



junebud

HALVÅRSRAPPORT
2010-07-01 till 2010-12-31

Junebud AB (publ) | 556768-8675

Sammanfattning av halvårsrapport

Junebud AB (publ), nedan benämnt "Junebud" eller "bolaget", har brutet räkenskapsår (0701-0630). Junebud startade sin verksamhet den 3 november 2008 och listades på AktieTorget den 23 oktober 2009. Halvårsrapporten avser perioden 1 juli 2010 till 31 december 2010.

2010-10-01 till 2010-12-31 (3 månader)

- ✓ Nettoomsättningen uppgick till 226 497 SEK (0).
- ✓ Resultat efter finansiella poster uppgick till -357 537 SEK (-1 256 460).
- ✓ Resultat per aktie* uppgick till -0,03 SEK (-0,1).
- ✓ Soliditeten** per 31 december 2010 uppgick till 26 %.
- ✓ Per den 31 december 2010 uppgick antalet månatliga aktiva användare till cirka 220 000 stycken.

2010-07-01 till 2010-12-31 (6 månader)

- ✓ Nettoomsättningen uppgick till 228 368 SEK (0).
- ✓ Resultat efter finansiella poster uppgick till -833 158 SEK (-2 177 370).
- ✓ Resultat per aktie* uppgick till -0,07 SEK (-0,17).

* Periodens resultat dividerat med 12 511 707 utestående aktier per 101231.

** Eget kapital dividerat med totalt kapital.

Väsentliga händelser under andra kvartalet (101001-101231)

- ✓ Junebud meddelade i början av november att MilMo blivit godkänt för att använda Facebook Credits på Facebook Platform. Facebook Credits är tänkta att ge användare en säker och lättanvänd virtuell valuta för spel och applikationer på Facebook. Miljontals Facebook-fans återvänder till sajten varje dag, vilket ger en stor potential för distribution av applikationer och möjlighet att bygga upp affärsverksamheten.
- ✓ I november ingick Junebud avtal med Friendster Inc. gällande distribution av MilMo. Friendster, med 115 miljoner användare främst i Sydostasien, är ett av världens största sociala nätverk och har profilerat sig kraftigt mot onlinespel. Detta innebär att Junebud nu har uppnått en andra viktig milstolpe i distributionen av MilMo. Junebud tillhandahåller sitt spel MilMo, samt bistår med teknisk support. Friendster, med 115 miljoner användare i Sydostasien, tillhandahåller marknadsföringsresurser och tillgång till ett väl utbyggt system för mikrobetalningar, anpassat för den lokala marknaden. Avtalet är baserat på vinstdelning.
- ✓ Efter en inventering av företagets resurser och existerande avtal uppdaterade styrelsen målsättningen gällande användartillväxt och break-even. Junebuds nya målsättning är att uppnå 200 000 månatliga aktiva användare under första kvartalet 2011. Bolaget räknar också med att uppnå break-even under denna period. Bolagets strategi för att hantera likviditeten under perioden bygger också fortsättningsvis på inkomster från licensieringsavgifter.
- ✓ Junebud ingick avtal med Mentez LLC, Latinamerikas ledande förläggare av sociala spel, i syfte att föra sitt spel MilMo till den latinamerikanska marknaden. Mentez LLC, som har fler än 22 miljoner användare i veckan i Latinamerika, kommer att förse Junebud med marknadsföringsresurser, användarsupport och tillgång till företagets exklusiva monetiseringsplattform, Paymentez.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- ✓ MilMo placerades på Featured Games-sektionen på Facebook Platforms Dashboard. MilMo lades upp 12/21 2010 som en del av spelets användning av Facebook Credits.
- ✓ MilMo finns nu tillgängligt på de sociala nätverken Orkut och Friendster. Detta innebär att spelet nu finns på tre större sociala nätverk; Facebook, Orkut och Friendster. Lanseringen är en del av Junebuds strategi att växa MilMo internationellt.

Junebud AB (publ)

Junebud är ett spelutvecklingsbolag som är verksamt inom segmentet Free-to-Play (F2P). Junebud utvecklar ett socialt spel; MilMo som främst riktar sig till barn och ungdomar i åldern 12-18 år. Spelet utvecklas utifrån en kombination av F2P och den nya teknologin Web3D. Spelet drivs som en tjänst med fokus på social interaktion och omfattar en stor spelvärld. Betaversionen av MilMo lanserades i slutet av 2009 och i juli 2010 publicerades MilMo på Facebook, världens största sociala nätverk. Spelet är därmed lättillgängligt för miljontals spelare.

