

TOURN

TOURN INTERNATIONAL AB (PUBL)

KVARTALSRAPPORT TRE

Q3 2018

Q3

Finansiell översikt

Finansiell översikt juli-sept 2018

Totala intäkter uppgick till 14 (12) MSEK

Rörelseresultat, EBITDA uppgick till - 1 720 (78) TSEK

Rörelseresultat efter avskrivningar, EBIT uppgick till -1 995 (-31) TSEK

Rörelseresultat, justerad EBITDA uppgick till -811 TSEK

Periodens resultat uppgick till -1 894 (3) TSEK

Resultat per aktie uppgick till -0,23 (0)

Finansiell översikt jan-sept 2018

Totala intäkter uppgick till 39 (32,8) MSEK

Rörelseresultat, EBITDA uppgick till - 2 787 (315) TSEK

Rörelseresultat efter avskrivningar, EBIT uppgick till -3 318 (-14) TSEK

Rörelseresultat, justerad EBITDA uppgick till 478 TSEK

Periodens resultat uppgick till -3 255 (115) TSEK

Resultat per aktie uppgick till -0,39 (0,02)

Bolaget har per 2018-09-30 8 303 350 aktier.

Insynspersoner per 2018-09-30

Olle Söderberg, ordförande

Robin Stenman, VD & ledamot

Gustaf Kellner, ledamot

Björn Mannerqvist, ledamot

Michael Jacobson, ledamot

Kommande rapporter

Bokslutskommuniké 22/2

VD KOMMENTAR

Vi fortsätter att växa och antalet Tourn-anslutna influencers runt om i världen ökar i snabb takt. Det är en otroligt spännande period vi har framför oss då vi bryter mark i nya länder varje månad.

Tourn har formats till ett bolag som bygger sin affärsidé på att strukturera och hitta lösningar i den nya komplexa influencer-världen som tar form. Tourns tjänster syftar alltid till att förbättra förutsättningarna för influencers, så att de ges samma möjligheter som de stora mediahusen har i form av rapportering, sälj etc. Detta skapar en trygghet inte bara för influencers, utan även för annonsörer och konsumenter som influencers kommer i kontakt med.

Omsättningsökningen är lägre än vi förväntat oss, samtidigt som vi ser att vi skapar mer automatiserade intäkter på varje ny anslutna influencer runt om i världen. Idag ökar vi intäkter där vi minskar i personal och administration, allt går åt det mer automatiserade. Vi har gått ifrån att vara ett ungt bolag i en ny, växande och odefinierbar bransch, till att ta ett stadigt grepp med en satt strategi kring hur våra plattformar ska expandera världen över.

**Tourns youtube-plattform Nagatos tillväxttakt i antal visningar
jan-sept 2018**



Trenden om Influencers sprider sig snabbt över världen, däremot skiljer det sig ofta hur snabbt annonsörer adapterar till de nya annonseringsmöjligheterna. Detta har tidigare hindrat Tourn för att växa exponentiellt med sina plattformar. Tourn har därefter utvecklat en strategi för att växa exponentiellt och ta nya marknader runt om i världen. Strategin bygger att på snabbast möjliga sätt skapa intäkter till influencers som ansluter sig till Tourns plattformar. Tourn gör det primärt via sin plattform Nagato och via sitt samarbete med Youtube där vi endast behöver fokusera på att växa genom influencers och inte arbeta mot annonsörer, eftersom annonsörerna tillförs av Youtube. Tourn får då intäkter för varje visning som en ansluten youtuber genererar, utan att behöva vara i dialog med annonsörer.



Intäkten för genererad visning varierar stort beroende på var i världen visningen genereras. I Sverige betalar annonsörer ett högt pris för en annonsvisning i jämförelse med exempelvis Brasilien där siffran är cirka $\frac{1}{3}$. Idag genererar Tourns youtube-plattform cirka 600 000 kr per månad, för 100 miljoner visningar, där cirka 80% av visningarna är ifrån Sydamerika.

För att skapa så snabb och strukturerad tillväxt som möjligt bygger vår strategi att samarbeta med utvalda partners. Partners ansvarar för en region, land eller segment och arbetar med att öka tillförseln av nya youtubers in i plattformen. Detta gör att vår youtube-satsning i nuläget har cirka 50% månatlig tillväxttakt de senaste månaderna både sett till visningar och intäkter.

