



MAG INTERACTIVE

---

**MAG INTERACTIVE AB (PUBL)**  
**DELÅRSRAPPORT OCH BOKSLUTSKOMMUNIKÉ**  
**SEP-AUG 2021/22**

---

**2021/22**

# DELÅRSRAPPORT OCH BOKSLUTSKOMMUNIKÉ SEP—AUG 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, TILE 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](http://WWW.MAGINTERACTIVE.COM)



## PERIODEN JUNI TILL AUG 2022 I SAMMANDRAG

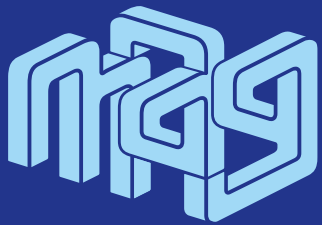
- Koncernens nettoomsättning för perioden var 90 001 TSEK (69 647 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 29 % jämfört med samma period föregående år
- Koncernens övriga intäkter för perioden var 34 120 TSEK (734 TSEK) och innehåller en nedskrivning av tilläggsköpeskilling avseende dotterbolaget Sventertainment AB (Primetime) på 32 250 TSEK
- EBITDA för perioden var 37 055 TSEK (21 743 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 4 719 TSEK (22 987 TSEK). Justeringar rör främst nedskrivningen av tilläggsköpeskilling kopplat till förvärvet av Sventertainment AB (Primetime), se not 4
- Koncernens spelbidrag för perioden var 34 894 TSEK (47 923 TSEK), en minskning med 27 % jämfört med samma period föregående år, se not 5
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) var för perioden 7,3 US cents (5,4 US cents), en ökning med 36 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var -0,38 SEK/aktie (0,30 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 43 298 TSEK (15 026 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 1,3 miljoner respektive 3,8 miljoner under kvartalet, en minskning med 21 % respektive 30 % jämfört med samma period föregående år

## PERIODEN SEP 2021 TILL AUG 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 327 774 TSEK (286 584 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 14 % jämfört med samma period föregående år. Periodens nettoomsättning inkluderar en intäkt på 14 706 MSEK relaterat till en transferbonus från Applivin. Justerad nettoomsättning är 313 068 TSEK, se not 4
- Koncernens övriga intäkter för perioden var 37 811 TSEK (3 373 TSEK) och innehåller en nedskrivning av tilläggsköpeskilling avseende dotterbolaget Sventertainment på 32 250 TSEK
- EBITDA för perioden var 101 360 TSEK (56 617 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 53 232 TSEK (57 675 TSEK) (justeringar inkluderar transferbonus, nedskrivning av tilläggsköpeskilling, förvärvsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram), se not 4
- Koncernens spelbidrag för perioden var 182 627 TSEK (177 350 TSEK), en ökning med 3 % jämfört med samma period föregående år, se not 5
- Resultat per aktie under perioden var 0,43 SEK/aktie (0,27 SEK/aktie)

## VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP 2021 TILL AUG 2022

- Appropes spel Tile Mansion lanserades på flera engelskspråkiga marknader under Q4.



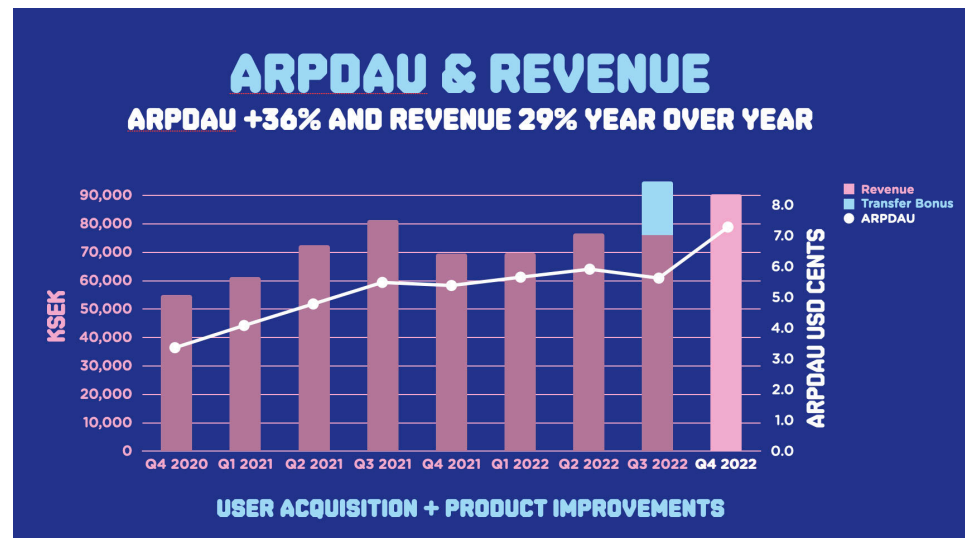
MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET MAG FORTSÄTTER ATT VÄXA

2021/22

### Stark organisk tillväxt

Vi avslutar ett finansiellt år som resulterade i en rekordomsättning på 328 MSEK och där vi samtidigt redovisar vinst sett över hela året. Våra finansiella mål är att växa snabbare än mobilspelsbranschen i stort och att sträva emot en EBIT-marginal om minst 20%. Det här finansiella året är ytterligare ett steg i den riktningen där vi visar ett positivt resultat över hela året samtidigt som omsättningen växer med 14%.

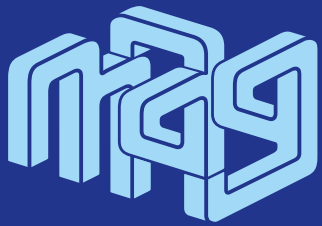


### Omsättning och ARPPDAU - de nio senaste kvartalen

Under Q4 genererar vi en organisk omsättningstillväxt på 29% drivet av högpresterande User Acquisition (UA) kombinerat med en starkare USD jämfört med föregående år. Investeringarna i UA växte till 43 MSEK och når därmed de högsta nivåerna på många år. En accelererande UA påverkar alltid lönsamheten kortsiktigt, vilket vi ser tydligt detta kvartal. Som vi konstaterat i princip varje kvartal de senaste fem åren, är vårt mål alltid att maximera investeringar i UA så länge som de möter våra prestandakrav.

Vi är nöjda med utfallet i det här kvartalet då våra ökade investeringar tydligt reflekteras i omedelbar omsättningstillväxt. Vi kan uppnå våra långsiktiga vinstmål snabbare när vi har kan accelerera investeringarna i UA och vi är väldigt exalterade över att se möjligheterna för tillväxt öppna sig på det här sättet.





MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET MAG FORTSÄTTER ATT VÄXA

2021/22

### Dynamiken kring DAU och ARPDAU

Vi ser en dynamik där förvärv av färre men mer högkvalitativa spelare resulterar i en högre genomsnittlig intäkt per dagligt aktiv användare (ARPDAU) men en svagare utveckling av antalet aktiva spelare per dag (DAU). Jämfört med motsvarande kvartal föregående år är ARPDAU 36% högre medan DAU är 21% lägre. Eftersom vår UA är inriktad på att maximera return on investment (ROI) mätt i USD, snarare än användare, är detta helt enkelt en konsekvens av en högre genomsnittlig kvalitet hos de förvärvade användarna.