Junebud är ett relativt nystartat bolag som bildades 2008, men personerna bakom Junebud har gedigen erfarenhet inom bolagets verksamhetsområde, bland annat som chefdesigner respektive producent på spelutvecklingsföretaget Digital Illusions Creative Entertainment (DICE) samt som programmerare på Massive Entertainments teknologiteam. Junebud sysselsätter för närvarande 15 personer, varav elva heltidsanställda. Genom en medveten strategi att välkomna outsourcing, examensarbetare och praktikanter håller Junebud kostnadsmassan minimal.

Affärsidé

Junebuds affärsidé är att erbjuda ett gratis socialt spel för barn och ungdomar. Intäkter erhålls genom mikrotransaktioner och valbart, betalt medlemskap ("freemium"). Spelet baseras på att användarna interagerar med andra spelare. Bolagets koncept är att kombinera F2P med Web3D-teknologi. Genom meriterad och erfaren personal ska bolaget bli en marknadsledande aktör i Europa inom segmentet F2P.

Målsättning

I slutet av 2010 hade Junebud 200 000 månatliga aktiva användare. Bolagets målsättning är att nå break-even under första kvartalet kalenderåret 2011.

MilMo

Junebud utvecklar ett socialt datorspel som bygger på att spelets användare interagerar med andra spelare. På spelets webbsida (www.milmogame.com) och/eller på Facebook (<http://apps.facebook.com/milmogame/>) kan användaren utföra ett antal olika aktiviteter och utmaningar, exempelvis samla ädelstenar, fånga fjärilar, slåss mot monster och upptäcka olika platser i spelvärlden. Genom att använda 3D-spelteknologi för att exempelvis hoppa och dyka, skapas möjligheter för användarna att verka i den sociala världen på ett immersivt och attraktivt sätt i jämförelse med typiska 2D-baserade spel.

En användare som önskar spela bolagets spel ska inledningsvis registrera sig på spelets webbsida och skapar i samband med detta en så kallad avatar, en karaktär (se bild nedan för exempel). Avataren anpassas utifrån olika parametrar, exempelvis ansiktsdrag, frisyra, längd samt hår- och ögonfärg. I juli 2010 blev det även möjligt att logga in via ett existerande Facebook-konto.

Därefter kan användaren träda in i spelvärlden. Väl inne i spelet kan sedan användaren bjuda in sina vänner för att bland annat umgås virtuellt, samla föremål och lösa olika utmaningar i spelet. Vidare finns det i spelet möjlighet att lära känna nya människor, träffa spelare från hela världen med gemensamma intressen och umgås på spelets forum. Användaren kan även lösa diverse uppdrag i spelet och på så sätt erhålla olika belöningar.



Konceptbild på avatrar i MilMo

Det sociala spelet utspelar sig i en virtuell värld som är uppbyggd av flera olika öar. Vid spelets lansering fanns en uppsättning om 4 öar, gemensamt kallade Summer Tide Saga, färdiga. Denna första spelvärld har sedan dess byggts ut till att omfatta 15 öar. På en ö kan det samtidigt finnas 50 användare. När en version av en ö har maximalt antal användare, öppnas per automatik en ny version av ön. På så vis kan bolaget, på ett enkelt sätt, anpassa spelet efter hur många användare som är online vid ett specifikt tillfälle och på så sätt undvika en förvirrande upplevelse för användarna med allt för många spelare på samma ö samtidigt. Fler världar kommer att läggas till allteftersom och dessa kopplas samman med de befintliga världarna med hjälp av portaler. Ett exempel på detta är Mice & Maniax, en ny spelvärld om 3 banor, som introducerades hösten 2010 och som kommer att byggas ut under vintern/våren 2010/2011.

Initialt lanserades MilMo i en engelsk version till den skandinaviska marknaden, samt för Storbritannien, Nederländerna och Frankrike. Lanseringen har dock visat sig vara helt internationell. MilMo har tusentals användare i USA, Filipinerna, Malaysia, Turkiet och många andra länder. Anledningen till att bolaget har valt att lansera spelet i en engelskspråkig version är för att underlätta framtida anpassning och breddning till övriga marknader. MilMo är genom integration av LocalizeDirect helt förberett för språklökalisering, vilket visat sig starkt fördelaktigt i förhandlingar med olika distributionspartners. Bolagets ambition är att spelet skall vara attraktivt för såväl tjejer som killar i spelets målgrupp (12-till 18-åringar).

