

MAG INTERACTIVE

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

2021/22

DELÅRSRAPPORT SEP—NOV 2021/22

OM

MAG INTERACTIVE AB [PUBL]

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



PERIODEN SEP TILL NOV 2021 I SAMMANDRAG

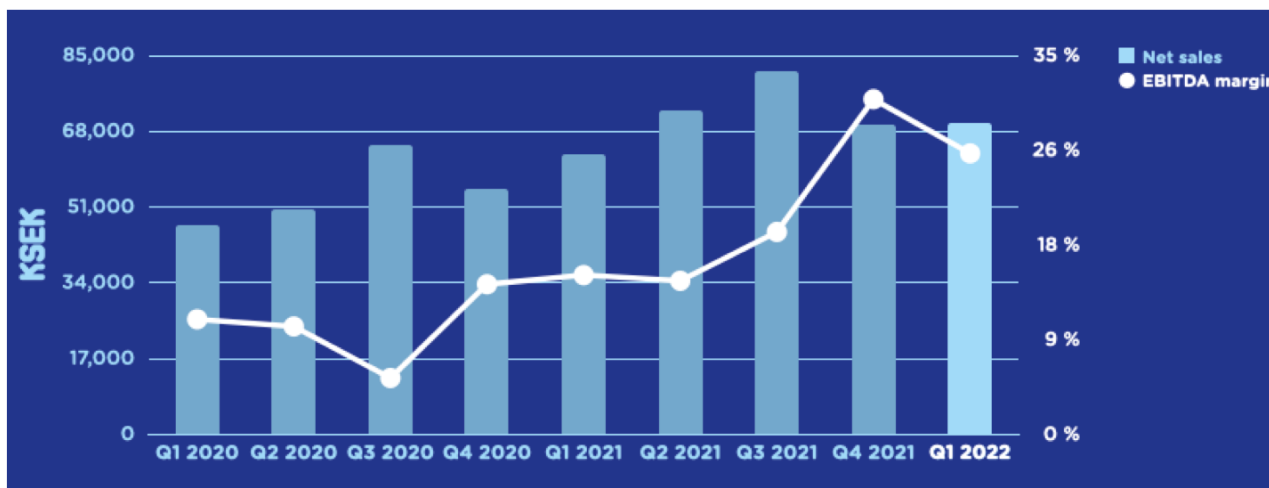
- Koncernens nettoomsättning för perioden var 69 838 TSEK (62 950 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 11 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 17 133 TSEK (9 290 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 16 343 TSEK (9 349 TSEK) (justerad EBITDA avser justerat jämförelsetal avseende förvärvsrelaterade kostnader och sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram)
- Koncernens spelbidrag för perioden var 47 819 TSEK (38 466 TSEK), en ökning med 24 % jämfört med samma period föregående år
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) var för perioden 5,67 US cents (4,11 US cents), en ökning med 38 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var 0,14 SEK/aktie (-0,01 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 14 541 TSEK (16 419 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 1,53 miljoner respektive 5,05 miljoner under kvartalet, en minskning med 20 % respektive 18 % jämfört med samma period föregående år

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP TILL NOV 2021

- Inga väsentliga händelser har registrerats under kvartalet

En bra start på det finansiella året

Under det första kvartalet ökade omsättningen med 11% jämfört med samma period föregående år och vi levererar en EBITDA-marginal på 25%. Detta är det nionde kvartalet i följd med en tvåsiffrig tillväxttakt. Vi fortsätter att generera såväl vinst som ett positivt kassaflöde. Grunden för vår tillväxt är en portfölj av evergreen-spel med en lojal spelarbas som vi fortsätter att engagera med nya events, som presterar allt bättre vad gäller monetisering. Den genomsnittliga intjäningen per dagligt aktiv användare (ARPDau) förbättrades 38% jämfört med Q1 föregående år.



Omsättning och EBITDA-utveckling

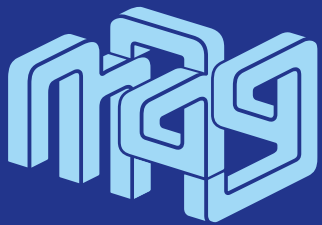
Nya Quizkampen visar sin potential

Det starka resultatet i Q1 är framför allt kopplat till den ständiga vidareutvecklingen av våra livespel. Både Wordzee och Word Mansion lanserade ett antal uppdateringar under kvartalet med nytt innehåll och förändringar i balansering av såväl svårighetsgrader som spelekonomi.

Det spel som verkligen visade framfötterna i kvartalet är Nya Quizkampen. Spelet fick ett rejält lyft i ARPDau genom introduktionen av det andra Solo-eventet i Tyskland såväl som förbättringar av spelekonomin kopplat till Arena-läget. Värt att notera är att ökningen i ARPDau är driven av förbättringar i annonsintäkter kopplat till ett ökat spelarengagemang och även till ökade in-app-köp av den spelvaluta som används bland annat i Solo.

I början av Q2 lanserades en tredje version av Solo i Nya Quizkampen. Denna gång är eventet tillgängligt globalt vilket ytterligare ökar prestanda jämfört med de tidigare versionerna.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET FORTSATT LÖNSAM TILLVÄXT

2021/22

Evergreens levererar

Några av våra största intäktsdrivare hanteras idag av vårt Live operations (Live ops)-team. Deras fokus på optimering av innehåll, events och prestanda är det som gör att våra evergreens presterar så bra år efter år. WordBrain hade sitt bästa Q1 på flera år vad gäller intäkter - ett spel som lanserades för nästan tio år sedan. Vår strategi förlitar sig på att vi kan skapa fler evergreens som garanterar stabilitet i affären och möjliggör för varje nytt spel att bidra till bolagets tillväxt.

