

MAG INTERACTIVE

DELÅRSRAPPORT SEP—MAJ 2019/20

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, OCH HAR SKAPAT EN KATALOG AV SPEL SOM RUZZLE, WORD DOMINATION, WORDBRAIN OCH QUIZKAMPEN SOM HAR LADDATS NED ÖVER 250 MILJONER GÅNGER. FÖRETAGETS INTÄKTER KOMMER I HUVUDSAK FRÅN IN-APP-KÖP SAMT ANNONSER. MAG HAR KONTOR I STOCKHOLM OCH BRIGHTON OCH ÄR NOTERAT PÅ NASDAQ FIRST NORTH PREMIER GROWTH MARKET MED TICKERN MAGI. FÖR MER INFORMATION BESÖK WWW.MAGINTERACTIVE.COM

PERIODEN MARS 2020 TILL MAJ 2020 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 64 838 TSEK (48 311 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 34 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 3 404 TSEK (542 TSEK)
- Koncernens spelbidrag för perioden var 30 710 TSEK (27 463 TSEK), en ökning med 12 % jämfört med samma period föregående år
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare, ARPDAU, var för perioden 3,0 US cents (2,6 US cents), en ökning med 14 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var -0,25 SEK/aktie (-0,14 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 26 271 TSEK (15 782 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 2,4 miljoner respektive 8,2 miljoner under kvartalet, en ökning med 12 % respektive 12 % jämfört med samma period föregående år

PERIODEN SEP 2019 TILL MAJ 2020 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 162 467 TSEK (129 844 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 25 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 13 493 TSEK (-1 037 TSEK)
- Koncernens spelbidrag för perioden var 94 073 TSEK (75 714 TSEK), en ökning med 24 % jämfört med samma period föregående år
- Justerad EBITDA för perioden var 7 439 TSEK (-1 037 TSEK) (justerat EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende effekter från IFRS16)
- Resultat per aktie under perioden var -0,52 SEK/aktie (-0,52 SEK/aktie)

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP 2019 TILL MAJ 2020

- Den 28 november 2019 lanserades ordspelet Wordzee globalt efter att tidigare under kvartalet mjuklanserats i Sverige och Storbritannien.
- Den 1 mars 2020 startade det nya tecknings- och personaloptionsprogrammet som beslutades på årsstämman den 14 januari 2020.
- Den 5 maj 2020 lanserades Nya Quizkampen globalt.
- Den 23 juni 2020 fusionerades dotterbolaget FEO Media AB in i moderbolaget MAG Interactive AB (publ).





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET TILLVÄXTTAKTEN ÖKAR

2019/20

Etablerade spel lyfter organiskt och nya spel växlar upp

Omsättningen i Q3 uppgår till 65 MSEK vilket är en ökning med 34% jämfört med samma kvartal föregående år. Detta är den högsta omsättningen för ett kvartal för MAG sedan bolaget blev publikt. Jämfört med Q2 växer omsättningen med 28% och det är flera positiva faktorer som tillsammans leder till den snabba tillväxten. EBITDA för Q3 landar på 3,4 MSEK jämfört med 0,5 MSEK under samma kvartal föregående år. Samtliga ledande nyckeltal för spelen som dagligt aktiva spelare, snittintjäning per spelare och antal unika betalande användare, förbättrades jämfört med Q2.

Som vi noterade i samband med delårsrapporten av Q2 den 1 april såg vi under mars en kraftig ökning av antal nedladdningar, en direkt effekt av att många länder stängt ned sina samhällen på grund av covid-19-pandemin. Sista veckan i mars var mer än 2,5 miljoner spelare aktiva på daglig basis i våra spel, jämfört med ett genomsnitt runt 2 miljoner i perioden december till februari. Den stora tillströmningen av spelare var tydligast i våra mest etablerade spel och har fortsatt att ge positiva effekter även under april och maj. Den organiska tillväxten har genererat kraftiga överskott i den delen av portföljen i Q3.

Investeringarna i user acquisition ökar

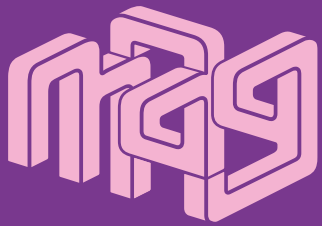
Under kvartalet har vi haft möjlighet att investera mer i user acquisition för våra senast lanserade spel, Wordzee och Nya Quizkampen, vilket lett till ökad omsättning även i den delen av portföljen. Kostnaden för user acquisition uppgick i kvartalet till 26 MSEK, vilket är 12 MSEK mer än i Q2. Trots detta redovisar vi ett spelbidrag på 31 MSEK i Q3, det vill säga vad som blir kvar efter plattformsavgifter och user acquisition. Det innebär att spelbidraget når samma nivå som i Q2 och förstärks med 12% jämfört med Q3 föregående år.

Merparten av investeringarna i user acquisition gjordes i Wordzee och det är också det spel som uppvisar den klart starkaste genomsnittliga intjäningen per dagligt aktiv spelare, förkortat ARPDau, i hela portföljen. Vi ser ökade investeringar i user acquisition som något fundamentalt positivt eftersom det lägger grunden till framtida tillväxt och vinster. Investeringarna som görs modelleras för att ge full återbetalning inom 180 dagar och därefter generera vinster under många månader och år framöver.

