

NewWave

Presentation av
NewWave
G R O U P



NewWave
G R O U P

Q1 2003

Resultat efter finansnetto:

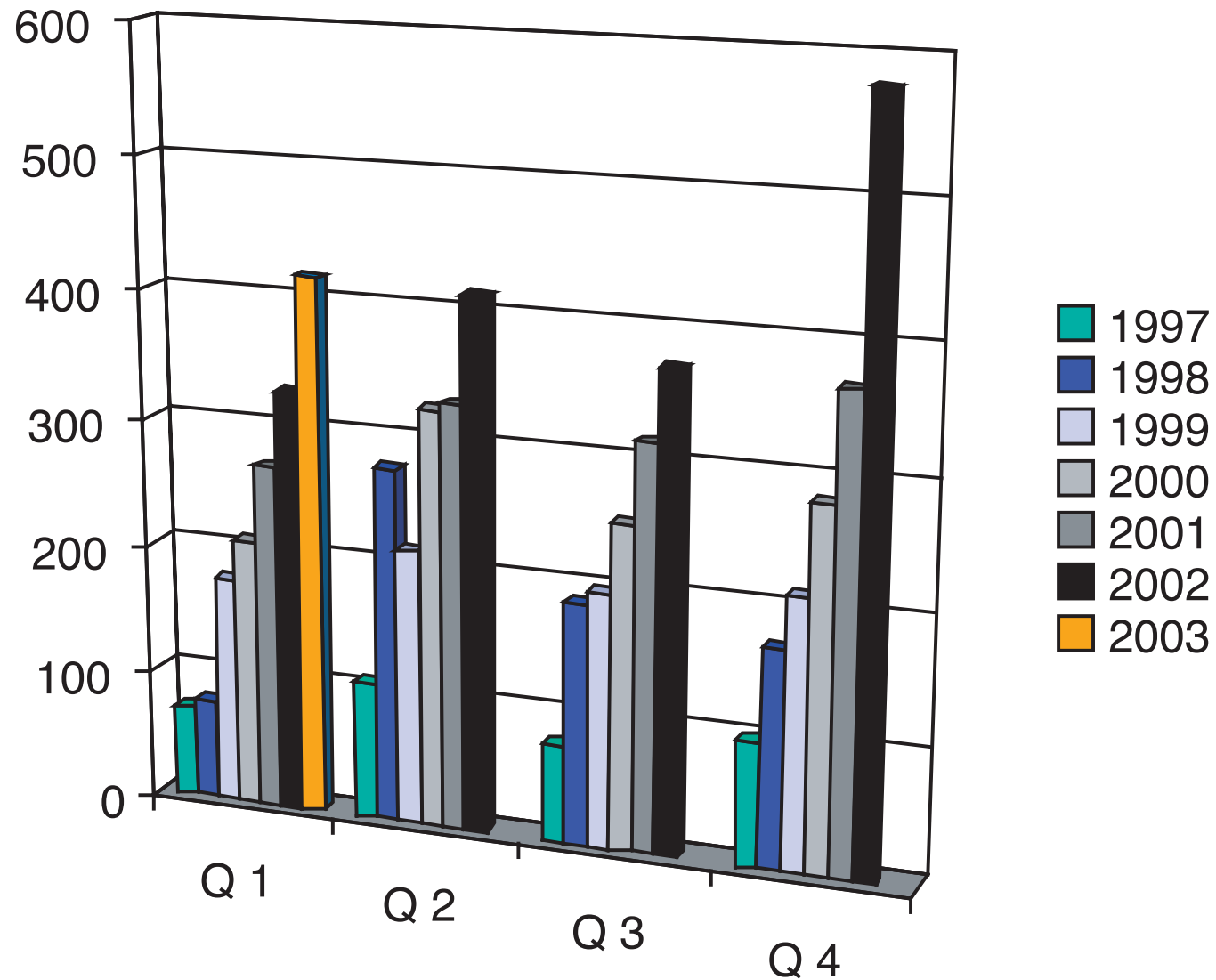
- ✓ ökade med +15,4 Mkr till 12,5 (-2,9) Mkr:
 - Profil +9,9 Mkr till 2,5 (-7,4) Mkr
 - Detaljhandel +5,6 Mkr till 10,1 (4,5) Mkr
- ✓ Bästa 1:a kvartalet någonsin!
- ✓ 12-månaders rullande 160,5 (145,1 för 2002) Mkr
- ✓ Ökat 12 år i rad med 44 % i snitt

