

"Bästa första kvartalet någonsin"

- ✓ Under januari – mars 2003 ökade New Waves försäljning med 27 procent till 415,2 (327,6) Mkr.
- ✓ Resultatet efter finansnetto ökade med 15,4 Mkr till 12,5 (-2,9) Mkr, där de förvärvade enheterna (som till största delen har sin intjäningsförmåga under det fjärde kvartalet) belastade resultatet med 3,8 Mkr.
- ✓ Det rullande resultatet för 12 månader ökade med 82 procent och uppgick till 160,5 (88,4) Mkr jämfört med motsvarande period ett år tidigare.
- ✓ Affärsområde Profils försäljning ökade med 33 procent till 240,6 (181,3) Mkr. Resultat efter finansiella poster ökade med 9,9 Mkr och uppgick till 2,5 (-7,4) Mkr. Förvärvade enheter belastade resultatet med 2,8 Mkr.
- ✓ Affärsområde Detaljhandels försäljning ökade med 19 procent till 174,6 (146,3) Mkr. Resultat efter finansnetto ökade med 5,6 Mkr och uppgick till 10,0 (4,5) Mkr. Förvärvade enheter belastade resultatet med 1,0 Mkr.
- ✓ Åter bra tillväxt i Tyskland. Omsättningen i New Wave GmbH ökade med 48 procent under det första kvartalet.
- ✓ Rekonstruktionen av dotterbolaget i England är nu klar. Lönsamhet beräknas föreligga senast under det fjärde kvartalet i år.
- ✓ Kraftig ökning av Crafts införsäljning för hösten 2003.
- ✓ För 2003 bedöms omsättningen överstiga 2.000 Mkr och resultatet överstiga föregående år.



FÖRSÄLJNING

Under januari – mars 2003 ökade New Waves försäljning med 27 procent till 415,2 (327,6) Mkr. För affärsområde Profil ökade försäljningen med 33 procent. För affärsområde Detaljhandel ökade försäljningen med 19 procent. Försäljningen på den svenska marknaden ökade med 6 procent och uppgick till 232,8 (218,3) Mkr. Försäljningen på de utländska marknaderna ökade med 68 procent och uppgick till 183,4 (109,3) Mkr.

RESULTAT

Under januari – mars 2003 ökade resultatet efter finansiella poster med 15,4 Mkr och uppgick till 12,5 (-2,9) Mkr.

Resultatet efter finansiella poster har påverkats negativt med 3,8 Mkr av de förvärvade enheterna, som till största delen har sin intjäningsförmåga under det fjärde kvartalet.

Bruttovinstmarginalen ökade jämfört med föregående år och uppgick till 42 (40) procent. Denna förbättring jämfört med föregående år är främst hänförlig till högre bruttovinster för New Wave genom generellt bättre inköpspriser och förbättrad logistik samt att en stor del av Crafts och Textets försäljning utanför Sverige går genom återförsäljare som i huvudsak endast bidrar med royaltyintäkter och ingen försäljningsomsättning.

Koncernens externa kostnader som en andel av omsättningen minskade och uppgick till 20,0 (21,2) procent av koncernens omsättning. Kostnaderna för personal ökade och uppgick till 15,3 (15,0) procent av koncernens omsättning. New Wave gör löpande marknadsinvesteringar, vilket drabbar personalkostnaderna och de externa kostnaderna, men i gengäld befrämjar den fortsatta expansionen.

Avskrivningarna har ökat med 1,4 Mkr till 10,1 Mkr. Förvärvade enheter svarar för 2,1 Mkr i avskrivningar.

AFFÄRSOMRÅDE PROFIL

Under januari – mars 2003 ökade affärsområdets försäljning med 33 procent till 240,6 (181,3) Mkr. Resultatet efter finansiella poster ökade med 9,9 Mkr och uppgick till 2,5 (-7,4) Mkr. Förvärvade enheter belastade resultatet med 2,8 Mkr. New Wave bedömer att man fortsätter ta marknadssandelar på samtliga marknader. Under 2003 kommer den organiska tillväxten i Europa att fortsätta tack vare etableringar av ytterligare profilmärken på befintliga marknader samt etablering på någon ny marknad.

AFFÄRSOMRÅDE DETALJHANDEL

Under januari – mars 2003 ökade affärsområdets försäljning med 19 procent till 174,6 (146,3) Mkr. Resultatet efter finansnetto för affärsområde Detaljhandel ökade med 5,6 Mkr och uppgick till 10,0 (4,5) Mkr. Förvärvade bolag belastade resultatet med 1,0 Mkr. En kraftig ökning av införsäljningen för hösten 2003 och en ökad satsning på internationell expansion gör att det ser mycket ljusst ut för Craft. För Seger fortsätter den goda utvecklingen som vi såg i slutet av 2002 och under året beräknas satsningen på det svenska fotbollslandslaget ta fart. Även Sko Teams orderböcker är välfyllda inför våren.

