

20190829



GOLD TOWN GAMES

Delårsrapport för perioden
1 januari till 30 juni 2019

**GOLD TOWN GAMES AB
559000-7430**

ANDRA KVARTALET I SAMMANDRAG

- Rörelseresultat före avskrivningar uppgick ackumulerat till -1,03 MSEK (-1,33 MSEK). Rörelseresultat före avskrivningar uppgick till -1,02 MSEK (- 0,27 MSEK) under det andra kvartalet.
- Resultat efter finansiella poster uppgick ackumulerat till -2,78 MSEK (-2,72 MSEK). Resultat efter finansiella poster uppgick till -1,93 MSEK (- 1,05 MSEK) under det andra kvartalet.
- Resultat per aktie uppgick till -0,19 SEK (-0,23 SEK) under delåret. Resultat per aktie uppgick till -0,13 SEK (-0,09 SEK) under det andra kvartalet.
- Nettoomsättningen uppgick till 3,05 MSEK under det andra 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 21 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 KVARTALSRAPPORT

Gold Town Games samlade försäljning uppgick under det andra kvartalet till 3,05 MSEK. World Hockey Manager (WHM) stod för största delen av omsättningen och World Football Manager (WFM), som lanserades i Sverige i slutet av maj, omsatte första månaden ungefär 50 000 SEK.

Under våren fokuserade vi vårt arbete på att analysera insamlad användardata från föregående lanseringar i Sydafrika, Australien och Irland för att på bästa sätt vidareutveckla WFM inför den efterlängttade lanseringen på hemmaplan. Den 31 maj gav vi äntligen fotbolls- och managerspelsfans i Sverige möjligheten att skapa sitt eget lag i World Football Manager.

Vi var väl förberedda på marknadens befintliga konkurrens och därför är det glädjande att drygt fyra procent av de som laddat ner spelet fortsätter att spela efter 60 dagar samt att kostnaden per nedladdning än så länge varit fördelaktig.

Vi eftersträvar att mäta oss med de mest framgångsrika spelen och för att kunna ta upp kampen om användarna och deras uppmärksamhet krävs det att vi gör en gedigen produkt och fokuserar våra resurser rätt.

Vi har under sommaren identifierat ett antal områden för att stärka WFM och vi arbetar nu med att finslipa befintliga och utveckla nya funktioner. En av dessa är den, från WHM, uppskattade funktionen Social League, som genom att koppla ihop användare utgör en essentiell del i våra spel.

World Football Manager har mottagits mycket väl av användarna och fått höga betyg på både Appstore 4,4/5 (iOS) och Google Play 4,3/5 (Android). Idag är det nästan 2 000 dagliga användare, vilket ger oss en bra användarbas för att mäta både kortsiktig och långsiktig retention samt användarbeteende i applikationen. Under hösten kommer användarantalet att stiga när vi ökar marknadsföringen på befintliga och nya marknader.

World Hockey Manager har nyligen passerat milstolpen en miljon nedladdningar och vi ser optimistiskt på framtiden och möjligheten att engagera nya användare, men också tidigare aktiva. När vi summerar den första halvan av 2019 kan vi glatt konstatera att våra marknadsföringskampanjer varit lönsamma, vilket öppnar upp för större insatser för att öka antalet användare och omsättningen i WHM.

Med både fotboll- och hockeysäsongen i antågande ser vi framemot en spännande höst för Gold Town Games och bolagets två produkter.



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 börsvärdet 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 utlåtanden, 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, DELÅRET OCH KVARTAL TVÅ

Föreslår sakutdelning av dotterbolaget Time Stop Interactive AB till aktieägarna

Styrelsen föreslår att årsstämman, som hålls 19-06-10, beslutar om sakutdelning i form av samtliga aktier i det helägda dotterbolaget Time Stop Interactive AB, varvid aktieägarna i Gold Town Games för varje innehavd aktie i Bolaget erhåller en aktie i Time Stop Interactive AB.

Gold Town Games lanserar World Football Manager i Sverige

Den 31 maj lanserar Gold Town Games spelet World Football Manager i Sverige på både Appstore (iOS) och Google Play (Android).

Gold Town Games håller årsstämma

Måndagen den 10 juni 2019 sin årsstämma för verksamhetsåret 2018 i Skellefteå. Förutom fastställande av årsbokslut, resultatdisposition och ansvarsfrihet togs beslut om styrelse för det kommande året med mera.