Q1 2003

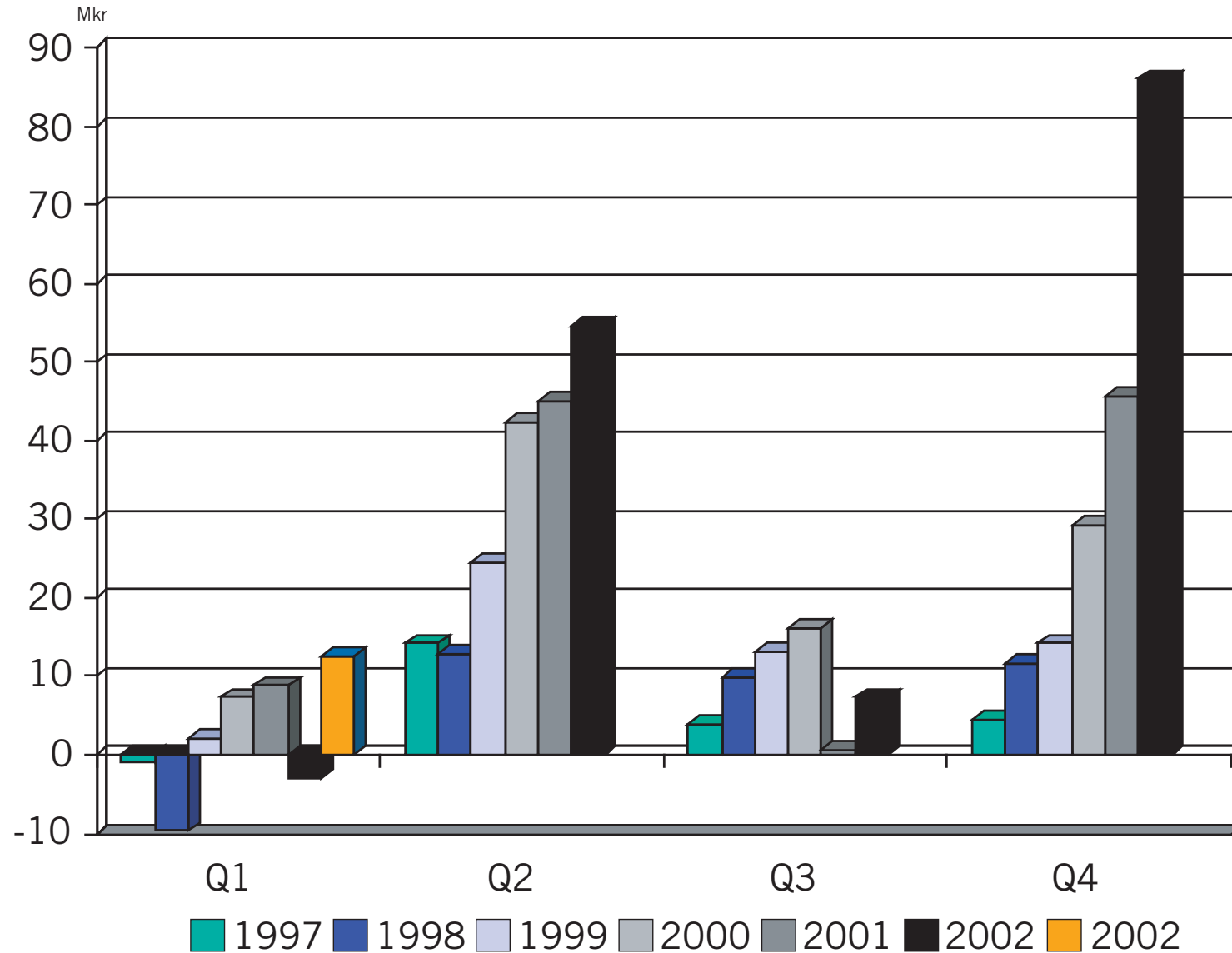
Omsättning:

- ✓ Ökade med 27 % till 415,2 (327,6) Mkr:
 - Profil +33 % till 240,6 (181,3) Mkr
 - Detaljhandel +19 % till 174,6 (146,3) Mkr
- ✓ 12-månaders rullande 1.775 (1.687 för 2002) Mkr
- ✓ Ökat 12 år i rad med 41,3 % i snitt

Försäljning



Resultat efter finansnetto



Viktiga händelser kvartal 1

- ✓ Åter bra tillväxt i Tyskland, New Wave GmbH +48%.
- ✓ Rekonstruktion av New Wave Sportswear Ltd klar.
Beräknad lönsamhet senast under 4:e kvartalet.
- ✓ Kraftig ökning av Crafts införsäljning för hösten 2003.
- ✓ Segers satsning på fotbollslandslaget med Umbro
ger bra utdelning.
- ✓ Sagaform fortsätter sitt segertåg.