Skulle en större andel av vår UA komma från regioner utanför USA, där genomsnittlig kostnad och kvalitet är lägre, skulle vi se ett skifte i den här trenden. DAU skulle utvecklas mer positivt samtidigt som ARPDAU inte skulle öka i samma takt. Värt att notera är att det resonemanget är baserat på en helt statistiskt produktprestanda, vilket inte är fallet med vår produktportfölj. Vi arbetar aktivt med att förbättra vår produkter vilket helt oberoende av UA stärker utvecklingen av både DAU och ARPDAU. En annan dynamik vi kan se relaterade till DAU är att kohorter av spelare stabiliseras över tid. Mer än 70% av våra dagligt aktiva användare har varit aktiva i det spel de spelar i över ett år. De fluktuationer vi ser mellan kvartal i DAU korrelerar främst med volymen av relativt nytillkomna spelare, samtidigt som majoriteten av DAU utgörs av spelare som anslutit till spelen under många års tid.

### Medvind från makrotrender

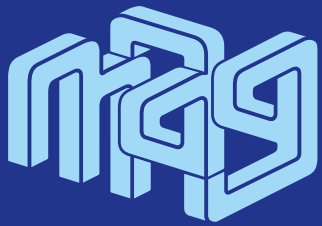
Vi har inte sett någon negativ påverkan av den svaga utveckling i den globala ekonomin. Varken in-app-köp eller försäljning av annonser visar någon negativ trend under kvartalet jämfört med samma period föregående år. Tvärtom upplever vi att den nuvarande makroekonomin öppnar ytterligare möjligheter för oss: konkurrensen ser ut att vara lägre på UA-sidan och vår affär totalt sett gynnas av en stark USD och en svagare krona och pund. Detta eftersom att en stor del av våra intäkter är i USD och att vi har fasta kostnader framför allt kopplat till våra utvecklingsstudios i Sverige och Storbritannien.

### Growth-segmentet utvecklas positivt

Wordzee slog även våra egna högt ställda förväntningar i Q4. Spelet nådde ett nytt intäktsrekord på kvartalsbasis och kom för första gången in på topp-tio-listan av mest intäktsbringande ordspel i USA. Det kommande året blir sannolikt det bästa sedan spelets lansering givet den start vi sett i Q1. Vi har ett starkt team som jobbar på spelet och vi ser en fortsatt hög takt för UA-investeringar i spelet när vi går in i Q1.

Vad gäller Quizkampen är Q4 ett säsongsmässigt svagt kvartal men spelet presterade klart bättre än samma kvartal föregående år. Vi har fortsatt höga ambitioner vad gäller framtiden för Quizkampen och ser fram emot att ha en ännu högre frekvens av events i spelet i år. Investeringarna i ett starkare spel med mer varierade spellägen och innehåll har betalat sig. Vi kommer därför att fortsätta på den inslagna vägen och gör mer av det vi sett fungerat så bra under 2021/22.





MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET MAG FORTSÄTTER ATT VÄXA

2021/22

Vi har tagit beslutet av avsluta de dagliga liveshowerna för tyska spelare. Spelläget fann definitivt en lojal publik, men den växte sig inte tillräckligt stor för att få annonsaffären att fungera på ett sätt som motiverar en fortsättning av dagliga shower. Eventuellt kommer vi framöver använda liveläget som ett event vi aktiverar när vi har extra spännande innehåll kombinerat med en stark sponsor.

Tile Mansion har startat bra och uppvisar starka nyckeltal vilket gör att vi sakta men säkert kan öka investeringar i UA vartefter vi ser mer data komma in. Under Q4 lanserades spelet i flera engelsktalande marknader och vi förväntar oss att spelet växer ytterligare under Q1. I jämförelse med Wordzee, som fortfarande växer snart tre år sedan sin lanseringar, är vi fortfarande bara i början av uppskalningen av Tile Mansion. Spelet genererar nu runt 5% av våra totala intäkter och vi förväntar oss att det växer väsentligt under de nästkommande kvartalen.

### **Nya spel: en spännande investeringsmöjlighet**

Den ROI vi ser för ett spel som tar sig igenom vår strikta utvärderingsprocess är hög och vi är övertygade att disciplin och fokus är rätt sätt att ta sig an spelutveckling. Vi nöjer oss inte med spel som inte kan bli skalbara evergreens - spel som kan skapa betydande värden många år i framtiden. Vårt arbetssätt leder till att vi släpper färre spel men vi har ett track record av evergreens som talar för sig självt. Återinvestering av delar av det överskott vi får från livespelen till att bygga potentialen för nästa hit från MAG ger oss en möjlighet till att skapa betydande framtida aktieägarvärde.

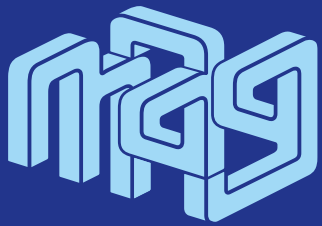
Som ett exempel skulle den förväntade vinsten vi ser från Wordzee under spelets livstid finansiera minst tio år av nyspelsutveckling i vår nuvarande investeringstakt.

Vi fortsätter med att utveckla den wrapper som nämndes i förra kvartalsrapporten. Denna wrapper innehåller allt i spelet förutom själva spelmekaniken, som exempelvis metaspel och story. Det här ger oss ännu större möjligheter att tävla mot de största spelen inom casualspelskategorin i USA. Vår plan är att användare wrappern med flera olika spelmekaniker både inom och utanför ordspelskategorin. Ett sådant strömlinjeformat sätt att bygga spel på hjälper oss att öka frekvensen av nya spellanseringar.

Utöver arbetet med wrappern utvärderar vi våra pågående fristående speltester från året som gått samtidigt som nya koncept skapas för testning under de kommande månaderna.







MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET MAG FORTSÄTTER ATT VÄXA

2021/22

### Justeringar relaterade till förvärvet av Primetime (Sventertainment)

Då vi har beslutat av avsluta de dagliga showerna i Quizkampen justerar vi den skuld i balansräkningen som motsvarade den tidigare förväntade earn-outen som var en del av köpeskillingen. Samtidigt skriver vi ner den goodwill som låg i balansräkningen kopplad till de förväntade värden som skulle uppstå om earn-outen föll ut. Dessa poster tar i princip ut varandra och vi får därför inga betydande effekter på kvartalets resultat.

Vi är av åsikten att osäkerhet och risk, såväl som framtida potential, i förvärv hanteras bäst genom förvärvsstrukturer av det här slaget som ger skydd mot överraskningar i form av stora nedskrivningar, vilket vi också kan se fungerar i fallet med Sventertainment. Primetime-teamet är nu fullt fokuserade på att göra Primetime som fristående tjänst så lönsamt som möjligt. Samtidigt bygger de vidare på det fina varumärke och högkvalitativa kundupplevelse som redan etablerats på den svenska marknaden.

