



Adventures for Everyone

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ FÖR RÄKENSKAPSÅRET 2018
KVARTAL 4 - 2018



Fjärde kvartalet 1 oktober - 31 december 2018:

- Omsättning 2 781 TSEK
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) -251 TSEK
- Resultat efter finansiella poster (Net result) -625 TSEK
- Resultat per aktie uppgick till -0,08 SEK

*På grund av koncernombildning under det tredje kvartalet 2018 saknas jämförelsetal för den rapporterade perioden på koncernnivå.

Tolv månader 1 januari - 31 december 2018:

- Omsättning TSEK 19 701 TSEK
- Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) -4 481 TSEK
- Resultat efter finansiella poster (Net result) -5 342 TSEK
- Resultat per aktie uppgick till SEK -0,65

*På grund av koncernombildning under det tredje kvartalet 2018 saknas jämförelsetal för den rapporterade perioden på koncernnivå.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret:

- **Facebook-versionen av Backpacker® Featured på Facebook Games.**

Den 24 Maj 2018 meddelade bolaget Facebook-versionen av mobilspelet Backpacker® blivi Featured på Facebooks sektion "Facebook Games". Detta innebär att spelet visades på utvalda platser i Facebooks spelbutik globalt under en begränsad period.

- **Förvärv av spelstudio MILLIPLAY**

Den 25 juni 2018 meddelade bolaget att man ingått avtal om förvärv av den utländska spelstudio Milliplay som är specialiserade på speltypen Match-3. Affären verkställdes genom förvärv av 100% av aktierna i det cypriotiska bolaget Milliplay Ltd via en apportemission. Milliplay är baserat på Cypern och grundades av den svenske IT-entreprenören Robert Olsson sommaren 2016.

- **Tillförs 1,9 MSEK efter 100% teckningsgrad i optionsprogrammet**

Den 31 juli 2018 meddelade Qiiwi utfallet i optionsprogrammet som infördes vid extra bolagsstämman den 20 maj 2016 som riktats mot ledande befattningshavare och anställda inom bolaget. Optionsprogrammet tecknades till 100% och innebar att bolaget tillfördes 1,9 MSEK. Det fulla nyttjandet av optionsprogrammet innebär att det emitteras ytterligare 400 000 aktier.

- **Avslutar publicistavtal kring Backpacker®**

Den 27 augusti 2018 meddelade bolaget att man avslutat publicistavtalet med MAG Interactive avseende speltiteln Backpacker®. MAG hade agerat publicist och ansvarat för marknadsföring av speltiteln vilket Qiiwi nu avser att ansvara för på egen hand. Bolaget ser detta som ett positivt steg och som följer bolagets vision om att ansvara för publicering av samtliga speltitlar i bolagets portfölj och således kontrollera hela bolagets affär.

- **Etablerar och presenterar "Övergripande strategi 2019 – 2021":**

Den 12 november 2018 offentliggjorde bolaget sin övergripande strategi och fokus över tidsperioden 2019 – 2021. VD Erik Dale Rundberg genomförde i samband med detta två presentationer av bolaget på Stora Aktiedagen i Göteborg 12 november 2018 och på Stora Aktiedagen i Stockholm den 26 november 2018. Presentationen av strategin finns att se på bolagets hemsida.

- **Inleder mjuklansering av speltiteln Wordington:**

Den 29 november 2018 meddelade bolaget att man inledde mjuklanseringen av sitt nya spel Wordington. Spelet väver in så kallade metagaming element i spelupplevelsen och erbjuder en unik och innovativ spelupplevelse inom Word genren. Spelet mjuklanseras till en början i Kanada och Sverige på plattformarna Android och iOS för att utvärdera nyckeltal från engelska och svenska spelare.

- **Match-3-spelet Magic Gifts 2 inleder mjuklansering:**

Den 5 december 2018 meddelade bolaget att man inleder mjuklanseringen av sitt nya Match-3-spel Magic Gifts 2. Spelet är det första som Qiiwi släpper inom kategorin Match-3 vilket bolaget haft ett stort fokus på sedan i förvärvet av Milliplay Ltd genomfördes. Magic Gifts 2 kommer inledningsvis att mjuklanseras i Cypern, Kanada, Indien och Sverige på plattformarna Android och iOS för att utvärdera nyckeltal.

- **Stor uppdatering av Backpacker® lanserad:**

Den 19 december 2018 meddelade bolaget att man lanserat en stor uppdatering av sitt mobilspel Backpacker®. Bolaget har arbetat med uppdatering de senaste månaderna och de förändringar som genomförts härleddes från användarfeedback och analys av spelets nyckeltal. Bolaget kommer nu att följa upp uppdateringsresultat, fortsätta optimera speltiteln samt lansera nytt innehåll i högre takt och intensifiera marknadsföringsinsatser för att växa spelets intäkter.