ALLMÄNT

Personal

Antalet tillsvidareanställda uppgick per den 30 juni 2019 till 21 personer. Medelantalet heltidsanställda för perioden uppgick till 21 personer. Medelåldern är cirka 32 år och könsfördelningen är 18 män och 3 kvinnor.

Aktien

Gold Town Games aktie togs upp till handel på NGM Nordic MTF den 13 juli 2016. Per handelsdag den 30 juni 2019 var sista avslutet på kurs 3,84 SEK per aktie vilket motsvarar ett börsvärde om 55,80 MSEK baserat på 14 531 590 utestående aktier.

Finansiering och finansiell ställning

Finansiering och finansiell ställning: Det egna kapitalet uppgick till 15,58 MSEK per den 30 juni 2019. Eget kapital per aktie vid full utspädning uppgick till 1,07 SEK (1,05 SEK). Soliditeten var på rapportdagen 68,0 procent (77,4 procent). Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1,28 MSEK (-0,36 MSEK) under delårsperioden. Periodens kassaflöde uppgick till -5,23 MSEK (-3,70 MSEK).

Intäkter

Bolagets samlade rörelseintäkter inklusive aktiverat arbete under delårsperioden är 10,32 MSEK.

Kostnader

Bolaget befinner sig i en expansiv och kapitalintensiv fas, både gällande marknadsföring, för att öka användarbasen och resursmässigt då utvecklingen av World Hockey Manager och World Football Manager sker simultant. Under pågående fas ökar bolagets månatliga kostnadsmassa.

Risker och osäkerhetsfaktorer

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

Kostnaden för marknadsföring är en rörlig kostnad. Den kan variera från dag till dag vilket kan medföra högre kostnader för att användarbasen ska växa än kalkylerat.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

1 000 000 nedladdningar

Gold Town Games firar en ny milstolpe då företagets debutspel, World Hockey Manager(WHM), passerat 1 miljon nedladdningar.

World Football Manager lanseras på nya marknader

Fotbollsmanagerspelet World Football Manager lanseras den 15 augusti i Norge och Spanien, på respektive språk och på både iOS(Appstore) och Android(Google Play).

NYCKELTAL

År	2019	2018	2019	2018	2018
	APR-JUNI	APR-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
Nettoomsättning	3 048 742	6 508 105	6 404 708	11 057 487	19 266 035
EBITDA	-1 016 455	-269 171	-1 031 547	-1 329 403	-2 518 593
EBIT	-1 901 437	-1 046 878	-2 716 733	-2 707 049	-5 258 233
Periodens resultat	-1 932 705	-1 054 868	-2 778 209	-2 722 634	-5 322 603
Rörelsemarginal %	0	0	0	0	0
Vinstmarginal %	0	0	0	0	0
Soliditet vid periodens utgång %	68,0	77,4	68,0	77,4	72,8
Räntabilitet på eget kapital %	-12,4	-8,5	-17,8	-21,8	-29,0
EGET KAPITAL PER AKTIE					
före utspädning kr	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3
efter utspädning kr	1,1	1,1	1,1	1,1	1,3
Aktiens slutkurs för perioden	1,85	3,84	1,85	3,84	2,95
P/E-tal	neg	neg	neg	neg	neg
RESULTAT PER AKTIE					
före utspädning kr	-0,13	-0,09	-0,19	-0,23	-0,37
efter utspädning kr	-0,13	-0,09	-0,19	-0,23	-0,37
ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT					
före utspädning	14531590	11831881	14531590	11831881	14531590
efter utspädning	14531590	11831881	14531590	11831881	14531590
Utestående optioner*	0	0	0	0	0
GENOMSNISSLIGT ANTAL AKTIER					
före utspädning	14 531 590	11 815 214	14 531 590	11 773 548	12 935 926
efter utspädning	14 531 590	11 815 214	14 531 590	11 773 548	12 935 926
ANTAL ANSTÄLLDA					
i genomsnitt	21	17,5	21,5	17	20
vid periodens slut	21	19	21	19	23

* Avser det antal aktier utestående optionsrätter kan påkalla lösen på.

