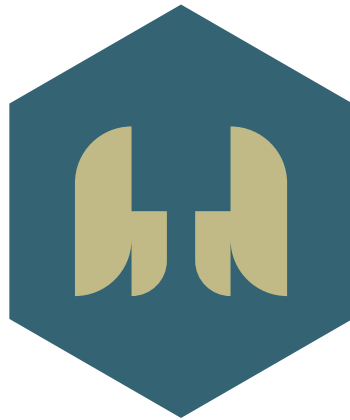


20190228



# **GOLD TOWN GAMES**

Bokslutskommuniké för perioden  
1 januari 2018 till 31 december 2018

**GOLD TOWN GAMES AB**  
**559000-7430**

## HELÅRET SAMT FJÄRDE KVARTALET I SAMMANDRAG

- Gold Town Games förvärvar spelbolaget Time Stop Interactive.
- World Hockey Manager passerade totalt 500 000 nedladdningar under mars 2018.
- Den 11 juni höll Gold Town Games årsstämma. Till nya ledamöter utsågs Robert Wahlström, grundare av Kivra och Eric de Basso, redovisningskonsult. Styrelseordförande Magnus Orregård och ledamöter Leif Rehnström och Tobias Andersson blev omvalda.
- Den 4 till 18 juni genomförde bolaget en företrädesemission som tillförde bolaget 8,5 MSEK samt ett konvertibellån från Norrlandsfonden på 3 MSEK.
- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick ackumulerat till -2,10 MSEK (-4,22 MSEK). Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till -1,54 MSEK (-2,22 MSEK) under det fjärde kvartalet.
- Resultat efter finansiella poster uppgick ackumulerat till -5,32 MSEK (-5,10 MSEK). Resultat efter finansiella poster uppgick till -2,03 MSEK (-2,30 MSEK) under det fjärde kvartalet.
- Resultat per aktie uppgick till -0,37 SEK (-0,43 SEK) under året. Resultat per aktie uppgick till -0,14 SEK (-0,20 SEK) under det fjärde kvartalet.
- Omsättningen uppgick ackumulerat till 19,27 MSEK.

Med "Bolaget" eller "Gold Town Games" avses Gold Town Games AB med org. nr. 559000-7430. Uppgifterna inom parentes avser föregående år. All verksamhet bedrivs i Gold Town Games AB.

### 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 2019 sitt andra spel, World Football Manager. Målsättningen är att fortsätta utveckla det populära hockeymanagerspelet World Hockey Manager och använda den egenutvecklade teknik- och designplattformen till fler managerspel inom lag- och arenasporter.



**GOLD TOWN**  
GAMES

---

**GOLD TOWN GAMES AB**  
Storgatan 53  
931 30 Skellefteå

**IR- & PRESSFRÅGOR:**  
Pär Hultgren, VD  
ir@goldtowngames.com

**ALLMÄNA FRÅGOR:**  
info@goldtowngames.com

---

## KOMMENTAR TILL BOKSLUTSKOMMUNIKÉN

Gold Town Games totala försäljning uppgick under 2018 till 19,27 MSEK, varav 12,63 MSEK, netto efter försäljningsavgifter. Aktiekursen har under året varit volatil och vid sista handelsdag stannade den på 2,95 SEK.

Året inleddes med starka försäljningssiffror med toppnoteringar under det andra kvartalet. Under sommarmånaderna minskade försäljningen och med en antågande hockeysäsong ökade vi marknadsinsatserna det fjärde kvartalet, men utan att nå upp till samma nivå som under det andra kvartalet.

Det har varit väldigt lärorikt att följa produkten och analysera alla olika skiftningar som äger rum under ett kalenderår. Vi har identifierat två huvudanledningar till den minskade försäljningen; ökad kostnad per nedladdning (CPI) och att köpviljan hos användare som varit aktiva mer än 180 dagar proportionerligt minskade. Användardata visade tydligt att de genomför köp tidigt i applikationen, fortsatt ungefär fem procent.