En konkurrensutsatt marknad pressar user acquisition

I slutet av Q1 såg vi att CPM-nivåerna (kostnad per tusen annonsvisningar) på marknaden steg snabbt. På annonsintäktsidan av vår affär så gynnar det oss, men begränsar skalan för vår user acquisition. Precis som under Q4 upplevde vi även under Q1 att Facebook är det nätverk som drabbats mest märkbart vad gäller prestanda kopplat till Apples regleringar av användardata. Det övriga ekosystemet av user acquisition och annonsmonetisering fortsätter att fungera mer som förväntat.

Vårt fokus är att utveckla så starka produkter som möjligt vad gäller life time value (LTV mäter samtliga intäkter under en spelares hela livstid i spelet) och samtidigt skapa effektiva annonser som optimerar intresset för vad vi har att erbjuda. Vi strävar fortsatt efter att öka investeringarna i user acquisition samtidigt som vi behåller disciplinen att optimera enligt våra återbetalningsmodeller.

Fler spel i testning under kvartalet

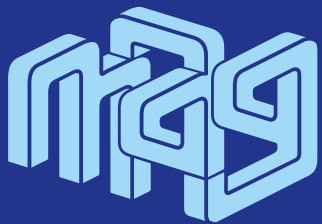
Totalt hade vi sex spel i testning under Q1. Vissa av dessa var fortsatta tester från Q4 och andra var testning i tidig fas av helt nya spel. I Q4 var antalet spel i testning fyra och vi kan därmed se effekten av att fler personer jobbar med nya spel i vår breddade pipeline.

Ambitionen för det innevarande finansiella året är att lansera minst ett nytt spel som kan ha betydande påverkan på vår affär. Samtidigt som spelutveckling är en kreativ process kommer vi alltid att ha ett laserfokus på att försäkra oss om att de produkter vi fortsätter utveckla förtjänar vår tid, fokus och har potentialen att över tid bli en ny evergreen för MAG.

Anpassning till en hybrid arbetsmiljö

Vartefters pandemiläget påverkat vårt samhälle i varierande omfattning har vi anpassat oss efter de skiftande riktlinjerna från våra lokala myndigheter. I början av Q2 återvände vi till ett mestadels hemarbetande läge efter att ha haft ett par månader där majoriteten av vår arbetstid tillbringades på kontoret. MAG har visat sig kunna anpassa sig väl efter de förändrade förutsättningarna orsakade av pandemin och vi är väl förberedda om hemarbetet behöver förlängas in i 2022.





MAG INTERACTIVE

VD HAR ORDET FORTSATT LÖNSAM TILLVÄXT

2021/22

MAG attraherar fantastiska medarbetare

Vi ser fortsatt hur talanger i världsklass väljer att ansluta sig till MAG. Vi har nu personer från över 20 länder, många med bakgrund från några av världens absolut bästa spelbolag. MAG fortsätter att vara en arbetsplats där ambitiösa och begåvade personer kan prestera på topp i en ödmjuk miljö som är öppensinnad och fri från kontorspolitik och andra distraktioner. Tillsammans vill vi skapa positiva upplevelser för våra spelare som kan nå miljontals människor och spelas i årtal framöver.

DANIEL HASSELBERG, VD



VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2021/22

		Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Förändring	Helår 20/21
Nettoomsättning	TSEK	69 838	62 950	11 %	286 584
Valuta (USD)	SEK/USD	8,820	8,770	1 %	8,510
Nettoomsättning USD	TUSD	7 916	7 175	10 %	33 656
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	25 239	26 978	−6 %	111 602
Annonsering	TSEK	44 598	35 971	24 %	174 259
User acquisition	TSEK	−14 541	−16 419	−11 %	−76 718
Spelbidrag	TSEK	47 819	38 466	24 %	177 350
EBITDA	TSEK	17 133	9 290	84 %	56 617
EBITDA marginal ¹	%	25 %	15 %	10	20 %
Justerad EBITDA	TSEK	16 343	9 349	75 %	57 675
Justerad EBITDA marginal ¹	%	23 %	15 %	9	20 %
Rörelseresultat	TSEK	3 999	−2 190		7 358
Rörelseresultat marginal ¹	%	6 %	−3 %	9	3 %
Periodens resultat	TSEK	3 699	−185	2 099 %	7 027
Periodens resultat per aktie	TSEK	0,14	−0,01	2 099 %	0,27
Fritt kassaflöde	TSEK	1 375	−25 978		−50 377
Medelantal anställda		111	103	8 %	105
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	1,53	1,92	−20 %	1,87
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	5,05	6,15	−18 %	6,02
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	47	54	−12 %	53
ARPDau	US \$ cent	5,67	4,11	38 %	4,93

¹ Årlig förändring anges i procentenheter

Viktig tillväxtprodukt med hög daglig intjäning

Wordzee är MAGs unika ordspel där spelarna utmanar varandra i att bilda ord av bokstavsbrickor som placeras på ett särskilt spelbräde. Den spelare som fyller hela brädet tar hem "Wordzee" och extra bonuspoäng. Spelet släpptes globalt i november 2019 och har visat starka nyckeltal sedan lansering. Wordzee har sedan start visat en hög genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) och den ligger fortsatt på en stabilt hög nivå jämfört med Q1 föregående år.

Pågående optimeringar av spelet

Under Q1 har upplevelsen för nya spelare fortsatt att optimerats och ett gästläge, där spelaren inte behöver logga in, har lagts till. En ny design av Wordzees maskotkaraktär Kevin har också introducerats, som ger möjligheten att skapa nya tilltalande annonser.