I MilMo planerades det ursprungligen för separata minispel. Produktionen av minispel var schemalagd till hösten/vintern 2010, men Junebud har valt att senarelägga arbetet med minispel på obestämmd tid till förmån för integration mot fler olika sociala nätverk, till exempel Friendster.



Bilder från MilMo

VD Ola Holmdahl har ordet

Hösten och vintern 2010 var en spännande tid för oss. Utvecklingsteamet hade arbetat hårt på omfattande förbättringar av MilMo, bland annat en helt ny spelvärld, bättre interaktion mellan spelare och webblösningar för att släppa spelet på Orkut i Brasilien och Friendster i Sydostasien. Genom integrationen av Facebook Credits fick MilMo en oväntad skjuts på Facebook Platform, något som bidragit till ökade användartal, mer press och ett lysande tillfälle att lära sig mer om hur vi skalar upp tjänsten.

Under Q2 började vi använda Facebook Credits på Facebook Platform. Att integrera den främsta betalningsmetoden på Facebook Platform i ett beta-skede ser vi som ett utmärkt försprång. Facebook har miljontals användare varje dag, vilket innebär en stor möjlighet för oss att bygga upp affärsverksamheten. Det är för närvarande det ledande sociala nätverket i världen.

Junebuds strategi är att bygga användarbas och intäkter på sekundära marknader i syfte att generera intäkter nog att driva expansion i Europa och Nordamerika. I samband med avslutad integration av Credits valde dock Facebook att placera MilMo på Featured Games-sektionen av Facebook Platforms Dashboard under en begränsad tid om cirka tre veckor. Denna ökade exponering ledde till en kraftig uppgång i användartalet på Facebook Platform. Efter att MilMo inte längre finns på Featured Games-sektionen har användartalet börjat normaliseras, men är fortsatt högt.

MilMo finns numera också på Orkut (17 dec 2010) och Friendster (20 jan 2011) som inte har något liknande spel sedan tidigare. Särskilt på Orkut har spelet visat sig omtyckt. Arbetet med att växa MilMo kontrollerat i Brasilien, i nära samarbete med Mentez, pågår fortfarande. MilMo har som mest haft något över 84 000 veckoliga aktiva användare (WAU) på Orkut. Spelet har visat sig populärt också på Friendster, men användarsiffrorna matchar inte vad vi sett på Orkut. Junebud kommer därför att driva ett initiativ för att undersöka vidare behov av lokal anpassning av MilMo på Friendster.

Facebook, världens största sociala nätverk, bedöms ha över 600 miljoner aktiva användare. Orkut bedöms ha över 100 miljoner aktiva användare. Friendster, med 115 miljoner registrerade användare, bedöms i nuläget ha över 65 miljoner aktiva användare. De olika plattformarna använder olika mätvärden gällande aktiva användare, men Junebuds uppskattning är att MilMo i slutet av december 2010 hade ungefär 220 000 månatliga aktiva användare på samtliga plattformar.

Utan ytterligare marknadsföringsresurser är tillväxten på Facebook svår att uttala sig om, givet den hårda konkurrensen om kunderna. Tillväxten på Orkut ser fortsatt god ut, mycket tack vare samarbetet med Mentez. Tillväxten på Friendster bygger i stort på den marknadsföring som Friendster Games Inc. tillhandahåller och är i dagsläget mindre än på Orkut.

Intäkterna har ökat under andra kvartalet. ARPU på milmogame.com låg under december 2010 på 0,12 kr, en ökning om 20 procent jämfört med tidigare snittresultat på 0,1 kr. ARPPU ökade till 98,9 kr, från 68 kr, en ökning om 32 procent. På Facebook var ARPU lågt på 1,2 kr men ARPPU låg på 10 kr under samma period. Minskningen i ARPPU beror sannolikt på att man med Facebook Credits inte behöver köpa valuta i lika stora mängder som på till exempel milmogame.com. Slutsatsen är alltså att fler människor köper för mindre pengar. På Orkut uppnådde MilMo under december 2010 en ARPU på 0,28 kr och en ARPPU på 86 kr. Betalningsviljan i Brasilien har alltså visat sig vara större per snittanvändare, vilket är intressant eftersom det är här tillväxten är som mest stabil. Det återstår en bit till Junebuds delmål om en ARPU om 1 kr, men utvecklingen går i rätt riktning och kombineras med ökade användarsiffror.

