



gaming corps



DELÅRSRAPPORT

1 JANUARI - 31 MARS 2021

Sammanställning

NYCKELTAL FÖRSTA KVARTALET 2021

| | KONCERNEN | MODERBOLAGET |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Nettoomsättning | 0,06 MSEK (0 MSEK) | 1,55 MSEK (0 MSEK) |
| Rörelseresultat | -3,41 MSEK (-3,03 MSEK) | -0,92 MSEK (-0,31 MSEK) |
| Resultat efter finansiella poster | -3,23 MSEK (-3,05 MSEK) | -0,74 MSEK (-3,23 MSEK) |
| Resultat per aktie | -0,074 SEK (-0.103 SEK) | -0,017 SEK (-0,011 SEK) |

Siffror i parentes avser första kvartalet 2020. Nettoomsättningen för moderbolaget avser intern fakturering vilket inte påverkar omsättningen för koncernen.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER PERIODEN

- Den 10 februari meddelas att Gaming Corps ingått avtal med det globala mjukvaru- och distributionsföretaget Betconstruct avseende tillhandahållande av Bolagets digitala spelautomater till ett stort antal marknader världen över. Avtalet innebär att BetConstruct agerar aggregator och distributör mellan Gaming Corps och sina anslutna operatörer och partners.
- Den 11 februari meddelar Bolaget att avtal tecknats avseende försäljning av 212 aktier i Kung Fu Factory Ltd. till en köpeskilling om ca 165 100 USD, motsvarande ca 1,37 MSEK. Bolaget förvärvade 901 aktier i det amerikanska utvecklingsföretaget under 2017 och 2018. Köpeskillingen är vid rapportdatum erlagd. Köparen är en tredje part som i och med transaktionen blir ny delägare i Kung Fu Factory.
- Den 24 mars meddelas att Gaming Corps genomfört det planerade förvärvet av den tekniska plattform för backend som sedan 2019 licensierats från motparten Wonderland Gaming Company Ltd. Förvärvet gjordes till ett pris om ca 5,9 MSEK.



VD har ordet

Kära Aktieägare,

Första kvartalet 2021 präglades av många händelser för Gaming Corps men kanske allra mest av de tre digitala spelautomater som lanserades. Först ut var "Clumsy Witch" som lanserades den 2 mars och sedan dess uppskattats av spelarna. I slutet av perioden letade sig "Baby Hercules" ut på marknaden, spelet blev det första vi lanserade exklusivt tillsammans med iGaming-pionjären Interwetten vilket var en milstolpe. Men allra mest avtryck hos oss och externt gjorde såklart "Delicious" – det sedan länge efterlängttade spelet Gaming Corps tagit fram exklusivt för ATG. Spelet med travtema, inspirerat av Daniel Redéns stjärnhäst Delicious U.S., landade hos publiken med precis den spelglädje, nyfikenhet och intresse vi hade hoppats på. Det gläder mig också mycket att ATG är nöjda med produkten och lanseringen, det tar vi med oss.



För Bolagets del är det en trygghet att ha genomfört den första skraddarsydd utvecklingen av en exklusiv produkt, vi har lärdomar i bagaget från utvecklingen av "Delicious" som redan kommit till nytta i arbetet med att fördjupa affärsmodellen. Nyligen kunde vi berätta om samarbetet med Bons Casino där produktion är i gång av en skraddarsydd, exklusiv spelautomat som ligger i pipeline för lansering under 2021. Exklusiva spel får väldigt stor exponering hos operatören en längre tid varför det ger en helt annan utväxling på utvecklingskostnaden än ett icke exklusivt spel, vilket har stort värde för såväl Gaming Corps varumärke som intjäningsförmåga på lång sikt. I fallet med "Delicious" finns såklart en begränsning rent intjäningsmässigt givet att ATG endast agerar i Sverige och Danmark, medan ett casino som Bons finns på många stora marknader runt om i världen. Därför är exklusiva iGaming-spel en oerhört viktig affärsmodell för Bolaget nu och framöver. Bolaget är i andra långt framskridna samtal med olika motparter om att ta fram antingen helt skraddarsydda, exklusiva produkter eller produkter som kommer med någon form av exklusivitet och här finns utrymme för olika kreativa lösningar för att öka vår exponering.

Bolaget har nu publicerat sju digitala spelautomater och vårt nya utvecklingsteam börjar bli varma i kläderna. Fler medarbetare och ändrat ledarskap inom iGaming sedan hösten 2020 har burit med sig nödvändiga omställningar, det innebär som jag nämnt tidigare att under en längre tid har vi inte kunnat hålla den takt som planerats, vilket haft en eftersläpande effekt på intäkterna. Men allteftersom vi växer och våra team stänger och öppnar nya projekt, går utvecklingen snabbare och snabbare i takt med att Bolagets kunskapskapital växer. De projekt som nu ligger i pipeline inom digitala spelautomater blir nästa generation Gaming Corps spel där vi än mer kommer visa att affärsidén att gifta samman Gaming och iGaming är med oss hela tiden.

Den 24:e mars genomfördes förvärvet av den plattform för backend som Bolaget sedan 2019 använt via licensavtal. Förutom de uppenbara fördelarna i form av driftsäkerhet och långsiktig kostnadsbesparing, innebär också förvärvet att Bolaget snabbare kunde gå vidare med planerna att bredda iGamingportföljen. Med plattformen kom en avancerad slumpgenerator vilken inrymmer kapacitet för andra iGaming-spel än bara spelautomater vilket går i linje med vår uttalade ambition. Arbetet med förvärvet sammanföll med att våra operatörer visat intresse för kategorin Table Games varför del av våra resurser senaste tiden intensivt fokuserats mot att etablera Gaming Corps första produkt, ett Blackjack-spel. Inom snar framtid kommer vi kunna presentera förhandsvisning av produkten som vi sätter stor tilltro till.

En annan för Gaming Corps betydande nyhet är den produktlinje för Multiplier-spel vi annonserade i början av maj. Bolaget bygger vidare på kompetensen inom digitala spelautomater och går med hög ambition in i en ny kategori som är på stark frammarsch, även det i linje med målsättningen att bredda vårt erbjudande inom iGaming vilket gör hela portföljen mer intressant för operatörerna. I dagsläget är utbudet smalt inom kategorin, framför allt på många av de



reglerade marknader Gaming Corps når via MGA-licensen, samtidigt som intresset är stort vilket framgått av dialog med våra operatörer. Tre spel är under produktion och fler är i planeringsstadiet, ett av de som nu utvecklas kommer de tre första månaderna tillhandahållas exklusivt hos en operatör.

Denna period har slutligen också karaktäriserats av att gå i väntans tider, då flera partners vi tidigare skrivit avtal med legat i pipeline för att integreras. Här har det gått långsamt många gånger hos antingen motparten eller tredje part och flera integrationer är fortsatt inte genomförda. Delvis förefaller det vara vanligt inom branschen att integration kan ta tid, men det har också varit fråga om att motparter drabbats på ett eller annat sätt av pandemin vilken fortfarande påverkar stora delar av samhället.

Fjärde kvartalet 2020 visade på obetydliga intäkter och som jag nämnde i rapporten då var mina förväntningar på första kvartalet 2021 att nivån skulle vara ungefär densamma. De stora kliven Bolagen tagit framåt, genom lansering av tre spel under slutet av första kvartalet och omställning till utveckling av tre parallella produktlinjer inom iGaming, har inte ännu visat sig i omsättningen. Vi har fortsatt förtroende för att andra kvartalet 2021 kommer visa en helt annan, mer rättvisande finansiell bild av Bolagets intjäningsförmåga, understödd av en större produktbredd. Det intensiva arbetet mot svarta siffror vid rapportdatum för andra kvartalet fortgår oförtrutet och har börjat få effekt.

Det är en väldigt spännande, intensiv men rolig tid att vara del av det här Bolaget. Samtidigt är det en avgörande tid och vi känner alla i team Gaming Corps verkligen av stundens allvar. Vi behöver ta nästa kliv och bli ett riktigt lönsamt bolag, det är det vi alla har framför ögonen. Vår vision är att över tid bli en så kallad Prime Mover, en katalysator och inspiratör på de två marknader vi agerar och med det skapa aktieägarvärde, och med den visionen tydligt i framrutan kör vi vidare. Som alltid är jag tacksam att ha er aktieägare med oss på resan.

Uppsala 2021-05-14

Juha Kauppinen

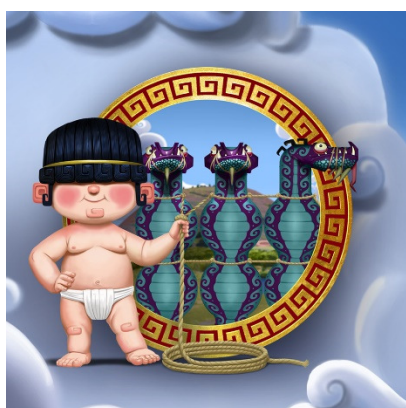


Om verksamheten



Gaming Corps AB ("Bolaget") är ett utvecklingsföretag som agerar på den globala, digitala spelmarknaden med att ta fram datorspel, kasinospel och interaktiv underhållning inom två affärsområden – iGAMING och GAMING. Gaming inbegriper spel för underhållning på olika plattformar – datorer, konsoler och mobiler. iGaming inbegriper spel för pengar och underhållning online. Gaming Corps har huvudkontor i Uppsala och spelutvecklingen görs på Malta samt i Ukraina. Verksamheten i Uppsala är fokuserad på ledning, administration, försäljning och affärsutveckling.

Gaming Corps har en studio i teknikparken Smart City på Malta där personalen är engagerad med arbete inom båda affärsområden. Bolaget har även ett team i Kiev, Ukraina, dedikerat till utveckling och testning av iGaming-produkter. Bolaget tar därtöver vid behov in underleverantörer och konsulter. Verksamheten på Malta bedrivs av Gaming Corps Malta Ltd. som ägs av Gaming Corps Holding Ltd. som i sin tur är ett helägt dotterbolag till Gaming Corps AB i Sverige. Teamet i Kiev är rekryterade i samarbete med Gaming Corps och anställda på heltid i ett nybildat företag som Bolaget har avtal med. Alla Bolagets produkter marknadsförs under moderverumärket Gaming Corps. Bolaget har sedan den 11 februari 2020 licens för utgivning av digitala kasinospel utställd av Malta Gaming Authority.