Resultaträkningar

	3 Mån JAN-MARS 2003	3 Mån JAN-MARS 2002	12 mån APR-MARS 2002/2003	12 Mån JAN-DEC 2002	12 Mån JAN-DEC 2001
MKR					
Nettoomsättning	415,2	327,6	1774,9	1 687,3	1 269,6
Övr. intäkter	0,4	0,3	2,3	2,2	10,6
Handelsvaror	-239,4	-196,0	-1024,1	-980,7	-760,1
Bruttovinst	176,2	131,9	753,1	708,8	520,1
Bruttomarginal	42,4%	40,3%	42,4%	42,0%	41,0%
Övr. externa kostn.	-83,1	-69,4	-291,7	-278,0	-209,4
I % av intäkterna	-20,0%	-21,2%	-16,4%	-16,5%	-16,5%
Personalkostn.	-63,4	-49,0	-230,7	-216,3	-158,2
I % av intäkterna	-15,3%	-15,0%	-13,0%	-12,8%	-12,5%
Avskr.	-10,1	-8,7	-34,1	-32,7	-24,9
Övriga kostnader	-2,4	-0,4	-4,8	-2,8	
Rörelseresultat	17,2	4,4	191,8	179,0	127,6
Rörelsemarginal	4,1%	1,3%	10,8%	10,6%	10,1%
Finansnetto	-4,7	-7,3	-31,3	-33,9	-27,5
Resultat e. finans	12,5	-2,9	160,5	145,1	100,1
Skatt för perioden	-3,1	-0,6	-33,3	-30,8	-16,7
Minoritetens andel	0,8	0,5	-9,7	-10,0	-1,6
Periodens resultat	10,2	-3,0	117,5	104,3	81,8
Vinstmarginal	2,5%	-0,9%	6,6%	6,2%	6,4%
Resultat per aktie	0,70	-0,21	8,10	7,20	5,70

Nyckeltal

MKR	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	2,3	2,6	3,0	3,1	3,1
Bruttovinstmarginal %	42,4	40,2	44,2	41,0	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	16,9	14,7	17,7
Soliditet %	37,9	35,2	37,9	40,5	36,7
Nettoskuld	662	625	629,0	519,7	427,8
Varulagrets omsättningshastighet ggr	1,4	1,4	1,6	1,5	1,6
Nettoinvesteringar	8,3	35,2	147,3	85,1	37,8
Kassaflöde efter investeringar	-32,8	-46,8	9,6	9,4	-146,1
Kassaflöde före investeringar	-24,5	-11,6	156,9	94,5	-108,3
Eget kapital per aktie Kr	35,95	29,38	35,26	29,98	22,93

Omsättning per land (Mkr)

	JAN–MARS		JAN–MARS	FÖRÄNDR.	%
LAND	2003	2002	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

2003

- ✓ Prognos omsättning: >2.000 Mkr.
- ✓ Prognos resultat: Överstigande 2002.
- ✓ På Profil bedömer vi att vi kommer att fortsätta ta marknadsandelar:
 - Befintliga koncept på befintliga marknader.
 - Fler av koncernens koncept på befintliga marknader.
 - Etablering på nya marknader (ex. Kina).
- ✓ Koncepten Mac One, Jingham m.fl. som introducerades i Finland 2002 väntas ge effekt.
- ✓ Nytt tradingbolag i Kina för försäljning till kunder i Europa.
- ✓ Etablering av profilbolag för försäljning på den kinesiska marknaden.

2003 forts.

- ✓ I England stor förbättringspotential.
- ✓ Toppoints integration kommer att få effekt:
 - DJ:s produkter säljs av Toppoint i Tyskland och Holland
 - Toppoints produkter säljs av befintliga koncernbolag i Norden
- ✓ Craft står inför kraftig internationell expansion.
- ✓ Segers satsning på landslaget i Umbros dräkt ger bra effekt.
- ✓ När konjunkturen vänder: Stor potential i omsättning – resultat.

Affärsidé

New Wave Group är ett tillväxtföretag som skapar, förvärvar och utvecklar märkesvaror åt profilmarknaden (företagsmarknaden) och konsumentmarknaden, främst inom kläd-, accessoar- och gåvosektorerna.

New Wave Group inriktar sig på två affärsområden:

- ✓ Affärsområde Detaljhandel – produkterna distribueras genom fackhandel.
- ✓ Affärsområde Profil – produkterna distribueras genom fristående återförsäljare till företag.

Synergier mellan dessa båda affärsområden nås bland annat genom design, produktutveckling, inköp och distribution.

