

20180830



GOLD TOWN GAMES

DELÅRSRAPPORT FÖR PERIODEN
1 januari till 30 juni 2018

**GOLD TOWN GAMES AB
559000-7430**

ANDRA KVARTALET I SAMMANDRAG

- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick ackumulerat till -1,33 MSEK (-2,10 MSEK). Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till -0,27 MSEK (- 1,23 MSEK) under det andra kvartalet.
- Resultat efter finansiella poster uppgick ackumulerat till -2,72 MSEK (-2,12 MSEK). Resultat efter finansiella poster uppgick till -1,05 MSEK (- 1,24 MSEK) under det andra kvartalet.
- Resultat per aktie uppgick till -0,23 SEK (-0,28 SEK) under delåret. Resultat per aktie uppgick till -0,09 SEK (-0,16 SEK) under det andra kvartalet.
- Den 11 juni höll Gold Town Games årsstämma. Till nya ledamöter utsågs Robert Wahlström, grundare av Kivra och Eric de Basso, redovisningskonsult. Styrelseordförande Magnus Orregård och ledamöter Leif Rehnström och Tobias Andersson blev omvalda.
- Den 4 till 18 juni genomförde bolaget en företrädesemission.

KORT OM GOLD TOWN GAMES AB

Gold Town Games är ett spelutvecklingsbolag med säte i Skellefteå. Bolaget, som leds av VD Pär Hultgren, består av 19 personer med erfarenhet av free-to-play, som är den dominerande affärsmodellen i mobilspelsbranschen. Bolaget fokuserar på sportmanagerspel för de två största mobila plattformarna iOS (Apple) och Android (Google). Bolaget lanserar under 2018 sin andra spel, World Football Manager. Målsättningen är att fortsätta utveckla det populära hockeymanagerspelet World Hockey Manager och använda den egenutvecklade teknik- och designplattform till fler managerspel inom lag- och arenasporter.



GOLD TOWN
GAMES

GOLD TOWN GAMES AB

Storgatan 53
931 30 Skellefteå

IR- & PRESSFRÅGOR:

Pär Hultgren
ir@goldtowngames.com

ALLMÄNA FRÅGOR:

info@goldtowngames.com

EMINOVA FONDKOMMISSION AB är bolagets mentor på **NGM Nordic MTF**.

Tel: 08-684 211 00 | Fax: 08-684 211 29 | Email: info@eminova.se | www.eminova.se

KOMMENTAR TILL KVARTALSRAPPORT

Gold Town Games andra kvartal 2018 har bestått av fortsatt ekonomisk tillväxt. Nettoomsättningen för World Hockey Manager (WHM) har fortsatt att öka och uppgick till 6,0 MSEK. Det samlade antalet nedladdningar har under perioden passerat 650 000 stycken.

Kvartal två motsvarar våra förväntningar, både enligt plan för produkt och budget. Den drygt 25 procentiga försäljningsökningen är vi är nöjda med. Under kvartalets sista månad har vi marknads-mässigt upplevt en minskad daglig omsättning och ett ökat pris per nedladdning. Detta är normal företeelse inom branchen då sommarmånaderna är årets sämsta. I World Hockey Managers fall är också intresset för hockey allra lägst under den perioden. Som en följd av detta har antalet dagliga användare minskat jämfört med föregående period.

I och med att hockeysäsongen har sin uppstart under september så ökar mediabevakningen och medvetenheten hos hockeyfans. I samband med att hockeys tävlingssäsong inleds kommer vi att skala upp marknadsföringen för WHM.

Gold Town Games står inför en ny utmanade höst då vi ska hantera två produkter parallellt. Detta medför att två produktteam skapas samt att ytterligare organisatoriska förändringar implementeras. Vid resurskrockar kommer WHM att prioriteras då det redan idag har en aktiv och inkomstgenererande användarbas. Vi är beredda att ytterligare rekrytera om volymen av arbete börjar överstiga den kapacitet vi idag kan hantera.

Vår tilltro och förhoppningar på World Football Managers spelkoncept är starkt. Vårt mål är att spelets kärna, det vill säga spelmotorn och matchsekvensen redan från start ska vara konkurrenskraftiga och höja ribban för redan idag etablerade och framgångsrika managerspel.