### Bra momentum in i det nya finansiella året

Vi är nöjda med den avkastning vi ser från våra UA-investeringar i Q4 och kommer att fortsätta att följa upp på de möjligheter vi ser på marknaden. Fortsatta förbättringar på produkt sidan av Wordzee och Tile Mansion kombinerat med en möjligen försvagad konkurrens, orsakad av nedkylningen av världsekonomin, ser ut att spela oss i händerna. Vi kommer att dra nytta av den situationen och investera på en fortsatt hög nivå i UA så länge vi ser stöd för det i våra ROI-modeller. Fönstret för tillväxt baserat på UA ser mer öppet ut för oss än det varit på väldigt länge och vi är redo att maximera den möjligheten.

DANIEL HASSELBERG, VD



# VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2021/22

		Juni-aug 22	Juni-aug 21	Förändring	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21	Förändring
Nettoomsättning	TSEK	90 001	69 647	29 %	327 774	286 584	14 %
Justerad Nettoomsättning	TSEK	90 001	69 647	29 %	313 068	286 584	9 %
Valuta (USD)	SEK/USD	10,34	8,57	21 %	9,54	8,51	12 %
Nettoomsättning USD (In-app + annonser)	TUSD	8 706	8 126	7 %	32 819	33 656	-2 %
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	40 086	25 139	59 %	125 667	111 602	13 %
Annonsering	TSEK	49 915	44 239	13 %	187 379	174 259	8 %
Övrig nettoomsättning <sup>2</sup>	TSEK	0	269		14 728	723	
User acquisition	TSEK	-43 298	-15 026	188 %	-93 410	-76 718	22 %
Spelbidrag	TSEK	34 894	47 923	-27 %	182 627	177 350	3 %
EBITDA	TSEK	37 055	21 743	70 %	101 360	56 617	79 %
EBITDA marginal <sup>1</sup>	%	41 %	31 %	10	31 %	20 %	11
Justerad EBITDA	TSEK	4 719	22 987	-79 %	53 232	57 675	-8 %
Justerad EBITDA marginal <sup>1</sup>	%	5 %	33 %	-28	17 %	20 %	-3
Rörelseresultat (EBIT)	TSEK	-12 448	8 804	-241 %	11 395	7 358	55 %
Rörelseresultat marginal <sup>1</sup>	%	-14 %	13 %	-26	3 %	3 %	1
Justerat rörelseresultat (EBIT)	TSEK	-9 002	10 048	-190 %	-951	8 416	-111 %
Periodens resultat	TSEK	-10 182	7 880	-229 %	11 303	7 027	61 %
Periodens resultat per aktie	TSEK	-0,38	0,30		0,43	0,27	61 %
Fritt kassaflöde	TSEK	-4 815	15 415	-131 %	33 539	-50 377	
Medelantal anställda		108	110	-2 %	112	105	7 %
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	1,3	1,6	-21 %	1,5	1,9	-22 %
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	3,8	5,5	-30 %	4,5	6,0	-25 %
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	52	47	10 %	49	53	-8 %
ARPPDAU	US \$ cent	7,3	5,4	36 %	6,2	4,9	25 %

<sup>1</sup> Årlig förändring anges i procentenheter

<sup>2</sup> Transferbonus från Applovin och övrigt

### Intäktsrekord för MAGs unika ordspel

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.

Wordzee slog nytt intäktsrekord i augusti och nådde topp tio bästsäljande spel inom ordspelskategorin i USA. Det är ett resultat av effektiv uppskalning av User Acquisition (UA) under kvartalet, framför allt på iOS. ARPDau ökade markant i Q4 jämfört med samma kvartal föregående år, tack vare en förbättrad produkt i kombination med framgångsrik marknadsföring mot högkvalitativa spelare.

### Nya event och funktioner lanseras

I Q4 släpptes två mini-säsongs-event - ett skogsevent i samband med FN-initiativet Playing for the Planet och även musikfestiveventet, som lanserades för första gången i Q3. Mini-säsongs-event är ett eventformat där spelare under loppet av sju dagar får särskilda belöningar när de spelar mot andra. De har mer generiska teman än *Journeys*, som släpps vid högtider, som jul eller påsk, och kan därmed återanvändas oftare. I mini-säsongs-event kan spelarna även samla unika bokstavsbrickor, något som har positiva effekter på det långsiktiga spelarengagemanget. I framtiden kommer även andra föremål att adderas för att öka engagemanget.

Eventen har visat positiva resultat på monetiseringen i spelet och eventen bidrar även generellt till en ökning av dagligt spelande.

### Fokus på event i Q1

Spelteamet arbetar på fler nya eventtyper och första test planeras under Q1. Målet är att förbättra det långsiktiga bibehållandet av spelarna samt att förbättra engagemang och monetisering. Fler *Journeys* kommer även att lanseras till Halloween och Thanksgiving med medföljande unika bokstavbrickor.

Wordzee har sett betydande tillväxt under de två senaste kvartalen och ökat antalet betalande spelare tack vare inströmning av högkvalitativa spelare genom UA. Spelet har en stark utgångspunkt för vidare tillväxt under det nya finansiella året.



# WORDZEE!





### Största triviaspelet på mobil i Europa

Quizkampen är ett socialt triviaspel där spelare utmanar vänner och andra spelare världen över i frågesport. Förutom klassiska frågedueller om sex rundor med tre kunskapsfrågor finns många andra spellägen och event: *Solo*, *Frågesvepet* och *Arena*. Spelet är MAGs största produkt sett till dagligt aktiva användare och även det största triviaspelet på mobil i Europa.

### Nya rekord för in-app-köp

Under det fjärde kvartalet lanserades ett *Solo*-event med sommartema, en ny variant av *Frågesvepet* och sant-eller-falsk-eventet *Quinder*. Samtliga event under sommaren visade positiva resultat och *Quinder* satte nytt rekord för in-app-köp (IAP) under perioden. Även ett nytt permanent spelläge, *Stjärnjakten* - ett dagligt quiz som ger möjligheten för spelarna att samla stjärnor - introducerades i Q4. Spelläget har gett initialt positiva indikationer och kommer att fortsätta att optimeras under hösten.

Eventen har haft en positiv påverkan på spelekonomin med en ökning av antalet betalande spelare. ARPDAU ökade även som ett resultat av eventen jämfört med samma period föregående år.

### QuizDuel Live pausas

I slutet av kvartalet togs beslutet att upphöra med de dagliga showerna av livespelläget *QuizDuel Live* - spelläget är utvecklat av Quizkampenteamet tillsammans med Primetime för Quizkampen i Tyskland. Det har funnits en engagerad publik för liveshopen i Tyskland, men intresset från den stora Quizkampenpubliken var lägre än vad MAG och Primetime hade som målbild. Det finns dock fortfarande möjligheter för *QuizDuel Live* att aktiveras igen på motsvarande sätt som andra tidsbegränsade event i spelet.

