

ÅRSREDOVISNING 1998/1999

VISION PARK ENTERTAINMENT AB

(publ)



VISION PARK

Innehållsförteckning

Året i korthet	1
VD-kommentar	2
Marknad	4
Verksamhetsbeskrivning	6
Humankapital	14
Affärsidé, mål och strategier	16
Historik	18
Styrelse och revisorer	19
Aktie och ägare	20
Produktkatalog	22
Förvaltningsberättelse	26
Resultaträkningar	30
Balansräkningar	31
Finansieringanalyser	33
Noter	34
Revisionsberättelse	36
Bolagsstämma och kommande informationstillfällen	37

Vision Park på en minut

Vision Parks affärsidé är att för en konsumentmarknad utveckla, producera och marknadsföra interaktiva underhållningskoncept präglade av innovativt tänkande i kombination med hög teknisk och konstnärlig kvalitet.

Företaget har idag nio titlar i sin produktportfölj, däribland Nordens mest sålda spel

BackPacker. Spelen utvecklas av team vid huvudkontoret i Stockholm samt i Göteborg och Köpenhamn. Under verksamhetsåret 98/99 omsatte Vision Park 21 Mkr och generade en vinst om 82 kkr. B-aktien noteras sedan september 1997 på SBI-listan.

Året i korthet

- *Resultatet för verksamhetsåret 98/99 förbättrades med ca 8 400 kkr till 82 kkr. Prognosen om ett resultat runt noll för helåret infriades därmed.*
- *Resultatet belastades med utvecklingskostnader för spel på 11 100 (9400) kkr.*
- *Omsättningstillväxt med 160% till 21 137 kkr.*
- *Kassaflödet positivt från och med årsskiftet 98/99.*
- *Internationaliseringen av Vision Parks produkter påbörjades.*
- *Tre nya spel lanserades under året; Wannabe, Polis och Giftet. BackPacker Junior lanserades i Norge och Danmark.*
- *Tre av de fyra lanserade spelen täckte sina utvecklingskostnader med hjälp av initialförsäljningen.*
- *BackPacker-familjen uppnådde en försäljningsvolym om 350 000 exemplar.*
- *Initialförsäljningen av Wannabe var högre än för någon av Vision Parks tidigare produktioner.*
- *Vision Parks första Internetspel utvecklas för lansering under andra halvåret 1999.*

VISION PARKS LÖFTEN VID NOTERINGEN

I det prospekt som togs fram inför SBI-noteringen hösten 1997 angav Vision Park ett flertal målsättningar för verksamheten. De målsättningar som angavs var följande:

- Producera upp till fem nya speltitlar per år.*
- Utveckla två tvärmediala underhållningskoncept de närmaste två åren.*
- Sälja eller licensiera rättigheter till minst ett av bolagets spelkoncept till närliggande branscher årligen.*
- Upprätthålla och förstärka samarbetet med starka distributörer på samtliga marknader.*
- Ingå joint venture-avtal med ett etablerat teknikföretag.*
- Vidareutveckla en flexibel nätverksorganisation och ytterligare förstärka bolagets nätverk vad avser specialistkompetens.*
- Förstärka positionen på den nordiska hemmamarknaden.*
- Utöka marknaden stegvis till att omfatta Tyskland, Frankrike, Storbritannien och USA.*
- Förvärva minst två produktionsbolag i Norden samt inleda produktionssamarbete med minst ett produktionsbolag inom de närmaste två åren.*

I samband med noteringen avgav Vision Park även resultatprognoser för de kommande tre verksamhetsåren. Resultatet förutsågs uppgå till:

- minus 6-8 miljoner kronor verksamhetsåret 97/98 (-8,3 Mkr)*
- noll för verksamhetsåret 98/99 (82 kkr)*
- cirka 5 miljoner kronor för verksamhetsåret 99/00*

VD har ordet



STARK TILLVÄXT FÖR VISION PARK

Vision Park förbättrade under verksamhetsåret 98/99 sitt resultat med 8,4 miljoner kronor och redovisade en vinst på 82 kkr. Därmed infriades den prognos vi satte om ett resultat kring noll.

Omsättningen ökade med 160 procent. Vi lanserade tre nya spel under året: Polis, Giftet och Wannabe. BackPacker Junior lanserades i Danmark och Norge. Eftersom utvecklingen av nya spel finansieras helt med egna medel ger de oss runt tre gånger högre intäkter.

Vi ökade tempot i utvecklingen av nya spel under 98/99. Genom att kostnadsföra all produktutveckling direkt över resultaträkningen har vi inte in-tecknat någon försäljning i förväg. Vi har valt en tuff väg som vi samtidigt anser är ärligare mot oss själva och alla investerare.

SPELMARKNADEN KAN GÅ OM SKIVINDUSTRIN UNDER 1999

Världsmarknaden för elektronisk underhållning omsatte under förra året över 150 miljarder kronor och spås i år växa med cirka 20 procent. I Sverige är nu försäljningen av elektronisk underhållning större än konsumtionen av bio respektive video.

En undersökning gjord i USA visar att utvecklingen går mot äldre användare och en ökad andel kvinnor. Denna utveckling tror jag gynnar bolag som Vision Park som satsar på spel för en bredare publik med ett intellektuellt och pedagogiskt innehåll.

CYKLISK FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT FÖR VISION PARK

Försäljningen av datorspel sker främst under vinterhalvåret med en topp inför jul. För Vision Parks del innebär detta att 70-80 procent av intäkterna genereras under perioden oktober till mars, det vill säga under den senare delen av verksamhetsåret. För att nya spel skall kunna lanseras i samband med försäljningssäsongen förläggs den mest kostnadsintensiva delen av utvecklingsarbetet till verksamhetsårets första del, det vill säga maj till och med oktober. Detta mönster innebär att vårt resultat varierar kraftigt under året och är relativt svagt under kvartal 1 och 2 (maj till oktober) och relativt starkt under kvartal 3 och 4 (november till april).

INTERNET OCH MULTIMEDIA ÄR TVÅ NYA VERKSAMHETSOMRÅDEN

Ett mjukvaruföretag i underhållningsbranschen måste integrera FoU-arbete och affärstänkande för att bli framgångsrikt. För att bibehålla vår starka kultur inom spelutveckling och samtidigt ta tillvara affärsmöjligheter på bästa sätt har Vision Parks verksamhet delats in i fyra områden.

Vision Park Game Studios

– koncernens FoU-avdelningar

Verksamhetsområdet är koncernens hjärta där idéer utvecklas till färdiga spel. Vision Park Game Studios har för närvarande fem nya speltitlar under produktion.

Vision Park Publishing

– koncernens hitmakare

Verksamhetsområdet utvecklar marknadsstrategier, promotion- och PR-aktiviteter. Därmed säkerställer vi att varumärkena och spelen i produktportföljen vårdas och utvecklas. Vi har idag nio titlar i produktportföljen. Vi kommer att satsa på att ytterligare förstärka förlagsverksamheten, arbeta närmare slutkunderna och stärka våra relationer med dessa.

Vision Park Internet

– nytt växande verksamhetsområde

I samband med utvecklingen av Wannabe Online bildade vi ett verksamhetsområde för Internet och Online-applikationer. Det blir allt svårare att locka besökare till traditionella webbplatser. Webbplatser och dess producenter kommer att behöva kvalificerat innehåll och innovationer för att nå en stor och trogen skara besökare. Man måste bygga unika system för bland annat e-handel och Internetunderhållning. Här ligger en stor dold potential hos spel-företagen. Vi har producerat mjukvara för underhållning under 90-talet. För oss är Internet endast ytterligare ett format där vi kan "förpacka" vår underhållning. Den satsningen är nu påbörjad.

Vision Park Multimedia

anpassar spel för nya marknader

Inom verksamhetsområdet Vision Park Multimedia återanvänds och vidareutvecklas våra befintliga spel. På relativt kort tid kan ett befintligt spel anpassas för nya

användare eftersom verksamhetsområdet kan dra fördel av stabil programkod och väl beprövade spelidéer.

Företagsspel är en relativt outvecklad marknad som ökar snabbt, i takt med att kunderna i högre grad efterfrågar mer pedagogiska, imageskapande och interaktiva produkter.

Vision Park Multimedia producerar för närvarande ett spel för ett av Sveriges största tjänsteföretag.

HUMAN- OCH STRUKTURKAPITAL – VÅR NYA GENERATION KRÄVER EN NY TYP AV LEDARSKAP

Vision Park agerar i en brytningstid där tillväxtföretag bildar ett nytt näringsliv parallellt med det befintliga maktsystemet i näringslivet. Det nya klimatet med sin rörlighet, hastighet och växtkraft kräver nya annorlunda företag. Makten kommer istället närmare individen. För att leda kunskapsmänniskor och tillväxtföretag krävs en ny tids ledningsfilosofi.

Humankapital

I kunskapssamhället är det individens och företagets kompetens som är avgörande. De föregående organisationstraditioner som binder och låser anställda leder ofta till kreativ blockering. I idé- och kunskapsutbyte mellan människor med olika kompetens skapas nya innovations- och affärsmöjligheter. Att söka, ta till vara och vårda denna potential ger förutsättningar för företag att höja sitt förädlingsvärde och finna nya tillväxtpotentialer.

Genom att utveckla nya organisations- och arbetsformer kan vi attrahera och behålla de skickligaste kunskapsresurserna inom eller i närheten av olika projekt. Historiskt sett har vi lyckats med det. I framtiden, anser jag, kommer denna förmåga att vara avgörande för framgång.

Strukturkapital

Vid sidan av att skapa en kreativ miljö för medarbetarna arbetar Vision Park målmedvetet med att öka företagets strukturkapital. Vårt viktigaste strukturkapital utgörs av bl.a. kodbibliotek, arbetsprocesser, varumärken, koncept och kundrelationer. Genom att målmedvetet bygga vårt strukturkapital ökar våra möjligheter att få hög avkastning på såväl nya som gamla produkter.

LÅNGLIVADE PRODUKTER GER LÅNGSIKTIG LÖNSAMHET

Vi inriktar oss på att utveckla spel som har relativt lång livslängd och som kan anpassas för olika medier och varierande målgrupper. Ett exempel på detta är BackPacker-familjen som är Nordens mest sålda spel och som tre år efter lanseringen fortfarande säljer bra. Vi kommer fortsätta bearbeta marknaden för att upprätthålla försäljningen av BackPacker.

UTSIKTER FÖR 99/00

Vår bedömning om att kunna uppnå ett resultat runt 5 miljoner kronor för innevarande verksamhetsår ligger fast. Vi räknar med att nå detta resultat genom att en allt större del av våra intäkter kommer från försäljningen av nya spel.

Vi kommer att lansera vårt första spel helt anpassat för Internet under det kommande året, Wannabe Online. Med lanseringen av spelet ger vi oss in i en ny marknad – Internet. Den påbörjade internationaliseringen av våra produkter kommer att intensifieras under 99/00.

Vi planerar att ta en aktiv del i den konsolidering som för närvarande pågår i branschen. Vi besitter stor kompetens inom interaktiv underhållning och har skapat en organisation som kan axla större uppgifter.

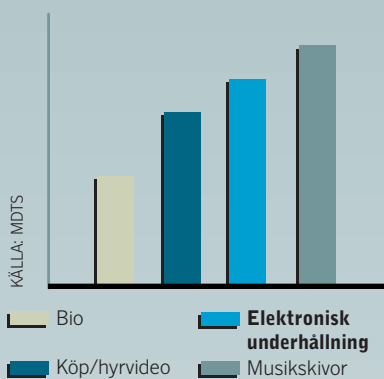
Stockholm i juli 1999

Thomas Brühl
Verkställande direktör

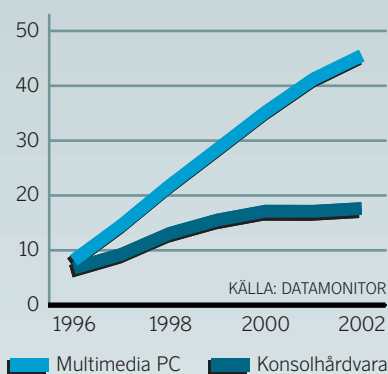


Fortsatt hög marknadstillväxt

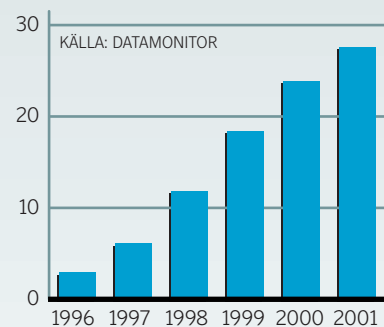
1 KONSUMTION AV UNDERHÅLLNING I SVERIGE 1998



2 INSTALLERAD BAS AV PC:S OCH KONSOLHÅRDVARA I EUROPAS HUSHÅLL, Miljoner enheter



3 ANTAL HUSHÅLL I VÄSTEUROPA MED INTERNETANSLUTNING, Miljoner



Elektronisk underhållning utgörs främst av datorspel, spel och hårdvara för olika spelkonsoler, men avser också online-tjänster. Marknaden har ökat kraftigt under 1990-talet och är den snabbast växande delen inom underhållningsindustrin både i USA och i Norden.

MARKNADEN ÄR NU STÖRRE ÄN KONSUMTIONEN AV SÄVÄL KÖP/HYRVIDEO SOM BIO I SVERIGE

Den globala marknaden för elektronisk underhållning omsatte 19 miljarder dollar under 1998, motsvarande cirka 150 miljarder kronor. De tre största marknaderna är Nordamerika, Europa och Japan, som tillsammans svarar för cirka 90 procent av försäljningen.

Försäljningen av dator- och konsolspel i USA ökade med 35 procent under 1998. Detta motsvarar en försäljning av 181 miljoner spel, enligt den amerikanska branschföreningen Interactive Digital Software Association (IDSA). IDSA räknar med en fortsatt kraftig tillväxt under 1999.

Europa svarar för drygt en fjärdedel av den globala marknaden och omsatte ca 5 miljarder dollar under 1998 (Datamonitor).

Det finns ingen officiell statistik för den nordiska marknaden men den uppskattas till cirka 8 procent av Europa-marknaden.

Under 1998 såldes cirka tre miljoner dator- och konsolspel i Sverige till ett värde av cirka 1,3 miljarder kronor. Detta motsvarade en marknadstillväxt om ca 30

procent. Medräknat även hårdvaran till konsoler så omsatte marknaden för elektronisk underhållning ca 1,9 miljarder kronor, enligt Sveriges branschförening för Multimedia, dator- och TV-spel (MDTS).

Försäljningen av elektronisk underhållning var under 1998 större än konsumtionen av såväl bio som köp/hyrvideo i Sverige (figur 1).

Piratkopieringen beräknas idag svara mot ca 40% av den totala omsättningen i Sverige. Lyckas spelföretagen med mer sofistikerade kopieringsskydd skulle detta innebära en försäljningspotential.

DRIVKRAFTER INOM SPELINDUSTRIN

Den ökade förekomsten av PC i hemmet bidrar till att driva upp efterfrågan på datorspel. Allt fler vill använda sina hemdatorer i underhållningssyfte, vilket lockar nya målgrupper till marknaden för elektronisk underhållning. Mer än vartannat hushåll i Sverige hade 1998 tillgång till en dator i hemmet enligt analysinstitutet Steblacon. Av dessa var 62 procent uppkopplade mot Internet. Försäljningen av hårdvaran för konsoler förväntas dock inte ha samma starka tillväxt. (Figur 2 & 3)

Den typiske datorspelaren är inte längre en manlig, dataintresserad yngling. 1998 var 70 procent av användarna i USA över 18 år och 38 procent var kvinnor, enligt en undersökning gjord av Interactive Entertainment Software Industry.



TYPER AV SPEL

Segmentet för spelkonsoler, såsom Nintendo, Sony Playstation och Sega, svarar för närvarande för den största delen av elektroniska spel. Enligt Datamonitor svarade konsolspel för 45 procent av marknaden i Europa under 1998. Marknaden för konsolspel väntas dock växa betydligt långsammare än övriga delar av marknaden.