Verksamheten inom iGAMING fokuseras primärt på digitala spelautomater, även kallade kasinoslots. Bolaget arbetar i den produktkategorin med två affärsmodeller varav den första består av utveckling av icke-exklusiva spel som kan erbjudas fler än en operatör. Den andra affärsmodellen avser utveckling av skräddarsydda spelautomater där Gaming Corps har ett innevarande avtal med operatören ATG samt ett nyligen påbörjat samarbete med Owl In N.V. för Bons Casino. Till dags dato har sex icke exklusiva spel givits ut – "Book of Pirates", "Jellos", "Undead Vikings", "Angry Elf", "Clumsy Witch" och "Baby Hercules". Under slutet av perioden lanserades "Delicious", den första av två skräddarsydda, exklusiva spelautomater Bolaget enligt avtal ska ta fram för ATG. Utvecklingen av den andra är ännu inte påbörjad. Bolaget har en pipeline av pågående produktion inom digitala spelautomater, det spel som står närmast på tur att lanseras är "Golden Chick".

Under perioden har bolaget påbörjat utveckling inom två andra spelkategorier inom iGaming – **Table Games** och **Multiplier Games**. Inom det senare är tre spel under utveckling varav ett skräddarsys för ett ej ännu namngivet onlinecasino, det kommer göras tillgängligt exklusivt med stor exponering under tre månader mot vinstdelning. Fokus inom kategorin Table Games är i första hand ett Blackjack-spel som också är under pågående utveckling.

Bolagets lanserade spel inom affärsområde iGaming finns idag tillgängliga hos 19 onlinekasinon över ca 25 geografiska marknader, via de operatörer Gaming Corps har avtal med. Bolaget har ingått avtal med ytterligare operatörer där integrationen kvarstår innan våra spel kan börja erbjudas hos deras respektive onlinekasinon.

Inom affärsområde **GAMING** består verksamheten av utveckling av fler kapitel för Oh Frog, ett spel av genren action adventure puzzle som den 20 april 2020 lanserades på den globala plattformen Steam. Två utvecklingsprojekt på längre sikt finns i pipeline, rollspelet Katrina 1565 – Siege of Malta samt Project Intelligence, spelutveckling inom Interactive Entertainment. Projektering för ett ännu ej annonserat mobilspel med idrottstema planeras inledas under 2021 efter att



sondering visat på goda förutsättningar. Sedan årsskiftet har allt arbete med affärsområde Gaming temporärt satts på paus för att tillföra affärsområde iGaming extra kompetens, bland annat för den delvis komplexa programmeringen av det första Blackjack-spelet vilket innefattar 3D-funktionalitet.

GAMING CORPS AFFÄRSIDÉ

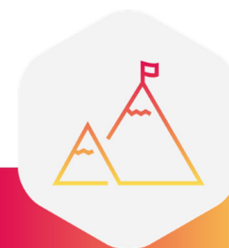
Gaming Corps affärsidé är att inom marknaderna för Gaming och iGaming erbjuda den selektiva gamern egenutvecklade, nischade datorspel samt kasinospel på premiumnivå. Bolaget nyttjar de synergieffekter som kommer av att agera på två marknader som å ena sidan är närliggande vad gäller kompetens och möjligheten att dela utvecklingstillgångar, men å andra sidan är skilda vad gäller utvecklingscykler, finansiellt åtagande och regleringar. Gaming Corps utvecklar eget innehåll i form av spel och grafiska komponenter, Bolaget kan också investera i delvis utvecklade spel som kan tas vidare till färdig produkt inom ramen för Bolagets profil. Gaming Corps primära målgrupp i termer av slutanvändare för båda affärsområden är erfarna och/eller selektiva så kallade "gamers", det vill säga personer som spelar spel. Dessa gamers är mogna utifrån det sätt de konsumerar spel och/eller som konsekvens av lång erfarenhet av spelande. För att möta kraven från denna målgrupp fokuserar Bolaget inom iGaming på kasinospel av premiumnivå i termer av mekanik, design och grafik samt satsar på medel till hög nivå av gamification. Det senare handlar om hur mycket av funktionalitet och känsla från Gaming-världen som förs in i kasinospelen. Inom Gaming möter vi slutanvändaren genom att fokusera på nischade spel, komplexa mogna spel och/eller spel med icke-våldsmekanik som grund.



Gaming Corps' business idea is to develop original content for Gaming and iGaming, servicing the selective gamer with niche video games and premium casino games.

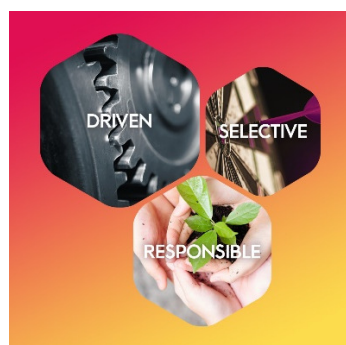
VISION FÖR FRAMTIDEN

Gaming Corps har en speciell resa bakom sig där Bolaget nyligen till hög grad fått börja om från början. Från den ömtåliga positionen där allt står på spel har en modig och ambitiös vision växt fram som grundas i en stark vilja att göra skillnad i branschen och bygga ett företag som är framgångsrikt över tid. En vision är en övergripande målformulering som anger riktningen för vart ett företag är på väg, den ska vara långsiktig, engagerande och svår men ändå möjlig att uppnå med hårt arbete. För Gaming Corps faller pusselbitarna samman runt begreppet *prime mover* som handlar om att vara grunden till framfart; den turbin som driver maskineriet framåt. Gaming Corps strävan är att driva de branscher vi agerar på framför oss och där göra skillnad till den punkt att vi påverkar dem i sin utveckling på ett positivt sätt. Vår vision är att Gaming Corps inom ca 10 år ska vara en erkänt drivande kraft i utvecklingen av Gaming- och iGamingmarknaderna. Vad gäller iGaming som vi just nu fokuserar på vill Gaming Corps vara drivande i att göra kasinospel mer avancerade, att göra branschen mer innovativ och effektiv i sitt ansvarstagande samt att bidra till att öka branschens övergripande anseende.



Gaming Corps' Gaming Corps vision is to be recognized worldwide as a prime mover in the evolution of the Gaming and iGaming industries.

LÅNGSIKTIGT VARUMÄRKESBYGGANDE

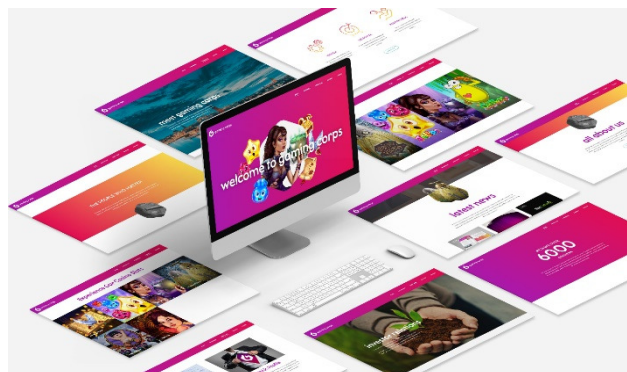


Den 2 november 2020 lanserades Gaming Corps uppdaterade affärsidé och nya vision enligt ovan. Bolaget lanserade även sin nya varumärkesplattform som beskriver modervarumärket Gaming Corps' identitet – vad vi står för, hur vi vill uppfattas och vilket löfte vi ger de som investerar i, spelar spel av eller samarbetar med Bolaget. Detta sammanfattas i tre varumärkesvärderingar - **Driven**, **Selektiv** och **Ansvarsfull** - vilka genomsyrar det Gaming Corps för fram i termer av produkter, publikationer, kommunikation och marknadsföring. Gaming Corps varumärkesvärderingar är således viktiga verktyg i Bolagets verktygsåda för att varje dag leverera enligt affärsidén samt med ett medvetet steg i taget föra Bolaget i riktning mot visionen.



INTRESSENTER OCH MÅLGRUPPER

I och med att Gaming Corps är börsnoterat och arbetar inom två affärsområden har Bolaget många olika intressenter. Med intressenter avses grupper som antingen har ett finansiellt intresse i Gaming Corps och/eller vars agerande har stor inverkan på Gaming Corps. De sex viktigaste intressentgrupperna för Gaming Corps är aktieägare, operatörer, aggregatorer, partners, slutanvändare samt regulatoriska institutioner så som Nasdaq och Malta Gaming Authority. Alla intressentgrupper kan och kommer vid någon punkt utgöra målgrupp för kommunikation, till varierande grad. Men alla



intressenter utgör inte målgrupper för marknadsföring som ju syftar till att bygga Bolagets varumärke och föra ut Bolagets erbjudande, detta då det är svårt att bygga ett starkt varumärke utifrån en alltför bred och omfattande kravspecifikation. Givet verksamhetens uppbyggnadsfas och nuvarande huvudfokus på iGaming, prioriterar Bolaget kommunikation och marknadsföring för tre huvudsakliga intressentgrupper: 1) investerare, 2) operatörer och 3) aggregatorer. Den 2 november 2020 lanserades även Bolagets nya hemsida – skapad med alla intressenter i åtanke men med dessa tre i fokus. Detta fokus kommer naturligt utvecklas allteftersom Bolaget utvecklas.



Affärsområde iGaming

iGAMING består av spel för pengar och underhållning (gambling) över internet, via dator eller telefon. Produkter inom iGaming kallas på marknaden ofta för KASINOSPEL, på engelska CASINO GAMES. Tekniska landvinningar och kreativ utveckling har inneburit att dagens produkter tar sig mer karaktären av datospel. Gaming Corps nuvarande produkter inom iGaming består av DIGITALA SPELAUTOMATER, på engelska CASINO SLOTS. En digital spelautomat är en elektronisk form av den klassiska spelautomaten enarmad bandit, där man i datorn eller i på mobilen spelar en form av spel som i grunden bygger på samma funktion, det vill säga att hjul som snurrar och vinst uppstår när flera symboler i rad kommer upp. Med moderna medel kan sedan detta spel kläs i en oändlig mängd teman och utseenden, den digitala varianten ger också möjligheter till många fler funktioner än det mekaniska originalet. Bolaget har även påbörjat utveckling av spel inom produktkategorierna TABLE GAMES, dvs. klassiska bordsspel i digital form så som Blackjack och Roulette, samt den mer moderna produktkategorin MULTIPLIER GAMES. Gemensamt för iGaming-spelen är att basen utgörs av en matematisk modell som säkerställer att en viss nivå av vinst återbetalas till spelarna över tid, något som regleras med lagar och bestämmelser.