Den kommande soft launchen kommer att initialt fokusera på spelets onboarding, dag ett retention men framförallt på matchsekvensen. Vi vill samla data som visar oss hur användarna interagerar med de nya matchsekvenserna. När vi är nöjda med användardatan kommer vi allt eftersom att lansera spelet på fler marknader.

Vi har lärt oss väldigt mycket av resan med WHM. Alla samlade erfarenheter från användarfeedback och datadriven utveckling blir nya kunskaper vi applicerar på WFM vilket medför en mer effektiv och resultatinkriktad arbetsprocess.

Vi ser verkligen, med tillförsikt och spänning, fram emot att inleda soft launch för en ny produkt från Gold Town Games och vidare information om soft launchen kommer att presenteras inom kort.

Hoppas att ni fortsätter att följa med oss på resan mot att bli världsledande på mobila sportmanagerspel.



Pär Hultgren, VD Gold Town Games AB

VERKSAMHETSBESKRIVNING

Vision

Gold Town Games ska bli världsledande inom mobila sportmanagerspel genom att utmana och utveckla genren för managerspel.

Affärsmodell

Gold Town Games affärsidé är att utveckla och förlägga egenfinansierade managerspel där rättigheterna till speltitlarna bibehålls. I korthet innebär det att bolaget erhåller alla intäkter från sina speltitlar minus de försäljningsavgifter som hänger samman med spelförsäljning på olika appstores. Om det bedöms som ekonomiskt fördelaktigt kan det dock i framtiden också bli aktuellt att dela intäkter och kostnader mellan bolaget och externa förläggare, sportklubbar eller idrottsstjärnor.

Gold Town Games affärsmodell, i korthet, för free to play sportmanagerspel till tablets och smartphones. Gold Town Games följer ett stort antal mätpunkter i sina spel, men på en övergripande nivå är det egentligen bara två mätpunkter som är viktiga för affären. Det är LTV som står för "livstidsvärde" och CPI som representerar "kostnad per installation".

Livstidsvärdet är ett snittvärde per användare som räknas fram med hjälp av matematiska modeller baserade på historisk data kring hur användare spenderar pengar i spelet. Dokumentet kommer inte att gå in i detalj på hur detta beräknas, men det är siffror som kan ändra sig över tid och som främst hänger ihop med spelupplevelsen. Om det finns problem med buggar eller spelupplevelsen kommer det att påverka LTV negativt, eftersom fler användare kommer att sluta spela snabbare vilket påverkar snittvärdet. Om spelet däremot får nya funktioner som gör att det blir roligare att spela eller fixar som löser kända problem stiger LTV.

Det är alltså tydligt kopplat till produktteamet som jobbar med spelet, vilket innebär att investeringar i produktteamet förhoppningsvis ska generera ett ökat LTV.

Kostnad per installation är en snittkostnad för alla pengar som spenderas för att få användare att installera spelet. Det sker främst genom annonsering i digitala kanaler som exempelvis Facebook, Google, Twitter mm. Den här kostnaden kan variera kraftigt och beror till stor del på hur väl annonserna presterar hos målgruppen. Det är exempelvis troligt att samma annons på två olika geografiska marknader kommer att prestera annorlunda på grund av kulturella skillnader. Därför jobbar det kreativa teamet med att konstant testa nya idéer för annonser, göra kampanjer, snabbt mäta utfall och fortsätta framgångsrika kampanjer, samtidigt som man stoppar kampanjer som inte presterar efter ett par dagar. Investeringar i det kreativa teamet görs för att hålla CPI så lågt som möjligt.

En annan faktor som påverkar CPI är andelen organiska installationer, användare som installerat spelet utan att komma in via Bolagets annonser. Om Bolaget kan öka antalet organiska nedladdningar ger det ett väldigt positivt genomslag på CPI. Detta kan göras dels genom att spelet är så bra att användare vill tipsa vänner och bekanta, generell spridning i sociala medier men också genom funktioner i spelet som exempelvis social league som uppmanar till delning för att öka spelupplevelsen.

Utifrån ett beräknat LTV och en bekräftad CPI kan bolaget göra en simulation på kommande omsättning och resultat. Det svåra i kalkylen är att kostnaderna för CPI infaller direkt, men intäkter från LTV är utspridda över minst en tolv månaders period. Här finns en algoritm som ständigt förbättras för att ge en så korrekt bild som möjligt hur intäkterna fördelas per månad. I dagsläget spenderar användarna i genomsnitt nära på 40 procent av sin totala investering under den första månaden.