Datorspel svarade för 27 procent av marknaden för elektronisk underhållning i Europa under 1998, enligt Datamonitor. Denna del av marknaden spås växa kraftigt, inte minst till följd av den ökade förekomsten av PC i hemmen. Konsolspel har inte heller längre något tekniskt försprång gentemot datorspel.

Marknaden för onlinetjänster befinner sig ännu i ett utvecklingsskede.

Marknaden spås dock en stark tillväxt under de närmaste åren. (Figur 4 & 5)

MARKNADENS AKTÖRER

Spelindustrin kan delas in i fyra verksamheter; spelutveckling, förlagsverksamhet, distribution och återförsäljning. Företagen i branschen är i olika hög grad integrerade vertikalt. De stora internationella aktörerna sysslar ofta med samtliga verksamheter, förutom återförsäljning. Det är också vanligt att kombinera förlagsverksamhet med distribution.

Under de senaste åren har distributionsledet genomgått en konsolidering vilken resulterat i färre och större aktörer. I Sverige dominerar nu tre till fem aktörer marknaden mot tio för endast tre år sedan. De fem största, Electronic Arts, Egmont, IQ Media, Bonnier Multimedia

och Wendros kontrollerar cirka 75 procent av marknaden (MDTS).

Antalet utvecklingsbolag har däremot ökat under de senaste åren i takt med att efterfrågan på elektronisk underhållning vuxit. Bolagen är relativt små och spelen utvecklas i små produktionsteam (se nedan).

FRAMTIDA UTVECKLING

Under 1999 beräknas globala marknaden växa med cirka 20 procent till 22,5 miljarder dollar eller cirka 180 miljarder kronor.

Marknaden i Sverige förväntas fortsätta att växa med 25-30 procent under 1999. Försäljningen av elektronisk underhållning i Sverige har enligt MDTS goda chanser att gå förbi skivförsäljningen under 1999/2000 (figur 1).

DE STÖRSTA SVENSKA SPELUTVECKLINGSBOLAGEN AFFÄRSIDÉER:

Daydream

Genom att kontinuerligt utveckla och producera interaktiva datorspel för den globala marknaden och samtidigt aktivt utveckla alternativa vägar för distribution av spelen.

Digital Illusions

Att utveckla egna dator- och TV-spel i världsklass. Målet är att bli ett av de ledande spelutvecklingsföretagen på världsmarknaden.

Massive Entertainment

Att tillverka högkvalitativa dator- och konsolspel för en internationell marknad.

Target Games

Utvecklar, producerar och säljer ett brett sortiment av spel- och hobbyprodukter för den europeiska och nordamerikanska marknaden.

Vision Park

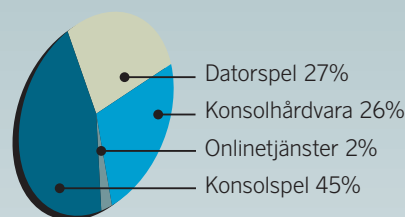
Att för en konsumentmarknad utveckla, producera och marknadsföra interaktiva underhållningskoncept präglade av innovativt tänkande i kombination med hög teknisk och konstnärlig kvalitet.

UDS

Använda skickliga programmerare och konstnärer för att göra förstklassiga datorspel för Windows- och konsolmarknaden.

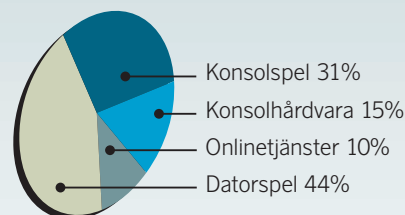
ELEKTRONISK UNDERHÅLLNING I EUROPA 1998

KÄLLA: DATAMONITOR

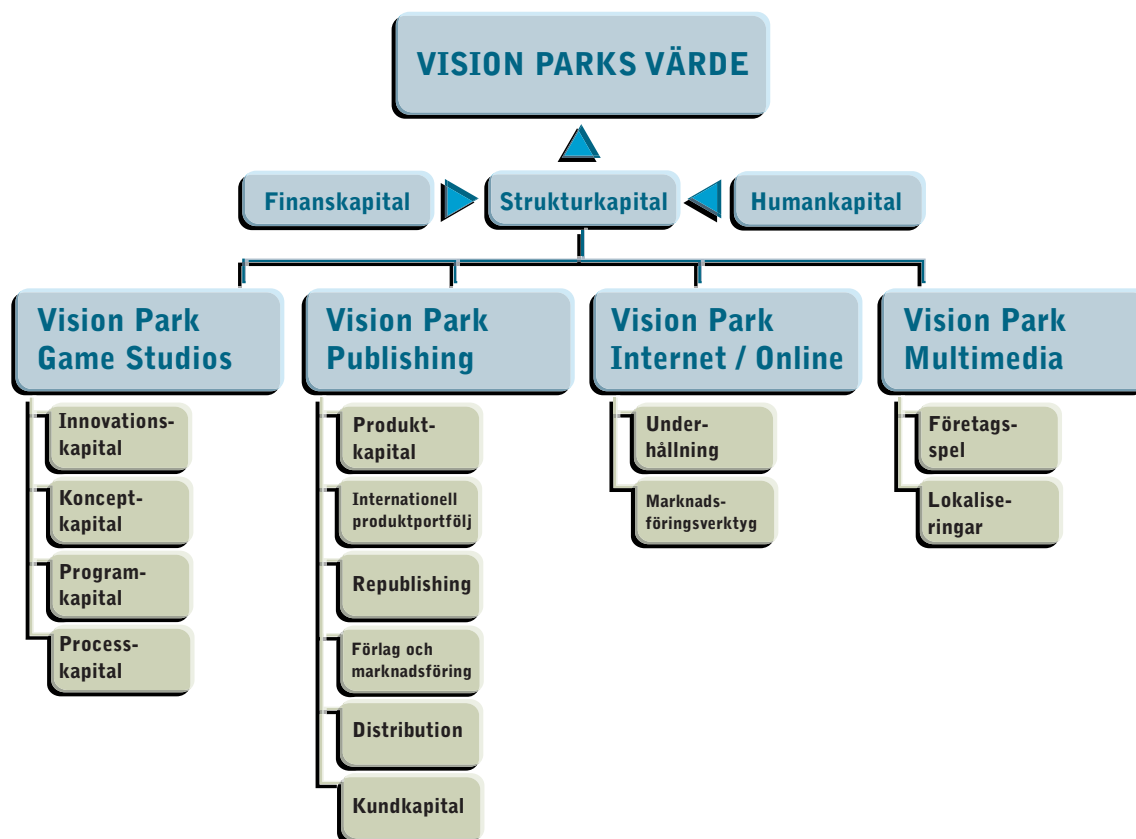


ELEKTRONISK UNDERHÅLLNING I EUROPA 2002

KÄLLA: DATAMONITOR



Strukturering av Vision Parks verksamhet



Vision Parks värde kan delas upp i finanskapital, strukturkapital och humankapital.

En av ledningens uppgifter är att på bästa sätt utnyttja kapitalet för att skapa värde åt aktieägarna.

Ledningen arbetar målmedvetet bland annat med att överföra humankapital till strukturkapital med hjälp av finanskapital.

FINANSKAPITAL

Tillgång till kapital är en förutsättning för möjligheten att förverkliga nya spel. Vision Park har genom två nyemissioner tillförts kapital som har haft stor betydelse för bolaget i ett uppbyggnadsskede. Genom nyemissionerna har Vision Park på egen hand kunnat finansiera utvecklingen av nya spel och därigenom kommit att erhålla en avsevärt större andel av intäkterna från försäljning av spel.

I takt med att intäkterna från produktportföljen stiger förbättras Vision Parks möjligheter att öka resultatet med egna vinstmedel. Koncernens kassaflöde var positivt från och med andra halvåret

98/99. Efter en kraftig resultatförbättring visade Vision Park en mindre vinst under verksamhetsåret 98/99.

HUMANKAPITAL

Det intellektuella kapitalet utgörs av humankapital och strukturkapital. Humankapitalet utgörs av den kompetens Vision Parks medarbetare besitter. Bolaget har anställda med kompetenser som sträcker sig från systemering, programmering, grafik, filmproduktion till marknadsföring. För att skapa ett bra samspel mellan dessa områden krävs nya organisationsformer och ett okonventionellt ledarskap.

STRUKTURKAPITAL

Med strukturkapital avses tillgångar som inte är finansiella och inte heller tillhör medarbetarna i form av den kompetens de besitter. Exempel på strukturkapital är varumärken, arbetsmodeller, konceptbank och kodbibliotek.

Vision Park avser att förädla och öka sitt strukturkapital med hjälp av finans- och humankapital. Strukturkapitalet kan bland annat användas för att effektivisera utvecklingen av nya spel och för att skapa spin-off produkter. Med ett väl utvecklat strukturkapital minskar även bolagets beroende av enskilda medarbetare.

FYRA VERKSAMHETSOMRÅDEN

Vision Park är indelat i fyra verksamhetsområden; Vision Park Game Studios, Vision Park Publishing, Vision Park Internet/Online och Vision Park Multimedia. De två senare verksamhetsområdena är nya från och med 98/99. Verksamhetsområdena är inte resultatområden utan resurs- och kompetensområden.

Vision Park Game Studios

utvecklar unika koncept. Team i Stockholm, Göteborg och Köpenhamn utvecklar och producerar spelkoncept som baseras på egna idéer och innovationer. Spelen tillhör inte etablerade genrer och har det gemensamt att de skall erbjuda intellektuell stimulans.

Vision Park Publishing

förlägger spel med fokus mot massmarknad. När Vision Park Game Studio har färdigställt ett spel förs det över till Vision Park Publishing. Vision Park Publishing samarbetar med publishers/distributörer och utarbetar strategier för marknadsföring gentemot konsumentmarknaden. Här görs även anpassningar av utländska spel för en nordisk marknad.

Vision Park Internet/Online

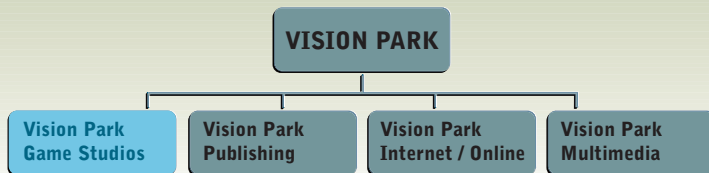
Internet- och onlineapplikationer är ett nytt verksamhetsområde i Vision Park. Internetsatsningen kan delas in i två områden; underhållnings- och marknadsföringswebplatser.

Vision Park Multimedia

vidareutvecklar befintliga spelkoncept för nya marknader, såsom företagsspel. Vision Park Multimedia lokaliserar även Vision Parks gamla titlar till nya marknader.



Vision Park Game Studios



Vision Park Game Studios utvecklar nya koncept, spel och programkoder. Arbetet bedrivs i fem utvecklingsteam som är lokaliserade till Göteborg, Stockholm och Köpenhamn. Tidsåtgången för att producera ett spel är 8-18 månader.

En ny spelproduktion sker antingen ur ett innovationsperspektiv eller ett marknadsperspektiv. Initieras spelen ur ett innovationsperspektiv bygger spelidén i första hand på ett oberoende kvalitetsbegrepp. Exempel på spel som utvecklats ur detta perspektiv är BackPacker, BlackOut, Wannabe och People.

Initieras spelidéerna däremot ur ett marknadsperspektiv har en försäljningspotential identifierats för spel i en viss genre eller för en viss målgrupp. Exempel på spel som utvecklats ur ett marknadsperspektiv är Fest i Mumindalen och Polis.

PRODUKTER UNDER UTVECKLING – INNOVATIONSKAPITAL

Vision Park Game Studios har för närvarande fem spel under utveckling; Wannabe Online, Ängeln, Polis 2, GT och People. Samtliga spel som är under utveckling tas i första hand fram i formatet CD-rom/DVD, förutom Wannabe Online som utvecklas för Internet.

Wannabe Online

Wannabe Online är en Internetversion av spelet Wannabe som lanserades under verksamhetsåret 98/99. Wannabe är ett satiriskt rollspel som utspelar sig i mediavärlden. Grundidén är den samma men Internetversionen är anpassad för att hantera olika evenemang, såsom möjligheten

att "chatta" med kända och okända personer som figurerar i spelet. I Internetversionen kan flera spelare tävla mot varandra. Spelet vänder sig till personer mellan 15 och 30 år. Vision Park planerar att lansera Wannabe Online under andra halvåret 1999.

Ängeln

Ängeln är den andra delen i serien om Cross Town. Det är en interaktiv "road movie" där spelaren är en ängel vars uppgift är att rädda två människor i nöd och föra dem till deras mål. Ängeln kan se in i framtiden, läsa folks tankar, ingjuta mod och skapa små mirakel men inte styra människor. Spelet är en interaktiv berättelse som kan sluta på flera sätt. Det är producerat av det danska prisbelönade teamet bakom BlackOut och Giffet.

Spelet vänder sig till en vuxen målgrupp. Vision Park planerar att lansera Ängeln under andra halvåret 1999.

Polis 2

I Polis 2, uppföljaren till Polis, ska spelaren använda sin utredningsförmåga och effektivt utnyttja sina resurser för att utreda ett mordfall på begränsad tid. Polis 2 har ett lättillgängligt gränssnitt samt ett autentiskt och gripande innehåll. I spelet utnyttjas bland annat filmat material för att förstärka verklighetskänslan. I samarbete med en TV-kanal byggs även polisens kontakt med massmedia in genom fiktiva TV-sändningar.

Spelet vänder sig till personer över 15 år. Vision Park planerar att lansera Polis 2 runt årsskiftet 99/00.

Vision Park Game Studios

Innovationskapital

- Wannabe Online
- Ängeln
- Polis 2
- G T
- People

Konceptkapital

- Machiavelli
- Ubåten
- Spaced Out
- F D
- CD-Rooms

Programkapital

- Game Works

Processkapital

- Mjukt system
 - kreativa processer
- Hårt system
 - projektstyrning

GT

Spelet är en kombination av kunskapsbaserad frågesport och klassiska plattformsspel. GT är programmerat i C++ miljö. GT vänder sig till hela familjen. Vision Park planerar att lansera GT internationellt under år 2000.

People

Spelet är ett helt nytt spelkoncept, som under våren bearbetats i en förstudie i Göteborg. Vision Park planerar att på ett tidigt stadium lansera spelet internationellt. People utvecklas i C++. Spelet kommer att distribueras på CD och DVD och sannolikt även utvecklas för Internet. Vision Park planerar att lansera People under år 2000.

KONCEPTBANK – KONCEPTKAPITAL

Vision Park har ett flertal spelkoncept som konceptuellt är färdigutvecklade. Konceptbanken tas successivt i produktion i takt med att produktionsresurser frigörs från nuvarande spelutveckling och när marknadsläget för spelen bedöms vara gynnsamt.

I regel växer nya spelkoncept fram successivt hos innovatörer. När ett koncept bedöms hålla viss kvalitet presenterar ett team en förstudie för det Kreativa rådet och ledningen. Godkänns konceptet placeras det därefter i konceptbanken.

Vision Park har genomfört förstudier med positivt resultat för följande spelkoncept:

- Machiavelli
- Ubåten
- Spaced Out
- FD
- CD-ROOMS



KODBIBLIOTEK – PROGRAMKAPITAL

Genom att använda vissa metoder för programkodningen av spel kan utvecklingen av varianter och uppföljare till spel underlättas. Programkod kan även användas i andra spel än det koden ursprungligen skrevs för. Vision Park bygger kontinuerligt upp ett kodbibliotek som återanvänds såväl i utvecklingen av helt nya spel som i framtagandet av nya versioner och företagsspel.