Väsentliga händelser efter räkenskapsåret utgång:

- **Utvecklar och publicerar Match-3-spel under världskända varumärket Hell's Kitchen:**

Den 31 januari 2019 meddelade bolaget att man ingått ett strategiskt samarbetsavtal med ITV Studios Global Entertainment ("ITVS GE") avseende att utveckla och agera publicist för ett Match-3-spel under det välkända internationella varumärket Hell's Kitchen. Realityserien Hell's Kitchen har lanserats i över 20 länder så som Australien, Bulgarien, Danmark, Frankrike, Ryssland, Storbritannien och USA. Den amerikanska versionen är såld över hela världen, den har hittills producerats i 18 säsonger på FOX och är ledd av den brittiska stjärnkocken Gordon Ramsey. På programmets YouTube-kanal har fans på ett år strömmat 250 miljoner minuters innehåll av sitt favoritprogram. Samarbetet markerar en oerhört spännande start för Qiiwi's nya verksamhetsområde "Branded Games".

Utsikter för räkenskapsåret 2019:

- **Stark tillväxtpotential inom nya affärsområdet "Branded Games":**

Bolaget spår en stark tillväxtpotential inom det nyetablerade affärsområdet "Branded Games" vilket innebär att bolaget söker samarbeten med stora välkända internationella varumärken som vill engagera sin publik ytterligare via mobilspel. Bolaget ser ett ökat intresse kring denna typen av samarbeten och ser god potential i att kunna växa dessa speltitlar kostnadseffektivt med hjälp av den virala och organiska påverkan ett globalt internationellt varumärke har. Bolaget spår att det framgent kommer bli än mer populärt med denna typen av samarbeten och att det är ett sätt att ytterligare skala upp bolagets intäktsströmmar samtidigt som risken sprids ut med att arbeta med välkända varumärken. Bolaget kommer i dessa samarbeten att ansvara för utveckling, publicering och marknadsföringsstrategier i nära samarbete med den aktuella samarbetspartnern.

- **Global lansering av speltiteln Wordington:**

Bolaget avser att under året inleda den globala lanseringen för speltiteln Wordington efter en hittills lyckad mjuklansering. Den globala lanseringen kommer primärt fokusera på Europa och Nordamerika. Bolaget kommer att uppdatera med mer information om speltiteln inom kort.

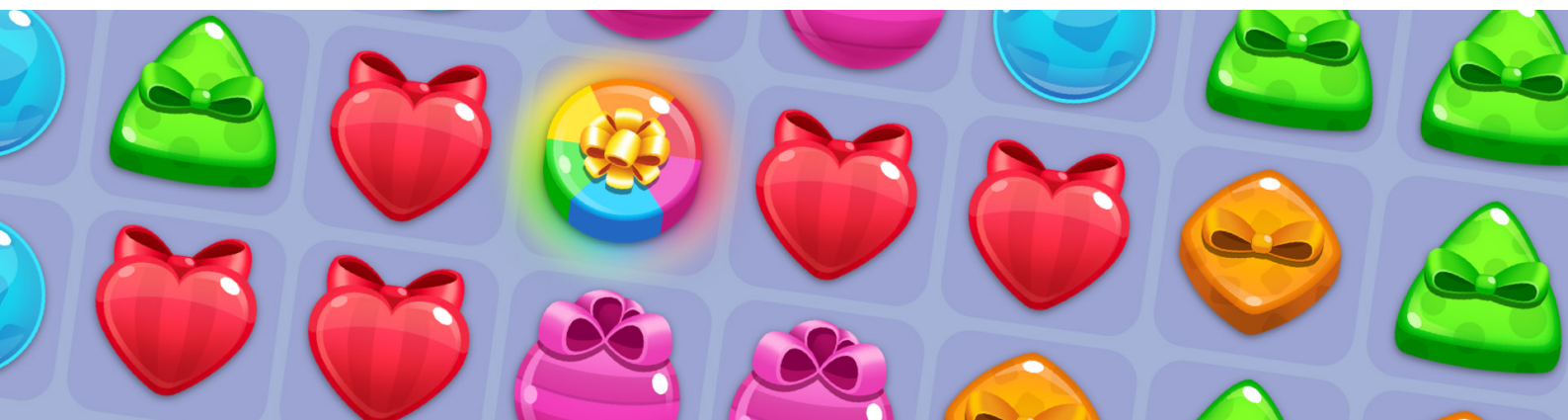
- **Optimering av speltiteln Backpacker® samt ökade marknadsföringsinsatser:**

Bolaget har de under det fjärde kvartalet 2018 och inledningen av 2019 fokuserat på att göra förbättringsåtgärder i speltiteln Backpacker® baserat på användarfeedback och mekanik. Bolaget förväntar sig kunna nå bättre avkastning på kritiska marknader så som USA och Tyskland i samband med marknadsföringsinsatser framgent under 2019. Bolaget kommer att skala upp marknadsföringsinsatser utifrån prestanda per marknad med fokus på snabb avkastning på spenderad marknadsföring.