Detta innebär att när takten på marknadsföring skruvas upp påverkar det omedelbart bolagets likviditet, men intäkter kommer utspritt över kommande tolv eller fler månader. Det är därför bolaget behöver en stark kassa (likviditet) för att tjäna mer pengar (resultat) på längre sikt.

Räknexempel:

LTV - distributionskostnaden för AppStore och Google Play (30 procent) - Moms (10 procent) - CPI.

Där LTV och distributionskostnad sker utspritt över användarens livstid, men CPI sker i samband med rekrytering av användaren.

Ett räknexempel baserat på denna modell: **LTV = 4 USD CPI = 1 USD**

Bolaget får in 100 000 installationer under en månad varav 20 procent av dessa kommer från organisk trafik.

Bolaget spenderar 80 000 USD (Installs*CPI - organisk trafik) på annonsering för att få intäkter på 400 000 USD (LTV*installs). Kostnaden för distribution på AppStore och Google Play är 30 procent, 120 000 USD. Intäkterna innehåller i vissa fall moms (beroende på marknad), i genomsnitt motsvarar den 10 procent.

$400\,000 \text{ (LTV)} - 120\,000 \text{ (distribution)} - 80\,000 \text{ (annonsering)} - 40\,000 \text{ (moms)} = 160\,000 \text{ USD}$

I räknexemplet genererar således 100 000 installationer resultatmässigt ett överskott på 160 000 USD.

Likviditetsmässigt innebär exemplet att bolaget måste lägga ut 80 000 USD den första månaden för att skapa intäkter över minst en tolv månadersperiod. Dessutom kommer intäkter från AppStore och Google Play först att betalas ut efter 60 dagar.

Detta innebär att bolaget hämtar tillbaka likviditeten för en installation efter cirka fem månader, men allt efter det bidrar positivt till kassaflöde och i slutändan resultat.

Det går i exemplet att se att LTV och CPI påverkar resultatet kraftigt. Om skillnaden mellan LTV och CPI blir för liten krävs stora volymer för att generera vinst, men om bolaget lyckas pressa ner CPI och öka LTV ger det en positiv förändring av resultatet även på en relativt liten omsättning.

LTV påverkas av produktteamets arbete med spelupplevelsen och CPI påverkas direkt av det kreativa teamets förmåga att skapa annonser som lockar människor att installera spelet. En stabilitet inom organisationen och förmågan att behålla duktig personal, samt skapa en psykologisk trygghet som gör att människor växer och utvecklas kommer att fortsatt vara nyckeln för att generera vinster och öka börsvärdet över tid.

Produktstrategi

Gold Town Games inriktar sig på att utveckla sportmanagerspel till de två största mobila plattformarna iOS och Android med free-to-play som affärsmodell. Det är idag den ledande modellen inom mobilspelsbranschen där användaren för riktiga pengar köper premiumvaluta i spelet för att påskynda utvecklingen i spelen. I spelen skapar användaren ett eget lag, utvecklar det och tävlar mot andra managers lag världen över. Spelen är sociala, tävlingsinriktade och belönande.

Plattform

World Hockey Manager är det första av Gold Town Games spel som bygger på den egen- utvecklade teknik- och designplattformen W3XM. Plattformen är det mest centrala i Bolagets produkt och nyckeln till att kostnadseffektivt skala antalet spel och användare.

W3XM-plattformen är byggd från ett "mobile first" perspektiv, alla designval är gjorda för att optimera användarnas upplevelse i en stående telefon. Detta särskiljer Gold Town Games och bolagets spel från huvudparten av dess konkurrenter som valt och är relativt låsta vid att arbeta med en liggande telefon. Målsättningen är att plattformen kommer att implementeras i alla Gold Town Games spel. Varje spel kommer däremot att få sin egen grafiska utformning samt en matchmotor anpassad till den aktuella sporten och dess regelverk.

W3XM utvecklas och optimeras kontinuerligt av bolagets utvecklingsteam, målsättningen att skapa ett långsiktigt, underhållande och lönsamt. På kort sikt ämnar plattformen att skapa de bästa möjliga förutsättningarna för World Hockey Manager men på längre sikt är W3XM farkosten som ska göra Gold Town Games till en världsledande aktör inom sportmanagerspel till mobila plattformar.