Under december utföll också den första licensieringsavgiften á € 25 000 från Mentez, vilket bidragit till att öka Junebuds intäkter. Licensieringsavgifter har varit en viktig del av Junebuds strategi för att klara likviditeten under pågående etableringsfas.

Under hösten uppdaterade vi vår målsättning till att uppnå 200 000 månatliga aktiva användare (MAU) och break-even under första kvartalet 2011. Vi kan redan meddela att vi ligger bra till gällande användartalen då vi nådde 200 000 MAU i december 2010. Vad det gäller break-even arbetar vi systematiskt vidare mot högre ARPU, fortsatta licensieringsavgifter och en tillväxt av användare. Målet om break-even första kvartalet 2011 kvarstår.

Ola Holmdahl – VD Junebud AB (publ)

Förhållanden som är viktiga för bedömning av bolagets resultat och ställning

Ägarna består till cirka 40 procent av grundarna, ett starkt team rutinerade spelutvecklare med många år i branschen och med erfarenhet av att leverera mångmiljonsäljande onlinespel.

Bolaget har sedan våren 2010 arbetat med att knyta samarbeten med lokala distributörer, vilka marknadsför och driver MilMo på specifika marknader.

Junebud hade andra halvåret 2010 vissa intäkter från sitt spel MilMo. Dessa intäkter ökade markant under perioden oktober till december 2010, jämfört med föregående halvår. Intäkterna har varit betydligt lägre än de nuvarande driftskostnaderna, även om de börjat öka meningsfullt under december. Det är dessutom värt att notera att Bolaget genom till exempel låga löneuttag och rigorös kostnadskontroll hållit nere kostnaderna på ett sätt som gör det rimligt att räkna med relativt ökade kostnader under 2011.

I den händelse att bolaget inte kan uppnå tillräckliga intäkter genom sin tjänst kommer ledningen att dra ned på utvecklingstempot och kraftigt dra in på lönekostnaderna, vilket i så fall innebär ett ökat fokus på att ta in nya användare och nå vidare marknader och ett minskat fokus på utveckling av spelet. I kombination med intäkter från användare och distributionsavtal bedöms detta vara en trovärdig strategi.

Likviditet och vidare finansiering

Bolagets ARPU låg under december på cirka 0,12 SEK, vilket är långt från målet om 6,0 SEK. Dock är det en tydlig ökning från föregående månaders ARPU om cirka 0,1 SEK. Snittintäkten per betalande användare (ARPPU/average revenue per paying user) låg i december på cirka 98,9 SEK, en ökning från föregående kvartals 68 SEK.

Rapporter från branschen antyder att det är viktigt att bygga upp en stor användarbas innan man satsar på monetisering av användarna. Den sunda strategin är därför att öka användarbasen och kvalitén i tjänsten och göra en riktad monetiseringsinsats längre fram. Under oktober och november fokuserade bolaget exklusivt på att växa användarbasen och drog ner på monetiseringsinsatsen. Från och med mitten av december började ansträngningarna att växa användarbasen bära frukt och företaget inledde därefter ett fokus på monetisering, som planeras fortsätta under januari, februari och mars.

Med en låg ARPU går det fortfarande att nå break-even. Skillnaden är behovet av användarmängd. För att nå break-even på en ARPU om 0,1 SEK behöver Junebud 60 ggr det ursprungligen projicerade användarantalet, det vill säga 3,6 miljoner användare. Den realistiska kalkylen är att ARPU kommer att öka då användarbasen växer, men att fler än 60 000 användare kommer att behövas innan företaget uppnår break-even. Vid en ARPU om 1 SEK behöver Junebud 360 000 användare för att uppnå break-even. Om man tar med Junebuds reducerade lönekostnader i kalkylen behövs i ett sådant räkneexempel 225 000 användare. Intäkter från tjänsten ska under våren 2011 kompletteras med licensieringsavgifter för distributörer i syfte att åtgärda företagets likviditetsproblem.

För att nå fler användare söker Junebud distributionsavtal ibland annat Ryssland, Turkiet och Arabien under 2011. När det gäller distribution genom sociala nätverk har Junebud ingått avtal med Friendster, ett ledande sydasiatiskt community med cirka 115 miljoner registrerade användare. Företaget har också ingått ett distributionsavtal med Miami-baserade Mentez LLC gällande distribution av MilMo i Latinamerika. Distributionsavtal har fördelen att avlasta kostnaderna för marknadsföring och lokalisering, samt ge tillgång till stora nätverk av etablerade användare.

