



Bokslutskommuniké ahaWorld AB (publ)

1 januari – 31 december 2018

DELÅRSPERIODEN 1 OKTOBER - 31 DECEMBER, FORTSATT ÖKANDE SPELÖVERSKOTT OCH STARKA NYCKELTAL

Spelöverskottet fortsätter att öka. Bolaget fortsätter med sitt kostnadskontrollprogram under Q4. Svensk spellicens godkänd för alla varumärken.

- Spelöverskottet ökade med 39 % jämfört med föregående år.
- Spelarinsättningar uppgick till 16 645 KSEK (7 683), en ökning med 117 %.
- Antal depositioner uppgick till 43 790 (34 564), en ökning med 27 % och antal NDC (new depositing customers) uppgick till 2 718 (793), en ökning med 242 %. Snittdepositionen av en spelare uppgick till 380 SEK (222), en ökning med 71 %.
- EBITDA uppgick till -2 625 KSEK (-1 165) och EBIT uppgick till -11 430 KSEK (-2 143). Under denna period har bolaget haft omställningskostnader som är av engångskaraktär.
- I EBIT ingår nedskrivning av immateriell tillgång med - 7 677 KSEK.
- Nedskrivningen påverkar inte bolagets likviditet.

HELÅRET 2018

- Spelöverskottet ökade med 24 % jämfört med föregående år.
- EBITDA uppgick till - 7 798 KSEK (-5 842) och EBIT uppgick till - 19 842 KSEK (-8 573). Under denna period har bolaget haft omställnings-kostnader som är av engångskaraktär.
- I EBIT ingår nedskrivning av immateriell tillgång med - 7 677 KSEK.
- Nedskrivningen påverkar inte bolagets likviditet.

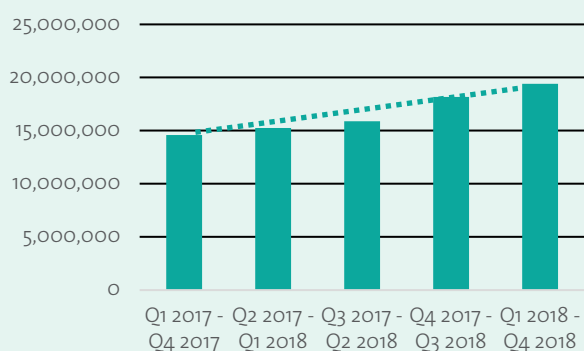
VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER PERIODEN

- Svensk spellicens godkänd för alla varumärken.
- Fortsatt utveckling av programmet för kostnadskontroll av organisationen.
- Varumärket ahaCasino nedlagt som en direkt konsekvens av det kostnadskontrollprogram som bolaget verkställde i Q3. Spelarna migrerades till SwedenCasino.
- Bolaget har valt att göra en nedskrivning på bolagets bingoplattform för att bättre spegla de framtida förväntningarna på denna vertikal. Nedskrivningen påverkar inte bolagets likviditet.
- Bolaget har förstärkt organisationen genom nyckelrekryteringar.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER PERIODENS UTGÅNG

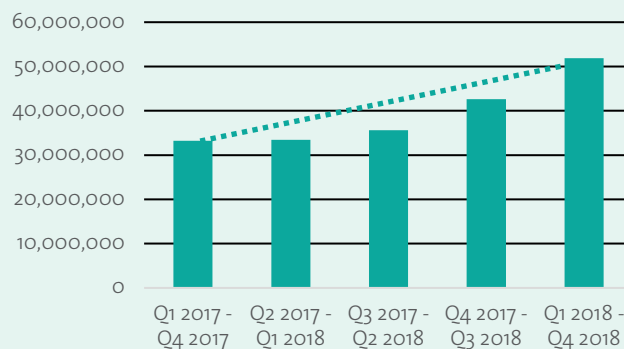
- Efter den svenska spelregleringen har förändringar i marknaden fört med sig nya förvärvs- och konsolideringsmöjligheter, vilka utvärderas löpande och aktivt av Bolaget.
- En ny pay and play-version av varumärket SwedenCasino.com.
- Lansering av systemsite HomeOfTheSwedes.com till SwedenCasino.com.

SPELÖVERSKOTT RULLANDE 12 MÅNADER (SEK)



Den positiva utvecklingen av spelöverskottet i rullande 12 månader fortsätter. Under kvartalet var oktober och november de månader som främst bidrog till spelöverskottet.

SPELARINSÄTTNINGAR RULLANDE 12 MÅNADER (SEK)



Spelarinsättningar fortsatte att öka jämfört med föregående kvartal och är uppe i rekordnivåer.

”Vi har också beslutat att stödja vår organiska tillväxt med en förvärvsstrategi där vi på den svenska marknaden ser tydliga tendenser till en konsolidering. Det finns också utrymme för att växa affären med investeringar i närliggande verksamheter där vi ser tydliga synergivinster.”

- Erik Ahlberg, VD ahaWorld -



VD HAR ORDET

Ytterligare ett kvartal med intensiv utveckling av bolaget med fokus på tillväxt i våra ”nya varumärken”. Det fjärde kvartalet visar fortsatt stark tillväxt och vi har nu säkrat svensk spellicens för samtliga varumärken. Vi har även gjort en rekonstruktion med ett helt nytt team på plats med roller skapade för tillväxt.

Som ett led att fortsätta bolagets ”turn around” och skapa bättre förutsättningar för att snabbt komma till lönsamhet och positivt kassaflöde har vi beslutat att genomföra en ordentlig nedskrivning av vår Bingotillgång. Det får naturligtvis en kortsiktig negativ resultateffekt men har ingen påverkan på bolagets kassa. Vidare har vi beslutat att lägga ner varumärket ahaCasino. Det var ett casino som inte bidrog positivt till vårt resultat och vi har bedömt det som ett varumärke vi inte vill bygga vidare på. Det finns inget naturligt segment för ahaCasino som inte redan täcks av MoboCasino eller SwedenCasino.