### Potential för ökade intäkter genom återaktivering

I Q1 fortsätter arbetet för att ökar spelarengagemanget och förbättring av det långsiktiga bibehållandet av spelarna med ytterligare events. Under hösten kommer bland annat nya versioner av *Quinder*, *Frågesvepet* och *Solo* att lanseras.

Quizkampen är ett starkt varumärke och eftersom spelet har varit live i över tio år finns stor potential att återaktivera tidigare Quizkampenspelare. Spelteamet kommer också att undersöka möjligheten att stärka Quizkampen på andra, framför allt engelskspråkiga, marknader som USA och Storbritannien.



**Nya event i Word Domination ökar ARPDAU**

Det taktiska ordspelet Word Domination släpptes globalt 2018, har nått över 10 miljoner nedladdningar och utvecklats till en av bolagets evergreens. Spelarbasen är mycket engagerad och andelen VIP-spelare, som betalar en prenumerationskostnad varje månad för att få bonusar i spelet, har ökat för varje kvartal: i Q4 stod dessa spelare för drygt 51% av alla in-app-köp (IAP) i Word Domination, att jämföra med 44% i Q3.

I det fjärde kvartal lanserades ett nytt samlarevent med sommartema, och nya kapitel i spelläget *Stories*, vilket ledde till en betydande ökning av IAP. Uppdateringarna i spelet resulterade i att Word Domination nådde den högsta genomsnittsintjäningen per dagligt aktiv spelare (ARPDau) som spelet har haft på över ett år. Framöver kommer Live operations-teamet (Live ops) att öka lanseringstakten på eventen och nytt innehåll för att fortsätta att öka spelarengagemanget och IAP.

**Ruzzle - evergreen med lojal spelarbas**

Ruzzle är MAGs första ordspelssuccé och lanserades globalt 2012. Spelet är en av MAGs viktigaste evergreens med en mycket lojal spelarbas och genererar långsiktigt förutsägbara intäkter.

Nya boosters, som exempelvis kan ge spelare extra tid under en spelomgång, lanserades under Q4 med syfte att öka IAP. Dessa boosters kommer fortsätta att optimeras under kommande kvartal. Under Q4 såg Ruzzle även en ökning av annonsintäkterna jämfört med samma kvartal föregående år. Live ops fokuserar vidare på att förbättra spelekonomin tillsammans med monetiseringsteamet på MAG.

**WordBrain ökar ARPDAU**

Ordspelet WordBrain har varit live i över åtta år och har vuxit till en stark evergreen för MAG med en stabil intäktström. Spelet har laddats ned över 40 miljoner gånger totalt och nått förstaplatsen i 118 länder i ordspelskategorin på Apples App Store.

Ett nytt eventsystem introducerades i WordBrain under sommaren 2021 och har sedan dess kontinuerligt uppdaterats. Tack vare dessa förbättringar har både intäkter och ARPDAU ökat jämfört med samma kvartal föregående år.



**MAGs studio med expertis inom story och dekoration**

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.

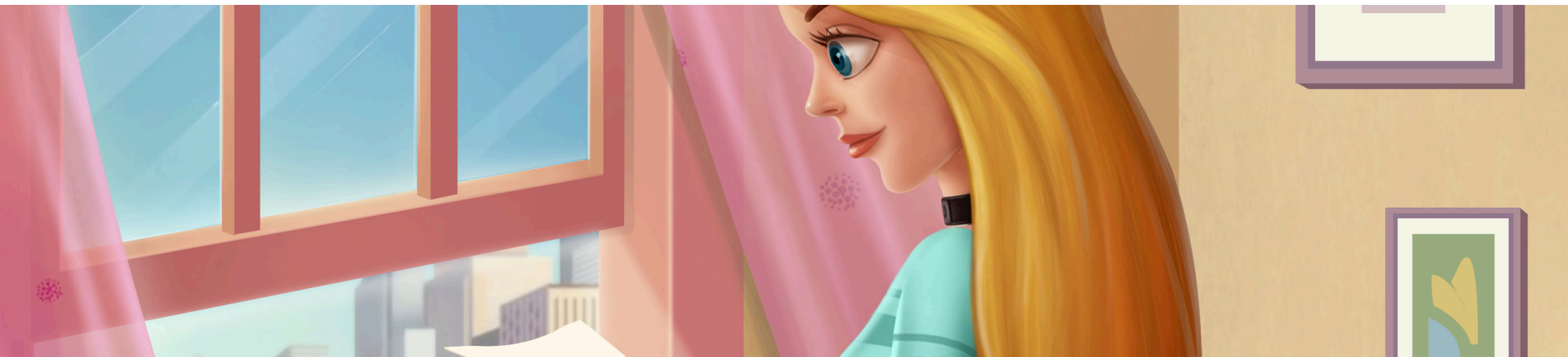
I samband med delårsrapporten för Q3 meddelade MAG att det nya spelet Tile Mansion förbereds för globalt släpp under Q4. Under det gångna kvartalet har spelet släppts på flera engelskspråkiga marknader, bland annat USA, Storbritannien, Kanada, Australien och Nya Zeeland.

**Optimering av spelekonomi i Tile Mansion**

Tile Mansion är ett pusseläventyr med en grundmekanik inspirerad av mahjong, vilket kombineras med Word Mansions renoverings- och dekorationstema. Spelet är utvecklat utifrån Word Mansions spelmotor, där olika delar i motorn kan bytas ut i moduler - exempelvis med en annan grundmekanik eller tema.

Under kvartalet har Apprope främst fokuserat på att förbättra spelets monetisering och öka in-app-köp (IAP), i nära samarbete med MAG. Flera tester av förändring i svårighetsgrader av dagliga pussel har genomförts och Apprope uppdaterar spelet baserat på resultaten i testerna. Bandesignen fortsätter att optimeras, en nytt dagligt pusselsystem har även lagts till liksom nya rum och kapitel i storyn. Dessa storyelement har även adderats i Word Mansion eftersom spelen har samma motor. Nya spelfunktioner som veckoutmaningar har också lagts till, men merparten av arbetet under Q4 har varit att slipa grundspelet och optimera balansen i spelekonomin.

Tile Mansion visar starka nyckeltal och hög ARPDau och MAG ser potential att skala upp spelet med User Acquisition (UA) under kommande kvartal.



### Livesänd frågesport i Norden

Primetime är en populär livefrågesportsapp som 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 är för närvarande aktiv i Sverige och Norge.

Appen monetiseras genom sponsorkampanjer under sändningarna: en sponsorpartner köper reklamplats i livesändningen och programledaren informerar spelarna om sponsorskapet.

### Omstrukturering under Q4

Under Q4 utfördes ett radiosamarbetstest med Bauer Media i Norge och resultaten var positiva. Primetime ser över möjligheterna att göra ett nytt radiosamarbete igen i framtiden.

*QuizDuel Live*, livetrivialäget i den tyska versionen av Quizkampen upphörde med sina dagliga shower i början av Q1. Sändningarna sköttes av Primetime från deras studio i Stockholm med support från Quizkampenteamet. Primetime och MAG är dock öppna för att hålla särskilda *QuizDuel Live*-shower i Quizkampen i framtiden.

