 622 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 38 389 TSEK (21 655 TSEK) (justerad EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende förvävsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram)
- Koncernens spelbidrag för perioden var 101 892 TSEK (80 515 TSEK), en ökning med 27 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under perioden var 0,43 SEK/aktie (-0,08 SEK/aktie)

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP 2021 TILL FEB 2022

- Inga väsentliga händelser har registrerats under kvartalet





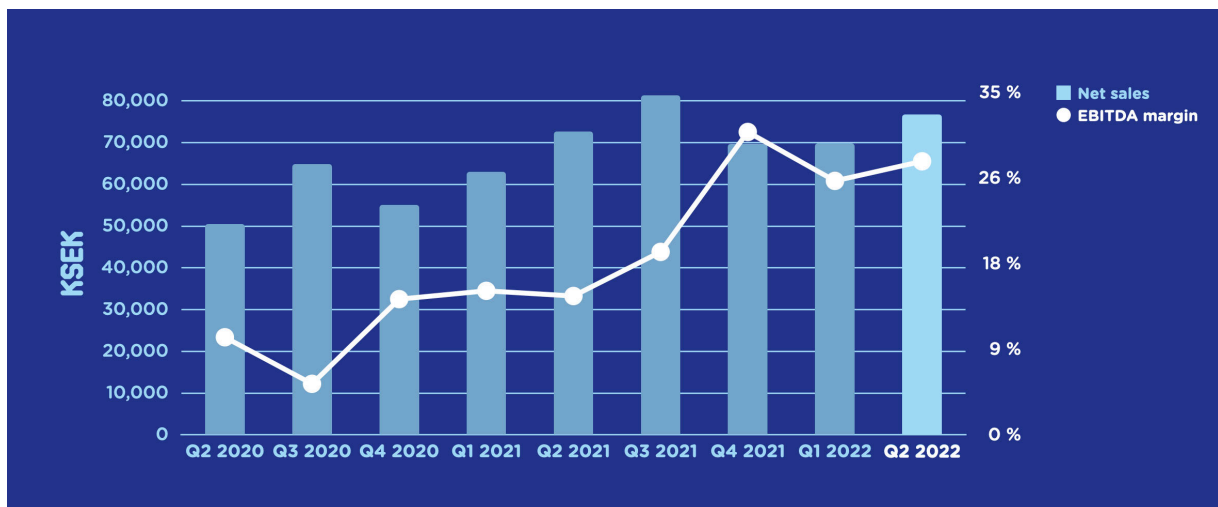
MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET VÄXANDE LÖNSAMHET

2021/22

Våra evergreens fortsätter att prestera

Det finansiella årets andra kvartalet resulterade i en omsättning på 77 MSEK (+6%) och en EBITDA på 22 MSEK (+108%). Detta innebär ett rekord-Q2 i bolagets historia vad gäller omsättning och vi genererar samtidigt en solid EBITDA-marginal om 28%. Under de senaste tre åren har vi kontinuerligt förbättrat den genomsnittliga intäkten per dagligt aktiv användare (ARPDau) och det här kvartalet var inget undantag. Detta viktiga nyckeltal förbättrades med 23% jämfört med samma period föregående år.



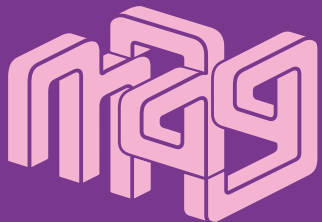
Omsättning och EBITDA-marginal

Stärkta av livespelens höga prestanda har vi valt att fortsätta våra ambitiösa investeringar i utveckling av såväl nya spel som gemensam teknologi för samtliga spel. Detta är grunden för kommande års tillväxt och lönsamhet. De fortsatta förbättringarna av Sololäget i Quizkampen levererade ännu en gång ett bättre resultat än det föregående kvartalet. Det finns fortsatt stor potential för spelet att växa givet alla de spännande saker som sker på utvecklingssidan just nu. Vi har inte sett det bästa från Quizkampen än.

Vi förbereder oss för fortsatt tillväxt

Vi har tre huvudsakliga sätt att skapa tillväxt. En nyckelkomponent är att lägga till nya spel till vårt spelportfölj som kan skalas upp med user acquisition (UA) och korsmarknadsföring från existerande spel. Nya spel kan tillkomma genom intern utveckling såväl som genom förvärv. Ytterligare en möjlighet att skapa tillväxt är den kontinuerliga utveckling av våra livespel som kommer vår nuvarande publik till godo. Det har den mest omedelbara påverkan på intäkterna och kommer dessutom med en hög vinstmarginal eftersom det inte kräver investeringar i UA. Vår tredje tillväxtmöjlighet kommer från investeringar i UA för existerande spel. Vi strävar alltid efter att maximera dessa investeringar så länge de kan återbetala sig inom en tidsperiod som gör att vi kan nå önskvärda vinstmarginaler. Denna återbetalningstid är vanligtvis sex månader.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET VÄXANDE LÖNSAMHET

2021/22

Vi jobbar hårt inom samtliga tre områden för att maximera våra framtida tillväxtmöjligheter. Under det andra kvartalet investerade vi inte så mycket som vi skulle ha önskat i UA, men vi är nöjda med de framsteg i sett från livespelen liksom med uppbyggnaden av pipelinen av nya spel. Ökade investeringar i UA är en hög prioritet och vi tror att möjligheterna till det ökar markant i samband med att vi får ut nya spel på marknaden.