Marknadsföring och reklam har blivit ett allt tydligare problem för spelbranschen. Det jag tidigare pratat om - att hela branschen med stereotyp marknadsföring riskerar att hamna i blindas fläcken för våra kunder - har nu kommit till en nivå där reklamen är anstötlig och besvärande för de som konsumerar media och som i slutändan kan vara våra kunder. Vår strategi har varit tydlig från början och den innebär i korthet att vi vill bygga varumärken som skapar tillhörighet och därmed även en betydligt högre relevans i det vi kommunicerar till kunder och potentiella kunder.

Därför är det verkligen glädjande att vi nu i januari 2019 lanserat ett nytt SwedenCasino tillsammans med systemsajten ”HomeOfTheSwedes”. Tanken här är att på ett humoristiskt sätt beskriva svenskheten från ett ”utifrånperspektiv”. Vi älskar när vi ser amerikaner, engelsmän, tyskar eller australiensare smaka surströmming, Kalles Kaviar eller dansar med i Små Grodorna. Det finns fantastiskt mycket material som sprids viralt. Vi har skapat HomeOfTheSwedes som samlingsplats för de roligaste och bästa bidragen. Därmed kan vi placera SwedenCasino i ett roligt sammanhang utan att ha för mycket distraherande innehåll direkt på casinosajten. På sikt kan den här strategin hjälpa oss att slussa kunder till SwedenCasino.

Denna utveckling stöds av våra viktigaste marknadsföringskanaler, affiliates, som ger mycket positiv respons till våra nya varumärken och tonaliteten som ger kanalen mer att sälja och en högre konverteringsgrad. Utöver affiliation har vi successivt ökat vår digitala närvaro med programmatiska tjänster, där vi hittar de profiler som visar intresse och jobbar med att synas för dem i rätt sammanhang och behöver därmed inte masskommunicera, utan ser i stället till att nå rätt potentiell kund i rätt media, vid rätt tillfälle.

Under december fick vi svensk spellicens för samtliga varumärken och arbetet fortsätter under de första 6 månaderna under 2019 för att certifiera plattformar och spelleverantörer.

Vi har också beslutat att stödja vår organiska tillväxt med en förvärvsstrategi där vi på den svenska marknaden ser tydliga tendenser till en konsolidering. Det finns också utrymme för att växa affären med investeringar i närliggande verksamheter där vi ser tydliga synergivinster.



- Erik Ahlberg, VD ahaWorld -

FORTSATT STARK TRAFIK UNDER Q4

39 %

Spelöverskottet ökade med 39 % jämfört med föregående år.

117 %

Spelarinsättningar uppgick till 16 645 KSEK (7 683), en ökning med 117 %.

43 790

Antal depositioner uppgick till 43 790 (34 564), en ökning med 27 %.

242 %

Antal NDC (new depositing customers) uppgick till 2 718 (793), en ökning med 242 %.

71 %

Snittdepositionen av en spelare uppgick till 380 SEK (222), en ökning med 71 %.

FORTSATT UTVECKLING UNDER Q4

Spellicens

Svensk spellicens godkänd för alla varumärken.

Stort fokus

Omstruktureringar börjar få genomslag och organisationen är mer anpassad för bolagets framtida strategi. Stor fokus har lagts på kostnadskontroll under Q3 och Q4 vilket har inneburit omställningskostnader för bolaget men som från och med Q1 2019 gör att bolaget får ned kostnaderna.

Renodling

Varumärket ahaCasino nedlagt som en direkt konsekvens av det kostnads-kontrollprogram som bolaget verkställde i Q3. Spelarna migrerades till SwedenCasino.

STRATEGI FRAMÅT

STRATEGISKA HÄNDELSE R Q3 2018 – Q1 2019

Q3

Bolaget påbörjar omstrukturering och kostnadskontroll.

Utvärdering av varje vertikal inom bolaget för att nå lönsamhet.

Q4

Svensk spellicens godkänd.

Omstrukturering fortsätter.

Bolaget gör nedskrivning på bingoplattformen.

Varumärket ahaCasino upphör.

Q1

Omstruktureringar börjar få genomslag.

Stort fokus har lagts på kostnadskontroll.

Nya SwedenCasino lanserat med HomeOfTheSwedes.

Lansering försenades av teknikproblem vilket har åtgärdats av vår plattformslieferantör.

Q3 2018

Bolaget påbörjar omstrukturering och kostnadskontroll för att på sikt bli lönsamma.

Omstruktureringen innebär också en utvärdering av varje vertikal inom bolaget för att på sikt göra varje vertikal lönsam.

Omstruktureringar börjar få genomslag och organisationen är mer anpassad för bolagets framtida strategi. Stort fokus har lagts på kostnadskontroll under Q3 och Q4 vilket har inneburit omställningskostnader för bolaget men som från och med Q1 2019 gör att bolaget får ned kostnaderna.

Nya SwedenCasino lanserat tillsammans med systemsajten HomeOfTheSwedes.com. Lanseringen var beräknad till Q4 men försenades av teknikproblem vilket har åtgärdats av vår plattformslieferantör inför regleringen av den svenska marknaden.

Q3 2018

Q4 2018

Q1 2019

Svensk spellicens godkänd för alla varumärken.

Omstrukturering fortsätter och förändringar genomförs.

Q3 2018

Bolaget gör nedskrivning på bingoplattformen. Bingovertikalen har historiskt inte visat en stor utveckling så nedskrivningen är ett led i den omstrukturering bolaget gör för varje vertikal för att få lönsamhet i varumärkena.