Primetime fokuserar framåt på att öka kvaliteten i den svenska produktionen med syfte att generera stabila intäkter och lönsamhet på appens huvudmarknad, Sverige. Ett steg i det är lansering av nya funktioner vars mål är att öka spelarengagemanget på sikt. Närmast utvecklas en så kallad pokaljakt, där spelarna i olika uppdrag kan vinna en pokal som sedermera kan växlas till en livboj - vilka är hjälpmedel som spelarna kan använda upp till fråga sju för att fortsätta spela om de har svarat fel.

Primetime ser positivt på att nå lönsamhet i en mindre skala med fokus på kärnprodukten, men även samtidigt hålla dörren öppen till framtida samarbeten på andra marknader.





# KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

## PERIODEN JUNI TILL AUG 2022

2021/22

### INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 90 001 TSEK (69 647 TSEK), en ökning med 29 %. Under årets fjärde kvartal är kostnaderna för user acquisition främst hänförliga till spelen Wordzee, Word Mansion och Tile Mansion.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 5 285 TSEK (7 581 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt avskrivningar av dessa.

Koncernens övriga intäkter för perioden var 34 120 TSEK (734 TSEK) och innehåller en nedskrivning av tilläggsköpeskilling avseende dotterbolaget Sventertainment på 32,250 TSEK.

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

### RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 92 351 TSEK (56 218 TSEK). Av dessa var 18 958 TSEK (14 060 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 43 298 TSEK (15 026 TSEK) kostnader för user acquisition, och 8 420 TSEK (7 812 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Under årets fjärde kvartal är kostnaderna för user acquisition främst hänförliga till spelen Wordzee, Word Mansion och Tile Mansion. Personalkostnader uppgick till 21 675 TSEK (19 321 TSEK), en ökning med 12 %.

EBITDA för perioden var 37 055 TSEK (21 743 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 49 503 TSEK (12 938 TSEK), varav 7 786 TSEK (7 125 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter och 35 782 TSEK (0 TSEK) till nedskrivning av goodwill.

Koncernens rörelseresultat för perioden var -12 448 TSEK (8 804 TSEK) och resultat före skatt uppgick till -11 078 TSEK (9 335 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 5 998 TSEK (249 TSEK) och finansiella kostnader till -4 628 (282 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 -10 182 TSEK (7 880 TSEK).

Resultat per aktie var -0,38 SEK/aktie (0,30 SEK/aktie).

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

### KASSAFLÖDE

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var 573 TSEK (23 038 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -5 388 TSEK (-7 623 TSEK). Kassaflödet från finansieringsverksamheten var -2 790 TSEK (-2 326 TSEK).





### INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 327 774 TSEK (286 584 TSEK), en ökning med 14 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 30 486 TSEK (35 026 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt ned- och avskrivningar av dessa.

Koncernens övriga intäkter för perioden var 37 811 TSEK (3 373 TSEK) och innehåller en nedskrivning av tilläggsköpeskilling avseende dotterbolaget Sventertainment på 32,250 TSEK

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

### RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 294 710 TSEK (268 367 TSEK). Av dessa var 66 720 TSEK (61 674 TSEK) försäljningsrelaterade kostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 93 410 TSEK (76 718 TSEK) kostnader för user acquisition, och 32 335 TSEK (34 171 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 102 245 TSEK (95 803 TSEK) en ökning med 7 %. Medelantalet anställda under perioden var 112 (105) en ökning med 7 %.

EBITDA för perioden var 101 360 TSEK (56 617 TSEK).

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 89 966 TSEK (49 258 TSEK), varav 30 665 TSEK (26 914 TSEK) var avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter och 35 782 TSEK (0 TSEK) till nedskrivning av goodwill.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 11 395 TSEK (7 358 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 17 381 TSEK (6 264 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 7 129 TSEK (495 TSEK) och finansiella kostnader till -1 143 TSEK (-1 589 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 53 232 TSEK (57 675 TSEK).

### RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 11 303 TSEK (7 027 TSEK).

Resultat per aktie var 0,43 SEK/aktie (0,27 SEK/aktie).

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

# MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

## PERIODEN JUNE TILL AUG 2022

2021/22

### INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 71 474 TSEK (51 566 TSEK), en ökning med 39 % jämfört med samma period föregående år.

### RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 79 347 TSEK (44 656 TSEK).

Av dessa var 16 328 TSEK (11 526 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 33 170 TSEK (5 754 TSEK) och 15 401 TSEK (15 663 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 14 449 TSEK (11 712 TSEK) en ökning med 23 %.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 17 682 TSEK (4 878 TSEK). Varav nedskrivningar i dotterbolag 12,922 TSEK (0 TSEK).

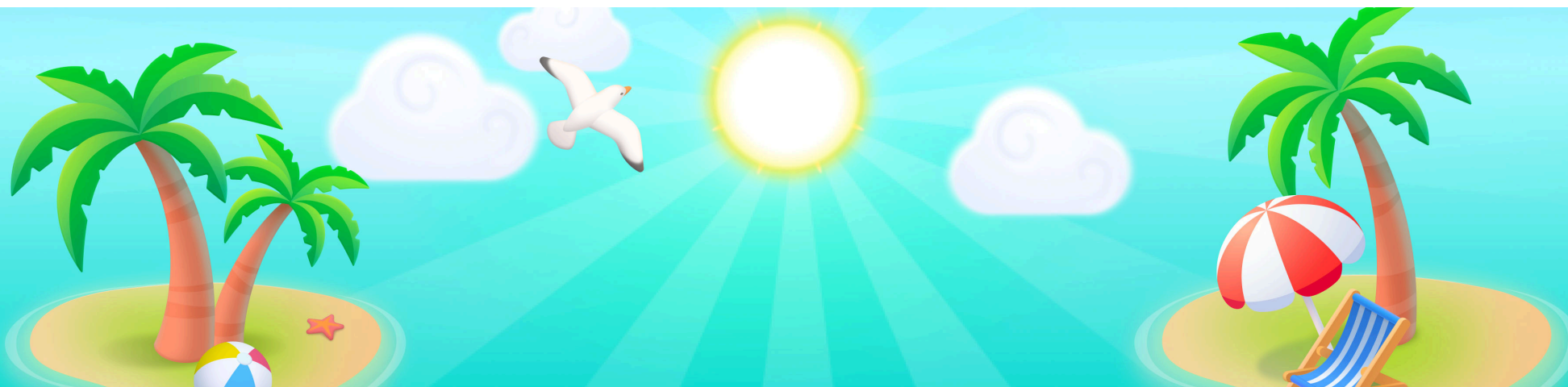
Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -23 933 TSEK (2 839 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 2 505 TSEK (271 TSEK) och finansiella kostnader till -2 108 TSEK (590 TSEK). De finansiella intäkterna och kostnaderna avsåg valutakursförändringar från likvida medel i valuta.

### RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -22 132 TSEK (2 414 TSEK).



# MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

## PERIODEN SEP 2021 TILL AUG 2022

2021/22

### INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 266 450 TSEK (234 101 TSEK), en ökning med 14 % jämfört med samma period föregående år.

### RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 257 785 TSEK (233 099 TSEK).

Av dessa kostnader är 56 902 TSEK (53 016 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play. Kostnader för user acquisition uppgick till 68 285 TSEK (51 245 TSEK) och 57 472 TSEK (59 173 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 75 126 TSEK (69 664 TSEK) en ökning med 8 %.

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 32 092 TSEK (19 494 TSEK). Varav nedskrivningar i dotterbolag 12,922 TSEK (0 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -18 093 TSEK (-14 831 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 5 108 TSEK (275 TSEK) och finansiella kostnader till -4 TSEK (-6 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta.

### RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -16 954 TSEK (-13 796 TSEK).



## KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2021/22

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 223 314 TSEK (269 071 TSEK), varav 125 377 TSEK (160 696 TSEK) avser goodwill och 97 937 TSEK (108 376 TSEK) avser övriga immateriella tillgångar. Förändringen av Goodwill inkluderar nedskrivning på 35,782 TSEK relaterat till Sventertainment AB. Övriga immateriella tillgångar består i huvudsak av aktiverade utvecklingsutgifter för egen räkning samt förvärvade intellektuella rättigheter.

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 125 940 TSEK (95 515 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 335 988 TSEK (323 472 TSEK), motsvarande 12,7 SEK/aktie (12,2 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 72,9 % (67,9 %).

Övriga långfristiga skulder består av långfristig del av tilläggsköpeskilling för förvärven av Sventertainmentkoncernen och Apprope AB och uppgår till 11 200 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. Den långfristiga skulden avseende tilläggsköpeskillingen för Sventertainment AB har skrivits ned med 32,250 TSEK.

Koncernen har räntebärande skulder på 40 620 TSEK (45 655 TSEK) vilka avser finansiell leasing.

## MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 94 657 TSEK (80 306 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 251 017 TSEK (267 628 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 40 086 TSEK (25 139 TSEK), en ökning med 59 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 49 915 TSEK (44 239 TSEK), en ökning med 13 % 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 34 894 TSEK (47 923 TSEK), en minskning med 27 % jämfört med samma period föregående år.

### KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Ökningen av försäljningen i spel (in-app) speglar tillväxten i Wordzee och dess relativt starka in-app-ekonomi. Spelbidraget räknas efter user acquisition och hamnar på en kortsiktigt lägre nivå vid ökning av marknadsföring.



## 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 1,3 miljoner (1,6 miljoner), en minskning med 21 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 3,8 miljoner (5,5 miljoner), en minskning med 30 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 52 tusen (47 tusen), en ökning med 10 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 7,3 US \$ cent (5,4 US \$ cent), en ökning med 36 % jämfört med samma period föregående år.

## KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

DAU går ned som en följd av säsongeffekter samt det faktum att marknadsföringen under kvartalet görs mot högmonetiserande spelare, och därmed lägre volymer. Av samma orsak ser vi ARPDau öka kraftigt jämfört med tidigare kvartal.



### MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm och har 72 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 11 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.



## ÅRSREDOVISNING SAMT BESLUT OM FÖRSLAG TILL UTDELNING

Styrelsen i MAG Interactive AB (publ) har beslutat att föreslå till årsstämman att anta beslut om att inte betala någon utdelning. Årsredovisning publiceras på bolagets webbplats under vecka 51.

## 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 108 jämfört med 110 samma period föregående år.

## KONTAKT

Ytterligare information finns på bolagets hemsida [maginteractive.se/investor-relations](https://maginteractive.se/investor-relations)

Eller kontakta

Daniel Hasselberg, VD, på [daniel@maginteractive.se](mailto:daniel@maginteractive.se)

Magnus Wiklander, CFO, på [magnus.wiklander@maginteractive.se](mailto:magnus.wiklander@maginteractive.se)

## MAG INTERACTIVE AB (PUBL)

Drottninggatan 95A

113 60 Stockholm

Sverige





## KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Årsstämma 2021/2022

18 januari 2023

Delårsrapport Q1 september 2022 – november 2022

18 januari 2023

Delårsrapport Q2 december 2022 – februari 2023

29 mars 2023

Delårsrapport Q3 mars 2023 – maj 2023

28 juni 2023

## GRANSKNING

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

## TWITCH STREAM

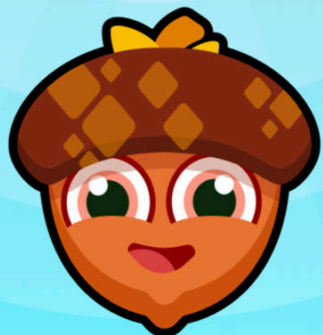
Den 19 oktober 2022 kl 10:00 CET presenterar VD Daniel Hasselberg och CFO Magnus Wiklander delårsrapporten på Twitch. Presentationen ges på engelska. Länk till Twitch-kanalen här [www.twitch.com/maginteractive](http://www.twitch.com/maginteractive)

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

Mer information finns på [maginteractive.se/investors](http://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 19 oktober 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	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
<b>Rörelsens intäkter</b>					
Nettoomsättning	1, 4	90 001	69 647	327 774	286 584
Aktiverat arbete för egen räkning		5 285	7 581	30 486	35 026
Övriga intäkter		34 120	734	37 811	3 373
<b>Summa Rörelsens intäkter</b>		<b>129 406</b>	<b>77 961</b>	<b>396 070</b>	<b>324 983</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>					
Försäljningskostnader	2	-18 958	-14 060	-66 720	-61 674
User acquisition		-43 298	-15 026	-93 410	-76 718
Övriga externa rörelsekostnader		-8 420	-7 812	-32 335	-34 171
Personalkostnader		-21 675	-19 321	-102 245	-95 803
<b>Summa Rörelsens kostnader</b>		<b>-92 351</b>	<b>-56 218</b>	<b>-294 710</b>	<b>-268 367</b>
<b>EBITDA</b>	4	<b>37 055</b>	<b>21 743</b>	<b>101 360</b>	<b>56 617</b>
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-49 503	-12 938	-89 966	-49 258
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	4	<b>-12 448</b>	<b>8 804</b>	<b>11 395</b>	<b>7 358</b>
<b>Finansiella poster</b>					
Finansiella intäkter		5 998	249	7 129	495
Finansiella kostnader		-4 628	282	-1 143	-1 589
<b>Summa finansiella poster</b>		<b>1 370</b>	<b>531</b>	<b>5 986</b>	<b>-1 094</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-11 078</b>	<b>9 335</b>	<b>17 381</b>	<b>6 264</b>
Skatter		897	-1 455	-6 077	764
<b>Periodens resultat</b>		<b>-10 182</b>	<b>7 880</b>	<b>11 303</b>	<b>7 027</b>
<b>Övrigt totalresultat</b>					
Valutakursdifferenser		106	122	870	429
<b>Summa totalresultat för perioden</b>		<b>-10 076</b>	<b>8 003</b>	<b>12 173</b>	<b>7 457</b>