GEOGRAFISK FÖRDELNING

Sverige

I Sverige har försäljningen ökat med 7 procent och Sverige är det land där New Wave Group säljer under flest varumärken, har bredast produktportfölj samt mest välutvecklade koncept. New Wave är marknadsledande inom profil och Craft har nu sitt stora genombrott. Umbro, som säljs av Seger på licens, räknar med en betydande ökning under 2003, då Sveriges fotbollslandslag spelar i Umbros dräkter från och med den 1 januari. Cliques detaljhandelskoncept, som är en vidareförädling av Clique profil, har också haft en mycket bra start 2003.

Tyskland

Glädjande är att New Wave GmbHs tillväxt åter har tagit fart och att försäljningen ökade med 48 procent. I Tyskland säljer New Wave Toppoints produkter, profilmärkena New Wave och Clique samt Craft genom dotterbolag. Profolförsäljningen har tagit fart samtidigt som Crafts utveckling ser ut att bli mycket bra för 2003.

Danmark

Danmark totalt har ökat försäljningen med 47% och New Wave Danmark A/S har ökat försäljningen med 25 procent jämfört med föregående år. I Danmark säljer New Wave varumärkena Clique, New Wave och Craft via ett eget dotterbolag.

Norge

Norge har ökat försäljningen med 13 procent jämfört med föregående år till 30,0 Mkr och marginalerna har utvecklats mycket bra. I Norge säljer New Wave varumärkena New Wave, Clique, Craft, Grizzly, James Harvest Sportswear och Printer Active Wear via egna dotterbolag.

Finland

OY Trexet Finland har ökat försäljningen med 15 procent jämfört med föregående år till 20,9 Mkr. De externa kostnaderna och personalkostnaderna har ökat till en följd av att Finland har fört in fler koncept under 2002 (Mac One och Jingham m.fl.) – en marknadsinvestering för framtida tillväxt.

Italien

New Wave Italia S.r.l. har ökat försäljningen med 25 procent jämfört med föregående år till 20,3 Mkr, vilket är mycket bra då endast New Wave, Clique och Craft har lanserats där hittills.

Spanien

New Wave Sportswear S.A. har ökat försäljningen med 16 procent jämfört med föregående år till 15,2 Mkr och ser ljusst på profolförsäljningen inför 2003. Dotterbolaget i Spanien säljer varumärkena New Wave och Clique.

Benelux

Benelux-länderna har ökat markant i betydelse tack vare förvärvet av X-Tend B.V. och Lensen Beheer B.V. och kommer att vara New Waves näst största marknad efter Sverige under 2003. New Wave Sportswear B.V. har ökat försäljningen med 20 procent jämfört med föregående år till 7,3 Mkr. New Wave räknar med en kraftig tillväxt i New Wave Sportswear B.V. genom ökad fokusering på företaget och synergier med Lensen Beheer B.V. (Toppoint). En ny VD har anställts per den 1 februari 2003. Lensen Beheer B.V. kommer under 2003 att börja sälja DJ Frantextils produkter i Benelux och även New Waves varumärken Mac One och Jingham har lanserats på denna marknad.

Storbritannien

Rekonstruktionen av New Wave Sportswear Ltd. är nu klar. Vidtagna åtgärder har bl.a. inneburit ny företagsledning, flytt till mer ändamålsenliga lokaler, bantning av kostnader och en ny marknadsstrategi. New Wave räknar med lönsamhet senast under det fjärde kvartalet i år och en avsevärd resultatförbättring jämfört med 2002.

Frankrike

Frankrike har ökat försäljningen med 77% där det holländska förvärvet Toppoint står för en stor del av ökningen. New Wave France SAS har ökat försäljningen med 6 procent jämfört med föregående år till 3,7 Mkr och resultatet har förbättrats något.

Övrigt

En stor del av exporten av Craft till detaljhandeln samt James Harvest Sportswear och Printer Active Wear till profil sker via distributörer. Distributörerna debiteras royaltyn på varans köpsvärde. Värdet som dessa varor säljs för bedöms på årsbasis i återförsäljarledet vara 250,0 Mkr. Denna omsättning räknas inte med i New Waves resultaträkning utan endast royaltyn ligger med som en nettointäkt, vilket innebär lägre omsättning och något högre bruttomarginal.

MARKNADEN TOTALT

New Wave bedömer att profilmarknaden har det fortsatt tuftet och att New Wave nu genom sin relativa konkurrensfördel och sina vinnande koncept fortsätter att ta marknadsandelar.

NYETABLERING I ASIEN

Under 2003 kommer New Wave att starta ett dotterbolag för tradingverksamhet mot europeiska storkunder samt etablera ett dotterbolag i Shanghai för försäljning av koncernens profilprodukter på den kinesiska marknaden. I mars genomfördes det kinesiska Vasaloppet för första gången och till det var Craft huvudsponsor.