- **Fokus på genomförande av Strategi 2019 – 2021:**

Bolaget kommer under 2019 fortsätta sitt fokus och arbeta utifrån den nyetablerade strategin "Strategi 2019 - 2021" som presenterats under november 2018. Målsättning är att fortsätta hålla ett stort fokus på att vidareutveckla bolaget primärt inom genrerna Trivia, Match-3 och Word/Puzzle och skapa speltitlar för personer som lever ett vardagligt liv, så kallade "Casual Gamers".

Bolaget kommer ha ett stort fokus på att lansera fler speltitlar under varumärket Backpacker® vilket bedöms leda till ett effektivt sätt att växa samtliga speltitlar under varumärket samtidigt som man kan återanvända mycket av den utveckling som bolaget arbetat med de senaste åren.





VD har ordet

Vi har skapat goda förutsättningar för ett lyckat 2019!

2018 får betraktas som ett väldigt lärorikt år för Qiiwi där vår bolagsplattform utvecklats mycket positivt i samband med förvärvet av Milliply Ltd som genomfördes i somras. Det är inspirerande att se hur vi utvecklas för varje dag som går utifrån de synergier som detta förvärv medfört. Detta innebär att vi inför 2019 står starkare än någonsin i vår kompetens och erfarenhet vilket ger oss än mer goda förutsättningar för att skapa lönsamma mobilspele i världsklass.

I sin helhet har 2018 inneburit ett stort fokus på speltiteln Backpacker®. Vår tilltro till den globala potentialen som finns i speltiteln är fortsatt stark och de optimeringsåtgärder som vi valt att genomföra den senaste perioden har varit klart motiverande. Detta innebär att vi framöver hoppas kunna nå en betydligt bättre avkastning på spenderat marknadsföringskapital på kritiska marknader.

I samband med optimeringsarbetet för speltiteln Backpacker® som startades vid ingången av Q4 2018 valde vi att till stor del pausa all marknadsföring för speltiteln vilket förklarar omsättningsminskningen jämfört med samma period föregående år då även den globala lanseringen för speltiteln inleddes och en avsevärd större investering i marknadsföring genomfördes.

I detta läge hade vi givetvis kunnat fortsätta att köpa trafik men för att få bästa möjliga utväxling av spenderat marknadsföringskapital valde vi att pausa och jobba mer med produkten. Backpacker® har hittills totalt genererat intäkter på över 23 miljoner kronor vilket visar att produkten är stark och vi bedömer att spelet ska kunna generera flera gånger mer intäkter i framtiden än vad vi hittills nått upp till.

Vi står nu i ett stadie där stora delar av optimeringsarbetet för speltiteln Backpacker® är genomfört och vi kommer framgent starta investeringar i marknadsföring för att skala upp spelarbasen och intäkter per marknad.

HELL'S KITCHEN – ENORMT BRA START PÅ AFFÄRSOMRÅDET "BRANDED GAMES"

När vi etablerade vår nya strategi för 2019 – 2021 innebar detta ett stort fokus på vårt nya affärsområde "Branded Games" vilket innebär att vi söker samarbeten med stora välkända internationella varumärken som vill engagera sin publik ytterligare via mobilspele.

Att redan nu kunna konstatera att vi ingått ett strategiskt samarbetsavtal med ITV Studios Global Entertainment avseende att utveckla och publicera ett Match-3-spel under det världskända internationella varumärket Hell's Kitchen är riktigt kul. Vi ser nu med optimism framemot utvecklingen av samarbetet med ITV som är ett av världens ledande internationella företag inom TV-distribution, hemunderhållning, utgivning, produktsamarbeten och licensiering där vi siktar mot en internationell lansering av Hell's Kitchen mot senare delen av året. Vår bedömning är att varumärket kommer driva mycket trafik på ett kostnadseffektivt sätt i samband med genomförda marknadsföringsaktiviteter.



Vi arbetar också aktivt med fler "Branded Games" möjligheter och samarbeten. Som vi tidigare påpekat ser vi detta som en mycket god strategi för att driva trafik på ett kostnadseffektivt sätt till vår spelportfölj än att bedriva traditionell marknadsföring vid användarförvärv.

WORDINGTON – MJUKLANSERING PÅGÅR MED MYCKET BRA RESULTAT

Under Q4 2018 startade vi mjuklanseringen för vår nya speltitel Wordington. Spelet väver in så kallade metagaming element i

» spelupplevelsen vilket bolaget valt att specialisera sig inom under 2018 och erbjuder en unik och innovativ spelupplevelse inom Word genren. Mjuklanseringen pågår för närvarande i Australien, Kanada och Sverige med hittills mycket goda resultat. Mjuklanseringen genomförs i olika stadier för analys av kritiska nyckeltal och hittills syns mycket höga värden kring ”retention/kvarhållning”. Detta innebär att vi framöver kommer fortsätta ha ett stort fokus på speltiteln och förbereda den inför en global lansering.

QIIWI GAMES PORTAL

Som vi kommunicerat arbetar vi med att integrera en ”Qiiwi Games Portal” i våra speltitlar vilket vi bedömer kommer öka sannolikheten för en lyckad korsmarknadsföring inom bolagets spelportfölj. Detta innebär att vi kommer kunna skapa ett högre plattformslevnadsvärde och göra att vi får ut maximalt av den trafik som tillfaller våra speltitlar. Vi kan på detta sätt även optimera marknadsföring mot de spel som presterar bäst rent användarförvärmässigt och sedan slussa dessa spelare vidare till andra speltitlar i vår spelportfölj.