För att förtydliga och förenkla vår strategi har vi valt att dela upp det i tre olika faser, enligt nedan.

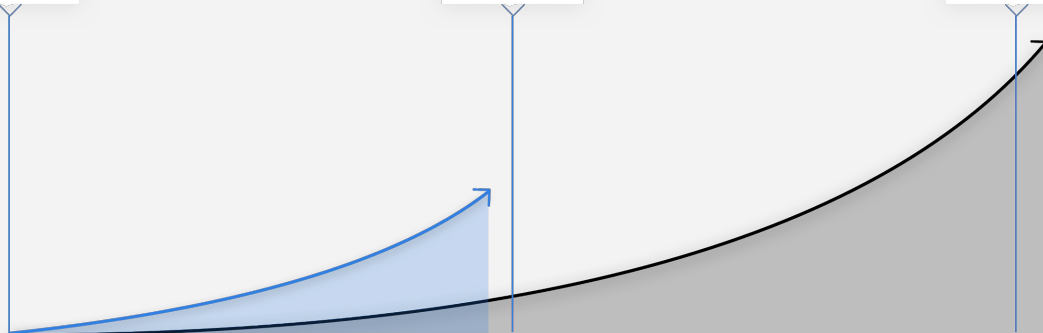
Fas per land/region

■ Sydamerica ■ Sverige

FAS 1

FAS 2

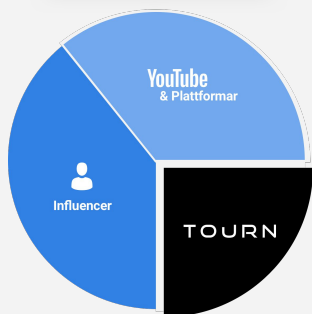
FAS 3



När partnern uppnått en viss nivå av räckvidd, utökar vi vår affär genom att koppla på ytterligare verktyg och börjar bland annat jobba direkt mot annonsörer. Detta gör att vi kan ta större del av annonskakan som allokeras till influencers. Detta fungerar även som en morot för våra partners, där det möjliggör stora intäktsfördelar om de bygger en bra växande grund och når sina mål.

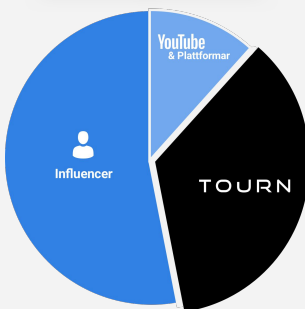
Tourn tar större del av annonskakan som allokeras till influencers för varje ny fas

FAS 1



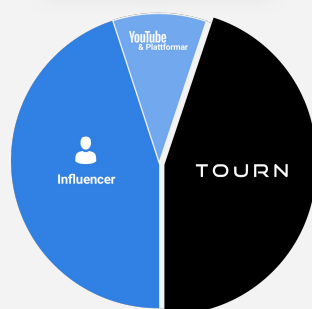
Fas 1 Intäkter:
Youtube

FAS 2



Fas 2 Intäkter:
Youtube
Instagram, twitch mfl

FAS 3



Fas 3 Intäkter
Youtube
Instagram, twitch
Agentur

Tourn i Sverige

Tourn har idag ett starkt grepp i Sverige och är en av de bolagen som växer snabbast och omsätter mest i branschen. Tourn jobbar med några av branschens starkaste influencers och största annonsörer. Intäktsökningen har inte varit lika höga som föregående års jämförelse. Anledningen är bland annat ökad konkurrens samt en stabilisering av marknaden. Vi förväntar oss att fortsätta växa under kvartal fyra och 2019 då allt mer annonspengar allokeras till vår bransch och vi fortsätter att ta marknadsandelar från våra konkurrenter.

HUBSO

Tourns dotterbolag HUBSO vars affärsidé är att skapa egna varumärken för influencers har börjat ta fart under kvartal tre och har genomfört en rad lanseringar som sträcker sig in på kvartal fyra. HUBSO förväntas redovisa växande intäkter de kommande 6 månaderna framöver. Synergierna med Tourns plattformar och HUBSO blir allt mer tydligare och viktigare där HUBSO ses som ett viktigt komplement när större influencers ansluter sig till Tourn.