Produktmixen ser allt bättre ut - fortsatt fokus på ARPDau

Drygt åtta år efter vårt första spelsläpp har vi nu en välbalanserad portfölj med spel i alla faser av ett spels livscykel: Allt från prototyper och tidiga marknadstester till globalt nysläppta spel och sju eller åtta år gamla trotjänare. Det innebär att vi har en fin blandning av spel med god lönsamhet som WordBrain, Ruzzle och Quizkampen, spel med stor användarbas som fortsatt stöds av user acquisition som Word Domination samt de nya tillväxtmotorerna Wordzee och Nya Quizkampen.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET TILLVÄXTTAKTEN ÖKAR

2019/20



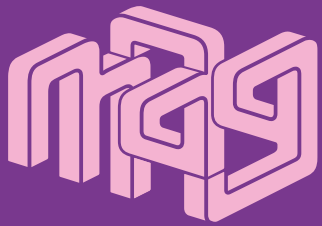
MAGs största spel - fördelat över respektive spels livscykel

Den större uppdatering av Ruzzle som vi tidigare pratat om, med nya typer av events och turneringar, har lanserats och avsevärt ökat ARPDAU. Både Ruzzle och Quizkampen är bra exempel på vad som refereras till som “games as a service”, det vill säga att man kontinuerligt levererar förbättringar till sin spelarbas snarare än att släppa ett spel och snabbt gå vidare till att utveckla nästa. Ruzzle växte sin omsättning förra året jämfört med året innan och baserat på resultatet av den nya uppdateringen finns förhoppningar på fortsatt tillväxt även kommande år.

Under Q3 fortsatte även den stegvisa lanseringen av Nya Quizkampen, ett spel med betydligt högre ARPDAU än originalspelet. Nya Quizkampen släpptes till den globala marknaden i början av maj och vi räknar med att migrera samtliga Quizkampenspelare till den nya versionen av spelet under 2020.

ARPDAU ökade för hela produktportföljen med 14% jämfört med samma period föregående år och vår målsättning är att fortsätta förbättra ARPDAU framöver. Detta görs bland annat genom tillägg av prenumerationer som förutom i Word Domination nu även finns i Nya Quizkampen. Vi ser fram emot att fortsätta optimera prenumerationserbjudanden i de spelen och även introducera prenumerationer i Wordzee och Ruzzle framöver. Prenumerationer utgjorde i kvartalet 25% av samtliga in-app-intäkter i Word Domination, att jämföra med 20% i Q2.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET TILLVÄXTTAKTEN ÖKAR

2019/20

Säsongsmässiga variationer

Som brukligt i vår Q3 rapport vill jag påminna om att Q4 är vårt säsongsmässigt svagaste kvartal eftersom annonsmarknaden tenderar att tappa i kraft från mitten av juni till mitten på augusti. Dessutom brukar bra sommarväder resultera i lägre spelaraktivitet generellt. I år har vi också ett läge där marknader som varit i mer eller mindre karantänliknande situationer nu gradvis öppnas upp. Vi har i samband med pandemin noga följt variationer i såväl marknadsföringskostnader som potential i annonsförsäljning för att kunna vara agila och hitta möjligheter. När vi ser tillbaka på de senaste månaderna kan vi konstatera att det fungerat väl för vår del. Vad en återgång till en mer normal situation på annonsmarknaden skulle innebära för oss är svårt att sja om i dagsläget men vi har så här långt inte sett några större förändringar i spelarbeteende under juni månad relativt slutet av Q3.

Stor potential framöver

Baserat på den starka tillväxt vi ser i Wordzee och Nya Quizkampen är ambitionen att fortsätta investera i user acquisition för att driva framtida tillväxt. Vi har en stark kassa som gör att vi inte behöver välja mellan att öka farten i user acquisition eller att räkna på förvärvsmöjligheter - utan kan aktivt jobba med dessa tillväxtpotentialer parallellt.

Under kvartalet fick vi ytterligare ett kvitto på att vår beprövade utvecklingsprocess levererar värde när både Nya Quizkampen och Wordzee passerade en miljon nedladdningar. Därmed har samtliga spel vi lanserat sedan 2012 nått över en miljon spelare. En stark produktportfölj är nyckeln till framtida tillväxt och vi fortsätter investera i att ta fram nya hits enligt vår utvecklingsprocess. Att ha en gemensam teknisk infrastruktur och liknande publik är en stor fördel för oss när portföljen växer.

Vi ser nu med spänning fram emot hur Nya Quizkampen och Wordzee fortsätter att utvecklas under 2020 och framåt.

DANIEL HASSELBERG, CEO



VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2019/20

		Mar-maj 20	Mar-maj 19	Förändring	Sep-maj 19/20	Sep-maj 18/19	Förändring	Helår 18/19
Nettoomsättning	TSEK	64 838	48 311	34 %	162 467	129 844	25 %	172 953
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	26 200	16 886	55 %	57 284	48 476	18 %	63 432
Annonsering	TSEK	38 635	30 877	25 %	104 592	80 661	30 %	108 659
User acquisition	TSEK	-26 271	-15 782	-66 %	-51 209	-39 597	-29 %	-48 673
Spelbidrag	TSEK	30 710	27 463	12 %	94 073	75 714	24 %	105 260
EBITDA ²	TSEK	3 404	542	528 %	13 493	-1 037	1 401 %	4 949
EBITDA marginal ¹	%	5 %	1 %	4	8 %	-1 %	9	3 %
Justerat EBITDA	TSEK	948	542	75 %	7 439	-1 037	817 %	4 949
Justerat EBITDA marginal ¹	%	1 %	1 %	0	5 %	-1 %	5	3 %
Rörelseresultat	TSEK	-6 765	-5 660	-20 %	-14 370	-19 018	24 %	-19 397
Rörelseresultat marginal ¹	%	-10 %	-12 %	1	-9 %	-15 %	6	-11 %
Periodens resultat	TSEK	-6 541	-3 576	-83 %	-13 693	-13 665	0 %	-13 750
Periodens resultat per aktie	TSEK	-0,25	-0,14	-83 %	-0,52	-0,52	0 %	-0,52
Kassaflöde från den löpande verksamheten	TSEK	6 124	-6 510	194 %	37 152	-7 621	587 %	-3 819
Medelantal anställda		85	74	15 %	82	72	14 %	73
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	2,40	2,15	12 %	2,09	2,19	-5 %	2,11
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	8,21	7,33	12 %	6,91	8,32	-17 %	7,79
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	59,75	50,72	18 %	51,14	55,05	-7 %	52,08
ARPDau	US \$ cent	2,98	2,61	14 %	2,90	2,37	22 %	2,42

¹ Årlig förändring anges i procentenheter

² Ej jämförbar på grund av IFRS16. Se not 3

Organiskt uppsving för MAGs taktiska ordspel

Word Domination är det smarta multiplayer-spelet där spelarna tävlar mot varandra i realtid i rafflande ordkamper. Motståndarna möts i fem omgångar där de samlar poäng genom att bokstavera ord på ett gemensamt bräde. Med så kallade boosters kan spelarna taktiskt spela ut tidsbegränsade fördelar. Word Domination släpptes globalt i maj 2018 har sedan dess placerats topp 5 i ordspelskategorin i 140 länder och har laddats ned över 10 miljoner gånger.

