MY.GAMES: Halbjahres- und Quartalszahlen, 29. Juli 2021

Archivierte Textfassung einer offiziellen Pressemitteilung. Inhalt aus der damaligen Pressezustellung, neu gesetztes PDF ohne private Kontaktdaten.

MY.GAMES meldet ein starkes zweites Quartal mit einem Umsatzwachstum von 18% für das erste Halbjahr 2021 Der Umsatz von MY.GAMES in der ersten Jahreshälfte 2021 stieg um 18% gegenüber dem Vorjahr und belief sich auf 22,1 Milliarden RUB (247 Mio. EUR). Das EBITDA für das erste Halbjahr stieg um 42% und belief sich auf 4,1 Mrd. RUB (46 Mio. EUR). Moskau, Russland, 29. Juli 2021 · Die globale Spielemarke MY.GAMES (Teil der Mail.ru Group) hat heute die Ergebnisse für das zweite Quartal 2021 bekannt gegeben. Die Umsatzerlöse von MY.GAMES stiegen im zweiten Quartal 2021 um 1% und übertrafen damit leicht die absoluten Umsatzerlöse des zweiten Quartals 2020 · trotz des Basiseffekts, der fehlenden Einführung neuer eigener Spiele, keinen Akquisitionen von Studios im bisherigen Jahresverlauf und der IDFA-bedingten Änderungen. MY.GAMES erwirtschaftete 74% seines Spieleumsatzes in Q2 2021 außerhalb Russlands und der GUS, wobei hier die Vereinigten Staaten, Deutschland und das Vereinigte Königreich die wichtigsten Märkte darstellen. Das Unternehmen hat derzeit mehr als 20 Titel in der Pipeline, und die Investitionsabteilung · MCVG · entwickelt zudem das internationale und nationale Geschäft weiter. War Robots, Warface, Hustle Castle, Rush Royale und Grand Hotel Mania waren die wichtigsten Umsatzträger im zweiten Quartal 2021. Das mobile Segment machte 77% des Gesamtumsatzes von MY.GAMES aus. Das Unternehmen konnte im zweiten Quartal einen konsolidierten Erfolg verbuchen · mit Updates für bestehende Spiele, die gut performten, und mit den erfolgreichen Mobile-Titeln Rush Royale, Hustle Castle und War Robots, die auf dem PC veröffentlicht wurden. Allods Team kündigte das Spiel Blast Brigade vs. the Evil Legion of Dr. Cread an, ein zweidimensionaler Plattformer mit Metroidvania-Elementen. Das Spiel wird im September diesen Jahres im Early-Access verfügbar sein. Die Veröffentlichungstermine für Nintendo Switch, PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One und XboxSeries X|S werden in Kürze bekannt gegeben. Das Mobile Game Rush Royale erreichte die Marke von 9 Millionen Downloads, obwohl es erst im Dezember letzten Jahres veröffentlicht wurde. Der monatliche Umsatz im Juni näherte sich 400 Millionen Rubel (4,4 Mio. EUR), was das Projekt zu einem der erfolgreichsten Veröffentlichungen in der Geschichte von MY.GAMES machte. Das Warface-Franchise erreichte im zweiten Quartal 2021 weltweit 117,4 Millionen Spieler auf allen Plattformen und ist nach wie vor unter den Top drei der umsatzstärksten MY.GAMES-Projekte. Auf Konsolen wurde Warface eine Cross-Play-Funktion spendiert, die mehr als 24 Millionen PS4-, Xbox One- und Nintendo Switch-Spieler auf gemeinsamen Servern vereint. Das Spiel wurde auch im Epic Games Store veröffentlicht, was die Distributionsreichweite nochmals vergrößert. Im Rahmen der laufenden Investitionen von MY.GAMES in die Cloud-Entwicklung wurde im Juni eine strategische Investition in Playkey getätigt und die MY.GAMES Cloud BETA für Mac OS auf dem russischen Markt veröffentlicht · die Plattform verfügt derzeit über