



MAG INTERACTIVE

# DELÅRSRAPPORT SEP—NOV 2022/23

---

## OM

### MAG INTERACTIVE AB [PUBL]

MAG INTERACTIVE ÄR EN LEDANDE MOBILSPELSUTVECKLARE SOM FOKUSERAR PÅ SOCIALA CASUALSPEL. MED PASSIONERADE, KREATIVA TEAM OCH EN DATADRIVEN AFFÄRSMODELL, LEVERERAR MAG SPELUPPLEVELSER I VÄRLDSKLASS TILL MILJONTALS SPELARE VÄRLDEN ÖVER. MAG ÄR EXPERTER PÅ ORDSPEL OCH TRIVIA, MED EN KATALOG AV SPEL SOM QUIZKAMPEN, WORDZEE, PRIMETIME, WORD BUBBLES, WORD MANSION, TILE MANSION, RUZZLE, WORD DOMINATION OCH WORDBRAIN, SOM TOTALT HAR LADDATS NED ÖVER 350 MILJONER GÅNGER. MAG HAR STUDIOS I STOCKHOLM OCH BRIGHTON OCH NOTERADES 2017 PÅ NASDAQ FIRST NORTH PREMIER GROWTH MARKET MED TICKERN MAGI. FÖR MER INFORMATION BESÖK [WWW.MAGINTERACTIVE.COM](http://WWW.MAGINTERACTIVE.COM)

## PERIODEN SEP TILL NOV 2022 I SAMMANDRAG

- Koncernens nettoomsättning för perioden var 97 327 TSEK (69 838 TSEK), vilket motsvarar en ökning med 39 % jämfört med samma period föregående år
- EBITDA för perioden var 3 TSEK (17 133 TSEK)
- Justerad EBITDA för perioden var 209 TSEK (16 343 TSEK) (periodens justering avser sociala avgifter för omvärdering av optionsprogram), se not 4
- Koncernens spelbidrag för perioden var 33 136 TSEK (47 819 TSEK), en minskning med 31 % jämfört med samma period föregående år, se not 5
- Genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) var för perioden 7,8 US cents (5,7 US cents), en ökning med 38 % jämfört med samma period föregående år
- Resultat per aktie under kvartalet var -0,42 SEK/aktie (0,14 SEK/aktie)
- Kostnader för user acquisition för perioden uppgick till 51 154 TSEK (14 541 TSEK)
- Dagligt och månatligt antal spelare (DAU och MAU) var 1,2 miljoner respektive 3,5 miljoner under kvartalet, en minskning med 19 % respektive 30 % jämfört med samma period föregående år

## VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER PERIODEN SEP 2022 TILL NOV 2022

- Inga väsentliga händelser har registrerats under kvartalet





MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET FORTSATTA BETYDANDE INVESTERINGAR I UA

2022/23

### Ännu ett kvartal med hög tillväxt leder till rekordintäkter

Vi inleder det finansiella året med en omsättningstillväxt på 39% jämfört med föregående år och når 97 MSEK under det första kvartalet. Detta är den högsta kvartalsomsättningen i bolagets historia och vi ser det som ett resultat av stabil utveckling av våra livespel i kombination med framgångsrika investeringar i User Acquisition (UA). Vi ser också positiva effekter från en stärkt USD relativt den svenska kronan jämfört med föregående år. Den genomsnittliga intäkten per dagligt aktiv användare (ARPDau) ökade med 38% jämfört med föregående år och når 7,8 US cent.

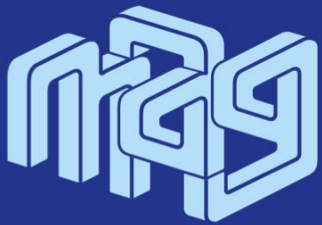
Lönsamheten i kvartalet påverkas negativt (EBITDA precis över nollstrecket) av betydande investeringar i UA. Dessa investeringar växte i Q1 till 51 MSEK och nådde därmed sin högsta nivå någonsin i ett enskilt kvartal. Majoriteten av UA-investeringarna skedde i Wordzee.

För att maximera möjligheter till uppskalning av UA har vi öppnat för 75% återbetalning av UA-kampanjer inom 180 dagar istället för vår normala kravbild på 100%. Detta är något vi tryggt kan göra eftersom vi har över tre års data kring spelarbeteende i Wordzee. Baserat på det kan vi erhålla en hög precision i våra långsiktiga prediktionsmodeller. Beslutet är baserat på målbilden att maximera den absoluta avkastningen över tid och vi är nöjda med utfallet under kvartalet. Som alltid är vi noggranna i styrningen mot sunda återbetalningstider och kompromissar aldrig med lönsamheten i våra UA-kampanjer.

Våra finansiella mål är att växa omsättningen betydligt snabbare än genomsnittet i branschen och att styra mot en EBIT-marginal om 20%. Våra möjligheter att uppnå målen är beroende av investeringar i UA såväl som av optimering av prestanda hos vår produktportfölj. Vi levererar på båda dessa parametrar under Q1 och jag är väldigt stolt över det arbete våra team gör på både produktsidan och inom marknadsföring av spelen.

Vi har växt vår omsättning relativt konsekvent under de senaste fyra åren. Under de senaste 13 kvartalen har vi visat tillväxt på årsbasis varje kvartal.

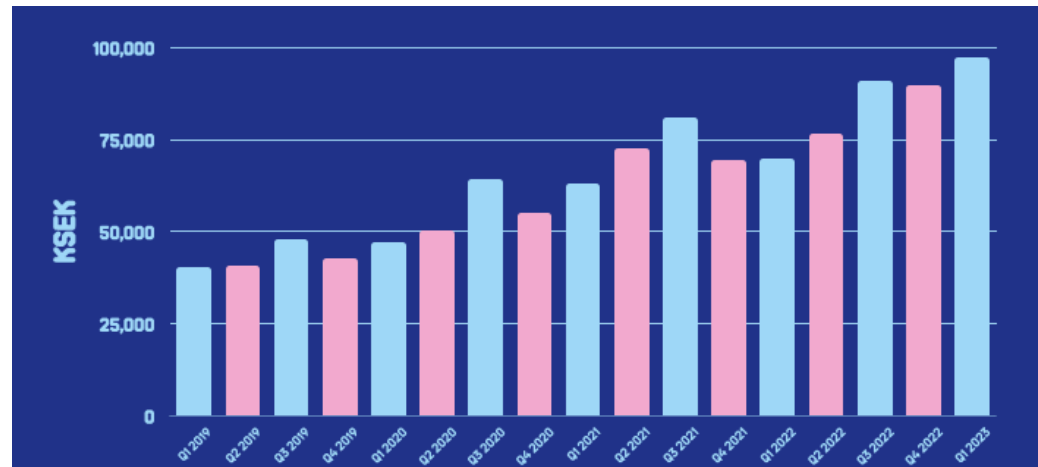




MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET FORTSÄTTA BETYDANDE INVESTERINGAR I UA

2022/23



Omsättning de senaste 17 kvartalen

### Growth-segmentet fortsätter att utvecklas väl

Wordzee fortsätter att slå våra förväntningar och levererar ännu ett rekordkvartal vad gäller omsättning. Fortsatta produktförbättringar i kombination med framgångsrika investeringar i UA är nyckeln till kvartalets omsättningsrekord såväl som till Wordzees framtida tillväxt.