Under mars och april ökade inflöde av organiska nedladdningar i Word Domination, en påföljd av covid-19-pandemin, även om effekten inte var lika kraftig som för MAGs mest etablerade spel.

In-app-intäkter för prenumerationer fortsätter att öka

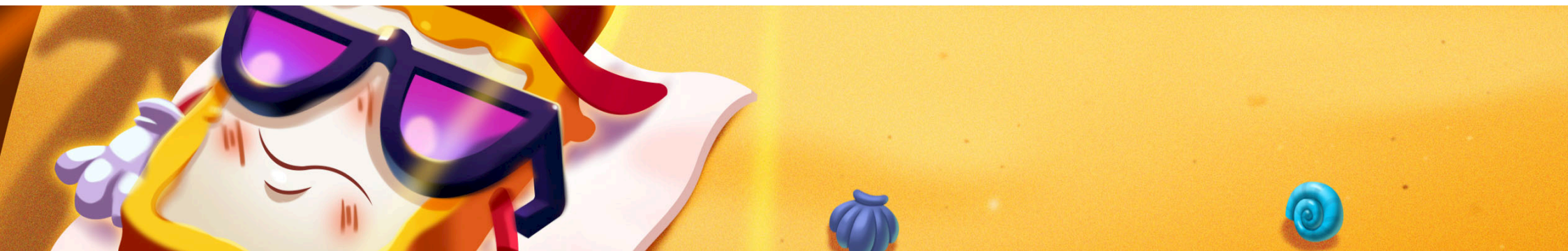
Prenumerationer introducerades i Word Domination för drygt ett år sedan och är en affärsmodell som kontinuerligt har anpassats och optimerats i spelet. En prenumeration innebär att en användare betalar en månadskostnad – och blir VIP-spelare – för att få en reklamfri upplevelse och tillgång till exklusivt innehåll, event och andra bonusar i spelet. Intäkterna från prenumerationer kannibaliserar inte på spelets övriga intäkter utan adderar ytterligare ett lager av monetisering: VIP-spelarna har högst engagemang och genomsnittlig intjänning per dagligt aktiv användare, förkortat ARPDAU, av alla Word Domination-spelare.

Intäkterna från prenumerationerna har ökat gradvis under varje kvartal sedan de lanserades. I Q3 stod prenumerationerna för 25% av in-app-intäkterna i Word Domination, att jämföra med 20% i Q2.

Nytt innehåll bygger långsiktigt engagemang

Word Domination har en spelarbas med starkt långsiktigt engagemang. I synnerhet beror det på kontinuerliga leveranser av nya event och funktioner som spelare efterfrågar. Under Q3 lanserades flertalet nya uppdateringar, funktioner, erbjudanden och samlarevent, vilka hade en positiv effekt på intäkterna. Därtill lanserades även en ny spelmekanisk belöningsfunktion – biljetter – som skapade en ny dynamik i eventen samt ökade värdet på andra belöningar. Eftersom nya funktioner och events har positiva effekter för det långsiktiga engagemanget hos spelarna, är utveckling av nytt innehåll ett fortsatt fokusområde.

Tillsammans med förvärv av spelare genom user acquisition och fortsatt optimering av existerande funktioner i spelet, arbetar bolaget med målet att Word Domination ska fortsätta att växa framöver.



Marknadsledare på trivia i Europa

Quizkampen – kallat QuizDuel internationellt – är ett socialt triviaspel där användarna utmanar vänner och andra spelare världen över i frågesport. Med över 100 miljoner nedladdningar och över en miljon spelare varje dag är Quizkampen det största frågespelet i Europa till iOS och Android.

Avsevärd ökning av spelare till följd av covid-19

Effekterna av covid-19-pandemin var mycket omfattande i Quizkampen, där vi såg ett stort inflöde av organiska nedladdningar under framförallt mars och april. Detta berodde dels på att Quizkampen har en stor aktiv användarbas i Europa, liksom även en historiskt stark närvaro i flertalet av de länder där de striktaste restriktionerna rådde på grund av pandemin. Även Nya Quizkampen märkte av en viss effekt i nya nedladdningar under samma period.

Användarbasen växer och milstolpar nådda för Nya Quizkampen

Under Q3 nåddes flera milstolpar för Nya Quizkampen: spelet lanserades globalt i början maj för att ett par veckor senare passera 1 miljon nedladdningar. Nya Quizkampen har en högre framtida monetiseringspotential än det klassiska Quizkampen och visar redan nu en klart högre genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare, förkortat ARPDAU. Under kvartalet har spelet successivt förvärvat fler spelare genom ökade investeringar i user acquisition liksom effektiv korsmarknadsföring av spelet i klassiska Quizkampen.

Attraktiva utsikter för migrering av spelare till Nya Quizkampen

Korsmarknadsföringen i klassiska Quizkampen har visat sig vara ett mycket effektivt verktyg för att förflytta spelare till Nya Quizkampen. Korsmarknadsföringen kommer att optimeras vidare under Q4 för att ytterligare kunna accelerera överflyttningen av spelare mellan spelen. Ett annat steg i att migrera spelare är att erbjuda attraktiva prenumerationserbjudanden i Nya Quizkampen. Tack vare lärdomar från Word Domination har en prenumerationsmodell nu även lanserats i Nya Quizkampen.