Objektorienterad programmering används i Vision Park. I Wannabe, som var Vision Parks första spel utvecklat i C++, utvecklades och användes den tekniska plattformen GameWorks för första gången. Denna plattform kommer efterföljande C++-produktioner baseras på. GameWorks är ett egenutvecklat bibliotek av objektorienterade moduler, som alla går att återanvända. Plattformen

GameWorks kommer att vara i ständig utveckling och kommer att modifieras och utökas för varje nytt projekt. Wannabe Online, GT och People återanvänder C++-kod genom GameWorks.

Med GameWorks uppnår Vision Park följande:

- kortare utvecklingstid genom återanvändning av redan kodade moduler
- stabilare produkter eftersom koden har genomgått omfattande tester
- möjlighet att styra programmeringsresurser till avancerade, konkurrenskraftiga tekniklösningar i stället för standardlösningar
- enklare överföring till andra spelplattformar, exempelvis Macintosh, PlayStation

PRODUKTIONSPROCESSER – PROCESSKAPITAL

Vision Park arbetar kontinuerligt med att stimulera kreativiteten inom företaget samtidigt som affärsmässigheten upprätthålls. Kraven på kvalitet är höga liksom kravet på att produktutvecklingen sker inom givna budget- och tidsramar.

Genom att arbeta med relativt små utvecklingsteam kan kreativiteten i teamen upprätthållas. Teamens geografiska spridning till Göteborg, Stockholm och Köpenhamn ökar kontaktytorna vilket bland annat underlättar rekryteringen av specialistkompetens.

Den kreativa delen av Vision Park Game Studios verksamhet styrs bland annat med Storhjärnan och Kreativa rådet. Tids- och budgetuppföljning sköts av ett projektstyrningssystem.

Mjukt system – Kreativa processer

Storhjärnan

Storhjärnan fungerar som koncernens kreativa motor. I Storhjärnan sätts grupper samman för att skapa nya idéer eller för att finna lösningar på problem som uppstår under utvecklingen. Här kan kompetens från samtliga kunskapsområden inom Vision Park ingå.

Kreativa rådet

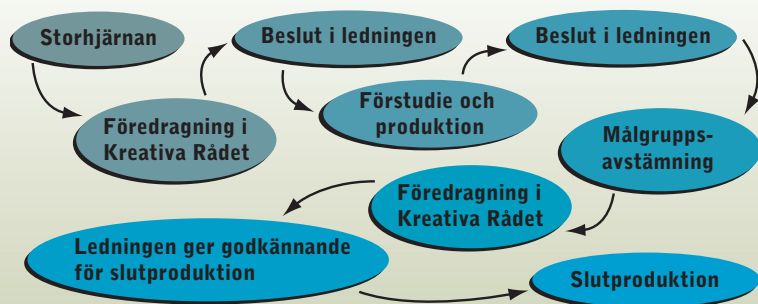
I det Kreativa rådet föredras och bereds samtliga nya spelidéer och koncept. Det Kreativa rådet bereder beslut om kapital till såväl förstudier som utveckling av nya spel. Rådet säkerställer även att utvecklingsprojekten utformas och bedrivs på ett korrekt sätt.

Se figur: Den kreativa processen

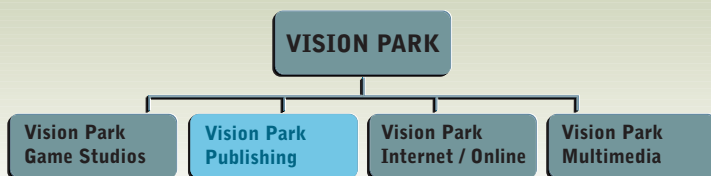
Hårt system – Projektstyrning

Vision Park har utformat ett skräddarsytt elektroniskt system för projektstyrning som syftar till att minimera administrationskostnaderna och säkerställa att projektet håller budgetramar och ledtider. Genom stram projektstyrning minskar risken för att produkter försenas eller överskrider budget.

DEN KREATIVA PROCESSEN



Vision Park Publishing



Till skillnad från andra nordiska spelutvecklare bedriver Vision Park vid sidan om utvecklingsverksamhet även förlags- och marknadsföringsverksamhet. Genom förlagsverksamheten positionerar sig Vision Park närmare slutkund i värdekedjan och kan därigenom skapa ytterligare fokus till sina produkter. Tillsammans med distributörer/förläggare utformar Vision Park marknadsföring och promotion. Den fysiska distributionen och försäljningsarbetet utförs av distributören.

EGENUTVECKLADE PRODUKTER – PRODUKTKAPITAL

Vision Park har för närvarande nio spel i sin produktportfölj. Spelen har i första hand lanserats i Norden. Under senare delen av 98/99 inledde Vision Park lansering av vissa spel utanför den nordiska marknaden. I portföljen ingår BackPacker-familjen, som är det spel som sålt överlagset flest exemplar i Norden, 350 000.

Med upp till fem nya spel årligen uppnår Vision Park viss riskspridning samtidigt som varje produkt kan tilldelas tillräckliga marknadsföringsresurser. Med flera produkter ökar även chanserna att någon av dem blir en storsäljare.

Vision Parks kostnader för att utveckla ett nytt spel uppgår till mellan 1,5 och 3 miljoner kronor, vilket är hälften av branschgenomsnittet på 3 till 6 miljoner kronor per spel. Kostnaderna för att skapa uppföljare till ett spel eller för att lokalisera ett spel till nya marknader är avsevärt lägre.

Vision Park utvecklar spel för massmarknaden. Ambitionen är att spelen ska erbjuda intellektuellt motstånd. Flera

kända kultur- och nöjespersoner har funnit spel vara ett spännande komplement till sina traditionella forum och har på olika sätt medverkat i Vision Parks produktioner.

Produkter finansierade med royaltyskott

– den gamla produktportföljen

Vision Parks tidiga produktioner finansierades via royaltyskott från distributören IQ Media. Finansieringsformen medför att Vision Park erhåller endast 10-20 procent av försäljningsintäkterna från spelen (figur 1). Den relativt låga royaltysättningen gör att försäljningsframgångar får ett begränsat genomslag på resultatet.

I Vision Parks gamla produktportfölj ingår:

- BackPacker 1
- BackPacker 2
- Kosmopolska
- Fest i Mumindalen
- BlackOut

Egenfinansierade spel

– den nya produktportföljen

Vision Parks senare spel har finansierats helt med egna medel. Detta ger en betydligt friare roll gentemot distributörer. Finansieringsformen medför att Vision Park erhåller 50-70 procent av försäljningsintäkterna från spelen (figur 1). Försäljningsframgångar för dessa spel får därmed ett större genomslag på resultatet.

I Vision Parks nya produktportfölj ingår (distributör):

- BackPacker Junior (IQ Media)
- Polis (Bonnier Multimedia)
- Giftet (Bonnier Multimedia)
- Wannabe (Bonnier Multimedia)

Vision Park Publishing

Produktkapital

GAMLA PORTFÖLJEN

- BackPacker 1
- BackPacker 2
- Kosmopolska
- Fest i Mumindalen
- BlackOut

NYA PORTFÖLJEN

- BackPacker Junior
- Polis
- Giftet
- Wannabe

Internationell produktportfölj

- Fest i Mumindalen
- BackPacker 2
- BackPacker Junior
- Wannabe

Republishing

Förlag och marknadsföring

- Promotion
- Varumärken

Distribution

Kundkapital



INTERNATIONELL LANSERING

Att anpassa spel så att de kan säljas på marknader utanför Norden kräver relativt låga utvecklingsinvesteringar. För att förbättra avkastningen på den befintliga produktportföljen påbörjade Vision Park under senare delen av 98/99 en internationell lansering av sina produkter.

Lanseringarna sker i samarbete med olika distributörer. Initialt erhåller Vision Park ersättning för översättning och viss spelutveckling från distributören. Vision Park erhåller även royaltyersättning.

De första spelen som lanseras internationellt är:

- *Fest i Mumindalen*
- *BackPacker 2*
- *BackPacker Junior*
- *Wannabe (förhandling pågår)*

INLICENSIERADE SPEL – REPUBLISHING

Vision Park har inlett samarbeten med utländska spelföretag för att förlägga deras spel på den nordiska marknaden. Först ut blir Elite som är en serie mindre spel från en amerikansk förläggare. Vision Park marknadsför och distribuerar dessa spel i Norden i samarbete med Bonnier Multimedia. Elite kommer att lanseras i Norden under hösten 1999.

FÖRLAG OCH MARKNADSFÖRING

För att ett spel skall nå stora försäljningsframgångar och därigenom bli en så kallad 'hit' krävs ett starkt marknadskoncept och ett omfattande promotionarbete.

Vision Park Publishing samarbetar med Vision Park Game Studios i utvecklingen av nya spel för att på ett tidigt stadium utarbeta hur spelet ska marknadsföras. Marknadskoncept tas ofta fram parallellt med att spelen utvecklas.

Ett exempel där Vision Park Publishing samarbetat nära med Vision Park Game

Studios är Wannabe. Samarbetet resulterade i en omfattande kampanj som sjuöptes då spelet lanserades. Vision Park släppte en kommersiell singel med titelmusiken till spelet med artisten Kayo som distribuerades genom tidningen Vecko-Revyn. En rikstäckande Wannabe Tour genomfördes i samarbete med bland andra radiostationen NRJ och Telia. Eftersom kända personer figurerar i spelet uppmärksammade även media spelet. Aktiviteterna gav bred exponering vilket gjorde att marknadsföringen nådde ut till nya kundgrupper.

Varumärken

En viktig del i förlagets verksamhet är att vidareutveckla och förvalta varumärken. Lanseringen av uppföljande versioner och varianter av spel underlättas av ett starkt varumärke som konsumenten är väl förtrogen med. Varumärken för mycket starka koncept som BackPacker och Wannabe kan utnyttjas i andra sammanhang än datorspel.

Vision Park har bland annat ansökt om varumärkesregistrering till följande titlar;

- BackPacker
- BackPacker 2
- BackPacker Junior
- Blackout
- Cross Town
- Wannabe
- Elite Hockey
- Elitserien

DISTRIBUTION

Vision Park har slutit avtal med två företag som ombesörjer distributionen av spelen i produktportföljerna. Avtalen omfattar samarbeten kring marknadsföring och promotion medan distributörerna själva ombesörjer försäljning gentemot återförsäljare och den fysiska distributionen av spelen till butik.

I Norden svarar IQ Media Nordic/Levande Böcker och Bonnier Multimedia för distributionen. Internationellt samarbetar Vision Park med bl a Transportia samt Bonnier Multimedia och IQ Media

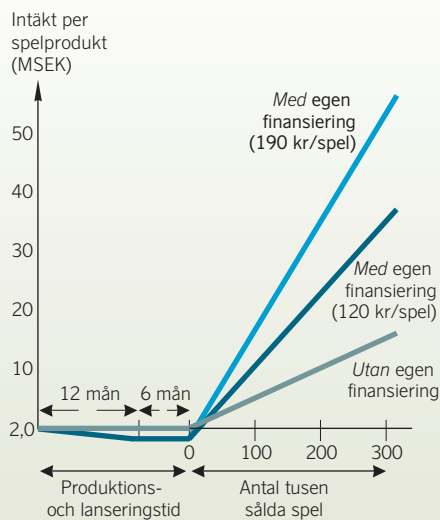
Nordic/Levande Böckers samarbetspartners utanför Norden.

KUNDACCESS – KUNDKAPITAL

I samarbete med distributörerna bygger Vision Park upp kunddatabaser för användande i promotion och marknadsföringsarbetet.

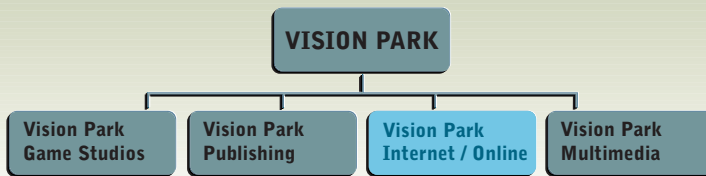
Även Internet kommer att öppna nya kontaktmöjligheter med slutkunder.

INTÄKTSSTRUKTUR



Finansierade av distributören	Procent av försäljningspriset
BackPacker 1, BackPacker 2, Fest i Mumindalen, Kosmopoliska och BlackOut	10%-20%
Finansierade av Vision Park	
BackPacker Junior, Polis, Giftet och Wannabe	50%-70%

Vision Park Internet / Online



Internet- och Onlineapplikationer är ett nytt verksamhetsområde inom Vision Park som startade verksamhetsåret 98/99 i samband med utvecklingen av Wannabe Online. Internetsatsningen kan delas in i två områden; underhållnings- och marknadsföringswebplatser. För Vision Park är Internet ytterligare ett format i vilket underhållning kan distibueras.

UNDERHÅLLNING

Vision Parks underhållningssatsning på Internet sker genom bl a;

- Internetspel
- Chat (3-Dimensionell)
- Nöjesevenemang

Internetspel

Wannabe Online är det första Internet-spelet i en serie av Internetspel som Vision Park planerar att lansera under de närmaste åren. Wannabe Online är ett satiriskt rollspel, som utspelar sig i media-världen, där deltagare spelar mot okända och kända personer.

Chat

Intresset för så kallade chattjänster är stort och beräknas växa ytterligare. Ett par svenska chatsidor har över 100 000 registrerade besökare. För Wannabe Online har Vision Park utvecklat en tredimensionell chatsida där besökaren kan röra sig fritt i en tredimensionell värld. Chattjänsten kommer att lanseras under 1999.

Nöjesevenemang

Genom olika nöjesevenemang på Internet kommer Vision Park att på ett nytt sätt förmedla underhållning. Av konkurrensskäl lämnar Vision Park ingen detaljerad beskrivning.

MARKNADSFÖRING

Internetsatsningen är även ett marknadsföringsverktyg;

- E-handel - försäljning på Internet
- Produktplaceringar i Vision Parks spel
- Marknadsföring av Vision Parks produkter

E-handel

Under det kommande året kommer Vision Park att utöka sin försäljning av spelen på Internet.

Produktplaceringar

Vision Park har utnyttjat möjligheten att arbeta med produktplaceringar i Wannabe. Produktplacering bedöms vara en intressant framtida intäktsmöjlighet för Vision Park.

Marknadsföringsverktyg

Ett exempel på hur Internet används som ett marknadsföringsverktyg för Vision Parks spel är samarbetet med en TV-kanal runt en hemsida som är kopplad till det nya spelet Polis 2. Hemsidan skall bestå av ett antal mordpussel och perceptionsövningar som är relaterade till spelet och TV-programmet. Avsikten är att såväl spelet som programmet via hemsidan ska generera kunder och tittare till varandra.

Vision Park Internet / Online

Underhållning

- Internetspel
- Chat (3-dimensionell)
- Nöjesevenemang

Marknadsföring

- E-handel
- Produktplaceringar
- Marknadsföringsverktyg

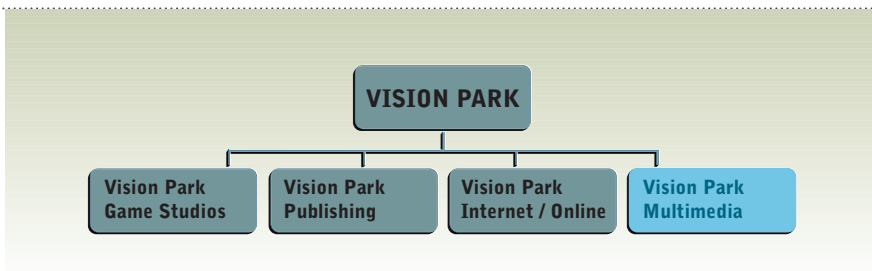


Vision Park Multimedia

Vision Park Multimedia

Företags-
spel

Lokalise-
ringar



Inom verksamhetsområdet Vision Park Multimedia återanvänds och vidareutvecklas Vision Parks befintliga spel. Väl beprövade system ger korta utvecklingstider tack vare stabila utvecklingsmiljöer och beprövade spelidéer. Detta gynnar både Vision Park och kunderna eftersom spel med hög kvalitet kan utvecklas till en relativt låg kostnad.