En strategi för att förstärka användarnas vilja att spela WHM längre (retention dag 180+) antogs och förändringar för att öka såväl spelets djup som konkurrensen mellan användarna påbörjades. Vid årsskiftet hade World Hockey Manager ungefär 7 500 användare som varit aktiva mer än 180 dagar och den genomsnittliga tiden användare spelade WHM var 21 minuter per dag. Dessa två mätvärden arbetar vi även framgent med att steg för steg förbättra. Om ungefär en månad introducerar vi ett nytt tabellsystem och därefter implementeras fler cuper och tävlingsmoment för att ytterligare stärka konkurrensen och stimulera användare till att vilja investera mer tid och pengar i spelet.

För att plattformen som ligger till grund för alla våra spel ska bli bättre och än mer relevant fortsätter vi utveckla World Hockey Manager genom att fylla på med innehåll, tävlingar och fördjupad social interaktion. Den utvecklingen bidrar till ökad retention och ett högre Life Time Value (LTV) i alla bolagets spel, både redan lanserade som framtida lanseringar.

Under det fjärde kvartalet lanserade vi en första version av World Football Manager i Sydafrika och i månadsskiftet februari-mars kommer en andra version lanseras på Irland. Den versionens syfte är att utvärdera användarnas köpvilja samt få en indikation på CPI i ett europeiskt land. Det är väldigt roligt och inspirerande att nu steg för steg arbeta med användarna för att skapa ett världsledande fotbollsmanagerspel.

World Football Manager bygger på samma formspråk och tredelade plattform (teknik, spel- och interaktionsdesign) som WHM. Det ger spelet en hög igenkänning men tekniskt, under ytan, är det många komponenter som har uppgraderats för att höja prestanda och driftsäkerhet. Inte minst tror vi att fotbollens matchsekvens kan ge den konkurrensmässiga fördel vi siktar på.

För att kunna utveckla, drifta och underhålla två spel har bolaget under året gått från tolv till tjugotre anställda. Vi har, för att optimera våra arbetsprocesser, specialiserat rollerna i teamet ytterligare samt flyttat till rymligare lokaler. Vi står idag, tack vare den utvecklingen, starkare och redo att hantera nya utmaningar, en viktig tillgång i ett bolag som ämnar att utvecklas och växa under lång tid framöver.

2019 ska vi lansera World Football Manager en marknad i taget tills spelet är globalt. Samtidigt ska vi befästa World Hockey Manager som det marknadsledande mobila hockeymanagerspelet och fortsatt utveckla plattformens affärsmässiga potential. Allt detta är viktiga komponenter i Gold Town Games fortsatta arbete för visionen, att bli världsledande inom mobila sportmanagerspel genom att utmana och utveckla genren för managerspel.



Pär Hultgren, VD  
Gold Town Games AB

## KORT VERKSAMHETSBESKRIVNING

### Vision

Gold Town Games ska bli världsledande inom mobila sportmanagerspel genom att utmana och utveckla genren för managerspel.

### Affärsmodell

Gold Town Games affärsidé är att utveckla och förlägga egenfinansierade managerspel där rättigheterna till speltitlarna bibehålls. I korthet innebär det att bolaget erhåller alla intäkter från sina speltitlar minus de försäljningsavgifter som hänger samman med spelförsäljning på olika appstores. Om det bedöms som ekonomiskt fördelaktigt kan det dock i framtiden också bli aktuellt att dela intäkter och kostnader mellan bolaget och externa förläggare, sportklubbar eller idrottsstjärnor.

Gold Town Games affärsmodell, i korthet, för free to play sportmanagerspel till tablets och smartphones. Gold Town Games följer ett stort antal mätpunkter i sina spel, men på en övergripande nivå är det egentligen bara två mätpunkter som är viktiga för affären. Det är LTV som står för "livstidsvärde" och CPI som representerar "kostnad per installation".