Därtill fortsätter spelteamet att bygga ut Nya Quizkampen med fler funktioner, något som är nödvändigt för att skapa långsiktigt engagemang hos spelarna. I Nya Quizkampen kommer nytt innehåll också vara viktigt för att migrera spelare. Vi ser ljust på framtiden för Nya Quizkampen, som med fler spännande funktioner kommer att fortsätta i Quizkampens spår att leverera en triviaupplevelse i världsklass.



Nytt eventssystem och spelekonomi sjösätts i MAGs ordspelsklassiker

Ruzzle är ett socialt ordspel där spelarna utmanas att hitta så många ord som möjligt från en viss uppsättning bokstäver inom två minuter. Spelet släpptes 2012 och har laddats ned mer än 60 miljoner gånger.

Under maj lanserades flera centrala uppdateringar i spelet som utvecklats under längre tid; en omgjord spelekonomi med nytt in-app-köp-system, ny turneringsmodell och ett nytt eventssystem. Dessa stora förändringar resulterade i en ökning av dagliga in-app-köp samt i konvertering av användare, vilket syftar till en ökning av betalande spelare procentuellt relaterat till dagligt aktiva spelare. Målsättningen med att lansera dessa uppdateringar var att öka lönsamheten för Ruzzle, och de initiala siffrorna tyder på fortsatt ökade intäkter.

Ökning av spelare till följd av covid-19

Under såväl mars som april månad ökade antalet dagligt aktiva användare väsentligt i Ruzzle, framförallt i länder med strikta restriktioner och nedstängda samhällen. Effekterna av covid-19-pandemin kunde tydligt urskiljas först i Italien, där spelet sedan länge har haft en stor användarbas.

Fortsatta optimeringar för att öka omsättningen i Ruzzle

Med de nya uppdateringarna implementerade i spelet ligger fokus på att balansera den nya spelekonomin samt fortsätta att utveckla och optimera nya och gamla funktioner. Liksom för MAGs övriga multiplayerportfölj finns planer på att lansera en prenumerationsmodell även i Ruzzle.

Trots att MAGs ordspelsklassiker är över åtta år gammal befinner den sig på uppgång sedan flera kvartal tillbaka. Ruzzle visar styrkan i att kontinuerligt uppdatera innehåll och funktioner och därmed behålla både en stabil användarbas och långsiktigt förutsägbart omsättning. Ruzzle är ett utmärkt exempel på "games as a service" och kommer fortsätta att vara en grundpelare i bolagets produktportfölj under lång tid framöver.



MAGs nya ordspel uppnår starkast ARPDau i portföljen

Wordzee är MAGs nya innovativa ordspel som släpptes globalt i november 2019. I Wordzee utmanar spelarna 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.

Under Q3 har Wordzee fortsatt att visa starkast genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare – förkortat ARPDau – av alla spel i portföljen.

Uppväxling av user acquisition och effekter av covid-19

Det starka ARPDau som Wordzee uppvisar beror på en kombination av en spelmekanik som möjliggör en stark monetisering och förvärvandet av högkvalitativa användare. Covid-19-pandemin påverkade även hur mycket user acquisition kunde växlas upp. Kostnaden per annonsvisning sjönk och skapade därmed mer utrymme att förvärva användare med god framtida avkastning.

Därtill noterade vi en ökning av chattande med 40% under mars-april, trots att chattfunktionen i Wordzee initialt endast innehöll enkla standardfraser. På grund av ökningen fokuserades resurser på att bygga en fullt utvecklad chatt. Den lanserades i mitten av kvartalet och vi förväntar oss att den kommer att ha en positiv påverkan på spelarnas långvariga engagemang.

Fortsatt fokus på optimering av produkten

Wordzee lämnar ett starkt kvartal bakom sig som förstärktes ytterligare med förvärv av högkvalitativa användare. Förutom att fortsätta att öka investeringarna i user acquisition är långvarigt engagemang från spelarna är en viktig KPI för att skapa förutsägbar och långsiktig omsättning. Fokus i Q4 är därmed på att optimera det långsiktiga bibehållandet av spelare, med bland annat optimering av sociala aspekter och nya spelmekaniska funktioner. Bolaget ser optimistisk på spelets framtida bidrag till affären.



KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

PERIODEN MARS TILL MAJ 2020

2019/20

INTÄKTER

Koncernens intäkter för perioden var 73 335 TSEK (55 626 TSEK), en ökning med 32 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 64 838 TSEK (48 311 TSEK), en ökning på 34 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 7 388 TSEK (6 835 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt avskrivningar av dessa.

Koncernens nettoomsättning var främst hänförlig till spelen QuizDuel, Word Domination, Wordzee, Ruzzle, WordBrain, Nya Quizkampen, Wordalot samt WordBrain2.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 69 931 TSEK (55 084 TSEK). Av dessa var 15 049 TSEK (11 138 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 26 271 TSEK (15 782 TSEK) kostnader för user acquisition, och 6 627 TSEK (10 552 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

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

Personalkostnader uppgick till 21 984 TSEK (17 612 TSEK) en ökning med 25 %.

EBITDA för perioden var 3 404 TSEK (542 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 10 170 TSEK (6 202 TSEK), varav 6 216 TSEK (4 806 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var -6 765 TSEK (-5 660 TSEK) och resultat före skatt uppgick till -8 187 TSEK (-4 547 TSEK).

JUSTERAT RESULTAT (NOT 3)

Justerat EBITDA för perioden var 948 TSEK (542 TSEK).

Justerat resultat före skatt för perioden var -7 833 TSEK (-4 547 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -6 541 TSEK (-3 576 TSEK).

Resultat per aktie var -0,25SEK/aktie (-0,14SEK/aktie) och resultatet per aktie fullt utspätt uppgick till -0,24 SEK/aktie (-0,13 SEK/aktie).

Snitt antal aktier under perioden var 26 321 393 (26 321 393) och snitt antal aktier fullt utspätt var 27 805 780 (27 317 067).

