

WeAreQiiwi Interactive AB



DELÅRSRAPPORT
KVARTAL 3 - 2017



Tredje kvartalet 1 juli - 30 september 2017:

- Omsättning 2 167 TSEK (827 TSEK)
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) -978 TSEK (-158 TSEK)
- Rörelseresultat (EBIT) -1 015 TSEK (-158 TSEK)
- Resultat per aktie uppgick till -0,19 SEK (-0,04 SEK)

Nio månader 1 januari - 30 september 2017:

- Omsättning 6 137 TSEK (2 858 TSEK)
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) -1 151 TSEK (-1 403 TSEK)
- Rörelseresultat (EBIT) -1 157 TSEK (-1 405 TSEK)
- Resultat per aktie uppgick till -0,22 SEK (-0,35 SEK)

Väsentliga händelser under tredje kvartalet

- **Backpacker™:**
Norge: I mitten av augusti lanserades Backpacker™ i Norge och spelet uppvisar sedan dess förväntade nyckeltal med en stadigt växande spelarbas.

Mjuklanseringar/Soft-Launch: Backpacker™ lanserades i Kanada och Irland för att utöka den engelskspråkiga Soft-Launchen till fler länder. Speltiteln lanserades också i en Soft-Launch i Tyskland för att utvärdera och kvalitetssäkra det tyska språket.
- **Beslut om nyemission och notering på Aktietorget:**
Styrelsen tog i mitten av augusti ett beslut om att genomföra en nyemission i samband med en notering av Bolaget på Aktietorget.
- **Start av teckningsperiod inför notering på Aktietorget:**
Teckningsperiod i nyemissionen startades och löpte mellan 11 september – 2 oktober. Under denna period presenterades bolaget vid ett flertal tillfällen och Bolaget möttes av ett stort intresse.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- **Backpacker™ - global lansering:**
Den 12 oktober startades lanseringen av Backpacker™ globalt vilket innebär att speltiteln finns tillgängligt i samtliga världens länder för nedladdning. Språk som speltiteln för tillfället har stöd för är Engelska, Tyska, Svenska, Norska och Danska. Den globala lanseringen genomförs enligt plan tillsammans med publicisten MAG Interactive för att växa spelets användarbas.
- **Featured:**
Backpacker™ var mellan den 12 oktober – 19 oktober Featured av Apple och Google vilket innebär att speltiteln får en större exponering i spelbutikerna. På App Store var Backpacker™ Featured i kategorin "New Games We Love" i 28 länder, där USA, Storbritannien, Tyskland, Kanada, Sverige, Norge och Danmark var några av länderna. På Google Play var Backpacker™ Featured i kategorin "New and Updated Games" i 14 länder där Storbritannien, Tyskland, Australien, Sverige, Norge och Danmark var några av länderna.
- **Slutförande av teckningsperiod:**
Styrelsen tog i mitten av augusti ett beslut om att genomföra en spridningsemission i samband med noteringen av Bolaget på Aktietorget. Teckningsperioden för emissionen löpte mellan den 11 september – 2 oktober. Emissionen om 13 MSEK tecknades till 148 MSEK fördelat på cirka 2 350 konton, vilket motsvarar en täckningsgrad på knappt 1 140 procent. Detta innebär att bolaget tillförs ca 11,9 MSEK efter avdrag för noterings och emissionskostnader.
- **Notering av bolaget på Aktietorget 13 oktober:**
Den 13 oktober 2017, inleddes handeln i WeAreQiiwi Interactive ABs ("Qiiwi") aktie på Aktietorget. Aktien handlas under kortnamnet QIIWI och har ISIN-kod SE0010245373.



VD har ordet

Ett intensivt och spännande kvartal

Det tredje kvartalet 2017 har varit ett intensivt och spännande kvartal som präglats av ett fortsatt stort fokus på speltiteln Backpacker™. Vi har även genomfört en noteringsprocess vilket ledde till att vi den 13 oktober blev ett börsnoterat bolag på AktieTorget.