Quizkampens omsättning växer i Q1 relativt Q4 och även jämfört med föregående års Q1. Under kvartalet gjordes tester i Quizkampen på ett flertal marknader med en reducerad frekvens av den reklam som visas mellan spelomgångar (ofta benämnt som interstitial-annonser) och vi uppmätte en betydande positiv effekt på spelets retention, det vill säga användarnas kvarvarande i spelet. Vi utvidgar dessa tester under Q2 med ambitionen att ytterligare öka life time value (LTV) i spelet. Den ökning vi får i antal speldagar under en spelares livstid kombinerat med kapacitetet att extrahera mer värde från det starka event-ramverk som teamet byggt under det senaste åren är det som gör detta möjligt, trots minskad annonsvisning per spelrunda.

Tile Mansion har ökat sin dagligt aktiva användarbas (DAU) och omsättning under Q1, jämfört med lanseringskvartalet i Q4. Under Q2 öppnar vi upp flera marknader baserat på positiva resultat från engelskspråkiga marknader under Q1. Spelet är fortfarande i ett tidigt utvecklingsskede och vi förväntar oss att det ska kunna fortsätta att växa under de kommande kvartalen. De viktigaste marknaderna som spelet har lanserats i under början av Q2 är Frankrike och Tyskland.





MAG INTERACTIVE

## VD HAR ORDET FORTSÄTTA BETYDANDE INVESTERINGAR I UA

2022/23

### Flera nya spel testas på marknaden

Vi fortsätter att utveckla den "wrapper" vi nämnt i de senaste kvartalsrapporterna. Wrappern innehåller allt i ett spel utöver själva spelmekaniken, som metaspel och narrativ. Att på detta sätt bygga spel modulärt med olika spelmekaniker kombinerat med ett rikare metaspel är ett viktigt steg i vår utveckling mot att bli en ännu effektivare spelutvecklare. Marknadstester av spel i tidig fas byggda på vår wrapper startades i slutet av Q1 och fortsätter in i Q2. Spelmekanikerna som testas är bland annat, men inte exklusivt, ordspelsbaserade. Allt detta sker med ambitionen att ge oss större möjligheter att konkurrera med de största casualspelen på USA-marknaden. Utöver speltesterna byggda med vår wrapper för narrativa spel testade vi dessutom ett nytt multiplayer spel inom ordkategorin under starten av Q2 med lovande resultat.

### Tillväxt för att nå högre vinstmarginal

En av vår affärsmodellens attraktiva egenskaper är att kostnaden för att driva organisationen snabbt kan minska i relation till bruttovinsten om UA-volymer kan öka och leverera goda resultat. Vi vill fortsätta vår ambitiösa tillväxttakt för att ta oss till en position där bruttomarginalen börjar visa sig tydligare i bolagets övergripande vinstmarginal.

Vår dagliga spelarbas (DAU) minskade med 19% i Q1 medan ARPDAU ökade med 38% jämfört med samma kvartal föregående år. Detta är en fortsättning på en långsiktig trend med en mindre men högre monetiserande användarbas - främst drivet av en UA som attraherar färre men mer värdefulla spelare till våra spel. Eftersom vår UA-verksamhet fokuserar på att uppnå maximal avkastning, snarare än att optimera för maximalt antal nya spelare, ser vi inte denna trend som oroande utan snarare som en konsekvens av högkvalitativa UA-kampanjer. Jämfört med föregående kvartal är DAU relativt stabilt (-5%). En effekt av att mer högkvalitativa användare kommer in i spelen kan ses i ökningen av intäkter från in-app-köp (IAP) relativt motsvarande period förra året. IAP-intäkterna ökade med 75% och visar att spelarnas benägenhet att spendera pengar har ökat på ett betydande sätt jämfört med föregående år.

### Fantastiska team bygger fantastiska produkter

Under 2022 har vi haft möjlighet att rekrytera otroligt duktiga personer som delar vår ambition att bygga ett ännu bättre bolag och starkare produkter. Det pågående skiftet i den makroekonomiska miljön kommer troligen att minska konkurrensen ytterligare och på så sätt förenkla vårt sökande efter de absolut bästa talangerna. Vi har under många år arbetat med våra rekryterings- och onboardingprocesser och det är givande att se hur det bidrar till vårt mål att bygga team i världsklass.

Jag vill ge ett stort tack till teamen på MAG för arbetet med att leverera ytterligare ett starkt kvartal och vill även uttrycka tacksamhet till våra aktieägare för det fortsatta stödet i vårt arbete att bygga ett ännu bättre och starkare bolag för framtiden.

DANIEL HASSELBERG, VD



# VERKSAMHETENS NYCKELTAL I SAMMANFATTNING

2022/23

		Sep-nov 22	Sep-nov 21	Förändring	Helår 21/22
Nettoomsättning	TSEK	97 327	69 838	39 %	327 774
Justerad Nettoomsättning	TSEK	97 327	69 838	39 %	313 068
Valuta (USD)	SEK/USD	11,040	8,820	25 %	9,540
Nettoomsättning USD (In-app + annonser)	TUSD	8 817	7 916	11 %	32 819
Försäljning i spel (In-app)	TSEK	44 180	25 239	75 %	125 667
Annonsintäkter	TSEK	53 147	44 598	19 %	187 379
Övrig nettoomsättning <sup>2</sup>	TSEK	0	1	-100 %	14 728
User acquisition	TSEK	-51 154	-14 541	252 %	-93 410
Spelbidrag	TSEK	33 136	47 819	-31 %	212 039
EBITDA	TSEK	3	17 133	-100 %	101 360
EBITDA marginal <sup>1</sup>	%	0 %	25 %	-25	31 %
Justerad EBITDA	TSEK	209	16 343	-99 %	53 232
Justerad EBITDA marginal <sup>1</sup>	%	0 %	23 %	-23	17 %
Rörelseresultat (EBIT)	TSEK	-13 827	3 999	-446 %	11 395
Rörelseresultat marginal <sup>1</sup>	%	-14 %	6 %	-20	3 %
Justerat rörelseresultat (EBIT)	TSEK	-13 621	3 209	-524 %	-951
Periodens resultat	TSEK	-11 228	3 699	-404 %	11 303
Periodens resultat per aktie	TSEK	-0,42	0,14	-404 %	0,43
Fritt kassaflöde	TSEK	-20 940	1 375	-1 623 %	33 539
Medelantal anställda		104	111	-6 %	112
Dagliga aktiva spelare (DAU)	Miljoner	1,2	1,5	-19 %	1,5
Månatliga aktiva spelare (MAU)	Miljoner	3,5	5,0	-30 %	4,5
Månatliga unika betalande spelare (MUP)	Tusental	52	47	9 %	49
ARPPDAU	US \$ cent	7,8	5,7	38 %	6,2

<sup>1</sup> Årlig förändring anges i procentenheter

<sup>2</sup> Transferbonus från Applovin och övrigt

### MAGs unika ordspel växer

Wordzee är MAGs unika ordspel där spelarna utmanar varandra i att bilda ord av bokstavsbrickor som placeras på ett särskilt spelbräde. Den spelare som fyller hela brädet tar hem "Wordzee" och extra bonuspoäng. Spelet släpptes globalt i november 2019 och har visat en hög genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau) sedan dess.

Wordzee slog intäktsrekord och skalade effektivt upp User Acquisition (UA) under Q4 21/22, framför allt på iOS. Wordzee nådde ännu högre intäkter under Q1, ett resultat av fortsatt uppskalning av UA under kvartalet då tusentals nya högkvalitativa spelare har förvärvats. Både annonsintäkter och in-app-köp (IAP) ökade och ARPDau växte nära 50% jämfört med samma period föregående år. Det är ett resultat av dels en förbättrad produkt, dels av framgångsrik marknadsföring.