KASSAFLÖDE – PERIODEN MARS TILL MAJ 2020

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var 6 124 TSEK (-6 510 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var 69 482 TSEK (-7 281 TSEK), varav 79 337 TSEK avser försäljning av kortfristig räntefond. Kassaflödet från finansieringsverksamheten var -9 728 TSEK (-3 889 TSEK).

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

PERIODEN SEPT 2019 TILL MAJ 2020

2019/20



INTÄKTER

Koncernens intäkter för perioden var 184 995 TSEK (149 260 TSEK), en ökning med 24 % jämfört med samma period föregående år. Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 162 467 TSEK (129 844 TSEK), en ökning på 25 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 21 263 TSEK (18 322 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt ned- och avskrivningar av dessa.

Koncernens nettoomsättning var främst hänförlig till spelen QuizDuel, Word Domination, Ruzzle, WordBrain, Wordzee, Nya Quizkampen, Wordalot samt WordBrain2.

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 171 502 TSEK (150 297 TSEK). Av dessa var 36 478 TSEK (31 667 TSEK) försäljningsrelaterade kostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 51 209 TSEK (39 597 TSEK) kostnader för user acquisition, och 20 746 TSEK (29 042 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 63 069 TSEK (49 990 TSEK) en ökning med 26 %. Medelantalet anställda under perioden var 82 (72) en ökning med 14 %.

EBITDA för perioden var 13 493 TSEK (-1 037 TSEK).

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 27 864 TSEK (17 981 TSEK), varav 17 575 TSEK (14 114 TSEK) var avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var -14 370 TSEK (-19 018 TSEK) och resultat före skatt uppgick till -17 878 TSEK (-17 515 TSEK).

JUSTERAT RESULTAT (NOT 3)

Justerat EBITDA för perioden var 7 439 TSEK (-1 037 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -13 693 TSEK (-13 665 TSEK).

Resultat per aktie var -0,52SEK/aktie (-0,52SEK/aktie) och resultatet per aktie fullt utspätt uppgick till -0,50 SEK/aktie (-0,51 SEK/aktie). Snitt antal aktier under perioden var 26 321 393 (26 321 393) och snitt antal aktier fullt utspätt var 27 260 559 (27 020 108).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN MARS TILL MAJ 2020

2019/20

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 62 918 TSEK (32 164 TSEK), en ökning med 96 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 71 165 TSEK (52 937 TSEK).

Av dessa var 14 931 TSEK (10 387 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 26 271 TSEK (15 775 TSEK) och 7 877 TSEK (10 262 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 1 604 TSEK (445 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -7 461 TSEK (-16 869 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -6 542 TSEK (-13 478 TSEK).



MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN SEP 2019 TILL MAJ 2020

2019/20

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 132 213 TSEK (87 702 TSEK), en ökning med 51 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 171 990 TSEK (142 528 TSEK).

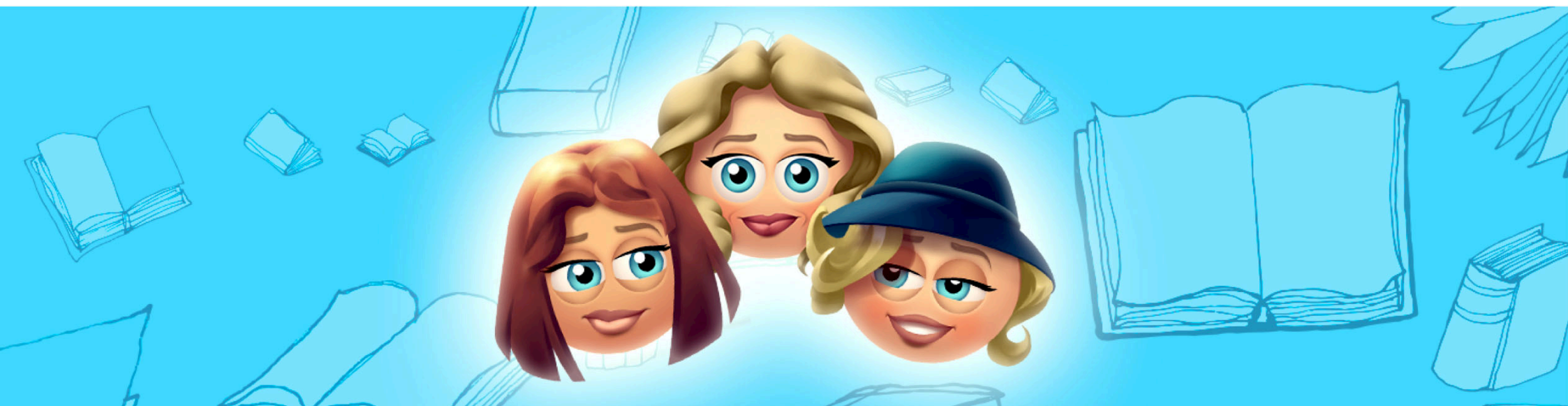
Av dessa var 35 881 TSEK (28 802 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 51 207 TSEK (39 318 TSEK) och 24 437 TSEK (28 123 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 2 503 TSEK (1 011 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -31 851 TSEK (-44 855 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -28 677 TSEK (-35 657 TSEK).



KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2019/20

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 141 956 TSEK (141 833 TSEK), varav 77 262 TSEK (77 574 TSEK) avser goodwill och 64 694 TSEK (64 259 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 171 683 TSEK (187 555 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 317 464 TSEK (330 982 TSEK), motsvarande 12,1 SEK/aktie (12,6 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 75,0 % (84,9 %).

Koncernen har räntebärande skulder på 56 709 TSEK (19 475 TSEK) och dessa härrör innevarande år till leasingskuld och jämförelseperioden till banklån.

MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 168 190 TSEK (134 001 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 322 677 TSEK (314 297 TSEK).