Under december 2011 tog Junebud ut ett tillväxtlån om 500 000 SEK hos ALMI, samt en checkkredit om 500 000 SEK hos Swedbank, också menad som ett tillväxtlån. Dessa pengar används för att stabilisera företagets likviditet under satsningen mot break-even under 2011.

Som ett led i ambitionen att bli en ledande aktör på marknaden för Free-2-Play och Web3D för Junebud samtal med riskkapitalfonder riktade mot onlineföretag och spel. Junebud för löpande samtal med London Venture Partners och GP Bullhound, båda Londonbaserade riskkapitalfonder med relevant inriktning. Samtalen rör härvid möjligheten till en investering i form av växtkapital. I syfte att attrahera en sådan investering är det viktigt för Junebud att leverera en populär och högkvalitativ spelupplevelse, vilket i stort sammanfaller med företagets satsning på att växa MilMos användarbas.

Kommande finansiella rapporter

Delårsrapport juli 2010 – mars 2011	19 maj 2011
Bokslutskommuniké för 2010/2011	19 augusti 2011

Aktien

Aktien i Junebud AB (publ) listades den 23 oktober 2009 på AktieTorget, som är ett värdepappersbolag under Finansinspektionens tillsyn och driver en handelsplattform som benämns MTF (Multilateral Trading Facility). Den 31 december 2010 uppgick antalet aktier i Junebud till 12 511 707, varav 1 218 000 är icke listade A-aktier. A-aktien ger tio (10) röster per aktie medan B-aktier ger en (1) röst per aktie. B-aktiens ISIN-kod är SE0002943431 och kortnamnet är JUNE B.

Granskning av revisor

Halvårsrapporten har ej varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Principer för halvårsrapportens upprättande

Halvårsrapporten har upprättats enligt samma principer som bolagets årsredovisning, det vill säga i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd.

Beträffande immateriella anläggningstillgångar består dessa av internt upparbetade immateriella tillgångar i form av balanserade utgifter för utvecklingsarbete samt licens och programvaror. Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten redovisas som en immateriell anläggningstillgång när dessa utgifter med stor sannolikhet kan förväntas generera väsentligt värde för rörelsen under kommande år. Avskrivningar kostnadsförs så att tillgångarnas värde skrivs av linjärt över dess beräknade nyttjandeperiod. Nyttjandeperioden för de immateriella anläggningstillgångarna bedöms uppgå till 5 år.

Avlämnande av halvårsrapport

Malmö, den 17 februari 2011
Junebud AB (publ)
Styrelsen

För vidare information kontakta:
Ola Holmdahl, VD
Telefon: 0702-65 16 50
E-post: ola@junebud.com

Resultaträkning i sammandrag

(SEK)	2010-10-01	2009-10-01	2010-07-01	2009-07-01
	-2010-12-31	-2009-12-31	-2010-12-31	-2009-12-31
	3 mån	3 mån	6 mån	6 mån
Nettoomsättning	226 497	0	228 368	0
	226 497	0	228 368	0
Rörelsens kostnader				
Underleverantörer	-14 388	-25 000	-57 249	-37 500
Övriga externa kostnader	-368 427	-535 218	-633 036	-913 490
Personalkostnader	-120 118	-691 012	-235 016	-1 215 060
Avskrivningar	-64 852	-5 880	-119 664	-11 761
Rörelseresultat	-341 288	-1 257 110	-816 597	-2 177 811
<i>Resultat från finansiella poster</i>				
Ränteintäkter och liknande poster	0	1 185	0	1 158
Räntekostnader och liknande poster	-16 249	-535	-16 561	-717
Resultat efter finansiella poster	-357 537	-1 256 460	-833 158	-2 177 370
Resultat före skatt	-357 537	-1 256 460	-833 158	-2 177 370
Periodens resultat	-357 537	-1 256 460	-833 158	-2 177 370