FÖRETAGSSPEL

Företagsspel är ett relativt outvecklat segment på spelmarknaden. Spelen är ofta pedagogiskt utformade och används för

att utbilda såväl medarbetare som andra intressenter, exempelvis kunder.

Vision Park har erhållit sitt första uppdrag på området och utvecklar för närvarande ett företagsspel på uppdrag av ett stort svenskt tjänsteföretag.

LOKALISERINGAR

Att översätta spel till andra språk och på annat sätt anpassa dem för lansering på andra marknader kallas lokalisering.

Vision Park har en kärna av medarbetare som ägnar sig åt lokalisering av Vision Parks befintliga spel till andra marknader.



Kreatörer och affärsmän

Vision Parks fortsatta framgångar vilar på de samlade erfarenheter och kunskaper som medarbetarna besitter. Företagets nyckelkompetens hanteras av yngre personer ur en generation som strävar efter större frihet på sin arbetsplats än tidigare generationer. Ledstjärnor för en ny generation är nätverk, anti-hierarkiskt tänkande, personlig utveckling, multikompetens, fria arbetsformer och initiativrikedom.

Vision Park strävar efter att skapa en arbetsmiljö som kan tillfredsställa vår nya generations krav och önskemål genom att skapa grogrund för nya värderingar och okonventionella lösningar. Vision Park har byggt en nätverksmodell för att samspelet mellan olika kompetensområden skall fungera bra. Härigenom har en vital företagskultur skapats som stimulerar nya tankegångar och synsätt. Bolaget drivs samtidigt med ett strikt affärstänkande som syftar till att generera kontinuerlig värdetillväxt.



MEDARBETARE

Det genomsnittliga antalet medarbetare i företaget ökade under verksamhetsåret med 3 till 23 personer. Merparten, 92 procent, av medarbetarna är högskoleutbildade och har en medelålder på 29 år.

Andra utmärkande drag är den mångkulturella sammansättningen med medarbetare från olika delar av världen liksom den, för branschen höga andelen kvinnor 33 procent.

FÖRETAGSLEDNING

SIMON JON ANDREASEN

Född 1967. Konstnärlig ledare vid det danska dotterbolaget.

UTBILDNING: multimedialinjen vid New York University.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: regissör på Deadline Film och Media samt regissör och journalist på Danmarks Radio och TV-STOP.

AKTIEINNEHAV: 32 268 A-aktier
183 216 B-aktier

THOMAS BRÜHL

Född 1965. VD för koncernen Vision Park.

UTBILDNING: doktorand vid Handelshögskolan i Göteborg.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: managementkonsult på Bohlin & Strömberg, marknadschef på Göteborgs konserthus samt projektledare på reklambyråer i Sverige och Tyskland.

AKTIEINNEHAV: 16 000 B-aktier
OPTIONER: 50 000

PIA EVINGER

Född 1959. Marknadschef.

UTBILDNING: marknadsekonom från IHM.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: produktchef för Dobber Jeans, marknadschef på skivbolaget BMG, dataspelföretaget IQ Media och FilmNet.

AKTIEINNEHAV: –
OPTIONER: 10 000

BJÖRN HOLMQVIST

Född 1963. Creative Director på Vision Park.

UTBILDNING: studier i marknads ekonomi och datorteknik på högskolenivå.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: nordisk utvecklingschef på speldistributören/förlaget BMG/IQ Media.

AKTIEINNEHAV: 148 800 A-aktier
90 516 B-aktier

JENS THORSEN

Född 1965. Spel designer och VD för Vision Park i Göteborg.

UTBILDNING: civilingenjör Chalmers Tekniska Högskola samt examen från konstutbildning.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: multimedia producent, skribent på tekniska tidskrifter.

AKTIEINNEHAV: 91 200 A-aktier
625 624 B-aktier

CHRIS MOTTES

Född 1967. VD för Deadline Multimedia.

UTBILDNING: Bachelor of Social Science från University of Natal, South Africa.

TIDIGARE ARBETSLIVSERFARENHET: producent på Deadline Film och Media samt ekonomichef på TV-STOP i Danmark.

AKTIEINNEHAV: 32 268 A-aktier
184 420 B-aktier

Samtliga huvudägare har genom långtgående ekonomiska och konkurrensrelaterade åtaganden förbundet sig att arbeta i Vision Park i minst tre år.

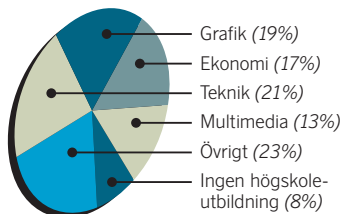
OPTIONSPROGRAM

För att motivera de anställda erbjöds samtliga fast anställda att teckna optionsrätter i mars 1998. Programmet avser att ytterligare förstärka medarbetarnas engagemang i utvecklingen av bolaget som helhet. Totalt deltog 18 av de anställda i optionsprogrammet. Vid bolagsstämman i juni 1998 beslutades om utgivande av ytterligare optionsrätter. Optionsprogrammet beskrivs utförligt i avsnittet Aktie och ägare.

VIDAREUTBILDNING

För att stimulera de anställda och att ytterligare höja kompetensen i bolaget har de anställda möjlighet att kontinuerligt vidareutbilda sig, bland annat genom återkommande fortsättningsutbildningar, seminarium och kurser i USA och England. Några av Lingo-programmerarna har t ex vidareutbildats för att nu kunna utföra programmering i programspråket C++.

UTBILDNINGSFÖRDELNING, högskolenivå



Medarbetare under året

Anna, 24 år. Grafiker. Utbildad multimedia designer från Mediaskolan i Stockholm.

Ann Charlotte, 26 år. Investor Relations, ekonomi-styrning. Ek.mag vid Stockholms universitet.

Andreas, 24 år. Grafisk formgivare. Utbildning i fri konst och nya media på Konsthögskolan Valand.

Birgitte, 32 år. Dansk redaktör för Wannabe.

Camilla, 32 år. grafisk formgivare. Utbildning i grafisk design på Högskolan för Design och Konsthantverk (HDK).

Caroline, 34 år. Redaktionsassistent. Utbildning i pedagogik, Ballerup Seminarium.

Carsten, 32 år. Grafiker. Grafisk Designer vid Designskolan i Köpenhamn.

Charlotte, 29 år. Grafisk formgivare/animatör. Utbildning i datakonst på Skövde högskola.

Christian, 22 år. Grafikassistent. Studerat till Mediaintegrator vid Roskilde Tekniska Skola.

Daniel, 24 år. AD. Utbildad i datakonst vid Skövde Högskola.

Fredrik, 25 år. Speldesigner/programmerare. Teknisk kandidat i datalogi vid Linköpings universitet.

Gunnar, 42 år. Koncerncontroller på konsultbasis. Han har tidigare arbetat som ekonomichef på ett antal börsnoterade företag.

Henrik, 22 år. Programmerare. Utbildad programmerare från Mediaskolan i Stockholm.

Henrik, 34 år. Manus/filmregi "Polis". 3-årig filmregiutbildning vid Dramatiska institutet i Stockholm.

Jens, 31 år. C++-programmerare. Civilingenjörs-examen i datateknik från Chalmers tekniska högskola.

Jenny, 30 år. Lingo-programmerare/projektledare. Fil.mag i datalingsvistik vid Göteborgs universitet.

Johan, 29 år. Redaktör. Bachelor i humaniora vid Göteborgs Universitet.

Jonas, 25 år. Programmerare. Utbildad programmerare från Mediaskolan i Stockholm.

Jonas 19 år. Marknadsassistent.

Julia, 25 år. Projektledare. Ek.mag. Uppsala universitet.

Jörgen, 32 år. Grafisk formgivare. Utbildning i grafisk design på HDK.

Kari, 40 år. Redaktör. Utbildning i TV-produktion vid universitet i USA.

Karolina, 23 år. Redaktör och researcher. Har läst nordiska språk, idéhistoria, socialantropologi och gått en skrivartutbildning.

Keld, 38 år. Administration. Jurist vid Köpenhamns Universitet.

Kristina, 33 år. Ekonomiansvarig. Controllerutbildning från IHM.

Lars, 25 år. Programmerare. Datateknikprogrammet vid Linköpings universitet.

Mads, 30 år. Grafiker. Utbildad till Grafisk Designer vid Designskolan i Köpenhamn.

Magali, 27 år. Programmerare. Utbildad i Design av Interaktiva Medier.

Magnus, 26 år. Systemering/programmering. Datorutbildning på Chalmers tekniska högskola.

Magnus, 34 år. Lingo-programmerare.

Maiju, 28 år. Grafiker. Interaktiv och Grafisk Design vid DDS Designskolan i Köpenhamn.

Mattias, 28 år. Projekt- och produktionsledare. Har studerat psykologi och pedagogik.

Mattias, 34 år. Grafisk formgivare/animatör. Utbildning i grafisk design på HDK.

Mette, 26 år. Grafik/implementering. Studerat Interaktiv Multimedia vid Kolding Designskola.

Mikael, 25 år. Speldesigner/programmerare. Teknisk kandidat i datalogi vid Linköpings universitet.

Michael, 32 år. Ljud. Magister i Historia och Filmvetenskap vid Köpenhamns Universitet Amager.

Mikkel, 25 år. Redaktionsassistent. Bachelor i Film och Media vid Köpenhamns Universitet Amager.

Minna, 26 år. Grafisk formgivare/Animatör för Polis. Utbildning i grafisk design på HDK.

Monty, 27 år. Programmerare. Bachelor i Datalogi vid Köpenhamns Universitet Amager.

Mårten, 23 år. AD-assistent. Utbildad grafiker vid Hyper Island.

Nina, 29 år. Researcher. Bachelor i Film och Media vid Köpenhamns Universitet Amager.

Per-Erik, 25 år. Programmerare. Utbildad programmerare från Mediaskolan i Stockholm.

Peter, 27 år. Grafiker. Handelsutbildning samt utbildning i 3D-grafik.

Peter, 28 år. C++-programmerare. 10 års arbetslivserfarenhet som programmerare.

Simon, 30 år. Producent. Studerat Humanistisk Datalog vid Aalborg Universitet.

Suzanne, 33 år. Projektledare. Inköps- och marknadsekonom vid Fashion Institute of Design & Mergendise i Los Angeles.

Tove, 19 år. Utvecklingsassistent/administratör.

Affärsidé, mål och strategier

AFFÄRSIDÉ

Vision Parks affärsidé är att för en konsumentmarknad utveckla, producera och marknadsföra interaktiva underhållningskoncept präglade av innovativt tänkande i kombination med hög teknisk och konstnärlig kvalitet.

MÅL

Vision Park skall upprätthålla och ytterligare förstärka sin position som ett ledande företag inom interaktiv underhållning i Norden samt bli en betydande aktör på motsvarande europeisk marknad.

HUVUDSTRATEGIER

- Vision Park ska ta en aktiv del i konsolideringen av den nordiska spelmarknaden för att bibehålla och förstärka sin position.
- Ska lansera upp till fem egna elektroniska speltitlar årligen på den nordiska marknaden, med en relativt lång livslängd för spelkoncepten.
- Ska skapa spelkoncept och produkter som kan återanvändas på ett lönsamt sätt.
- Intensifiera Vision Parks internationalisering.

STRATEGI:

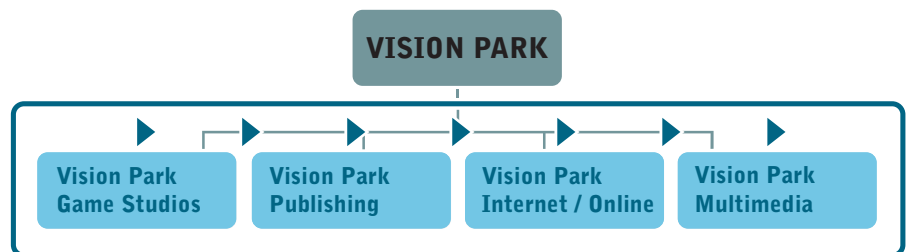
HORISONTELL INTEGRATION

Utöka den horisontella integrationen genom att förlägga och vidareutveckla egenutvecklade speltitlar för flera format och marknadssegment. Härigenom avser Vision Park att uppnå en hög avkastning på investeringar i spelutveckling.

Vision Park Gamestudios. Utvecklings- och produktionsteam utvecklar och producerar unika spelkoncept, systemering, programkoder som baseras på egna innovationer.

Transferering till Vision Park

Publishing. När spelet är färdigutvecklat flyttas spelet över till någon av produktportföljerna i Vision Park Publishing.



Förlaget har till uppgift att konceptualisera spelet och i samarbete med distributören marknadsföra spelet. Fortsatt fokus mot massmarknaden.

Transferering Vision Park Internet/Online. Att vidare utveckla befintliga

spelprojekt för användande i formatet Internet/Online.

Transferering till Vision Park Multimedia. Återanvändning av tidigare producerade koncept och system som används till nya kundgrupper såsom företag.

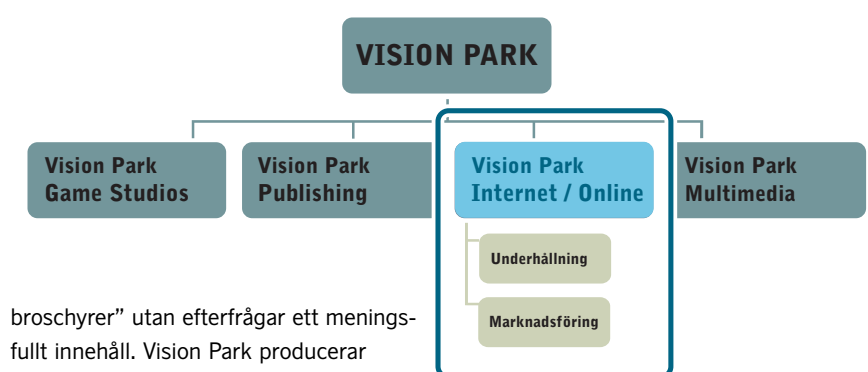
STRATEGI:

UNDERHÅLLNING DISTRIBUTERAT I ETT FORMAT FÖR INTERNET/ONLINE

Utveckla underhållningskoncept för Internet som bland annat utnyttjar möjligheterna till flera deltagare, tredimensionella chat-miljöer, kontinuerlig förändring och utveckling av spelets innehåll, etc.

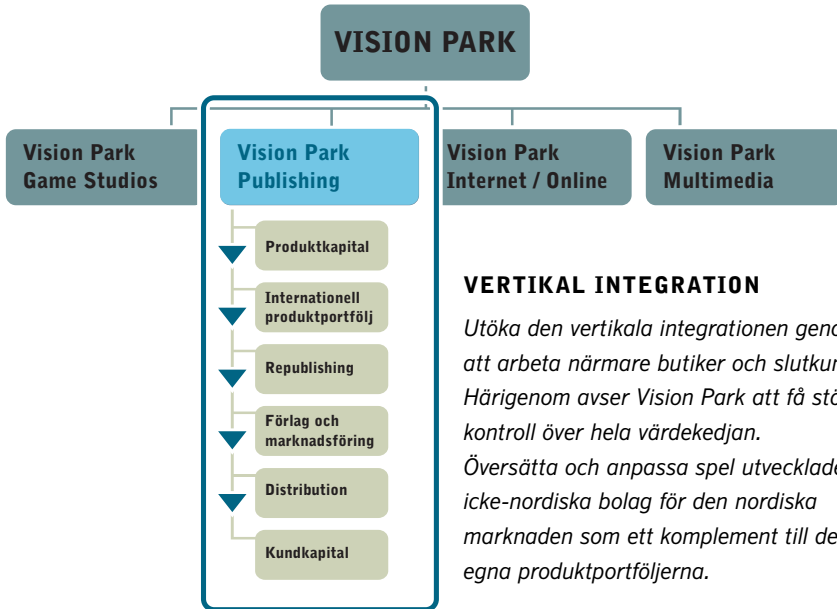
Utnyttja Internets möjligheter till marknadsföring av egna och andras produkter genom bland annat samarbeten och produktplaceringar.

