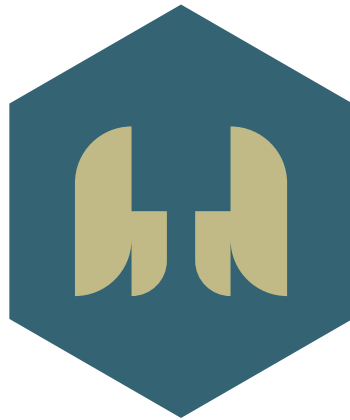


20181128



GOLD TOWN GAMES

DELÅRSRAPPORT FÖR PERIODEN
1 januari till 30 september 2018

**GOLD TOWN GAMES AB
559000-7430**

TREDJE KVARTALET I SAMMANDRAG

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

KORT OM GOLD TOWN GAMES AB

Gold Town Games är ett spelutvecklingsbolag med säte i Skellefteå. Bolaget, som leds av VD Pär Hultgren, består av 23 personer med erfarenhet av free-to-play, som är den dominerande affärsmodellen i mobilspelsbranschen. Bolaget fokuserar på sportmanagerspel för de två största mobila plattformarna iOS (Apple) och Android (Google). Bolaget lanserar under 2018 sin andra spel, World Football Manager. Målsättningen är att fortsätta utveckla det populära hockeymanagerspelet World Hockey Manager och använda den egenutvecklade teknik- och designplattform till fler managerspel inom lag- och arenasporter.



GOLD TOWN
GAMES

GOLD TOWN GAMES AB

Storgatan 53
931 30 Skellefteå

IR- & PRESSFRÅGOR:

Pär Hultgren, VD
ir@goldtowngames.com

ALLMÄNA FRÅGOR:

info@goldtowngames.com

EMINOVA FONDKOMMISSION AB är bolagets mentor på **NGM Nordic MTF**.

Tel: 08-684 211 00 | Fax: 08-684 211 29 | Email: info@eminova.se | www.eminova.se

KOMMENTAR TILL KVARTALSRAPPORT

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'PH' with a stylized flourish.

Pär Hultgren, VD
Gold Town Games AB

KORT OM 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 smart-phones. 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 spendera 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 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, målsättningen att skapa ett långsiktigt, underhållande och lönsamt. 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

World Hockey Manager 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.

World Hockey Manager 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 branch 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 HÄNDELSE, DELÅRET OCH DET TREDJE KVARTALET

Företrädesemission

Gold Town Games tog in ungefär 8,7 MSEK i en företrädesemission som genomfördes under juni.

Konvertibel

I samband med företrädesemissionen togs ett konvertibelt lån av Norrlandsfonden på 3 MSEK med följande villkor:

- Konverteringskurs 4,50 SEK
- Aktiekapitalet i Gold Town Games utökas vid inlösning av konvertibellånet med 63 464 SEK
- Räntan uppgår till Stibor 90+3 procent
- Tid för konvertering av lånet till aktier är mellan 2018-06-01 till 2022-12-31

Gamescon 2018

Gold Town Games medverkar på spelmässan Gamescon 2018 i Köln, Tyskland. Det nya spelet World Football Manager visades upp.

World Football Manager inleder soft launch Sydafrika

Gold Town Games lanserar fotbollsmanagerspelet World Football Manager i Sydafrika i september.

ALLMÄNT

Personal

Antalet tillsvidareanställda uppgick per den 30 september 2018 till 21 personer. Medelantalet heltidsanställda för perioden uppgick till 18 personer.

Aktien

Gold Town Games aktie togs upp till handel på NGM Nordic MTF den 13 juli 2016. Per handelsdag den 30 september 2018 var sista avslutet på kurs 3,92 SEK per aktie vilket motsvarar ett börsvärde om 57 MSEK baserat på 14 531 590 utestående aktier.

Finansiering och finansiell ställning

Det egna kapitalet uppgick till 20,39 MSEK per den 30 september 2018. Eget kapital per aktie vid full utspädning uppgick till 1,4 SEK (2,2 SEK). Soliditeten var på rapportdagen 76,1 procent (88,6 procent). Det ackumulerade kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -2,14 MSEK (-9,71 MSEK). Periodens kassaflöde uppgick ackumulerat till 6,63 MSEK (-7,20 MSEK).

Intäkter

Bolagets samlade intäkter under perioden är 15,34 MSEK.

Kostnader

Bolaget befinner sig fortsatt i en expansiv och kapitalintensiv fas gällande både gällande marknadsföring för att öka antalet användare och personalmässigt för att producera två spel av hög kvalitet. Under denna fas kan bolagets månatliga kostnadsmassa komma att justeras för att påverka hastigheten på tillväxten.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Det kan inte uteslutas att World Football Manager tar längre tid än beräknat att lansera fullskaligt. 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.