Flera tematiska events släpptes också under Q1 och Wordzee har nu rullat ut tematiska säsongsevent som jul, påsk, sommar och Thanksgiving under ett helt år. Event har en positiv påverkan på spelarengagemang och monetisering, vilket MAG sett i spel som WordBrain och Word Domination. Wordzee-teamet planerar därför, med inspiration från Live operations, att bygga ut eventsystemet för att lättare kunna släppa mer varierade event.

I föregående kvartal Q4 20/21 påbörjades en ny strategi för videoannonser, riktade mot icke-betalande spelare. Genom så kallade rewarded videos kan användare titta på videoannonser istället för att betala för att få bonusar i spelet. Denna annonsstrategi fortsatte att testas vidare och optimeras under Q1 för att nå en bra balans i spelekonomin mellan betalande och icke-betalande spelare.

Fokus på det långsiktiga spelarengagemanget

Framöver planeras en typ av mini-säsongsevent, liknande samlingsevenen i Word Domination, att släppas i Wordzee. Spelare ska under loppet av tio dagar spela en samling event för att få särskilda bonusar i spelet. Även nya spelbräden och bonusar för flera vinster i rad planeras att släppas i kommande kvartal, med målet att öka det långsiktiga spelarengagemanget.

Wordzee förblir en viktig del i MAGs spelportfölj som bolaget fortsätter att satsa på. MAG tror på vidare på fortsatt tillväxt och ökade intäkter för spelet under 2022.



Ökad ARPDAU tack vare Solo i Tyskland

Triviasuccén Nya Quizkampen släpptes globalt i maj 2020 och är arvtagaren till det klassiska frågesportsspelet Quizkampen, där spelare utmanar vänner och andra användare världen över i frågesport. Nya Quizkampen inkluderar flera nya spellägen: flerspelarläget *Arena*, där spelaren tävlar mot fyra andra personer för att klättra på topplistor, liksom livetrivialäget *QuizDuel Live* som lanserades i mars 2021 på den tyska marknaden.

Under Q4 20/21 släpptes det första soloeventen i Nya Quizkampen på den tyska marknaden. Solo är ett tillfälligt enspelarläge där spelaren ska fullfölja quiz i flera nivåer, vars syfte är att erbjuda spelarna mer variation, innehåll och nya utmaningar. Solo visade positiva resultat på intäkterna och i Q1 släpptes därför ett nytt och optimerat soloevent i Tyskland. Detta soloevent visade ännu bättre resultat än det föregående eventet och ökade både antalet betalande spelare och de genomsnittliga intäkterna per dagligt aktiv användare (ARPDAU). En tredje version av Solo, med vintertema, släpptes efter kvartalets slut - denna gång globalt. Soloeventen har haft positiva effekter på monetiseringen och därför planerar teamet att lansera Solo som ett permanent globalt spelläge i framtiden. Nya Quizkampen ökade även annonsintäkterna avsevärt under Q1 och bidrog tillsammans med Solo till starkmonetisering under hela kvartalet.

Utveckling av QuizDuel Live

QuizDuel Live är ett livespelläge i Nya Quizkampen på den tyska marknaden som utformades tillsammans med livefrågesportsappen Primetime. Dessa liveshower är ledda av en tysktalande programledare och är cirka tio minuter långa. Spelarna deltar gratis och tävlar genom att svara på upp till 12 frågor i direktsändning. De tävlande kan upp till fråga sju använda en livboj för att fortsätta spela om de svarar fel. Sedan slutet av sommaren 2021 kan spelarna vinna - eller donera - prispengar, vid sidan av livbojar och biljetter till *Arena*. *QuizDuel Live* har ökat stadigt i antal deltagare per show sidan prispengar introducerats. Merparten av Quizkampen-spelarna i Tyskland har dock inte spelat livläget ännu men spelteamet arbetar kontinuerligt för att öka engagemanget för att successivt fortsätta att skala upp spelläget. MAG ser fortsatt positivt på utvecklingen för *QuizDuel Live*.

Fokus på nya funktioner och design

Nya Quizkampen har fortsatt fokus på att förbättra monetiseringen och planerar att släppa nya spellägen och funktioner framgent. Samtidigt pågår konstant arbete för att öka spelarengagemanget. Även en ny design för spelet kommer att lanseras för att förbättra användarupplevelsen. MAG ser fram emot den fortsatta utvecklingen av Nya Quizkampen under 2022.



Ökade annonsintäkter för Ruzzle

Ruzzle är MAGs första ordspelssuccé, släpptes 2012 och är fortfarande en av MAGs viktigaste evergreens med förutsägbara och stabila intäkter. Under det finansiella årets första kvartal fortsatte Ruzzle att visa positiva siffror. I Q1 ökade spelets annonsintäkter och Ruzzle noterade även en högre genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPPU) jämfört med samma kvartal föregående år.

Ruzzle fortsätter att vara en stabil grundpelare i MAGs portfölj gällande såväl spelarengagemang som långsiktigt förutsägbara intäkter och är ett riktmärke för hur MAG vill bygga framtida evergreens.