Konkurrensen ökar på Internet där konsumenterna inte nöjer sig mer med "platta



broschyrer" utan efterfrågar ett meningsfullt innehåll. Vision Park producerar innehåll, som bolaget tidigare enbart förpackade i cd-romformat. Vision Park har nu valt att även distribuera sitt innehåll i ett format för Internet.

STRATEGI:



VERTIKAL INTEGRATION

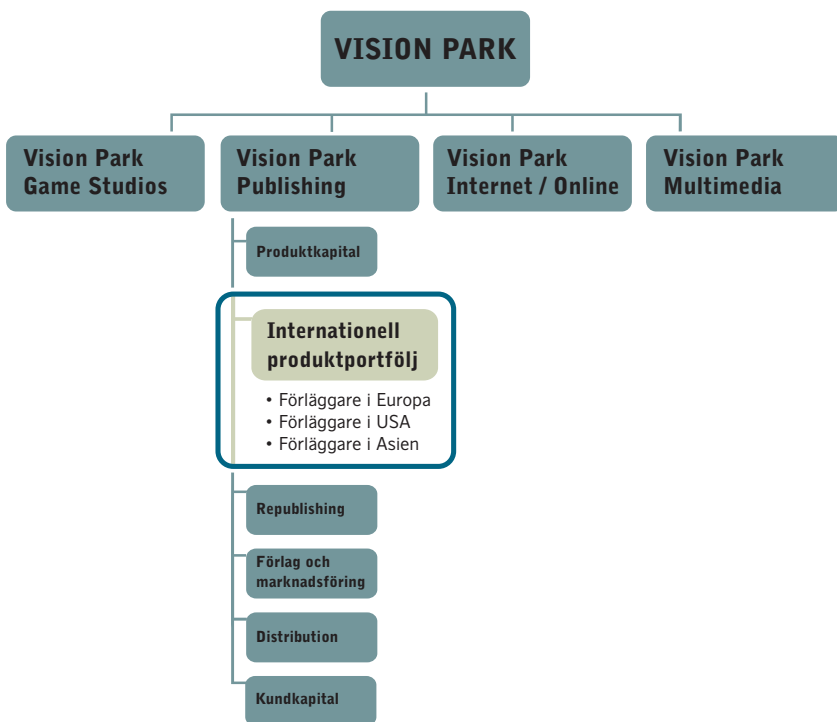
Utöka den vertikala integrationen genom att arbeta närmare butiker och slutkunder. Härigenom avser Vision Park att få större kontroll över hela värdekedjan. Översätta och anpassa spel utvecklade av icke-nordiska bolag för den nordiska marknaden som ett komplement till de egna produktportföljerna.

Vision Park Publishing – längre ned i värdekedjan närmare butiksgolvet. Tack vare förlaget kan Vision Park generera lönsamma produkter redan på lanseringsdagen på en begränsad nordisk marknad.

Genom förlagets förtjänst skapas utrymme för;

- Högre marginaler
- Dedicerad marknadsföring och promotion för varje produkt
- Fokus och uppmärksamhet hos distribution/säljkår för Vision Parks produkter

STRATEGI:



LANSERING UTANFÖR NORDEN

Lansera spel ur den egenutvecklade portföljen på marknader utanför Norden.

Vision Park har under 98/99 inlett internationalisering av produkterna genom att påbörja samarbete med utländska förläggare. Det är Vision Parks ambition att samtliga egenutvecklade spel ska täcka sina utvecklingskostnader med hjälp av initialförsäljningen i Norden. En lansering av Vision Parks befintliga spel på nya marknader utanför Norden ger bolaget höga vinstmarginaler. Det medför ingen ytterligare kostnad för Vision Park att lansera ett befintligt spel på en ny marknad. Översättning och implementering betalas av den lokala distributören.

Vision Parks spel BackPacker har sålt i över 350 000 ex enbart i Norden. En marknad som Tyskland har goda möjligheter till volymförsäljning.

Två år har passerat

1997 / 1998

Private placement genomförs som tillför 14 Mkr.

Etablering av förlagsverksamhet i Stockholm.

Förvärv av ytterligare ett spelbolag med kompetens inom C++.

Notering på SBI-listan i samband med nyemission som tillför 23,5 Mkr.

Etablering av produktionsteam i Stockholm.

Omsättningen ökar med 45 procent till 8 121 kkr.

Koncernen bildas.

Styrelse och ledning tillsätts.

Förvärv av två spelbolag i juli.

Konsolidering av koncernverksamheten. Koncernredovisnings- och ekonomistyrningssystem upprättas.

Lansering av tre spel; Blackout, BackPacker 2 och Kosmopolska.

Utökning av produktionstakten från två upp till fem spelprojekt per år.

Start av produktion av fyra nya egenfinansierade spel; BackPacker Junior, Polis, Giftet och Wannabe.

Resultat för helåret 97/98 om -8,3 Mkr, enligt prognos.

1998 / 1999

Tre egenfinansierade spel lanseras under året; Wannabe, Polis och Giftet.

Vision Parks första Internet-spel Wannabe Online utvecklas.

BackPackerfamiljen når 350 000 sålda enheter.

Start av produktion av ytterligare fyra nya egenfinansierade spel; Ängeln, Polis 2, GT och People.

Omsättningen ökar med 160 procent till 21 137 kkr.

BackPacker Junior lanseras i Norge och Danmark.

Spin-off verksamhet etableras i form av företagsspel.

Internationell lansering av Vision Parks produkter påbörjas; BackPacker 2, BackPacker Junior, Fest i Mumindalen.

Påbörjat joint-venture med bland annat Telia.

Positivt resultat för helåret 98/99 om 82 kkr, enligt prognos.

1999 / 2000



Styrelse och revisorer

Styrelsen från vänster: Thomas Brühl, Björn Holmqvist, Peter Näslund, Leif Medin, Christian Mottes och Ingemar Claesson.



STYRELSE

LEIF MEDIN

styrelseordförande. Född 1950. Konsult.
ÖVRIGA STYRELSEUPPDRAK: Audumbla, Smålandsfonden, Lagerhaus och Inreco.
Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 105 000 B-aktier
OPTIONER: 22 330

INGEMAR CLAESSION

Född 1944. Universitetslektor på Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.
VD för Ingemar Claesson Konsult.
ÖVRIGA STYRELSEUPPDRAK: Nordiska Fondkommission och Adera.
Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 20 000 B-aktier
(samt 49 200 B-aktier via bolag)
OPTIONER: 22 830

PETER NÄSLUND

Född 1962. Advokat och delägare i Advokatfirman Hägglund & Ramm-Ericson.
ÖVRIGA STYRELSEUPPDRAK: IPM Investment Portfolio Management AB.
Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 20 000 B-aktier
OPTIONER: 22 340

BJÖRN HOLMQVIST

Född 1963. Creative Director i Vision Park.
Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 148 800 A-aktier
90 516 B-aktier

CHRISTIAN MOTTES

Född 1967. VD för Deadline Multimedia.
Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 32 268 A-aktier
184 420 B-aktier

THOMAS BRÜHL

Född 1965. VD för koncernen Vision Park.
ÖVRIGA STYRELSEUPPDRAK: Branschföreningen för Multimedia, Dator- och TV-spel (MDTS).

Invald i styrelsen 1997.

AKTIEINNEHAV: 16 000 B-aktier
OPTIONER: 50 000

REVISORER

LARS JINGHAMRE

Född 1946. Auktoriserad revisor, Deloitte & Touche. Revisor i Vision Park sedan 1997.

Suppleant

JAN BERGMAN

Född 1951. Auktoriserad revisor, Deloitte & Touche. Revisorsuppleant i Vision Park sedan 1997.

Aktie och ägare

NOTERING AV VISION PARK

Vision Parks B-aktie noterades på Stockholm Börsinformations lista den 24 september 1997. Avsikten är att ansöka om en marknadsnotering på Stockholms Fondbörs när externa och interna faktorer så tillåter.

AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet i Vision Park uppgick vid utgången av verksamhetsåret 98/99 till 975 kkr. Aktiens nominella värde var 0,25 kr. Det totala antalet aktier var 3 900 000, uppdelade på 336 800 A-aktier och 3 563 200 B-aktier. En A-aktie äger 10 röster och en B-aktie äger en röst. Samtliga aktier har lika rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst.

TECKNINGSOPTIONER

Den 18 december 1997 utgavs ett förlagslån om 400 000 kr med avskiljbara optionsrätter med rätt till nyteckning av 200 000 aktier av serie B. Skuldebrevens tecknades av de anställda, styrelseledamöter (med undantag för huvudaktieägarna) och verkställande direktören. Teckningsoptionerna löper till och med slutet av 1999 och teckningskursen är 27 kr.

Den 24 juni 1998 utgavs två förlagslån om 1 000 kr vardera till dotterbolaget Deadline Multimedia ApS med avskiljbara teckningsrätter med rätt till nyteckning av 170 000 respektive 30 000 aktier av serie B. Teckningsoptionerna löper till och med slutet av år 2000 och teckningskurserna är 27 kronor respektive 0,25 kronor. Förstnämnda optionsrätter ska

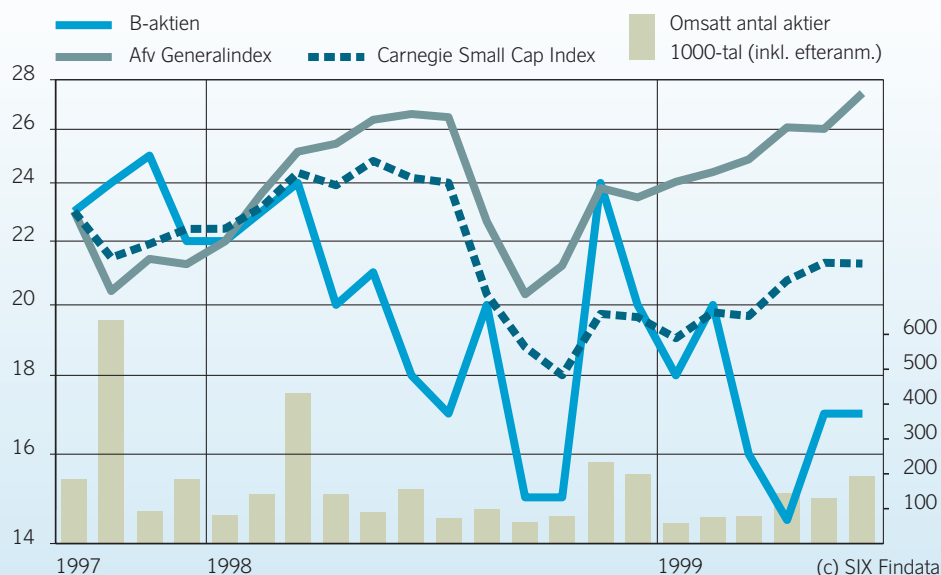
överlåtas till anställda. Vid utgången av räkenskapsåret hade 4 000 stycken optionsrätter överlåtit. Sistnämnda optionsrätter skulle överlåtas till en konsult i USA för engagemang i bolaget, något som aldrig förverkligades. Sistnämnda optionsrätter kommer därför sannolikt inte att utnyttjas.

Omvandlas optionerna om 204 000 stycken ökar antalet totala aktier i Vision Park till 4 104 000. Ökningen motsvarar en ökning av aktiekapitalet med 5,2 procent och av röstetalet med 2,9 procent och tillför bolaget 5,5 Mkr i eget kapital.

UTDELNINGSPOLITIK

Utdelning till aktieägarna kan tidigast bli aktuell när resultatnivå, finansiell balans och investeringsbehov så tillåter.

VISION PARK AKTIENS UTVECKLING
september 1997 – juni 1999



Aktie och ägare

ÄGARFÖRHÅLLANDE

Aktieägare	A-aktier	B-aktier	Antal aktier	Antal röster	Kapital i %	Röster i %
Björn Holmqvist	148 800	90 516	239 316	1 578 516	6,1	22,8
Jens Thorsen	91 200	625 624	716 824	1 537 624	18,4	22,2
Christian Mottes	32 268	184 420	216 688	507 100	5,6	7,3
Simon Jon Andreassen	32 268	183 216	215 484	505 896	5,5	7,3
Allan Russel	32 264	145 424	177 688	468 064	4,6	6,8
Leif Medin		105 000	105 000	105 000	2,7	1,5
Länsförsäkringar Wasa Liv		58 000	58 000	58 000	1,5	0,8
Ingemar Claesson Holding AB		38 400	38 400	38 400	1,0	0,6
Prector AB		30 600	30 600	30 600	0,8	0,4
Saga Holmqvist		30 000	30 000	30 000	0,8	0,4
Kent Angergård		20 000	20 000	20 000	0,5	0,3
Ingemar Claesson		20 000	20 000	20 000	0,5	0,3
Peter Näslund		20 000	20 000	20 000	0,5	0,3
Robert Ohlen		20 000	20 000	20 000	0,5	0,3
Övriga		1 992 000	1 992 000	1 992 000	51,0	28,7
Totalt	336 800	3 563 200	3 900 000	6 931 200	100,0	100,0

ÄGARKATEGORIER PER 1999-06-30

Antal aktier	Aktieägare		Innehav	
	Antal	Procent	Antal	Procent
0 - 1 000	1 109	73,9	609 012	15,6
1 001 - 5 000	311	20,7	769 850	19,7
5 001 - 50 000	73	4,9	810 138	20,8
50 001 -	7	0,5	1 711 000	43,9
Summa:	1 500	100,0	3 900 000	100,0

AKTIEKAPITALET'S UTVECKLING

Händelse	Ökning av antalet aktier		Ökning av aktiekapitalet, kr	Totalt aktiekapital, kr	Totalt antal aktier		Aktiens nominella belopp
	A-aktier	B-aktier			A-aktier	B-aktier	
Vision Park bildas	421	579	100 000	100 000	421	579	100
Split 100:1	41 679	57 321		100 000	42 100	57 900	1
Nyemission I	42 100	357 900	400 000	500 000	84 200	415 800	1
Nyemission II		225 000	225 000	725 000	84 200	640 800	1
Split 4:1	252 600	1 922 400		725 000	336 800	2 563 200	0,25
Nyemission III		1 000 000	250 000	975 000	336 800	3 563 200	0,25

Samtliga händelser skedde under 1997.

BackPacker



RELEASE: 1995-09-30

FÖRSÄLJNING: ca 185 000

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: 10 år och uppåt

ÖVERSATT TILL: Norska, danska, engelska, franska, tyska och spanska

UTMÄRKELSER: Svenska CD-ROM priset 1995. SIME awards 1996

HANDLING: Du reser runt bland världens metropoler med en begränsad reskassa. För att ha råd med flygresorna måste du ta olika arbeten. Spelet är uppbyggt som en frågesport där kunskap om landet och det aktuella arbetet betalar sig. Du väljer själv nästa resmål och fortsätter tills pengarna är slut.

EFFEKTER: Spelet innehåller 1 600 frågor, 30 enklare spel, 50 olika städer och 50 olika arbeten.

PRESSKOMMENTARER:

"Äntligen en svenskproducerad CD-ROM som håller världsklass." "BackPacker är ett riktigt beroendeframkallande spel."