Livstidsvärdet är ett snittvärde per användare som räknas fram med hjälp av matematiska modeller baserade på historisk data kring hur användare spenderar pengar i spelet. Dokumentet kommer inte att gå in i detalj på hur detta beräknas, men det är siffror som kan ändra sig över tid och som främst hänger ihop med spelupplevelsen. Om det finns problem med buggar eller spelupplevelsen kommer det att påverka LTV negativt, eftersom fler användare kommer att sluta spela snabbare vilket påverkar snittvärdet. Om spelet däremot får nya funktioner som gör att det blir roligare att spela eller fixar som löser kända problem stiger LTV.

Det är alltså tydligt kopplat till produktteamet som jobbar med spelet, vilket innebär att investeringar i produktteamet förhoppningsvis ska generera ett ökat LTV.

Kostnad per installation är en snittkostnad för alla pengar som spenderas för att få användare att installera spelet. Det sker främst genom annonsering i digitala kanaler som exempelvis Facebook, Google, Twitter med mera. Den här kostnaden kan variera kraftigt och beror till stor del på hur väl annonserna presterar hos målgruppen.

Det är exempelvis troligt att samma annons på två olika geografiska marknader kommer att prestera annorlunda på grund av kulturella skillnader. Därför jobbar det kreativa teamet med att konstant testa nya idéer för annonser, göra kampanjer, snabbt mäta utfall och fortsätta framgångsrika kampanjer, samtidigt som man stoppar kampanjer som inte presterar efter ett par dagar. Investeringar i det kreativa teamet görs för att hålla CPI så lågt som möjligt.

En annan faktor som påverkar CPI är andelen organiska installationer, användare som installerat spelet utan att komma in via Bolagets annonser. Om Bolaget kan öka antalet organiska nedladdningar ger det ett väldigt positivt genomslag på CPI. Detta kan göras dels genom att spelet är så bra att användare vill tipsa vänner och bekanta, generell spridning i sociala medier men också genom funktioner i spelet som exempelvis social league som uppmanar till delning för att öka spelupplevelsen.

Utifrån ett beräknat LTV och en bekräftad CPI kan bolaget göra en simulation på kommande omsättning och resultat. Det svåra i kalkylen är att kostnaderna för CPI infaller direkt, men intäkter från LTV är utspridda över minst en tolv månaders period. Här finns en algoritm som ständigt förbättras för att ge en så korrekt bild som möjligt hur intäkterna fördelas per månad. I dagsläget spenderar användarna i genomsnitt nära på 40 procent av sin totala investering under den första månaden.

Detta innebär att när takten på marknadsföring skruvas upp påverkar det omedelbart bolagets likviditet, men intäkter kommer utspritt över kommande tolv eller fler månader. Det är därför bolaget behöver en stark kassa (likviditet) för att tjäna mer pengar (resultat) på längre sikt.

#### Räknexempel:

*LTV - distributionskostnaden för AppStore och Google Play (30 procent) - Moms (10 procent) - CPI.*

Där LTV och distributionskostnad sker utspritt över användarens livstid, men CPI sker i samband med rekrytering av användaren.

Ett räknexempel baserat på denna modell: **LTV = 4 USD CPI = 1 USD**

Bolaget får in 100 000 installationer under en månad varav 20 procent av dessa kommer från organisk trafik.

Bolaget spenderar 80 000 USD (Installs\*CPI - organisk trafik) på annonsering för att få intäkter på 400 000 USD (LTV\*installs). Kostnaden för distribution på AppStore och Google Play är 30 procent, 120 000 USD. Intäkterna innehåller i vissa fall moms (beroende på marknad), i genomsnitt motsvarar den 10 procent.

$400\,000 \text{ (LTV)} - 120\,000 \text{ (distribution)} - 80\,000 \text{ (annonsering)} - 40\,000 \text{ (moms)} = 160\,000 \text{ USD}$

**I räknexemplet genererar således 100 000 installationer resultatmässigt ett överskott på 160 000 USD.**

Likviditetsmässigt innebär exemplet att bolaget måste lägga ut 80 000 USD den första månaden för att skapa intäkter över minst en tolv månadersperiod. Dessutom kommer intäkter från AppStore och Google Play först att betalas ut efter 60 dagar.