FÖRVÄVADE BOLAG SOM EJ INGICK UNDER DET FÖRSTA KVARTALET 2002

X-TEND

New Wave har den 30 juli 2002 förvärvat 51 procent av aktierna i X-Tend B.V. i Nederländerna. X-Tend har sedan 10 år tillbaka distribuerat varumärket Craft i Benelux. New Wave har en option att om 5 år förvärva resterande 49 procent av aktierna i bolaget för en köpeskilling som baseras på bolagets resultat under åren 2004 – 2006. X-Tend belastade resultatet med 1,0 Mkr under det första kvartalet.

LENSEN-KONCERNEN (Toppoint)

New Wave har den 2 augusti 2002 förvärvat 75 procent och företagsledningen resterande 25 procent av aktierna i Toppoint-koncernen. New Wave har rätt att förvärva resterande 25 procent efter utgången av 2005 för en resultatbaserad köpeskilling.

Lensen-koncernens verksamhet är koncentrerad på försäljning och produktion av ett brett sortiment av profil- och gävoartiklar (pennor, nyckelringar, tändare, m.m.). Lensen har inom sina huvudsegment en ledande position i Benelux och en stark marknadsposition i Tyskland. Stora synergier beräknas inom försäljning, marknadsföring och distribution i framtiden, något som under det första året kommer att kräva marknadsinvesteringar. Integrationen går enligt plan. Förvärvet belastade New Waves resultat med 2,8 Mkr, då Toppoint har sin största intjäningsförmåga under det fjärde kvartalet.

LOGISTIK

New Wave arbetar intensivt med att effektivisera logistiken inom hela kedjan från leverantörerna i Asien till lagren i Europa och därifrån till kunderna. Ett led i denna effektivisering är byggnationen av det nya centrallagret i Dingle som nu är slutförd. Lagret kommer att vara i full drift under den andra halvan av 2003. Det är tullfritt och kommer i huvudsak att fungera som backuplager för märkena New Wave och Clique – New Waves stora profilvarumärken i Europa. Tack vare det nya lagret kan New Wave reducera kostnaden för externa lager och förbättra servicen till dotterbolagen i Europa – något som i sin tur ger lägre kapitalbindning på de enskilda lagren och bättre service till kunderna.

PROFILMARKNADEN

Profilmarknaden är en fragmenterad och ganska omogen marknad över hela Europa, med några få större företag och många små. New Waves målsättning är att genom stordriftsfördelar inom design/produktutveckling, inköp, logistik, marknadsföring och service till kunderna leda utvecklingen och skapa en stabil bas över hela Europa. Genom de etableringar som New Wave har gjort i 10 olika länder i Europa, av främst varumärkena Clique & New Wave, har nu basen lagts för fortsatt organisk expansion; ytterligare några av koncernens varumärken kommer att adderas på de befintliga marknaderna.

New Waves kunder är återförsäljare som i sin tur säljer till slutkund. Återförsäljarna säljer antingen profilkäddor och/eller presentreklam och/eller arbetskläder. Genom de senaste förvärven (Sagaform, DJ Frantextil och Toppoint) har New Wave breddat sig in i marknaden för hård presentreklam och kan därför bli en mer heltäckande leverantör till sina kunder. New Wave ser också betydande skalfördelar på denna marknad, vilka kommer att utvecklas under 2003.

Då leveranssäkerheten är avgörande inom profilmarknaden är New Waves varulager en del av affärsidén. Koncernen har som målsättning att leverera 98 procent av koncernens produkter inom 24 timmar. Logistiken är här avgörande för att minska kapitalbindningen, något som New Wave fokuserar starkt på.

DETALJHANDELN

New Wave säljer textilprodukter under såväl egna som licensierade varumärken till detaljhandeln. Stordriftsfördelar uppnås här ihop med profilmarknaden på inköp, design och logistik. New Wave fokuserar på de mindre modekänsliga områdena, såsom Crafts funktionella underkläder och Segers stumpor. Sagaform är ett bra exempel på synergier mellan affärsområde Detaljhandel och Profil. Från att ha varit ett renodlat detaljhandelsbolag står nu försäljningen till profilmarknaden för en stor andel av bolagets omsättning. Det har sin förklaring i att delar av Sagaforms produkter har förts ut till New Waves befintliga kunder samtidigt som Sagaform har ökat försäljningen till detaljhandeln. Sagaforms framgång har fortsatt så här långt in på 2003.

Craft har sedan förvärvet 1996 genomgått en stor omstötning till att ha en tydlig produktstrategi med fokusering på funktionella underkläder inom främst skidåkning, cykling och löpning. Craft har nu fått sitt verkliga genombrott och införsäljningen för hösten är mycket stark. Craft är det detaljhandelsmärke som är etablerat i flest länder inom affärsområde Detaljhandel. Craft har en kraftig expansionsstrategi som innebär breddning till ytterligare sporter och länder.

Några av Crafts användare är:

- de svenska fotbollslandslagen
- det svenska skidlandslaget
- det svenska orienteringslandslaget
- det svenska hockeylandslaget
- cykelteamet CSC
- hundratusentals motionärer runt om i Europa och USA

Seger gör en storsatsning på varumärket Umbro i Sverige genom att bli huvudsponsor till Sveriges fotbollslandslag från och med den första januari 2003 och 5 år framåt.