World Hockey Manager

World Hockey Manager vänder sig främst till fans av managerspel och alla de som älskar hockey. Det finns ett genuint hockeyintresse som under flera generationer har genomsyrat bygden där Gold Town Games verkar och det är grundligt rotat hos alla i teamet.

World Hockey Manager är idag det bästa valet för de som vill spela hockeymanagerspel. Gold Town Games ska bejaka och förstärka den positionen inom hockey och sedermera inom andra sporter. Där bedöms det följaktligen att utrymme finns för att växa och ta ytterligare marknadsandelar.

World Football Manager

De marknadsundersökningar som gjorts både internt och externt visar att världens största sport, fotboll, är den mest lönsamma marknaden för sportmanagerspel för mobila enheter. Trots hård konkurrens från idag redan existerade spel, så som Championship Manager, Top Eleven och PES Manager, producerade av väletablerade bolag är det vår övertygelse att Gold Town Games har goda möjligheter att på vår plattform W3XM skapa en konkurrenskraftig produkt.

KORT OM MARKNADEN FÖR MOBILSPEL

Mobilspel är det överlägset snabbast växande segmentet i spelindustrin och 2017 bedöms det även att vara den del av branschen som är störst rent intäktsmässigt. Vad gäller antalet spelare är mobilt redan störst med nära 1,9 miljarder spelare. Intäkterna, som idag ligger på 35,6 miljarder USD, beräknas dessutom växa med CAGR 16,1 procent under de närmaste två åren.

Källa: newzoo.com/insights/segments/mobile/

Enligt en sammanställning gjord av bigfishgames.com förra året, går det att utläsa att mer än 2/3 av alla spelare är över 18 år och att genomsnittsåldern bland spelare är 31 år. Där kan man även se att det, tvärtemot den allmänna uppfattning, råder en ganska jämn könsfördelning bland spelare.

Källa: bigfishgames.com/blog/2015-global-video-game-stats-whosplaying-what-and-why/

Statistik från emarketer.com visar att mobilbranschen växer oerhört snabbt inte minst i Asien och i Kina har smartphones redan blivit den huvudsakliga spelkonsolen. Statistiken är inte helt applicerbar på västerländska förhållanden, men i brist på nyare siffror är det ändå talande. Den typiske spelaren går in för att spela 1-3 gånger per dag på sin mobil och enligt en under-sökning, gjord i november 2015 av Electronic Entertainment Design and Research (EEDAR), räknar de med att 191,7 miljoner kineser uteslutande spelar på sina smartphones. Ytterligare 84,4 miljoner använder antingen smartphones eller tablets för att spela.

Källa: www.emarketer.com/Article/Smartphones-Main-MobileGaming-Devices-China/1013743

VÄSENTLIGA HÄNDELSER, DELÅRET OCH KVARTAL TVÅ

Gold Town Games förvärvar spelbolag

Gold Town Games förvärvade spelbolaget Time Stop Interactive den 1 februari.

Antal nedladdningar

World Hockey Manager passerade totalt 650 000 nedladdningar i juni 2018.

Styrelsen

Vid årsstämman den 11 juni förstärktes Gold Town Games styrelse med nya ledamöter Robert Wahlström, grundare av Kivra och Eric de Basso, redovisningskonsult. Styrelseordförande Magnus Orregård och ledamöter Leif Rehnström och Tobias Andersson blev omvalda.

ALLMÄNT

Personal

Antalet tillsvidareanställda uppgick per den 30 juni 2018 till 19 personer. Medelantalet heltidsanställda för perioden uppgick till 17,5 personer. Medelåldern är cirka 32 år och könsfördelningen är 16 män och 3 kvinnor.

Aktien

Gold Town Games aktie togs upp till handel på NGM Nordic MTF den 13 juli 2016. Per handelsdag den 30 juni 2018 var sista avslutet på kurs 3,84 SEK per aktie vilket motsvarar ett börsvärde om 45,4 MSEK baserat på 11 831 881 utestående aktier.

Finansiering och finansiell ställning

Det egna kapitalet uppgick till 12,47 MSEK per den 30 juni 2018. Eget kapital per aktie vid full utspädning uppgick till 1,10 SEK (1,50 SEK). Soliditeten var på rapportdagen 77,4 procent (91,8 procent). Det ackumulerade kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1,74 MSEK (-2,03 MSEK). Periodens kassaflöde uppgick ackumulerat till -3,70 MSEK (-5,86 MSEK).