Uppdatering gällande nya spel

Under Q2 hade vi sex spel, i olika stadier, under utveckling. Fyra av dem var under fortsatt utveckling sedan tidigare kvartal. Ett av dessa nya spel är utvecklat av vår Approje-studio och från och med idag anser vi att spelet Tile Mansion officiellt är en kandidat till en framtida global lansering. Approje använder inte samma utvärderingsprocess med steg som betatestning, mjuklansering och global lansering som resten av MAG tillämpar. Vi anser dock att spelets nuvarande prestanda ger oss anledning att tro att vi har möjlighet att fortsätta utveckla spelet till att bli redo för en global lansering med uppskalning av intäkter genom UA. Vi likställer därmed utvecklingsfasen för Tile Mansion med vad vi normalt kallar för mjuklansering, eller soft launch.

Tile Mansion bygger på ramverket från Appropes spel Word Mansion och använder en Mahjong-inspirerad spelmekanik. Huvudkaraktär och story återanvänds från Word Mansion eftersom det visat sig att vara effektivt ur marknadsföringssynpunkt. Som alltid i den här utvecklingsfasen finns det fortsatta osäkerheter kring hur prestandan kommer att utvecklas över tid och om UA kommer att kunna skalas upp eller ej. Givet detta är vi väldigt glada att ha ett nytt spel på marknaden som vi tror starkt på.

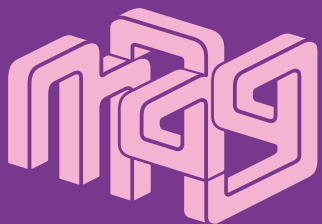
Vår ambition är fortsatt att lansera minst ett nytt spel globalt inom loppet av innevarande finansiellt år.

Användarbasens utveckling

Våra dagliga aktiva användare (DAU) i Q2 minskade med 23% relativt samma period föregående år men ökade 1% jämfört med Q1. Utvecklingen av DAU i våra spel är en kombination av inflödet av nya spelare och utflödet av existerande spelare över tid. Våra investeringar i UA fokuserar på att optimera avkastningen per investerad krona snarare än antalet nya spelare. Under perioder av förvärv av spelare av högt livstidsvärde (LTV) till ett högt snittpris (CPI) kommer vi naturligt att se ett lägre inflöde av nya spelare - givet samma mängd investerade kronor. Den här dynamiken påverkar främst DAU snarare än omsättning eller lönsamhet.

Förutom betald UA så arbetar vi på våra största spel med förbättringar gällande reaktivering av spelare som tidigare spelat men inte längre är aktiva. Till exempel finns det över 100 miljoner personer som tidigare har spelat Quizkampen och där vi ser möjligheter för våra aktiva spelare att bjuda in dem att återvända till spelet.



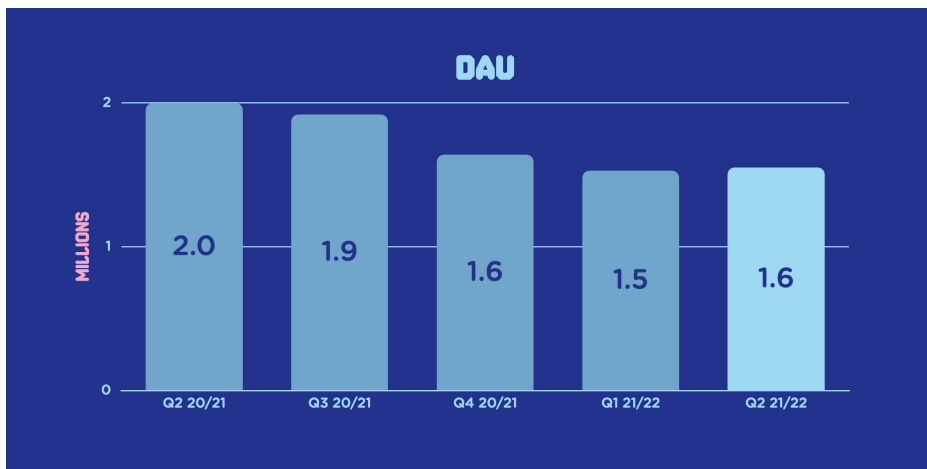


MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET VÄXANDE LÖNSAMHET

2021/22

Som synligt i bilden nedan har nedgången i DAU, vilken sammanföll med lägre investeringsvolymen i UA mellan Q3 och Q4 föregående år, stabiliserats under de senaste tre kvartalen.



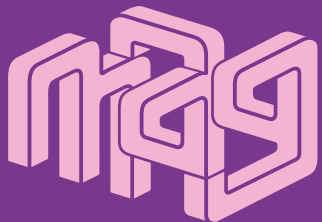
Dagligt aktiva användare - senaste fem kvartalen

Tack vare stabiliteten hos livespelen i vår spelportfölj kan vi växa omsättningen trots en relativt låg nivå av UA-investeringar under Q2, vilket visar hur robust vår affär är.

Hur kan vi hjälpa till?

Vi är ett europeiskt bolag och har kollegor på MAG från samtliga länder involverade i den kris som startats genom Rysslands invasion av Ukraina. Det har inneburit att kriget funnits väldigt nära oss i tankarna sedan det bröt ut. Vårt sätt att bidra har varit att samarbeta med våra spelare genom att höja medvetenheten kring Ukraina och dess historia - samtidigt som vi kunnat samla in pengar till förmån för direkta hjälpinsatser. Vi lanserade ett specialquiz i Quizkampen om Ukraina och donerade samtliga intäkter genererade från detta quiz till Röda Korsets insatser i Ukraina. Vi öppnade också upp för spelare att donera pengar och även att skänka sina vinster i både Primetime och i *QuizDuel Live* till Röda Korset. Vi är väldigt stolta över att kunna bidra och uppskattar verkligen att vi kunde göra det tillsammans med våra spelare.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET VÄXANDE LÖNSAMHET

2021/22

Ytterligare en återgång till kontoret

Efter att ha varit i en "remote first"-situation igen under delar av Q2 har det varit fantastiskt att få återvända till kontoret när myndigheterna släppte på sina rekommendationer om hemarbete. Vi har lärt oss mycket under de senaste två åren om hur vi kan skapa mer värde genom att vissa uppgifter görs hemifrån och annat tillsammans i samma rum. Framöver kommer vi att fortsätta arbeta i en hybrid arbetsmiljö, men där majoriteten av medarbetarnas tid tillbringas på våra kontor i Stockholm och Brighton.