KAPITALBINDNING

Under perioden har kapitalbindning av varor ökat med 34,2 Mkr till 662,3 (628,1) Mkr. De förvärvade bolag som ej ingick den 31 mars 2002 (Toppoint och X-Tend) binder 42,3 Mkr i varulager. Således har övriga bolag minskat desamma med 8,2 Mkr samtidigt som omsättningen har ökat med 40,0 Mkr. Kundfordringarna ökade med 52,4 Mkr till 335,4 (283,0) Mkr. De förvärvade enheterna bidrog med 26,7 Mkr och övriga bolag med 25,7 Mkr.

SKATT

Utfallet av koncernens skattekostnad har under 2002 påverkats av tidigare ej utnyttjade förlustavdrag i samband med Dressmartförvärvet.

INVESTERINGAR, FINANSIERING OCH LIKVIDITET

Koncernens kassapåverkande nettoinvesteringar i anläggningstillgångar uppgick under januari – mars 2003 till 8,3 (35,2) Mkr. Kassaflödet uppgick före investeringar och företagsförvärv till -24,5 (-11,6) Mkr och efter investeringar och företagsförvärv till -32,8 (-46,8) Mkr. Nettoskulden uppgick den 31 mars 2003 till 662,0 (625,2) Mkr. Koncernen hade ca 1.100,0 Mkr i bekräftade kreditramar den 31 mars 2003.

PERSONAL OCH ORGANISATION

Antalet årsanställda den 31 mars 2003 uppgick till 735 personer, att jämföras med 512 personer den 31 mars 2002. Ökningen beror till största delen på förvärven av X-Tend och Lensen-koncernen.

UTSIKTERNA FÖR HELÅRET 2003

Omsättningen för 2003 beräknas uppgå till drygt 2.000,0 Mkr och resultatet beräknas överstiga föregående år, vilket även det första kvartalet indikerar.

Inom profil är nu rekonstruktionen av England klar och New Wave räknar med lönsamhet senast under det fjärde kvartalet i år, vilket är en avsevärd förbättring jämfört med 2002. Under 2003 kommer den organiska tillväxten i Europa att fortsätta genom etableringar av ytterligare profilmärken på befintliga marknader samt etablering på någon ny marknad. Lanseringen av Toppoint i Norden och DJ Frantextil i Benelux väntas ta fart under 2003. Vidare väntas New Waves etablering av koncepten Mac One och Jingham m.fl. som introducerades i Finland 2002 ge effekt.

New Wave etablerar också ett tradingbolag i Kina för försäljning till kunder i Europa, vilket kommer att ge blygsamma volymer under 2003, men det har stor potential på sikt. Etablering sker även av ett bolag för försäljning av koncernens profilprodukter på den kinesiska marknaden. Craft uppvisar en kraftig ökning av införsäljningen för hösten 2003 och Seger räknar med att satsningen på fotbollslandslaget, som spelar i Umbros dräkt från den 1 januari 2003, kommer att ge bra resultat.

Koncernen står väl rustad för en ökad efterfrågan, vilket kommer att ha effekt när konjunkturen väl vänder.

MODERBOLAGET

Försäljningen uppgick till 26,8 (20,5) Mkr. Resultatet efter finansiella poster uppgick till 12,2 (10,9) Mkr. Under januari – mars 2003 ökade netto-upplåningen med 40,9 Mkr och nettoinvesteringarna uppgick till 0,3 (23,1) Mkr.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Samma redovisningsprinciper som föregående år har tillämpats. Övriga redovisningsrekommendationer som har trätt i kraft under året har ej påverkat bolagets redovisning.

PRODUKTIONSKOSTNADER

Koncernens samtliga produktionskostnader ingår i kostnaden handelsvaror. Det innebär att Toppoints och Seger-koncernens produktionskostnader avseende externa kostnader, personalkostnader, avskrivningar och finansiella kostnader är hänförliga till summa kostnader för handelsvaror. Även historiska siffror är justerade.

KALENDARIUM

- 28 maj
Bolagsstämma i New Wave Group AB (publ)
- 12 augusti
Delårsrapport för andra kvartalet, Q2
- 24 oktober
Delårsrapport för tredje kvartalet, Q3
- 18 februari 2004
Bokslutskommuniké för 2003
- 27 april 2004
Delårsrapport för första kvartalet, Q1

Borås den 29 april 2003
New Wave Group AB (publ)
Torsten Jansson
VD

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION

KONTAKTA:

Verkställande direktör Torsten Jansson
Telefon: 0708-99 80 50, 0303-24 65 01
E-post: torsten.jansson@nwg.se

Vice verkställande direktör Göran Härstedt
Telefon: 0708-99 80 17, 0303-24 65 02
E-post: goran.harstedt@nwg.se