Framtiden

Satsningen i Sydamerika har varit framgångsrik sett till våra förväntningar, vår partner kommer inom någon månad kliva in i det vi kallar fas två. Vilket kommer innebära ytterligare intäktsökning och även bättre marginal. Full fokus ligger nu på att utöka expansionen med samma upplägg som i Sydamerika för andra regioner. Vi har inlett diskussioner med motsvarande (potentiella) partners i Tyskland och England, samt inlett ett samarbete med flera esports-partners för att göra en riktad satsning. Får vi till samma partneruppsättning och momentum i dessa nya regioner som vi gjort i Sydamerika kommer det innebära en stor räckviddsökning men en ännu större intäktsökning. Länder som England, Tyskland och Sverige betalar i snitt 5x mer per annonsvisning än länder i Sydamerika. Vårt mål är att vara inne och växa i två länder; England och Tyskland eller motsvarande senast i Q1 2019. Det är en otroligt spännande period framöver med nya marknader och nya möjligheter.

Finansiellt

Intäkterna landade på 14 MSEK. Det är en liten ökning jämfört med förra året. Anledningen till att ökningen inte varit större trots stor framgång med vår expansion beror på att vår verksamhet i Sverige än idag motsvarar en stor del av våra intäkter. I Sverige har konkurrensen ökat samt marknaden stabiliserats. Kampanjbokningar i branschen är säsongsbetonad och kvartal tre är en relativt svag period i jämförelse med tidigare samt kommande kvartal fyra.

Justerad EBITDA

Vi hade ett negativt resultat för kvartalet. Som kommunicerat i föregående rapport så skulle kvartal tre tyngas av diverse engångskostnader som inte är relevanta för verksamheten, samt att bolaget har gjort en del större investeringar i expansionen för att lägga grund till hög en tillväxttakt. För att göra det tydligare har vi valt att införa justerad EBITDA i den finansiella översikten. I detta har vi dragit av kostnader som är jämförelsestörande av engångskaraktär, kostnader som inte rör den verksamheten vi bedriver idag och som inte kommer finnas med framöver. Sådana kostnader är bland annat juristkostnader i målet mot KO, administrativa kostnader kring emissionen, rest kostnader på avslutade tjänster. I bokslutskommunikén kommer dessa kostnader beskrivas mer i detalj.

Nagatos intäkter via Youtube börjar spela en allt större roll i bolagets redovisning. Vår förväntan är att den ska vara betydande inom en snart framtid. Som ovan förtydligat så erhåller vi intäkter från reklamfilm som sänds på youtube-kanaler, sålt via Youtubes annonssystem. Youtube erhåller cirka 45% av det totala annonsbeloppet innan resterande del sänds vidare till bolaget för att fördelas mellan Tourn och youtubern. Bolaget har valt att alltid redovisa intäkterna efter att youtube tagit sin del, för att ge en så rättvis bild av intäkterna som möjligt.

// VD, Robin Stenman

Redovisnings- och värderingsprinciper

KONCERNREDOVISNING

Redovisningsmetod K3-principen

Koncernredovisningen är upprättad enligt förvärvsmetoden. Koncernredovisningen omfattar moderföretaget samt dess dotterföretag. Med dotterföretag avses de företag i vilka moderföretaget, direkt eller indirekt, har ett bestämmande inflytande.

Utöver vad som framgår om bokslutsdispositioner och obeskattade reserver så överensstämmer samtliga i koncernredovisningen tillämpade redovisnings- och värderingsprinciper med de som beskrivs och tillämpas av moderföretaget. Moderföretag för hela koncernen är Tourn International AB (publ) (org.nr. 556800-7461) med säte i Stockholm.

Följande avskrivningstider tillämpas:

Immateriella anläggningstillgångar

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten samt liknande arbeten	5år
---	-----

Goodwill	5år
----------	-----

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisor.

Denna information är sådan information som Tourn International AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 9 november 2018.