Med så många nya spelprojekt under utveckling och våra kollegor tillbaka på kontoret ser framtiden för MAG mer spännande ut än någonsin tidigare.

DANIEL HASSELBERG, VD



VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2021/22

		Dec 21-feb 22	Dec 20-feb 21	Förändring	Sep 21-feb 22	Sep 20-feb 21	Förändring	Helår 20/21
Nettoomsättning	TSEK	76 772	72 606	6 %	146 610	135 556	8 %	286 584
Valuta (USD)	SEK/USD	9,310	8,340	12 %	9,070	8,540	6 %	8,510
Nettoomsättning USD	TUSD	8 274	8 702	-5 %	16 190	15 877	2 %	33 656
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	29 717	28 816	3 %	54 956	55 794	-2 %	111 602
Annonsering	TSEK	47 035	43 790	7 %	91 634	79 761	15 %	174 259
User acquisition	TSEK	-13 981	-21 950	-36 %	-28 522	-38 369	-26 %	-76 718
Spelbidrag	TSEK	54 072	42 049	29 %	101 892	80 515	27 %	177 350
EBITDA	TSEK	21 541	10 332	108 %	38 674	19 622	97 %	56 617
EBITDA marginal ¹	%	28 %	14 %	14	26 %	14 %	12	20 %
Justerad EBITDA	TSEK	21 256	12 365	72 %	38 389	21 655	77 %	57 675
Justerad EBITDA marginal ¹	%	28 %	17 %	11	26 %	16 %	10	20 %
Rörelseresultat	TSEK	7 906	-1 835		11 905	-4 024		7 358
Rörelseresultat marginal ¹	%	10 %	-3 %	13	8 %	-3 %	11	3 %
Periodens resultat	TSEK	7 786	-1 995		11 485	-2 180		7 027
Periodens resultat per aktie	TSEK	0,29	-0,08		0,43	-0,08		0,27
Fritt kassaflöde	TSEK	6 468	-39 942		7 744	-65 571		-50 377
Medelantal anställda		114	104	10 %	112	104	8 %	105
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	1,55	2,01	-23 %	1,54	1,96	-22 %	1,87
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	4,94	6,30	-22 %	4,99	6,22	-20 %	6,02
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	50	59	-16 %	49	57	-14 %	53
ARPPDAU	US \$ cent	5,95	4,82	23 %	5,81	4,47	30 %	4,93

¹ Årlig förändring anges i procentenheter

Wordzee når fem miljoner nedladdningar

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 starka nyckeltal sedan lansering.

Under kvartalet passerade Wordzee fem miljoner nedladdningar, en viktig milstolpe mot de 10 miljoner nedladdningar som MAG har som ambition att nå med alla spel som bolaget lanserar. Wordzee har sedan start visat en hög genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) och i Q2 låg den på en fortsatt stabil hög nivå jämfört med samma kvartal föregående år.

Fortsatta optimeringar av event och videoannonser

Wordzee fortsätter att lansera tematiska event, i Q2 släpptes ett jul- och ett Alla hjärtans dag-event. MAG har sett positiv påverkan på spelarengagemang och monetisering från event i spel som WordBrain och Word Domination och Wordzee fortsätter att optimera eventen för att stärka dessa KPIer. Wordzee-teamet fortsätter också arbeta på att optimera videoannonser riktade mot icke-betalande spelare för att hitta en bra balans mellan spelupplevelse och intäkter.

Fokus på säsongsevent och annonsoptimering i Q3

Under början av Q3 kommer förutom ett påskevent nya tematiska mini-säsongsevent att introduceras i Wordzee. I dessa mini-event får spelare under loppet av sju dagar särskilda belöningar av att spela mot andra. Målet med mini-eventen är att ge spelarna nytt innehåll och nya mål i spelet under en viss period för att öka det befintliga spelarengagemanget. Dessa mini-säsongsevent byggs som en mall för att kunna återanvändas till att lättare utveckla nya säsongsevent i framtiden.

Wordzee-teamet planerar också att öka fokus på att förbättra spelets annonsoptimering, exempelvis genom att förbättra möjligheterna för både betalande och icke-betalande spelare att se på annonser.

Wordzee är ett viktigt tillväxtspel i MAGs portfölj och bolaget tror på fortsatt utveckling och ökade intäkter för spelet under 2022.



Största triviaspelet på mobil i Europa

I triviaspelet Quizkampen - tidigare känt som Nya Quizkampen - utmanar vänner varandra 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.

Quizkampen inkluderar även flera andra spellägen utöver klassiska dueller mot vänner: 1) *Arena*, där spelaren tävlar mot fyra andra personer för att klättra på topplistor, 2) live-trivialäget *QuizDuel Live* och 3) tematiska soloevent, som introducerades i Q4 20/21.

Fortsatt positiv utveckling för Solo

Solo är ett enspelarläge där spelare ska fullfölja quiz i flera nivåer. Syftet med eventläget är att erbjuda spelarna mer variation, innehåll och utmaning. Samtliga tidigare soloevent har visat positiva effekter på intäkter och spelarengagemang. Det fjärde eventet Sugar Rush släpptes globalt i början av februari och visade fortsatt positiva resultat med fler betalande spelare och en ökning av de genomsnittliga intäkterna per dagligt aktiv användare (ARPDau) under eventperioden. ARPDau har ökat betydligt jämfört med samma kvartal föregående år främst tack vare soloeventen. Solo planeras att lanseras som ett permanent globalt spelläge i framtiden.