Finanschef Krister Magnusson
Telefon: 0708-99 80 21, 0303-24 65 11
E-post: krister.magnusson@nwg.se

Resultaträkningar

MKR	3 Mån	3 Mån	12 Mån	12 Mån
	JAN-MARS	JAN-MARS	JAN-DEC	JAN-DEC
	2003	2002	2002	2001
Nettoomsättning	415,2	327,6	1 687,3	1 269,6
Övriga intäkter	0,4	0,3	2,2	10,6
Rörelsens kostnader				
Handelsvaror**	-239,4	-196,0	-980,7	-760,1
Övriga externa kostnader	-83,1	-69,4	-278,0	-209,4
Personalkostnader	-63,4	-49,0	-216,3	-158,2
Avskrivning av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-10,1	-8,7	-32,7	-24,9
Övriga kostnader	-2,4	-0,4	-2,8	
Rörelseresultat	17,2	4,4	179,0	127,6
Finansnetto	-4,7	-7,3	-33,9	-27,5
Resultat efter finansiella poster	12,5	-2,9	145,1	100,1
Skatt på periodens resultat	-3,1	-0,6	-30,8	-16,7
Minoritetens andel av periodens resultat	0,8	0,5	-10,0	-1,6
Periodens resultat	10,2	-3,0	104,3	81,8
Resultat per aktie				
Resultat per aktie kr	0,70	-0,21	7,20	5,70
Antal aktier	14 500 208	14 475 208	14 500 208	14 300 208

* Avser valutakursvinster och realisationsvinster.

** Samtliga koncernens produktionskostnader ingår i summa handelsvaror.

Kvartalsvisa resultaträkningar (Mkr)

Kvartal	2003					2001			
	Q1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Nettoomsättning	415,2	327,6	411,2	370,0	578,5	267,8	329,6	314,2	366,6
Övriga intäkter	0,4	0,3	0,4	0,7	0,8	1,2	0,8	-	8,6
Handelsvaror	-239,4	-196,0	-238,8	-219,4	-326,5	-166,4	-187,3	-208,6	-197,8
Bruttoresultat	176,2	131,9	172,8	151,3	252,8	102,6	143,1	105,6	168,8
Bruttovinst i %	42,40%	40,20%	42,00%	40,80%	43,60%	38,10%	43,30%	33,60%	46,00%
Externa kostnader	-83,1	-69,4	-55,1	-68,9	-84,6	-48,2	-48,7	-51,6	-60,9
Personalkostnader	-63,4	-49,0	-48,6	-52,5	-66,2	-34,5	-35,9	-40,0	-47,8
Avskrivningar	-10,1	-8,7	-7,5	-9,6	-6,9	-5,2	-5,5	-6,5	-7,7
Övriga kostnader	-2,4	-0,4	-0,6	-1,6	-0,2	-	-	-	-
Rörelseresultat	17,2	4,4	61,0	18,7	94,9	14,7	53,0	7,5	52,4
Ränteintäkter	1,2	0,7	1,4	0,5	0,5	0,6	1,0	0,9	2,4
Räntekostnader	-5,9	-8,0	-7,7	-11,9	-9,4	-6,5	-9,0	-7,7	-9,2
Resultat efter finansnetto	12,5	-2,9	54,7	7,3	86,0	8,8	45,0	0,7	45,6
Skatt	-3,1	-0,6	-8,1	-3,1	-19,0	-0,9	-4,5	-	-11,3
Minoritetens andel	0,8	0,5	-0,4	-1,0	-9,1	-	0,2	1,2	-3,0
Periodens resultat	10,2	-3,0	46,2	3,2	57,9	7,9	40,7	1,9	31,3

Balansräkningar

MKR	31 mar 2003	31 mar 2002	31 dec 2002	31 dec 2001
Tillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	17,2	17,1	19,3	16,5
Goodwill	195,3	154,4	199,1	131,8
Övriga anläggningstillgångar	178,6	113,0	174,0	93,5
Varulager	662,3	628,1	605,2	563,1
Kundfordringar	335,4	283,0	358,3	261,3
Övriga kortfristiga fordringar	58,3	71,5	61,4	50,7
Likvida medel	7,5	4,0	14,2	12,1
Summa tillgångar	1 454,6	1 271,1	1 431,5	1 129,0
Summa skulder och eget kapital				
Eget kapital	521,2	426,0	511,2	434,8
Minoritetsintresse	30,2	21,2	31,9	22,5
Räntebärande skulder	669,5	629,2	643,2	531,8
Räntefria skulder	233,7	194,7	245,2	139,9
Summa skulder och eget kapital	1 454,6	1 271,1	1 431,5	1 129,0
Förändring i eget kapital				
Eget kapital	511,2	434,8	434,8	346,8
Effekt av byte av redovisningsprincip	-	-5,7	-8,6	-
Eget kapital efter byte av redovisningsprincip	511,2	429,1	426,2	-
Optionspremie	-	-	0,6	-
Omräkningsdifferens	-0,2	-0,1	1,8	-
Nyemission	-	0,0	-	24,0
Resultat för perioden	10,2	-3,0	104,3	81,7
Utdelning	-	0,0	-21,7	-17,7
Eget kapital	521,2	426,0	511,2	434,8