Strategisk fördelning – affärsområden

- ✓ Huvuddelen av distributionen (60–80%) inom affärsområde Profil där risknivån är lägre, t.ex. gällande modegrad.
- ✓ Riskspridning mellan de två affärsområdena Profil och Detaljhandel, eftersom de har olika konjunkturcyklar.



Affärsområde Profil



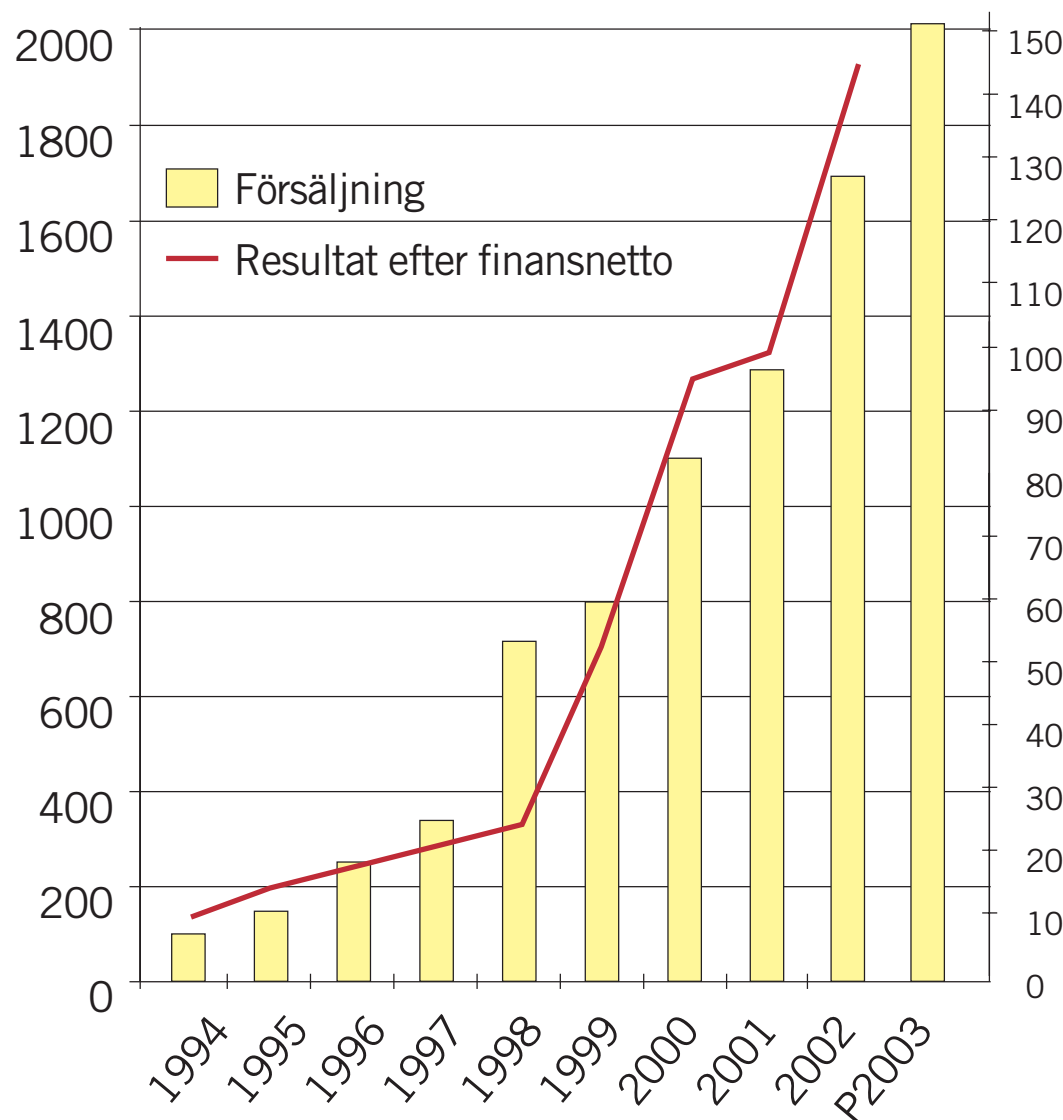
Visste du...

...att New Wave Group under sina varumärken (2002) sålde cirka...

- ✓ 4,1 miljoner enfärgade T-shirts i Sverige och 4,4 miljoner i övriga Europa?
- ✓ 470.000 pikétröjor i Sverige och 1,4 miljoner i övriga Europa?
- ✓ 265.000 skjortor i Sverige och 451.000 i övriga Europa?
- ✓ 33 miljoner företagspennor i Europa?