FÖRDELNING AV INTÄKTER EFTER AFFÄRSMODELL

Koncernens nettoomsättning fördelar sig i huvudsak mellan försäljning i spel (så kallade in-app purchases, dvs köp gjorda inuti spel via Apple App Store eller Google Play) och annonser i spel.

Koncernens nettoomsättning från försäljning i spel för perioden var 26 200 TSEK (16 886 TSEK), en ökning med 55 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 38 635 TSEK (30 877 TSEK), en ökning med 25 % 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 30 710 TSEK (27 463 TSEK), en ökning med 12 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Samtliga nyckeltal involverade i spelbidraget växer signifikant. Både utgifter för user acquisition och nettoomsättning har ökat jämfört med samma period föregående år. Resultatet är ett högre spelbidrag. Grunden till att köp i spel driver tillväxten mer än annonsintäkter står att finna i en bred förbättring av ARPDAU från köp i spel över hela portföljen, och allra störst effekt är från spelet Wordzee.

NYCKELTAL FÖR VERKSAMHETEN FORTS.

2019/20

ÖVRIGA NYCKELTAL

Bolaget driver verksamheten utefter ett antal nyckeltal som följer hur spelbranschen i stort mäter sina verksamheter. Dessa måttal 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 spelets 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 2,4 miljoner (2,1 miljoner), en ökning med 12 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 8,2 miljoner (7,3 miljoner), en ökning med 12 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 60 tusen (51 tusen), en ökning med 18 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 3,0 US \$ cent (2,6 US \$ cent), en ökning med 14 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

Ökningen i DAU, MAU och MUP beror till viss del på den globala pandemin, och delvis till den nyligen släppta spelet Wordzee.

Ökningen i ARPDau är en följd av stärkt monetisering i portföljen som helhet, och till spelet Wordzee som har en starkare intäkt per spelare än portföljens snitt i kombination med en växande spelarbas.



MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm. En stor del av koncernens verksamhet ligger i moderbolaget med anställda, avtal, immateriella tillgångar (inkl IP) samt intäkter. I koncernen finns det tre helägda 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. FEO Media AB är under pågående fusion (fusionen är avslutad per 23 juni 2020). MAG United AB, med säte i Stockholm, har inga 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 för koncernen respektive not 2 för moderbolaget i årsredovisningen för 2018/2019.

1 januari 2019 trädde IFRS 16 "Leases" i kraft. Standarden kräver att tillgångar och skulder hänförliga till alla leasingavtal, med några undantag, redovisas i balansräkningen. Denna redovisning baseras på synsättet att leasetagaren har en rättighet att använda en tillgång under en specifik tidsperiod och samtidigt en skyldighet att betala för denna rättighet. Standarden är tillämplig för räkenskapsår som påbörjas den 1 januari 2019 eller senare, vilket betyder att koncernen har applicerat standarden för detta räkenskapsår, 19/20. Standarden är antagen av EU. Standarden har främst påverkat redovisningen av koncernens operationella leasingavtal, vilket till största del avser kontorshyror och leasebilar. Åtaganden avseende leasing har nuvärdesberäknas och rapporteras som en anläggningstillgång med motsvarande räntebärande skuld i balansräkningen. I resultaträkningen har leasingkostnader ersatts med avskrivningar och räntekostnader. Förändringen innebär att balansomslutning och rörelseresultat har ökat, vilket har påverkat olika nyckeltal samt koncernens rapport över kassaflöden.

MAG Interactive har valt att vid övergången till den nya standarden tillämpa den modifierade retroaktiva metoden med alternativet att låta tillgången med nyttjanderätt motsvara skulden vid övergången med justering för eventuella förutbetalda eller upplupna leasingavgifter. Den valda övergångsmetoden medför att jämförelseperioder inte räknas om. Effekterna på resultaträkningen anses inte vara materiella.



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 2018/19 för mer information om bolagets risker och osäkerhetsfaktorer.

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 85 jämfört med 74 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 RAPPORTTILFÄLLEN

Delårsrapport Q4 september 2019 - augusti 2020

21 oktober 2020

Årsstämma för Räkenskapsåret 2019/20

20 januari 2021

Delårsrapport Q1 september 2020 - december 2020

20 januari 2021

GRANSKNING

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

TWITCH STREAM

Den 30 juni 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 30 juni 2020

DANIEL HASSELBERG
VD, styrelseledamot

ANDRAS VAJLOK
Styrelseledamot

BIRGITTA STYMNE GÖRANSSON
Styrelsens ordförande

ASBJOERN SOENDERGAARD
Styrelseledamot

TAINA MALÉN
Styrelseledamot

TEEMU HUUHTANEN
Styrelseledamot

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT

2019/20

Belopp i TSEK	Not	Mar-maj 20	Mar-maj 19	Sep-maj 19/20	Sep-maj 18/19	Helår 18/19
Rörelsens intäkter						
Nettoomsättning	1	64 838	48 311	162 467	129 844	172 953
Aktiverat arbete för egen räkning		7 388	6 835	21 263	18 322	23 667
Övriga intäkter		1 110	480	1 266	1 094	2 050
Summa		73 335	55 626	184 995	149 260	198 670
Rörelsens kostnader						
Försäljningskostnader	2	-15 049	-11 138	-36 478	-31 667	-41 854
User acquisition		-26 271	-15 782	-51 209	-39 597	-48 673
Övriga externa rörelsekostnader		-6 627	-10 552	-20 746	-29 042	-37 992
Personalkostnader		-21 984	-17 612	-63 069	-49 990	-65 203
Summa Rörelsens kostnader		-69 931	-55 084	-171 502	-150 297	-193 721
EBITDA		3 404	542	13 493	-1 037	4 949
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-10 170	-6 202	-27 864	-17 981	-24 345
Rörelseresultat (EBIT)		-6 765	-5 660	-14 370	-19 018	-19 397
Finansiella poster						
Resultat från övriga värdepapper och långfristiga fordringar		-599	0	-663	0	0
Övr ränteintäkter och liknande		102	1 593	-966	2 195	3 847
Övr räntekostnader och liknande		-924	-480	-1 879	-692	-1 666
Summa finansiella poster		-1 422	1 113	-3 508	1 503	2 181
Resultat efter finansiella poster		-8 187	-4 547	-17 878	-17 515	-17 216
Skatter		1 646	971	4 185	3 850	3 466
Periodens resultat		-6 541	-3 576	-13 693	-13 665	-13 750
Övrigt totalresultat						
Valutakursdifferenser		-986	-282	-468	341	301
Summa totalresultat för perioden		-7 528	-3 857	-14 161	-13 324	-13 449