Q4 2018

Som ett ytterligare led i denna omstrukturering har bolaget valt att lägga ned varumärket ahaCasino som historiskt inte varit lönsamt och krävt resurser som bolaget bättre kan allokera till de andra varumärkena. I samband med nedläggningen har vi aktivt gått ut med erbjudanden riktade till dessa spelare för att migrera så många som möjligt till SwedenCasino.

STARKA VARUMÄRKEN

Bolaget fortsätter att intensifiera arbetet med produkter och varumärken. Vi fortsätter på vår strategi som bygger på diversifierade varumärken där de kan ges olika prägel och i sig anpassas på olika sätt för de lokala förutsättningarna.



En förstklassig responsiv produkt som vi byggt för att tilltala storspelare.



Konceptualiserat casinot genom att ta svenskheten i namnet hela vägen.



Bolagets bingooperatör som har varit verksam sedan maj 2008.

NY DESIGN OCH TEKNIK

Bolagets nya strategi för spelsajterna verkställdes redan efter nyemissionen i juni 2018. Då satsningar på produkt och marknadsföring påbörjades med målet att väsentligt öka våra spelintäkter. MoboCasino och SwedenCasino har fått ny design och "pay and play". SwedenCasino har fått en tydligare innehållsprofilering kring Sverige, då det är varumärket som har den största geografiska spridningen utanför Sverige.

TYDLIGARE MARKNADSFÖRING

Tredjeparts relationer i Affiliate-marknadsföring gör att vi kan dra nytta av andras satsningar på att ranka högt på Google och andra sökmotorer för relevanta sökord. Det är ett arbete vi själva också satsar på men det är en för oss tydlig strategi att arbeta i nära samarbete med tredje part för att kunna lära oss vad som konverterar bäst och vilka kanaler vi får bäst genomslag i.

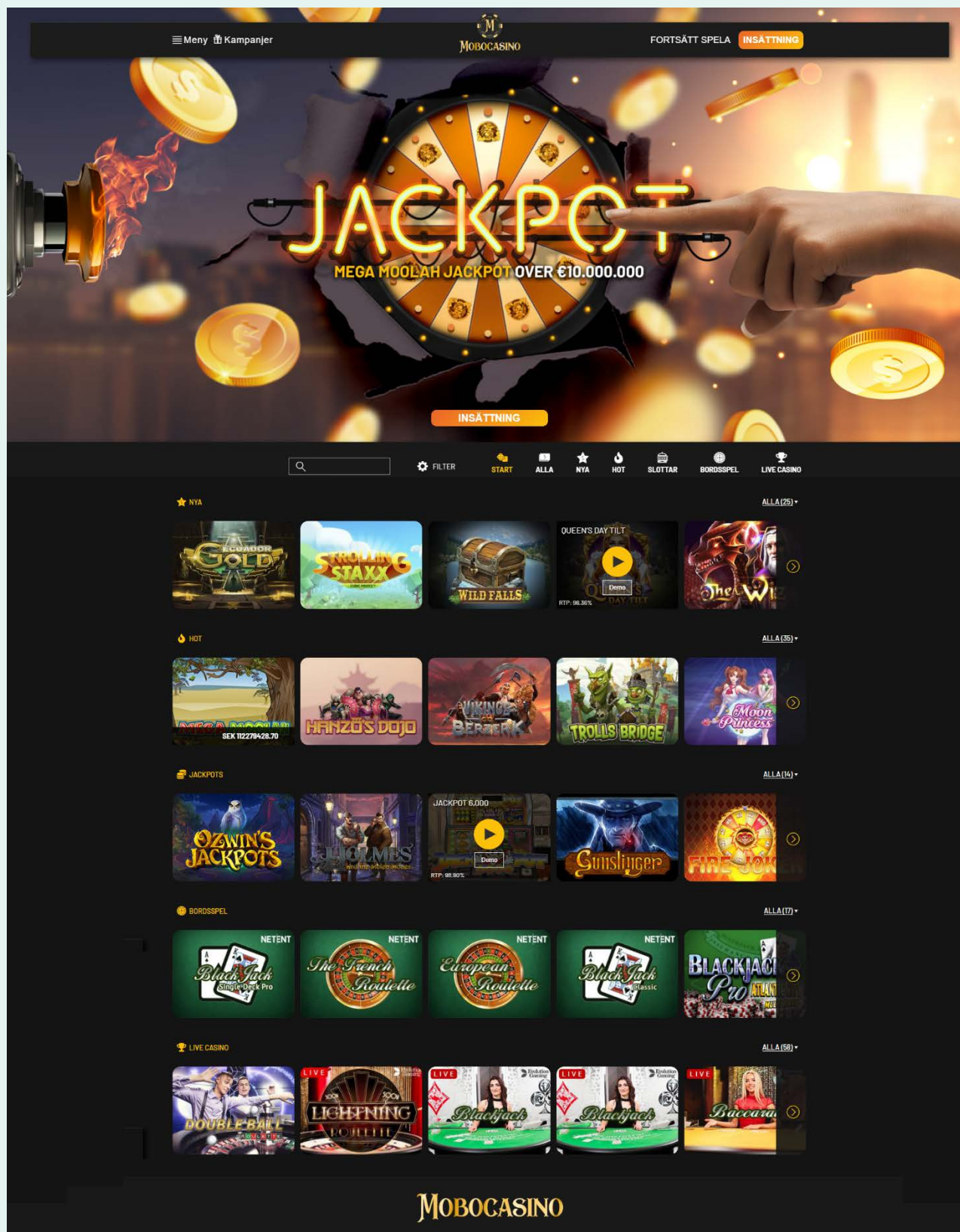
ÖKAD FÖRSÄLJNING UNDER ANDRA HALVÅRET

Sajterna påvisar ökad försäljning efter att vår nya strategi med satsningar på produkt, varumärken och erbjudanden har visat sig vara gynnsamma på den svenska marknaden.