Via portalen kommer våra kunder enkelt att kunna hitta andra speltitlar inom bolagets portfölj som de tycker är intressanta. I takt med att antalet speltitlar i bolagets portfölj kommer öka kraftigt de kommande åren ser bolaget detta som ett viktigt steg för att kunna få ut maximal avkastning per anskaffad spelare och ha en så hög återkommande nivå av kunder som möjligt.

VI BYGGER QIIWI LÅNGSIKTIGT

Under 2018 har vi tagit stora kliv som bolag och nått visionen om att ansvara för utveckling och publicering av samtliga speltitlar inom vår portfölj vilket bedöms ge den bästa långsiktiga avkastningen. Vi arbetar nu fokuserat enligt vår nyetablerade strategi vilket innebär att fortsätta utveckla vår spelportfölj med nya speltitlar under bland annat varumärket Backpacker® och även en VR/AR utvärdering under samma varumärke vilket känns väldigt spännande.

Med en stärkt bolagsplattform, ett optimerat Backpacker®, ett Wordington som uppvisar starka nyckeltal under mjuklansering och vår första speltitel inom ”Branded Games” under varumärket Hell’s Kitchen känns framtiden mer lovande än någonsin. Vi har skapat oss riktigt goda förutsättningar för ett lyckat 2019.

Erik Dale Rundberg
VD för WeAreQiiwi Interactive AB



Nyckeltalsredovisning för tredje kvartalet 2018

Periodens ARPDau/DAU/MAU/STICKINESS (Inom parantes redovisas föregående kvartals värde.)

ARPDau:

ARPDau för fjärde kvartalet 2018 var 0,64 SEK (1,00 SEK) vilket är en försämring jämfört mot det tredje kvartalet 2018. Detta kan förklaras med att bolaget under perioden inte haft några marknadsföringsaktiviteter på marknader som i regel har högre livstidsvärden per spelare jämfört mot tidigare kvartal på grund av optimeringen av speltiteln Backpacker®. När bolaget intensifierar marknadsföring och framgent lanserar flera speltitlar globalt under 2019 bedöms nyckeltalet påverkas positivt. (ARPDau är ett nyckeltal som symboliserar den genomsnittliga totala intäkten per daglig aktiv spelare. Detta värde redovisas innan avdrag för plattformskostnader och exkluderat moms.)

DAU:

Det genomsnittliga antalet DAU för tredje kvartalet 2018 var 35 236 st (52 788 st) vilket är en försämring jämfört mot det tredje kvartalet 2018. Detta kan förklaras med att bolaget under perioden inte haft några marknadsföringsaktiviteter på grund av optimeringen av speltiteln Backpacker®. Detta innebär ett mindre inflöde av nya spelare. När bolaget intensifierar marknadsföring och framgent lanserar flera speltitlar globalt under 2019 bedöms nyckeltalet påverkas positivt. (DAU är ett nyckeltal som symboliserar antalet dagliga unika spelare i bolagets spelportfölj.)

MAU:

Det genomsnittliga antalet MAU för fjärde kvartalet 2018 var 140 887 st (277 272 st) vilket är en försämring jämfört mot det tredje kvartalet 2018. Detta kan förklaras med att bolaget under perioden inte haft några marknadsföringsaktiviteter på grund av optimeringen av speltiteln Backpacker®. Detta innebär ett mindre inflöde av nya spelare. När bolaget intensifierar marknadsföring och framgent lanserar flera speltitlar globalt under 2019 bedöms nyckeltalet påverkas positivt. (MAU är ett nyckeltal som symboliserar antalet unika aktiva spelare under den senaste 30-dagarsperioden.)

STICKINESS:

Stickiness för fjärde kvartalet 2018 var 25,01% (19,04%) vilket är en förbättring jämfört med tredje kvartalet 2018. (DAU/MAU kvoten - ofta kallad Stickiness - indikerar att spelarna under fjärde kvartalet 2018 uppvisar en förbättrad aktivitet och lojalitet jämfört med tredje kvartalet 2018. Det förbättrade värdet kan förklaras genom optimeringar i speltiteln Backpacker® samt minskade marknadsföringsaktiviteter vilket innebär ett betydligt mindre inflöde av nya spelare men en bibehållen stabil aktivitet av befintliga spelare.)