mehr als 300 Spiele und kann über 100.000 monatlich aktive Nutzer (MAU) verzeichnen. Vasily Maguryan, CEO von MY.GAMES, sagte dazu: ·Im zweiten Quartal 2021 ist es uns gelungen, vor dem Hintergrund eines deutlichen Rückgangs der Gesamtdynamik des globalen Spielemarktes Wachstum zu demonstrieren. Dies wurde durch den strategischen Ansatz von MY.GAMES zur Diversifizierung des Portfolios und den Fokus auf organisches Produktwachstum erreicht. Der Umsatz des Unternehmens wuchs in der ersten Jahreshälfte 2021 um 18%, trotz der Auswirkungen der hohen Basis des letzten Jahres. Darüber hinaus steigern wir weiterhin erfolgreich die Effizienz unseres Geschäfts · das zweite Quartal 2021 war das beste in Bezug auf die Marge (24%) seit Beginn des letzten Jahres.· Allgemeine Highlights im zweiten Quartal: · Das EBITDA von MY.GAMES belief sich im zweiten Quartal auf 2,7 Mrd. RUB (30 Mio. EUR), was einem Wachstum von 13% gegenüber dem Vorjahr, mit einer Marge von 24% entspricht, wobei der Geschäftsbereich auf dem besten Weg ist, 2021 eine leichte Margenverbesserung und ein zweistelliges organisches Wachstum zu erzielen. · Die Spiele War

Robots, das Warface-Franchise, Hustle Castle, Rush Royale und Grand Hotel Mania waren die größten Umsatzträger im Quartal. · Der Anteil des Umsatzes aus Märkten außerhalb Russlands und der GUS lag bei 74 %, wobei die USA, Deutschland und Großbritannien den größten Anteil am internationalen Umsatz hatten. · Die durchschnittliche MAU lag im zweiten Quartal bei 21,4 Mio. mit einem Anteil von 4,7 % an zahlenden monatlichen Nutzern, was in etwa dem Niveau von Q2 2020 entspricht, dem Höhepunkt der Sperrungen und damit der Spielerbindung. Highlights aus dem Mobile-Portfolio: · Die Top-5 der umsatzstärksten Titel im zweiten Quartal bilden weiterhin War Robots, Hustle Castle, Rush Royale, Grand Hotel Mania und Left to Survive. · Der Shooter War Robots (2014, Pixonic Studio) erreichte im Juni 197 Mio. Nutzer mit einem durchschnittlichen Monatsumsatz von 800 Mio. RUB (9 Mio. EUR) im zweiten Quartal und einem deutlich positiven EBITDA-Beitrag. · Das Rollenspiel Hustle Castle (2017, Nord Studio) erreichte 70 Mio. Downloads mit einem monatlichen Umsatz von 400 Mio. RUB (4,4 Mio. EUR) in Q2. · Weitere Highlights von Nord Studio waren Zero City (ca. 19 Mio. Downloads, 150 Mio. RUB/2 Mio. EUR monatlicher Umsatz) und American Dad! Apocalypse Soon, das sich mit 9 Mio. kumulierten Downloads zum Ende des zweiten Quartals gut entwickelte. · The Grand Hotel Mania (2020, Deus Craft) · ein Zeitmanagementspiel mit 12 Mio. Installationen und einem monatlichen Umsatz von 300 Mio. RUB (3,3 Mio. EUR) in Q2. · Left to Survive (2018, Whalekit) · ein Shooter mit 38 Mio. Downloads und einem monatlichen Umsatz von mehr als 200 Mio. RUB (2,2 Mio. EUR) im zweiten Quartal, mit einem Wachstum von mehr als 20% im Vergleich zum Vorjahr und einer beinahe zweifachen EBITDA- Verbesserung. Der andere Titel von Whalekit, Warface: Global Operations (2020), erreichte 18 Mio. Downloads. · The Rush Royale (2020, IT Territory Studio), ein Tower-Defense-Spiel, erreichte seit seiner Markteinführung im Dezember 9 Mio. Downloads mit einem monatlichen Umsatz von über 400 Mio. RUB (4,4 Mio. EUR) im Juni, was es zu einem der erfolgreichsten Releases in der Geschichte