Under det tredje kvartalet landade intäkterna på 2 167 TSEK vilket är en ökning med över 160% jämfört med samma period föregående år. Intäkterna under det tredje kvartalet härleds till ca 95% från speltiteln Backpacker™ där framförallt lanseringen i Norge i mitten av augusti i paritet med fortsatta marknadsföringsinsatser i Sverige och Danmark varit bidragande orsaker till intäkterna. Perioden har även präglats av ett intensivt optimeringsarbete gällande Backpacker™ för att kunna gå vidare till att starta den globala lanseringen. Detta innebär t ex att speltiteln har uppdaterats för att förbättra nyckeltal som identifierats på specifika marknader.

BACKPACKER™ GLOBALT LANSERAT OCH FEATURED

Det är med tanke på nämnt optimeringsarbete kring Backpacker™ glädjande att vi den 12 oktober 2017 startade den globala lanseringen av speltiteln tillsammans med MAG Interactive. I samband med den globala lanseringen blev vi "Featured" av Apple och Google vilket innebär att speltiteln fick extra exponering och synlighet i butikerna. Detta bidrar till fler organiska nedladdningar då många letar efter nya spel på butikernas startsidor. Detta är första gången en speltitel från Qiiwi blir "Featured" av Apple och Google och vi ser detta som en stor kvalitetsstämpel. Det släpps ca 3000 spel varje vecka och Backpacker™ blev utvald som en av 20. Detta ökar även sannolikheten för att framtida speltitlar från Qiiwi får extra synlighet och uppmärksamhet av Apple och Google.



Att vi lyckats nå fram till att starta den globala lanseringen har inneburit ett rejält uppsving i antalet registrerade spelare och per den 6 november 2017 hade ca 736 000 spelare skapat ett konto i Backpacker™. Vi arbetar nu vidare tillsammans med MAG Interactive för att växa spelarbasen avsevärt större över tid. När den globala lanseringen nu har löpt ett antal veckor har vi fått ett bra analysunderlag för att ytterligare optimera speltiteln vilket skall bidra till att skapa högre lönsamhet på de nya marknaderna.

Desto mer data som samlas in från respektive marknad desto bättre analys och optimeringsarbete kan genomföras för att hitta den bästa tänkbara spelarpubliken för speltiteln och nå god lönsamhet. Värt att betona är att det krävs marknadsföringsinsatser för att driva in spelartrafik till speltiteln för att växa spelarbasen över tid vilket bidrar till att speltitlens omkostnader ökar. MAG ansvarar för marknadsföringsaktiviteter inom samarbetet och belastas också likviditetsmässigt för dessa aktiviteter. Detta innebär att redovisningsposten "Direkta kostnader, samarbetsavtal" ökar när t ex marknadsföringsaktiviteter genomförs för att växa spelarbasen eftersom alla kostnader kring speltiteln tas upp i bolagets redovisning. I denna redovisningspost inkluderas bland annat även plattformsavgifter till Apple och Google vilka är 30% per genomförd köp i speltiteln. Summeringen är att samtliga kostnader för speltiteln kostnadsförs och det överskott som speltiteln genererar delas sedan mellan bolagen.

MAG Interactive som är publicist för Backpacker™ har på senare tid förstärkt sin position inom frågesport via förvärvet av FEO Media som ger ut bland annat Quizkampen. På en global marknad har MAG nu över 10 miljoner aktiva spelare varje månad och sammanlagt har bolagets speltitlar blivit »

nedladdade mer än 200 miljoner gånger. Vi ser detta som något väldigt positivt i vårt samarbete med MAG då det öppnar upp fler möjligheter att genomföra lyckosamma "cross-promotions/korsbefruktningar" mot Backpacker på kritiska marknader vilket innebär att vi snabbare och mer kostnadseffektivt kan växa spelarbasen i Backpacker™ och attrahera likasinnad publik.