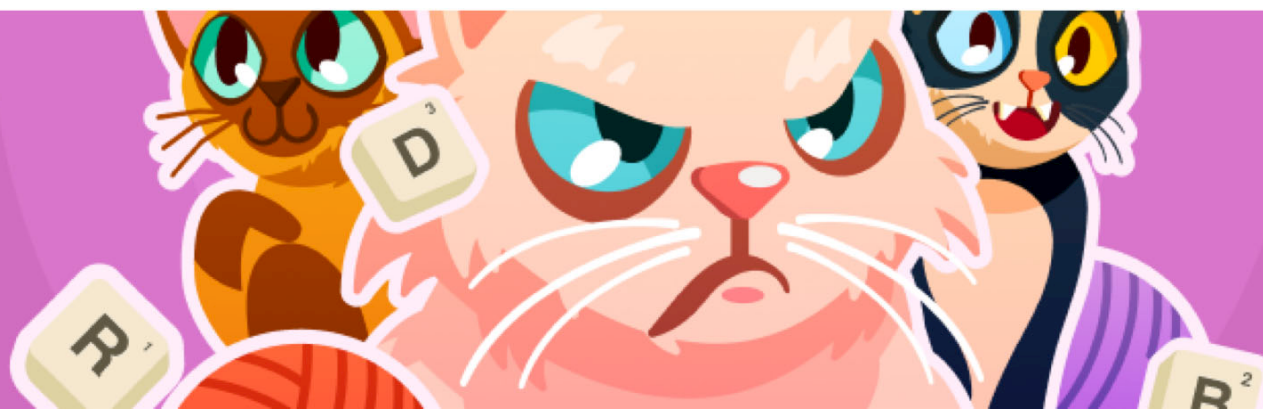
Nytt eventsystem ökar intäkter för WordBrain

Ordspelet WordBrain har varit live i mer än åtta år och har vuxit till en stark evergreen för MAG med en stabil intäktsström. Det nya eventsystem som introducerades under Q4 20/21 vidareutvecklades under Q1 21/22. Det nya systemet innebär ökad kontroll för Live operations-teamet (Live ops) att skapa mer varierade event, något som resulterade i betydande positiva effekter på intäkterna under Q4. I det första kvartalet 21/22 optimerades eventsystemet ytterligare genom att göra eventen upplåsningsbara i flera steg. Detta lockade både de mest dedikerade spelarna liksom den bredare spelpubliken. WordBrain lyckades förbättra samtliga parametrar för spelekonomin i spelet. Det nya eventsystemet demonstrerar kraften i användarbasen, som efter många år fortsätter att vara mycket engagerade i spelet.

VIP-spelarna fortsatt viktiga för Word Domination

Sedan Q4 20/21 drivs det taktiska ordspelet Word Domination av Live ops-teamet. Spelet släpptes globalt 2018 och har sedan dess nått över 10 miljoner nedladdningar och utvecklats till en av bolagets finaste evergreens. Word Domination har mycket engagerade VIP-spelare - som betalar en prenumerationskostnad varje månad för att få bonusar i spelet. Dessa spelare står för en allt högre grad av alla in-app-köp i spelet; i Q1 stod de för 41% av alla in-app-köp, att jämföra med 38% i Q4 20/21.

Fokus under Q1 har främst varit att integrera Word Domination i Live ops, men framöver planeras såväl nya event, boosters och annat nytt innehåll för att i längden förbättra monetiseringen i spelet samt bibehålla spelarnas långsiktiga engagemang. MAG ser fram emot fortsatt positiva resultat för Live ops framöver.



Spelstudio med miljonpublik

Apprope är en svensk mobilspelsstudio som startades 2012 och utvecklar främst spel inom ordkategorin. Studioen förvärvades av MAG i början av januari 2021. Appropes spel har nått över 55 miljoner användare och flera av deras spel har rankat högt på flera topplistor i USA. Deras mest kända ordspel, WordBubbles, har laddats ned över tio miljoner gånger, omsatt cirka 100 miljoner SEK och nått förstaplatsen i ordspelskategorin i drygt 50 länder.

Appropes senaste spelsläpp är Word Mansion, ett ordpusseläventyr som ramar in en berättelse som kretsar kring renovering och dekoration. Det har en hög genomsnittlig intjänning per dagligt aktiv användare (ARPDau) och har passerat över en miljon nedladdningar.

Utveckling av Word Mansion-motorn resulterar i nya speltester

Apprope har fortsatt att bygga ut spelmotorn som Word Mansion drivs i, för att kunna återanvända infrastrukturen till nya spel i samma motor. Det gör att Apprope inte behöver bygga spelprototyper från grunden utan kan utveckla spel byggda i Word Mansions spelmotor.

Under kvartalet har därför Apprope snabbt kunnat utveckla flera spel i olika kategorier och mekaniker inom casualsegmentet och släppa dem på marknaden för testning. Syftet med att släppa dessa spel tidigt är att dra lärdomar om vilka spelkategorier som fungerar bäst på marknaden - spel som både kan ha långsiktigt spelarengagemang och hög ARPDau. Målet är lärdomarna från dessa marknadstester kan bidra till att utveckla en ny spelsuccé snabbare .

Fortsatta synergier med Live operations

Under kvartalet har Apprope fortsatt sitt samarbete med Live operations-teamet (Live ops) för att hitta nya synergier. Apprope har följt Live ops recept att släppa längre och mer varierade event till sin katalog av äldre spel. Tack vare detta noterade WordBubbles en betydande ökning i både annonsintäkter och in-app-köp. De nya eventen kommer att fortsätta att utvecklas och i förlängningen läggas till i samtliga Appropes livespel.



Ledande inom livetrivia i Norden

Primetime är en populär livefrågesportsapp och förvärvades av MAG den 1 september 2020. I Primetime livesänds 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 i direktsändning. Primetime släpptes i Sverige 2018 och har sedan dess också släppt lokaliserade versioner i Norge, Danmark, Finland och är numera den ledande aktören inom livetrivia i Norden.