MARKNADEN FÖR IGAMING



Internet har inneburit en mångfald av möjligheter för den annars mycket traditionella gamblingmarknaden att växa. Teknisk utveckling har gått hand i hand med lättnader i lagstiftning vilket påskyndat utvecklingen. Den globala online-kasinomarknaden omsatte år 2019 46 miljarder USD och beräknas ha en tillväxt de kommande åren som innebär att den år 2024 omsätter nästan det dubbla – 94 miljarder USD. Europa står för 63 procent av den globala marknaden, och Storbritannien är den enskilt största marknaden. Exempel på faktorer som bedöms driva utvecklingen av iGaming är möjligheten att betala och spela med kryptovaluta (som Bitcoin), kundcentrerade upplevelser och trenden med VR-headsets.

Precis som inom Gaming är mobila plattformar på tillväxt där mobilspel driver utvecklingen av den globala iGamingmarknaden. Under 2018 stod mobilspel för 41 procent av intäkterna globalt, en ökning med hela 39 procent jämfört med föregående år. iGaming-marknaden fortsätter givetvis även att drivas av andra makrotrender som globalisering och digitalisering.

För många bolag i branschen ligger fokus vid framtagningen av mobilapplikationer på att säkra betalningsfunktionerna. Säkerhet överlag är en trend där det kommer nya tekniska lösningar för inloggning, betalning och processer för kundkännedom. Här påverkas alla operatörer även av GDPR och behovet att korrekt hantera data runt kunderna, vilket också driver den tekniska utvecklingen. En säker mobilbaserad betalningslösning gör inte bara nedladdning och användning enklare för alla typer av iGaming-produkter, utan möjliggör för vadslagning i realtid. 2016 stod vadslagning kopplad till idrott för en betydande del av iGaming-marknaden, hela 40%, därefter hade kasinospel den näst största andelen av marknaden med ca 25%, följt av poker och bingo. Marknaden för kasinospel växer även den snabbt och sett till hela världen uppskattades den vara värd ca 10,6 miljarder EUR under 2017, med en tillväxt om 9 procent jämfört med året innan. Ökad penetration och användning av mobila plattformar står för merparten av tillväxten.



MÅLGRUPPER – OPERATÖRER

För spelutvecklare är den primära målgruppen operatörer vilka tillhandahåller kasinospel online – på internet och i mobil. I vardagligt tal kallas dessa operatörer för onlinekasinon, de tillhandahåller vadslagning för pengar online, till största del kopplat till idrott, samt kasinoprodukter så som exempelvis digitala spelautomater och roulett. Många av de klassiska spelen som återfinns på ett kasino har under de senaste två decennierna fått sin digitala motpart på internet. Givet de mobila plattformarnas starka position är operatörernas fokus till mångt och mycket att tillgodose spel som passar för den typen av konsumtion. Så som marknaden ser ut äger en operatör ofta flera onlinekasinon, det kan handla om att olika varumärken tagits fram för olika målgrupper och/eller geografiska marknader, eller att portföljen är ett resultat av uppköp.

Till operatörer kan utvecklare antingen erbjuda en produkt exklusivt, vilket innebär att den endast finns tillgänglig hos en operatör, eller icke-exklusivt där samma spel kan tillhandahållas gentemot slutanvändarna av flera operatörer. Vanligen har operatörerna en produktmix där de erbjuder några spel exklusivt tillsammans med ett stort antal icke-exklusiva spel som då också finns hos konkurrenter, därför kan samma operatör ha olika köpbeteende beroende på vad för syfte de har med produkten. I slutänden spelar givetvis slutanvändarna stor roll för operatörens preferenser då det är de som driver affären. En viktig aktör på marknaden är aggregatorerna, företag som tillgodoser en teknisk plattform som utgör distributörsänk mellan spelutvecklarna och operatörerna. Här finns sällan exklusivitet utan såväl spelutvecklare som operatörer kan arbeta med flera aggregatorer parallellt. Givet aggregatorernas möjlighet att föra ut produkter kan även aggregatorer i sig utgöra målgrupp för ett utvecklingsbolag.

MÅLGRUPPER – SLUTANVÄNDARE

En enkel indelning av användarna är vanemässiga och tillfälliga. Vanemässiga spelare är en grupp som regelbundet och systematiskt spelar online. En del av dem är professionella och livnär sig på sitt spelande. Även om de professionella kunderna ofta är framgångsrika i termer av vinster är det lukrativt att attrahera dem som målgrupp då de utgör en lojal och tillförlitlig kundbas. Tillfälliga spelare besöker onlinekasinon då och då av nyfikenhet, tristess och/eller önskan att få en snabb "kick". De har ingen varumärkeslojalitet utan väljer operatörer nära på slumpmässigt. För Gaming Corps del är de vanemässiga spelarna i huvudfokus, och då de som har spelat kasinospel länge och/eller omfattande, har ett stort intresse, snabbt uppskattar ny mekanik, söker efter premiumspel med hög nivå på gamification samt överlag är selektiva i vad de spelar.

AFFÄRSMODELLER FÖR IGAMING



Gaming Corps produkter inom iGaming består av digitala spelautomater och bolaget arbetar för närvarande med två olika affärsmodeller: icke exklusiva digitala spelautomater samt skräddarsydda digitala spelautomater. Inom iGaming består affärsmodellerna generellt av lägre kapitalinsats och kortare utvecklingstider än vad som finns inom Gaming. Omfattningen av ett projekt för utveckling av spel för pengar är mindre än de enormt komplexa utvecklingsprojekten av datorspel för underhållning. I de fall ett iGaming-projekt riktar sig mot mobila plattformar, så som med digitala spelautomater, krävs även hänsyn till att den marknaden har

korta livstidscykler för produkterna, konsumenterna kräver regelbundet nya produkter och konkurrensen är stor. En konsument använder dock ofta flera parallella produkter varför det finns en stor efterfrågan att matcha det stora utbudet.

För utvecklare av iGaming-produkter är **aggregatorer** en viktig komponent i affärsstrategin om man valt att inte bygga upp egen teknisk distributionskapacitet. Men även för företag som har den interna kapaciteten kan aggregatorerna utgöra en viktig del av affärsmodellen eftersom en aggregator sällan kräver exklusivitet utan såväl spelutvecklare som operatörer kan arbeta med flera aggregatorer parallellt. En affär kan skapas genom att spelutvecklaren och operatören kommer överens och sedan kopplar in en aggregator som teknisk mellanhand. Men en affär kan också uppstå genom att spelutvecklaren tecknar avtal med en aggregator som därefter marknadsför produkterna mot de operatörer som är anslutna till plattformen, eller mäklar kontakt mellan spelutvecklaren och operatörerna. Rätt aggregator erbjuder alltså under goda förutsättningar inte bara teknisk distribution utan kan även vara en central del av affärsmodellen och bidra till stor exponering och bredare geografisk spridning.



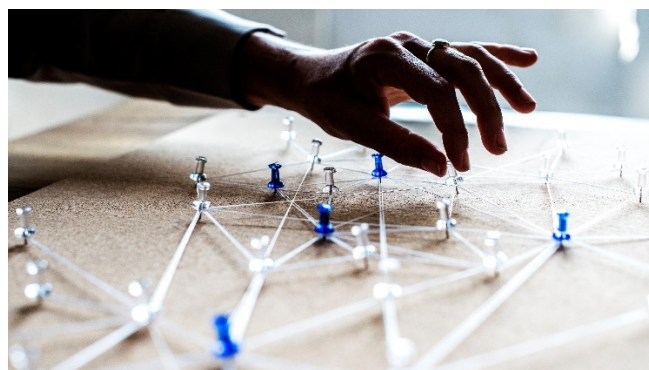
FÖRSÄLJNING

Försäljning av iGaming-produkter till operatörer på reglerade marknader kräver spellicens, och då Gaming Corps produktion huvudsakligen utförs på Malta krävs i första hand en licens utställd av Malta Gaming Authority. Bolaget ansökte under 2019 om licens vilken utfärdades av MGA den 11 februari 2020 efter en process där Bolaget lämnat in och fått granskat såväl juridiska, administrativa som tekniska underlag. I ett sista steg testades Bolagets system av ett oberoende testlabb för att säkerställa regelefterlevnad. Efter utfärdad licens krävs det av Bolaget att man kontinuerligt upprätthåller nivån och möter de krav som ställts upp. Varje enskild digital spelautomat måste även licensieras separat vilket föregås av att den testas av ett oberoende testlabb för att säkerställa att den bakomliggande matematiska modellen är korrekt. Gaming Corps iGaming-produkter kan även säljas utan licens i de fall avtal tecknas med aggregatorer som agerar mellanhand under egen licens.

Med MGA-licensen har Gaming Corps möjlighet att sälja på flertalet reglerade marknader utöver Malta, så som Sverige och andra EU-länder. Skulle Bolaget till exempel vilja sälja direkt till operatörer i Storbritannien eller Schweiz krävs en inhemsk licens där. Bolagets nästa steg i att bredda den geografiska spridningen är att ansöka om Curacao Gambling License, en av de äldsta licenserna för iGaming globalt, som i Gaming Corps fall skulle medföra att ytterligare länder tillkommer som möjliga marknader.

Gaming Corps arbetar i sin försäljning både direkt mot operatörer och direkt mot aggregatorer samt andra företag med liknande plattform- eller distributionslösningar. Här pågår dialog med flera olika parter i syfte att bredda distributionen av Bolagets spel.

DISTRIBUTION



Den vanligaste distributionsmodellen för kasinospel består av att gå via en aggregator som tredje part. Gaming Corps har per rapportdatum avtal med tre aggregatorer, iSoftBet, EveryMatrix och BetConstruct, vars uppdrag är att utgöra teknisk länk mellan Bolaget och anslutna operatörer. Avtal med iSoftBet ingicks i december 2019 och för närvarande finns Gaming Corps lanserade spel tillgängliga via iSoftBet hos till dem knutna operatörer som Bolaget också ingått separat avtal med. Bolaget ingick september 2020 avtal med aggregatorn EveryMatrix med vilken integrationen snart är slutförd. Under perioden skrevs

avtal med det globala mjukvaru- och distributionsföretaget Betconstruct med vilken integrationen pågår. Via de operatörer Bolaget ingått avtal med finns Gaming Corps spel idag hos totalt 19 onlinekasinon, tillgängliga för spelare på ca 25 geografiska marknader.