FLER SOCIALA FUNKTIONER

Parallellt med att växa spelarbasen för Backpacker™ arbetar vi ständigt med att förbättra funktioner i spelet vilket skall leda till att förhöja livstidsvärdet per spelare. Vi arbetar just nu med fler funktioner som vi förväntar oss kommer skapa ökad lönsamhet, ytterligare engagemang och fler organiska nedladdningar (icke-betalda) till spelet. Ett tydligt inslag i våra kommande uppdateringar kommer vara att vi vill få ett större socialt inslag i Backpacker™ vilket vi tror kan förhöja spelarupplevelsen och engagemanget från spelarbasen.

DEN FLYGANDE MATTAN 2

Gällande Den Flygande Mattan 2 arbetar vi fortfarande med tre distributörer för att nå ut till fler skolor. Spelet finns i både en skolverversion som är licensbaserad och en privatversion som går att köpa som betalapp. Vi har under perioden sålt ett antal klassordrar men vi behöver se en ökning av antal sålda licenser framöver för att göra affären lönsam. För att bygga upp en volymlicensaffär inom skolan krävs det tålmod och bearbetning av marknaden. Vi vet att vi har en väldigt bra produkt som gör skillnad i matematikundervisningen, nu handlar det om att fler skolor behöver få kännedom om produkten och hur den kan underlätta matematikundervisningen. Under fjärde kvartalet kommer vi påbörja marknadsföringsaktiviteter för privatversionen som kommer att rikta in sig mot föräldrar och lärare. Detta görs via

intressebolaget Alega & Qiiwi Learning AB som är ett bolag som ägs 50% av Qiiwi och 50% av Alega Software.

SPÄNNANDE FRAMTID

Det är en mycket spännande fas som vi nu befinner oss i. Att vi påbörjat den globala lanseringen av Backpacker™ innebär att en stor milstolpe har nåtts och ny typ av arbete för speltiteln har tagit sin fart för att växa spelarbasen på nya marknader och nå god lönsamhet i speltiteln.

Vi ser även goda möjligheter att kunna addera ytterligare intäktsströmmar till bolaget genom att skapa fler speltitlar inom genren "Ord och Hjärngympa". Inom denna genre har vi ett flertal idéer som vi vill förverkliga och under kvartal tre har vi arbetat med projektering för en av dessa idéer. Vårt mål är att under november starta utvecklingen av denna speltitel för att ha den redo att lanseras i en Soft-Launch/Mjuklansering under kvartal ett 2018. Utvecklingsperioden för denna typ av speltitlar är betydligt kortare jämfört med t ex Backpacker™. På detta sätt kan vi öka bolagets intäktsströmmar samtidigt som vi fortfarande kan hålla det fokus som krävs för Backpackers vidareutveckling. Med den kunskap och erfarenhet vi skapat via Backpacker-projektet tror vi oss kunna nå stor framgång med de spelidéer vi har och som nu kan förverkligas med tanke på att noteringen är genomförd. Att noteringsprocessen är färdig innebär också att fler resurser kan fokusera på vår kärnverksamhet.

Jag vill passa på att hälsa alla nya aktieägare hjärtligt välkomna till WeAreQiiwi Interactive AB!

Erik Dale Rundberg
VD för WeAreQiiwi Interactive AB



RESULTATRÄKNINGAR

Alla belopp i tusentals kronor

	Tredje kvartalet		9 månader	
	2017	2016	2017	2016
Rörelsens intäkter				
Omsättning	154	827	3 148	2 858
Omsättning från samarbetsavtal	2 007	-	2 983	-
Aktiverat arbete (personal)	6	-	6	-
	2 167	827	6 137	2 858
Rörelsens kostnader				
Direkta kostnader	-35	-170	-818	-567
Direkta kostnader, samarbetsavtal	-1 831	-	-2 483	-
Övriga externa kostnader	-358	-168	-1 401	-1764
Personalkostnader	-917	-647	-2 531	-1 930
Avskrivningar	-41	-	-55	-
	-3 182	-985	-7 288	-4 261
Rörelseresultat	-1 015	-158	-1 151	-1 403
Finansiella poster	-4	-1	-6	-2
	-4	-1	-6	-2
Resultat efter finansiella poster	-1 019	-159	-1 157	-1 405
Skatt på årets resultat			-	-
Årets resultat	-1 019	-159	-1 157	-1 405