RESULTATRÄKNINGAR FÖR KONCERN

Alla belopp i tusentals kronor

	Fjärde kvartalet		12 månader	
	2018	2017*	2018*	2017*
Rörelsens intäkter				
Omsättning	1 089	-	1 698	-
Omsättning från samarbetsavtal	1 038	-	16 283	-
Aktiverat arbete (personal)	654	-	1 720	-
	2 781	-	19 701	-
Rörelsens kostnader				
Direkta kostnader	-221	-	-351	-
Direkta kostnader, samarbetsavtal	-30	-	-15 673	-
Övriga externa kostnader	-1 080	-	-2 686	-
Personalkostnader	-1 701	-	-5 472	-
Avskrivningar	-354	-	-840	-
	-3 386	-	-25 021	-
Rörelseresultat	-605	-	-5 321	-
Finansiella poster	-19	-	-20	-
	-19	-	-20	-
Resultat efter finansiella poster	-624	-	-5 341	-
Skatt på årets resultat	-	-	-	-
Omräkningsdifferens	-1	-	-	-
Minoritetsandel av resultat	-	-	-1	-
Årets resultat	-625	-	-5 342	-

*På grund av koncernombildning under det tredje kvartalet 2018 saknas jämförelsetal för den rapporterade perioden på koncernnivå.



BALANSRÄKNING FÖR KONCERN

Alla belopp i tusentals kronor

	2018-12-31	2017-12-31*
Anläggningstillgångar		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		
Balanserade utgifter för utv.	2 085	-
Goodwill	4 528	-
Summa immateriella anläggningstillgångar	6 613	-
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>		
Övriga materiella anläggningstillgångar	19	-
Summa immateriella anläggningstillgångar	19	-
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>		
Andelar i intresseföretag	57	-
Summa finansiella anläggningstillgångar	57	-
Summa anläggningstillgångar	6 689	-
Omsättningstillgångar		
<i>Kortfristiga fordringar</i>		
Kundfordringar	460	-
Skattefordringar	20	-
Övriga fordringar	331	-
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	243	-
Summa kortfristiga fordringar	1 054	-
Kassa och bank	10 093	-
Summa omsättningstillgångar	11 147	-
SUMMA TILLGÅNGAR	17 836	-

*På grund av koncernombildning under det tredje kvartalet 2018 saknas jämförelsetal för den rapporterade perioden på koncernnivå.

BALANSRÄKNING - EGET KAPITAL OCH SKULDER - FÖR KONCERN

Alla belopp i tusentals kronor

	2018-12-31*	2017-12-31*
Eget kapital		
<i>Bundet eget kapital</i>		
Aktiekapital	823	-
Ej registrerat aktiekapital	-	-
Fond för utvecklingsutgifter	1 845	-
Summa bundet eget kapital	2 668	-
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	29 847	-
Balanserat resultat	-11 033	-
Omräkningsdiff på årets resultat	-4	-
Årets resultat	-5 342	-
Minoritetsintresse	-341	-
Summa fritt eget kapital	13 127	-
Summa eget kapital	15 795	-
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	1 444	-
Skatteskulder	171	-
Övriga skulder	204	-
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	222	-
Summa kortfristiga skulder	2 041	-
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	17 836	-

*På grund av koncernombildning under det tredje kvartalet 2018 saknas jämförelsetal för den rapporterade perioden på koncernnivå.