En annan distributionsmodell är **direkt integration**. Direkt integration är en modell som kräver mer omfattande intern kapacitet, men i gengäld innebär att större del av vinsten stannar hos spelutvecklaren eftersom ingen tredje part deltar. Det varierar beroende på motpart hur mycket som krävs av spelutvecklaren när direkt integration används för distribution, där vissa operatörer behöver mer och andra mindre. Det handlar förutom om tekniska faktorer också om krav avseende t.ex. tillgänglighet för support under dygnet. Gaming Corps slutförde under slutet av 2020 avtal de första tekniska integrationerna med operatörer för distribution via direkt integration och Bolaget har i dagsläget fler möjliga partnerskap på bordet där direkt integration är en central del av samarbetet.

När avtal tecknats mellan operatör och spelutvecklare krävs att parterna därefter genomför en teknisk integration innan Bolaget spel kan göras tillgängliga på operatörens onlinekasinon. Beroende på tekniska förutsättningar och övrig pipeline kan det ta olika lång tid innan integrationen är klar. I vissa fall kan det ta flera månader mellan avtal och genomförd integration på grund av förutsättningar hos motparten, något Bolaget arbetar aktivt för att förkorta.



PÅGÅENDE PROJEKT

PORTFOLIO AV ICKE EXKLUSIVA DIGITALA SPELAUTOMATER



Gaming Corps har under pågående utveckling en portfolio av icke-exklusiva digitala spelautomater, dvs. spel som kan säljas till fler än en operatör. Till dags dato har sex icke exklusiva spel givits ut – "Book of Pirates", "Jellos", "Undead Vikings", "Angry Elf", "Clumsy Witch" och "Baby Hercules". Bolaget har en pipeline av pågående produktion inom digitala spelautomater, det spel som står närmast på tur att lanseras är "Golden Chick". Kommande spel därutöver befinner sig i olika faser av produktion och Bolagets målsättning är att öka lanseringstakten framöver.

Gaming Corps söker hålla en hög nivå på portföljens samtliga spel och arbetar tills nu med två olika typer – premiumprodukter och steget under, kasinoslots för en bredare marknad än premiumprodukten men med någon eller några faktorer som gör dem mer avancerade än enklare typ av spel på marknaden. Premiumprodukten riktar sig i första hand till den vanemässige, selektive och kunnige spelaren med förstklassigt gränssnitt och

modern mekanik samt hög nivå av gamification. Den produkten är tänkt att lämpa sig för en typ av marknadsföring som attraherar även den tillfällige spelaren för att på så sätt kunna erbjuda den tilltänkta kunden, dvs. operatören, en produkt med stor intjäningsförmåga. Med etableringen av Gaming Corps nya strategiska plattform är det den här typen av spel Bolaget avser satsa på, varför enklare spelautomater för en bred marknad kommer ta mindre utrymme i portföljen över tid. Spelautomater för en bred marknad utvecklas i första hand med den tillfällige spelaren i åtanke där operatören och/eller aggregatören erbjuds iögonfallande produkter med lättfattliga, engagerande funktioner i syfte att tillgodose den tillfällige spelarens nyfikenhet och vandringslust mellan olika spel. Samtliga digitala spelautomater Bolaget tar fram levereras till operatören med ett MarCom-paket av grafiska komponenter och färdigt, professionellt producerat innehåll till social media.

EXKLUSIVA DIGITALA SPELAUTOMATER



Under slutet av perioden den 25:e mars lanserades "Delicious", den första av två spelautomater Bolaget enligt avtal ska ta fram för ATG. Den 20 december 2019 ingicks avtalet som innebär utveckling av skräddarsydda, exklusiva digitala spelautomater för ATG:s räkning till ett initialt ordervärde av 4 MSEK samt del av spelintäkterna. Den andra exklusiva spelautomaten är ännu ej påbörjad, det är upp till ATG att besluta produktstart och lansering.

Avtalet med ATG innebär vidare en överenskommelse om att ATG kan erbjuda Gaming Corps icke-exklusiva digitala spelautomater, ersättningen till Bolaget sker där i form av vinstdelning. I samband med lansering av icke-exklusiva produkter har ATG rätten att exklusivt tillhandahålla dem i Sverige och Danmark under en period på 30 dagar.

Den 27:e april kunde Bolaget meddela att samarbete inletts med Owl In. N.V. om utveckling av en exklusiv, skräddarsydd digital spelautomat som nu är i produktion. Produkten kommer erbjudas exklusivt på onlinekasinot Bons Casino, ägt av Owl In N.V. Ersättningen till Gaming Corps bygger på vinstdelning varav en initial fast summa om 50 000 EUR kommer medföra en intäkt för Bolaget under andra kvartalet 2021. Då ersättningen för spelet baseras huvudsakligen på vinstdelning efter lansering görs ingen prognos avseende framtida intäkter för spelet.



TABLE GAMES



Under perioden har arbete inletts med att bygga kapacitet och utveckla Gaming Corps första spel inom den populära produktkategorin Table Games. Table Games är en kategori kasinospel som i sin ursprungliga, fysiska form spelas på en bordsskiva. De flesta av borden är täckta i filt och har spelplaner där spelarna lägger sina marker för att satsa på ett visst utfall. I den digitala världen har utvecklare oftast hållit sig nära verkligheten i termer av hur spelen ser ut och fungerar, det vill säga man försöker i den mån det går att efterlikna det fysiska spelet både i termer av utseende och regler. Gaming Corps första spel under pågående utveckling är ett Blackjack-spel med 3D-funktionalitet.

MULTIPLIER GAMES



Bolaget har under perioden påbörjat utveckling av en ny produktlinje vid namn iject inom den framväxande spelkategorin Multiplier Games. Detta till följd av Gaming Corps målsättning att bredda produkterbjudandet inom iGaming, samtidigt som förfrågningar från operatörer inkommit. Produktlinjen kommer bestå av icke exklusiva spel och skräddarsydda, exklusiva spel. Utveckling pågår av tre olika spel inom spelkategorin. Ett av dessa utvecklas enligt beställning från en av Bolagets anslutna operatörer och kommer efter lansering göras tillgängligt i tre månader exklusivt med hög exponering mot vinstdelning, varefter det kan erbjudas alla operatörer.

Kategorin Multiplier Games är relativt ny och på framväxt inom, där förlagor i form av så kallade "krasch-spel" inom kryptovaluta utgör inspiration till funktionaliteten som bygger på att satsa på ett objekt i rörelse. Spelaren lägger sin



insats, startar spelet och objektet börjar röra sig samtidigt som en multiplikator räknar upp. Spelaren väljer sen hur länge hen vill stanna i spelet, ju längre desto högre multiplikator och potentiell vinst men också risk att objektet sprängs eller på annat sätt kraschar eller avbryts. Varje omgång är kort och det är ett dynamiskt snabbt spel som kan antingen spelas många gånger på rad eller utgöra en kort stunds förströelse. Spelen har så kallad multiplayer-funktionalitet vilket innebär att flera spelare samtidigt satsar på samma spelomgång och man kan följa de andras val att stanna eller avsluta vilket bidrar till spelupplevelsen. Teman kan varieras på många olika sätt.



Affärsområde Gaming

GAMING inbegriper spel för underhållning på olika plattformar – datorer, konsoler och mobiler. Av tradition benämns produkter på Gamingmarknaden för ofta för VIDEOGAMES, varför det är en term som används i Bolagets kommunikation. Gaming Corps gjorde under 2019 en nystart efter att ha primärt fokuserat på work-for-hire ett par år, en satsning som under 2020 resulterat i att Bolaget åter igen har egen utveckling. Satsningen är långsiktig och stegvis och bygger på en återuppbyggnad av egen utveckling av datorspel i en takt som är finansiellt hållbar. På sikt kommer Gaming-affären ta mer och mer utrymme, något som kommer möjliggöras av den innevarande satsningen på iGaming.

MARKNADEN FÖR GAMING



Den globala Gamingindustrin har under de senaste decennierna successivt ökat sin andel av marknaden för underhållning. Global Games Market Report tas fram av Newzoo årligen och vid den senaste publiceringen (juni 2020) uppskattades den globala digitala spelmarknaden år 2020 till ett värde av ca 159,3 miljarder dollar, en ökning med 9,3% från föregående år. Newzoo förväntar att marknaden kommer fortsätta sin starka utveckling och år 2021 vara värd ca 180 MUSD. Spel på mobila plattformar (telefoner och surfplattor) står för den största tillväxten och utgör även den största plattformen för spelande, med en beräknad omsättning under 2020 på 77,2 MUSD vilket är en tillväxt på 13,3. Enligt samma rapport växer spel på mobila plattformar globalt, där den snabbaste tillväxten återfinns på utvecklingsmarknader i Asien, Stilla havsregionen, Mellanöstern samt Afrika.

Under corona-pandemin har mängder människor världen över vistats i mer eller mindre isolering, och där har datorspel spelat en viktig roll som källa till både underhållning och social anknytning. Enligt Newzoo kan man koppla en del av tillväxten under 2020 till pandemin, och de menar att marknaden under första halvan av 2020 vittnat om ett engagemang från konsumenterna på nivåer som aldrig tidigare uppmäts – både i termer av köp och i termer av social interaktion. I dagarna har de två giganterna Sony och Microsoft båda lanserat sina nästa generationens spelkonsoler. För båda varumärkena är det nästan 10 år sedan förra generationens konsoler kom ut varför dessa lanseringar oundvikligen kommer påverka marknaden på ett eller annat sätt. Samtidigt skördar Nintendo Switch fortsatt framgångar, i januari 2020 kunde man rapportera försäljning av över 59 miljoner exemplar globalt sedan lanseringen 2017.

Marknaden för datorspel har under det senaste decenniet utvecklats mot att ett spel inte på samma sätt är en enskild produkt utan en serie produkter och kringtjänster där man successivt släpper nya komponenter, karaktärer, kompletteringspaket etc. Produktutvecklingen blir då en helt annan än tidigare, man arbetar utifrån en längre produktlivscykel och kan prissätta mer i linje med t.ex. bilbranschen där den faktiska intjäningen ofta ligger i servicen och inte själva bilen.

Av de 2,3 miljarder människor världen över som spelar spel, var det cirka 46%, dvs. 1,1 miljarder spelare, som under 2019 betalade för de produkter de använder. Grattisspelandet är en utmaning för branschen då mobila plattformar växer och det där visat sig svårt att konvertera gratisspelare till betalande spelare. Under 2020 beräknar Newzoo att endast 38% av spelarna på mobila plattformar kommer erlagga någon form av betalning. Behovet att pricka rätt målgrupp för sin produkt och skapa engagemang ökar således och kommer fortsätta öka. En dominerande trend är affärsmodellen free monetization som just bygger på att skapa engagemang hos spelaren istället för att initialt ta betalt för spelet, och därmed räkna med högre lönsamhet under produktivstiden via in-game purchases.