DAGENS NYHETER

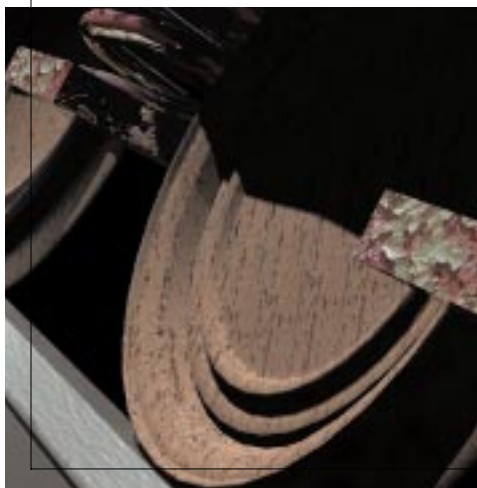
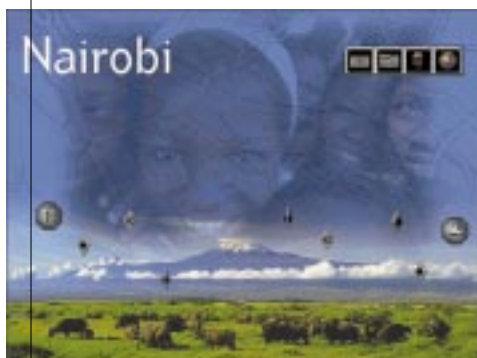
"Det absolut roligaste med BackPacker är att det är ett spel som tilltalar hela familjen." - "Mycket lyckat!"

Betyg: 5 av 5

MACWORLD

KOMMENTAR: Denna första version av BackPacker säljer tre och ett halvt år efter releasen fortfarande bra. Sålde 20 000 ex under julen 1998.

BackPacker 2



RELEASE: 1997-02-25

FÖRSÄLJNING: ca 138 000

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: 10 år och uppåt

ÖVERSATT TILL: Norska, danska och engelska

HANDLING: Samma som BackPacker 1, men här har du som spelare större frihet – alternativen och möjligheterna i varje given situation är betydligt fler.

EFFEKTER: Spelet innehåller avancerad grafik, 6 000 frågor samt fler resmål och fler arbeten. Vidare är spelet moduluppbyggt vilket gör att Vision Park kan lägga till eller dra ifrån innehåll för att anpassa spelet till olika marknader, eller konstruera helt nya spel som exempelvis BackPacker Junior.

PRESSKOMMENTARER:

"Världens bästa dataspel - nu ännu bättre."

ARBETET NYHETERNA

"CD-ROM som bäst"

Betyg: 6 av 6

PC-GUIDEN

"Ni hittar inte ett mer intelligent spel än BackPacker just nu." "Ett fenomenalt resespel för alla som vill ha lite äventyr – framför datorn."

Betyg: 4 av 5

AFTONBLADET



Fest i Mumindalen

RELEASE: 1996-10-28

FÖRSÄLJNING: ca 50 000

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: Barn, 3 - 10 år

ÖVERSATT TILL: Engelska, franska, danska, norska, finska och japanska

HANDLING: Interaktivt äventyr för barnfamiljer där du som spelare, tillsammans med Lilla My, skall väcka Mumintrollen ur deras vintersömn och sedan hjälpa dem att anordna en vårfest för alla deras vänner i Mumindalen.

EFFEKTER: Spelet ges ut i vuxen berättarform och har en vacker 3D-grafik och ett varierande innehåll med många klurigheter, småspel, pyssel och musik.

PRESSKOMMENTARER:

"Snygg och innehållsrik"

Betyg: Bäst i test, 4 av 5

AFTONBLADET 1996-12-11

"Detaljrik med underbar grafik."

"Jag rekommenderar Fest i Mumindalen till alla Muminfrälsta barn och föräldrar."

Betyg: 5 av 5

PC AKTIV NR 10 -96



Kosmopolska

RELEASE: 1998 feb

FÖRSÄLJNING: ca 9 000

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: 15 år och uppåt

HANDLING: Kosmopolska är ett utmanande äventyrsspel. Spelet börjar med att du, spelaren, sitter isolerad i en fängelsecell med minnesförlust. Genom din kreativitet och uppfinningsrikedom skall du lösa olika gåtor i cellen vilket tar dig ut i fantasins rymder i din drömvärld – Kosmopolska.



PRESSKOMMENTARER:

"Detta är definitivt ett av de bästa spel jag spelat på mycket länge".

"Alla som gillar tokroliga problem och osannolika inslag kommer med största sannolikhet att älska sin kamp med att lösa problemen i Kosmopolska".

Betyg: 6/6

PC GUIDEN 1998-05

"spelet är oerhört charmerade"

"Kosmopolska är ett bra svenskt spel som fungerar på många plan".

EXPRESSEN 1998-03-05

KOMMENTAR: Kosmopolska fick även högst betyg från SVTs IT-program "Sajber".



BlackOut



RELEASE: 1997-04-10

FÖRSÄLJNING: ca 15 000

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: 15 år och uppåt

ÖVERSATT TILL: Svenska, norska och engelska (producerad i Danmark)

UTMÄRKELSER: "Årets bästa CD-ROM produktion" och "Årets bästa vuxen-underhållning" vid multimediamässan i Odense, Danmark.

HANDLING: BlackOut är spelet som utmanar ditt sunda förnuft och utforskar ditt undermedvetna. Som tillägg till detta unika spelkoncept är själva BlackOut placerad i en speciell miljö. Hela staden är uppbyggd som en miniatyrmodell. Med spelet följer en roman som kan läsas inledningsvis.

PRESSKOMMENTARER:

"Förmodligen är det här ett spel som många kommer att bli djupt fascinerade av".

SYDSVENSKA DAGBLADET 1998-01-30

"Spännande upplevelse"

Betyg: 4/5

ARBETET NYHETERNA 1998-01-04

KOMMENTAR: Förutom goda recensioner i svensk och dansk press har BlackOut rönt stor uppmärksamhet av Sveriges Television (SVT) som har visat omfattande inslag i kulturprogrammen Röda Rummet samt Nike.



BackPacker Junior



RELEASE: 1998 mars

DISTRIBUTION: IQ Media/Levande Böcker

MÅLGRUPP: 8-14 år

FÖRSÄLJNING: ca 40 000

ÖVERSATT TILL: Danska, norska och engelska

HANDLING: BackPacker Junior är ett både roligt och lärorikt spel utan våld. Spelet, som bygger på den populära BackPacker-idén, är en helt ny produktion anpassad till de lite yngre.

PRESSKOMMENTARER:

"Som TV-programmet "Packat och klart", fast roligare" "och kul var det"

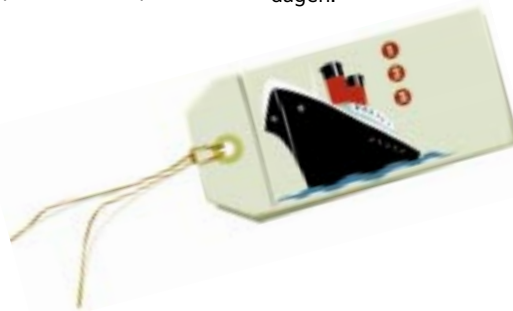
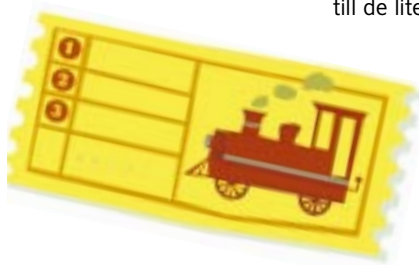
Betyg: 4/5

EXPRESSEN 1998-03-19

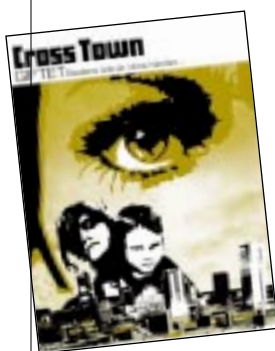
"Spel för hela familjen" "Bildningsresor med humor och enkelhet"

DAGENS NYHETER 1998-03-19

KOMMENTAR: BackPacker Junior täckte sina utvecklingskostnader redan på lanseringsdagen.



Cross Town – Giftet



RELEASE: December 1998

FÖRSÄLJNING: ca 6 000

DISTRIBUTION: Bonnier Multimedia AB

MÅLGRUPP: Vuxen

ÖVERSATT TILL: Svenska, norska (producerad i Danmark)

HANDLING: Giftet är den första delen i serien Cross Town. Giftet utspelar sig på planeten Cross Town som hotas av en ödestigen katastrof. Det är din uppgift i egenskap av journalisten Minna Walker att förhindra katastrofen. Smarta pussel, suggestiva karaktärer och intrikata dialoger ger massor av möjligheter att lösa gåtan. I varje situation har du flera olika alternativ, men tiden är knapp. Cross Town hotas av undergång och stadens öde vilar i dina händer...

Gränssnittet i spelet är tecknat och ger en känsla av kultseriemagasinet Agent X och Modesty Blaise.

PRESSKOMMENTARER:

"GIFTET är helt enkelt lysande"

4 av 5

PC HEMMA

"Vi vill se mer sådana här spel"

SVT/SAJBER



Polis

POLIS

RELEASE: November 1998

FÖRSÄLJNING: ca 14 500 i initialförsäljning

DISTRIBUTION: Bonnier Multimedia AB

MÅLGRUPP: över 15 år

ÖVERSATT TILL: Danska, finska och norska.

HANDLING: Polis är det första svenska data-spelet som bygger på den svenska kriminalromantraditionen, med den spänning och känsla för autenticitet som till exempel Sjöwall-Wahlöö och Henning Mankell lagt grunden till. Ett mordfall ligger på ditt bord och i egenskap av spaningsledare är det du som måste hitta mördaren. Spelet innehåller tre olika mordfall som skall lösas. Polis är utvecklat i samarbete med fd rikskriminalchefen Tommy Lindström som agerar som din mentor under spelets gång.

PRESSKOMMENTARER:

"...mycket likt verkligt polisarbete."

Högsta betyg

PC HEMMA

"Bättre än serierna på TV."

EXPRESSEN

KOMMENTAR: Spelet gick med vinst med hjälp av initialförsäljningen.



Wannabe

RELEASE: April 1999

FÖRSÄLJNING: ca 20 000 i initialförsäljning

DISTRIBUTION: Bonnier Multimedia AB

MÅLGRUPP: Tjejer och killar i alla åldrar

ÖVERSATT TILL: Danska, norska och engelska (pågående)

HANDLING: Wannabe - Spelet för dig som vill göra karriär inom TV. Wannabe är ett lättspelat satiriskt rollspel som utspelar sig i mediavärlden. Målet är att hamna framför kameran, nå toppen, bli chef, få makt och hålla sig kvar på karriärstegen.

PRESSKOMMENTARER:

"Det är riktigt snyggt och kul"

AFTONBLADET

"Vi gillar det" "Äntligen ett spel för tjejer"

EXPRESSEN

"Det är ett underhållande och bra spel"

DAGENS NYHETER

KOMMENTAR: Wannabe sålde initialt 20 000 ex i Norden vilket överträffar initialförsäljningen för BackPacker 2.



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för Vision Park Entertainment AB (publ) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1998-05-01--1999-04-30.

VERKSAMHETEN

Koncernen bedriver utveckling och marknadsföring av elektronisk underhållning (dator- och Internetspel) samt därmed förenlig verksamhet.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER SAMT EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG

Prognosen om en vinst för verksamhetsåret 98/99 infriades. Resultat efter finansiella poster förbättrades med 8,4 Mkr vilket medförde att koncernen kunde redovisa en mindre vinst. Omsättningen mer än fördubblades till 21,1 Mkr och kassaflödet var positivt under verksamhetsårets sista fyra månader.

Vision Park lanserade tre spel under verksamhetsåret; Wannabe, Polis, Giftet och BackPacker Junior (Norge, Danmark). Tre av dessa fyra spel täckte sina utvecklingskostnader redan under den första lanseringsmånaden. Royalty för varje spel som säljs därefter ger ett rent bidrag till resultatet.

Försäljningen av BackPacker-familjen slog rekord under november och december med cirka 50 000 spel. BackPacker 2 som lanserades för snart två år sedan, toppar fortfarande försäljningslistorna i Sverige. BackPacker-familjen med BackPacker 1, BackPacker 2 och BackPacker Junior har sålts i över 350 000 exemplar i Norden.

Internationaliseringen av produkterna påbörjades under verksamhetsåret. De första spelen som lanseras utanför Norden är Fest i Mumindalen, BackPacker 2, BackPacker Junior och Wannabe.

Utveckling pågår av Vision Parks första Internetspel Wannabe Online. Spelet

avses att lanseras under 1999. Vision Park har ytterligare fyra spel (Polis 2, Ängeln, GT och People) under utveckling.

Vision Park startade två nya verksamhetsområden under året. Det ena är Vision Park Multimedia som har till uppgift att utveckla spel för nya marknader och segment. Det andra är Vision Park Internet/Online som dels skall utveckla underhållning för Internet i form av exempelvis Onlinespel, chat och tävlingar dels skall svara för marknadsföring och försäljning av Vision Parks produkter.

Verksamheten i Linköping har under året flyttats till Köpenhamn och Stockholm.

ÄGARFÖRHÅLLANDEN

Bolagets huvudägare är de samma som för ett år sedan, Jens Thorsen, Björn Holmqvist, Simon Jon-Andreasen, Chris Mottes och Allan Russel. Tillsammans har dessa 66% av rösterna.

OMSÄTTNING

Omsättningstillväxt 160% till 21 137 (8 121) kkr. Den kraftiga ökningen förklaras av att det är fler spel i produktportföljen med höga intäktsmarginaler (50-70%). Dessutom att det totalt finns fler produkter i portföljerna och att den gamla produktportföljen fortfarande säljer bra. Ytterligare en orsak är att Vision Parks nya verksamhetsområden genererar kompletterande intäkter.

RÖRELSENS KOSTNADER OCH RESULTAT

Rörelsens kostnader ökade med 26 procent till 21 519 (17 071) kkr. Personal-kostnaderna, som svarar för den övervägande delen av Vision Parks kostnader, ökade med 34 procent till 12 358 (9 249) kkr, som en följd av utökning av produktionskapaciteten.

Av försiktighetsskäl kostnadsförs samtliga utvecklingskostnader då de uppstår.

Anledningen till att de finansiella intäkterna har sjunkit beror på lägre marknadsräntor samt en lägre volym på placerade medel.

Koncernens resultat efter finansiella poster förbättrades till 82 (-8 350) kkr. Motsvarande för moderbolaget -735 (-10 198) kkr.

SKATT

Skattekostnaden uppgick till 34 (+64) kkr. Av årets skatt avsåg 30 (+65) kkr latent skatt.

Bolaget har ett betydande underskottsavdrag om ca 10 000 kkr från taxeringsåret 1999. Detta innebär att Vision Park sannolikt inte kommer att erlagga någon skatt för verksamhetsåret 99/00.

LIKVIDITET

Koncernens likvida medel uppgick vid verksamhetsårets utgång till 16 508 (20 604) kkr.

Huvudanledningen till att likviditeten sjönk är en ökad rörelsekapitalbindning i kundfordringar och upplupna intäkter beroende på att intäkterna regleras med ca tre månaders eftersläpning.

Överskottslikviditeten placeras i räntebärande värdepapper med låg risk-exponering.

KASSAFLÖDE OCH INVESTERINGAR

Kassaflödet före förändring i rörelsekapital uppgick till 1 253 (-7 273) kkr. Förbättringen hänförde sig till ett kraftigt ökat rörelseresultat.

Rörelsekapitalet ökade med 5 081 (2 647) kkr. De kortfristiga skulderna ökade med 1 180 kkr. Den kraftiga ökningen hänför sig till eftersläpning av utbetalda ersättningar för spelförsäljning för några av titlarna. Denna eftersläpning är normalt ca tre månader.

Investeringarna uppgick till 409 (2 139) kkr och avsåg i huvudsak teknisk utrustning till produktionen.