### Nya event och en förbättrad spelupplevelse

I Q1 släpptes två *Journeys* vid Halloween och Thanksgiving; *Journeys* är tematiska event som släpps vid högtider där spelarna kan samla specifika bokstavsbrickor. Wordzee lanserade även ett nytt säsongsevent med minigolftema, vilket är ett samlingsevent som först introducerades i Q4 21/22, där spelarna under sju dagar får särskilda belöningar av att spela mot andra. Wordzee har generellt sett positiva effekter på engagemang och intäkter som resultat av eventen, och minigolfeventet i synnerhet ökade spelarengagemanget under eventperioden.

### Wordzee stärker produkt inför 2023

I kommande kvartal planerar Wordzee-teamet dels att fortsätta att optimera monetiseringen i spelet, exempelvis genom att erbjuda mer synliga IAP-erbjudanden och optimering av annonsplacering. Nytt innehåll utvecklas kontinuerligt med målet att stärka det långsiktiga bibehållandet av spelare.

Wordzee-teamet har utvecklat en mer polerad spelupplevelse, med nya funktioner, bättre animationer och grafik. Spelet har också levererat en tillväxt över MAGs förväntningar. Det är den mest inkomstbringande produkten i portföljen och bolaget ser fram emot vad Wordzee kan åstadkomma under 2023.



# WORDZEE!



### Största triviaspelet på mobil i Europa

Quizkampen är ett socialt triviaspel där spelare utmanar vänner och andra spelare världen över i frågesport. Förutom klassiska frågedueller om sex rundor med tre kunskapsfrågor finns många andra spellägen och event: *Solo*, *Frågesvepet*, *Quinder* och *Arena*. Spelet är MAGs största produkt sett till dagligt aktiva användare och även det största triviaspelet på mobil i Europa.

### Intäktsrekord för *Solo*

Under Q1 släpptes ett *Soloevent* med hösttema om 10 kapitel, som spelarna fick ta del av successivt under fyra veckor. Eventen skiljde sig jämfört med tidigare *Soloevent*, med fler kapitel som var tillgängliga under kortare tid. Höstversionen av *Solo* presterade bra under hela eventperioden och det resulterade i det mest framgångsrika *Soloeventet* någonsin sett till intäkter, med ökad genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau). Det är ett resultat av det ändrade eventformatet, samt en optimerad annonsstrategi.

Utöver *Solo* lanserades även en ny version av *Frågesvepet*, ett event där spelare behöver svara rätt på frågor i rad, samt två *Quinderevent*, ett sant-eller-falskt-event. Det dagliga quizzet *Stjärnjakten* fortsatte även att optimeras. Event är ett framgångsrikt koncept för Quizkampen och driver ARPDau och spelarengagemang, och har nu en väsentlig del av spelupplevelsen. Eventen fortsätter att testas i olika format och optimeras efter påverkan på spelets nyckeltal.

### Fler event och förbättringar av spelupplevelsen

Med lärdomar från höstversionen av *Solo* lanserades ett *Vintersoloevent* i början av december. Utöver fortsatt utveckling av eventen arbetar Quizkampen-teamet även med att optimera spelupplevelsen i sin helhet, med fokus på att användargränssnittet och tekniska uppdateringar.

Möjligheterna för att stärka Quizkampen på engelskspråkiga marknader, framför allt USA liksom arbetet med att återaktivera tidigare Quizkampenspelare fortgår sedan tidigare kvartal.

Quizkampen är ett starkt varumärke och en viktig del i MAGs portfölj. Spelet har förbättrats på ett betydande vis och bolaget ser fortsatt potential för tillväxt och ökade intäkter.





**Pusseläventyr med story och dekoration**

Tile Mansion är ett pusseläventyr med en grundmekanik inspirerad av mahjong som kombineras med ett renoverings- och dekorationstema. Spelet är utvecklat av MAGs spelstudio Apprope och byggt utifrån spelmotorn i pusselordspelet Word Mansion. Tile Mansion släpptes föregående kvartal på flera engelskspråkiga marknader, bland annat USA, Storbritannien, Kanada, Australien och Nya Zeeland.

Tile Mansion visar starka nyckeltal och hög genomsnittlig intjäning per dagligt aktiv användare (ARPDau), jämförbar med Wordzee. User Acquisition (UA) kunde skalas upp betydligt under Q1 med högkvalitativa användare vilket resulterade i stärkta nyckeltal.

**Vidareutveckling och optimering**

Under årets första kvartal har svårighetsgraden balanserats och spelekonomin optimerats för att öka in-app-köp (IAP). En veckoutmaning har även introducerats, vilket är ett nytt spelläge med en topplista. Veckoutmaningen fyller även funktionen att ge de mest dedikerade spelarna nytt innehåll med målet att öka spelarnas engagemang över tid. Nya kapitel i Tile Mansions story och nya banor läggs också kontinuerligt till för att bygga ut spelupplevelsen.

**Testlansering på nya marknader 2023**

Spelteamet arbetar för att optimera Tile Mansions nyckeltal, där fokus framförallt ligger på att optimera det långsiktiga spelarengagemanget. Apprope arbetar även på utveckling av nya funktioner i spelet och ser över hur användargränssnittet kan förbättras. Översättningar av spelets innehåll har också påbörjats, och efter kvartalets slut släpptes Tile Mansion till de franska och tyska marknaderna. I början av 2023 planeras testlanseringar på fler internationella marknader.

Tile Mansion är fortfarande i en tidig tillväxtfas och MAG ser stora möjligheter för utveckling under 2023.



**Positiv trend av ökade intäkter i Ruzzle**

Ruzzle är MAGs första ordspelssuccé och lanserades globalt 2012. Spelet är en av MAGs viktigaste evergreens med en mycket lojal spelarbas och genererar långsiktigt förutsägbara intäkter.

Under Q4 21/22 lanserades en ny typ av så kallad booster i Ruzzle, vilka spelarna erbjuds att köpa och exempelvis kan ge extra tid under en spelomgång. Denna booster introducerades för att öka in-app-köpen (IAP) och under Q1 har prissättningen för den optimerats. Det är för tidigt att dra slutsatser för de långsiktiga effekterna av dem, men Ruzzle visade en uppåtgående trend i IAP och annonsintäkter i Q1 jämfört med föregående kvartal.

Live operations-teamet (Live ops) fortsätter att optimera spelekonomin liksom spelupplevelsen tekniskt. Ruzzle visar fortsatt styrkan i sin lojala spelarbas som fortsätter att engagera sig i spelet under lång tid och genererar stabila intäkter.

**Engagerad spelarbas i Word Domination**

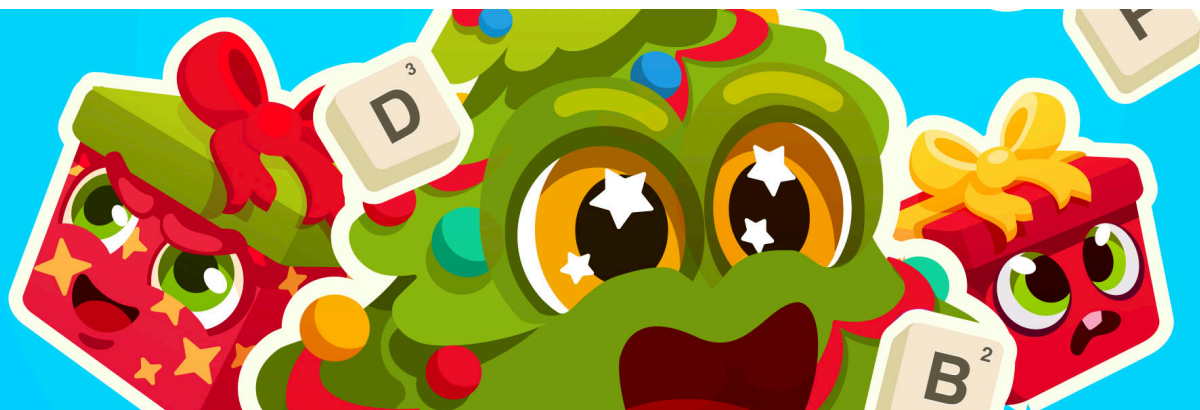
Det taktiska ordspelet Word Domination släpptes globalt 2018 och har nått över 10 miljoner nedladdningar. I Word Domination möts motståndarna i fem omgångar där de samlar poäng genom att bokstavera ord på ett gemensamt bräde. Med så kallade boosterkort kan spelarna taktiskt spela ut tidsbegränsade fördelar.