Appen monetiseras genom sponsorkampanjer, en affärsmodell som skiljer sig från övriga spel i MAGs portfölj och har fungerat väl för Primetime. Appen har en stabil användarbas med en hög genomsnittlig intäkt per daglig aktiv användare (ARPDau). Ytterligare monetisering av Primetime planeras med in-app-köp av livbojar, det hjälpmedel som spelarna kan använda upp till fråga sju för att fortsätta spela om de har svarat fel.

Quizmaraton lockar nya spelare till QuizDuel Live

Livetrivialäget *QuizDuel Live* i Nya Quizkampen som släpptes till den tyska publiken i mars 2021 och är utformat av Quizkampen-teamet och Primetime tillsammans. Spellägets koncept bygger på Primetimes livesända frågesport och dessa liveshower sänds även från Primetimes studio i Stockholm. Under Q1 utförde teamet ett quizmaraton i *QuizDuel Live*, med fem liveshower på en dag, vilket lockade fler spelare som inte testat spelläget tidigare. *QuizDuel Live* visade i Q1 en tillväxttrend med fler spelare som spelar allt oftare.

Ökat antal sponsoravtal för QuizDuel Live

QuizDuel Live monetiseras primärt av sponsorkampanjer, som fungerar på liknande vis som i Primetime: en sponsorpartner köper reklamplats i liveläget och programledaren informerar spelarna om sponsorskapet. Primetime ansvarar för driften av sponsorkampanjerna i *QuizDuel Live*, vilka har ökat i omfattning under kvartalet. Primetime ser positivt på att fortsätta möjligheter för ökade sponsoravtal för *QuizDuel Live*.

Samarbetet mellan MAG och Primetime fortsätter att bygga vidare på de synergier som existerar mellan Nya Quizkampen och Primetime.

Testa dina kunskaper i Sveriges största quiz!





KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

PERIODEN SEP TILL NOV 2021

2021/22

INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 69 838 TSEK (62 950 TSEK), en ökning med 11 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 9 612 TSEK (10 140 TSEK). Se nedan för ytterligare detaljer om aktiverade kostnader samt avskrivningar av dessa.

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

RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 63 729 TSEK (64 640 TSEK). Av dessa var 14 817 TSEK (15 349 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 14 541 TSEK (16 419 TSEK) kostnader för user acquisition, och 8 475 TSEK (8 482 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Kostnaderna för user acquisition under första kvartalet är främst hänförliga till spelen Word Mansion och Wordzee.

Personalkostnader uppgick till 25 896 TSEK (24 391 TSEK), en ökning med 6 %.

EBITDA för perioden var 17 133 TSEK (9 290 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 13 134 TSEK (11 480 TSEK), varav 7 346 TSEK (6 337 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var 3 999 TSEK (–2 190 TSEK) och resultat före skatt uppgick till 5 845 TSEK (–2 482 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till 3 699 TSEK (–185 TSEK).

Resultat per aktie var 0,14 SEK/aktie (–0,01 SEK/aktie) och resultatet per aktie fullt utspädd uppgick till 0,13 SEK/aktie (–0,01 SEK/aktie).

Snitt antal aktier under perioden var 26 494 653 (26 494 653) och snitt antal aktier fullt utspädd var 27 994 868 (27 473 366).

KASSAFLÖDE

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var 11 181 TSEK (4 642 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var –9 806 TSEK (–30 620 TSEK). Kassaflödet från finansieringsverksamheten var –2 458 TSEK (–5 147 TSEK).

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

PERIODEN SEP TILL NOV 2021

2021/22

INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 56 590 TSEK (59 149 TSEK), en minskning med 4 % jämfört med samma period föregående år.

RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 56 299 TSEK (63 528 TSEK).

Av dessa var 12 524 TSEK (14 070 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 10 274 TSEK (16 419 TSEK) och 14 215 TSEK (14 231 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

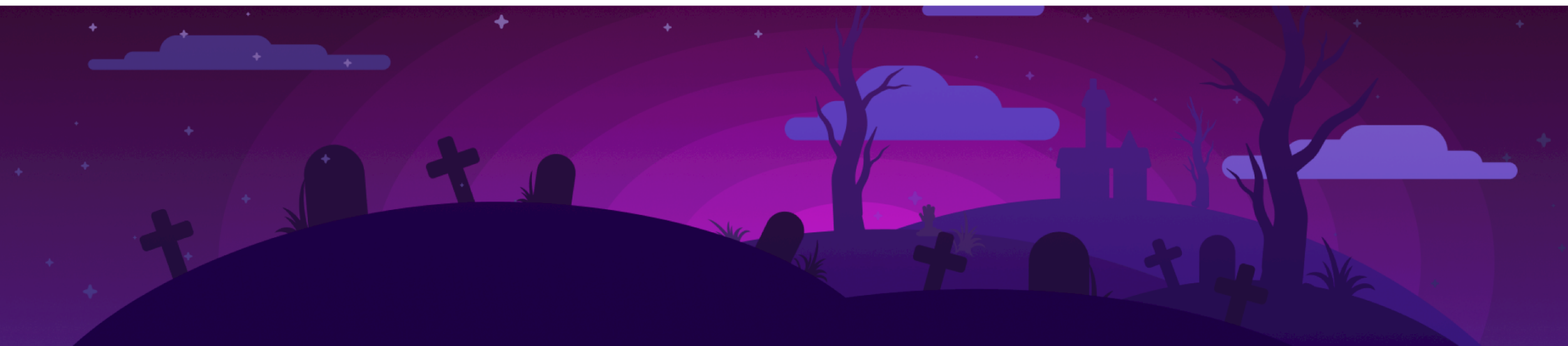
Personalkostnader uppgick till 19 286 TSEK (18 808 TSEK) en ökning med 3 %.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 4 862 TSEK (4 868 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var –3 025 TSEK (–8 302 TSEK).

RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till –2 590 TSEK (–7 117 TSEK).



KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2021/22

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 268 964 TSEK (199 322 TSEK), varav 160 887 TSEK (112 769 TSEK) avser goodwill och 108 076 TSEK (86 553 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 96 563 TSEK (128 723 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 327 779 TSEK (313 180 TSEK), motsvarande 12,4 SEK/aktie (11,8 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 68,8 % (70,3 %).

Koncernen har räntebärande skulder på 43 347 TSEK (83 127 TSEK) varav 0 TSEK avser lån från finansiella institut och resterande avser finansiell leasing.

MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 74 711 TSEK (121 267 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 265 263 TSEK (272 287 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 25 239 TSEK (26 978 TSEK), en minskning med 6 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 44 598 TSEK (35 971 TSEK), en ökning med 24 % 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 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 47 819 TSEK (38 466 TSEK), en ökning med 24 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Nettoomsättning gick upp till följd av förstärkning av ARPDau i hela portföljen, främst annonsintäkter växer. Spelbidraget växer till följd av högre omsättning med högre andel annonser, samt lägre kostnader för user acquisition.



ÖVRIGA NYCKELTAL

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

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

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

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

VERKSAMHETENS NYCKELTAL UNDER KVARTALET

DAU för perioden var 1,53 miljoner (1,92 miljoner), en minskning med 20 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 5,05 miljoner (6,15 miljoner), en minskning med 18 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 47,3 tusen (54,0 tusen), en minskning med 12 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 5,67 US \$ cent (4,11 US \$ cent), en ökning med 38 % jämfört med samma period föregående år.

KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

DAU och MAU går ned främst som en effekt av lägre marknadsföringsvolym och ARPDau har gått upp till följd av förbättringar över hela portföljen, där alla nyckelspel visade förbättrad ARPDau. I synnerhet visar Nya Quizkampen stark utveckling av förbättrad ARPDau, som i kombination med den stora användarbasen bidrar till ökat ARPDau-snitt. Wordzee fortsätter att bidra med en ARPDau som är högre än snittet.

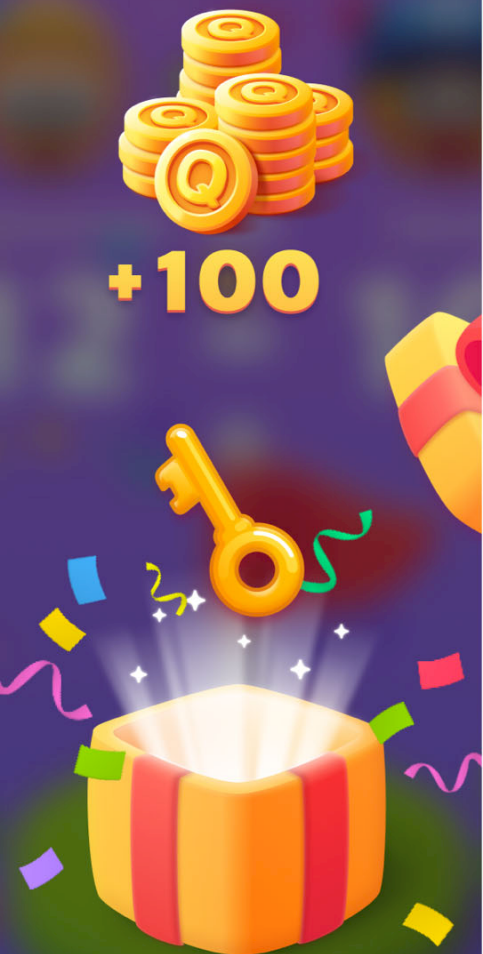


MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm och har 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 22 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 16 anställda. Approe AB, bedriver utveckling av mobilspel med fokus på spel inom ordkategorin och står bland annat bakom mobilspelet Word Mansion. Approe AB förvärvades under det andra kvartalet 2020/21 och har 2 anställda.

REDOVISNINGSPRINCIPER

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



RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

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

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 111 jämfört med 103 samma period föregående år.

KONTAKT

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

Eller kontakta

Daniel Hasselberg, VD, på daniel@maginteractive.se

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

MAG INTERACTIVE AB [PUBL]

Drottninggatan 95A
113 60 Stockholm
Sverige



ÖVRIGA UPPLYSNINGAR FORTS.

2021/22

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Delårsrapport Q2 september 2021 – februari 2022

6 april 2022

Delårsrapport Q3 september 2021 – maj 2022

29 juni 2022

Delårsrapport Q4 och bokslutskommuniké september 2021 – aug 2022

19 oktober 2022

GRANSKNING

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

VIDEOPRESENTATION

Den 19 januari 2022 kl. 10:00 CET publiceras en inspelning av VD Daniel Hasselberg och CFO Magnus Wiklanders presentation av delårsrapporten på MAGs Vimeo-kanal <https://vimeo.com/maginteractive>. Presentationen ges på engelska. Daniel Hasselberg svarar på frågor på Twitter under dagen, skriv till @d_hasselberg eller @maginteractive. Mer information och den fullständiga rapporten finns tillgänglig på <https://www.maginteractive.com/sv/investerare/investor-relations/rapporter/>.