Detta innebär att bolaget i exemplet hämtar tillbaka likviditeten för en installation efter cirka fem månader, men allt efter det bidrar positivt till kassaflöde och i slutändan resultat.

Det går i exemplet att se att LTV och CPI påverkar resultatet kraftigt. Om skillnaden mellan LTV och CPI blir för liten krävs stora volymer för att generera vinst, men om bolaget lyckas pressa ner CPI och öka LTV ger det en positiv förändring av resultatet även på en relativt liten omsättning.

LTV påverkas av produktteamets arbete med spelupplevelsen och CPI påverkas direkt av det kreativa teamets förmåga att skapa annonser som lockar människor att installera spelet. En stabilitet inom organisationen och förmågan att behålla duktig personal, samt skapa en psykologisk trygghet som gör att människor växer och utvecklas kommer att fortsatt vara nyckeln för att generera vinster och öka borsvärdet över tid.

**Produktstrategi**

Gold Town Games inriktar sig på att utveckla sportmanagerspel till de två största mobila plattformarna iOS och Android med free-to-play som affärsmodell. Det är idag den ledande modellen inom mobilspelsbranschen där användaren för riktiga pengar köper premiumvaluta i spelet för att påskynda utvecklingen i spelen. I spelen skapar användaren ett eget lag, utvecklar det och tävlar mot andra managers lag världen över. Spelen är sociala, tävlingsinriktade och belönande.

**Plattform**

World Hockey Manager är det första av Gold Town Games spel som bygger på den egenutvecklade teknik- och designplattformen W3XM. Plattformen är det mest centrala i Bolagets produkt och nyckeln till att kostnadseffektivt skala antalet spel och användare.

W3XM-plattformen är byggd från ett "mobile first" perspektiv, alla designval är gjorda för att optimera användarnas upplevelse i en stående telefon. Detta särskiljer Gold Town Games och bolagets spel från huvudparten av dess konkurrenter som valt och är relativt låsta vid att arbeta med en liggande telefon. Målsättningen är att plattformen kommer att implementeras i alla Gold Town Games spel. Varje spel kommer däremot att få sin egen grafiska utformning samt en matchmotor anpassad till den aktuella sporten och dess regelverk.

W3XM utvecklas och optimeras kontinuerligt av bolagets utvecklingsteam. På kort sikt ämnar plattformen att skapa de bästa möjliga förutsättningarna för World Hockey Manager men på längre sikt är W3XM farkosten som ska göra Gold Town Games till en världsledande aktör inom sportmanagerspel till mobila plattformar.

**World Hockey Manager**

WHM vänder sig främst till fans av managerspel och alla de som älskar hockey. Det finns ett genuint hockeyintresse som under flera generationer har genomsyrat bygden där Gold Town Games verkar och det är grundligt rotat hos alla i teamet.

WHM är idag det bästa valet för de som vill spela hockeymanagerspel. Gold Town Games ska bejaka och förstärka den positionen inom hockey och sedermera inom andra sporter. Där bedöms det följaktligen att utrymme finns för att växa och ta ytterligare marknadsandelar.

**World Football Manager**

De marknadsundersökningar som gjorts både internt och externt visar att världens största sport, fotboll, är den mest lönsamma marknaden för sportmanagerspel för mobila enheter. Trots hård konkurrens från idag redan existerade spel, så som Football Manager, Top Eleven och PES Manager, producerade av väletablerade bolag, är det vår övertygelse att Gold Town Games har goda möjligheter att på vår plattform W3XM skapa en konkurrenskraftig produkt.