MOBOCASINO

MoboCasino är en förstklassig responsiv produkt som vi byggt för att tilltala storspelare. Vi tänker och andas mobilt och idag använder 75 % av våra MoboCasino-spelare mobilen som förstahandsval när de spelar hos oss. Det är ett no account-casino utan utdragen registreringsprocess. Det går snabbt att sätta in, spela och ta ut sina pengar. Det är ett smidigt casino som passar den mest kräsne spelaren. Vi använder oss av Trustlys pay and play-lösning som är den starkaste aktören på marknaden och vi finns tillgängliga i Sverige, Finland och Tyskland med denna lösning. Vårt casinoteam är på tårna och ser till att spelkatalogen utökas med releaser veckovis. MoboCasino har ett unikt lojalitetsprogram som delar ut upp till 12 % cashback veckovis till lojala spelare.

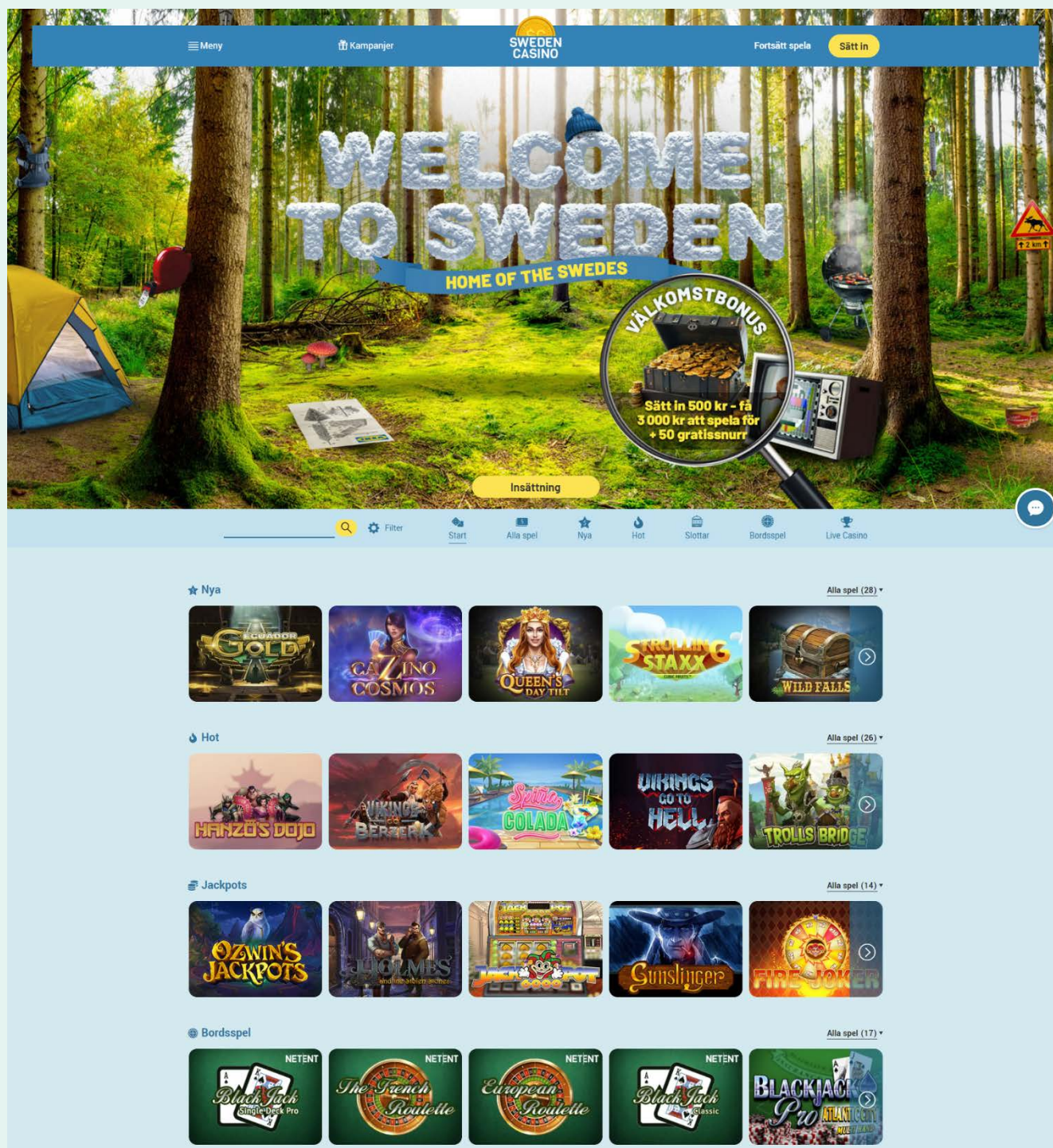


www.mobocasino.com

SWEDENCASINO

SwedenCasino förvärvades 2015. Varumärket är etablerat på flera affiliate-sidor och har fokuserat på den svenska marknaden och haft svenska som enda språkval. Under Q4 2018 utvecklades design, koncept och marknadsfokus för varumärket. Resultatet av den kreativa processen ser vi idag. Vi har tagit namnet SwedenCasino och konceptualiserat casinot genom att ta svenskheten i namnet hela vägen. SwedenCasino betonar det typiskt svenska, alltid med glimten i ögat, humor och fantasi.