Omsättning per land (Mkr)

LAND	JAN – MARS 2003	JAN – MARS 2002	FÖRÄNDRING MKR	%
Danmark	6,9	4,7	2,2	46,8
England	16,2	10,5	5,7	54,3
Finland	20,9	18,2	2,7	14,8
Frankrike	6,2	3,5	2,7	77,1
Holland	42,3	6,1	36,2	593,4
Italien	20,3	16,2	4,1	25,3
Norge	30,0	26,6	3,4	12,8
Spanien	15,2	13,1	2,1	16,0
Sverige	232,8	218,3	14,5	6,6
Tyskland	20,7	9,8	10,9	111,2
Övrigt utlandet	3,7	0,6	3,1	516,7
Totalt	415,2	327,6	87,6	26,7

Kassaflödesanalys

MKR	1 jan – 31 mar 2003	1 jan – 31 mar 2002	1 jan – 31 dec 2002	1 jan – 31 dec 2001	1 jan – 31 dec 2000
<i>Den löpande verksamheten</i>					
Resultat efter finansiella poster	12,5	-2,3	145,1	98,7	94,9
<i>Poster som inte ingår i kassaflödet</i>					
Avskrivningar	10,5	9,2	36,7	25,5	19,8
Reavinst vid avyttring av anläggningstillgångar	0,0	-	0,0	-2,0	-
Betald skatt	-11,0	-11,4	-41,0	-28,8	-17,7
Kassaflöde före förändring av rörelsekapital	12,0	-4,5	140,8	93,4	97,0
Förändring av rörelsekapital	-36,5	-7,1	19,9	1,1	-205,3
Kassaflöde efter förändring av rörelsekapital	-24,5	-11,6	160,7	94,5	-108,3
Förvärv av dotterbolag *	-	-21,9	-111,4	-78,0	-
Investering i anläggningstillgångar	-9,8	-13,3	-41,6	-15,4	-40,0
Försäljning i anläggningstillgångar netto	1,5	-	-0,6	8,3	2,2
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-8,3	-35,2	-153,6	-85,1	-37,8
Amortering långfristig fordran	0,6	-	0,4	1,1	-
Upptagna lån	25,4	39,3	16,3	-24,4	158,4
Utbetald utdelning	-	-	-21,8	-17,7	-12,0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	26,0	39,3	-5,1	-41,0	146,4
Årets kassaflöde	-6,8	-7,5	2,0	-31,6	0,3
Likvida medel vid årets början	14,2	12,1	12,1	42,3	41,8
Kursdifferens i likvida medel	0,1	-0,6	0,1	1,4	0,2
Likvida medel vid årets slut	7,5	4,0	14,2	12,1	42,3
*I posten ingår:					
Goodwill	-	-24,8	-79,5	-39,0	-
Rörelsekapital	-	-15,6	-77,0	-102,2	-
Anläggningstillgångar	-	-38,6	-50,1	-49,2	-
Övertagna lån	-	57,1	95,2	88,4	-
Betalt genom apportemission	-	0,0	0,0	24,0	-
Påverkan på kassaflödet	0,0	-21,9	-111,4	-78,0	0,0

Nyckeltal

	JAN – MARS 2003	JAN – MARS 2002	JAN – DEC 2002	JAN – DEC 2001	JAN – DEC 2000
Försäljningstillväxt %	26,8	22,3	32,0	20,2	33,1
Försäljning per anställd Mkr	2,3	2,6	3,0	3,1	3,1
Bruttovinstmarginal %	42,4	40,2	42,0	40,6	38,8
Rörelsemarginal %	4,1	1,3	10,6	10,0	10,6
Vinstmarginal %	2,5	-0,9	6,2	6,4	6,1
Avkastning på eget kapital %	7,9	-2,8	22,0	20,9	23,7
Avkastning på sysselsatt kapital %	6,0	2,0	16,9	14,7	17,7
Soliditet %	37,9	35,2	37,9	40,5	36,7
Nettoskuldssättningsgrad %	127,0	146,7	123,0	119,5	123,3
Nettoskuld Mkr	662,0	625,2	629,0	519,7	427,8
Räntetäckningsgrad ggr	3,1	0,6	4,8	4,1	5,5
Kapitalomsättningshastighet ggr	1,2	1,1	1,3	1,4	1,4
Varulagrets omsättningshastighet ggr	1,4	1,4	1,6	1,5	1,6
Nettoinvesteringar Mkr	8,3	35,2	147,3	85,1	37,8
Kassaflöde före investeringar Mkr	-24,5	-11,6	156,9	94,5	-108,3
Kassaflöde efter investeringar Mkr	-32,8	-46,8	3,3	9,4	-146,1
Eget kapital per aktie Kr	35,95	29,38	35,26	29,99	22,93
Aktiekurs 31 december Kr	-	-	75,00	75,00	70,00
Utdelning/aktie Kr	-	-	1,75	1,50	1,25
P/E-tal	-	-	10,45	13,30	15,40
P/S-tal	-	-	0,65	0,85	0,94
Kurs/Eget kapital	-	-	2,13	2,50	3,05

Definitioner

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Nettovinsten enligt resultaträkningen i procent av genomsnittligt justerat eget kapital.