## KORT OM MARKNADEN FÖR MOBILSPEL

Spelbranschen generellt och i synnerhet omsättningen i mobilspelen fortsätter att växa. Branschen som helhet beräknas 2018 omsätta 137 miljarder dollar och för första gången står mobilspelen för över 51 procent av omsättningen. En tendens bland mobilspelen är, att de trots vissas utlåtanen, tenderar att de bli alltmer avancerade.

Trender inom mobilspelandet är att användarna, communityn, ges en allt större roll i utvecklingen av spelets innehåll. Detta för att behålla användarnas intresse i en bransch som allt intensivare tävlar om spelarnas tid.

Asien är den världsdel som omsätter mest och står för drygt 52 procent av marknaden. Ishockey är inte särskilt stort där än så World Hockey Manager berörs inte nämnvärt av den marknaden, för World Football Manager kommer den att bli avsevärt viktigare.

Källa: newzoo.com





## VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

### **World Football Manager lanseras på Irland**

Gold Town Games lanserar fotbollsmanagerspelet World Football Manager på Irland i månadsskiftet februari-mars.



**GOLD TOWN**  
GAMES

---

**GOLD TOWN GAMES AB**

Storgatan 53  
931 30 Skellefteå

**IR- & PRESSFRÅGOR:**

Pär Hultgren, VD  
ir@goldtowngames.com

**ALLMÄNA FRÅGOR:**

info@goldtowngames.com

---

## ALLMÄNT

### Personal

Antalet tillsvidareanställda uppgick per den 31 december 2018 till 23 personer. Medelantalet heltidsanställda för perioden uppgick till 20 personer. Medelåldern är cirka 31 år och könsfördelningen är 19 män och 4 kvinnor.

### Aktien

Gold Town Games AB:s aktie togs upp till handel på NGM Nordic MTF den 13 juli 2016. Per handelsdag den 31 december 2018 var sista avslutet på kurs 2,95 SEK per aktie vilket motsvarar ett börsvärde om 42,87 MSEK baserat på 14 531 590 utestående aktier.

### Finansiering och finansiell ställning

Finansiering och finansiell ställning: Det egna kapitalet uppgick till 18,36 MSEK per den 31 december 2018. Eget kapital per aktie vid full utspädning uppgick till 1,26 SEK (1,25 SEK). Soliditeten var på rapportdagen 72,80 procent (83,30 procent). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick ackumulerat till -0,74 MSEK (-4,87 MSEK) under delårsperioden. Periodens kassaflöde uppgick ackumulerat till 3,24 MSEK (-4,27MSEK).

### Intäkter

Bolagets samlade intäkter under perioden är 19,27 MSEK.

### Kostnader

Bolaget befinner sig i en expansiv och kapitalintensiv fas gällande både marknadsföring och personalmässigt för att öka produktionshastigheten och kvalitet. Under denna fas kan bolagets månatliga kostnadsmassa komma att justeras.

### Risker och osäkerhetsfaktorer

Det kan inte uteslutas att World Football Manager tar längre tid än beräknat att lansera. Bolagets investeringar i marknadsföring och personal kan komma att fördröja tidpunkten för när intäkterna är större än utgifterna.



## NYCKELTAL

ÅR	2018	2017	2018	2017
	OKT - DEC	OKT - DEC	JAN - DEC	JAN - DEC
Nettoomsättning	3 926 317	1 713 844	19 266 035	2 014 281
EBITDA	-1 537 650	-2 281 584	-2 103 593	-4 224 326
EBIT	-1 985 646	-2 278 277	-5 258 233	-5 078 656
Periodens resultat	-2 026 931	-2 302 074	-5 322 603	-5 102 684
Rörelsemarginal %	0	0	0	0
Vinstmarginal %	0	0	0	0
Soliditet vid periodens utgång %	72,8	83,3	72,8	83,3
Räntabilitet på eget kapital %	-11,04	-15,74	-11,04	-34,88
<b>EGET KAPITAL PER AKTIE</b>				
före utspädning kr	1,26	1,25	1,26	1,25
efter utspädning kr	1,26	1,25	1,26	1,25
Aktiens slutkurs för perioden	2,95	6,6	2,95	6,6
P/E-tal	neg	neg	neg	neg
<b>RESULTAT PER AKTIE</b>				
före utspädning kr	-0,14	-0,20	-0,37	-0,43
efter utspädning kr	-0,14	-0,20	-0,37	-0,43
<b>ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT</b>				
före utspädning	14 531 590	11 731 881	14 531 590	11 731 881
efter utspädning	14 531 590	11 731 881	14 531 590	11 731 881
Utestående optioner *	0	0	0	0
<b>GENOMSNITTLIGT ANTAL AKTIER</b>				
före utspädning	14 531 590	9 088 561	12 935 926	8 264 672
efter utspädning	14 531 590	9 088 561	12 935 926	8 264 672
<b>ANTAL ANSTÄLLDA</b>				
i genomsnitt	23	12	20	10
vid periodens slut	23	13	23	13