Med den nya svenska regleringen är det viktigt att förstå förutsättningarna som råder på marknaden och anpassa sig därefter. Landskapet har helt enkelt målats om och vi är med där det händer. Med SwedenCasino har vi jobbat inifrån och ut i tankeprocessen med varumärket i fokus snarare än ständiga spelerbjudanden. Vi hoppas ha skapat ett casino som upplevs positivt, underhållande, svenskt och tryggt och självfallet med en bank-id lösning för blixtnabba insättningar och uttag. Visst finner spelaren attraktiva kampanjer hos oss men SwedenCasino är något mer än bara ett vanligt casino och det hoppas vi att spelaren uppskattar.



www.swedencasino.com

Potentiella spelare med
intresse för Sverige

HOME OF THE SWEDES

Trafik

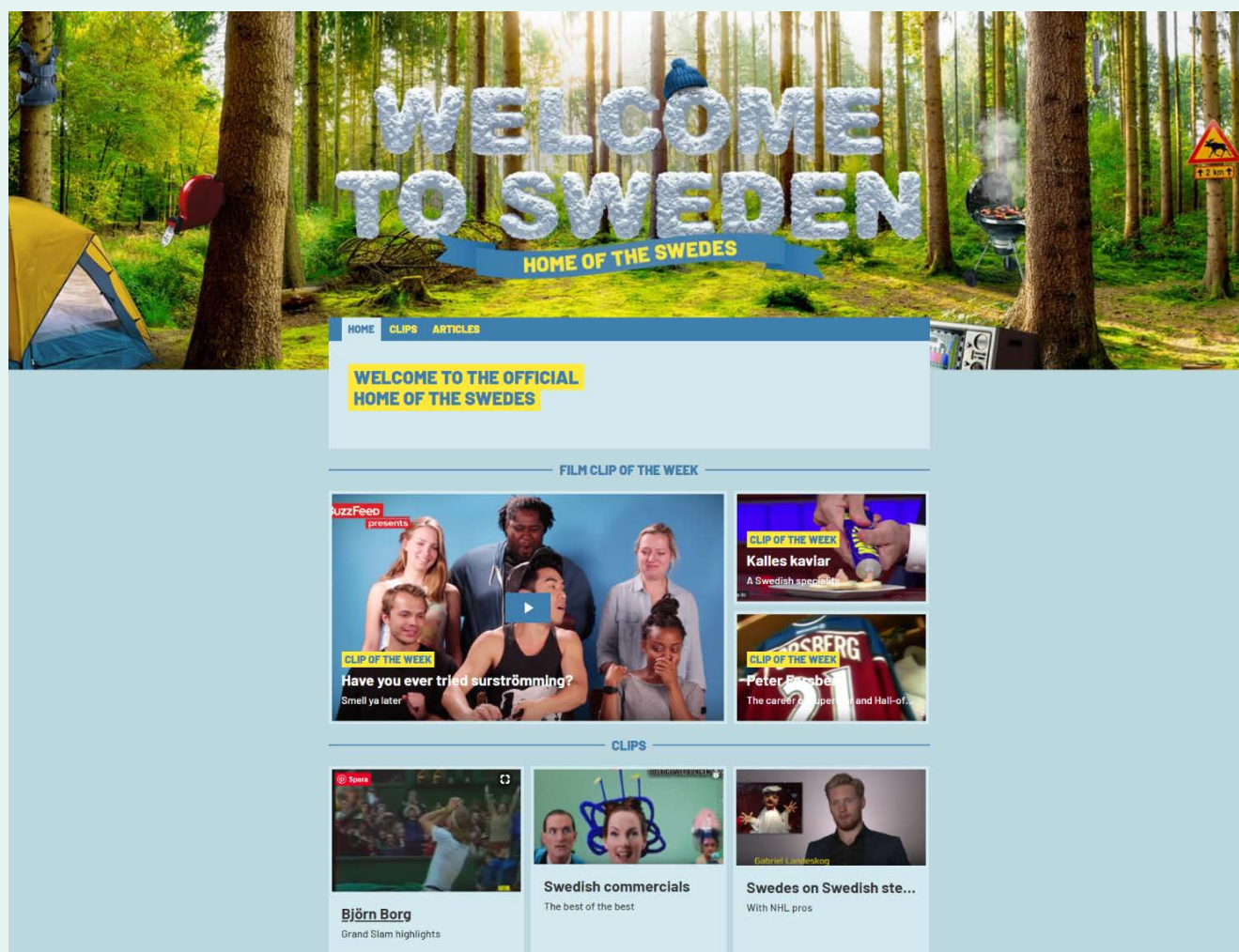
SWEDEN
CASINO

HOME OF THE SWEDES

Parallellt med nylanseringen av SwedenCasino.com har bolaget publicerat en systersite - HomeOfTheSwedes.com.

"Sweden is that very huge country up there in the North of Europe. In Sweden fika is bigger than the church and it's the nation that tops the list of banana consumption, world wide. We are pretty sure this helped in building giants such as Björn Borg, ABBA and Zlatan. It doesn't matter if you like Sweden, Swedish traditions, Swedes in general or if you're just curious about this very long country waaay up north – either way, you've come to the right place! Here we have gathered everything ever published online about the phenomenon that is Sweden. We hope you enjoy it!"

Vi svenskar njuter inombords utav internationell bevakning av vårt land och våra egenheter. Förr på biograferna gick det ett sus genom publiken när en Volvo plötsligt exponerades i en stor Hollywoodfilm. Vi är stolta över vår midsommar och gottar oss lite extra åt reaktionerna hos omgivningen när odören från en surströmmingsburk når de som aldrig känt doften förut. HomeOfTheSwedes är en hyllningssajt till och en samlingssajt om Sverige och hur omvärlden ser på vårt land, vårt musikunder, Zlatan och Sara Sjöström. Numera behöver man inte längre googla runt för att finna kul klipp om Sverige, allt finns samlat på HomeOfTheSwedes.com.



www.homeoftheswedes.com

AHABINGO

Bolagets bingooperatör som har varit verksam sedan maj 2008. Idag är ahabingo.com ett av de ledande bingon på internet och inom mobil-bingo. Operatörens unika koncept med ett stort urval av kända bingoutopare, ett lojalitetsprogram (ahaVIP) och de sociala community-funktionerna är mycket uppskattade och har lyckats etablera en stark position på den svenska bingo-marknaden. Med kändisar som Maria Montazami, Per Morberg, Arge Snickaren, Christer Sjögren och många fler har ahaBingo lyckats skapa tillit, förtroende och en lokal känsla med sitt varumärke vilket är mycket viktigt inom online bingo.