**Koncernens
resultaträkning**

	2018-07-01 2018-09-30	2017-07-01 2017-09-30	2018-01-01 2018-09-30	2017-01-01 2017-09-30	2017-01-01 -2017-12-31
<i>Rörelsens intäkter</i>					
Nettoomsättning	12 785 201	11 956 173	35 634 734	32 738 116	48 020 010
Aktiverat arbete för egen räkning	1 087 150	0	3 231 869	0	290 655
Övriga rörelseintäkter	87 178	69 514	222 441	138 808	1 165 022
	13 959 529	12 025 687	39 089 044	32 876 924	49 475 687
<i>Rörelsens kostnader</i>					
Inköp tjänster	-9 530 626	-6 827 099	-21 328 325	-16 302 108	-25 269 718
Övriga externa kostnader	-1 762 168	-1 409 854	-5 524 193	-3 865 061	-6 302 162
Personalkostnader	-4 387 071	-3 709 983	-15 023 999	-12 394 359	-18 067 165
Avskrivningar av inventarier och goodwill	-274 914	-109 964	-531 230	-329 892	-447 212
	-15 954 779	-12 056 900	-42 407 747	-32 891 420	-50 086 257
Rörelseresultat	-1 995 250	-31 213	-3 318 703	-14 496	-610 570
<i>Resultat från finansiella investeringar</i>					
Resultat från andelar i koncernföretag	0	0	-18 000	0	0
Ränteeintäkter och liknande resultatposter	671	6 939	6 768	8 383	11 499
Räntekostnader och liknande resultatposter	-17 178	-27 239	-128 524	-28 008	-51 032
	-16 507	-20 300	-139 756	-19 625	-39 533
Resultat efter finansiella poster	-2 011 757	-51 513	-3 458 459	-34 121	-650 103
Förändring uppskjuten skatt	24 192	24 192	72 576	72 576	96 768
Minoritetsintresse	92 666	30 450	130 511	76 780	70 571
Periodens resultat	-1 894 899	3 129	-3 255 372	115 235	-482 764
Resultat per aktie	-0,23	0,00	-0,39	0,02	-0,07

Koncernens balansräkning

	2018-09-30	2017-09-30	2017-12-31
TILLGÅNGAR			
<i>Anläggningstillgångar</i>			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för			
utvecklingsarbeten	5 077 331	1 123 356	1 296 692
	5 077 331	1 123 356	1 296 692
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Depositioner	508 000	0	508 000
	508 000	0	508 000
Summa anläggningstillgångar	5 585 331	1 123 356	1 804 692
<i>Omsättningstillgångar</i>			
<i>Varulager m.m.</i>			
Färdiga varor och handelsvaror	456 405	0	0
	456 405	0	0
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	13 521 801	13 946 347	14 203 337
Skattefordringar	32 879	23 615	48 322
Övriga fordringar	360 809	102 015	157 249
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	8 023 347	527 362	4 022 569
	21 938 836	14 599 339	18 431 477
<i>Kassa och bank</i>	2 769 447	906 719	1 491 123
Summa omsättningstillgångar	25 164 688	15 506 058	19 922 600
SUMMA TILLGÅNGAR	30 750 019	16 629 414	21 727 292

Koncernens balansräkning

2017-03-31 2018-09-30 2017-09-30 2017-12-31

EGET KAPITAL OCH SKULDER***Eget kapital***

Aktiekapital	830 335	728 000	728 000
Pågående nyemission	2 829 900	0	0
Fond för utvecklingskostnader	3 366 186	0	290 655
Övrigt tillskjutet kapital	23 695 324	13 580 334	13 580 334
Annat eget kapital inklusive årets resultat	-12 557 454	-5 273 085	-6 255 676
	18 164 291	9 035 249	8 343 313
Minoritetsintresse	-447 513	-77 821	-59 251
Summa eget kapital	17 716 778	8 957 428	8 284 062

Avsättningar

Uppskjuten skatteskuld	147 135	243 903	219 711
	147 135	243 903	219 711

Kortfristiga skulder

Checkräkningskredit	2 129 008	0	1 599 357
Leverantörsskulder	5 966 016	4 221 466	5 010 675
Övriga skulder	2 373 314	1 618 980	1 332 713
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 417 768	1 587 637	5 280 774
	12 886 106	7 428 083	13 223 519

SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER

30 750 019 16 629 414 21 727 292

**TOURN
INTERNATIONAL AB**

(PUBL)

Kvartalsrapport Q3 2018

Stureplan 2
114 35, Stockholm
SVERIGE