RESULTATRÄKNING

År	2019	2018	2019	2018	2018
	APR-JUNI	APR-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
Nettoomsättning	3 048 742	6 508 105	6 404 708	11 057 487	19 266 035
Aktiverat arbete för egen räkning	1 628 295	1 509 026	3 894 532	2 930 912	7 148 077
Övriga rörelseintäkter	7 690	-9 467	24 755	267 078	310 549
OMSÄTTNING	4 684 727	8 007 664	10 323 995	14 255 477	26 724 661
Rörelsekostnader sälj och marknad	-1 354 899	-1 780 741	-2 590 127	-2 110 398	-4 016 258
Kostnader för intäkter	-985 440	-2 672 723	-2 048 723	-4 522 122	-6 637 779
Råvaror och förnödenheter	0	-94 597	0	-117 182	
Övriga externa kostnader	-407 364	-975 047	-966 496	-4 092 703	-8 214 313
Personalkostnader	-2 951 200	-2 600 577	-5 739 366	-4 742 475	-9 959 904
Av skrivning im. anl. tillgångar	-874 993	-759 219	-1 665 239	-1 354 311	-2 699 807
Av skrivning mat. anl. tillgångar	-9 989	-18 488	-19 947	-23 335	-39 833
Nedskrivning finansiella tillgångar	0	0	0	0	-415 000
Övriga rörelsekostnader	-2279	0	-2279	0	0
RÖRELSERESULTAT	-1 901 437	-1 046 878	-2 716 733	-2 707 049	-5 258 233
Ränteintäkter	0	0	0	0	0
Räntekostnader	-31 268	-7 990	-61 476	-15 585	-64 370
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	-1 932 705	-1 054 868	-2 778 209	-2 722 634	-5 322 603
RESULTAT FÖRE SKATT	-1 932 705	-1 054 868	-2 778 209	-2 722 634	-5 322 603
Skatt	0	0	0	0	0
PERIODENS RESULTAT	-1 932 705	-1 054 868	-2 778 209	-2 722 634	-5 322 603
Resultat per aktie före utspädning, kr	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultat per aktie efter utspädning, kr	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

BALANSRÄKNING

ÅR	2019	2018	2018
	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Tecknat ej inbetalt aktiekapital	0	0	0
IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	17 930 403	14 318 706	14 035 871
Ack avskr. Balanserade utgifter	-4 672 432	-1 896 327	-3 123 624
Balanserade utgifter Football manager	4 500 000		4 500 000
Licenser	1 172 345	1 172 345	1 172 345
Ack avskr. Licenser	-527 554	-292 924	-411 123
MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Inventarier, verktyg och installationer	199 179	235 314	199 180
Ack avskr. Inventarier	-98 618	-62 173	-78 671
FINANSIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Aktier i onoterade sv koncernföretag	880 000	830 000	830 000
Nedskrivning av aktier i koncernföretag	-415 000		-415 000
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	18 968 323	14 304 941	16 708 978
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
KORTFRISTIGA FORDRINGAR			
Kundfordringar	49 813	9 007	-2 381
Övriga fordringar	349 162	145 781	177 589
Förutbetalda kostnader	1 512 800	1 323 007	1 064 945
KASSA OCH BANK	2 036 578	330 572	7 264 523
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	3 948 353	1 808 367	8 504 676
SUMMA TILLGÅNGAR	22 916 676	16 113 308	25 213 654

BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017	2017
	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
EGET KAPITAL			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 383 353	1 126 351	1 383 353
Ej reg aktiekapital			
Fond för utvecklingskostnader	17 288 765	11 749 473	14 672 785
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond	37 188 580	28 941 500	37 188 580
Emissionsutgifter	-4 177 280	-4 166 758	-4 177 280
Balanserat resultat	-33 322 674	-22 460 778	-25 384 090
Periodens resultat	-2 778 209	-2 722 634	-5 322 603
SUMMA EGET KAPITAL	15 582 535	12 467 154	18 360 745
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande skulder till kreditinstitut	4 000 000	1 000 000	4 000 000
SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER	4 000 000	1 000 000	4 000 000
KORTFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande kortfristiga skulder	0	0	0
Leverantörsskulder	582 286	589 952	117 516
Övriga skulder	503 269	560 440	649 042
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 248 586	1 495 762	2 086 351
SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER	3 334 141	2 646 154	2 852 909
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	22 916 676	16 113 308	25 213 654

