

VD-brev nr.1 2010

Bäste Aktieägare,

Det nya året är här och lovar att bli spännande. Den 22 december 2009 sjösattes MilMo-betan och intresset har varit stort. I skrivande stund har över 2500 personer registrerat sig som testare och det lovar gott inför framtiden.

Övergången mellan 2009 och 2010 har varit en framgångsrik tid för Junebud. Efter att betan släpptes har tillströmningen av nyfikna spelare varit god och bland dem finns de ack så viktiga engagerade tidiga användarna.

Redan idag har vi ungefär 300 nya användare om dagen och takten ökar stadigt. Detta sker tack vare en kombination av kostnadseffektiva annonser och viral spridning.



Med användartillströmningen följer en strid ström av små och medelstora utmaningar, som kräver åtgärder.

Anckargripsgatan 3
211 19 Malmö
SWEDEN

Mycket energi kommer framöver att gå till underhåll och förädling av spelet. För att möta dessa behov kommer en community manager på plats under januari.



Genom MilMos forum har vi en början på en konstruktiv, framåtsyftande användarkultur där spelarna själva kommer med förslag på förbättringar.

Ekonomi

Projektet ligger i nuläget inom ramarna för den budget styrelsen dragit upp. Vi håller också den tidsplan som togs fram under våren 2009. Detta utgör en bra plattform för att möta utmaningen att nå break even och vinst under Q2.

Den 15 februari faller dessutom köpotionen från IPO:n ut. Köpviljan kommer att stå i relation till aktiekursen, som under december legat stabilt på 0.86 - 0.95 kronor.

Under februari publiceras också företagets delårsrapport.

E-mail: info@junebud.com
Tel: +46(0)702-651650
www.junebud.com

Framtiden

Under 2010 gäller det att hålla blicken på målet: minst 60 000 registrerade användare och en månatlig intäkt om 360 000 kronor. Användarrekrutering, stabilitet och rutiner för löpande uppdateringar av spelet är prioriterade.

Under januari lanserar vi MilMo-shoppen, vilket öppnar upp möjligheter till intäkter. Vi kommer att släppa fler banor och nytt innehåll löpande under hela Q1, som ett led i strategin att hålla kvar användarna.

Branschnyheter

I januari gick Electronic Arts VP Chip Lange ut med en analys där han pekar ut 'casual and social games' som den hetaste sektorn på spelmarknaden.

En färsk rapport från NPD group, ledande på marknadsundersökningar, införskaffade 79 % av barn 2 - 14 något slags fysiskt eller digitalt (spel)innehåll 2009. 31 % införskaffade både fysiskt och digitalt innehåll.

Medelåldern då barn genomför sitt första digitala köp rapporteras nu vara 7 år.

Med vänliga hälsningar,



Ola Holmdahl
VD, Junebud

Disclaimer/Ansvarsfriskrivning

Detta dokument är inte för användning av privatpersoner som underlag till beslut inför investeringar. Det är ett VD-brev, där alla iakttaganden och åsikter är Ola Holmdahls egna. Denna information är endast en överblick över olika faktorer som påverkar Junebuds verksamhet, deras utveckling och deras påverkan på bolaget utifrån information som Ola Holmdahl själv tagit del av och som Ola Holmdahl bedömer som tillförlitlig, men som han inte har kontrollerat. Dessa faktorer påverkan på bolaget och dess verksamheter är endast en uppskattning utav Ola Holmdahl och helt utifrån Ola Holmdahls perspektiv, och inga garantier lämnas att påverkan sker eller kommer ske såsom Ola Holmdahl i egenskap av VD och författare av detta brev förutspår. Det är inte och ska inte tolkas som ett erbjudande att sälja, köpa eller teckna några investeringar. Ola Holmdahl grundar detta dokument på information från källor han anser vara tillförlitliga, men som inte har kontrolleras. Ola Holmdahl lämnar inga garantier och tar inget ansvar för dess riktighet eller fullständighet. Åsikter och bedömningar kan ändras utan föregående meddelande. Ola Holmdahl antar ingen garanti för de uppgifter som lämnas i denna rapport och kommer att inte hållas ansvarig för konsekvenserna av att någon baserat sina beslut på en åsikt eller ett uttalande i denna dokumentation eller någon försummelse. Dessutom tar varken Ola Holmdahl eller Junebud något ansvar för alla direkta eller indirekta förluster eller skador, eller för förlorad vinst som någon kan ådra sig som en följd av användningen och förekomsten av den information som lämnas i denna rapport.

Om Junebud och MilMo

Junebud

Junebud är ett spelutvecklingsbolag som är verksamt inom segmentet Free-to-Play (F2P). Junebud utvecklar ett socialt spel, MilMo, utifrån en kombination av F2P och den nya teknologin Web3D. Junebud sysselsätter för närvarande 15 personer, varav 8 heltidsanställda. Genom en medveten strategi att välkomna och förvalta outsourcing, examensarbetare och praktikanter håller Junebud kostnadsmassan minimal.

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.

MilMo

MilMo är det spel som Junebud planerar att lansera under början av 2010. Det är ett socialt onlinespel i genren action-äventyr, riktat mot åldrarna 12 - 18 år. I MilMo används Free-to-Play som affärsmodell och Junebud skall skapa intäkter genom mikrotransaktioner.