\* Avser det antal aktier utestående optionsrätter kan påkalla lösen på. Utestående optioner 31 december 2018 har ett högre lösenpris än aktiekursen.

## RESULTATRÄKNING

ÅR	2018	2017	2018	2017
	OKT-DEC	OKT-DEC	JAN-DEC	JAN-DEC
Nettoomsättning	3 926 317	1 713 844	19 266 035	2 014 281
Aktiverat arbete för egen räkning	2 713 483	1 569 301	7 148 077	5 403 334
Övriga rörelseintäkter	7 773	9 815	310 549	122 002
<b>OMSÄTTNING</b>	<b>6 647 573</b>	<b>3 292 960</b>	<b>26 724 661</b>	<b>7 539 617</b>
Rörelsekostnader sälj och marknad	-643 274	0	-4 016 258	0
Kostnader för intäkter	-1 262 423	0	-6 637 779	0
Råvaror och förnödenheter	0	-723 348	0	-1 620 027
Övriga externa kostnader	-2 790 493	-2 300 313	-8 214 313	-4 480 673
Personalkostnader	-2 932 591	-1 715 943	-9 959 904	-5 663 243
Avskrivning im. anl. tillgångar	-572 940	-834 940	-2 699 807	-834 940
Avskrivning mat. anl. tillgångar	-16 498	3 307	-39 833	-19 390
Nedskrivning finansiella. anl. tillgångar	-415 000	0	-415 000	0
<b>RÖRELSERESULTAT</b>	<b>-1 985 646</b>	<b>-2 278 277</b>	<b>-5 258 233</b>	<b>-5 078 656</b>
Övriga rörelsekostnader	0	-15 961	0	-15 961
Ränteintäkter	0	0	0	0
Räntekostnader	-41 285	-7 836	-64 370	-8 067
<b>RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER</b>	<b>-2 026 931</b>	<b>-2 302 074</b>	<b>-5 322 603</b>	<b>-5 102 684</b>
<b>RESULTAT FÖRE SKATT</b>	<b>-2 026 931</b>	<b>-2 302 074</b>	<b>-5 322 603</b>	<b>-5 102 684</b>
Skatt	0	0	0	0
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>-2 026 931</b>	<b>-2 302 074</b>	<b>-5 322 603</b>	<b>-5 102 684</b>

## BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017
	JAN-DEC	JAN-DEC
<b>TILLGÅNGAR</b>		
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>		
Tecknat ej inbetalt aktiekapital	0	0
<b>IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	14 035 871	11 387 794
Ack avskr. Balanserade utgifter	-3 123 624	-658 286
Balanserade utgifter World Football Manager	4 500 000	0
Licenser	1 172 345	1 172 345
Ack avskr. Licenser	-411 123	-176 654
<b>MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>		
Inventarier, verktyg och installationer	199 180	96 961
Ack avskr. Inventarier	-78 671	-38 838
<b>FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>		
Aktier i koncernföretag	830 000	0
Nedskrivning av aktier i koncernföretag	-415 000	0
<b>SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>	<b>16 708 978</b>	<b>11 783 322</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>		
<b>KORTFRISTIGA FORDRINGAR</b>		
Kundfordringar	-2 381	48 000
Övriga fordringar	177 589	329 836
Förutbetalda kostnader	1 064 945	1 379 144
<b>KASSA OCH BANK</b>	<b>8 504 676</b>	<b>5 785 071</b>
<b>SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>	<b>25 213 654</b>	<b>17 568 393</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>25 213 654</b>	<b>17 568 393</b>

## BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017
	JAN-DEC	JAN-DEC
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		
<b>EGET KAPITAL</b>		
<i>Bundet eget kapital</i>		
Aktiekapital	1383353	1 116 831
<i>Ej reg aktiekapital</i>		
Fond för utvecklingskostnader	14672785	9 990 046
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	37188580	28 121 018
Emissionsutgifter	-4177280	-3 896 701
Balanserat resultat	-25384090	-15 598 667
Periodens resultat	-5 322 603	-5 102 684
<b>SUMMA EGET KAPITAL</b>	<b>18 360 745</b>	<b>14 629 843</b>
<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>		
Räntebärande skulder till kreditinstitut	4 000 000	1 000 000
<b>SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>	<b>4 000 000</b>	<b>1 000 000</b>
<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>		
Leverantörsskulder	117516	485 492
Övriga skulder	465 411	300 922
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 269 982	1 152 136
<b>SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER</b>	<b>2 852 909</b>	<b>1 938 550</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>25 213 654</b>	<b>17 568 393</b>

## KASSAFLÖDESANALYS

ÅR	2018	2017	2018	2017
	OKT - DEC	OKT - DEC	JAN-DEC	JAN-DEC
<b>DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>				
Rörelseresultat efter avskrivningar & nedskrivningar	-1 985 646	-2 278 277	-5 258 233	-5 078 656
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	1 004 438	831 633	3 154 640	854 330
Övriga rörelsekostnader	0	-15 961	0	-15 961
Erhållen ränta	0	0	0	0
Erlagd ränta	-41 285	-7 836	-64 370	-8 067
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITALET</b>	<b>-1 022 493</b>	<b>-1 470 441</b>	<b>-2 167 963</b>	<b>-4 248 354</b>
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL</b>				
Ökning/minskning av kortfristiga fordringar	-167 824	5 368 789	516 826	-1 366 234
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	440 607	753 663	914 361	744 473
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>-749 710</b>	<b>4 652 011</b>	<b>-736 776</b>	<b>-4 870 115</b>
<b>INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Investeringar immateriella anläggningstillgångar	-2 713 483	-1 569 301	-7 148 077	-6 575 679
Investeringar materiella anläggningstillgångar	67 174	95 495	-102 218	-30 133
Investeringar finansiella anläggningstillgångar	0	0	-830 000	0
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-2 646 309</b>	<b>-1 473 806</b>	<b>-8 080 295</b>	<b>-6 605 812</b>
<b>FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Aktiekapital	0	392 974	266 522	392 974
Nyemission	0	161 426	9 067 561	6 624 692
Emissionsutgifter	0	-810 149	-280 580	-810 149
Lån	0	0	3 000 000	1 000 000
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>0</b>	<b>-255 749</b>	<b>12 053 503</b>	<b>7 207 517</b>
<b>PERIODENS KASSAFLÖDE</b>	<b>-3 396 019</b>	<b>2 922 456</b>	<b>3 236 432</b>	<b>-4 268 410</b>
Likvida medel vid periodens början	10 660 542	1 105 635	4 028 091	8 296 501
Likvida medel vid periodens slut	7 264 523	4 028 091	7 264 523	4 028 091
<b>SUMMA DISPONIBLA LIKVIDA MEDEL</b>	<b>7 264 523</b>	<b>4 028 091</b>	<b>7 264 523</b>	<b>4 028 091</b>