BALANSRÄKNING - TILLGÅNGAR

Alla belopp i tusentals kronor

	2017-09-30	2016-09-30	2016-12-31
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter	581	-	-
Balanserade utgifter för utv.	6	-	-
Programvaror, varumärken	7	57	28
Summa immateriella anläggningstillgångar	594	57	28
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i intresseföretag	400	225	325
Summa finansiella anläggningstillgångar	400	225	325
Summa anläggningstillgångar	994	282	353
Omsättningstillgångar			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	405	264	325
Skattefordringar	31	32	17
Övriga fordringar	164	92	42
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	49	-	49
Summa kortfristiga fordringar	649	388	434
Kassa och bank	2 168	4 540	3 991
Summa omsättningstillgångar	2 817	4 928	4 425
SUMMA TILLGÅNGAR	3 811	5 210	4 779

BALANSRÄKNING - EGET KAPITAL OCH SKULDER

Alla belopp i tusentals kronor

	2017-09-30	2016-09-30	2016-12-31
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	532	532	532
Fond för utvecklingsutgifter	6	-	-
Summa bundet eget kapital	538	532	532
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond	10 346	10 339	10 346
Emissionskostnader	-132	-	-
Balanserat resultat	-6 633	-4 766	-4 766
Årets resultat	-1 157	-1 405	-1 861
Summa fritt eget kapital	2 424	4 168	3 719
Summa eget kapital	2 962	4 700	4 251
Kortfristiga skulder			
Förskott från kunder	-	81	-
Leverantörsskulder	294	71	54
Övriga skulder	241	107	90
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	314	251	383
Summa kortfristiga skulder	849	510	527
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	3 811	5 210	4 779

Finansiella kommentarer

INTÄKTER

För det tredje kvartalet, som avslutades den 30 september 2017 uppgick intäkterna till 2 167 TSEK, vilket kan jämföras med 827 TSEK för samma period föregående år. Periodens omsättning härrör främst från spelet Backpacker™. Bolagets intäkter består i huvudsak av köp som spelarna genomför i spelen (In-App Purchase) samt annonsintäkter. Intäkterna är för de presenterade perioderna huvudsakligen genererade på den nordiska marknaden.

I den rapporterade perioden ingår ingen försäljning till intressebolaget Alega & Qiiwi Learning AB. För samma period föregående år uppgick denna försäljning till 90 TSEK.

Bolaget har inför 2017 ändrat principen för intäktsredovisning från nettoredovisning till bruttoredovisning. En anledning därvid är att förfarandet är vanligt hos andra spelbolag på marknaden. Då all försäljning av Bolagets spel sker via mobila plattformar som App Store och Google Play bedömer Bolaget att dessa försäljningsintäkter ska redovisas brutto, det vill säga före avdrag. Det innebär således även att kostnaden för dessa plattformar läggs till som en kostnadspost under "Direkta kostnader". I jämförelsetalen för övriga perioder har redovisningen ändrats i enlighet med den förändrade principen för intäktsredovisning.

I Bolagets intäktsredovisning ingår även samtliga bruttointäkter som är hänförliga till spelet Backpacker™, för vilket MAG Interactive agerar som publicist. Samtliga kostnader hänförliga till projektet kostnadsförs.

För att ge en god översikt av publicistsamarbetets utveckling har Bolaget valt att särredovisa dessa intäkter och kostnader i resultaträkningen.