New Wave – historik



- ✓ **1990** Sverige och Norge
- ✓ **1994** Finland och Italien
- ✓ **1996** Förvärv av
Craft Scandinavia AB
- ✓ **1997** Danmark, Spanien
och Tyskland
- ✓ **1998** Förvärv av Hefa AB
- ✓ **1999** Förvärv i Holland,
samt England
- ✓ **2000** Förvärv av Textet AB,
etableringar dels av
Cyberwave och Make
Your Own Design, dels i
Frankrike
- ✓ **2001** Förvärv av Textwear A/S,
Sagaform AB,
Seegerkoncernen AB
- ✓ **2002** Förvärv av Frantextil AB,
X-Tend B.V.,
Lensen Beheer B.V.
- ✓ **2003** Etablering av
profilföretag i Kina,
etablering av
tradingbolag i Kina.

Design – produktutveckling

Två av byggstenarna i ett framgångsrikt företag inom vår bransch är god design (utan att vara modeberoende) och bra produkter.



Clique Bike – enkel, klassisk design, såld i 1,2 miljoner exemplar.

Inköp – kvalitetskontroll

New Wave Group har egna inköpskontor (utrustade för omfattande kvalitetskontroller) i Sverige, Kina och Bangladesh. Att alla produkter som produceras håller en jämn, hög kvalitet är mycket viktigt.



Vision – affärsområde Profil

Att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter

genom att erbjuda...

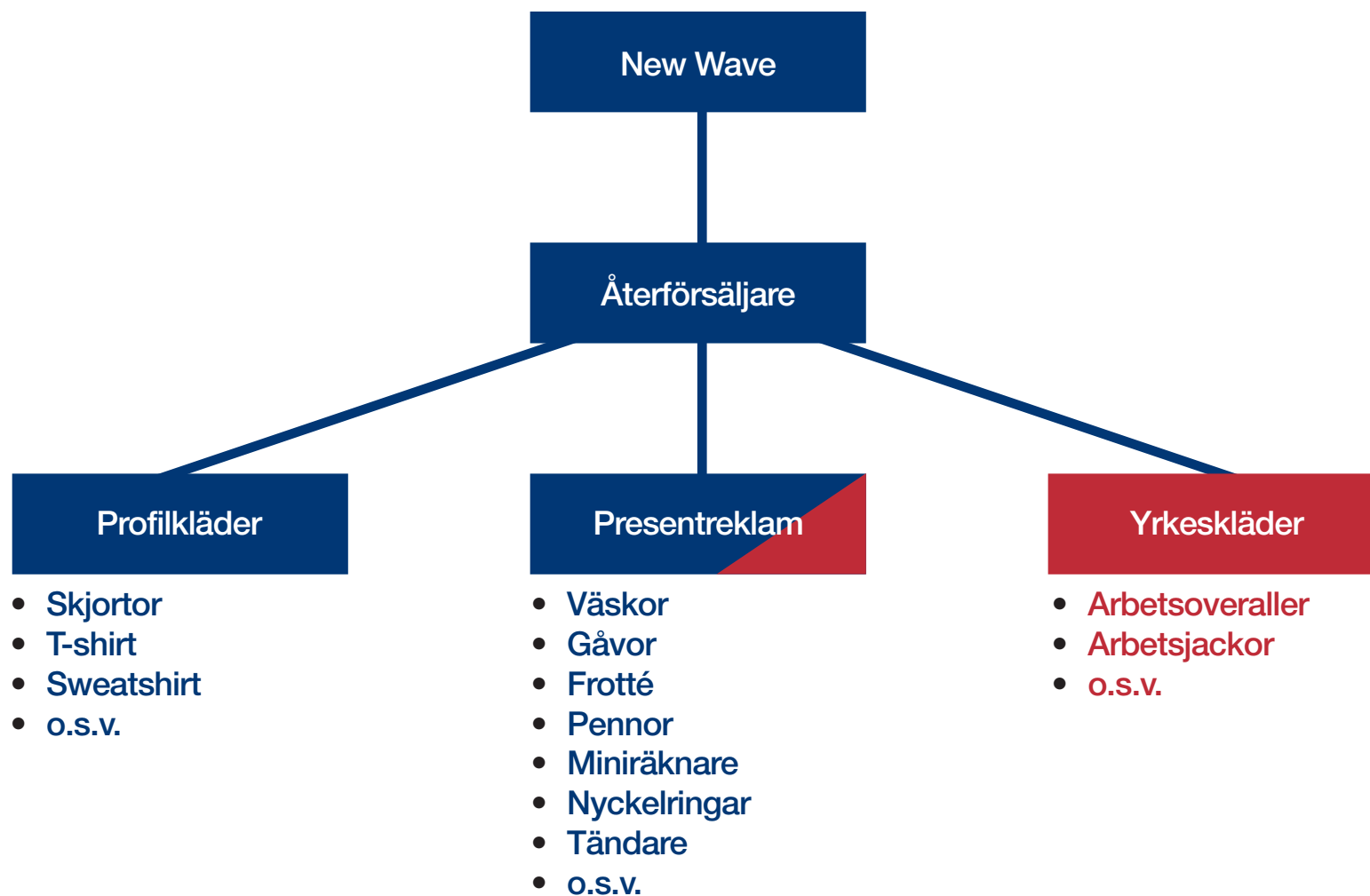
- ✓ bra produkter.
- ✓ starka varumärken.
- ✓ hög kunskap och service.
- ✓ ett överlägset helhetskoncept till återförsäljare, innefattande e-handelslösningar och marknadsföringslösningar m m.