MAXITRIPPLEN

30

Autoköp

B I N G O

B I N G O

B I N G O

Jackpot

500 000 SEK

200 000 SEK

100 000 SEK

CHRISTER SJÖGREN

Christer

Topplista

Dragning 1 av 5

Boll 5 av 75

Vinstpott 28.80 SEK

Jackpott 1025 SEK

Totalt 192 SEK

Inom 60 bollar

ahaPernilla: grattis grattis

ahaSimon: Då loggar jag ut för nu, syns sen!

ahaPernilla: Nu tar jag och loggar ut för dagen

Vi ses imorgon

Nettan47: var ser jag att jag fått gratis brickor

Nettan47: nu kom de

surfen: kemit kemit

Ankith: grattis grattis o tusen tack

roxan: grattis grattis t jackpot

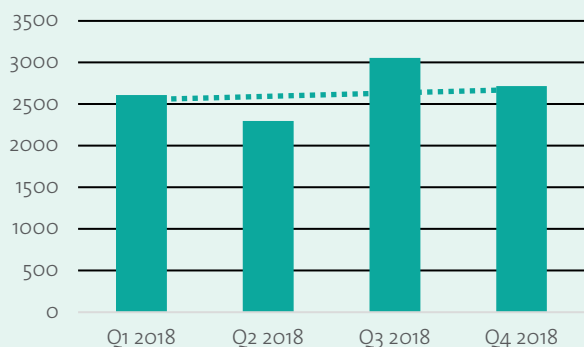
KarinL: tusen tack tusen tack tusen tack wow

surfen: varit nära jackpot många ggr idag

www.ahabingo.com

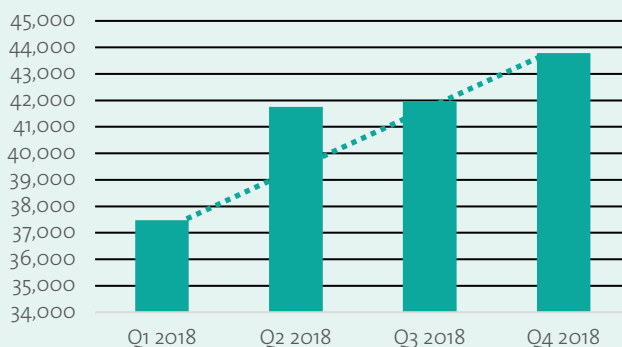
NYCKELTAL

NEW DEPOSITING CUSTOMERS (SEK)



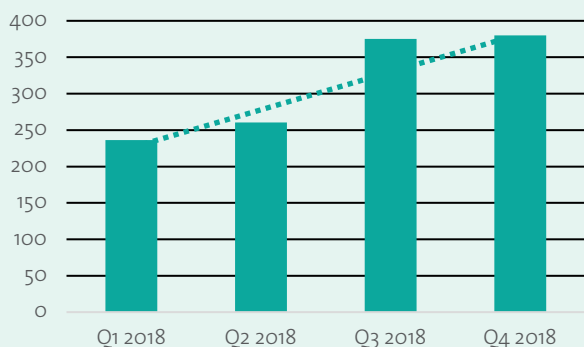
Antalet new depositing customers sjönk något jämfört med föregående kvartal men ökade jämfört med första halvåret av 2018.

ANTAL DEPOSITIONER (SEK)



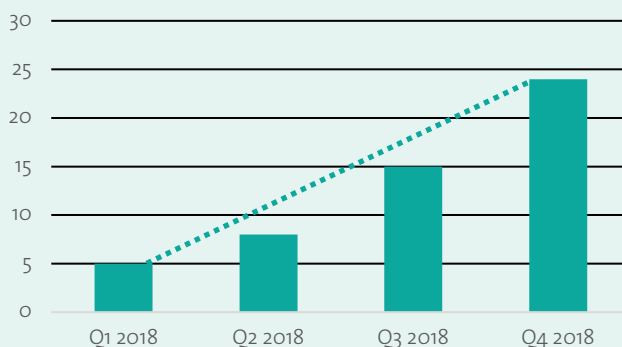
Antal depositioner fortsatte att öka till rekordnivåer under kvartalet. Den största ökningen stod varumärket MoboCasino för.

SNITT DEPOSITION (SEK)



Snitt deposition per spelare ökade något jämfört med föregående kvartal och fortsätter att öka jämfört med tidigare perioder.

MARKETING I % AV SPELÖVERSKOTT



I oktober och november gjorde bolaget marknadsföringsinvesteringar som utifrån spelarhistorik beräknas ha en ROI på mellan 3-6 månader. Detta är för branschen en låg återbetalningstid vilket visar bolagets styrka i marknadsinvesteringar. EBIT-marginalen för bolaget är till stor del direkt kopplad till hur stora marknadsinvesteringar bolaget gör månad för månad.

NYCKELTAL AHAWORLD

Belopp i kronor	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018
Spelarinsättningar	8,847,079	10,869,979	15,737,190	16,645,251
Spelöverskott	3,608,353	4,033,730	5,402,861	4,981,320
NDC	2,609	2,297	3,054	2,718
Antal depositioner	37,471	41,759	41,960	43,790
Snitt deposition	236	260	375	380
Conversion rate	58 %	54 %	62 %	55 %
Marketing i % av spelöverskott	5 %	8 %	15 %	23 %

KORT OM BOLAGET

ahaWorld AB är moderbolaget i koncernen, Bolaget grundades i slutet av 2007 och investerar inom internet-baserat spel. Kärninvesteringarna är MoboCasino.com, SwedenCasino.com och ahaBingo.com som levererar den bästa spelunderhållningen på nätet i en unik paketering, aha-upplevelsen. Spela casino, slots och bingo med en aha-upplevelse. ahaWorlds affärsidé är att via sina dotterbolag bedriva internet-baserat spel, och investera i nätbaserade spelföretag som har en lönsamhetspotential och skapa ett långsiktigt aktieägarvärde. Koncernens operatörer drivs av Malta-baserade Aha Limited och dess dotterbolag med licens från Spelinspektionen i Sverige, Malta Gaming Authority (MGA) och Curaçao eGaming. Aha World AB är noterat på Spotlight Stock Market sedan juni 2014.