MÅLGRUPPER



Målgruppen inom Gaming är som tidigare nämnt enorm – över 2,3 miljarder aktiva spelare globalt. Som produkt är Gaming komplex på det sättet att konsumenten engagerar sig inte bara genom själva spelandet utan även i andra former – läsa om det, diskutera det i social media, titta på spelvideor, följa e-sport med mera. Konsumenterna, så kallade "gamers", är en intressant typ av målgrupp för såväl forskare som analytiker då Gaming har en enorm attraktionskraft och delar av målgruppen till hög grad identifierar sig med produkter och varumärken som en del av sin livsstil. En rätt placerad produkt kan på denna marknad uppnå höga nivåer av varumärkeslojalitet.

Målgruppen, **gamers**, delas ofta in i tre huvudgrupper: **casual**, **core** och **hardcore**. Casual gamers använder Gaming som tidsfördriv och nöje men utan att dra det till ett intresse eller något de identifierar sig med. Denna grupp attraheras av produkter som har korta sekvenser, hög belöningsgrad, låga krav på kunskap är överlag lätta

att lära sig. Core och hardcore-spelarna anses skilja sig från casual-spelarna genom att de lägger mer än en timme i snitt per dag på sitt spelande, köper spelen själva, har en överdriven uthållighet i termer av att kunna spela samma spel länge och mycket, samt är aktiva på forum. Core-spelarna har spel som ett aktivt intresse och spel riktade mot denna målgrupp kräver en nivå av utmaning och uthållighet. Hardcore-spelare har spel som ett passionerat intresse, han/hon identifierar sig med speltitlar och varumärken bakom speltitlarna och spenderar en betydande mängd tid i spelvärlden med spelande, social interaktion, informations-sökning och engagemang. Spel framtagna för hardcore-spelarna syftar till att vara utmanande och bygger på komplexa narrativ som förutsätter god förståelse.

AFFÄRSMODELLER FÖR GAMING

Inom affärsområde Gaming inryms tre typer av affärsmodeller: **egen utveckling**, **utveckling i partnerskap** samt **work-for-hire**. Affärsmodellen work-for-hire (WFH) består av att Bolaget agerar underleverantör till en huvudman, omfattningen kan variera från att ingå i projekt helt under huvudmannens regi till att självständigt ta fram och leverera utvecklingen av ett nytt spel som huvudmannen publicerar. Fördelar med WFH är att täcka löner under "lugna" perioder, få stadiga, månatliga intäkter och hålla bolaget aktivt på marknaden gentemot innevarande och potentiella samarbetspartners. WFH innebär dock en blygsam vinstmarginal. Fram till och med andra kvartalet 2019 lutade sig Gaming Corps tungt på WFH i och med att den tidigare studio i Austin nästan uteslutande arbetade med det. I dagsläget har Bolaget inga WFH-uppdrag. Givet den låga vinstmarginalen anser ledningen att det är en affärsmodell som framgent bör löpa parallellt med andra projekt för att bidra optimalt till resultatet. Tyngden i Bolagets affär behöver ligga någon annanstans varför ledningen inte prioriterat att söka nya uppdrag inom WFH sedan Austin stängdes ned. Men WFH är fortsatt en modell med fördelar så det är sannolikt att den kan återintroduceras i framtiden när tillfälle ges.

Egen utveckling är normalt en kapitalintensiv typ av affärsmodell. Här krävs stora investeringar under 1-2 år innan ett spel är klart för lansering och intäkter börjar komma in. En lyckad lansering av ett eget projekt där spelet tas emot väl av marknaden ger god vinstmarginal då det ligger helt inom det egna bolaget. Tidigare ansågs den här typen av affärsmodell vara "hit or miss" där man satsade allt på ett kort, medan man nu kan applicera andra mer långsiktiga affärsmodeller för att ta hänsyn till produktens livscykel inkluderat merförsäljning. Men trots uppmjukningen av hur produkterna utvecklas och säljs är detta fortsatt en modell av typen high risk-high revenue som ledningen bedömt kräver en starkare finansiell startpunkt, varför Bolaget i ingången av 2019 hade målsättningen att återinföra egna projekt inom en 2-årsperiod, och då med ett modernare angrepp till livscykelutveckling. Under senvåren uppstod dock två möjligheter som båda innebär egen utveckling under fördelaktiga förhållanden, varför affärsmodellen har kunnat återintroduceras snabbare än väntat men i än så länge begränsad omfattning.

I fallet med Oh Frog har Bolaget förvärvat ett spel där en hel del investeringar i form av arbetstid redan tagits. Ledningen såg därför möjligheten att återetablera Gaming Corps som utvecklare av egna titlar i en snabbare takt än tidigare planerat, genom att mjukstarta med ett spel av enklare format och via det arbeta upp intern kapacitet och kunskap. I fallet med Katrina 1565 – Siege of Malta bygger affärsupplägget på att projektering går vidare om extern finansiering säkras,



något Bolaget bedömer har goda förutsättningar för att lyckas. Här är ledningen dock fortsatt riskaversiv i den meningen att begränsat antal timmar kommer läggas på projektet tills dess att en tillförlitlig finansieringsplan finns på plats. I samband med innevarande företrädesemission inkluderar Bolaget i planeringen ett nytt projekt med ett mobilspel med idrottstema, där om utfallet så medger, viss kapital kommer tillskjutas game design och affärsplan för vidare projektering. Återgång till egen produktion är således inom ramen för vad Bolaget mäktar med och medför begränsade investeringar. Utveckling i partnerskap är en affärsmodell som bygger på delad investering och arbetsinsats, där man som utvecklingsföretag antingen går samman med ett annat utvecklingsföretag eller ingår partnerskap med företag som på olika sätt kompletterar i termer av resurser, kompetens, geografisk spridning, tekniska plattform eller liknande. Gaming Corps har ett projekt tillsammans med Chimney Group där Bolagets kompetens inom spelutveckling paras med Chimney's kompetens inom TV-produktion, med målsättningen är slå sig in på marknaden för narrativ, interaktiv underhållning. Affärsmodellen innebär lägre risk i termer av investerat kapital och följaktligen lägre vinstandel, samtidigt finns stora fördelar med modellen eftersom den medför möjligheter att nå nya marknader.

PÅGÅENDE PROJEKT

OH FROG



Oh Frog är ett spel av genren "action adventure puzzle" som lanserades den 20 april 2020 på den globala plattformen Steam, ett digitalt system för distribution av datorspel. Kapitel 1 är sedan lanseringen tillgängligt för spel och under sommaren och hösten 2020 har arbetet fortlöpt med att färdigställa kapitel 2. Under hösten 2020 pågick även parallellt arbete med uppdateringar av kapitel 1. Sedan årsskiftet har allt arbete med affärsområde Gaming temporärt satts på paus för att tillföra affärsområde iGaming extra spetskompetens. Teamet som normalt arbetar med Oh Frog består just nu iGaming-teamet.

Den långsiktiga målsättningen är att Oh Frog släpps i tre steg där det första via Steam nu är genomfört, därefter i ett andra steg bredare distribution tillsammans med ett publiceringsbolag och i ett tredje steg lansera spelet på spelkonsolen Nintendo Switch. Bolaget räknar som kommunicerat inte med att Oh Frog kommer ha en inverkan på intäkterna på kort sikt utan ser satsningen i ett bredare perspektiv. Värdet av att utveckla intern kompetens och återetablera Gaming Corps som spelutvecklare inom Gaming var en avgörande byggsten vid valet att köpa Oh Frog. Följaktligen räknar Bolaget inte med att den egna lanseringen på Steam fortsatt kommer medföra annat än blygsamma intäkter, och Bolaget har även måttfulla förväntningar avseende det finansiella utfallet av steg två. Finansiellt ligger Bolagets tilltro till Oh Frog alltså i möjligheterna som kommer av en lansering på Nintendo Switch, en av världens mest framgångsrika spelkonsoler. Givet att tid för försäljning och strategisk planering inte kunnat tillskjutas Oh Frog under stora delar av 2020 avstår Bolaget i dagsläget från att komma med någon prognos avseende tidsram för steg två och tre i lanseringen.

MOBILSPEL MED IDROTSTEMA

Bolaget har en planerad men ännu icke aktiverad satsning inom Gaming som avser ett mobilspel med idrottstema. En mindre sondering genomfördes i början av 2019 där Bolaget stämde av idén utifrån dess möjligheter till kommersiella samarbeten, något som visade på goda förutsättningar. Utifrån det och Bolagets bedömning avseende nisch, möjligheter till diversifiering samt distribution, har beslut tagits att aktivera projektet. Med stöd från medel tillförda genom företrädesemissionen i slutet av 2020 kommer Bolaget ta fram grundläggande speldesign samt en affärsplan för att möjliggöra vidare beslut avseende budget, startdatum, tilldelning av resurser och tidsplan. Startpunkt för arbete med design och affärsplan är ännu inte satt.

PROJECT INTELLIGENCE

Gaming Corps är engagerat i ett projekt av affärsmodellen utveckling i partnerskap tillsammans med Chimney Group, där Bolagets kompetens inom spelutveckling paras med Chimney's kompetens inom TV-produktion, med målsättningen att slå sig in på marknaden för narrativ, interaktiv underhållning. I takt med att den globala spelindustrin växt och nya tekniska landvinningar gjorts, har gränsen mellan spelindustri och filmindustri suddas ut. På samma sätt som böcker adapterats till film, har filmer i sin tur givit upphov till spel, medan filmatiseringar av spel dragit miljontals fans till biografier. Nästa steg i denna utveckling är den interaktiva underhållningen där tittaren själv kan påverka berättandet och utfallet i en film eller



serie med hjälp av teknologi och dramaturgi från spelindustrin. Bolaget tror att interaktiv underhållning kommer växa exponentiellt de kommande åren och önskar därför utforska vidare affärsmöjligheter.

Samarbetet med Chimney Group formaliserades i slutet av 2018 då avtal skrevs och en gemensam demo togs fram. Chimney inledde i mitten av mars 2019 försäljningsarbete genom bl.a. visning av demon för olika leverantörer av streaming-tjänster, demon visades också på mässan Gamescom i mitten av augusti 2019. Under fjärde kvartalet 2019 var såväl Gaming Corps som Chimney belastade med andra frågor varför projektet fick sättas på paus, arbetet med gemensam införsäljning plockades upp igen under början av 2020. På grund av resursbrist hos Gaming Corps avseende försäljning och strategisk planering fick projektet åter sättas på paus under sensvåren 2020 och har ännu inte kunnat återupptas. Gaming Corps tror fortsatt på idén och de möjligheter som ett insteg på marknaden för interaktiv underhållning innebär, och har för avsikt att återuppta arbetet när bättre förutsättningar finns på plats.