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

Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)	-0,25	-0,14	-0,52	-0,52	-0,52
Periodens resultat per aktie fullt utspätt (baserat på snitt antal aktier)	-0,24	-0,13	-0,50	-0,51	-0,51
Snitt antal aktier under perioden	26 321 393	26 321 393	26 321 393	26 321 393	26 321 393
Snitt antal aktier under perioden fullt utspätt	27 805 780	27 317 067	27 260 559	27 020 108	27 094 958
Antal aktier vid periodens slut	26 321 393	26 321 393	26 321 393	26 321 393	26 321 393
Antal aktier vid periodens slut fullt utspätt	27 805 780	27 317 067	27 805 780	27 317 067	27 317 067

KONCERNENS BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR

2019/20

Belopp i TSEK	Not	31/5 2020	31/5 2019	31/8 2019
TILLGÅNGAR				
Goodwill		77 262	77 574	77 482
Övriga immateriella tillgångar		64 694	64 259	63 827
Summa immateriella tillgångar		141 956	141 833	141 309
Nyttjanderätter		55 294	0	0
Inventarier, verktyg och installationer		8 328	6 090	5 562
Summa materiella anläggningstillgångar		63 622	6 090	5 562
Andra långfristiga fordringar		4 061	4 619	2 085
Summa finansiella anläggningstillgångar		4 061	4 619	2 085
Uppskjuten skattefordran		5 036	11 475	672
Summa anläggningstillgångar		214 675	164 017	149 629
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		28 281	21 449	19 517
Aktuella skattefordringar		2 110	10 643	11 364
Övriga kortfristiga fordringar		1 202	1 941	8 001
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 548	4 217	3 762
Likvida medel		171 683	187 555	185 071
Summa omsättningstillgångar		208 824	225 805	227 715
SUMMA TILLGÅNGAR		423 499	389 822	377 344

KONCERNENS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2019/20

Belopp i TSEK	Not	31/5 2020	31/5 2019	31/8 2019
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital		684	684	684
Övrigt externt kapital		281 935	281 168	281 219
Reserver		-2 050	-1 542	-1 583
Balanserad vinst inklusive periodens totalresultat		36 895	50 673	50 588
Summa eget kapital		317 464	330 982	330 908
Uppskjutna skatteskulder				
Uppskjutna skatteskulder		13 327	18 097	13 148
Långfristiga leaseskulder		48 908	0	0
Övriga långfristiga skulder		0	3 919	0
Summa långfristiga skulder		62 235	22 016	13 148
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		15 870	8 420	6 611
Aktuell skatteskuld		364	90	0
Kortfristiga banklån		0	15 556	15 556
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		15 962	8 606	8 011
Kortfristiga leaseskulder		7 801	0	0
Övriga kortfristiga skulder		3 804	4 152	3 109
Summa kortfristiga skulder		43 800	36 824	33 287
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		423 499	389 822	377 344

Belopp i TSEK	Noter	Mar-maj 20	Mar-maj 19	Sep-maj 19/20	Sep-maj 18/19	Helår 18/19
Kassaflöde från den löpande verksamheten						
Resultat före finansiella poster		-6 765	-5 660	-14 370	-19 018	-19 397
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet						
LTIP		110	127	360	127	255
Avskrivningar och nedskrivningar		7 714	6 205	21 809	17 984	24 346
Avskrivning på leasing		2 456	0	6 054	0	0
Erhållen ränta		101	347	553	347	478
Erlagd ränta		-3	-111	-235	-381	-464
Ränta på leasing		-354	0	-876	0	0
Betalda inkomstskatter ¹		-171	-5 488	9 623	-8 644	-6 698
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet		3 088	-4 579	22 918	-9 585	-1 480
Ökning/minskning av rörelsefordringar		-5 679	-2 408	-3 726	2 330	3 448
Ökning/minskning av rörelseskulder		8 715	478	17 960	-367	-5 787
Förändring av rörelsekapital		3 036	-1 931	14 234	1 963	-2 339
Kassaflöde från den löpande verksamheten		6 124	-6 510	37 152	-7 621	-3 819
Kassaflöde från investeringsverksamheten						
Investeringar i materiella tillgångar		-2 466	-252	-4 150	-4 318	-4 373
Balanserade utvecklingskostnader		-7 388	-6 835	-21 263	-18 322	-23 667
Investeringar i immateriella tillgångar		0	-199	0	0	0
Ökning/minskning av finansiella placeringar		0	5	-1 982	0	2 216
Förändring värdepappersinnehav		79 337	0	-663	0	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		69 482	-7 281	-28 058	-22 639	-25 824
Kassaflöde från finansieringsverksamheten						
Optionsprogram		0	0	0	0	-77
Amortering långfristiga lån		0	-3 889	0	-11 667	-15 556
Amortering kortfristiga lån		-7 778	0	-15 556	0	0
Amortering leasingskulder		-1 950	0	-4 640	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-9 728	-3 889	-20 195	-11 667	-15 633
Minskning/ökning likvida medel						
Periodens kassaflöde		65 878	-17 680	-11 102	-41 927	-45 276
Kursdifferens		-567	808	-2 286	1 399	2 208
Likvida medel vid periodens början		106 372	204 426	185 071	228 083	228 083
Likvida medel vid periodens slut		171 683	187 555	171 683	187 555	185 015