RESULTATRÄKNINGAR FÖR MODERBOLAGET

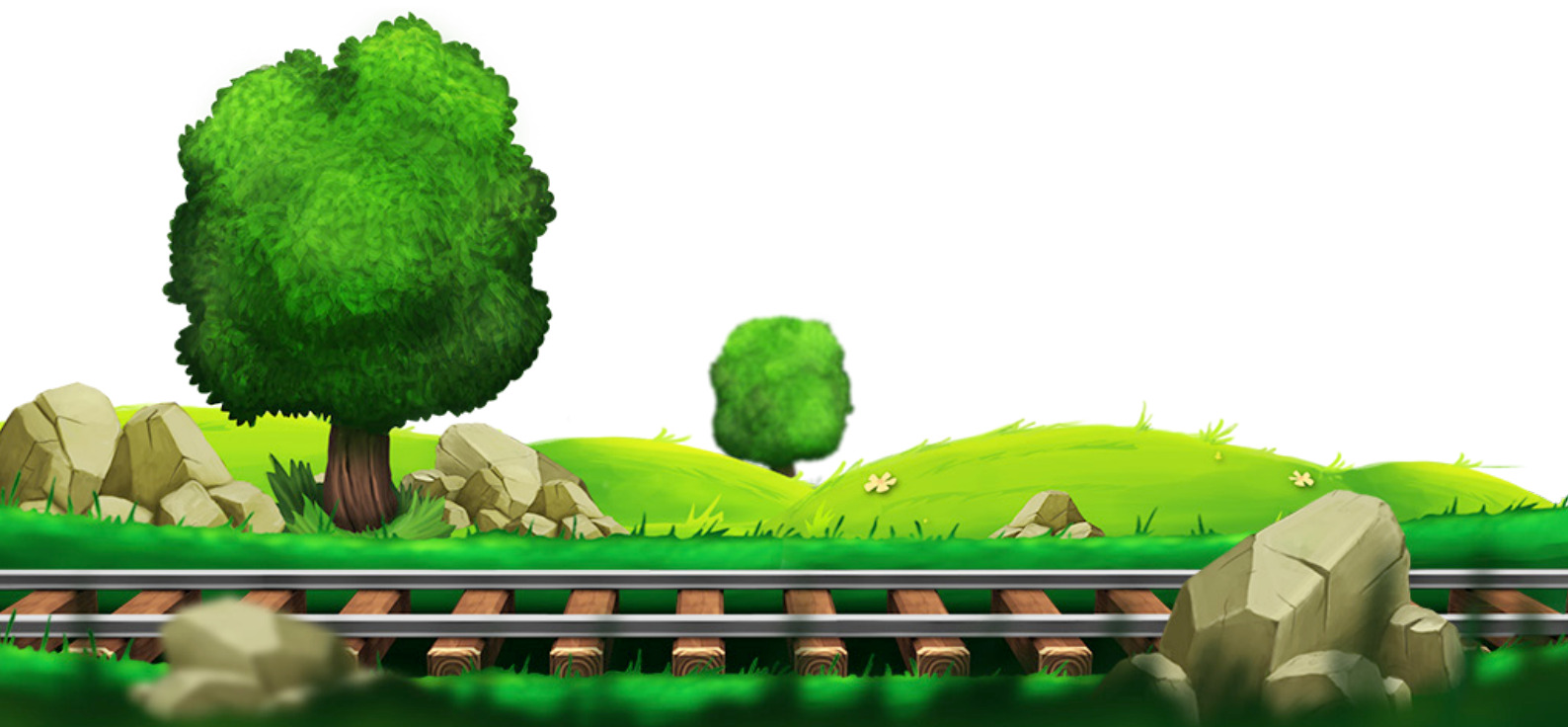
Alla belopp i tusentals kronor

	Fjärde kvartalet		12 månader	
	2018	2017	2018	2017
Rörelsens intäkter				
Omsättning	1 088	170	1 697	3 318
Omsättning från samarbetsavtal	1 038	3 507	16 283	6 490
Aktiverat arbete (personal)	334	116	1 082	123
	2 460	3 793	19 062	9 931
Rörelsens kostnader				
Direkta kostnader	-221	-27	-350	-845
Direkta kostnader, samarbetsavtal	-29	-3 914	-15 673	-6 397
Övriga externa kostnader	-1 546	-445	-3 101	-1 846
Personalkostnader	-1 260	-943	-4 657	-3 474
Avskrivningar	-85	-82	-337	-137
	-3 141	-5 411	-24 118	-12 699
Rörelseresultat	-681	-1 618	-5 056	-2 768
Finansiella poster	-19	1	-21	-6
	-19	1	-21	-6
Resultat efter finansiella poster	-700	-1 617	-5 077	-2 774
Skatt på årets resultat	-	-	-	-
Årets resultat	-700	-1 617	-5 077	-2 774

BALANSRÄKNING FÖR MODERBOLAG

Alla belopp i tusentals kronor

	2018-12-31	2017-12-31
Anläggningstillgångar		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		
Balanserade utgifter	240	577
Balanserade utgifter för utv.	1 205	123
Programvaror, varumärken	-	-
Summa immateriella anläggningstillgångar	1 445	700
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>		
Andelar i intresseföretag	400	400
Andelar i utl. dotterföretag	5 600	-
Summa finansiella anläggningstillgångar	6 000	400
Summa anläggningstillgångar	7 445	1 100
Omsättningstillgångar		
<i>Kortfristiga fordringar</i>		
Kundfordringar	459	97
Skattefordringar	20	17
Övriga fordringar	332	141
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	236	224
Summa kortfristiga fordringar	1 047	479
Kassa och bank	9 703	13 144
Summa omsättningstillgångar	10 750	13 623
SUMMA TILLGÅNGAR	18 195	14 723



BALANSRÄKNING - EGET KAPITAL OCH SKULDER - FÖR MODERBOLAG

Alla belopp i tusentals kronor

	2018-12-31	2017-12-31
Eget kapital		
<i>Bundet eget kapital</i>		
Aktiekapital	823	735
Ej registrerat aktiekapital	-	-
Fond för utvecklingsutgifter	1 205	123
Summa bundet eget kapital	2 028	858
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	29 847	23 135
Emissionskostnader	-	-720
Balanserat resultat	-10 605	-6 750
Årets resultat	-5 077	-2 774
Summa fritt eget kapital	14 165	12 891
Summa eget kapital	16 193	13 749
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	1 444	94
Skulder till koncernföretag	50	-
Övriga skulder	286	485
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	222	395
Summa kortfristiga skulder	2 002	974
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	18 195	14 723

KASSAFLÖDESANALYS FÖR MODERBOLAGET

Alla belopp i tusentals kronor

	2018-12-31	2017-12-31*
Den löpande verksamheten		
Rörelseresultat	-5 056	-2 767
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:</i>		
Avskrivningar enligt plan	337	137
Aktivering eget arbete	-1 082	-123
Finansiella intäkter	-21	9
Finansiella kostnader	-	-15
Betald inkomstskatt	-	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-5 822	-2 759
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Ökning (-) resp minskning (+) av rörelsefordringar	-568	-45
Ökning (-) resp minskning (+) av rörelseskulder	1 029	446
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-5 361	-2 358
Investeringsverksamheten		
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-	-686
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	-
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-	-75
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-	-761
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	1 920	12 992
Emissionskostnader	-	-720
Utdelning	-	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	1 920	12 272
Ökning/minskning av likvida medel	-3 441	9 153
Likvida medel vid årets början	13 144	3 991
Likvida medel vid årets slut	9 703	13 144