KATRINA 1565 – SIEGE OF MALTA

1565 – Siege of Malta är ett action-rollspel som riktar sig till core och hardcore-spelare. Gaming Corps team har tagit fram ramverk för ett spelkoncept baserat på en för Malta avgörande historisk händelse – den stora belägringen 1565 där Malta lyckades stå emot det ottomanska riket och dess armada på nära 200 skepp. Spelet bedöms ha goda förutsättningar då den historiska händelsen är spännande och engagerande på ett sätt som förväntas ge gensvar hos målgruppen. I nuläget är planen att Katrina ska lanseras på konsol.



Spelkonceptet presenterades våren 2019 för GamingMalta vars uppdrag är att marknadsföra Malta och bedriva olika aktiviteter för att stärka Maltas attraktionskraft inom spelindustrin. GamingMalta lät formellt meddela att de avser stödja projektet och introducerade därefter Bolaget till representanter för statliga organ, stiftelser och inkubatorer vars uppgift är att finansiera innovationer och projekt som lyfter Malta. Stödet från GamingMalta innebär inte bara nätverk, rådgivning samt möjligheter till hjälp med finansiering utan även tillgång till historiska platser, arkiv och digitaliserade ritningar vilket beräknas innebära kostnadsbesparingar under de inledande faserna av utvecklingen. Huvudfokus under slutet av 2019 och början av 2020 låg på vidare dialog med GamingMalta samt på att säkra extern finansiering vilket är en avgörande faktor för hur lång tid det tar innan Bolaget kan allokera resurser till skarp utveckling. Sedan våren 2020 har projektet pausats då Bolagets resurser behövdes fokuseras annorstädes. Ledningen är försiktigt positiv till framtiden för spelet som hittills renderat positivt intresse vid samtliga presentationer. Givet omfattningen av spelidén är detta dock ett långsiktigt projekt, än så länge utan fasta tidsramar.



Finansiell översikt

FINANSIELL STÄLLNING

- Det egna kapitalet uppgick till 24,19 MSEK (27,70 MSEK) i koncernen och 39,53 MSEK (40,27 MSEK) i moderbolaget per den 31 mars 2021.*
- Eget kapital per aktie före utspädning koncernen var per den 31 mars 2020 0,56 SEK (0,64). Eget kapital per aktie före utspädning i moderbolaget var per den 31 mars 2020 0,91 SEK (0,93).*
- Soliditeten var på rapportdagen 83,8% (87,5%) i koncernen och 93,2% (92,2%) i moderbolaget. *
- En del av koncernens kostnader för perioden avser utveckling av spel som inte ännu lanserats på marknaden. Bolaget har inte tagit upp dessa som upparbetade tillgångar i balansräkningen utan samtliga kostnader har bokförts på resultaträkningen.

* Siffror i parentes avser 31 december 2020.



INTÄKTER

- Den gångna perioden har koncernen intäkter om 60 254 SEK, vilka är att hänföra till Bolagets digitala spelautomater inom affärsområde iGaming.
- Intäkter för Bolagets digitala spelautomater har uppstått efter periodens utgång och kommer fortsatt uppstå därefter. Omsättningen påverkas av antalet lanserade spel, antalet operatörer hos vilka spelen finns, geografisk spridning, exponering av spelen hos respektive operatör samt utdelade vinster vid spel på Bolagets produkter. Vid rapportdatum har Bolaget sju lanserade spel tillgängliga på 19 integrerade onlinekasinon, vilket inbegriper exponering på ca 25 geografiska marknader globalt. Då såväl utveckling som lansering av produkter pågår kontinuerligt, tillika arbetet med utvidgning av antalet operatörer och integrering av desamma, gör Bolaget ingen detaljerad prognos avseende framtida intäkter i nuläget. Intäkter för Bolagets kommande produktlinjer väntas under 2021 men prognos om när intäkter kan uppkomma eller till vilken summa görs inte heller för dessa. Utifrån innevarande flöden, samt med kommande spel, innevarande distributionskanaler och affärsplanering för innevarande år gör Bolaget bedömningen om positivt kassaflöde vid rapporteringen av andra kvartalet 2021.
- Av nettoomsättningen för moderbolaget avser 1 543 630 SEK intern fakturering av kostnader mellan moderbolag och dotterbolag på Malta vilket inte påverkar omsättningen för koncernen.



FINANSIERING

Den 26 oktober 2020 beslutade styrelsen i Gaming Corps, med stöd av bemyndigande från årsstämman den 24 juni 2020, att genomföra en nyemission med företrädesrätt för befintliga aktieägare. Emissionen omfattade högst 8 704 652 aktier, vilket motsvarade ca 26,1 MSEK vid full teckning före emissionskostnader, erbjudandet avsåg teckning av nyemitterade stamaktier till en kurs om 3,00 SEK per styck. Den 23 november 2020 meddelade Bolaget att genom företrädesemissionen tecknades 7 376 162 aktier, motsvarande 84,7 % av Företrädesemissionen, med stöd av teckningsrätter. Därtill tecknades 1 641 945 aktier, motsvarande 18,9 % av Företrädesemissionen, utan stöd av teckningsrätter. Totalt tecknades företrädesemissionen till 103,6 % och Bolaget tillfördes ca 26,1 MSEK före avdrag för emissionskostnader om ca 0,8 MSEK. Per rapportdatum är Bolagets likviditetsbudget i balans och enligt plan, det är styrelsens bedömning att befintliga likvida medel tillsammans med planerad utveckling av verksamheten är tillräckliga för att driva verksamheten de kommande 12 månaderna.

AKTIEN

Gaming Corps aktie är sedan den 4 juni 2015 noterad vid Nasdaq First North Growth Market under tickern GCOR. Per den sista handelsdagen under perioden, den 31 mars 2021, var sista avslutet på kursen 3,195 SEK per aktie vilket motsvarade ett börsvärde om cirka 139 056 825 SEK baserat på 43 523 263 utestående aktier.



VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Den 27 april låter Bolaget meddela att samarbete inletts med Bons Casino avseende utveckling av en exklusiv, skräddarsydd digital spelautomat. Ersättningen till Bolaget bygger på vinstdelning varav en initial fast betalning om 50 000 EUR erläggs under innevarande kvartal.
- Den 4 maj lämnar Bolaget upplysning till marknaden om pågående arbete med anslutning av operatörer. Bolaget meddelar bland annat att givet nuvarande antal anslutna operatörer kommer man framgent inte regelmässigt publicera pressmeddelanden om standardavtal med operatörer om dessa inte medför att distributionskapaciteten ökas ansenligt mer än vad som kan anses väntat, eller andra speciella faktorer föreligger. Bolaget kommer framgent att redovisa sammantagen distributionskapacitet i sina finansiella rapporter.
- Den 4 maj meddelar Bolaget att utveckling påbörjats av en ny produktlinje vid namn iject inom den framväxande spelkategorin Multiplier Games. Produktlinjen kommer likt tidigare inom affärsområdet bestå av främst icke exklusiva spel, men även skräddarsydda, exklusiva spel där en order redan mottagits.



Nyckeltal

NYCKELTAL KONCERNEN

| Belopp i SEK | 2021 | 2020 | 2020 | 2019 |
|---------------------------------------|------------|------------|-------------|------------|
| | JAN-MARS | JAN-MARS | JAN-DEC | JAN-DEC |
| Nettoomsättning | 60 264 | 0 | 226 108 | 9 059 491 |
| EBITDA | -2 720 277 | -2 958 476 | -16 857 822 | -8 443 489 |
| Rörelseresultat | -3 413 982 | -3 035 269 | -17 377 259 | -8 568 040 |
| Periodens resultat | -3 230 311 | -3 045 149 | -17 481 944 | -7 412 842 |
| Soliditet vid periodens utgång % | 83,8% | 82,0 | 87,5% | neg. |
| Räntabilitet på eget kapital % | neg. | neg. | neg. | neg. |
| Eget kapital per aktie | | | | |
| före utspädning kr | 0,56 | 0,55 | 0,64 | neg. |
| efter utspädning kr | 0,56 | 0,55 | 0,64 | neg. |
| Aktiens slutkurs för perioden | 3,20 | 4,87 | 3,64 | 4,44 |
| Resultat per aktie | | | | |
| före utspädning kr | -0,074 | -0,103 | -0,402 | -0,251 |
| efter utspädning kr | -0,074 | -0,103 | -0,402 | -0,251 |
| Antal aktier vid periodens slut* | 43 523 263 | 29 556 396 | 43 523 263 | 29 556 396 |
| Utestående optioner** | 469 556 | 469 556 | 469 556 | 469 556 |
| Genomsnittligt antal aktier*** | 43 523 263 | 29 556 396 | 34 380 083 | 29 232 443 |
| Antal anställda | | | | |
| i genomsnitt | 13 | 12 | 13 | 10 |
| vid periodens slut | 13 | 12 | 13 | 12 |

* Samtliga aktieantal och nyckeltal relaterade till antal aktier har omräknats till nuvarande antal aktier efter omvänd split 1:10

** Avser det antal utestående optioner som kan påkallas lösen på.

*** Teckningskurs överstiger genomsnittlig börskurs varför ingen utspädningseffekt uppkommer.



Koncernen

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

| Belopp i SEK | 2021 JAN-MAR | 2020 JAN-MAR | 2020 JAN-DEC | 2019 JAN-DEC |
|---|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| Rörelsens intäkter m.m | | | | |
| Nettoomsättning | 60 264 | 0 | 226 108 | 9 059 491 |
| Resultat från andelar i dotterföretag | 0 | 0 | 0 | 1 071 980 |
| Övriga rörelseintäkter | 294 430 | 590 016 | 731 845 | 869 968 |
| | 354 694 | 590 016 | 957 953 | 11 001 439 |
| Rörelsens kostnader | | | | |
| Övriga externa kostnader | -1 286 801 | -1 207 108 | -9 025 838 | -10 048 873 |
| Personalkostnader | -1 957 443 | -2 296 253 | -8 283 758 | -9 358 067 |
| Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar | -509 999 | -45 131 | -519 437 | -124 551 |
| Övriga rörelsekostnader | -14 433 | -76 793 | -506 179 | -37 988 |
| Rörelseresultat | -3 413 982 | -3 035 269 | -17 377 259 | -8 568 040 |
| Finansiella poster | | | | |
| Resultat från andelar i andra företag | 183 706 | 0 | 0 | 0 |
| Nedskrivning av fordringar koncernföretag | 0 | 0 | 0 | -1 078 721 |
| Nedskrivning av fordringar i andra företag | 0 | 0 | -93 189 | 0 |
| Återföring av nedskrivningar i andra företag | 0 | 0 | 0 | 2 479 055 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | -35 | -9 880 | -11 496 | -185 137 |
| Nedskrivningar av finansiella anläggningstillgångar | 0 | 0 | 0 | -59 999 |
| Resultat efter finansiella poster | -3 230 311 | -3 045 149 | -17 481 944 | -7 412 842 |
| Resultat före skatt | -3 230 311 | -3 045 149 | -17 481 944 | -7 412 842 |
| Skatt på periodens resultat | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Årets resultat | -3 230 311 | -3 045 149 | -17 481 944 | -7 412 842 |