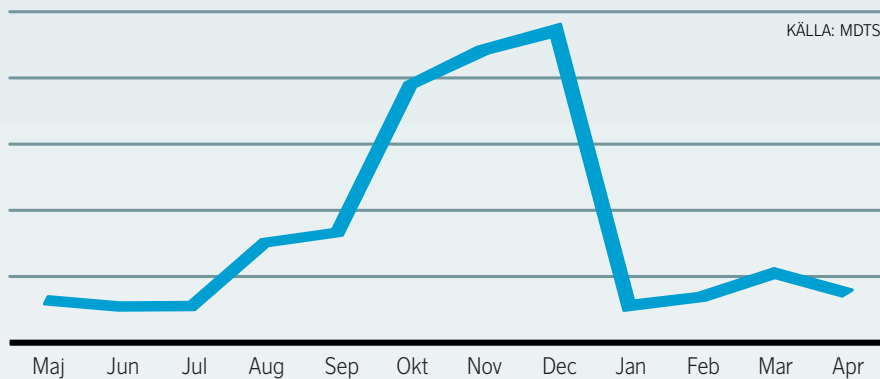
Nyckeltal	1998-99	1997-98
Omsättning, kkr	21 137	8 121
Rörelseresultat, kkr	-382	-8 950
Resultat efter skatt, kkr	48	-8 286
Investeringar i utveckling, kkr	11 100	9 400
Likvida medel, kkr	16 508	20 604
Synligt eget kapital, kkr	26 355	25 944
Avkastning på synligt eget kapital, %	0,2	-29,5
Avkastning på totalt kapital, %	0,4	-27,0
Avkastning på operativt kapital, %	-4,8	-43,2
Soliditet, %	85,9	89,0
Resultat per aktie, kr	0,02	-2,14
Kassaflöde per aktie, kr	-1,05	5,28
Eget kapital per aktie, kr	6,76	6,65
Utdelning per aktie, kr	0	0
Antal aktier vid utgången av perioden	3 900 000	3 900 000
Genomsnittligt antal aktier	3 900 000	3 900 000

Utöver antalet aktier finns 204 000 optionsrätter (motsvarande lika många aktier). Dessa har ej påverkat ovanstående nyckeltal.

Definitioner:

Avkastning på synligt eget kapital:	Resultat efter skatt i förhållande till genomsnittligt synligt kapital.
Avkastning på totalt kapital:	Resultat efter finansnetto med eliminering för räntekostnader i förhållande till genomsnittlig balansomslutning.
Avkastning på operativt kapital:	Rörelseresultat (före finansiella intäkter & kostnader) i procent av genomsnittligt operativt kapital.
Operativt kapital:	Balansomslutningen minskad med likvida medel och andra räntebärande tillgångar samt icke räntebärande skulder.
Soliditet:	Synligt eget kapital, i förhållande till balansomslutning.
Resultat per aktie:	Resultat efter finansnetto med avdrag för full skatt, i relation till antal aktier.
Kassaflöde per aktie:	Förändring likvida medel, i relation till antal aktier.
Eget kapital per aktie:	Synligt eget kapital, i relation till antal aktier.
Antal aktier:	Exklusive utställda optioner på totalt 204 000, av serie B.

1 FÖRSÄLJNING AV DATASPEL I SVERIGE ÖVER ÅRET



Vision Park investerade även 113 (0) kkr i licensrättigheter. Dessa rättigheter kommer att skrivas av under en bedömd livslängd som startar i anslutning till att spelet lanseras.

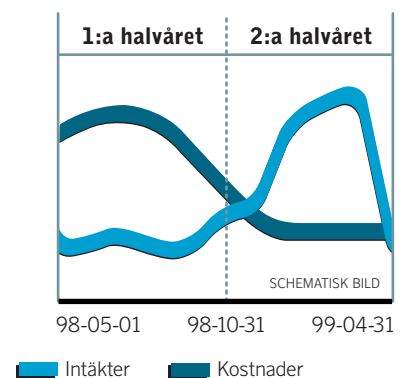
SÄSONGSVARIATIONER

Försäljningen av spel varierar kraftigt under året. Den övervägande delen av försäljningen sker under höst och vinter med en försäljningstopp inför julhelgen (figur 1).

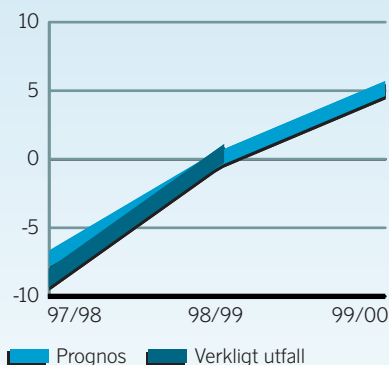
Även Vision Parks kostnader varierar markant under året till följd av den stora andelen projektanställd personal. Personalkostnaderna är i regel avsevärt högre under verksamhetsårets två första kvartal jämfört med de två sista. Anledningen till detta är att spelproduktioner ofta går in i ett mer resurskrävande skede under perioden maj till december då spelen färdigställs inför försäljningssäsongen medan våren ägnas åt att bearbeta spelkoncept, vilket är ett mindre resurskrävande arbete.

Detta medför att Vision Park som en följd av säsongsvariationen visar ett svagt resultat under verksamhetsårets två första kvartalsrapporter och ett starkt resultat i de senare rapporterna (figur 2).

2 VISION PARKS RESULTAT-UTVECKLING ÖVER TIDEN



3 RESULTATPROGNOSER OCH UTFALL 97/98, 98/99 OCH 99/00



FORSKNING OCH UTVECKLING

Vision Park avser att investera 12-14 Mkr i spelproduktioner under det kommande året. Kostnaderna för detta kommer att redovisas över resultaträkningen.

FRAMTIDA UTVECKLING

Under kommande verksamhetsår 99/00 beräknas resultatet förbättras successivt i takt med att fler av bolagets egenfinansierade spel, med höga intäktsmarginaler (50-70%), lanseras. Styrelsen räknar med ett resultat om cirka 5 Mkr för verksamhetsåret motsvarande en vinst per aktie uppgående till 1,28 kr (figur 3).

Det är troligt att branschens struktur-omvandling kommer att fortsätta under kommande verksamhetsår. Vision Park avser att ta aktiv del i konsolideringen av den nordiska spelbranschen, främst på utvecklingssidan.

KÄNSLIGHETSANALYS

Vid en försäljningsökning av 1 000 spel ur den gamla produktportföljen, med lägre ersättning, förbättras resultatet med 20-40 kkr.

Motsvarande förändring i försäljningen av de egenfinansierade produktionerna ger en resultatförändring med 100-150 kkr.

Det är inte förenat med några kostnader för bolaget att sälja ytterligare spel efter det att produktionen är avslutad.

FINANSIELLA RISKER

En av Vision Parks produktionsenheter är belägen i Danmark. En förändring i kursen för den danska kronan får resultatpåverkan. En genomsnittlig förändring om 5 procent i SEK/DKK-kursen ger en resultatpåverkan på ca 300 kkr för kommande verksamhetsår.

Bolagets likviditet är placerat i räntebärande papper, med låg riskexponering, och påverkas således till viss del av de ränteförändringar som sker på markna-

den. För varje procentuell förändring i ränteläget påverkas resultatet med ca 150 kkr.

RÖRELSERISKER

Personalberoende

Nyckelpersonerna, som är bolagets främsta resurs, besitter kunskap och erfarenhet som utgör grunden för bolaget. En eventuell förlust av någon eller några av dessa personer kan få betydande konsekvenser för bolagets fortsatta verksamhet.

Bolagets nyckelpersoner har undertecknat anställningsavtal med bindningstid om tre år. De anställda ingår också i ett options- och utbildningsprogram.

Förseningar och överskridande budgetar

Förseningar medför ökade kostnader och uteblivna intäkter. Detta kan medföra minskad lönsamhet och eventuellt kortare livslängd för spelen.

Genom ett skräddarsytt projektstyrningssystem minskar risken för att produkter försenas eller överskrider budget.

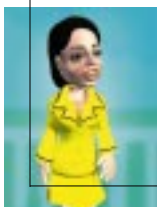
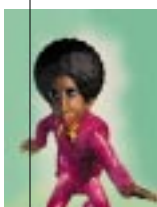
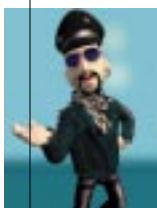
Teknik

Branschen präglas av snabb teknikutveckling. För att kunna hålla jämna steg med konkurrenterna krävs investeringar i både teknik och humankapital. Det finns även risk för att bolaget satsar på fel format, eller att man väljer fel utvecklingsverktyg för produktionerna.

En ständig uppdatering av utvecklingsmiljön sker inom Vision Park.

Växtverk i organisationen

En snabb expansion medför risk för en ansträngd organisation både vad gäller ledningsresurser och anställda. Förvärv av nya produktionsbolag kan innebära att kulturkrockar uppstår i samband med att dessa skall integreras i koncernen, vilket kan skapa problem som stör det kreativa klimatet och påverkar produktutvecklingen.



Detta har undvikits genom att skapa små, kreativa utvecklingsteam.

Ökad konkurrens och prispress

På en expansiv marknad blir utbudet av produkter större. Den ökande konkurrensen om konsumenten kan leda till ökad prispress.

Vision Park satsar på att göra nischade, innovativa och lokala produkter som saknar motsvarighet på marknaden.

Otillåten kopiering

Risken finns alltid att bolagets produkter kopieras på ett otillåtet sätt. En teknikutveckling som innebär att det blir lättare att själv, på ett enkelt sätt, kopiera en CD-skiva ökar risken för otillåten kopiering.

Den enklaste formen av otillåten kopiering, som sker i hemmen med vanliga CD-brännare, förhindras när kopieringsskydd installeras på CD-skivorna.

FINANSIELLA MÅL

Bolagets finansiella mål är att långsiktigt bibehålla en omsättningstillväxt minst i takt med vad marknaden för interaktiv underhållning uppvisar.

Vidare skall lönsamheten uppvisa en sådan nivå att bolaget kan finansiera utvecklingen av egna spelproduktioner samtidigt som en tillfredställande avkastning kommer ägarna tillgodo.

ÅR 2000

Riskerna för negativa effekter på koncernens verksamhet är små eftersom Vision Parks utvecklingsmiljö, Game Works, inte är beroende av tidsapplikationer. Själva produktionen är relativt isolerad från omvärlden i utvecklingsskedet och är därför inte särskilt sårbar.

Visions Parks ledning och styrelse bedömer att erforderliga åtgärder har vidtagits för att säkerställa bolagets väsentliga system inför år 2000.

STYRELSENS ARBETSSÄTT

Styrelsen har under året bedrivit ett synnerligen aktivt arbete med tio protokollförda möten, varav fyra varit telefonmöten. Dessutom har genomförts ett mindre antal mera informella arbetsmöten med delar av styrelsen. Styrelsens ordförande har under året haft frekventa löpande kontakter med framför allt bolagets VD. I viss utsträckning har även andra enskilda ledamöter fungerat som resurspersoner för bolagets ledning. Styrelsens ordförande och enskilda ledamöter har också medverkat i olika externa överläggningar.

En stor del av arbetet under året har självfallet rört en styrelses traditionella och mera formbundna områden, som budget, del- och helårsbokslut, löpande verk-

samhetsuppföljning avseende marknad, produktutveckling, personal etc.

Därutöver har arbetet under året framförallt varit inriktat på två områden: dels att vidareutveckla och konsolidera en organisation som svarar mot höga krav på stabilitet och förmåga att hantera en framtida större verksamhet, dels att utveckla bolagets strategier för att växa vidare inom nuvarande och tillkommande verksamhetsområden.

DOTTERBOLAG I UTLANDET

I enlighet med vad som sades i samband med introduktionen så kvarstår bolagets planer på att gå in på nya marknader och i nya länder via förvärv. I dagsläget finns ett produktionsbolag i Danmark.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Koncernen:

Koncernens ansamlad förlust enligt koncernbalansräkningen uppgår till 8 238 kkr. Inga avsättningar görs till bundet eget kapital

Moderbolaget:

Till bolagsstämmans behandling står följande ansamlad förlust:

Balanserad förlust från föregående år	-10 198
Årets resultat	-735
	-10 933
Styrelsen och verkställande direktören föreslår att i ny räkning balanseras	-10 933
	-10 933

Beträffande bolagets och koncernens redovisade resultat för räkenskapsåret, ställning per bokslutsdagen samt finansiering och kapitalanvändning under året hänvisas till nedanstående resultat- och balansräkningar samt finansieringsanalyser jämte tillhörande tilläggsupplysningar. Samtliga belopp i kkr om ej annat anges.

Resultaträkningar

Kkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1998-05-01- 1999-04-30	1997-04-15- 1998-04-30	1998-05-01- 1999-04-30	1997-04-15- 1998-04-30
	1				
Rörelsens intäkter mm	2				
Royaltyintäkter		13 211	7 981	7 861	1 664
Produktionsintäkter		4 454	0	2 539	0
Resultat från kommanditbolag		0	0	5 335	4 138
Övriga rörelseintäkter	3	3 472	140	2 171	71
Summa intäkter mm		21 137	8 121	17 906	5 873
Rörelsens kostnader					
Övriga externa kostnader	3	-7 956	-6 809	-14 986	-10 203
Personalkostnader	4	-12 358	-9 249	-4 344	-2 516
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	9, 10	-1 205	-1 013	-184	-104
Jämförelsestörande poster	5	0	0	384	-3 922
Summa rörelsens kostnader		-21 519	-17 071	-19 130	-16 745
Rörelseresultat		-382	-8 950	-1 224	-10 872
Resultat från finansiella investeringar					
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	525	632	550	678
Räntekostnader och liknande resultatposter		-61	-32	-61	-4
Resultat efter finansiella poster		82	-8 350	-735	-10 198
Skatt	7	-34	64	0	0
ÅRETS RESULTAT		48	-8 286	-735	-10 198

Balansräkningar

Kkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
	1				
TILLGÅNGAR					
Anläggningstillgångar					
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>					
Licenser och					
liknande rättigheter	8	113	0	113	0
Goodwill	9	1 192	1 601	0	0
		1 305	1 601	113	0
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>					
Inventarier, datorer och					
installationer	10	1 216	1 569	476	496
		1 216	1 569	476	496
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>					
Andelar i koncernföretag	11	0	0	6 556	6 556
Fordringar hos koncernföretag		0	0	1 595	1 719
Andra långfristiga fordringar		36	32	0	0
		36	32	8 151	8 275
Summa anläggningstillgångar		2 557	3 202	8 740	8 771
Omsättningstillgångar					
<i>Kortfristiga fordringar</i>					
Kundfordringar		3 824	240	3 377	81
Övriga fordringar		75	439	74	327
Förutbetalda kostnader och					
upplupna intäkter	12	7 711	4 670	4 214	1 767
		11 610	5 349	7 665	2 175
<i>Kassa och bank</i>		16 508	20 604	15 401	20 231
Summa omsättningstillgångar		28 118	25 953	23 066	22 406
SUMMA TILLGÅNGAR		30 675	29 155	31 806	31 177

Balansräkningar

Kkr	Not	Koncernen		Moderbolaget	
		1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER					
Eget kapital	13, 14				
<i>Bundet eget kapital</i>					
Aktiekapital, 3 900 000					
aktier à nom 0,25 kr		975	975	975	975
Överkursfond		33 618	33 255	37 172	37 172
Summa bundet eget kapital		34 593	34 230	38 147	38 147
<i>Ansamlad förlust</i>					
Balanserad förlust		-8 286	0	-10 198	0
Årets resultat		48	-8 286	-735	-10 198
Summa ansamlad förlust		-8 238	-8 286	-10 933	-10 198
Summa eget kapital		26 355	25 944	27 214	27 949
<i>Avsättningar</i>					
Latent skatt		30	22	0	0
Summa avsättningar		30	22	0	0
<i>Långfristiga skulder</i>					
Förlagslån anställda	14	408	400	408	400
Skulder till koncernföretag		0	0	1 580	0
Övriga skulder		0	87	0	0
Summa långfristiga skulder		408	487	1 988	400
<i>Kortfristiga skulder</i>					
Leverantörsskulder		477	392	228	1 954
Skulder till koncernföretag		0	0	843	310
Övriga skulder		1 826	814	896	9
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	15	1 579	1 496	637	555
Summa kortfristiga skulder		3 882	2 702	2 604	2 828
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL		30 675	29 155	31 806	31 177
Poster inom linjen					
Ställda säkerheter		Inga	Inga	Inga	Inga
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga	Inga	Inga

Finansieringsanalyser

Kkr	Koncernen		Moderbolaget	
	1998-05-01- 1999-04-30	1997-04-15- 1998-04-30	1998-05-01- 1999-04-30	1997-04-15- 1998-04-30
Löpande verksamhet				
Rörelseresultat	-382	-8 950	-1 224	-10 872
Avskrivningar	1 205	1 013	184	104
Finansnetto	464	600	489	674
Skatt	-34	64	0	0
Tillförda medel från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital				
	1 253	-7 273	-551	-10 094
Förändring av rörelsekapital				
Ökning av kortfristiga fordringar	-6 261	-5 349	-5 490	-2 175
Ökning (+) / minskning (-) av kortfristiga skulder	1 180	2 702	-224	2 828
Tillförda medel från den löpande verksamheten				
	-3 828	-9 920	-6 265	-9 441
Investeringsverksamhet				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-443	-2 139	-164	-600
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-113	-2 044	-113	0
Förvärv och resultatandelar i koncernföretag	0	0	0	-6 556
Använda medel i investeringsverksamheten				
	-556	-4 183	-277	-7 156
Finansieringsverksamhet				
Nyemission	0	975	0	975
Överkursfond	363	33 255	0	37 172
Ökning (-) / minskning (+) av långfristiga fordringar	-4	-32	124	-1 719
Ökning (+) / minskning (-) av långfristiga skulder	-71	509	1 588	400
Tillförda medel från finansieringsverksamheten				
	288	34 707	1 712	36 828
Förändring av likvida medel				
	-4 096	20 604	-4 830	20 231

Tilläggsupplysningar

NOT 1 REDOVISNINGSPRINCIPER

De redovisningsprinciper som tillämpas överensstämmer med Årsredovisningslagen samt rekommendationer och uttalanden från Bokföringsnämnden, Redovisningsrådet och Föreningen Auktoriserade Revisorer (FAR).