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 januari 2022

DANIEL HASSELBERG
VD, styrelseledamot

JONAS ERIKSSON
Styrelsens ordförande

TAINA MALÉN
Styrelseledamot

ANDRAS VAJLOK
Styrelseledamot

ASBJOERN SOENDERGAARD
Styrelseledamot

TEEMU HUUHTANEN
Styrelseledamot

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT

2021/22

Belopp i TSEK	Not	Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Helår 20/21
Rörelsens intäkter				
Nettoomsättning	1	69 838	62 950	286 584
Aktiverat arbete för egen räkning		9 612	10 140	35 026
Övriga intäkter		1 412	840	3 373
Summa		80 862	73 931	324 983
Rörelsens kostnader				
Försäljningskostnader	2	-14 817	-15 349	-61 674
User acquisition		-14 541	-16 419	-76 718
Övriga externa rörelsekostnader		-8 475	-8 482	-34 171
Personalkostnader		-25 896	-24 391	-95 803
Summa Rörelsens kostnader		-63 729	-64 640	-268 367
EBITDA		17 133	9 290	56 617
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-13 134	-11 480	-49 258
Rörelseresultat (EBIT)		3 999	-2 190	7 358
Finansiella poster				
Övr ränteutgifter och liknande		-2 472	6	495
Övr räntekostnader och liknande		4 319	-297	-1 589
Summa finansiella poster		1 846	-292	-1 094
Resultat efter finansiella poster		5 845	-2 482	6 264
Skatter		-2 146	2 297	764
Periodens resultat		3 699	-185	7 027
Övrigt totalresultat				
Valutakursdifferenser		383	-575	429
Summa totalresultat för perioden		4 082	-760	7 457

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

Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)	0,14	-0,01	0,27
Periodens resultat per aktie fullt utspädd (baserat på snitt antal aktier)	0,13	-0,01	0,25
Snitt antal aktier under perioden	26 494 653	26 494 653	26 494 653
Snitt antal aktier under perioden fullt utspädd	27 994 868	27 473 366	27 994 868
Antal aktier vid periodens slut	26 494 653	26 494 653	26 494 653
Antal aktier vid periodens slut fullt utspädd	27 994 868	27 473 366	27 994 868

KONCERNENS BALANSRÄKNING TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	30/11 2021	30/11 2020	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		160 887	112 769	160 696
Övriga immateriella tillgångar		108 076	86 553	108 376
Summa immateriella tillgångar		268 964	199 322	269 071
Nyttjanderätter		41 059	50 249	43 341
Inventarier, verktyg och installationer		7 560	10 081	8 157
Summa materiella anläggningstillgångar		48 619	60 329	51 498
Andra långfristiga fordringar		4 113	4 072	4 107
Uppskjuten skattefordran		6 106	8 522	7 615
Summa finansiella anläggningstillgångar		10 219	12 594	11 722
Summa anläggningstillgångar		327 802	272 244	332 291
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		35 236	28 531	33 153
Aktuella skattefordringar		9 322	1 275	8 744
Övriga kortfristiga fordringar		1 192	1 068	1 156
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		6 482	13 581	5 707
Likvida medel		96 563	128 723	95 515
Summa omsättningstillgångar		148 795	173 178	144 277
SUMMA TILLGÅNGAR		476 597	445 422	476 568

KONCERNENS BALANSRÄKNING

SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	30/11 2021	30/11 2020	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Övrigt externt kapital		284 520	282 276	284 295
Reserver*		-1 373	-2 817	-1 756
Balanserad vinst inklusive periodens totalresultat		43 944	33 033	40 245
Summa eget kapital		327 779	313 180	323 472
Långfristiga skulder				
Uppskjuten skatteskuld		22 991	17 830	22 325
Långfristiga leaseskulder		33 873	42 848	36 127
Övriga långfristiga skulder		43 739	30 744	43 739
Summa långfristiga skulder		100 603	91 422	102 191
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		12 671	12 809	12 528
Aktuell skatteskuld		18	81	392
Kortfristiga banklån		0	493	137
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		13 842	10 515	16 587
Kortfristiga leaseskulder		9 474	9 161	9 391
Övriga kortfristiga skulder*		12 209	7 761	11 869
Summa kortfristiga skulder		48 214	40 820	50 904
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		476 597	445 422	476 568

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

Belopp i TSEK	Not	Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Helår 20/21
Den löpande verksamheten				
Resultat före finansiella poster		3 999	-2 190	7 358
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet				
LTIP		225	101	652
Avskrivningar och nedskrivningar	3	13 134	11 378	49 259
Erhållen ränta		0	5	5
Erlagd ränta		-284	-339	-1 277
Betalda inkomstskatter		-710	3 919	394
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet		16 364	12 874	56 390
Ökning/minskning av rörelsefordringar		-2 921	-3 813	6 427
Ökning/minskning av rörelseskulder		-2 262	-4 419	-12 797
Förändring av rörelsekapital		-5 183	-8 232	-6 370
Kassaflöde från den löpande verksamheten		11 181	4 642	50 020
Investeringsverksamheten				
Balanserade utvecklingskostnader		-9 612	-10 140	-35 026
Investeringar i och förvärv av materiella anläggningstillgångar		-194	-1 828	-2 231
Förvärv av dotterföretag, efter avdrag för förvärvade likvida medel		0	-18 652	-63 091
Ökning/minskning av finansiella placeringar		0	0	-48
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-9 806	-30 620	-100 397
Fritt kassaflöde		1 375	-25 978	-50 377
Finansieringsverksamheten				
Optionsprogram		0	0	1 468
Amortering		-2 458	-5 147	-16 385
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-2 458	-5 147	-14 917
Ökning/minskning likvida medel				
Periodens kassaflöde		-1 083	-31 125	-65 293
Kursdifferenser		2 131	-782	178
Likvida medel vid periodens början		95 515	160 630	160 630
Likvida medel vid periodens slut		96 563	128 723	95 515