BALANSRÄKNING KONCERNEN

| Belopp i SEK | 2021-03-31 | 2020-03-31 | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TILLGÅNGAR | | | | |
| Anläggningstillgångar | | | | |
| Immateriella anläggningstillgångar | | | | |
| Övriga immateriella tillgångar | 8 874 063 | 1 019 333 | 1 220 530 | 384 000 |
| | 8 874 063 | 1 019 333 | 1 220 530 | 384 000 |
| Materiella anläggningstillgångar | | | | |
| Maskiner och tekniska anläggningar | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Inventarier, verktyg och installationer | 575 967 | 769 551 | 612 779 | 670 129 |
| | 575 967 | 769 551 | 612 779 | 670 129 |
| Finansiella anläggningstillgångar | | | | |
| Andra långfristiga värdepappersinnehav | 4 472 447 | 5 510 131 | 5 510 131 | 5 510 131 |
| Lämnade depositioner | 52 193 | 262 690 | 262 690 | 262 690 |
| | 4 524 640 | 5 772 821 | 5 772 821 | 5 772 821 |
| Summa anläggningstillgångar | 13 974 670 | 7 561 705 | 7 606 130 | 6 826 950 |
| Omsättningstillgångar | | | | |
| Kortfristiga fordringar | | | | |
| Kundfordringar | 0 | 0 | 0 | 3 125 000 |
| Övriga fordringar | 2 518 639 | 1 532 645 | 1 242 993 | 1 098 983 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 367 887 | 894 834 | 520 093 | 275 184 |
| | 2 886 526 | 2 427 479 | 1 763 086 | 4 499 167 |
| Kassa och bank | 12 001 000 | 10 006 734 | 22 283 725 | 146 368 |
| Summa omsättningstillgångar | 14 887 526 | 12 434 213 | 24 046 811 | 4 645 535 |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 28 862 196 | 19 995 918 | 31 652 941 | 11 472 485 |



BALANSRÄKNING KONCERNEN – FORTSÄTTNING

| Belopp i SEK | 2021-03-31 | 2020-03-31 | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | | |
| Eget kapital | | | | |
| Aktiekapital | 2 176 163 | 1 740 931 | 2 176 163 | 1 477 820 |
| Övrigt tillskjutet kapital | 165 896 852 | 140 890 859 | 165 896 852 | 119 052 665 |
| Balanserat resultat inkl. periodens resultat | -143 880 585 | -126 235 955 | -140 368 043 | -123 444 380 |
| Summa eget kapital | 24 192 430 | 16 395 835 | 27 704 972 | -2 913 895 |
| Kortfristiga skulder | | | | |
| Skulder till kreditinstitut | 0 | 0 | 0 | 12 500 |
| Leverantörsskulder | 1 334 081 | 825 735 | 540 936 | 411 619 |
| Övriga kortfristiga skulder | 2 074 351 | 833 621 | 1 700 794 | 11 557 516 |
| Upplupna kostnader & förutbetalda intäkter | 1 261 334 | 1 940 727 | 1 706 239 | 2 404 745 |
| | 4 669 766 | 3 600 083 | 3 947 969 | 14 386 380 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 28 862 196 | 19 995 918 | 31 652 941 | 11 472 485 |
| Ställda säkerheter | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |
| Eventualförpliktelse | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Summa säkerhet och ansvarsförbindelser | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |



KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

| Belopp i SEK | 2021 JAN-MARS | 2020 JAN-MARS | 2020 JAN-DEC | 2019 JAN-DEC |
|--|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| Den löpande verksamheten | | | | |
| Rörelseresultat efter avskrivningar | -3 413 982 | -3 035 269 | -17 377 259 | -8 568 040 |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet | 336 350 | 45 131 | 1 093 086 | -523 429 |
| Erhållen ränta | | 0 | | |
| Erlagd ränta | -35 | -9 880 | -11 496 | -88 342 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet | -3 077 667 | -3 000 018 | -16 295 669 | -9 179 811 |
| Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital | | | | |
| Ökning (-) / minskning (+) av kortfristiga fordringar | -1 123 440 | 2 071 688 | 2 736 081 | -3 310 101 |
| Ökning (+) / minskning (-) av kortfristiga skulder | 721 797 | -430 759 | -438 411 | -15 135 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | -3 479 310 | -1 359 089 | -13 997 999 | -12 505 047 |
| Investeringsverksamheten | | | | |
| Investeringar immateriella anläggningstillgångar | -8 101 740 | -677 726 | -1 158 167 | 0 |
| Investeringar materiella anläggningstillgångar | 0 | -102 819 | -147 702 | -733 534 |
| Avyttring av andelar i andra företag | 1 298 325 | 0 | 0 | 840 669 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | -6 803 415 | -780 545 | -1 305 869 | 107 135 |
| Finansieringsverksamheten | | | | |
| Upptagna kortfristiga lån | 0 | 0 | 0 | 10 200 000 |
| Nyemissioner | 0 | 12 000 000 | 38 113 956 | 0 |
| Emissionsutgifter | 0 | 0 | -672 731 | 0 |
| Amortering av låneskulder | 0 | 0 | 0 | -50 000 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | 0 | 12 000 000 | 37 441 225 | 10 150 000 |
| Periodens kassaflöde | -10 282 725 | 9 860 366 | 22 137 357 | -2 247 912 |
| Likvida medel vid periodens början | 22 283 725 | 146 368 | 146 368 | 2 394 280 |
| Likvida medel vid periodens slut | 12 001 000 | 10 006 734 | 22 283 725 | 146 368 |
| Summa disponibla likvida medel | 12 001 000 | 10 006 734 | 22 283 725 | 146 368 |



Moderbolaget

RESULTATRÄKNING MODERBOLAGET

| Belopp i SEK | 2021 JAN-MAR | 2020 JAN-MAR | 2020 JAN-DEC | 2019 JAN-DEC |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Rörelsens intäkter m.m | | | | |
| Nettoomsättning | 1 603 894 | 0 | 1 717 301 | 2 500 000 |
| Övriga rörelseintäkter | 294 430 | 590 016 | 223 845 | 869 967 |
| | <hr/> | | | |
| | 1 898 324 | 590 016 | 1 941 146 | 3 369 967 |
| Rörelsens kostnader | | | | |
| Övriga externa kostnader | -2 277 081 | -455 401 | -5 964 734 | -8 337 042 |
| Personalkostnader | -493 983 | -371 212 | -1 504 358 | -1 347 615 |
| Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar | -31 680 | 0 | -95 040 | -36 342 |
| Övriga rörelsekostnader | -14 433 | -76 794 | -506 179 | -37 988 |
| | <hr/> | | | |
| Rörelseresultat | -918 853 | -313 391 | -6 129 165 | -6 389 020 |
| Finansiella poster | | | | |
| Resultat från andelar i dotterföretag | 0 | 0 | 500 000 | 0 |
| Resultat från andelar i andra företag | 183 706 | 0 | 0 | 0 |
| Nedskrivning av fordringar koncernföretag | 0 | 0 | 0 | -1 539 987 |
| Nedskrivning av andelar i koncernföretag | 0 | 0 | 0 | -828 134 |
| Återföring av nedskrivningar i andra företag | 0 | 0 | 0 | 2 479 055 |
| Nedskrivningar av fordringar i andra företag | 0 | 0 | -93 189 | -59 999 |
| Räntekostnader och liknande resultatposter | -35 | -9 880 | -10 119 | -96 895 |
| | <hr/> | | | |
| Resultat efter finansiella poster | -735 182 | -323 271 | -5 732 473 | -6 434 980 |
| Resultat före skatt | -735 182 | -323 271 | -5 732 473 | -6 434 980 |
| Skatt på periodens resultat | <hr/> | <hr/> | <hr/> | <hr/> |
| | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Periodens resultat | <hr/> | <hr/> | <hr/> | <hr/> |
| | -735 182 | -323 271 | -5 732 473 | -6 434 980 |



BALANSRÄKNING MODERBOLAGET

| Belopp i SEK | 2021-03-31 | 2020-03-31 | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TILLGÅNGAR | | | | |
| Anläggningstillgångar | | | | |
| <i>Immateriella anläggningstillgångar</i> | | | | |
| Övriga immateriella tillgångar | 257 280 | 384 000 | 288 960 | 384 000 |
| | 257 280 | 384 000 | 288 960 | 384 000 |
| | | | | |
| <i>Finansiella anläggningstillgångar</i> | | | | |
| Andelar i koncernföretag | 12 520 | 12 520 | 12 520 | 12 520 |
| Andra långfristiga värdepappersinnehav | 4 472 447 | 5 510 131 | 5 510 131 | 5 510 131 |
| Fordringar koncernföretag | 23 193 094 | 0 | 14 671 901 | 0 |
| Lämnade depositioner | 52 193 | 262 690 | 262 689 | 262 689 |
| | 27 730 254 | 5 785 341 | 20 457 241 | 5 785 340 |
| | | | | |
| Summa anläggningstillgångar | 27 987 534 | 6 169 341 | 20 746 201 | 6 169 340 |
| | | | | |
| Omsättningstillgångar | | | | |
| <i>Kortfristiga fordringar</i> | | | | |
| Kundfordringar | 1 518 338 | 0 | 0 | 3 125 000 |
| Fordringar hos koncernföretag | 0 | 7 142 980 | 0 | 3 563 572 |
| Övriga fordringar | 766 733 | 948 144 | 669 211 | 843 468 |
| Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter | 263 996 | 894 834 | 393 440 | 275 184 |
| | 2 549 067 | 8 985 958 | 1 062 651 | 7 807 224 |
| | | | | |
| Kassa och bank | 11 864 103 | 9 780 360 | 21 842 657 | 146 368 |
| | | | | |
| Summa omsättningstillgångar | 14 413 170 | 18 766 318 | 22 905 308 | 7 953 592 |
| | | | | |
| SUMMA TILLGÅNGAR | 42 400 704 | 24 935 659 | 43 651 509 | 14 122 932 |