von MY.GAMES macht. · Tacticool (2019, Panzerdog), ein Top-Down-PvP-Mobile-Shooter, erreichte ca. 20 Mio. Downloads und erzielte im April einen neuen monatlichen Umsatzrekord von über 150 Mio. RUB (2 Mio. EUR)mit einem Umsatzwachstum von mehr als 50 % im Vergleich zum Vorjahr. Highlights aus dem PC- und Konsolen-Portfolio: · Das FPS-Franchise Warface (2013, PC/Konsole/Mobile) erreichte weltweit 117,4 Mio. Spieler auf allen Plattformen und ist nach wie vor ein Top-3-Umsatzbringer für MY.GAMES. Cross-Play für Warface ist jetzt auf Konsolen verfügbar und verbindet über 24 Mio. Spieler auf PlayStation 4, Xbox One und Nintendo Switch mit demselben Server. Warface wurde außerdem in den Epic Games Store aufgenommen, wodurch die Verbreitung dieses wichtigen Franchise-Titels erweitert wurde. · Allods Team hat einen neuen Titel angekündigt · Blast Brigade vs. the Evil Legion of Dr. Cread, ein 2D-Action-Adventure-Plattformer mit Metroidvania-Elementen. Er wird später in diesem Jahr auf Steam erscheinen. Erscheinungstermine für Nintendo Switch, PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox One und Xbox Series X|S werden bald bekannt gegeben. · Das MMORPG Lost Ark (PC, lizenziert von Smilegate) hat auf den russisch-sprachigen Servern ein Update erhalten. Ein weiteres Update, inklusive der 19. neuen Klasse · dem Dämonenjäger · wurde ebenfalls für die russischen Server angekündigt. · Das taktische Action-MMO Conqueror's Blade (2019, PC, lizenziert von Booming Tech) erreichte 3,4 Mio. Nutzer und verzeichnete im zweiten Quartal ein Umsatzwachstum von mehr als 50% gegenüber dem Vorjahr, nachdem im März ein weiteres Spiel-Update veröffentlicht wurde. · Das Free-to-Play-MMO Skyforge (2017, PC, Allods Team) erreichte 13 Mio. registrierte Nutzer. · Im zweiten Quartal setzte MY.GAMES im Rahmen des internen Cross-Sellings und der Cross-Integration die Portierungen seiner eigenen Mobile-Titel auf den PC im MY.GAMES Store fort: Rush Royale, War Robots und Hustle Castle wurden alle dort veröffentlicht. Highlights aus den strategischen Investitionen: · Im Rahmen der Cloud-Entwicklung schloss MY.GAMES im Juni die Konsolidierung von Playkey ab und veröffentlichte gleichzeitig die Beta-Version von MY.GAMES Cloud auf Mac OS mit über 300 Spielen und 100.000 monatlich aktiven Nutzern (MAU). · Im MY.GAMES Store startete MY.GAMES Boost · ein Crowdfunding-Service, der auf dem internen Boosty.to-Service basiert und es Content-Erstellern ermöglicht, Spenden für ihre Arbeit zu sammeln. Highlights in Deutschland: · Konsolenumsatz stieg um 8% im Vergleich zum vorherigen Quartal ·

PC-Umsatz stieg um 18% im Vergleich zum vorherigen Quartal · Left to Survive: Steigerung der neuen Nutzer um 64% im Jahresvergleich, MAU um 52% und Umsatz um 69% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. · Rush Royale MAU um 22% und Umsatz um 27% im Vergleich zum vorherigen Quartal gestiegen · Storyngton Hall MAU um 9% und Umsatz um 44% im Vergleich zum vorherigen Quartal gestiegen. · Tacticool: 72% mehr neue Nutzer, 69% mehr MAU und 88% mehr Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. · Zero City MAU um 15%, Umsatz um 43% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Alle Neuigkeiten zu MY.GAMES gibt es jederzeit auf LinkedIn, Facebook und Twitter.