Intäkter

Bolagets samlade intäkter under perioden är 11,06 MSEK.

Kostnader

Bolaget befinner sig i en expansiv och kapitalintensiv fas gällande både marknadsföring och personalmässigt för att öka produktionshastigheten och kvalitet. Under denna fas kan bolagets månatliga kostnadsmassa komma att justeras och påverka hastigheten på tillväxten.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Det kan inte uteslutas att World Football Manager tar längre tid än beräknat att lansera fullskaligt på flera marknader. Bolagets investeringar i marknadsföring och personal kan komma att fördröja tidpunkten för när intäkterna är större än utgifterna.

Kostnaden för marknadsföring är en rörlig kostnad. Den kan variera från dag till dag vilket kan medföra högre kostnader för att användarbasen ska växa än kalkylerat.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

Företrädesemission

Gold Town Games tog in ungefär 8,7 MSEK i en företrädesemission som genomfördes under juni.

Konvertibel

I samband med företrädesemissionen togs ett konvertiblet lån av Norrlandsfonden på 3 MSEK.

Gamescon 2018

Gold Town Games medverkar på spelmässan Gamescon 2018 i Köln, Tyskland. Det nya spelet World Football Manager visades upp.

NYCKELTAL

År	2018	2017	2018	2017	2017
	APRIL-JUNI	APRIL-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
Nettoomsättning	6 508 104	20 018	11 057 487	26 412	2 014 281
EBITDA	-269 171	-1 235 312	-1 329 403	-2 104 457	-4 224 326
EBIT	-1 046 878	-1 244 513	-2 707 049	-2 119 871	-5 078 656
Periodens resultat	-1 054 868	-1 244 594	-2 722 634	-2 119 952	-5 102 684
Rörelsemarginal %	0	0	0	0	0
Vinstmarginal %	0	0	0	0	0
Soliditet vid periodens utgång %	77,4	91,8	77,4	91,8	83,3
Räntabilitet på eget kapital %	-8,5	-10,9	-21,8	-18,6	-32,6
EGET KAPITAL PER AKTIE					
före utspädning kr	1,1	1,5	1,1	1,5	1,3
efter utspädning kr	1,1	1,5	1,1	1,5	1,3
Aktiens slutkurs för perioden	3,84	2,84	3,84	2,84	6,6
P/E-tal	neg	neg	neg	neg	neg
RESULTAT PER AKTIE					
före utspädning kr	-0,09	-0,16	-0,23	-0,28	-0,43
efter utspädning kr	-0,09	-0,16	-0,23	-0,28	-0,43
ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT					
före utspädning	11 831 881	7 603 842	11 831 881	7 603 842	11 731 881
efter utspädning	11 831 881	7 603 842	11 831 881	7 603 842	11 731 881
Utestående optioner*	0	0	0	0	0
GENOMSNISSLIGT ANTAL AKTIER					
före utspädning	11 815 214	7 603 842	11 773 548	7 603 842	8 264 672
efter utspädning	11 815 214	7 603 842	11 773 548	7 603 842	8 264 672
ANTAL ANSTÄLLDA					
i genomsnitt	17,5	8	17	10	10
vid periodens slut	19	10	19	10	13