KOSTNADER

Bolagets kostnader utgörs främst av direkta kostnader som är hänförliga till plattformsavgifter till Apple och Google samt till kostnader som ryms inom samarbetet med MAG Interactive.

Totalt uppgick dessa kostnader under det tredje kvartalet till cirka 1 831 TSEK. Därutöver uppgick personalkostnader till cirka 917 TSEK och övriga kostnader till 358 TSEK. Bolaget har ett fortsatt rekryteringsbehov och personalkostnaderna förväntas öka under framför allt 2018.

Kostnader relaterade till bolagets notering uppgick för det tredje kvartalet till 82 TKR och för helåret uppgick dessa kostnader till totalt 134 TKR.

AVKASTNING PÅ EGET OCH TOTALT KAPITAL

Bolaget har under den rapporterade perioden inte genererat någon vinst och följaktligen är avkastningen på såväl eget som totalt kapital negativ.

IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Bolagets immateriella anläggningstillgångar utgörs främst av balanserade utgifter för externa lokaliseringsskostnader och uppgick till 594 TSEK vid periodens utgång. Bolaget har för räkenskapsåren 2014, 2015 och 2016 inte aktiverat några utvecklingskostnader utan kostnadsfört all utveckling löpande. Under den rapporterade perioden har aktivering av eget arbete skett om totalt 6 TSEK.

Anskaffningsvärdet för en internt upparbetad anläggningstillgång utgörs av samtliga direkt hänförliga utgifter (till exempel material och löner).

Immateriella anläggningstillgångar skrivs av linjärt över tillgångarnas bedömda nyttjandeperiod, vilken omprövas vid varje balansdag. Pågående projekt skrivs inte av utan nedskrivningsprövas årligen. Bolaget tillämpar en nyttjandeperiod för balanserade utgifter för utvecklingsarbeten på 24 månader.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR

Bolagets finansiella anläggningstillgångar uppgick till 400 TSEK per 30 september 2017. Dessa utgörs av aktiekapital och ägartillskott som lämnats till intressebolaget Alega & Qiiwi Learning AB. Det bör betonas att eventuella framtida genererade vinstmedel i intressebolaget kan bli föremål för utdelning, men endast vid samtycke från såväl Qiiwi som affärspartnern Alega Software AB.

AVSKRIVNINGAR

Under den rapporterade perioden har avskrivningar belastat resultatet om totalt 41 TSEK, vilket följer Bolagets aktiverings- och avskrivningsprinciper.

OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR

Bolagets omsättningstillgångar per 30 september 2017 uppgick till totalt 2 817 TSEK, varav likvida medel utgjorde 2 168 TSEK.



EGET KAPITAL

Bolagets eget kapital per 30 september 2017. uppgick till 2 962 TSEK, varav fritt eget kapital uppgick till 2 424 TSEK.

KORTFRISTIGA SKULDER

Bolagets kortfristiga skulder per 30 september 2017 uppgick till cirka 849 TSEK och utgjordes främst av leverantörsskulder och interimsskulder.

KASSAFLÖDE

Kassaflödesanalys lämnas i samband med Bolagets bokslutskommuniké.

SOLIDITET

Bolagets soliditet uppgick till 78% per 30 september 2017.

RESULTAT PER AKTIE

Resultat per aktie för den redovisade perioden uppgick till -0,19 SEK.

ANTAL UTESTÅENDE AKTIER

Antal utestående aktier var 5 324 000 st per 30 september 2017.

ÖVERSIKTLIG GRANSKNING AV REVISOR

Rapporten har inte varit föremål för granskning av Bolagets revisor.

NÄSTA RAPPORT

Bokslutskommuniké 20 februari 2018.



WeAreQiiwi Interactive AB

Stora Torget 3 E
441 30 Alingsås

Telefon: 0322-635 000
E-post: info@qiiwi.com
Hemsida: www.qiiwi.com