KASSFLÖDESANALYS

ÅR	2019	2018	2019	2018	2018
	APR-JUNI	APR-JUNI	JAN-JUNI	JAN-JUNI	JAN-DEC
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Rörelseresultat efter avskrivningar	-1 901 437	-1 046 878	-2 716 733	-2 707 049	-5 258 233
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	884 982	777 707	1 685 186	1 377 646	3 154 640
Övriga rörelsekostnader					
Erhållen ränta					
Erlagd ränta	-31 268	-7 990	-61 476	-15 585	-64 370
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITALET	-1 047 723	-277 161	-1 093 023	-1 344 988	-2 167 963
KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL					
Ökning/minskning av kortfristiga fordringar	479 401	372 396	-671 620	279 186	516 826
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	-160 599	984 937	481 231	707 606	914 361
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	-728 921	1 080 172	-1 283 412	-358 196	-736 776
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar immateriella anläggningstillgångar	-1 628 295	-1 509 026	-3 894 532	-293 0912	-714 8077
Investeringar materiella anläggningstillgångar		-138 353	0	-138 353	-102 218
Investeringar finansiella anläggningstillgångar	-50 000		-50 000	-830 000	-830 000
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-1 678 295	-1 647 379	-3 944 532	-3 899 265	-8 080 295
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Aktiekapital				9520	266522
Nyemission				820480	9067561
Emissionsutgifter		-270 058		-270058	-280580
Lån					3000000
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	0	-270 058	0	559 942	12 053 503
PERIODENS KASSAFLÖDE	-2 407 216	-837 265	-5 227 944	-3 697 519	3 236 432
Likvida medel vid periodens början	4 443 794	1 167 837	7264522	4028091	4028091
Likvida medel vid periodens slut	2 036 578	330 572	2036578	330572	7264523
SUMMA DISPONIBLA LIKVIDA MEDEL	2 036 578	330 572	2 036 578	330 572	7 264 523

FÖRÄNDRINGAR I DET EGNA KAPITALET

	AKTIE- KAPITAL	EJ REG AKTIE- KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
Ingående balans per 1 jan 2018	1 116 831		34 214 364	-20 701 351	14 629 844
Nyemission	266 522		9 067 562		9 334 084
Fondemission					0
Fond för utv utg.			4 682 739	-4 682 739	0
Balanserat resultat					0
Emissionsutgift			-280 580		-280 580
Summa resultat för perioden				-5 322 603	-5 322 603
Utgående balans 31 dec 2018	1 383 353	0	47 684 085	-30 706 693	18 360 745
Nyemission					0
Fondemission					0
Fond för utv utg.			2 615 980		2 615 980
Balanserat resultat			-2 615 980		-2 615 980
Emissionsutgift					0
Summa för perioden				-2 722 634	-2 722 634
Eget kapital 2019-06-30	1 383 353	0	47 684 085	-33 484 902	15 582 536
FÖRÄNDRINGAR I ANTAL UTESTÅENDE AKTIER			ANTAL		
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					
Teckn option 20161513			240 000		
Teckn option 20160621			60 000		
Nyemission 20160711			1 830 769		
Nyemission 20160816			90 000		
Nyemission 20160817			80 141		
Nyemission 20160818			50 625		
Nyemission 20171031			3 801 921		
Nyemission 20171121			326 118		
Nyemission 20180321			100 000		
Nyemission 20180730			2 366 376		
Nyemission 20180730			333 333		
ANTAL VID PERIODEN UTGÅNG			14 531 590		

PRINCIPER FÖR BOKSLUTSKOMMUNIKÉNS UPPRÄTTANDE

Denna delårsrapport har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning beräkningsmetoder har använts i delårsrapporten som i den senaste årsredovisningen. (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

Gold Town Games redovisar mot bakgrund av bolagets ställning inte värdet av underskottsavdrag som en tillgång i balansräkningen. Det ackumulerade skattemässiga underskottet uppgår per den 30 juni 2019 till 17,84 MSEK.

NÄSTA REDOVISNINGSTILLFÄLLE

Delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2019, samt tredje kvartalet, kommer att publiceras tisdagen den 28 november 2019.

Skellefteå den 29 augusti 2019.

Styrelsen för Gold Town Games AB

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av Bolagets revisor.