Lansering av ny design och röststödfunktionalitet

Under kvartalet lanserades en stor designuppdatering av Quizkampen, dels för att ge spelet ett modernare utseende, dels för att förbättra användarvänligheten. I samband med denna uppdatering släpptes också röststödfunktionalitet i det klassiska duellspelläget. Sammantaget är det den största uppdateringen av Quizkampen som har lanserats hittills. Både det nya gränssnittet liksom röststödet fortsätter att optimeras och ytterligare uppdateringar av det senare pågår.



Ruzzle firar 10 år - fortsatt stabila intäkter

Efter kvartalets slut i mars 2022 firade ordspelssuccén Ruzzle 10 år sedan global lansering. Spelet fortsätter att vara stabilt gällande både antal spelare och intäkter. I Q2 ökade även nedladdningarna under julperioden i framför allt i Italien och USA och spelarna har också bibehållits sedan dess.

I kommande kvartal kommer Live operations (Live ops) att fokusera på tekniska optimeringar, bland annat av spelekonomin med förbättringar av så kallade rewarded ads (videoannonser) och in-app-köp (IAP).

Ruzzle är en grundpelare i MAGs spelportfölj med en lojal spelarbas och förutsägbara intäkter.

In-app-köp från VIP-spelarna ökar i Word Domination

Det taktiska ordspelet Word Domination släpptes globalt 2018 har sedan dess nått över 10 miljoner nedladdningar och utvecklats till en av bolagets finaste evergreens. Word Domination har mycket engagerade VIP-användare, spelare som betalar en prenumerationskostnad varje månad för att få bonusar i spelet. Dessa spelare står för en allt högre grad av alla IAP i spelet: i Q2 stod de för drygt 42% av alla in-app-köp, att jämföra med 41% i Q1.

Ett samlarevent med jultema släpptes i Q2 och målsättningen för Live ops är att släppa nytt innehåll med nya samlingsevent varje månad i Word Domination. Nya säsongsevent och kapitel i Stories planeras också att släppas framöver.

Vidareutveckling av eventsystemet i WordBrain

Ordspelet WordBrain har varit live i mer än åtta år och har vuxit till en stark evergreen för MAG med en stabil intäktsström. I slutet av det förra finansiella året lanserades ett nytt eventsystem i WordBrain som har inneburit ökad kontroll för Live ops att skapa mer varierade event och som i föregående kvartal resulterade i högre intäkter. Eventsystemet har fortsatt att utvecklas under Q2 och erbjuder nu tre olika svårighetsnivåer för att tillgodose fler typer av WordBrain-spelare, vilket ledde till en viss ökning av IAP under kvartalet. Att optimera eventen har varit en nyckel för att förbättra både spelekonomi och öka spelarengagemang för WordBrain, och de bra resultaten har inspirerat fler andra spelteam att optimera sina eventsystem.

MAG ser fram emot Live ops fortsatta utveckling under 2022.



RUZZLE™



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. Deras mest kända ordspel, WordBubbles, har laddats ned över 10 miljoner gånger, omsatt cirka 100 miljoner SEK och nått förstaplatsen i ordspelskategorin i drygt 50 länder.

Appropes senaste spelsläpp Word Mansion är ett ordpusseläventyr 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. Under Q2 har Apprope testat nya tillvägagångssätt för att öka spelarnas långsiktiga engagemang i Word Mansion, bland annat genom optimering av annonsering och in-app-köp (IAP), vilket hittills har lett till en markant ökning av spelarengagemanget.

Positiva marknadstester av nya spelet Tile Mansion

Apprope har sedan tidigare byggt ut infrastrukturen i Word Mansions spelmotor för att lättare kunna testa nya spelkoncept snabbare. Det innebär att delar i motorn kan bytas ut - exempelvis spelmekanik eller tema - och olika kombinationer av spelkategorier kan testas utan att behöva bygga en ny prototyp från grunden. Apprope kan därmed snabbt dra lärdomar om vilka kombinationer av kategorier inom casualsegmentet som fungerar bäst på marknaden. Målet är att på så sätt snabbare och mer effektivt utveckla ett nytt succéspel.

I Q2 testade Apprope flera spelkoncept efter denna modell varav i synnerhet Tile Mansion - som använder mahjong som grundspelmekanik - gav positiva resultat efter marknadstester på Android. Efter kvartalets slut testades spelet även på iOS och har visat så pass goda resultat att MAG nu ser Tile Mansion som en stark kandidat för en framtida global lansering. Apprope följer inte samma lanseringsmilstolpar som resten av MAG men med Tile Mansions nuvarande prestanda ser MAG betydande möjligheter att fortsätta att utveckla spelet till den globala marknaden.



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 (ARPDau). Ytterligare optimering av spelekonomi i Primetime är under utveckling. In-app-köp (IAP) av livbojar, hjälpmedlet som spelarna kan använda upp till fråga sju för att fortsätta spela om de har svarat fel, planeras att lanseras under Q3. I kombination med nya sponsoravtal bidrar det till potential för ökade intäkter.

Tittarrekor för QuizDuel Live

Livekvizlaget *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. Under Q2 slog *QuizDuel Live* nytt tittarrekor och ytterligare rekord har nåtts efter kvartalets slut. Primetime har noterat ett ökat engagemang hos befintliga spelare och målet för Q3 är att öka det långsiktiga engagemanget än mer.