NYCKELTAL

År	2018	2017	2018	2017	2017
	JULI-SEPT	JULI-SEPT	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC
Nettoomsättning	4 282 227	284 637	15 339 723	311 049	2 014 281
EBITDA	207 017	-832 547	-1 122 384	-2 937 004	-3 369 996
EBIT	-565 539	-839 830	-3 272 586	-2 959 701	-4 224 326
Periodens resultat	-573 039	-839 980	-3 295 672	-2 959 932	-5 102 684
Rörelsemarginal %	0	0	0	0	0
Vinstmarginal %	0	0	0	0	0
Soliditet vid periodens utgång %	76,1	88,6	76,1	88,6	83,3
Räntabilitet på eget kapital %	-2,8	-4,9	-16,2	-17,4	-32,6
EGET KAPITAL PER AKTIE					
före utspädning kr	1,4	2,2	1,4	2,2	1,3
efter utspädning kr	1,4	2,2	1,4	2,2	1,3
Aktiens slutkurs för perioden	3,92	2,45	3,92	2,45	6,6
P/E-tal	neg	neg	neg	neg	neg
RESULTAT PER AKTIE					
före utspädning kr	-0,04	-0,11	-0,27	-0,39	-0,4
efter utspädning kr	-0,04	-0,11	-0,27	-0,39	-0,4
ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT					
före utspädning	14 531 590	7 603 842	14 531 590	7 603 842	11 731 881
efter utspädning	14 531 590	7 603 842	14 531 590	7 603 842	11 731 881
Utestående optioner*	0	0	0	0	0
GENOMSNITTLIGT ANTAL AKTIER					
före utspädning	13 531 687	7 603 842	12 392 927	7 603 842	8 264 672
efter utspädning	13 531 687	7 603 842	12 392 927	7 603 842	8 264 672
ANTAL ANSTÄLLDA					
i genomsnitt	19	10	18	10	10
vid periodens slut	21	12	21	12	13

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

RESULTATRÄKNING

ÅR	2018	2017	2018	2017	2017
	JULI-SEPT	JULI-SEPT	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC
Nettoomsättning	4 282 227	284 637	15 339 723	311 049	2 014 281
Aktiverat arbete för egen räkning	1 503 682	1 078 585	4 434 594	3 664 098	5 403 334
Övriga rörelseintäkter	35 701	97 373	302 772	112 187	122 002
OMSÄTTNING	5 821 610	1 460 595	20 077 089	4 087 334	7 539 617
Råvaror och förnödenheter	-1 998 640	-388 073	-8 748 341	-896 679	
Övriga externa kostnader	-1 331 115	-609 816	-5 423 819	-2 180 360	-6 100 700
Personalkostnader	-2 284 838	-1 295 253	-7 027 313	-3 947 299	-5 663 243
RÖRELSERESULTAT FÖRE AVSKRIVNINGAR	207 017	-832 547	-1 122 384	-2 937 004	-4 224 326
Avskrivning Immateriella anläggningstillgångar	-764 778		-2 126 867		-834 940
Avskrivning materiella anläggningstillgångar	-7 778	-7 283	-23 335	-22 697	-19 390
Övriga rörelsekostnader	0	0	0	0	0
RÖRELSERESULTAT EFTER AVSKRIVNINGAR	-565 539	-839 830	-3 272 586	-2 959 701	-5 078 656
Ränteintäkter					-15 961
Räntekostnader	-7 500	-150	-23 086	-231	-8 067
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	-573 039	-839 980	-3 295 672	-2 959 932	-5 102 684
RESULTAT FÖRE SKATT	-573 039	-839 980	-3 295 672	-2 959 932	-5 102 684
Skatt på årets resultat	0	0	0	0	0
PERIODENS RESULTAT	-573 039	-839 980	-3 295 672	-2 959 932	-5 102 684
Antal aktier	14 531 590	7 603 842	14 531 590	7 603 842	11 731 881
Genomsnittligt antal utestående aktier	13 531 687	7 603 842	12 392 927	7 603 842	8 264 672

BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017	2017
	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC
TILLGÅNGAR			
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Tecknat ej inbetalt aktiekapital	0	6 463 266	0
IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	9 648 558	9 648 558	5 984 460
Ack avskr. Balanserade utgifter	-2 648 970	0	-658 286
Licenser	1 172 345	1 172 345	1 172 345
Ack avskr. Licenser	-312 837	0	-176 654
MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Inventarier, verktyg och installationer	266 354	192 456	96 961
Ack avskr. Inventarier	-62 173	-42 145	-38 838
FINASIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Aktier i onoterade sv koncernföretag	830 000		
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	15 067 107	17 434 480	11 783 322
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
KORTFRISTIGA FORDRINGAR			
Kundfordringar	3 313	0	48000
Övriga fordringar	108 426	288 296	329 836
Förutbetalda kostnader	960 591	384 819	1 379 144
KASSA OCH BANK	10 661 361	1 105 635	4 028 091
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	11 733 691	1 778 750	5 785 071
SUMMA TILLGÅNGAR	26 800 798	19 213 230	17 568 393