* Avser det antal aktier utestående optionsrätter kan påkalla lösen på

RESULTATRÄKNING

År	2018	2017	2018	2017	2017
	APRIL-JUNI	APRIL-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
Nettoomsättning	6 508 104	20 018	11 057 487	26 412	2 014 281
Aktiverat arbete för egen räkning	1 509 026	1 162 057	2 930 912	2 585 513	5 403 334
Övriga rörelseintäkter	-9 467	8 847	267 078	14 814	122 002
OMSÄTTNING	8 007 663	1 190 922	14 255 477	2 626 739	7 539 617
Övriga externa kostnader	-5 676 258	-1 068 070	-10 842 405	-2 079 150	-6 100 700
Personalkostnader	-2 600 577	-1 358 164	-4 742 475	-2 652 046	-5 663 243
Av skrivning im. anl. tillgångar	-759 219	0	-1 354 311	0	-834 940
Av skrivning mat. anl. tillgångar	-18 488	-9 201	-23 335	-15 414	-19 390
RÖRELSERESULTAT	-1 046 878	-1 244 513	-2 707 049	-2 119 871	-5 078 656
Ränteintäkter	0	0	0	0	-15 961
Räntekostnader	-7 990	-81	-15 585	-81	0
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	-1 054 868	-1 244 594	-2 722 634	-2 119 952	-5 094 617
RESULTAT FÖRE SKATT	-1 054 868	-1 244 594	-2 722 634	-2 119 952	-5 094 617
Skatt	0	0	0	0	0
PERIODENS RESULTAT	-1 054 868	-1 244 594	-2 722 634	-2 119 952	-5 094 617
Resultat per aktie före utspädning, kr	-0,09	-0,16	-0,23	-0,28	-0,43
Resultat per aktie efter utspädning, kr	-0,09	-0,16	-0,23	-0,28	-0,43
Antal aktier	11 831 881	7 603 842	11 831 881	7 603 842	11 731 881
Genomsnittligt antal utestående aktier	11 815 214	7 603 842	11 773 548	7 603 842	8 264 672

BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017	2017
	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Tecknat ej inbetalt aktiekapital	0	0	0
IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	14 318 706	8 569 973	11 387 794
Ack avskr. Balanserade utgifter Licenser	-1 896 327	0	-658 286
Licenser	1 172 345	1 172 345	1 172 345
Ack avskr. Licenser	-292 924	0	-176 654
MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Inventarier, verktyg och installationer	235 314	156 214	96 961
Ack avskr. Inventarier	-62 173	-34 862	-38 838
FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Aktier i onoterade sv koncernföretag	830 000	0	0
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	14 304 941	9 863 670	11 783 322
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
KORTFRISTIGA FORDRINGAR			
Kundfordringar	9 007	25 000	48 000
Övriga fordringar	145 781	1 284	329 836
Förutbetalda kostnader	1 323 007	96 967	1 379 144
KASSA OCH BANK	330 572	2 438 272	4 028 091
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	1 808 367	2 561 523	5 785 071
SUMMA TILLGÅNGAR	16 113 308	12 425 193	17 568 393

BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017	2017
	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
EGET KAPITAL			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 126 351	723 857	1 116 831
Ej reg aktiekapital	0	0	0
Fond för utvecklingskostnader	11 749 473	7 830 511	9 990 046
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond	28 941 500	21 496 327	28 121 018
Emissionsutgifter	-4 166 758	-3 086 552	-3 896 701
Balanserat resultat	-22 460 778	-13 439 131	-15 598 667
Periodens resultat	-2 722 634	-2 119 952	-5 102 684
SUMMA EGET KAPITAL	12 467 154	11 405 060	14 629 843
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande skulder till kreditinstitut	1 000 000	0	1 000 000
SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER	1 000 000	0	1 000 000
KORTFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande kortfristiga skulder	0	0	0
Leverantörsskulder	589 952	280 796	485 492
Övriga skulder	560 440	5 176	300 922
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	1 495 762	734 161	1 152 136
SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER	2 646 154	1 020 133	1 938 550
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	16 113 308	12 425 193	17 568 393

KASSFLÖDESANALYS

ÅR	2018	2017	2018	2017	2017
	APR-JUNI	APR-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Rörelseresultat efter avskrivningar	-1 046 878	-1 244 513	-2 707 049	-2 119 871	-5 078 656
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0	0	0	0	854 330
Erhållen ränta	0	0	0	0	-15 961
Erlagd ränta	-7 990	-81	-15 585	-81	-8 067
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITALET	-1 054 868	-1 244 594	-2 722 634	-2 119 952	-4 248 354
KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL					
Ökning/minskning av kortfristiga fordringar	372 396	43 717	279 186	63 082	-1 366 234
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	984 937	-103 209	707 606	30 468	744 473
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	302 465	-1 304 086	-1 735 842	-2 026 402	-4 870 115
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar immateriella anläggningstillgångar	-1 509 026	-2 334 402	-2 930 912	-3 757 858	-6 575 679
Investeringar materiella anläggningstillgångar	-138 353	-30 133	-138 353	-89 384	-30 133
Avskrivning immateriella anläggningstillgångar	759 219	0	1 354 311	0	0
Avskrivning materiella anläggningstillgångar	18 488	9 201	23 335	15 414	0
Investeringar finansiella anläggningstillgångar	0	0	-830 000	0	0
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-869 672	-2 355 334	-2 521 619	-3 831 828	-6 605 812
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Aktiekapital	0	0	9 520	0	392 974
Nyemission	0	0	820 480	0	6 624 692
Emissionsutgifter	-270 058	0	-270 058	0	-810 149
Lån	0	0	0	0	1 000 000
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-270 058	0	559 942	0	7 207 517
PERIODENS KASSAFLÖDE	-837 265	-3 659 420	-3 697 519	-5 858 230	-4 268 410
Likvida medel vid periodens början	1 167 837	6 097 691	4 028 091	8 296 501	8 296 501
Likvida medel vid periodens slut	330 572	2 438 271	330 572	2 438 271	4 028 091
SUMMA DISPONIBLA LIKVIDA MEDEL	330 572	2 438 271	330 572	2 438 271	4 028 091