Nya sponsoravtal för QuizDuel Live

QuizDuel Live monetiseras primärt av sponsorkampanjer, som fungerar på liknande sätt som i Primetime: en sponsorpartner köper reklamplats i livekvizen och programledaren informerar spelarna om sponsorskapet. Primetime ansvarar också för driften av sponsorkampanjerna i *QuizDuel Live*. Under kvartalet har nya sponsoravtal slutits, vissa på årsbasis, för *QuizDuel Live* och började gälla i Q3.

MAG och Primetime ser fortsatt positivt på tillväxt för *QuizDuel Live* och bolagen fortsätter att vidareutveckla synergier i tyska Quizkampen.





KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

PERIODEN DEC 2021 TILL FEB 2022

2021/22

INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 76 772 TSEK (72 606 TSEK), en ökning med 6 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 7 727 TSEK (8 060 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt avskrivningar av dessa.

Koncernens nettoomsättning var främst hänförlig till spelen Quizkampen, Wordzee, Ruzzle, WordBrain, Word Domination, Word Mansion och Primetime.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 63 726 TSEK (71 000 TSEK). Av dessa var 16 130 TSEK (15 466 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 13 981 TSEK (21 950 TSEK) kostnader för user acquisition, och 7 165 TSEK (8 110 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

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

Personalkostnader uppgick till 26 450 TSEK (25 474 TSEK), en ökning med 4 %.

EBITDA för perioden var 21 541 TSEK (10 332 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 13 635 TSEK (12 167 TSEK), varav 7 770 TSEK (6 587 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 7 906 TSEK (-1 835 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 10 027 TSEK (-2 330 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 2 420 TSEK (146 TSEK) och finansiella kostnader till -299 (-641 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta och de finansiella kostnaderna var främst hänförliga till ränta på finansiell leasing.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 7 786 TSEK (-1 995 TSEK).

Resultat per aktie var 0,29 SEK/aktie (-0,08 SEK/aktie) och resultatet per aktie fullt utspätt uppgick till 0,28 SEK/aktie (-0,07 SEK/aktie).

Snitt antal aktier under perioden var 26 494 653 (26 494 653) och snitt antal aktier fullt utspätt var 27 995 320 (27 473 366).

KASSAFLÖDE

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var 17 659 TSEK (13 108 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -11 191 TSEK (-53 050 TSEK). Kassaflödet från finansieringsverksamheten var -2 715 TSEK (-12 232 TSEK).

Kassaflödet från investeringsverksamheten inkluderar tilläggsköpeskilling för förvärvet av Apprope AB med belopp 3 308 TSEK, och i jämförelsetalen för amorteringar ingår engångsamortering av lån som löstes i samband med samma affär, belopp 10 990 TSEK.

INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 146 610 TSEK (135 556 TSEK), en ökning med 8 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 17 339 TSEK (18 200 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.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 127 455 TSEK (135 641 TSEK). Av dessa var 30 947 TSEK (30 815 TSEK) försäljningsrelaterade kostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 28 522 TSEK (38 369 TSEK) kostnader för user acquisition, och 15 640 TSEK (16 592 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 52 347 TSEK (49 864 TSEK) en ökning med 5 %. Medelantalet anställda under perioden var 112 (104) en ökning med 8 %.

EBITDA för perioden var 38 674 TSEK (19 622 TSEK).

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 26 769 TSEK (23 647 TSEK), varav 15 116 TSEK (12 924 TSEK) var avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 11 905 TSEK (-4 024 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 15 872 TSEK (-4 811 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 4 603 TSEK (152 TSEK) och finansiella kostnader till -636 TSEK (-939 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 38 389 TSEK (21 655 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 11 485 TSEK (-2 180 TSEK).

Resultat per aktie var 0,43SEK/aktie (-0,08SEK/aktie) och resultatet per aktie fullt utspätt uppgick till 0,41SEK/aktie (-0,08 SEK/aktie).

Snitt antal aktier under perioden var 26 494 653 (26 494 653) och snitt antal aktier fullt utspätt var 27 914 920 (27 681 874).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN DEC 2021 TILL FEB 2022

2021/22

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 63 182 TSEK (62 048 TSEK), en ökning med 2 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 57 044 TSEK (63 926 TSEK).

Av dessa var 13 610 TSEK (13 556 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 10 038 TSEK (17 440 TSEK) och 13 601 TSEK (13 530 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 19 795 TSEK (19 401 TSEK) en ökning med 2 %.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 4 775 TSEK (4 872 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var 2 142 TSEK (–5 945 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 2 205 TSEK (0 TSEK) och finansiella kostnader till –2 TSEK (–145 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 2 689 TSEK (–5 457 TSEK).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN SEP 2021 TILL FEB 2022

2021/22

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 119 772 TSEK (121 197 TSEK), en minskning med 1 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 113 343 TSEK (127 454 TSEK).

Av dessa kostnader är 26 134 TSEK (27 626 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play. Kostnader för user acquisition uppgick till 20 312 TSEK (33 858 TSEK) och 27 816 TSEK (27 761 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 39 082 TSEK (38 209 TSEK) en ökning med 2 %.

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 9 637 TSEK (9 740 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -883 TSEK (-14 247 TSEK).

FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 4 043 TSEK (5 TSEK) och finansiella kostnader till -3 TSEK (-103 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta.

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 100 TSEK (-12 574 TSEK).



KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2021/22

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 266 785 TSEK (271 287 TSEK), varav 161 317 TSEK (160 618 TSEK) avser goodwill och 105 468 TSEK (110 669 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 103 066 TSEK (75 827 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 336 643 TSEK (313 622 TSEK), motsvarande 12,7 SEK/aktie (11,8 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 69,1 % (66,2 %).