VARUMÄRKEN

MOBOCASINO

MoboCasino är en förstklassig responsiv produkt som vi byggt för att tilltala storspelare. Vi tänker och andas mobilt och idag använder 75 % av våra MoboCasino-spelare mobilen som förstahandsval när de spelar hos oss. Det är ett no account-casino utan utdragen registreringsprocess. Det går snabbt att sätta in, spela och ta ut sina pengar. Det är ett smidigt casino som passar den mest kräsne spelaren. Vi använder oss av Trustlys pay and play-lösning som är den starkaste aktören på marknaden och vi finns tillgängliga i Sverige, Finland och Tyskland med denna lösning. Vårt casinoteam är på tårna och ser till att spelkatalogen utökas med releaser veckovis. MoboCasino har ett unikt lojalitetsprogram som delar ut upp till 12 % cashback veckovis till lojala spelare.

SWEDENCASINO

SwedenCasino förvärvades 2015. Varumärket är etablerat på flera affiliate-sidor och har fokuserat på den svenska marknaden och haft svenska som enda språkval. Under Q4 2018 utvecklades design, koncept och marknadsfokus för varumärket. Resultatet av den kreativa processen ser vi idag. Vi har tagit namnet SwedenCasino och konceptualiserat casinot genom att ta svenskheten i namnet hela vägen. SwedenCasino betonar det typiskt svenska, alltid med glimten i ögat, humor och fantasi. Och just där hittar vi en ton och ett uttryck som tilltalar många. Vi säger att Sverige är så mycket mer än kända atleter, fika och "dancing queens". Vi menar att Sverige också förknippas med fridfullhet, kvalitet och välstånd. De egenskaperna kapslar vi in på SwedenCasino och kryddar med allsköns myter om ärtsoppa på torsdagar, varför vi har lillördag på onsdagar och äter tacos på fredagar.

AHABINGO

Bolagets bingooperatör som har varit verksam sedan maj 2008. Idag är ahabingo.com ett av de ledande bingon på internet och inom mobil-bingo. Operatörens unika koncept med ett stort urval av kända bingoutoppare, ett lojalitetsprogram (ahaVIP) och de sociala community-funktionerna är mycket uppskattade och har lyckats etablera en stark position på den svenska bingo-marknaden. Med kändisar som Maria Montazami, Per Morberg, Arge Snickaren, Christer Sjögren och många fler har ahaBingo lyckats skapa tillit, förtroende och en lokal känsla med sitt varumärke vilket är mycket viktigt inom online bingo.

IR

ahaWorld AB (publ) listas sedan den 25 juni 2014 på handelsplattformen Spotlight Stock Market i Stockholm. Spotlight Stock Market är en alternativ marknadsplats för mindre tillväxt- och entreprenörsledda företag och handlas på samma sätt som aktier på NASDAQ OMX och övriga Norex. För att se samtliga nyheter, rapporter och övrig information samt följa aktien, besök www.spotlightstockmarket.com.

FINANSIELL INFORMATION

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT

Belopp i tkr	2018-10-01 - 2018-12-31	2017-10-01 - 2017-12-31	2018-01-01 - 2018-12-31	2017-01-01 - 2017-12-31
Nettoomsättning	4,981	3,588	18,026	14,487
Övriga intäkter	0	130	1	130
Aktiverat arbete för egen räkning	1,533	2,914	6,642	7,518
Summa intäkter	6,514	6,632	24,669	22,135
Övriga externa kostnader	-6,643	-5,737	-22,143	-20,330
Personalkostnader	-2,496	-2,060	-10,324	-7,647
Rörelseresultat före avskrivningar	-2,625	-1,165	-7,798	-5,842
Avskrivningar	-1,128	-978	-4,367	-2,731
Nedskrivningar	-7,677		-7,677	
Rörelseresultat	-11,430	-2,143	-19,842	-8,573
Finanskostnader/intäkter	0	0	-270	-6
Valutakursförändringar*	-366	875	1,897	875
Resultat före skatt	-11,796	-1,268	-18,215	-7,704
Skatt	-10	-8	-10	-51
Periodens resultat	-11,806	-1,276	-18,225	-7,755
Resultat per aktie	-0.28	-0.07	-0.43	-0.44
Antal aktier	42,780,074	17,578,089	42,780,074	17,578,089
EBITDA	-2,625	-1,165	-7,798	-5,842
EBIT	-11,430	-2,143	-19,842	-8,573
Periodens resultat	-11,806	-1,276	-18,225	-7,755

* Valutakursförändringar härrör sig till valutaeffekter på koncerninterna lån och är inte kassaflödespåverkande.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FINANSIELL STÄLLNING