AVKASTNING PÅ SYSSELSATT KAPITAL

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader i procent av genomsnittligt sysselsatt kapital

BRUTTOMARGINAL

Försäljning med avdrag för direkta varukostnader i procent av rörelsens nettoomsättning.

KAPITALOMSÄTTNINGSHASTIGHET

Omsättningen dividerat med genomsnittlig balansomslutning.

NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD

Räntebärande skulder reducerade med finansiella räntebärande tillgångar i procent av eget kapital.

RÄNTETÄCKNINGSGRAD

Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

RÖRELSEMARGINAL

Rörelseresultat efter avskrivningar i procent av årets fakturering.

SOLIDITET

Eget kapital inkl minoritet i procent av balansomslutningen.

SYSSELSATT KAPITAL

Balansomslutningen minskat med icke räntebärande skulder och icke räntebärande avsättningar.

VINSTMARGINAL

Nettovinst i procent av rörelsens nettoomsättning.

New Waves aktie

Aktiekapitalet i New Wave uppgår till 7 250 104 kronor, fördelat på totalt 14.500.208 aktier, varje aktie på nominellt 0,50 kronor. Aktierna har lika rätt till andel i bolagets tillgångar och resultat. Varje aktie av serie A berättigar till tio röster och varje aktie av serie B berättigar till en röst. New Waves aktier av serie B är sedan den 11 december 1997 noterade vid Stockholmsbörsens OTC-lista sedermera O-lista. En noteringspost uppgår till 100 aktier.

UTDELNINGSPOLITIK

Styrelsens mål är att utdelningen till aktieägare ska motsvara minst 30 procent av koncernens resultat efter skatt över en konjunkturcykel.

AKTIEÄGARE

Antalet aktieägare uppgick den 31 mars 2003 till 3 263 (3 135). De institutionella investerarna kontrollerade totalt 36,0 procent av kapitalet och 7,8 procent av rösterna. De tio största aktieägarna svarade vid samma tidpunkt för 71,1 procent av kapitalet och 87,5 procent av rösterna. Utländska ägare svarade för 9,5 procent av kapitalet och 3,4 procent av rösterna.

NEW WAVES AKTIESTRUKTUR 2003-03-31

AKTIESLAG	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
A-aktier	5 776 920	57 769 200	39,84%	86,88%
B-aktier	8 723 288	8 723 288	60,16%	13,12%
Totalt	14 500 208	66 492 488	100,00%	100,00%