¹Den förhöjda skatten i perioden Sep-Maj 19/20 avser bland annat en utbetalning av skatt från skattekontot. Denna utbetalning avser en preliminärskatt på 10 927 TSEK som har justerats i samband med koncernbidraget mellan dotter- och moderbolaget.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

2019/20

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2019	684	281 219	-1 583	50 588	330 908
Periodens resultat				-13 693	-13 693
Valutakursdifferenser			-468		-468
Summa totalresultatet			-468	-13 693	-14 161
Optionsprogram		716			716
Utgående balans 31/5 2020	684	281 935	-2 050	36 895	317 464

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2018	684	281 041	-1 883	64 338	344 179
Periodens resultat				-13 665	-13 665
Valutakursdifferenser			341		341
Summa totalresultatet			341	-13 665	-13 324
Optionsprogram		127			127
Utgående balans 31/5 2019	684	281 168	-1 542	50 673	330 982

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

2019/20

Belopp i TSEK	Mar-maj 20	Mar-maj 19	Sep-maj 19/20	Sep-maj 18/19	Helår 18/19
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	62 918	32 164	132 213	87 702	116 547
Övriga rörelseintäkter	2 389	4 349	10 429	10 982	15 724
Summa rörelsens intäkter	65 307	36 513	142 643	98 684	132 272
Rörelsens kostnader					
Försäljningskostnader	-14 931	-10 387	-35 881	-28 802	-38 682
User acquisition	-26 271	-15 775	-51 207	-39 318	-48 393
Övriga externa kostnader	-7 877	-10 262	-24 437	-28 123	-36 848
Personalkostnader	-22 086	-16 514	-60 465	-46 285	-60 926
Summa rörelsens kostnader	-71 165	-52 937	-171 990	-142 528	-184 850
EBITDA	-5 858	-16 424	-29 348	-43 844	-52 578
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	-1 604	-445	-2 503	-1 011	-1 450
Rörelseresultat	-7 461	-16 869	-31 851	-44 855	-54 028
Finansiella poster					
Resultat från övriga värdepapper och långfristiga fordringar	-663	0	-663	0	0
Finansiella intäkter	-37	172	415	221	352
Finansiella kostnader	-74	-480	-942	-799	-2 019
Summa finansiella poster	-774	-308	-1 190	-577	-1 667
Resultat efter finansiella poster	-8 235	-17 178	-33 041	-45 432	-55 695
Bokslutsdisposition	0	0	0	0	57 355
Skatter	1 694	3 699	4 364	9 776	-1 027
Periodens resultat	-6 542	-13 478	-28 677	-35 657	633

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

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR

2019/20

Belopp i TSEK	31/5 2020	31/5 2019	31/8 2019
Inventarier, verktyg och installationer	5 281	2 052	1 921
Summa materiella anläggningstillgångar	5 281	2 052	1 921
Andelar i koncernföretag	181 983	181 983	181 983
Andra långfristiga fordringar	8 802	13 257	2 455
Långfristiga fordringar hos koncernföretag	121	31	61
Summa finansiella anläggningstillgångar	190 906	195 271	184 499
Summa anläggningstillgångar	196 187	197 323	186 420
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	26 745	13 255	12 896
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag	4	1 911	59 190
Övriga fordringar	1 177	1 721	1 870
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	5 405	3 810	3 504
Summa omsättningstillgångar	33 331	20 697	77 461
Likvida medel	168 190	134 001	179 465
SUMMA TILLGÅNGAR	397 708	352 021	443 346

**MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING
SKULDER OCH EGET KAPITAL****2019/20**

Belopp i TSEK	31/5 2020	31/5 2019	31/8 2019
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	684	684	684
Fritt eget kapital			
Övrigt externt kapital	313 324	312 557	312 608
Balanserad vinst inklusive periodens resultat	8 668	1 055	37 345
Summa eget kapital	322 677	314 297	350 637
Övriga långfristiga skulder	0	3 889	0
Summa långfristiga skulder	0	3 889	0
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder	15 699	7 889	6 374
Skulder till koncernföretag	42 251	1 441	61 803
Övriga skulder	1 606	17 640	18 286
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	15 475	6 866	6 247
Summa kortfristiga skulder	75 031	33 835	92 709
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL	397 708	352 021	443 346

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, som relaterar till spel i soft launch och live spel som inte hanteras i live ops. Soft launch är den sista utvecklingsfasen innan global lansering och sannolikheten för global lansering är då mycket hög. Live ops är då ett centralt team tar över ett moget spel och endast arbetar med innehåll och kampanjer, ingen utveckling sker och inga kostnader aktiveras. MAG har inte haft några nedskrivningar sedan bolaget blev publikt.
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.
Bidrag från spelen	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.

	Mar-maj 20	Mar-maj 19	Sep-maj 19/20	Sep-maj 18/19	Helår 18/19
Belopp i TSEK					
NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN					
Försäljning i spel	26 200	16 886	57 284	48 476	63 432
Annonsintäkter	38 635	30 877	104 592	80 661	108 659
Övrigt	3	549	591	707	863
Totalt	64 838	48 312	162 467	129 844	172 954
NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER					
Avgifter till plattform	-7 857	-5 066	-17 185	-14 533	-19 020
Serverkostnader	-5 124	-3 968	-12 881	-11 645	-14 917
Övriga försäljningskostnader	-2 068	-2 104	-6 413	-5 488	-7 917
Totalt försäljningskostnader	-15 049	-11 138	-36 479	-31 666	-41 854
NOT 3: JUSTERAT EBITDA OCH RESULTAT FÖRE SKATT					
EBITDA	3 404	542	13 493	-1 037	4 949
Effekt från IFRS 16 - avskrivning	-2 456	0	-6 054	0	0
Justerad EBITDA	948	542	7 439	-1 037	4 949
Profit/loss before tax	-8 187	-4 547	-17 878	-17 515	-17 216
Effekt från IFRS 16 - ränta	354	0	876	0	0
Justerat resultat före skatt	-7 833	-4 547	-17 002	-17 515	-17 216

GOOD TIMES