Finansiella kommentarer

KONCERNREDOVISNING

Med anledning av förvärvet av WeAreQiiwi International Ltd (tidigare MilliPlay Ltd), vilket Bolaget aviserade i juni 2018, så omfattar finansiella rapporter från och med Q3 2018 både koncern, dvs moderbolaget WeAreQiiwi Interactive AB samt dotterbolaget WeAreQiiwi International Ltd, och moderbolaget.

Detta innebär att det saknas jämförelsetal på de finansiella rapporterna gällande koncern. För att ge en god överblick kommer Bolaget framåt även i de finansiella kommentarerna redovisa koncern och moderbolag separat.

I koncernens rapporterade siffror för helåret 2018 är dotterbolaget, WeAreQiiwi International Ltd, medräknat från och med den 1a juli 2018.

Då dotterbolagets redovisningsvaluta är EUR har omräkning skett på aktuell växlingskurs vid balansdagen.

EBITDA

Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för koncernen var för den rapporterade perioden -251 TSEK (jämförelsetal saknas) och motsvarande siffra för helåret var -4 481 TSEK (-).

Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) för moderbolaget var för den rapporterade perioden -596 TSEK (-1 536 TSEK) och motsvarande siffra för helåret var -4 719 TSEK (-2 631 TSEK).

INTÄKTER

För det fjärde kvartalet, som avslutades den 31e december 2018 uppgick koncernens intäkter till 2 781 TSEK (jämförelsetal saknas). Totalt för 2018 uppgick koncernens intäkter till 19 701 TSEK. (-).

För moderbolaget uppgick intäkterna till 2 460 TSEK, vilket kan jämföras med 3 793 TSEK för samma period föregående år. För helåret var motsvarande siffra för moderbolaget 19 062 TSEK (9 931 TSEK)

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 europeiska och amerikanska marknaden.

All försäljning av Bolagets spel sker via mobila plattformar som App Store och Google Play. Bolaget redovisar dessa försäljningsintäkter brutto, det vill säga före avdrag. Det innebär även att kostnaden för

dessa plattformar läggs till som en kostnadspost under "Direkta kostnader". För den rapporterade perioden har slutreglering av ackumulerat underskott för samarbetsavtalet med MAG Interactive AB haft en positiv inverkan på posten för direkta kostnader, samarbetsavtal.

Bolaget har tidigare aviserat att publicistsamarbetet med MAG Interactive AB har avslutats för spelet Backpacker™. Men för att ge en god översikt av det avslutade publicistsamarbetets del av omsättning har Bolaget valt att särredovisa dessa intäkter och kostnader i resultaträkningen.

KOSTNADER

Det fjärde kvartalets kostnader för koncernen utgörs främst av direkta kostnader som är hänförliga till plattformsavgifter till Apple och Google samt personal och marknadsföringskostnader.

Totalt uppgick koncernens direkta kostnader under det fjärde kvartalet hänförliga till plattformsavgifter och det avslutade samarbetet med MAG Interactive AB till totalt 251 TSEK (-). Därutöver uppgick Koncernens personalkostnader till 1 701 TSEK (-) och övriga kostnader till 1 080 TSEK (-).

För moderbolaget uppgick direkta kostnader till totalt 250 TSEK (3 941 TSEK), personalkostnader till 1 260 TSEK (943 TSEK) och övriga kostnader till totalt 1 546 TSEK (445 TSEK) vid periodens utgång.

För den rapporterade perioden finns inga kostnader av engångskaraktär rapporterade.

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

Koncernens immateriella anläggningstillgångar utgörs av balanserade utgifter för externa lokaliseringkostnader och eget aktiverat arbete samt koncernmässig Goodwill.

Koncernens aktiverade arbete för egen räkning för den rapporterade perioden uppgick till 654 TSEK (-). Totalt uppgick koncernens immateriella anläggningstillgångar till 6 613 TSEK (-), varav Goodwill uppgick till totalt 4 528 TSEK (-) vid periodens utgång.

För moderbolaget uppgick aktiverade lokaliseringkostnader till totalt 240 TSEK (577 TSEK).



» Aktivering av eget arbete skett i moderbolaget med totalt 334 TSEK (116 TSEK). Totalt uppgick aktivering av eget arbete i moderbolaget till 1 205 TSEK (123 TSEK) vid periodens utgång.

Anskaffningsvärdet för en internt upparbetad anläggningstillgång utgörs av samtliga direkt hänförliga utgifter vilket för den rapporterade perioden helt är hänförligt till 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. För Goodwill är avskrivningen 60 månader.

