

20181128



GOLD TOWN GAMES

Pressmeddelande:
Delårsrapport för perioden
1 januari till 30 september 2018

**GOLD TOWN GAMES AB
559000-7430**

TREDJE KVARTALET I SAMMANDRAG

- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick ackumulerat till -1,12 MSEK (-2,94 MSEK). Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till 0,21 MSEK (- 0,83 MSEK) under det tredje kvartalet.
- Resultat efter finansiella poster uppgick ackumulerat till -3,30 MSEK (- 2,96 MSEK). Resultat efter finansiella poster uppgick till -0,57 MSEK (- 0,84 MSEK) under det tredje kvartalet.
- Resultat per aktie uppgick till -0,27 SEK (-0,39 SEK) under delåret. Resultat per aktie uppgick till -0,04 SEK (-0,11 SEK) under det tredje kvartalet.
- Nettoomsättningen uppgick ackumulerat till 15,34 MSEK (0,31 MSEK). Nettoomsättningen uppgick till 4,28 MSEK (0,28 MSEK) under det tredje kvartalet.

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 23 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, CEO
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 DELÅRSRAPPORT

Det var med spänning och ödmjukhet Gold Town Games gick in i det tredje kvartalet. Det nya spelet World Football Manager (WFM) skulle inleda sin soft launch och World Hockey Manager (WHM) skulle för första gången genomgå hockeys lågsäsong, sommaren, då vintersporter över lag tappar i attraktionskraft men också att mobilspelandet generellt mattas tillfälligt. Vi stannade inte upp för det. Tvärtom!

Försäljning under det tredje kvartalet uppgick till 4,28 MSEK. En försäljning som motsvarade vår förväntan under rådande hockeydvala. Trots det har WHM fortsatt spelats om än i inte lika stor utsträckning. Denna blygsamma periodpaus hoppas vi med marginal fylla igen samma kvartal 2019 med satsningen på World Football Manager.

Med minskat intresse för hockey stiger också priserna per nedladdning hos framförallt Facebook men även övriga marknadskanaler. Trots avhållsam marknadsföring har 71 000 nya användare laddat ner spelet, varav 20 000 användare kommit via organisk trafik. Vår förhoppning är att den organiska trafiken ska fortsätta att växa, i och med att spelets underhållningsvärde och funktioner blir bättre, och med tiden utgöra en större del av den totala mängden nya användare. Under senhösten har vi rekryterat resurser för att öka effekten på vår nuvarande marknadsföringen men också inför den fortsatta lanseringen av WFM.

Gemensamt och glädjande med de 71 000 nya användarna är att de har ett markant högre Life Time Value (LTV). De spenderar i genomsnitt 30 procent mer i spelet än de användare som laddade ner spelet under de två inledande kvartalen. Vi har genomfört ett flertal förbättringar i spelet, som ökat stabiliteten, användarnas upplevelse och senaste tidens betyg på både Appstore och Google Play. Vi hoppas och tror att vårt fortsatta arbete med spelet och mer riktad marknadsföring är anledningen till det ökade LTV.

Ytterligare ser vi fortsatta tendenser på något ökade kostnader för marknadsföringen mot kvalitativa användare, att produktens fortsatt utvecklas och LTV därmed ökar blir därför väldigt viktigt för den framtida tillväxten.

World Football Manager lanserades under kvartalets slutskede i Sydafrika. Vi arbetar fortsatt på att optimera och testa spelets matchsekvens. Den ser vi som en nyckelfunktion för att WFM ska kunna konkurrera med existerande spel i allmänhet och vara det mest spelade i synnerhet inom genren på marknaden. Parallellt med matchsekvensen forstätter arbetet med att bygga klart majoriteten av de resterande delarna av WFM. Därefter väntar lansering på ytterligare en marknad för att mäta intjäningsförmåga och marknadskostnad.

En viktig skillnad mellan soft launch av WHM och WFM är att fotbollsspelet vid lansering kommer att vara minst lika utarbetat och stabilt som WHM är idag tack vara den kunskap vårt samlade team byggt upp.



För att anpassa organisationen efter att utveckla, producera och underhålla två produkter har vi delat stora delar av teamet i två, ett för vardera spel. Det gångna kvartalet har därmed inneburit organisatoriska förändringar med syfte att specialisera produktionen ytterligare. En förändring som vi redan idag kan se har gett goda resultat.

Under det fjärde kvartalet arbetar vi vidare med att stärka World Hockey Managers LTV och vi ser fram emot en spännande julhandel. Vi slår heller inte av takten för World Football Manager, tvärtom, och vi är mycket optimistiska inför den tid som kommer. Vi står inför flera intressanta uppslag och kommer göra vårt yttersta för stärka bolagets kännedom och erbjudande.

Vår spännande resa för att bli världsledande på mobila managerspel fortsätter ett steg i taget.



Pär Hultgren, VD
Gold Town Games AB



GOLD TOWN
GAMES

GOLD TOWN GAMES AB

Storgatan 53
931 30 Skellefteå

IR- & PRESSFRÅGOR:

Pär Hultgren, CEO
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