BALANSRÄKNING MODERBOLAGET – FORTSÄTTNING

| Belopp i SEK | 2021-03-31 | 2020-03-31 | 2020-12-31 | 2019-12-31 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| EGET KAPITAL OCH SKULDER | | | | |
| Eget kapital | | | | |
| Bundet eget kapital | | | | |
| Aktiekapital | 2 176 163 | 1 740 931 | 2 176 163 | 1 477 820 |
| Fritt eget kapital | | | | |
| Överkursfond | 165 896 852 | 140 890 859 | 165 896 852 | 119 052 665 |
| Balanserat resultat | -127 805 357 | -122 072 884 | -122 072 884 | -115 637 904 |
| Periodens resultat | -735 182 | -323 271 | -5 732 473 | -6 434 980 |
| Summa eget kapital | 39 532 476 | 20 235 635 | 40 267 658 | -1 542 399 |
| Kortfristiga skulder | | | | |
| Leverantörsskulder | 157 480 | 590 838 | 284 960 | 411 619 |
| Skulder till koncernföretag | 87 040 | 1 431 229 | 87 040 | 121 000 |
| Övriga kortfristiga skulder | 1 578 982 | 825 891 | 1 450 242 | 11 517 889 |
| Upplupna kostnader & förutbetalda intäkter | 1 044 726 | 1 852 066 | 1 561 609 | 3 614 823 |
| Summa kortfristiga skulder | 2 868 228 | 4 700 024 | 3 383 851 | 15 665 331 |
| SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER | 42 400 704 | 24 935 659 | 43 651 509 | 14 122 932 |
| Ställda säkerheter | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |
| Eventualförpliktelse | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Summa säkerhet och ansvarsförbindelser | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 | 1 000 000 |



KASSAFLÖDESANALYS MODERBOLAGET

| Belopp i SEK | 2021 | 2020 | 2020 | 2019 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | JAN-MARS | JAN-MARS | JAN-DEC | JAN-DEC |
| Den löpande verksamheten | | | | |
| Rörelseresultat efter avskrivningar | -918 853 | -313 391 | -6 129 165 | -6 389 020 |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet | 165 241 | 0 | 95 040 | -611 638 |
| Erlagd ränta | -35 | -9 880 | -10 119 | -5 034 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet | -753 647 | -323 271 | -6 044 244 | -7 005 692 |
| Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital | | | | |
| Ökning (-) / minskning (+) av kortfristiga fordringar | -1 486 416 | -1 178 734 | 3 181 001 | -6 147 074 |
| Ökning (+) / minskning (-) av kortfristiga skulder | -515 623 | -864 003 | -1 773 364 | 1 461 818 |
| Kassaflöde från den löpande verksamheten | -2 755 686 | -2 366 008 | -4 636 607 | -11 690 948 |
| Investeringsverksamheten | | | | |
| Investeringar finansiella anläggningstillgångar | 0 | 0 | 0 | 12 520 |
| Avyttring av andelar i andra företag | 1 298 325 | 0 | 0 | 0 |
| Kassaflöde från investeringsverksamheten | 1 298 325 | 0 | 0 | 12 520 |
| Finansieringsverksamheten | | | | |
| Avyttring av dotterföretag | 0 | | 0 | -778 134 |
| Upptagna kortfristiga lån | 0 | 0 | 0 | 10 200 000 |
| Nyemissioner | 0 | 12 000 000 | 38 113 956 | 0 |
| Lämnade lån till dotterföretag | -8 521 193 | 0 | -11 108 329 | 0 |
| Emissionsutgifter | 0 | 0 | -672 731 | 0 |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten | -8 521 193 | 12 000 000 | 26 332 896 | 9 421 866 |
| Periodens kassaflöde | -9 978 554 | 9 633 992 | 21 696 289 | -2 256 562 |
| Likvida medel vid periodens början | 21 842 657 | 146 368 | 146 368 | 2 402 930 |
| Likvida medel vid periodens slut | 11 864 103 | 9 780 360 | 21 842 657 | 146 368 |
| Summa disponibla likvida medel | 11 864 103 | 9 780 360 | 21 842 657 | 146 368 |



Eget kapital och aktier

FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL – KONCERNEN

| Belopp i SEK | Aktiekapital | Övr. tillskjutet kapital | Ansamlad förlust | S:A eget kapital |
|---------------------------|------------------|--------------------------|---------------------|-------------------|
| Vid årets början | 2 176 163 | 165 896 852 | -140 368 043 | 27 704 972 |
| Omföring | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Omräkningsdifferens | 0 | 0 | -282 231 | -282 231 |
| Periodens resultat | 0 | 0 | -3 230 311 | -3 230 311 |
| Vid periodens slut | 2 176 163 | 165 896 852 | -143 880 585 | 24 192 430 |

FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL – MODERBOLAGET

| Belopp i SEK | Aktiekapital | Överkursfond | Ansamlad förlust | S:A eget kapital |
|---------------------------|------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| Vid årets början | 2 176 163 | 165 896 852 | -127 805 357 | 40 267 658 |
| Periodens resultat | 0 | 0 | -735 182 | -735 182 |
| Vid periodens slut | 2 176 163 | 165 896 852 | -128 540 539 | 39 532 476 |

FÖRÄNDRING I ANTAL AKTIER – MODERBOLAGET

| Belopp i SEK | 2021 JAN-MARS | 2020 HELÅR | 2019 HELÅR | 2018 HELÅR | 2017 HELÅR |
|-------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Ingående antal | 43 523 263 | 295 563 956 | 102 937 855 | 102 937 855 | 39 978 751 |
| Nyemissioner | 0 | 13 466 557 | 0 | 121 117 638 | 7 418 000 |
| Utnyttjade konvertibler | 0 | 0 | 17 232 966 | 0 | 0 |
| Kvittningsmission | 0 | 47 860 250 | 0 | 54 275 497 | 33 041 104 |
| Apportemission | 0 | 0 | 0 | 0 | 22 500 000 |
| Omvänd split 1:10 | 0 | -313 367 500 | 0 | 0 | 0 |
| Utgående antal | 43 523 263 | 43 523 263 | 120 170 821 | 278 330 990 | 102 937 855 |



Allmänt

PERSONAL

- Antalet anställda i moderbolaget uppgick per den 31 mars 2020 till 1 person (1 person). Därutöver är tre av ledningsgruppens medlemmar engagerade i Bolaget genom konsultavtal.
- Medelantalet anställda i moderbolaget för perioden uppgick till 1 person (1 person).
- Antalet anställda i koncernen uppgick per den 31 mars 2020 till 13 personer (12 personer)
- Medelantalet anställda i koncernen för perioden uppgick till 13 personer (12 personer)

Uppgifter i parentes avser samma period föregående verksamhetsår 2020

TVISTER OCH JURIDISKA SPÖRSMÅL

I samband med genomlysning av verksamheten under början av 2019 framkom att Bolagets Maltesiska samarbetspartner PlayMagic inte levererat enligt avtal. Ledningen sade upp avtalet och krävde återbetalning på det lån på 50 000 EUR plus 10% ränta som utbetalades till PlayMagic den 27 september 2018. Då PlayMagic valde att inte hörsamma Bolagets begäran togs ärendet vidare genom att driva in lånet från den svenske medborgare som står som borgenär, Lars Hagelin. Då även borgenären valt att inte hörsamma kravet har Gaming Corps AB, genom sitt juridiska ombud advokat Mark Safaryan, lämnat in en stämningsansökan å Lars Hagelin till Stockholms tingsrätt i vilken Bolaget bland annat yrkat att tingsrätten ska förpliktiga Lars Hagelin att till Gaming Corps AB betala 50 000 EUR jämte avtalat räntebelopp. Tvisten mellan parterna har uppstått då Lars Hagelin, i egenskap av konsult å Gaming Corps AB tillika för bolagets räkning, etablerat affären mellan Bolaget och PlayMagic Ltd. I samband härmed ingicks borgensåtagandet, varvid Lars Hagelin står som borgenär för ovan nämnda lån. Då PlayMagic inte hörsammat Gaming Corps AB:s återbetalningskrav görs gällande att Lars Hagelin skall anses vara återbetalningsskyldig. Det är fortsatt Bolagets bedömning, baserat på juristernas uttalanden, att förutsättningarna för ett utfall i tvisten till Gaming Corps fördel är goda.

RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Ett antal faktorer påverkar, eller kan påverka, Gaming Corps verksamhet både direkt och indirekt. Bolaget är exponerat för risker som inkluderar strategiska och externa risker men också affärsrisker såsom operationella och finansiella risker. En aktiv riskhantering är en förutsättning för att Bolaget ska kunna bedriva en framgångsrik verksamhet. Risker och osäkerhetsfaktorer beskrivs mer i detalj i det Investeringsmemorandum som publicerades den 2 november 2020, publikationen finns tillgänglig på www.gamingcorps.com.

KOMMANDE REDOVISNINGSTILLFÄLLEN

- Årsredovisning för verksamhetsåret 2020 publiceras den 2 juni 2021.
- Delårsrapport för det andra kvartalet 2021 publiceras den 20 augusti 2021.
- Delårsrapport för det tredje kvartalet 2021 publiceras den 16 november 2021.
- Delårsrapport för det fjärde kvartalet 2021 publiceras den 21 januari 2022.



ÖVRIGA UPPLYSNINGAR

PRINCIPER FÖR DELÅRSRAPPORTENS UPPRÄTTANDE

Regelverket K3 har använts för perioden. Denna delårsrapport har upprättats i enlighet Årsredovisningslagen samt Bokföringsnämndens allmänna råd. 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.

GRANSKNING

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

INKOMSTSKATTER

Gaming Corps redovisar mot bakgrund av bolagets ställning inte värdet av underskottsavdrag som en tillgång i balansräkningen. Det skattemässiga underskottet uppgår per den 31 december 2020 till 130,93 MSEK.

Uppsala den 14:e maj 2021

Claes Tellman, Styrelseordförande

Bülent Balikci, Styrelseledamot

Thomas Hedlund, Styrelseledamot

Daniel Redén, Styrelseledamot

Helin Yasar, Styrelseledamot