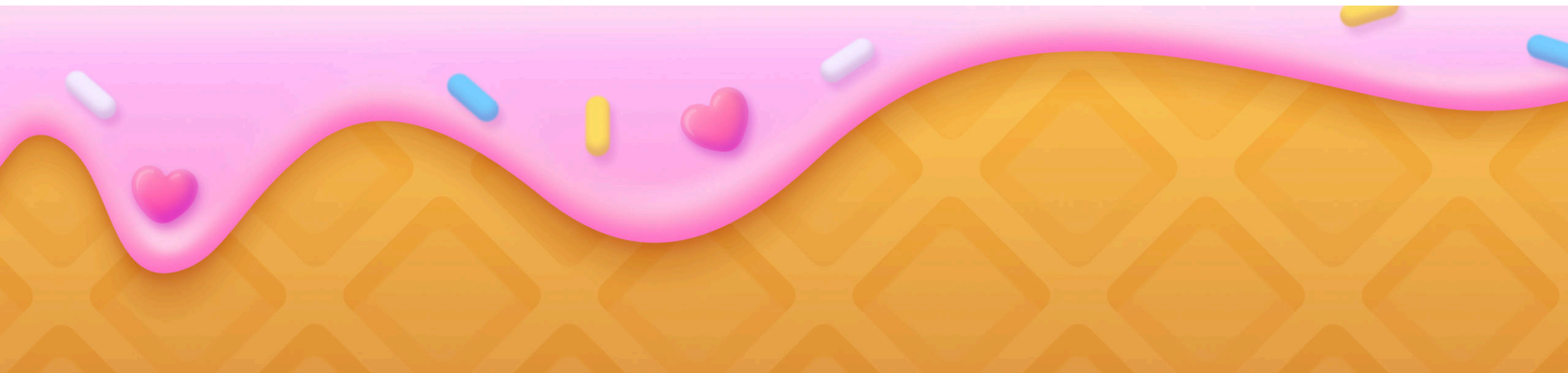
Övriga långfristiga skulder består av långfristig del av tilläggsköpeskilling för förvärven av Sventertainmentkoncernen och Apprope AB och uppgår till 37 950 TSEK (43 739 TSEK). Tilläggsköpeskilling för både Apprope och Sventertainment är strukturerade som vinstdelning, och baseras på resultatet av respektive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

Koncernen har räntebärande skulder på 46 304 TSEK (50 124 TSEK) vilka avser finansiell leasing.

MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 80 667 TSEK (66 271 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 268 178 TSEK (268 399 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 29 717 TSEK (28 816 TSEK), en ökning med 3 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 47 035 TSEK (43 790 TSEK), en ökning med 7 % 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 minus kostnader för plattformavgifter (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 54 072 TSEK (42 049 TSEK), en ökning med 29 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Nettomsättning gick upp något, trots en lägre DAU, till följd av förstärkning av ARPDAU i hela portföljen samt en starkare valuta. Spelbidraget växer kraftigt till följd av högre omsättning samt lägre kostnader för 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 1,55 miljoner (2,01 miljoner), en minskning med 23 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 4,9 miljoner (6,3 miljoner), en minskning med 22 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 49,8 tusen (59,4 tusen), en minskning med 16 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 6,0 US \$ cent (4,8 US \$ cent), en ökning med 23 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

DAU och MAU går ned främst som en effekt av lägre marknadsföringsvolym, något som påverkar andelen nya spelare av totalen. Under perioden så var i snitt över 70% av aktiva spelare över ett år gamla. Ett tecken på den stabilitet som den underliggande spelarbasen har. DAU i det andra kvartalet är något högre jämfört med årets första kvartal. ARPDau har gått upp kraftigt till följd av förbättringar över hela portföljen, där alla nyckelspel visade förbättrad ARPDau. I synnerhet visar Quizkampen stark utveckling av förbättrad ARPDau, som i kombination med den stora användarbasen bidrar till ökat ARPDau-snitt. Wordzee fortsätter att bidra med en ARPDau som är högre än snittet.



MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm och har 75 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 21 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 15 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 114 jämfört med 104 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 Q3 september 2021 – maj 2022

29 juni 2022

Delårsrapport Q4 september 2021 – aug 2022 och Bokslutskommuniké

19 oktober 2022

GRANSKNING

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

TWITCH STREAM

Den 6 april 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 6 april 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	Dec 21-feb 22	Dec 20-feb 21	Sep 21-feb 22	Sep 20-feb 21	Helår 20/21
Rörelsens intäkter						
Nettoomsättning	1	76 772	72 606	146 610	135 556	286 584
Aktiverat arbete för egen räkning		7 727	8 060	17 339	18 200	35 026
Övriga intäkter		768	667	2 180	1 507	3 373
Summa		85 267	81 332	166 129	155 263	324 983
Rörelsens kostnader						
Försäljningskostnader	2	-16 130	-15 466	-30 947	-30 815	-61 674
User acquisition		-13 981	-21 950	-28 522	-38 369	-76 718
Övriga externa rörelsekostnader		-7 165	-8 110	-15 640	-16 592	-34 171
Personalkostnader		-26 450	-25 474	-52 347	-49 864	-95 803
Summa Rörelsens kostnader		-63 726	-71 000	-127 455	-135 641	-268 367
EBITDA		21 541	10 332	38 674	19 622	56 617
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-13 635	-12 167	-26 769	-23 647	-49 258
Rörelseresultat (EBIT)		7 906	-1 835	11 905	-4 024	7 358
Finansiella poster						
Finansiella intäkter		2 420	146	4 603	152	495
Finansiella kostnader		-299	-641	-636	-939	-1 589
Summa finansiella poster		2 121	-495	3 967	-787	-1 094
Resultat efter finansiella poster		10 027	-2 330	15 872	-4 811	6 264
Skatter		-2 240	335	-4 387	2 631	764
Periodens resultat		7 786	-1 995	11 485	-2 180	7 027
Övrigt totalresultat						
Valutakursdifferenser		852	869	1 235	293	429
Summa totalresultat för perioden		8 639	-1 126	12 721	-1 887	7 457

Periodens resultat och totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolagets aktieägare.

Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)	0,29	-0,08	0,43	-0,08	0,27
Periodens resultat per aktie fullt utspätt (baserat på snitt antal aktier)	0,28	-0,07	0,41	-0,08	0,25
Snitt antal aktier under perioden	26 494 653	26 494 653	26 494 653	26 494 653	26 494 653
Snitt antal aktier under perioden fullt utspätt	27 995 320	27 473 366	27 914 920	27 681 874	27 734 117
Antal aktier vid periodens slut	26 494 653	26 494 653	26 494 653	26 494 653	26 494 653
Antal aktier vid periodens slut fullt utspätt	27 994 868	27 473 366	28 175 671	27 654 169	27 994 868

KONCERNENS BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	28/2 2022	28/2 2021	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		161 317	160 618	160 696
Övriga immateriella tillgångar		105 468	110 669	108 376
Summa immateriella tillgångar		266 785	271 287	269 071
Nyttjanderätter		44 045	48 136	43 341
Inventarier, verktyg och installationer		7 087	9 545	8 157
Summa materiella anläggningstillgångar		51 132	57 681	51 498
Andra långfristiga fordringar		4 129	4 098	4 107
Uppskjuten skattefordran		4 220	8 695	7 615
Summa finansiella anläggningstillgångar		8 349	12 793	11 722
Summa anläggningstillgångar		326 266	341 761	332 291
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		39 961	38 103	33 153
Aktuella skattefordringar		9 942	9 015	8 744
Övriga kortfristiga fordringar		1 473	2 446	1 156
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		6 588	6 327	5 707
Likvida medel		103 066	75 827	95 515
Summa omsättningstillgångar		161 030	131 718	144 277
SUMMA TILLGÅNGAR		487 296	473 479	476 568

KONCERNENS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	28/2 2022	28/2 2021	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Övrigt externt kapital		284 745	283 844	284 295
Reserver*		-520	-1 948	-1 756
Balanserad vinst inklusive periodens totalresultat		51 730	31 038	40 245
Summa eget kapital		336 643	313 622	323 472
Långfristiga skulder				
Uppskjuten skatteskuld		23 347	22 798	22 325
Långfristiga leaseskulder		35 183	40 793	36 127
Långfristiga banklån		0	101	0
Övriga långfristiga skulder		37 950	43 739	43 739
Summa långfristiga skulder		96 481	107 431	102 191
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		13 408	16 316	12 528
Aktuell skatteskuld		342	87	392
Kortfristiga banklån		0	71	137
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		15 565	15 467	16 587
Kortfristiga leaseskulder		11 121	9 260	9 391
Övriga kortfristiga skulder*		13 737	11 224	11 869
Summa kortfristiga skulder		54 173	52 425	50 904
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		487 296	473 479	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	Dec 21-feb 22	Dec 20-feb 21	Sep 21-feb 22	Sep 20-feb 21	Helår 20/21
Den löpande verksamheten						
Resultat före finansiella poster		7 906	-1 835	11 905	-4 024	7 358
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet						
LTIP		225	101	450	201	652
Avskrivningar och nedskrivningar	3	13 635	12 167	26 769	23 647	49 259
Erhållen ränta		0	0	0	5	5
Erlagd ränta		-299	-327	-584	-666	-1 277
Betalda inkomstskatter		-741	-2 610	-1 451	1 310	394
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet		20 725	7 496	37 089	20 472	56 390
Ökning/minskning av rörelsefordringar		-4 565	2 973	-7 589	-827	6 427
Ökning/minskning av rörelseskulder		1 499	2 639	-765	-1 559	-12 797
Förändring av rörelsekapital		-3 066	5 612	-8 355	-2 386	-6 370
Kassaflöde från den löpande verksamheten		17 659	13 108	28 734	18 086	50 020
Investeringsverksamheten						
Balanserade utvecklingskostnader		-7 727	-8 060	-17 339	-18 200	-35 026
Investeringar i och förvärv av materiella anläggningstillgångar		-154	-552	-341	-2 367	-2 231
Förvärv av dotterföretag, efter avdrag för förvärvade likvida medel		-3 308	-44 439	-3 308	-63 091	-63 091
Ökning/minskning av finansiella placeringar		-2	0	-2	0	-48
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-11 191	-53 050	-20 990	-83 657	-100 397
Fritt kassaflöde		6 468	-39 942	7 744	-65 571	-50 377
Finansieringsverksamheten						
Optionsprogram		0	1 468	0	1 468	1 468
Amortering		-2 715	-13 700	-5 038	-20 286	-16 385
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-2 715	-12 232	-5 038	-18 818	-14 917
Ökning/minskning likvida medel						
Periodens kassaflöde		3 753	-52 174	2 705	-84 390	-65 293
Kursdifferenser		2 750	-722	4 846	-414	178
Likvida medel vid periodens början		96 563	128 723	95 515	160 630	160 630
Likvida medel vid periodens slut		103 066	75 827	103 066	75 827	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				11 485	11 485
Valutakursdifferens			1 235		1 235
Summa totalresultatet			1 235	11 485	12 721
Optionsprogram	0	450			450
Utgående balans 28/2 2022	688	284 745	-520	51 730	336 643

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				-2 180	-2 180
Valutakursdifferens			293		293
Summa totalresultatet			293	-2 180	-1 887
Optionsprogram	1	1 668			1 669
Utgående balans 28/2 2021	688	283 844	-1 948	31 038	313 622

*Pga. en rättelse av reserven skiljer sig årets ingående balans mot utgående balans föregående år.