Balansräkning i sammandrag

(SEK)	2010-12-31	2010-06-30
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar	<u>1 340 517</u>	<u>673 751</u>
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>	1 340 517	673 751
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>	<u>25 155</u>	<u>29 247</u>
	25 155	29 247
Summa anläggningstillgångar	1 365 672	702 998
Omsättningstillgångar		
<i>Kortfristiga fordringar</i>		
Kundfordringar	221 313	0
Övriga fordringar	353 245	97 447
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	<u>63 899</u>	<u>57 612</u>
	638 457	155 059
Kassa och bank	50 405	1 016 043
Summa omsättningstillgångar	688 862	1 171 102
SUMMA TILLGÅNGAR	2 054 534	1 874 100

Balansräkning i sammandrag, fortsättning

(SEK)	2010-12-31	2010-06-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
<i>Bundet eget kapital</i>		
Aktiekapital	1 000 937	721 600
Nyemission under registrering	0	279 337
	1 000 937	1 000 937
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	366 868	3 873 275
Balanserad vinst eller förlust	0	0
Vinst eller förlust föregående år	0	-539 198
Periodens resultat	-833 158	-2 914 813
	-466 290	419 264
Summa eget kapital	534 647	1 420 201
Skulder		
<i>Långfristiga skulder</i>		
Checkräkningskredit	447 968	0
Övriga skulder till kreditinstitut	500 000	0
	947 968	0
<i>Kortfristiga skulder</i>		
Leverantörsskulder	273 783	155 213
Övriga skulder	138 725	39 876
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	159 411	258 810
	571 919	453 899
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	2 054 534	1 874 100
STÄLLDA SÄKERHETER OCH ANSVARSFÖRBINDELSER		
Ställda säkerheter	50 027	50 027
Övriga ställda panter och säkerheter	Inga	Inga
Ansvarsförbindelser	Inga	Inga

Kassaflödesanalys i sammandrag

(SEK)	2010-10-01 -2010-12-31	2009-10-01 -2009-12-31	2010-07-01 -2010-12-31	2009-07-01 -2009-12-31
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	-357 536	0	-833 158	-2 177 370
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	64 852	5 880	119 664	11 761
	-292 684	5 880	-713 494	-2 165 609
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-292 684	5 880	-713 494	-2 165 609
före förändringar av rörelsekapital				
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>				
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar	-582 752	-40 185	-483 397	-16 299
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder	213 509	-76 547	118 020	1 098
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-661 927	-110 852	-1 078 871	-2 180 810
Investeringsverksamheten				
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-376 509	0	-782 338	0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	0	0	0	0
Avskrivningar	0	-5 880	0	11 761
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-376 509	-5 880	-782 338	11 761
Finansieringsverksamheten				
Ökning långfristiga skulder	947 968	0	947 968	0
Förändring eget kapital - Överkursfond	-37 396	2 009 050	-52 396	2 375 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	910 572	2 009 050	895 572	2 375 000
Periodens kassaflöde	-127 864	1 892 318	-965 638	205 951
Likvida medel vid periodens början	178 269	168 704	1 016 043	866 080
Likvida medel vid periodens slut	50 405	1 010 442	50 405	1 072 031

Förändring eget kapital i sammandrag

(SEK)	Aktiekapital	Pågående nyemission	Över- kursfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp 2010-07-01	721 600	279 337	3 873 275	-539 198	-2 914 813	1 420 201
Disposition av föregående års resultat	-	-	-3 454 011	539 198	2 914 813	0
Nyemission 1005 efter emissionsutgifter	279 337	-279 337	-	-	-	0
Emissionsutgifter	-	-	-52 396	-	-	-52 396
Periodens resultat	-	-	-	-	-833 158	-833 158
					0	0
Belopp 2010-12-31	1 000 937	0	366 868	0	-833 158	534 647

(SEK)	Aktiekapital	Pågående nyemission	Över- kursfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp 2009-07-01	159 000	0	1 239 000	0	-539 198	858 802
				-539 198		
Disposition av fg års resultat	-	-	-	198	539 198	0
Fondemission	349 800	-	-349 800	-	-	0
Nyemission 0910 efter emissionsutgifter	200 000	-	2 009 050	-	-	2 209 050
Nyemission 1002 efter emissionsutgifter	12 800	-	130 760	-	-	143 560
Nyemission 1005 efter emissionsutgifter	-	279 337	844 265	-	-	1 123 602
Årets resultat 2010-06-30	-	-	-	-	-2 914 813	0
Belopp 2010-06-30	721 600	279 337	3 873 275	-539 198	-2 914 813	1 420 201



junebud

Anckargripsgatan 3
211 19 Malmö

www.junebud.com
info@junebud.com