För den rapporterade perioden har ingen aktivering av kostnader skett hänförligt till spelet Backpacker, utan endast hänförligt till ej lanserade titlar. För Backpacker har all utveckling konstadsförts direkt.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR

Koncernens finansiella anläggningstillgångar uppgick till 57 TSEK (-) vid periodens utgång.

Moderbolagets finansiella anläggningstillgångar uppgick till 6 000 TSEK (400 TSEK) vid periodens utgång. Posten utgörs av aktiekapital och ägartillskott som lämnats till intressebolaget Alega & Qiiwi Learning AB samt aktier i dotterbolaget WeAreQiiwi International Ltd.

Eventuella framtida genererade vinstmedel i intressebolaget kan bli föremål för utdelning, men endast vid samtycke från såväl Qiiwi som affärspartneren Alega Software AB.

AVSKRIVNINGAR

Koncernens avskrivningar för den rapporterade perioden uppgick till totalt 354 TSEK (-). Avskrivningar avser främst koncernmässig Goodwill.

Avskrivningar i moderbolaget uppgick till totalt 85 TSEK (82 TSEK)

Avskrivningar för utvecklingsutgifter följer Bolagets aktiverings- och avskrivningsprinciper medans Goodwill skrivs av över 5 år.

OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR

Koncernens omsättningstillgångar uppgick till totalt 11 147 TSEK (-) vid periodens utgång, varav likvida medel utgjorde 10 093 TSEK (-).

För moderbolaget uppgick omsättningstillgångarna till totalt 10

750 TSEK (13 623 TSEK), varav likvida medel utgjorde 9 703 TSEK (13 144 TSEK))

EGET KAPITAL

Koncernens egna kapital uppgick till 15 795 TSEK (-) vid periodens utgång.

För moderbolaget uppgick det egna kapitalet till 16 193 TSEK (13 749 TSEK) vid periodens utgång.

KORTFRISTIGA SKULDER

Koncernens kortfristiga skulder uppgick till 2 041 TSEK (-) vid periodens utgång och utgjordes främst av leverantörsskulder.

För moderbolaget var motsvarande siffra 2 002 TSEK (974 TSEK).

KASSAFLÖDE

Kassaflödet för helåret 2018 avseende moderbolaget uppgick till -3 441 TSEK. Detta redovisas separat i kassaflödesanalysen för moderbolaget. För koncern har ingen kassaflödesanalys upprättats då koncernförhållande först uppkom från den 1a juli 2018.

SOLIDITET

Koncernens soliditet uppgick till 89% vid periodens utgång.

För moderbolaget uppgick soliditeten till 89% vid periodens utgång.

RESULTAT PER AKTIE

Koncernens resultat per aktie för den redovisade perioden uppgick till -0,08 SEK (-). För helåret var motsvarande siffra -0,65 SEK (-).

För moderbolaget uppgick resultat per aktie till -0,08 SEK (-0,22 SEK) för den redovisade perioden. För helåret var motsvarande siffra -0,62 SEK (-0,38 SEK).

TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

De koncerninterna transaktionerna har i koncernredovisningen neutraliserats mellan moderbolaget och WeAreQiiwi International Ltd.

Moderbolaget har för den rapporterade perioden köpt tjänster från dotterbolaget WeAreQiiwi International Ltd för

Moderbolaget har på balansdagen en skuld till dotterbolaget på totalt 50 TSEK

Under den rapporterade perioden har ingen försäljning skett till intressebolaget Alega & Qiiwi Learning AB.



ANTAL UTESTÅENDE AKTIER

Antal utestående aktier var 8 234 852 stycken vid periodens utgång.

ÖVERSIKTLIG GRANSKNING AV REVISOR

Rapporten har inte varit föremål för granskning av Bolagets revisor.

FULLSTÄNDIG ÅRSREDOVISNING OCH KOMMANDE RAPPORTER

Den fullständiga årsredovisningen kommer finnas tillgänglig för nedladdning från Bolagets hemsida senaste fyra veckor innan Bolagets årsstämma.

FÖRSLAG TILL VINSTUTDELNING

Styrelsen kommer att föreslå årsstämman att ingen vinstutdelning skall lämnas för 2018.

NÄSTA RAPPORT

Bolagets rapport för det första kvartalet 2019 kommer att offentliggöras den 29 april 2019.

TID OCH PLATS FÖR ÅRSSTÄMMA

Årsstämma för Bolaget kommer att ske den 29 april klockan 13.00 i Alingsås.

För ytterligare information:

Erik Dale Rundberg
VD, WeAreQiiwi Interactive AB
Telefon: 0709-260 697
E-post: erik@qiiwi.com

Om WeAreQiiwi Interactive AB

Qiiwi är en utvecklare av spel till mobila plattformar som iOS och Android. Bolagets nuvarande verksamhet startade 2012 och bolaget har sitt säte i Alingsås. Qiiwi fokuserar på att utveckla mobilspele riktade mot "Casual Gamers" inom genrerna Trivia, Word och Match-3.





Adventures for Everyone

WeAreQiiwi Interactive AB

Stora Torget 3 E
441 30 Alingsås

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