Följande värderings- och omräkningsprinciper har tillämpats i årsredovisningen:

Koncernredovisning

Koncernen omfattar moderbolaget Vision Park Entertainment AB och de helägda dotterbolagen Vision Park i Göteborg AB, Tati Aniware KB samt Deadline Multimedia ApS i Köpenhamn.

Koncernredovisningen har upprättats enligt Redovisningsrådets rekommendation RR 1:96 och med tillämpning av förvärvsmetoden. Metoden innebär att tillgångar och skulder som det förvärvade bolaget äger vid förvärvstillfället värderas för att fastställa dess koncernmässiga anskaffningsvärde. Eventuell skillnad mellan köpeskillingen och det koncernmässiga anskaffningsvärdet redovisas som goodwill. Resultaträkningen för det danska dotterbolaget har omräknats till genomsnittskurs medan balansräkningen har omräknats till balansdagens kurs.

Anläggningstillgångar

Anläggningstillgångarna redovisas till anskaffningskostnad med avdrag för planmässiga avskrivningar baserade på en bedömning av tillgångarnas ekonomiska livslängd.

Avskrivningar enligt plan har gjorts enligt följande:

Goodwill	20%
Datorer	33%
Övriga inventarier	20%

Fordringar

Fordringar är redovisade till det belopp varmed de beräknas inflyta.

Fordringar och skulder i utländsk valuta

Fordringar och skulder i utländsk valuta har omräknats till svenska kronor efter balansdagens kurs. Skillnaden mellan anskaffningsvärde och balansdagens värde har resultatförts. Den kursdifferens som uppkommer redovisas som valutadifferens ingående i koncernens egna kapital.

Forsknings- och utvecklingsarbeten

Utgifter för forsknings- och utvecklingsarbeten kostnadsförs löpande.

NOT 2 RÖRELSENS INTÄKTER MM

I Royaltyintäkter ingår såväl löpande Royaltyintäkter som olika former av förskott, bidrag och medel från investerare. Samtliga erhålla förskott, bidrag och medel från investerare har intäktsförts samtidigt som motsvarande utgifter har kostnadsförts.

Redovisningen av royaltyintäkter från distributören sker med en fördröjning på 1-3 månader. Koncernen har, för att ge en mer rättvisande bild av verksamheten, valt att beräkna upplupna royaltyintäkter t o m 1999-04-30 avseende försäljningen i Norden.

Intäkter utöver royalty är dels Produktionsintäkter avseende företagsanpassade spelprodukter samt olika former av bidrag (bl a från EU) vilka återfinns under Övriga rörelseintäkter.

Resultat från kommanditibolag avser utdelning från Tati Aniware KB i form av royaltyintäkter.

NOT 3 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER OCH EXTERNA KOSTNADER

Inköp och försäljning mellan koncernföretag

	Moderbolaget	
	1998/1999	1997/1998
Inköp	67,0%	65,0%
Försäljning	3,0%	0,0%

NOT 4 MEDELANTAL ANSTÄLLDA, LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA AVGIFTER

Koncernen Moderbolaget
varav i Danmark 1998/1999 1997/1998 1998/1999 1997/1998

Medelantalet anställda med fördelning på kvinnor och män uppgår till	Koncernen		Moderbolaget	
	1998/1999	1997/1998	1998/1999	1997/1998
Kvinnor	1	7	6	2
Män	6	16	14	5
Totalt	7	23	20	7

Löner och ersättningar uppgår till

Styrelsen	0	90	90	90	90
Verkställande direktör	510	1 255	1 275	420	455
Övriga anställda	3 462	8 592	5 978	2 688	1 245
Totala löner och ersättningar	3 972	9 937	7 343	3 198	1 790

Sociala avgifter enligt

lag och avtal	40	1 923	1 407	999	593
Pensionskostnader (varav för styrelse och verkställande direktör)	149 (35)	251	213	88	63

Totala löner, ersättningar, sociala avgifter och pensionskostnader

	4 161	12 111	8 963	4 285	2 446
--	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

Av koncernens pensionskostnader avser 85 gruppen styrelse och VD. För moderbolaget uppgår motsvarande belopp till 36. För ledande befattningshavare i koncernen finns sedvanliga pensionsutfästelser inom ramen för allmän pensionsplan. Vid uppsägning från bolagets sida är uppsägningstiden för dessa 6 månader.

Ersättning till styrelsens ordförande uppgår till 30 avseende styrelse- arvode och 170 avseende konsultarvode.

NOT 5 JÄMFÖRELSESTÖRANDE POSTER

Dessa poster avser kostnader hänförliga till bildandet av bolaget, samt under 1997-98 genomförda emissioner.

NOT 6 RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1998/1999	1997/1998	1998/1999	1997/1998
Ränteintäkter från likviditetsplaceringar	525	632	517	627
Ränteintäkter, koncerninterna	0	0	33	51
Summa	525	632	550	678

NOT 7 SKATT

Av beloppet avser 30 latent skatt. Bolaget har betydande underskotts-avdrag om ca 10 000 hänförliga till 1999 års taxering.

NOT 8 LICENSER OCH LIKANDE RÄTTIGHETER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Inköp	113	0	113	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	113	0	113	0
Årets avskrivningar enligt plan	0	0	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar enligt plan	0	0	0	0
Utgående planenligt restvärde	113	0	113	0

Endast externa kostnader aktiveras i samband med licensrättigheter. Varje licens skrivs av under en bedömd livslängd vilken startar i samband med att lanseringen börjar.

NOT 9 GOODWILL

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Ingående anskaffningsvärde	2 044	0	0	0
Inköp	0	2 044	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 044	2 044	0	0
Ingående avskrivningar enligt plan	-443	0	0	0
Årets avskrivningar enligt plan	-409	-443	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar enligt plan	-852	-443	0	0
Utgående planenligt restvärde	1 192	1 601	0	0

Goodwill är hänförligt till intjäningspotentialen hos de spel och rättigheter som innehavs av de förvärvade bolagen. Den planenliga avskrivningstiden för goodwill är 5 år.

NOT 10 INVENTARIER, DATORER OCH INSTALLATIONER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Ingående anskaffningsvärde	2 139	0	600	0
Kursdifferens	42	0	0	0
Inköp	409	2 139	164	600
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 590	2 139	764	600
Ingående avskrivningar enligt plan	-570	0	-104	0
Kursdifferens	-8	0	0	0
Årets avskrivningar enligt plan	-796	-570	-184	-104
Utgående ackumulerade avskrivningar enligt plan	-1 374	-570	-288	-104
Utgående planenligt restvärde	1 216	1 569	476	496

NOT 11 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

Företagets namn	Org. nr	Säte
Vision Park i Göteborg AB	556501-7760	Göteborg
Tati Anaware KB	969613-8230	Göteborg
Deadline Multimedia ApS	ApS 228107	Köpenhamn

NOT 11 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG FORTS.

Företagets namn	Innehavets omfattning		Innehavets värde
	Antal andelar	Kapitalandel %	Bokfört värde
Vision Park i Göteborg AB	1 000	100,0%	1 066
Tati Anaware KB		77,0%	5 140
Deadline Multimedia ApS	126	100,0%	350
Summa			6 556

Resterande andel i Tati Anaware KB ägs av Vision Park i Göteborg AB.

NOT 12 FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Förutbetalda hyror	59	62	26	21
Upplupna royaltyintäkter	4 986	4 509	2 334	1 664
Upplupna produktionsintäkter	1 750	0	1 750	0
Upplupna ränteintäkter	10	80	10	80
EU-bidrag	733	0	0	0
Övriga poster	173	19	94	2
Summa	7 711	4 670	4 214	1 767

NOT 13 FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

Koncernen	Aktiekapital	Överkursfond	Balanserad förlust	Årets resultat
Belopp vid årets ingång	975	33 255	0	-8 286
Emmissionskostnader		384		
Omräkningsdifferens, fritt kapital		-21		
Resultatdisposition enligt beslut vid bolagsstämma		0	-8 286	8 286
Årets resultat				48
Belopp vid årets utgång	975	33 618	-8 286	48
Moderbolaget	Aktiekapital	Överkursfond	Balanserad förlust	Årets resultat
Belopp vid årets ingång	975	37 172	0	-10 198
Resultatdisposition enligt beslut vid bolagsstämma		0	-10 198	10 198
Årets resultat				-735
Belopp vid årets utgång	975	37 172	-10 198	-735

Aktiekapitalet i Vision Park Entertainment AB består av 336 800 A-aktier à nom 0,25 kr/aktie med 10 röster vardera, samt 3 563 200 B-aktier à-nom. 0,25 kr/aktie med en röst vardera.

Transaktion	Ökning av antalet aktier A-aktier	B-aktier	Ökning av aktiekapitalet	Överkursfond
V P bildas	421	579		100
Split 100:1	41 679	57 321		
Nyemission 1	42 100	357 900		400
Nyemission 2		225 000		225
Split 4:1	252 600	1 922 400		
Nyemission 3		1 000 000		250
Summa	336 800	3 563 200	975	37 172

Revisionsberättelse

NOT 14 LÅNGFRISTIGA SKULDER

Långfristiga skulder som förfaller till betalning senare än ett år efter balansdagen

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Förlagslån, anställda	408	400	408	400
Skulder till koncernföretag	0	0	1 580	0
Övriga skulder	0	87	0	0
Summa	408	487	1 988	400

Styrelsen har den 18 september 1997 beslutat utge skuldebrev (förlagslån) med avskiljbara optionsrätter. Skuldebrev har tecknats av anställda och styrelseledamöter. Lånet löper med en ränta om 6% och förfaller till betalning den 15 december 1999. Till förlagslånet är knutet avskiljbara optionsrätter till nyteckning av 200 000 aktier av serie B i bolaget till en teckningskurs om 27 kr. Teckningsperioden är 1 december - 15 december 1999. Ordinarie bolagsstämman har den 24 juni 1998 beslutat utge två skuldebrev med avskiljbara optionsrätter. Skuldebrevet har tecknats av dotterbolaget Deadline Multimedia ApS. Lånen är på 1 000 kr vardera och löper med en ränta om 6% och förfaller till betalning den 15 december 2000. Till förlagslånen är knutna avskiljbara optionsrätter med rätt till nyteckning av 170 000 respektive 30 000 aktier av serie B till teckningskurs om 27 kr respektive 0,25 kr. Teckningsperioden är 1-15 december 2000. Av optionsrätterna har 4 000 st överlåtits till anställda.

NOT 15 UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	1999-04-30	1998-04-30	1999-04-30	1998-04-30
Upplupna semesterlöner	601	624	171	115
Upplupna sociala avgifter	229	227	133	121
Förutbetalda intäkter	327	300	0	0
Övriga poster	422	345	333	319
Summa	1 579	1 496	637	555

Stockholm den 14 juni 1999

Leif Medin,
Ordförande

Ingemar Claesson

Peter Näslund

Christian Mottes

Björn Holmqvist

Thomas Brühl
VD

Min revisionsberättelse har avgivits den 18 juni 1999

Lars Jinghamre
Aktoriserad revisor
Deloitte & Touche

TILL BOLAGSSTÄMMAN I

VISION PARK ENTERTAINMENT AB (PUBL)

ORGANISATIONSNUMMER 556541-1179

Jag har granskat årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning i Vision Park Entertainment AB (publ) för år 1998-05-01-1999-04-30. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för räkenskapshandlingarna och förvaltningen. Mitt ansvar är att uttala mig om årsredovisningen, koncernredovisningen och förvaltningen på grundval av min revision.

Revisionen har utförts i enlighet med god revisions sed. Det innebär att jag planerat och genomfört revisionen för att i rimlig grad försäkra mig om att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga fel. En revision innefattar att granska ett urval av underlagen för belopp och annan information i räkenskapshandlingarna. I en revision ingår också att pröva redovisningsprinciperna och styrelsens och verkställande direktörens tillämpning av dem samt att bedöma den samlade informationen i årsredovisningen och koncernredovisningen. Jag har granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget eller på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen. Jag anser att min revision ger mig rimlig grund för mina uttalanden nedan.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen, varför jag tillstyrker

att resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen fastställs och

att resultatet i moderbolaget behandlas enligt förslaget i förvaltningsberättelsen.

Styrelseledamoten och verkställande direktören har inte vidtagit någon åtgärd eller gjort sig skyldiga till någon försummelse som enligt min bedömning kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, varför jag tillstyrker

att styrelsens ledamöter och verkställande direktören beviljas ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 18 juni 1999

Lars Jinghamre
Aktoriserad revisor

BOLAGSSTÄMMA

Ordinarie bolagsstämma kommer att hållas den 26 augusti 1999 kl 11.00 i Aragon Fondkommissions lokaler på Mäster Samuelsgatan 24 i Stockholm. Samtliga stämmohandlingar kommer att hållas tillgängliga hos Vision Park två veckor före bolagsstämman.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

26 augusti 1999	Bolagsstämma
15 september 1999	Delårsrapport för första kvartalet 99/00
15 december 1999	Delårsrapport för andra kvartalet 99/00
15 mars 2000	Delårsrapport för tredje kvartalet 99/00
15 juni 2000	Bokslutskommuniké för 99/00

VISION PARK

www.visionpark.com • E-mail: visionpark@visionpark.com

VISION PARK STOCKHOLM

Linnégatan 6 • 114 85 Stockholm • Tel: 08-663 92 40 • Fax: 08-663 13 60

VISION PARK GÖTEBORG

Järntorget 3 • 413 04 Göteborg • Tel: 031-12 89 55 • Fax: 031-12 89 87

DEADLINE MULTIMEDIA APS

Slotsgade 2, 4. sal • 2200 Köpenhamn N • Danmark

Tel: +45 35 36 12 55 • Fax: +45 35 36 12 77

E-mail: deadline@deadline.dk