Den totala marknaden inom de tre segmenten profilkläder, presentreklam och yrkeskläder i Europa uppgår i grossistledet till mellan 80 och 100 miljarder SEK.



Produkttäckning

■ Existerande
■ Möjligheter



FULL PRODUKTTÄCKNING

GOD PRODUKTTÄCKNING

INGEN PRODUKTTÄCKNING

Följande ägda varumärken distribueras inom affärsområde Profil:



Vision – affärsområde Detaljhandel

- ✓ Att bli Nordens största leverantör av sport- och fritidskläder.
- ✓ Att bli en av de största leverantörerna av märkesskor och gåvor.
- ✓ Att bygga de ägda varumärkena Craft och Seger till internationella varumärken inom funktionella sportkläder.



Affärsområde Detaljhandel

Följande *ägda* varumärken distribueras inom affärsområde Detaljhandel:

- ✓  – funktionella sportkläder
- ✓  – baskläder till sportfackhandeln i form av T-shirts, etc.
- ✓  – baskläder till dagligvaruhandeln i form av T-shirts, etc.
- ✓  – strumpor, mössor, etc.
- ✓  – barnskor
- ✓  – damskor
- ✓  – gåvor
- ✓  – hemtextil
- ✓  – hemtextil



Affärsområde Detaljhandel

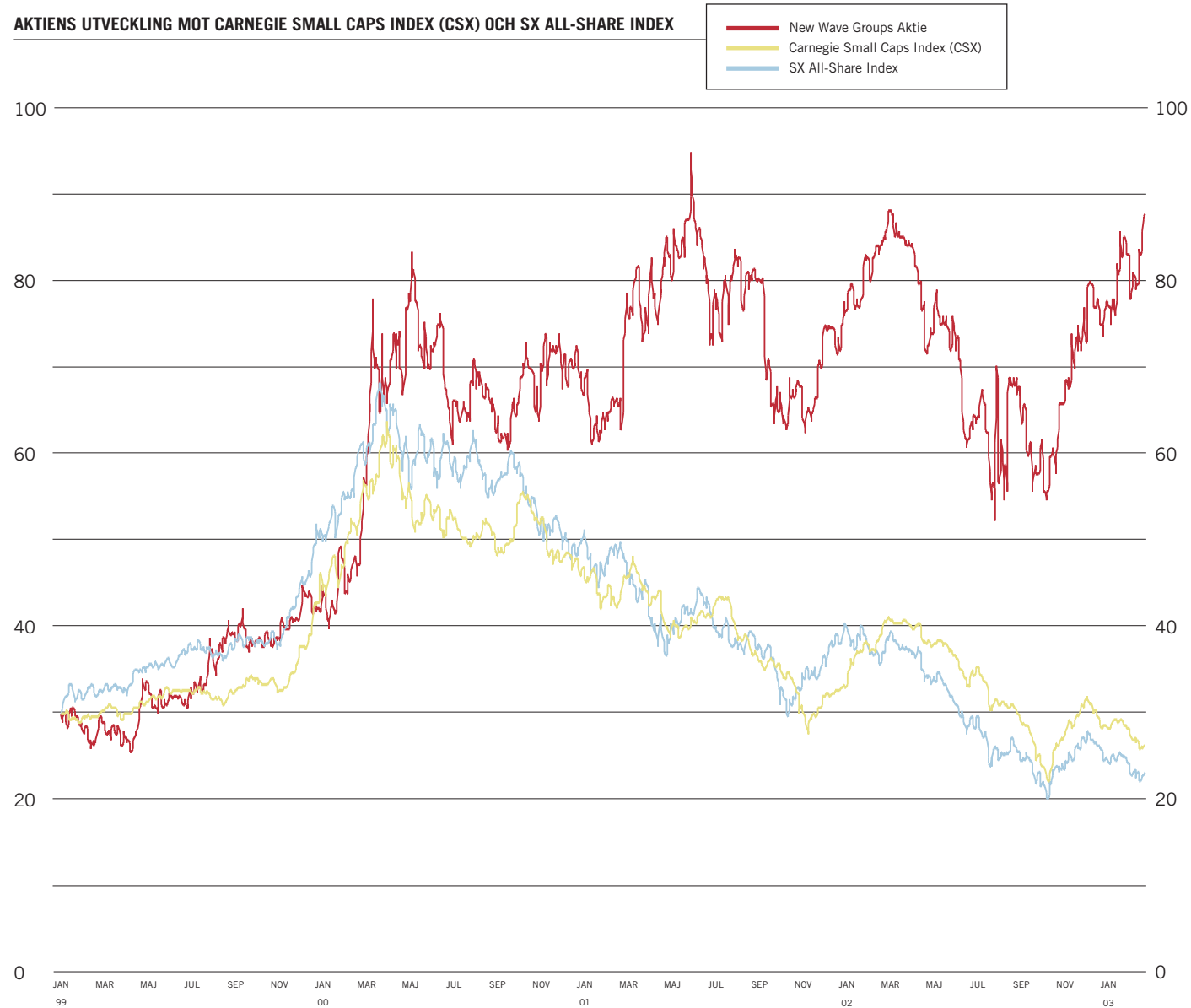
Följande varumärken distribueras i Sverige på licens- eller agentbasis:

- ✓ **NORDICA** – skidsportutrustning
- ✓ **Rollerblade** – inlines
- ✓ **exel** – innebandy- och skidutrustning
- ✓ **UMBRO** – fotbollskläder och -utrustning



Aktiens utveckling mot generalindex

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



Fortsatt tillväxt

New Wave Group räknar med att kunna växa i samma takt som hittills, om resultatutvecklingen tillåter, genom...

- ✓ fortsatt organisk tillväxt
- ✓ fortsatta utlandsetableringar av befintliga varumärken
- ✓ uppstarter/produktbreddning/förvärv inom hård presentreklam
- ✓ uppstarter/produktbreddning/förvärv inom yrkeskläder
- ✓ fortsatta förvärv av detaljhandelsmärken (sport)

“The sky is the limit”

Vari ligger trovärdigheten att vi ska lyckas?

Vad vi har åstadkommit hittills torde ge en viss trovärdighet...

År	Omsättning Mkr	Ökning Mkr	Ökning %
1992	53		
1993	74	21	39,7 %
1994	102	28	37,8 %
1995	151	49	48,0 %
1996	246	95	62,9 %
1997	351	105	42,7 %
1998	721	370	105,4 %
1999	799	78	10,8 %
2000	1.063	264	33,0 %
2001	1.278	215	20,2 %
2002	1.687	409	32 %
2003 (prognos)	>2000	>313	>19 %

...inte minst då det hela tiden har skett med ökad vinst...

År	Nettovinst Mkr	Ökning Mkr	Ökning %
1992	3,8		
1993	7,5	3,7	97,4 %
1994	9,7	2,2	29,3 %
1995	14,5	4,7	48,5 %
1996	17,9	3,4	23,5 %
1997	21,6	3,7	20,7 %
1998	24,5	2,9	13,4 %
1999	54,1	29,6	120,8 %
2000	86,6	32,5	60,0 %
2001	100,1	13,5	15,6 %
2002	145,2	45,1	45,1 %

Tillväxt...

- ✓ New Wave har vuxit de senaste 12 åren, i snitt med 41,3 procent per år.
- ✓ New Wave har ökat vinsten de senaste 12 åren, i snitt med 44 procent per år.
- ✓ Den 31/3-03 handlades New Wave till 92:- vilket är P/E 12,6 beräknat på 2002 års vinst.
- ✓ New Wave räknar med att resultatet i år blir högre än föregående år.
- ✓ New Wave beräknar att i år omsätta över 2 miljarder kronor.