FÖRÄNDRINGAR I DET EGNA KAPITALET

	AKTIE- KAPITAL	EJ REG AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
INGÅENDE BALANS 2017-01-01	723 857	5 244 998	11 810 398	-4 254 242	13 525 011
Nyemission	392 974		6 624 692		7 017 666
Disp enl beslut från årsstämma			-4 254 242	4 254 242	
Fond för utv utg.		4 745 048	-4745048		
Balanserat resultat					
Emissionsutgift			-810 149		-810 149
Summa resultat för perioden				-5 102 684	-5 102 684
EGET KAPITAL 2017-12-31	1 116 831	9 990 046	8 625 651	-5 102 684	14 629 844
Nyemission	9 520		820 482		830 002
Fond för utv utg.		1 759 427	-1 759 427		0
Balanserat resultat					0
Emissionsutgift			-270 058		-270 058
Summa för perioden				-2 722 634	-2 722 634
EGET KAPITAL 2018-06-30	1 126 351	11 749 473	7 416 648	-7 738 844	12 467 154
FÖRÄNDRINGAR I ANTAL UTESTÅENDE AKTIER			ANTAL		
Antal aktier 20150116			1 000 000		
Nyemission 20151106			200 000		
Nyemission 20160317			125 000		
Nyemission 20160317			425 769		
Uppdelning 20160512			3 501 538		
Fondemission 20160512					
Teckningsoption 20161513			240 000		
Teckningsoption 20160621			60 000		
Nyemission 20160711			1 830 769		
Nyemission 20160816			90 000		
Nyemission 20160817			80 141		
Nyemission 20160818			50 625		
Nyemission 20171031			3 801 921		
Nyemission 20171121			326 118		
Apportemission 20180321			100 000		
ANTAL VID PERIODEN UTGÅNG			11 831 881		

PRINCIPER FÖR BOKSLUTSKOMMUNIKÉNS UPPRÄTTANDE

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning beräkningsmetoder har använts i delårsrapporten som i den senaste årsredovisningen. (K3). I det fall det saknas ett allmänt råd har i förekommande fall vägledning hämtats från Redovisningsrådets rekommendationer. Samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder har använts i delårsrapporten som i den senaste årsredovisningen.

Inkomstskatter

Gold Town Games redovisar mot bakgrund av bolagets ställning inte värdet av underskottsavdrag som en tillgång i balansräkningen. Det ackumulerade skattemässiga underskottet uppgår per den 30 juni 2018 till -12,92 MSEK

NÄSTA REDOVISNINGSTILLFÄLLE

Delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2018, samt tredje kvartalet, kommer att publiceras tisdagen den 28 november 2018.

Skellefteå den 30 augusti 2018.

Styrelsen för Gold Town Games AB

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av Bolagets revisor.



GOLD TOWN
GAMES

GOLD TOWN GAMES AB

Storgatan 53
931 30 Skellefteå

IR- & PRESSFRÅGOR:

Pär Hultgren, VD
ir@goldtowngames.com

ALLMÄNA FRÅGOR:

info@goldtowngames.com

EMINOVA FONDKOMMISSION AB är bolagets mentor på **NGM Nordic MTF**.

Tel: 08-684 211 00 | Fax: 08-684 211 29 | Email: info@eminova.se | www.eminova.se