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

2021/22

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2021	688	284 295	-1 756	40 245	323 472
Periodens resultat				3 699	3 699
Valutakursdifferens			383		383
Summa totalresultatet			383	3 699	4 082
Optionsprogram		225			225
Utgående balans 30/11 2021	688	284 520	-1 373	43 944	327 779

TSEK	Aktiekapital	Övrigt externt kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 1/9 2020	687	282 176	-2 241	33 218	313 840
Periodens resultat				-185	-185
Valutakursdifferens			-575		-575
Summa totalresultatet			-575	-185	-760
Optionsprogram	1	100			101
Utgående balans 30/11 2020	688	282 276	-2 817	33 033	313 180

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

2021/22

Belopp i TSEK	Not	Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Helår 20/21
Rörelsens intäkter				
Nettoomsättning		56 590	59 149	234 101
Övriga rörelseintäkter		1 546	945	3 661
Summa rörelsens intäkter		58 136	60 094	237 762
Rörelsens kostnader				
Försäljningskostnader		-12 524	-14 070	-53 016
User acquisition		-10 274	-16 419	-51 245
Övriga externa kostnader		-14 215	-14 231	-59 173
Personalkostnader		-19 286	-18 808	-69 664
Summa rörelsens kostnader		-56 299	-63 528	-233 099
EBITDA		1 837	-3 434	4 663
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	3	-4 862	-4 868	-19 494
Rörelseresultat		-3 025	-8 302	-14 831
Finansiella poster				
Finansiella intäkter		-269	5	275
Finansiella kostnader		2 106	41	-6
Summa finansiella poster		1 837	46	269
Resultat efter finansiella poster		-1 188	-8 256	-14 562
Skatter		-1 402	1 139	766
Periodens resultat		-2 590	-7 117	-13 796

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

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING TILLGÅNGAR

2021/22

Belopp i TSEK	Not	30/11 2021	30/11 2020	31/8 2021
TILLGÅNGAR				
Goodwill		13 647	27 295	17 059
Övriga immateriella tillgångar		22 560	26 320	23 500
Summa immateriella anläggningstillgångar		36 207	53 615	40 559
Inventarier, verktyg och installationer		5 242	7 095	5 648
Summa materiella anläggningstillgångar		5 242	7 095	5 648
Andelar i koncernföretag		176 151	104 424	176 151
Andra långfristiga fordringar		8 003	10 552	9 599
Långfristiga fordringar hos koncernföretag		223	154	166
Summa finansiella anläggningstillgångar		184 377	115 130	185 915
Summa anläggningstillgångar		225 827	175 840	232 122
Omsättningstillgångar				
Kundfordringar		29 549	25 851	24 795
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag		0	0	32
Övriga fordringar		9 981	2 199	9 451
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 381	12 401	4 694
Summa omsättningstillgångar		44 912	40 451	38 972
Likvida medel		74 711	121 267	80 306
SUMMA TILLGÅNGAR		345 450	337 559	351 400

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

SKULDER OCH EGET KAPITAL

2021/22

Belopp i TSEK	Not	30/11 2021	30/11 2020	31/8 2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Bundet eget kapital				
Aktiekapital		688	688	688
Fritt eget kapital				
Övrigt externt kapital		315 909	313 665	315 684
Balanserad vinst inklusive periodens resultat		–51 334	–42 066	–48 745
Summa eget kapital		265 263	272 287	267 628
Avsättningar				
Uppskjuten skatteskuld		4 647	5 422	4 841
Övriga avsättningar		43 739	32 250	43 739
Summa avsättningar		48 386	37 672	48 580
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder		10 225	12 488	9 001
Skulder till koncernföretag		1 693	1 862	3 997
Övriga skulder		9 720	4 705	9 335
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		10 162	8 546	12 858
Summa kortfristiga skulder		31 800	27 600	35 192
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL		345 450	337 559	351 400

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

NOTER TILL DELÅRSRAPPORTEN

2021/22

	Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Helår 20/21
Belopp i TSEK			

NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN

Försäljning i spel	25 239	26 978	111 602
Annonsintäkter	44 598	35 971	174 259
Övrigt	1	1	723
Totalt	69 838	62 950	286 584

NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER

Avgifter till plattform	-7 478	-8 065	-32 516
Serverkostnader	-4 174	-4 867	-17 688
Övriga försäljningskostnader	-3 165	-2 417	-11 470
Totalt försäljningskostnader	-14 817	-15 349	-61 674

NOTER TILL DELÅRSRAPPORTEN

2021/22

	Sep 21-nov 21	Sep 20-nov 20	Helår 20/21
Belopp i TSEK			
NOT 3: AVSKRIVNING OCH UTRANGERING			
Koncern			
Nyttjanderätter	-2 432	-2 422	-9 705
Inventarier, verktyg och installationer	-791	-781	-3 212
Intellectuella rättigheter	-2 565	-1 940	-9 427
Aktiverat arbete för egen räkning	-7 346	-6 337	-26 914
Totalt	-13 134	-11 480	-49 259
Moder			
Goodwill	-3 412	-3 412	-13 647
Inventarier, verktyg och installationer	-510	-516	-1 076
Intellectuella rättigheter	-940	-940	-3 759
Koncernrelaterade avskrivningar	0	0	0
Totalt	-4 862	-4 868	-19 494
NOT 4: JUSTERAD EBITDA OCH EBIT			
Förvärvsrelaterade kostnader	0	0	525
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	-790	59	533
Totala justeringsposter	-790	59	1 058
EBITDA	17 133	9 290	56 617
Justerad EBITDA	16 343	9 349	57 675
EBIT	3 999	-2 190	7 358
Justerad EBIT	3 209	-2 131	8 416

GOOD TIMES