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

Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)	-0,38	0,30	0,43	0,27
Snitt antal aktier under perioden ('000)	26 495	26 495	26 495	26 495
Antal aktier vid periodens slut ('000)	26 495	26 495	26 495	26 495

# KONCERNENS BALANSRÄKNING

## TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/8 2022	31/8 2021
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Goodwill		125 377	160 696
Övriga immateriella tillgångar		97 937	108 376
<b>Summa immateriella tillgångar</b>	<b>3</b>	<b>223 314</b>	<b>269 071</b>
Nyttjanderätter		38 622	43 341
Inventarier, verktyg och installationer		5 981	8 157
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>	<b>3</b>	<b>44 603</b>	<b>51 498</b>
Andra långfristiga fordringar		4 124	4 107
Uppskjuten skattefordran		2 920	7 615
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>7 044</b>	<b>11 722</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>274 961</b>	<b>332 291</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Kundfordringar		42 009	33 153
Aktuella skattefordringar		9 905	8 744
Övriga kortfristiga fordringar		1 565	1 156
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		6 396	5 707
Likvida medel		125 940	95 515
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>185 815</b>	<b>144 277</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>460 776</b>	<b>476 568</b>

# KONCERNENS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/8 2022	31/8 2021
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
Aktiekapital		688	688
Övrigt externt kapital		284 638	284 295
Reserver*		-886	-1 756
Balanserad vinst inklusive periodens totalresultat		51 548	40 245
<b>Summa eget kapital</b>		<b>335 988</b>	<b>323 472</b>
<b>Långfristiga skulder</b>			
Uppskjuten skatteskuld		20 175	22 325
Långfristiga leasingsskulder		29 623	36 127
Övriga långfristiga skulder		11 200	43 739
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>60 998</b>	<b>102 191</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		24 157	12 528
Aktuell skatteskuld		1 530	392
Kortfristiga banklån		0	137
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		14 499	16 587
Kortfristiga leasingsskulder		10 997	9 391
Övriga kortfristiga skulder*		12 607	11 869
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>63 790</b>	<b>50 904</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>460 776</b>	<b>476 568</b>

\* 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	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
<b>Den löpande verksamheten</b>					
Resultat före finansiella poster		-12 448	8 804	11 395	7 358
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet					
LTIP		207	225	78	652
Nedskrivning av tilläggsköpeskilling		-32 250	0	-32 250	0
Avskrivningar och nedskrivningar	3	49 503	12 938	89 966	49 259
Erhållen ränta		145	0	183	5
Erlagd ränta		-275	-298	-1 143	-1 277
Betalda inkomstskatter		-1 479	-211	-3 888	394
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b>		<b>3 403</b>	<b>21 458</b>	<b>64 341</b>	<b>56 390</b>
Ökning/minskning av rörelsefordringar		-6 791	6 918	-9 398	6 427
Ökning/minskning av rörelseskulder		3 961	-5 338	13 058	-12 797
<b>Förändring av rörelsekapital</b>		<b>-2 830</b>	<b>1 580</b>	<b>3 660</b>	<b>-6 370</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>573</b>	<b>23 038</b>	<b>68 001</b>	<b>50 020</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>					
Balanserade utvecklingskostnader		-5 285	-7 581	-30 486	-35 026
Investeringar i och förvärv av materiella anläggningstillgångar		-102	-42	-666	-2 231
Förvärv av dotterföretag, efter avdrag för förvärvade likvida medel		0	0	-3 308	-63 091
Ökning/minskning av finansiella placeringar		-1	0	-2	-48
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-5 388</b>	<b>-7 623</b>	<b>-34 462</b>	<b>-100 397</b>
<b>Fritt kassaflöde</b>		<b>-4 815</b>	<b>15 415</b>	<b>33 539</b>	<b>-50 377</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>					
Optionsprogram		0	0	265	1 468
Amortering		-2 790	-2 326	-10 643	-16 385
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>-2 790</b>	<b>-2 326</b>	<b>-10 378</b>	<b>-14 917</b>
<b>Ökning/minskning likvida medel</b>					
Periodens kassaflöde		-7 605	13 089	23 161	-65 293
Kursdifferenser		1 551	829	7 264	178
Likvida medel vid periodens början		131 994	81 598	95 515	160 630
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>		<b>125 940</b>	<b>95 515</b>	<b>125 940</b>	<b>95 515</b>

# KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

2021/22

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver*	Balanserat resultat	Summa eget kapital
<b>Ingående balans 1/9 2021</b>	<b>688</b>	<b>284 295</b>	<b>-1 756</b>	<b>40 245</b>	<b>323 472</b>
Periodens resultat				11 303	11 303
Valutakursdifferens			870		870
<b>Summa totalresultatet</b>			<b>-886</b>	<b>51 548</b>	<b>50 662</b>
Optionsprogram		343			343
<b>Utgående balans 31/8 2022</b>	<b>688</b>	<b>284 638</b>	<b>-886</b>	<b>51 548</b>	<b>335 988</b>

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver*	Balanserat resultat	Summa eget kapital
<b>Ingående balans 1/9 2020</b>	<b>687</b>	<b>282 176</b>	<b>-2 241</b>	<b>33 218</b>	<b>313 840</b>
Periodens resultat				7 027	7 027
Valutakursdifferens			485		485
<b>Summa totalresultatet</b>			<b>-1 756</b>	<b>40 245</b>	<b>321 352</b>
Optionsprogram	1	2 119			1 750
<b>Utgående balans 31/8 2021</b>	<b>688</b>	<b>284 295</b>	<b>-1 756</b>	<b>40 245</b>	<b>323 472</b>

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



## MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

2021/22

Belopp i TSEK	Not	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
<b>Rörelsens intäkter</b>					
Nettoomsättning		71 474	51 566	266 450	234 101
Övriga rörelseintäkter		1 622	806	5 335	3 661
<b>Summa rörelsens intäkter</b>		<b>73 096</b>	<b>52 372</b>	<b>271 784</b>	<b>237 762</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>					
Försäljningskostnader		-16 328	-11 526	-56 902	-53 016
User acquisition		-33 170	-5 754	-68 285	-51 245
Övriga externa kostnader		-15 401	-15 663	-57 472	-59 173
Personalkostnader		-14 449	-11 712	-75 126	-69 664
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-79 347</b>	<b>-44 656</b>	<b>-257 785</b>	<b>-233 099</b>
<b>EBITDA</b>		<b>-6 252</b>	<b>7 716</b>	<b>13 999</b>	<b>4 663</b>
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	3	-17 682	-4 878	-32 092	-19 494
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-23 933</b>	<b>2 839</b>	<b>-18 093</b>	<b>-14 831</b>
<b>Finansiella poster</b>					
Finansiella intäkter		2 505	271	5 108	275
Finansiella kostnader		-2 108	590	-4	-6
<b>Summa finansiella poster</b>		<b>398</b>	<b>860</b>	<b>5 104</b>	<b>269</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-23 535</b>	<b>3 699</b>	<b>-12 988</b>	<b>-14 562</b>
<b>Skatter</b>		1 403	-1 285	-3 966	766
<b>Periodens resultat</b>		<b>-22 132</b>	<b>2 414</b>	<b>-16 954</b>	<b>-13 796</b>