Belopp i tkr	2018-12-31	2017-12-31
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar		
Balanserade utvecklingsutgifter	4,376	9,180
Goodwill	0	61
Licenser	506	149
Summa immateriella anläggningstillgångar	4,882	9,390
Materiella anläggningstillgångar		
Inventarier, verktyg och installationer	120	120
Summa inventarier	120	120
Summa anläggningstillgångar	5,002	9,510
Omsättningstillgångar		
Kundfordringar		91
Övriga fordringar	652	1281
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	140	63
Summa omsättningstillgångar	792	1,435
Kassa och bank	3,022	3,232
SUMMA TILLGÅNGAR	8,816	14,177
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Aktiekapital	4,756	1,954
Övrigt tillskjutet kapital	18,164	15,786
Periodens resultat	-18,225	-7,755
Summa eget kapital	4,695	9,985
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	1,654	1,599
Övriga kortfristiga skulder	717	561
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	1,750	2,032
Summa kortfristiga skulder	4,121	4,192
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	8,816	14,177

KONCERNENS RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDE

Belopp i tkr	2018-01-01 - 2018-12-31	2017-01-01 - 2017-12-31
Kassaflöde från den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster	-18,125	-7,704
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	10,093	1,637
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-8,122	-6,067
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Förändring av kortfristiga fordringar	643	-864
Förändring av kortfristiga skulder	-70	1,012
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-7,549	-5,919
Investeringsverksamheten		
Investering i immateriella tillgångar	-7,028	-7,699
Investering i materiella tillgångar	-43	-38
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-7,071	-7,737
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	14,364	12,421
Upptagna lån	4,970	0
Amortering	-4,970	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	14,364	12,421
Periodens kassaflöde	-256	-1,235
Förändringar av likvida medel		
Likvida medel vid periodens början	3,232	4,430
Kursdifferens i likvida medel	46	37
Likvida medel vid periodens slut	3,022	3,232

NYCKELTAL KONCERNEN

	2018-01-01 - 2018-12-31	2017-01-01 - 2017-12-31
Rörelsemarginal	-175 %	-32 %
Soliditet	53.26	70.43
Räntabilitet på eget kapital	-251.46 %	-12.78 %
Resultat per aktie, kronor	-0.426	-0.441
Eget kapital per aktie, kronor	0.11	0.57
Antal aktier vid periodens ingång	17,578,089	12,555,778
Antal aktier vid periodens utgång	42,780,074	17,578,089
Genomsnittligt antal aktier under perioden	30,179,082	15,066,934

Definitioner nyckeltal

Rörelsemarginal

Rörelseresultat i procent av omsättning

Soliditet

Eget kapital i procent av balansomslutningen

Räntabilitet på eget kapital

Resultat efter skatt dividerat med eget kapital

Resultat per aktie, kronor

Resultat efter skatt dividerat med antal aktier

Eget kapital per aktie, kronor

Eget kapital dividerat med antal utestående aktier

REDOVISNINGSPRINCIPER

De finansiella rapporterna i denna delårsrapport har upprättats enligt ÅRL. De finansiella rapporterna är presenterade i KSEK. Siffrorna inom parantes visar samma period föregående år.

EGET KAPITAL

Eget kapital i koncernen uppgick vid periodens slut till 4,695 KSEK (9,985).

LIKVIDA MEDEL

Likvida medel uppgick vid slutet av perioden till 3,022 KSEK (3,232). Likvida medel definieras som bankmedel och bankmedel på väg från betalningsleverantörer, för ännu ej avräknade kundinbetalningar.

KUNDKONTON

Kundkonton uppgick till totalt 468 KSEK (361). Dessa belopp begränsar nyttjandet av bolagets likvida medel som en följd av den maltesiska spelmyndighetens (MGA) regler.

DEFINITIONER

SPELÖVERSKOTT

De totala spelintäkterna från kunderna för samtliga spel minus all vinst utbetald till spelare, avsatt bonus och bidrag till jackpott, definieras; Net gaming revenue Bingo = Bets - Wins - Bonus | Net gaming revenue Casino = Bets - Wins - Bonus - Jackpott contribution.

SPELINSÄTTNINGAR

Alla pengar som är insatta av kunder.

AFFILIATE

Marknadsföringspartner som driver spel-intresserad trafik/kunder till koncernens webbsidor. Oftast resultatbaserad ersättning.

BETS

Den totala omsättningen i alla spel. Det betyder att ökade bets volymer är en förutsättning för ökade intäkter.

FRAMTIDSUTSIKTER

Bolaget har beslutat att inte ge någon siffersatt prognos. Bolagets bedömning är att marknaden för nätspel fortsätter att växa och utvecklas starkt, både globalt och inom EU. ahaWorld gör även bedömningen att marknaden för mobilt spelande kommer att öka kraftigt.

RISK

Koncernen agerar i en rättslig miljö med juridiska och regulatoriska risker där enskilda länder och internationella organisationer fortlöpande utvecklar regler för verksamheten. I takt med att verksamheten regleras kommer koncernen att möta ökade krav på efterlevnad av regler, lagar och förordningar samt ökade skattekostnader. Koncernen övervakar situationen och justerar sitt erbjudande och sina marknader för att hantera denna risk. I enlighet med detta marknadsförs inte koncernens webbplatser i USA. Bolaget godtar heller inte spelare bosatta i USA och har installerat filter som blockerar eventuella försök att göra insättningar från USA.

GRANSKNING

Rapporten är ej granskad av bolagets revisor.

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Rapport avseende Q1 2019 publiceras den 17:e maj 2019. Årsstämma för 2018 hålls den 16:e maj 2019 kl. 14:00 på utannonserad plats. Styrelsen avser inte att besluta om utdelning till aktieägarna. Årsredovisningen kommer att finnas tillgänglig på bolagets hemsida samt Spotlights hemsida tre veckor innan årsstämman.

AVLÄMNANDE AV DELÅRSRAPPORT

AHAWORLD AB (PUBL) – STYRELSEN

Staffan Lindgren, Styrelseordförande | Peter Bertilsson, Styrelseledamot | Joakim Dahl, Styrelseledamot | Özkan Ego, Styrelseledamot

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION

Erik Ahlberg, VD
erik.ahlberg@ahaworld.se
+46 (0) 725 03 35 35