Belopp i TSEK	Not	Dec 21-feb 22	Dec 20-feb 21	Sep 21-feb 22	Sep 20-feb 21	Helår 20/21
Rörelsens intäkter						
Nettoomsättning		63 182	62 048	119 772	121 197	234 101
Övriga rörelseintäkter		779	804	2 325	1 749	3 661
Summa rörelsens intäkter		63 960	62 852	122 097	122 947	237 762
Rörelsens kostnader						
Försäljningskostnader		-13 610	-13 556	-26 134	-27 626	-53 016
User acquisition		-10 038	-17 440	-20 312	-33 858	-51 245
Övriga externa kostnader		-13 601	-13 530	-27 816	-27 761	-59 173
Personalkostnader		-19 795	-19 401	-39 082	-38 209	-69 664
Summa rörelsens kostnader		-57 044	-63 926	-113 343	-127 454	-233 099
EBITDA		6 916	-1 074	8 753	-4 507	4 663
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	3	-4 775	-4 872	-9 637	-9 740	-19 494
Rörelseresultat		2 142	-5 945	-883	-14 247	-14 831
Finansiella poster						
Finansiella intäkter		2 205	0	4 043	5	275
Finansiella kostnader		-2	-145	-3	-103	-6
Summa finansiella poster		2 203	-145	4 040	-99	269
Resultat efter finansiella poster		4 345	-6 090	3 157	-14 346	-14 562
Skatter		-1 656	633	-3 058	1 772	766
Periodens resultat		2 689	-5 457	100	-12 574	-13 796

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

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	28/2 2022	28/2 2021	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		10 236	23 883	17 059
Övriga immateriella tillgångar		21 620	25 380	23 500
Summa immateriella anläggningstillgångar		31 856	49 263	40 559
Inventarier, verktyg och installationer		4 973	6 583	5 648
Summa materiella anläggningstillgångar		4 973	6 583	5 648
Andelar i koncernföretag		176 151	176 151	176 151
Andra långfristiga fordringar		6 154	10 992	9 599
Långfristiga fordringar hos koncernföretag		281	173	166
Summa finansiella anläggningstillgångar		182 586	187 316	185 915
Summa anläggningstillgångar		219 415	243 161	232 122
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		31 277	28 601	24 795
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag		0	69	32
Övriga fordringar		10 439	11 387	9 451
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 726	5 516	4 694
Summa omsättningstillgångar		47 442	45 572	38 972
Likvida medel		80 667	66 271	80 306
SUMMA TILLGÅNGAR		347 524	355 005	351 400

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	28/2 2022	28/2 2021	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Fritt eget kapital				
Övrigt externt kapital		316 134	315 233	315 684
Balanserad vinst inklusive periodens resultat		-48 644	-47 523	-48 745
Summa eget kapital		268 178	268 399	267 628
Avsättningar				
Uppskjuten skatteskuld		4 454	5 228	4 841
Övriga avsättningar		37 950	43 739	43 739
Summa avsättningar		42 404	48 967	48 580
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		11 125	13 509	9 001
Skulder till koncernföretag		1 659	1 761	3 997
Övriga skulder		12 567	9 261	9 335
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		11 592	13 107	12 858
Summa kortfristiga skulder		36 943	37 638	35 192
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL		347 524	355 005	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 minus plattformavgifter (främst till Google och Apple) minus utgifter för avkastningsdriven marknadsföring.
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.

Dec 21-feb 22 Dec 20-feb 21 Sep 21-feb 22 Sep 20-feb 21 Helår 20/21

Belopp i TSEK

NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN

Försäljning i spel	29 717	28 816	54 956	55 794	111 602
Annonsintäkter	47 035	43 790	91 634	79 761	174 259
Övrigt	20	0	20	1	723
Totalt	76 772	72 606	146 610	135 556	286 584

NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER

Avgifter till plattform	-8 719	-8 607	-16 196	-16 672	-32 516
Serverkostnader	-4 368	-4 227	-8 542	-9 093	-17 688
Övriga försäljningskostnader	-3 043	-2 633	-6 208	-5 050	-11 470
Totalt försäljningskostnader	-16 130	-15 467	-30 946	-30 815	-61 674

	Dec 21-feb 22	Dec 20-feb 21	Sep 21-feb 22	Sep 20-feb 21	Helår 20/21
Belopp i TSEK					
NOT 3: AVSKRIVNING OCH UTRANGERING					
Koncern					
Nyttjanderätter	-2 584	-2 422	-5 016	-4 843	-9 705
Inventarier, verktyg och installationer	-716	-802	-1 507	-1 583	-3 212
Intellektuella rättigheter	-2 565	-2 357	-5 130	-4 297	-9 427
Aktiverat arbete för egen räkning	-7 770	-6 587	-15 116	-12 924	-26 914
Totalt	-13 635	-12 167	-26 769	-23 647	-49 259
Moder					
Goodwill	-3 412	-3 412	-6 824	-6 824	-13 647
Inventarier, verktyg och installationer	-423	-520	-933	-1 036	-1 076
Intellektuella rättigheter	-940	-940	-1 880	-1 880	-3 759
Koncernrelaterade avskrivningar	0	0	0	0	0
Totalt	-4 775	-4 872	-9 637	-9 740	-19 494
NOT 4: JUSTERAD EBITDA OCH EBIT					
Retroaktivt forskning och utvecklingsavdrag	0	0	0	0	0
Förvärvsrelaterade kostnader	0	525	0	525	525
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	-285	1 508	-285	1 508	533
Totala justeringsposter	-285	2 033	-285	2 033	1 058
EBITDA	21 541	10 332	38 674	19 622	56 617
Justerad EBITDA	21 256	12 365	38 389	21 655	57 675
EBIT	7 906	-1 835	11 905	-4 024	7 358
Justerad EBIT	7 621	198	11 620	-1 991	8 416

GOOD TIMES