## FÖRÄNDRINGAR I DET EGNA KAPITALET

	AKTIE- KAPITAL	EJ REG. AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
Ingående balans 1 jan 2016	60 000	6 617	2 093 383	-941 917	1 218 083
Nyemission	663 857	-6 617	19 402 944		20 060 184
Fondemission					0
Fond för utv utg.			5 244 998		5 244 998
Balanserat resultat			-5 657 460		-5 657 460
Emissionsutgift			-3 086 551		-3 086 551
Summa resultat för perioden				-4 254 242	-4 254 242
<b>UTGÅENDE BALANS 31 DEC 2016</b>	<b>723 857</b>	<b>0</b>	<b>17 997 314</b>	<b>-5 196 159</b>	<b>13 525 012</b>
Ingående balans 1 jan 2017	723 857		17 997 314	-5 196 159	13 525 012
Nyemission	392 974		6 624 691		7 017 665
Fondemission					0
Fond för utv utg.			639 205		639 205
Balanserat resultat			-639 205		-639 205
Emissionsutgift			-810 149		-810 149
Summa resultat för perioden				-5 102 684	-5 102 684
<b>UTGÅENDE BALANS 31 DEC 2017</b>	<b>1 116 831</b>	<b>0</b>	<b>23 811 856</b>	<b>-10 298 843</b>	<b>14 629 843</b>
Ingående balans 1 jan 2018	1 116 831		23 811 856	-10 298 843	14 629 844
Nyemission	266 522		9 067 562		9 334 084
Fondemission					0
Fond för utv utg.			4 682 739		4 682 739
Balanserat resultat			-4 682 739		-4 682 739
Emissionsutgift			-280 580		-280 580
Summa resultat för perioden				-5 322 603	-5 322 603
<b>UTGÅENDE BALANS 31 DEC 2018</b>	<b>1 383 353</b>	<b>0</b>	<b>32 598 838</b>	<b>-15 621 446</b>	<b>18 360 745</b>



## FÖRÄNDRINGAR I DET EGNA KAPITALET

---

<b>FÖRÄNDRINGAR I ANTAL UTESTÅENDE AKTIER</b>	<b>ANTAL</b>
Antal aktier 20150116	1 000 000
Nyemission 20151106	200 000
Nyemission 20160317	125 000
Nyemission 20160317	425 769
Uppdelning 20160512	3 501 538
Fondemission 20160512	
Teckningsoption 20161513	240 000
Teckningsoption 20160621	60 000
Nyemission 20160711	1 830 769
Nyemission 20160816	90 000
Nyemission 20160816	80 141
Nyemission 20160816	50 625
Nyemission 20171031	3 801 921
Nyemission 20171130	326 118
Nyemission 20180321	100 000
Nyemission 20180730	2 366 376
Nyemission 20180730	333 333

---

<b>ANTAL VID PERIODEN UTGÅNG</b>	<b>14 531 590</b>
--------------------------------------	-------------------

---

## **PRINCIPER FÖR BOKSLUTSKOMMUNIKÉNS UPPRÄTTANDE**

Denna bokslutskommuniké har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). I det fall det saknas ett allmänt råd har i förekommande fall vägledning hämtats från Redovisningsrådets rekommendationer. Samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder har använts i delårsrapporten som i den senaste årsredovisningen.

### **Inkomstskatter**

Trots positiva framtidsutsikter har styrelsen för Gold Town Games valt att inte redovisa värdet av underskottsavdragen som en tillgång i balansräkningen. Detta beror på att styrelsen ännu inte säkert kan bedöma när ett kvittningsbart överskott kan uppnås då detta bl a beror på hur stor tillväxttakt bolaget i de närmaste åren kommer att sträva mot. Det ackumulerade skattemässiga underskottet uppgår per den 31 december 2018 till -15,06 MSEK.

## **NÄSTA REDOVISNINGSTILLFÄLLE**

Delårsrapport januari-mars 2019 publiceras 2019-05-27.

### **Styrelsen för Gold Town Games AB**

Skellefteå den 28 februari 2019