Spelet har en dedikerad användarbas där majoriteten av intäkterna drivs av spelare som har spelat Word Domination i över ett år. Dessa spelare engagerar sig mycket i spelets event; Live ops fortsätter att utveckla nya kapitel till spelläget Stories och fler samlarevent. I kommande kvartal planeras nya boosterkort att lanseras med syfte att förbättra spelets monetisering.

**WordBrain – evergreen med stabil intäcksström**

Ordspelet WordBrain har varit live i över åtta år och har vuxit till en stark evergreen för MAG med en stabil intäcksström. Spelet har laddats ned över 40 miljoner gånger totalt och nått förstaplatsen i 118 länder i ordspelskategorin på Apples App Store.

Wordbrain har experimenterat med olika eventformat sedan eventen gjordes om, vilket ökade intäkterna signifikant under sommaren 2021. Live ops har balanserat svårighetsgraden i eventen för att fortsatt förbättra spelekonomin.



# KONCERNENS RESULTATRÄKNING OCH KASSAFLÖDE

## PERIODEN SEP TILL NOV 2022

2022/23

### INTÄKTER

Koncernens nettoomsättning uppgick under perioden till 97 327 TSEK (69 838 TSEK), en ökning med 39 %.

Aktiverat arbete för egen räkning uppgick till 11 140 TSEK (9 612 TSEK).

Koncernens nettoomsättning under kvartalet var främst hänförlig till spelen Wordzee, Quizkampen, Ruzzle, Tile Mansion, WordBrain, Word Domination, Word Mansion, Wordbubbles och Primetime.

### RÖRELSENS KOSTNADER, EBITDA OCH RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 109 521 TSEK (63 729 TSEK). Av dessa var 21 335 TSEK (14 817 TSEK) hänförliga till försäljningskostnader, främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play samt serverkostnader. Därutöver var 51 154 TSEK (14 541 TSEK) kostnader för user acquisition, och 10 119 TSEK (8 475 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Under årets första kvartal är kostnaderna för user acquisition främst hänförliga till spelen Wordzee, Word Mansion och Tile Mansion. Personalkostnader uppgick till 26 914 TSEK (25 896 TSEK), en ökning med 4 %.

EBITDA för perioden var 3 TSEK (17 133 TSEK).

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 13 830 TSEK (13 134 TSEK), varav 7 932 TSEK (7 346 TSEK) var hänförligt till avskrivningar av aktiverade utvecklingsutgifter.

Koncernens rörelseresultat för perioden var -13 827 TSEK (3 999 TSEK) och resultat före skatt uppgick till -14 641 TSEK (5 845 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 729 TSEK (-2 472 TSEK) och finansiella kostnader till -1 544 (4 319 TSEK). De finansiella intäkterna avsåg valutakursvinster från likvida medel i valuta och de finansiella kostnaderna avsåg valutakursförluster från likvida medel i valuta samt ränta på finansiell leasing.

### RESULTAT EFTER SKATT

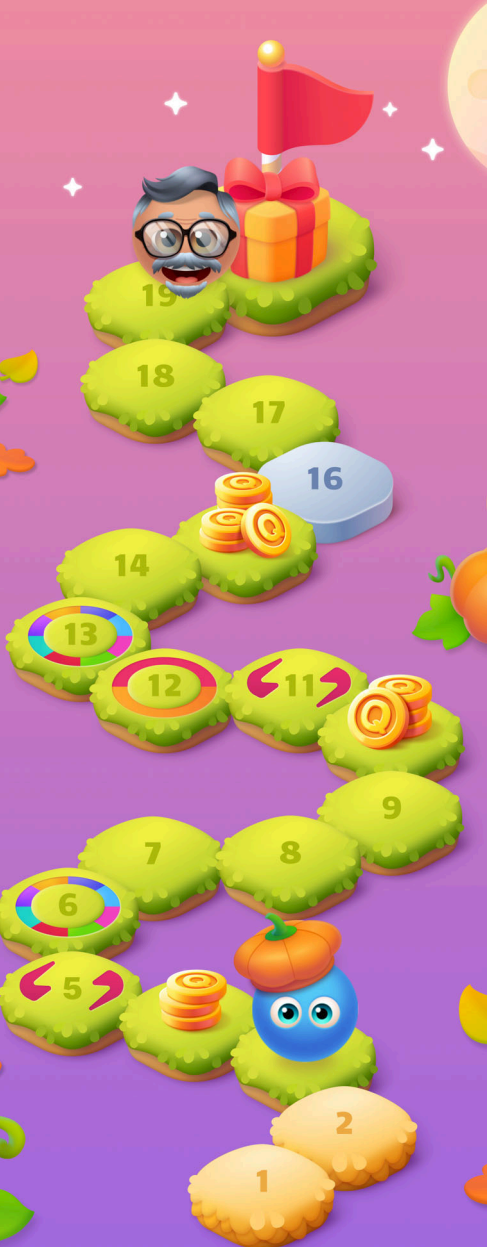
Resultat efter skatt uppgick till -11 228 TSEK (3 699 TSEK).

Resultat per aktie var -0,42 SEK/aktie (0,14 SEK/aktie)

Snitt antal aktier under perioden var 26 494 653 (26 494 653).

### KASSAFLÖDE

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten under kvartalet var -9 670 TSEK (11 181 TSEK). Kassaflödet från investeringsverksamheten var -11 270 TSEK (-9 806 TSEK). Kassaflödet från finansieringsverksamheten var -2 795 TSEK (-2 458 TSEK).



# MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

## PERIODEN SEP TILL NOV 2022

2022/23

### INTÄKTER

Moderbolagets nettoomsättning för perioden var 79 849 TSEK (56 590 TSEK), en ökning med 41 % jämfört med samma period föregående år.

### RÖRELSENS KOSTNADER SAMT RÖRELSERESULTAT

Rörelsens kostnader uppgick totalt till 93 922 TSEK (56 299 TSEK).

Av dessa var 18 736 TSEK (12 524 TSEK) försäljningskostnader främst härrörande från avgifter till Apple App Store och Google Play, kostnader för user acquisition uppgick till 38 023 TSEK (10 274 TSEK) och 15 934 TSEK (14 215 TSEK) var övriga externa rörelsekostnader.

Personalkostnader uppgick till 21 229 TSEK (19 286 TSEK) en ökning med 10 %.

Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar uppgick till 4 752 TSEK (4 862 TSEK).

Moderbolagets rörelseresultat för perioden var -17 763 TSEK (-3 025 TSEK).