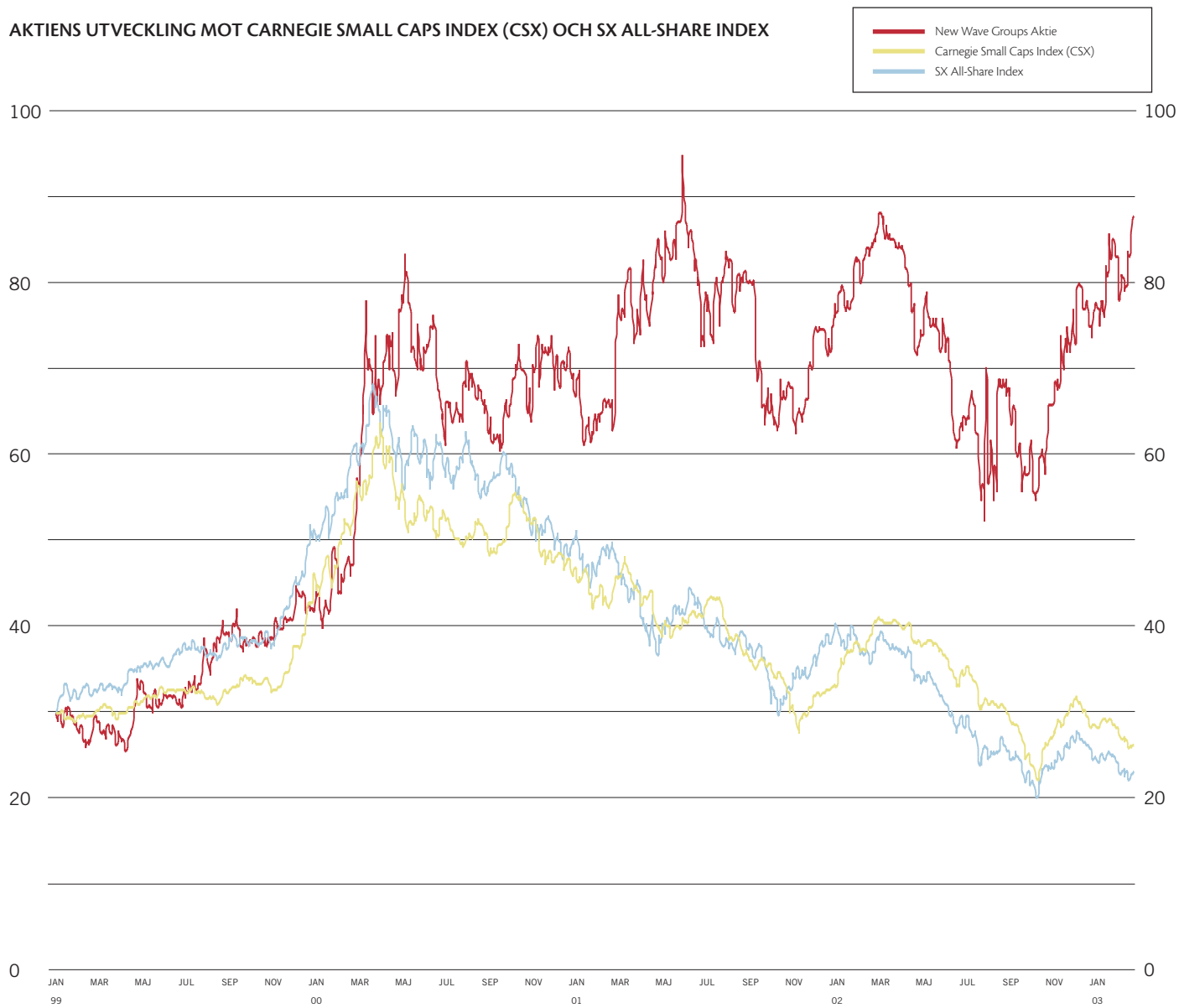
NEW WAVES TIO STÖRSTA ÄGARE 2003-03-31

AKTIEÄGARE	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
Torsten Jansson	5 316 920 A/101 900 B	53 271 100	37,4%	80,1%
AMF Pension	1 060 000	1 060 000	7,3%	1,6%
Robur	838 615	838 615	5,8%	1,3%
Juliusbear Mul. St.Spec.Eur.Stfund	797 400	797 400	5,5%	1,2%
SEBs fonder	766 676	766 676	5,3%	1,2%
Handelsbankens småbolagsfond	350 500	350 500	2,4%	0,5%
Livförsäkrings AB Skandia	330 300	330 300	2,3%	0,5%
Lannebo Småbolag	284 800	284 800	2,0%	0,4%
Domani AB	279 528	279 528	1,9%	0,4%
SIS Segaintersettle AG	188 000	188 000	1,3%	0,3%
	10 314 639	58 166 919	71,1%	87,5%

ÄGARFÖRDELNING I NEW WAVE 2003-03-31

	ANTAL AKTIER	ANTAL RÖSTER	KAPITAL %	RÖSTER %
Sverige	13 115 968	64 208 248	90,5%	96,6%
Ägare bosatta utanför Sverige, exkl. USA	1 329 054	2 229 084	9,1%	3,3%
USA	55 156	55 156	0,4%	0,1%
Totalt	14 500 208	66 492 488	100,0%	100,0%

AKTIENS UTVECKLING MOT CARNEGIE SMALL CAPS INDEX (CSX) OCH SX ALL-SHARE INDEX





New Wave i korthet

New Wave är ett tillväxtföretag inriktat på att leverera profilkläder och presentreklam till företag samt kläder, skor, presenter och hemtextil till konsumenter genom återförsäljare. Detta åstadkoms genom att vi etablerar, förvärvar och utvecklar varumärken inom nämnda produktområden.

New Wave verkar inom två affärsområden, dels på marknaden för kläder och presentreklam genom försäljning till oberoende profilmföretag, dels på detaljhandelsmarknaden via återförsäljare i främst present-, sport- och skofackhandeln. Genom att verka inom båda dessa marknadssegment får koncernen en bra riskspridning. Stora samordningsfördelar uppnås genom att stora delar av sortiment etc. kan vara gemensamt för de bägge affärsområdena.

New Waves konkurrenskraft ligger framför allt i design, inköp, logistik och marknadsföring av ägda varumärken. Produkterna tillverkas främst i Asien och till en mindre del i Europa. Koncernens mest kända egna varumärken är Craft, Sagaform, Seger, Grizzly, New Wave, Clique, James Harvest Sportswear, Printer Active Wear, Toppoint, M-Pen, Mac One, Jingham och Pax, samt licensierade Umbro, Nordica, Rollerblade och Exel. New Wave har sedan starten visat stark tillväxt med goda marginaler. Försäljningen har senaste tolv åren ökat med i genomsnitt 41,3 procent per år.

*New Wave
Dressing people, marketing companies.*

NewWave
G R O U P

New Wave Group AB
Box 2129, 442 02 Kungälv
Tel 0303-24 65 00
Fax 0303-24 65 99
info@nwg.se
www.nwg.se