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	31/8 2022	31/8 2021
<b>TILLGÅNGAR</b>			
Goodwill		3 412	17 059
Övriga immateriella tillgångar		19 740	23 500
<b>Summa immateriella anläggningstillgångar</b>	<b>3</b>	<b>23 152</b>	<b>40 559</b>
Inventarier, verktyg och installationer		4 205	5 648
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>	<b>3</b>	<b>4 205</b>	<b>5 648</b>
Andelar i koncernföretag	3	130 979	176 151
Andra långfristiga fordringar		4 858	9 599
Långfristiga fordringar hos koncernföretag		318	166
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>136 155</b>	<b>185 915</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>163 512</b>	<b>232 122</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Kundfordringar		33 847	24 795
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag*		75	160
Övriga fordringar*		10 841	9 323
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 587	4 694
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>50 350</b>	<b>38 972</b>
<b>Likvida medel</b>		<b>94 657</b>	<b>80 306</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>308 519</b>	<b>351 400</b>

\*En justering av föregående års balansräkning har gjorts då en balanspost tillhörande kortfristiga fordringar hos koncern (128 TSEK) felaktigt har redovisats under övriga fordringar. Detta är korrigerat för jämförelseåret i denna rapport.

# MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	31/8 2022	31/8 2021
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Bundet eget kapital</b>			
Aktiekapital		688	688
<b>Fritt eget kapital</b>			
Övrigt externt kapital		316 027	315 684
Balanserad vinst inklusive periodens resultat		-65 698	-48 745
<b>Summa eget kapital</b>		<b>251 017</b>	<b>267 628</b>
<b>Avsättningar</b>			
Uppskjuten skatteskuld		4 066	4 841
Övriga avsättningar		11 200	43 739
<b>Summa avsättningar</b>		<b>15 266</b>	<b>48 580</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		19 543	9 001
Skulder till koncernföretag		3 462	3 997
Övriga skulder		8 120	9 335
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		11 112	12 858
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>42 236</b>	<b>35 192</b>
<b>SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL</b>		<b>308 519</b>	<b>351 400</b>

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%, ibland 15% 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. Vissa mobilplattformar erbjuder rabatt på 15% för bland annat prenumerationer. För nuvarande utgår även en rabatt på 15% på den första miljonen USD för året på en av mobilplattformarna.
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 en dag 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.

	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
Belopp i TSEK				

**NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN**

Försäljning i spel	40 086	25 139	125 667	111 602
Annonsintäkter	49 915	44 239	187 379	174 259
Övrigt	0	269	14 728	723
<b>Totalt</b>	<b>90 001</b>	<b>69 647</b>	<b>327 774</b>	<b>286 584</b>

**NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER**

Avgifter till plattform	-11 809	-6 698	-37 031	-32 516
Serverkostnader	-4 786	-4 147	-18 156	-17 688
Övriga försäljningskostnader	-2 363	-3 215	-11 533	-11 470
<b>Totalt försäljningskostnader</b>	<b>-18 958</b>	<b>-14 060</b>	<b>-66 720</b>	<b>-61 674</b>



**NOTER TILL DELÅRSRAPPORTEN****2021/22**

Juni-aug 22      Juni-aug 21      Sep 21-aug 22      Sep 20-aug 21

Belopp i TSEK

**NOT 3: AV- OCH NEDSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR****Koncern**

Goodwill	-35 782	0	-35 782	0
Nyttjanderätter	-2 652	-2 431	-10 317	-9 705
Inventarier, verktyg och installationer	-718	-817	-2 942	-3 212
Intellektuella rättigheter	-2 565	-2 565	-10 260	-9 427
Aktiverat arbete för egen räkning	-7 786	-7 125	-30 665	-26 914
<b>Totalt</b>	<b>-49 503</b>	<b>-12 938</b>	<b>-89 966</b>	<b>-49 258</b>

**Moder**

Goodwill	-3 412	-3 412	-13 647	-13 647
Inventarier, verktyg och installationer	-408	-526	-1 763	-2 087
Intellektuella rättigheter	-940	-940	-3 760	-3 760
Nedskrivningar i dotterbolag	-12 922	0	-12 922	0
<b>Totalt</b>	<b>-17 682</b>	<b>-4 878</b>	<b>-32 092</b>	<b>-19 494</b>

	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
Belopp i TSEK				
<b>NOT 4: JUSTERAD NETTOOMSÄTTNING, EBITDA OCH EBIT</b>				
Nettoomsättning	90 001	69 647	327 774	286 584
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706	0
<b>Justerad Nettoomsättning</b>	<b>90 001</b>	<b>69 647</b>	<b>313 068</b>	<b>286 584</b>
EBITDA	37 055	21 743	101 360	56 617
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706	0
Nedskrivning tilläggsköpeskillning	-32 250	0	-32 250	0
Förvävsrelaterade kostnader	0	0	0	525
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	-86	1 244	-1 172	533
Totala justeringsposter på EBITDA	-32 336	1 244	-48 128	1 058
<b>Justerad EBITDA</b>	<b>4 719</b>	<b>22 987</b>	<b>53 232</b>	<b>57 675</b>
EBIT	-12 448	8 804	11 395	7 358
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706	0
Nedskrivning tilläggsköpeskillning	-32 250	0	-32 250	0
Förvävsrelaterade kostnader	0	0	0	525
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	-86	1 244	-1 172	533
Nedskrivning Goodwill	35 782	0	35 782	0
Totala justeringsposter på EBIT	3 446	1 244	-12 346	1 058
<b>Justerad EBIT</b>	<b>-9 002</b>	<b>10 048</b>	<b>-951</b>	<b>8 416</b>

	Juni-aug 22	Juni-aug 21	Sep 21-aug 22	Sep 20-aug 21
Belopp i TSEK				
<b>NOT 5: SPELBI DRAG</b>				
<b>Koncern</b>				
Försäljning i spel	40 086	25 139	125 667	111 602
Annonsintäkter	49 915	44 239	187 379	174 259
Övrigt	0	269	14 728	723
<b>Nettoomsättning</b>	<b>90 001</b>	<b>69 647</b>	<b>327 774</b>	<b>286 584</b>
Transferbonus från Applovin	0	0	14 706	0
<b>Nettoomsättning exklusive transferbonus från Applovin</b>	<b>90 001</b>	<b>69 647</b>	<b>313 068</b>	<b>286 584</b>
Avgifter till plattform	-11 809	-6 698	-37 031	-32 516
User acquisition	-43 298	-15 026	-93 410	-76 718
<b>Spelbidrag</b>	<b>34 894</b>	<b>47 923</b>	<b>182 627</b>	<b>177 350</b>

**GOOD TIMES**