### FINANSIELLA POSTER

Finansiella intäkter uppgick till 272 TSEK (-269 TSEK) och finansiella kostnader till -825 TSEK (2 106 TSEK). De finansiella intäkterna och kostnaderna avsåg valutakursförändringar från likvida medel i valuta.

### RESULTAT EFTER SKATT

Resultat efter skatt uppgick till -15 286 TSEK (-2 590 TSEK).



## KONCERNENS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

2022/23

Immateriella anläggningstillgångar uppgick vid periodens slut till 224 120 TSEK (268 964 TSEK), varav 125 541 TSEK (160 887 TSEK) avser goodwill och 98 579 TSEK (108 076 TSEK) avser övriga immateriella tillgångar. Övriga immateriella tillgångar består i huvudsak av aktiverade utvecklingsutgifter för egen räkning samt förvärvade intellektuella rättigheter.

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 101 530 TSEK (96 563 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 325 300 TSEK (327 779 TSEK), motsvarande 12,3 SEK/aktie (12,4 SEK/aktie).

Soliditeten vid samma tidpunkt var 73,1 % (68,8 %).

Övriga långfristiga skulder består av långfristig del av tilläggsköpeskillning för förvärvet av Apprope AB och uppgår till 11 200 TSEK (43 739 TSEK). För jämförelseåret återfinns även långfristig del av tilläggsköpeskillning för förvärvet av Sventertainmentkoncernen. Tilläggsköpeskillning för Apprope (och Sventertainment) är strukturerade som vinstdelning, och baseras på resultatet av respektive bolag under en treårsperiod efter förvärvet. Balanserat skuldbelopp baseras på en prognos av framtida utveckling av de förvärvade bolagen och kan komma att uppdateras i framtida bokslut och rapporter. En tilläggsköpeskillning om 3 308 TSEK har under fjolårets Q2 betalats ut för Apprope AB. Den långfristiga skulden avseende tilläggsköpeskillningen för Sventertainment AB har skrivits ned med 32,250 TSEK föregående år.

Koncernen har räntebärande skulder på 36 167 TSEK (43 347 TSEK) vilka avser finansiell leasing.

## MODERBOLAGETS FINANSIELLA STÄLLNING VID PERIODENS SLUT

Likvida medel vid periodens slut uppgick till 66 605 TSEK (74 711 TSEK).

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 235 937 TSEK (265 263 TSEK).



### FÖRDELNING AV INTÄKTER EFTER AFFÄRSMODELL

Koncernens nettoomsättning fördelar sig i huvudsak mellan försäljning i spel (så kallade in-app-köp) och annonser i spel.

Koncernens nettoomsättning från försäljning i spel för perioden var 44 180 TSEK (25 239 TSEK), en ökning med 75 % jämfört med samma period föregående år.

Koncernens nettoomsättning från annonser i spel för perioden var 53 147 TSEK (44 598 TSEK), en ökning med 19 % jämfört med samma period föregående år.

### SPELBIDRAG

Spelen som marknadsförs av MAG Interactive kostar olika mycket i distributionskostnad (försäljningskostnader) samt marknadsföringskostnad (avkastningsdriven marknadsföring), inte minst kopplat till vilken fas spelen är i. Därför redovisar koncernen det totala spelbidraget enligt följande modell: nettoomsättning som genereras från spelen, inklusive royalties, minus kostnader för plattformsavgifter (hänförliga främst till avgifter till Apple App Store och Google Play) minus kostnader för avkastningsdriven marknadsföring. Som avkastningsdriven marknadsföring räknas digital annonsering och övrig annonsering direkt kopplad till bolagets produkter samt tjänster och avgifter direkt hänförliga till den avkastningsdrivna marknadsföringen. Generell marknadsföring av bolaget och varumärke räknas ej in i den direkta marknadsföringskostnaden.

Koncernens spelbidrag för perioden var 33 136 TSEK (47 819 TSEK), en minskning med 31 % jämfört med samma period föregående år.

### KOMMENTARER TILL FÖRDELNING AV INTÄKTER SAMT BIDRAG FRÅN SPELBIDRAGET

Ökningen av försäljningen i spel (in-app) speglar tillväxten i Wordzee och dess relativt starka in-app-ekonomi. Spelbidraget räknas efter user acquisition och hamnar på en kortsiktigt lägre nivå vid ökning av marknadsföring.





## ÖVRIGA NYCKELTAL

Bolaget driver verksamheten utefter ett antal nyckeltal som följer hur spelbranschen i stort mäter sina verksamheter. Dessa mätetal definieras enligt:

DAU och MAU definieras som antalet unika dagliga respektive månatliga användare som använder sig av någon av bolagets produkter, presenterade som ett medelvärde över perioden, justerat för antalet dagar i periodens månader. Varje enskilt spels unika användare summeras för att presentera bolagets totala antal unika användare.

MUP är antalet unika användare som gjort ett köp i någon av bolagets produkter. Som köp räknas ett köp enligt definitionen för försäljning i spel ovan, och till ett värde större än noll. Värdet redovisas som ett medelvärde över periodens tre månader.

ARPDau räknas som bolagets dagliga medelvärde av nettoomsättningen under perioden delat med DAU. Xignite snittkurs per månad används för omräkning till USD.

## VERKSAMHETENS NYCKELTAL UNDER KVARTALET

DAU för perioden var 1,2 miljoner (1,5 miljoner), en minskning med 19 % jämfört med samma period föregående år.

MAU för perioden var 3,5 miljoner (5,0 miljoner), en minskning med 30 % jämfört med samma period föregående år.

MUP för perioden var 52 tusen (47 tusen), en ökning med 9 % jämfört med samma period föregående år.

ARPDau för perioden var 7,8 US \$ cent (5,7 US \$ cent), en ökning med 38 % jämfört med samma period föregående år.

## KOMMENTARER TILL NYCKELTALEN

DAU går ned som en följd av vårt fokus på marknadsföring mot en högmonetiserande användarbas. Detta är även den huvudsakliga drivkraften bakom ökningen ARPDau jämfört med samma kvartal föregående år. Jämfört med föregående kvartal är DAU relativt stabilt med en minskning på 5%

### MODERBOLAGET OCH KONCERNEN

Moderbolaget MAG Interactive AB (publ), med organisationsnummer 556804-3524, har sitt säte i Stockholm och har 79 anställda. En stor del av koncernens verksamhet ligger i moderbolaget med anställda, avtal, immateriella tillgångar (inkl IP) samt intäkter. I koncernen finns det tio dotterbolag. MAG Games Ltd, med säte i Brighton, har endast koncernintern fakturering och bedriver utveckling och andra funktioner i driften av bolaget. MAG Games Ltd har 18 anställda. MAG United AB, med säte i Stockholm, har inga anställda. Sventertainment AB, med säte i Stockholm är utgivare av appen och spelet Primetime. Sventertainment är en dotterkoncern med sex bolag, som förvärvades under det första kvartalet 2020/21 och har 9 anställda. Approe AB, bedriver utveckling av mobilspel med fokus på spel inom ordkategorin och står bland annat bakom mobilspelet Word Mansion. Approe AB förvärvades under det andra kvartalet 2020/21 och har 2 anställda.

### REDOVISNINGSPRINCIPER

Koncernredovisningen för MAG Interactive AB-koncernen ("MAG Interactive") har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) sådana de antagits av EU samt RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner samt Årsredovisningslagen. Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering, årsredovisningslagen, och RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner. Moderbolagets redovisning är upprättad enligt Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 Redovisning för Juridiska personer. Tillämpningen av RFR 2 innebär att moderbolaget i delårsrapporten för den juridiska personen tillämpar samtliga av EU antagna IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för årsredovisningslagen, tryggandelagen och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. För en utförligare beskrivning av de redovisningsprinciper som tillämpas för koncernen och moderbolaget i denna delårsrapport, se not 2 i årsredovisningen för 2021/2022.





## RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

MAG Interactive är som alla andra bolag utsatt för risker i sin verksamhet. För att nämna några av dessa risker; beroende av nyckelpersoner, valutakursförändringar, förseningar i lanseringar, misslyckade lanseringar, ändringar hos externa försäljningspartners där sådana förändringar ligger helt utom bolagets kontroll. Bolagets styrelse och ledning arbetar löpande med riskhantering för att minimera dess effekter. Se koncernens årsredovisning för räkenskapsåret 2021/22 för mer information om bolagets risker och osäkerhetsfaktorer.

MAG Interactive har ingen betydande exponering mot den ryska marknaden.

## VALUTAEFFEKTER

MAG Interactive är exponerat mot ett stort antal valutor baserat på hur Google Play och Apple App Store redovisar intäkter. Den största marknaden för bolaget är USA. Därtill så är en stor del av bolagets annonsintäkter realiserade i USD. Normalt så är mer än hälften av bolagets omsättning direkt hänförlig till USD. En stor del av bolagets marknadsföring köps i valutan USD. Den viktigaste valutan är därmed USD.

## CERTIFIED ADVISER

FNCA Sweden AB är utsedd till Bolagets Certified Adviser och övervakar att Nasdaq First Norths regler efterlevs. FNCA äger inga aktier i MAG Interactive.

## MEDARBETARE

Under kvartalet var snitt antal anställda 104 jämfört med 111 samma period föregående år.

## KONTAKT

Ytterligare information finns på bolagets hemsida [maginteractive.se/investor-relations](https://maginteractive.se/investor-relations)

Eller kontakta

Daniel Hasselberg, VD, på [daniel@maginteractive.se](mailto:daniel@maginteractive.se)

Magnus Wiklander, CFO, på [magnus.wiklander@maginteractive.se](mailto:magnus.wiklander@maginteractive.se)

## MAG INTERACTIVE AB [PUBL]

Drottninggatan 95A

113 60 Stockholm

Sverige

## KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN

Delårsrapport Q2 september 2022 – februari 2023

29 mars 2023

Delårsrapport Q3 september 2022 – maj 2023

28 juni 2023

Delårsrapport Q4 och bokslutskommuniké september 2022 – augusti 2023

18 oktober 2023

## GRANSKNING

Denna rapport har ej varit föremål för översiktlig granskning av revisor.

## TWITCH STREAM

Den 18 januari 2023 kl 10:00 CET presenterar VD Daniel Hasselberg och CFO Magnus Wiklander rapporten på Twitch. Presentationen ges på engelska. Länk till Twitch-kanalen här [www.twitch.com/maginteractive](https://www.twitch.com/maginteractive)

Daniel Hasselberg kommer även svara på frågor på Twitter under dagen, skriv till @d\_hasselberg eller @maginteractive.

Mer information finns på [maginteractive.se/investors](https://maginteractive.se/investors)

## FRAMÅTBlickande Uttalanden

Vissa formuleringar kan vara, eller tolkas vara, prognoser om framtiden. I de fall sådana uttalanden görs har MAG Interactives ledning och styrelse bedömt antaganden bakom dessa uttalanden som rimliga. Det finns dock risker med alla framåtblickande uttalanden och det verkliga utfallet avseende omvärld och bolaget kan avvika avsevärt från det som sagts. Det som sägs av framåtblickande karaktär görs så i ljuset av den information som bolaget har vid tidpunkten för uttalandet och bolaget ikläder sig ingen skyldighet att uppdatera sådana uttalanden om det vid senare tidpunkt inkommer ny information som på något sätt ändrar förutsättningarna för uttalandet.



## STYRELSENS INTYGANDE

Stockholm 18 januari 2023

**DANIEL HASSELBERG**  
VD, styrelseledamot

**JONAS ERIKSSON**  
Styrelsens ordförande

**TAINA MALÉN**  
Styrelseledamot

**ANDRAS VAJLOK**  
Styrelseledamot

**ASBJOERN SOENDERGAARD**  
Styrelseledamot

**TEEMU HUUHTANEN**  
Styrelseledamot

Belopp i TSEK	Not	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
<b>Rörelsens intäkter</b>				
Nettoomsättning	1, 4	97 327	69 838	327 774
Aktiverat arbete för egen räkning		11 140	9 612	30 486
Övriga intäkter		1 058	1 412	37 811
<b>Summa Rörelsens intäkter</b>		<b>109 524</b>	<b>80 862</b>	<b>396 070</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>				
Försäljningskostnader	2	-21 335	-14 817	-66 720
User acquisition		-51 154	-14 541	-93 410
Övriga externa rörelsekostnader		-10 119	-8 475	-32 335
Personalkostnader		-26 914	-25 896	-102 245
<b>Summa Rörelsens kostnader</b>		<b>-109 521</b>	<b>-63 729</b>	<b>-294 710</b>
<b>EBITDA</b>	4	<b>3</b>	<b>17 133</b>	<b>101 360</b>
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-13 830	-13 134	-89 966
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	4	<b>-13 827</b>	<b>3 999</b>	<b>11 395</b>
<b>Finansiella poster</b>				
Finansiella intäkter		729	-2 472	7 129
Finansiella kostnader		-1 544	4 319	-1 143
<b>Summa finansiella poster</b>		<b>-814</b>	<b>1 846</b>	<b>5 986</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-14 641</b>	<b>5 845</b>	<b>17 381</b>
Skatter		3 413	-2 146	-6 077
<b>Periodens resultat</b>		<b>-11 228</b>	<b>3 699</b>	<b>11 303</b>
<b>Övrigt totalresultat</b>				
Valutakursdifferenser		333	383	870
<b>Summa totalresultat för perioden</b>		<b>-10 895</b>	<b>4 082</b>	<b>12 173</b>

Periodens resultat och totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolagets aktieägare.

Periodens resultat per aktie (baserat på snitt antal aktier)	-0,42	0,14	0,43
Snitt antal aktier under perioden ('000)	26 495	26 495	26 495
Antal aktier vid periodens slut ('000)	26 495	26 495	26 495

# KONCERNENS BALANSRÄKNING

## TILLGÅNGAR

2022/23

Belopp i TSEK	Not	30/11 2022	30/11 2021	31/8 2022
<b>TILLGÅNGAR</b>				
Goodwill		125 541	160 887	125 377
Övriga immateriella tillgångar		98 579	108 076	97 937
<b>Summa immateriella tillgångar</b>		<b>224 120</b>	<b>268 964</b>	<b>223 314</b>
Nyttjanderätter		34 344	41 059	38 622
Inventarier, verktyg och installationer		5 461	7 560	5 981
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>		<b>39 805</b>	<b>48 619</b>	<b>44 603</b>
Andra långfristiga fordringar		4 099	4 113	4 124
Uppskjuten skattefordran		13 546	6 106	2 920
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>17 645</b>	<b>10 219</b>	<b>7 044</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>281 570</b>	<b>327 802</b>	<b>274 961</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Kundfordringar		47 055	35 236	42 009
Aktuella skattefordringar		9 278	9 322	9 905
Övriga kortfristiga fordringar		535	1 192	1 565
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		4 993	6 482	6 396
Likvida medel		101 530	96 563	125 940
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>163 391</b>	<b>148 795</b>	<b>185 815</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>444 961</b>	<b>476 597</b>	<b>460 776</b>