BALANSRÄKNING

ÅR	2018	2017	2017
	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
EGET KAPITAL			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 383 353	723 857	1 116 831
Ej reg aktiekapital	0	361 929	0
Fond för utvecklingskostnader	12 594 002	8 909 095	9 990 046
<i>Fritt eget kapital</i>			
Överkursfond	37 188 580	27 597 664	28 121 018
Emissionsutgifter	-4 177 280	-3 086 551	-3 896 701
Balanserat resultat	-23 305 307	-14 517 717	-15 598 667
Periodens resultat	-3 295 672	-2 959 933	-5 102 684
SUMMA EGET KAPITAL	20 387 676	17 028 344	14 629 843
LÅNGFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande skulder till kreditinstitut	4 000 000	1 000 000	1 000 000
SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER	4 000 000	1 000 000	1 000 000
KORTFRISTIGA SKULDER			
Räntebärande kortfristiga skulder	0	0	0
Leverantörsskulder	301 888	295 045	485 492
Övriga skulder	518 610	272 825	300 922
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	1 592 624	617 016	1 152 136
SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER	2 413 122	1 184 886	1 938 550
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	26 800 798	19 213 230	17 568 393

KASSFLÖDESANALYS

ÅR	2018	2017	2018	2017	2017
	JULI-SEPT	JULI-SEPT	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Rörelseresultat efter avskrivningar	-565 539	-839 830	-3 272 586	-2 959 701	-4 224 326
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	0	0		0	
Erhållen ränta	0	0	0	0	-15 961
Erlagd ränta	-7 500	-150	-23 086	-231	-8 067
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITALET	-573 039	-839 980	-3 295 672	-2 959 932	-4 248 354
KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL					
Ökning/minskning av kortfristiga fordringar	405 466	-6 808 799	684 650	-6 745 636	-1 366 234
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	-232 273	-39 580	474 573	-9 191	744 473
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	-399 846	-7 688 359	-2 136 449	-9 714 759	-4 870 115
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar immateriella anläggningstillgångar	-1 503 682	-1 078 585	-4 434 594	-4 836 443	-6 575 679
Investeringar materiella anläggningstillgångar	-31 040	-36 241	-169 393	-125 626	-30 133
Avskrivning imateriella anläggningstillgångar	764 778	0	2 126 867	0	0
Avskrivning materiella anläggningstillgångar	7 778	7 283	23 335	22 697	0
Investeringar finansiella anläggningstillgångar	0	0	-830 000	0	0
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-762 166	-1 107 543	-3 283 785	-4 939 372	-6 605 812
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Aktiekapital	257 002	0	266 522	0	392 974
Nyemission	8 247 081	6 463 265	9 067 561	6 463 265	6 624 692
Emissionsutgifter	-10 522	0	-280 579	0	-810 149
Lån	3 000 000	1 000 000	3 000 000	1 000 000	1 000 000
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	11 493 561	7 463 265	12 053 504	7 463 265	7 207 517
PERIODENS KASSAFLÖDE	10 331 549	-1 332 637	6 633 270	-7 190 866	-4 268 410
Likvida medel vid periodens början	329 812	2 438 272	4 028 091	8 296 501	8 296 501
Likvida medel vid periodens slut	10 661 361	1 105 635	10 661 361	1 105 635	4 028 091
SUMMA DISPONIBLA LIKVIDA MEDEL	10 661 361	1 105 635	10 661 361	1 105 635	4 028 091

FÖRÄNDRINGAR I DET EGNA KAPITALET

	AKTIE- KAPITAL	FOND FÖR UTV. UTG	BALANSERAT RESULTAT	ÅRETS RESULTAT	SUMMA EGET KAPITAL
INGÅENDE BALANS 2017-01-01	723 857	5 244 998	11 810 398	-4 254 242	13 525 011
Nyemission	392 974		6 624 692		7 017 666
Disp enl beslut från årsstämma			-4 254 242	4 254 242	
Fond för utv utg.		4 745 048	-4 745 048		
Balanserat resultat					
Emissionsutgift			-810 149		-810 149
Summa resultat för perioden				-5 102 684	-5 102 685
EGET KAPITAL 2017-12-31	1 116 831	9 990 046	8 625 651	-5 102 684	14 629 843
Nyemission	266 522		9 067 562		9 334 084
Fond för utv utg.		2 603 956	-2 603 956		0
Balanserat resultat					0
Emissionsutgift			-280 580		-280 580
Summa resultat för perioden				-3 295 672	-3 295 672
EGET KAPITAL 2018-09-30	1 383 353	12 594 002	14 808 677	-8 398 356	20 387 676
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		
Apportemission 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 (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 september 2018 till 13,49 MSEK.

NÄSTA REDOVISNINGSTILLFÄLLE

Bokslutskommuniké perioden 1 januari till 31 december 2018 kommer att publiceras 2019-02-28.

Skellefteå den 29 november 2018.
Styrelsen för Gold Town Games AB

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av Gold Town Games revisor.



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

EMINOVA FONDKOMMISSION AB är bolagets mentor på **NGM Nordic MTF**.

Tel: 08-684 211 00 | Fax: 08-684 211 29 | Email: info@eminova.se | www.eminova.se