# KONCERNENS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2022/23

Belopp i TSEK	Not	30/11 2022	30/11 2021	31/8 2022
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>				
<b>Eget kapital</b>				
Aktiekapital		688	688	688
Övrigt tillskjutet kapital		284 845	284 520	284 638
Reserver		-553	-1 373	-886
Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat		40 320	43 944	51 548
<b>Summa eget kapital</b>		<b>325 300</b>	<b>327 779</b>	<b>335 988</b>
<b>Långfristiga skulder</b>				
Uppskjuten skatteskuld		27 388	22 991	20 175
Långfristiga leasingskulder		26 052	33 873	29 623
Övriga långfristiga skulder		11 200	43 739	11 200
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>64 640</b>	<b>100 603</b>	<b>60 998</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
Leverantörsskulder		22 374	12 671	24 157
Aktuell skatteskuld		750	18	1 530
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		11 355	13 842	14 499
Kortfristiga leasingskulder		10 115	9 474	10 997
Övriga kortfristiga skulder		10 427	12 209	12 607
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>55 021</b>	<b>48 214</b>	<b>63 790</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>444 961</b>	<b>476 597</b>	<b>460 776</b>

Belopp i TSEK	Not	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
<b>Den löpande verksamheten</b>				
Rörelseresultat (EBIT)		-13 827	3 999	11 395
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet				
LTIP		207	225	78
Nedskrivning av tilläggsköpeskilling		0	0	-32 250
Avskrivningar och nedskrivningar	3	13 830	13 134	89 966
Erhållen ränta		272	0	183
Erlagd ränta		-264	-284	-1 143
Betalda skatter		-153	-710	-3 888
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet</b>		<b>64</b>	<b>16 364</b>	<b>64 341</b>
Ökning/minskning av rörelsefordringar		-2 556	-2 921	-9 398
Ökning/minskning av rörelseskulder		-7 178	-2 262	13 058
<b>Förändring av rörelsekapital</b>		<b>-9 734</b>	<b>-5 183</b>	<b>3 660</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>-9 670</b>	<b>11 181</b>	<b>68 001</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>				
Balanserade utvecklingskostnader		-11 140	-9 612	-30 486
Investeringar i och förvärv av materiella anläggningstillgångar		-160	-194	-666
Förvärv av dotterföretag, efter avdrag för förvärvade likvida medel		0	0	-3 308
Ökning/minskning av finansiella placeringar		30	0	-2
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-11 270</b>	<b>-9 806</b>	<b>-34 462</b>
<b>Fritt kassaflöde</b>		<b>-20 940</b>	<b>1 375</b>	<b>33 539</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>				
Optionsprogram		0	0	265
Amortering av kortfristiga lån		0	-137	-137
Amortering av leasingskulder		-2 795	-2 321	-10 506
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>-2 795</b>	<b>-2 458</b>	<b>-10 378</b>
<b>Ökning/minskning likvida medel</b>				
Periodens kassaflöde		-23 735	-1 083	23 161
Kursdifferenser		-675	2 131	7 264
Likvida medel vid periodens början		125 940	95 515	95 515
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>		<b>101 530</b>	<b>96 563</b>	<b>125 940</b>

# KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

2022/23

TSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa eget kapital
<b>Ingående balans 1/9 2022</b>	688	284 638	-886	51 548	335 988
Periodens resultat				-11 228	-11 228
Valutakursdifferens			333		333
<b>Summa totalresultatet</b>			<b>333</b>	<b>-11 228</b>	<b>-10 895</b>
Optionsprogram		207			207
<b>Utgående balans 30/11 2022</b>	<b>688</b>	<b>284 845</b>	<b>-553</b>	<b>40 320</b>	<b>325 300</b>
<b>TSEK</b>	<b>Aktiekapital</b>	<b>Övrigt tillskjutet kapital</b>	<b>Reserver</b>	<b>Balanserat resultat</b>	<b>Summa eget kapital</b>
<b>Ingående balans 1/9 2021</b>	688	284 295	-1 756	40 245	323 472
Periodens resultat				3 699	3 699
Valutakursdifferens			383		383
<b>Summa totalresultatet</b>			<b>383</b>	<b>3 699</b>	<b>4 082</b>
Optionsprogram		225			225
<b>Utgående balans 30/11 2021</b>	<b>688</b>	<b>284 520</b>	<b>-1 373</b>	<b>43 944</b>	<b>327 779</b>



Belopp i TSEK	Not	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
<b>Rörelsens intäkter</b>				
Nettoomsättning		79 849	56 590	266 450
Övriga rörelseintäkter		1 062	1 546	5 335
<b>Summa rörelsens intäkter</b>		<b>80 910</b>	<b>58 136</b>	<b>271 784</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>				
Försäljningskostnader		-18 736	-12 524	-56 902
User acquisition		-38 023	-10 274	-68 285
Övriga externa kostnader		-15 934	-14 215	-57 472
Personalkostnader		-21 229	-19 286	-75 126
<b>Summa rörelsens kostnader</b>		<b>-93 922</b>	<b>-56 299</b>	<b>-257 785</b>
<b>EBITDA</b>		<b>-13 011</b>	<b>1 837</b>	<b>13 999</b>
Avskrivningar av materiella och immateriella tillgångar	3	-4 752	-4 862	-19 170
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-17 763</b>	<b>-3 025</b>	<b>-5 171</b>
<b>Finansiella poster</b>				
Finansiella intäkter		272	-269	5 108
Finansiella kostnader		-825	2 106	-12 926
<b>Summa finansiella poster</b>		<b>-553</b>	<b>1 837</b>	<b>-7 818</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-18 316</b>	<b>-1 188</b>	<b>-12 988</b>
<b>Skatter</b>		3 030	-1 402	-3 966
<b>Periodens resultat</b>		<b>-15 286</b>	<b>-2 590</b>	<b>-16 954</b>

I moderföretaget återfinns inga poster som redovisas som övrigt totalresultat varför summa totalresultat överensstämmer med periodens resultat.

# MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING TILLGÅNGAR

2022/23

Belopp i TSEK	Not	30/11 2022	30/11 2021	31/8 2022
<b>TILLGÅNGAR</b>				
Goodwill		0	13 647	3 412
Övriga immateriella tillgångar		18 800	22 560	19 740
<b>Summa immateriella anläggningstillgångar</b>		<b>18 800</b>	<b>36 207</b>	<b>23 152</b>
Inventarier, verktyg och installationer		3 872	5 242	4 205
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>		<b>3 872</b>	<b>5 242</b>	<b>4 205</b>
Andelar i koncernföretag		134 679	176 151	130 979
Andra långfristiga fordringar		7 695	8 003	4 858
Långfristiga fordringar hos koncernföretag		372	223	318
<b>Summa finansiella anläggningstillgångar</b>		<b>142 746</b>	<b>184 377</b>	<b>136 155</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>165 418</b>	<b>225 827</b>	<b>163 512</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Kundfordringar		38 779	29 549	33 847
Kortfristiga fordringar hos koncernföretag		3 550	131	75
Övriga fordringar		9 840	9 850	10 841
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		3 869	5 381	5 587
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>56 038</b>	<b>44 912</b>	<b>50 350</b>
<b>Likvida medel</b>		<b>66 605</b>	<b>74 711</b>	<b>94 657</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>288 061</b>	<b>345 450</b>	<b>308 519</b>

# MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING SKULDER OCH EGET KAPITAL

2022/23

Belopp i TSEK	Not	30/11 2022	30/11 2021	31/8 2022
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>				
<b>Bundet eget kapital</b>				
Aktiekapital		688	688	688
<b>Fritt eget kapital</b>				
Övrigt tillskjutet kapital		316 234	315 909	316 027
Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat		-80 984	-51 334	-65 698
<b>Summa eget kapital</b>		<b>235 937</b>	<b>265 263</b>	<b>251 017</b>
<b>Långfristiga skulder</b>				
Uppskjuten skatteskuld		3 873	4 647	4 066
Övriga avsättningar		11 200	43 739	11 200
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>15 073</b>	<b>48 386</b>	<b>15 266</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
Leverantörsskulder		17 520	10 225	19 543
Skulder till koncernföretag		3 093	1 693	3 462
Övriga skulder		6 750	9 720	8 120
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		9 688	10 162	11 112
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>37 051</b>	<b>31 800</b>	<b>42 236</b>
<b>SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL</b>		<b>288 061</b>	<b>345 450</b>	<b>308 519</b>

Term	Beskrivning
Nettoomsättning	Total spelintäkt från försäljning i spel samt annonsering. För försäljning i spel redovisar MAG hela intäkten enligt vad kunder betalar i respektive butik (främst Apple och Google). Plattformens andel, normalt 30% av försäljningsvärdet, redovisas som Försäljningskostnad.
Försäljning i spel	Värdet av köp gjorda i någon av spelapparna på Google Play, Apple App Store och liknande plattformar.
Annonsintäkter	Intäkter från annonser i spelen.
Aktiverat arbete för egen räkning	Utvecklingsarbete som aktiveras till balansräkning. Bolaget aktiverar personalkostnad, inklusive arbetsgivaravgift och andra personalrelaterade kostnader som t.ex. kontor, till infrastruktur som används i spelen, spel i mjuklansering och live spel. Mjuklansering är den sista utvecklingsfasen innan global lansering och sannolikheten för global lansering är då mycket hög. MAG har inte haft några nedskrivningar av aktiverat arbete för egen räkning sedan bolaget blev publikt.
Plattformsavgifter	30% av intäkter från försäljning i spel avgår till plattformen, främst Google Play och Apple App Store. Vissa mobilplattformar erbjuder rabatt på 15% för bland annat prenumerationer. För närvarande utgår även en rabatt på 15% på den första miljonen USD för året på en av mobilplattformarna.
User acquisition	Är all marknadsföring med direkt koppling till något spel med mätbar effekt samt med avkastningskrav. Ett vanligt avkastningskrav är att investeringen skall vara betald inom 6 eller 9 månader, men även längre tider kan förekomma för spel med stark retention.
Spelbidrag	Nettoomsättning från spel, inklusive royalties, minus plattformsavgifter (främst till Google och Apple) minus utgifter för avkastningsdriven marknadsföring (user acquisition).
EBITDA	Rörelseresultat före finansiella poster, skatter, avskrivningar och nedskrivningar.
Soliditet	Eget kapital vid periodens slut i procent av balansomslutningen.
DAU	Medelvärde av dagligt aktiva spelare (Daily Active Users) under perioden. Räknas som summan av de enskilda spelens DAU på ett sådant sätt att en spelare som spelar mer än ett spel på en dag räknas en gång per spel.
MAU	Average Monthly Active Users under perioden. Räknas som summan av de enskilda spelens MAU på ett sådant sätt att en spelare som spelar flera spel under månaden räknas en gång per spel. Värdet är ett snitt över periodens månader.
MUP	Average Monthly Unique Payers under perioden är totala antalet spelare som gör ett eller flera köp i ett spel. Räknas som summan av de enskilda spelens MUP. Värdet är ett snitt över periodens månader.
ARPDau	Medelvärde av den dagliga nettoomsättningen per dagligt aktiv användare (DAU). Räknas om inget annat anges i US cents.

	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
Belopp i TSEK			

**NOT 1: FÖRDELNING AV NETTOOMSÄTTNINGEN**

Försäljning i spel	44 180	25 239	125 667
Annonsintäkter	53 147	44 598	187 379
Övrigt	0	1	14 728
<b>Totalt</b>	<b>97 327</b>	<b>69 838</b>	<b>327 774</b>

**NOT 2: FÖRSÄLJNINGSKOSTNADER**

Avgifter till plattform	-13 037	-7 478	-37 031
Serverkostnader	-4 981	-4 174	-18 156
Övriga försäljningskostnader	-3 317	-3 165	-11 533
<b>Totalt försäljningskostnader</b>	<b>-21 335</b>	<b>-14 817</b>	<b>-66 720</b>

**NOTER TILL DELÅRSRAPPORTEN****2022/23**

	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
Belopp i TSEK			
<b>NOT 3: AV- OCH NEDSKRIVNINGAR AV MATERIELLA OCH IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
<b>Koncern</b>			
Goodwill	0	0	-35 782
Nyttjanderätter	-2 626	-2 432	-10 317
Inventarier, verktyg och installationer	-707	-791	-2 942
Intellektuella rättigheter	-2 565	-2 565	-10 260
Aktiverat arbete för egen räkning	-7 932	-7 346	-30 665
<b>Totalt</b>	<b>-13 830</b>	<b>-13 134</b>	<b>-89 966</b>
<b>Moder</b>			
Goodwill	-3 412	-3 412	-13 647
Inventarier, verktyg och installationer	-400	-510	-1 763
Intellektuella rättigheter	-940	-940	-3 760
<b>Totalt</b>	<b>-4 752</b>	<b>-4 862</b>	<b>-19 170</b>

	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
Belopp i TSEK			
<b>NOT 4: JUSTERAD NETTOOMSÄTTNING, EBITDA OCH EBIT</b>			
<b>Nettoomsättning</b>	<b>97 327</b>	<b>69 838</b>	<b>327 774</b>
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706
<b>Justerad Nettoomsättning</b>	<b>97 327</b>	<b>69 838</b>	<b>313 068</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3</b>	<b>17 133</b>	<b>101 360</b>
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706
Nedskrivning tilläggsköpeskillning	0	0	-32 250
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	206	-790	-1 172
Totala justeringsposter på EBITDA	206	-790	-48 128
<b>Justerad EBITDA</b>	<b>209</b>	<b>16 343</b>	<b>53 232</b>
<b>EBIT</b>	<b>-13 827</b>	<b>3 999</b>	<b>11 395</b>
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706
Nedskrivning tilläggsköpeskillning	0	0	-32 250
Sociala avgifter från omvärdering av optionsprogram	206	-790	-1 172
Nedskrivning Goodwill	0	0	35 782
<b>Totala justeringsposter på EBIT</b>	<b>206</b>	<b>-790</b>	<b>-12 346</b>
<b>Justerad EBIT</b>	<b>-13 621</b>	<b>3 209</b>	<b>-951</b>

	Sep-nov 22	Sep-nov 21	Helår 21/22
Belopp i TSEK			
<b>NOT 5: SPELBIDRAG</b>			
<b>Koncern</b>			
Försäljning i spel	44 180	25 239	125 667
Annonsintäkter	53 147	44 598	187 379
Övrigt	0	1	14 728
<b>Nettoomsättning</b>	<b>97 327</b>	<b>69 838</b>	<b>327 774</b>
Transferbonus från Applovin	0	0	-14 706
<b>Nettoomsättning exklusive transferbonus</b>	<b>97 327</b>	<b>69 838</b>	<b>342 480</b>
Avgifter till plattform	-13 037	-7 478	-37 031
User acquisition	-51 154	-14 541	-93 410
<b>Spelbidrag</b>	<b>33 136</b>	<b>47 819</b>	<b>212 039</b>



**GOOD TIMES**