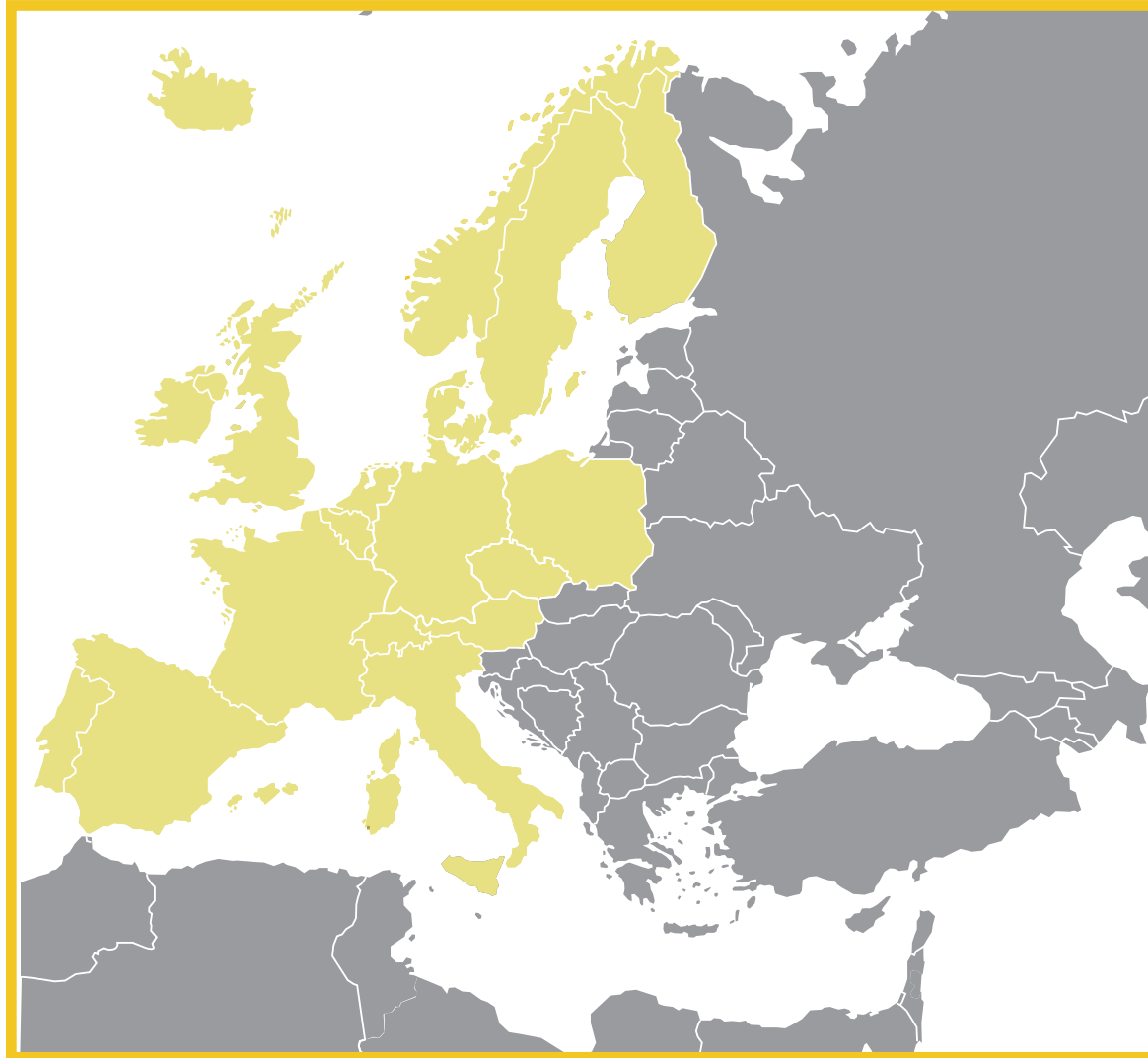
NewWave

New Waves framgångsfaktorer

- ✓ Integration bakåt
- ✓ Skalfördelar
- ✓ Synergier mellan affärsområdena
- ✓ Leder utvecklingen
- ✓ Hög service/kvalitet
- ✓ Kunden i centrum
- ✓ "New Wave-kultur"

NewWave

**Profilmarknaden i Europa är ännu
fragmenterad och ganska omogen...**



Profil- och presentreklammarknadens omsättning

	Uppskattad total marknad* Mkr	New Waves profiloms. 2002	New Waves marknadsandel
Sverige	2 944	465	15,8%
Norge	1 472	110	7,5%
Finland	1 693	86	5,1%
Danmark	1 472	14	1,0%
Tyskland	22 816	46	0,2%
England	16 928	45	0,3%
Frankrike	16 928	15	0,1%
Italien	11 040	87	0,8%
Spanien	11 040	35	0,3%
Benelux	7341	142	1,9%
Portugal	2 208	0	0,0%
Schweiz	2 061	0	0,0%
Österrike	2 318	0	0,0%
Totalt	100 262	1 045	

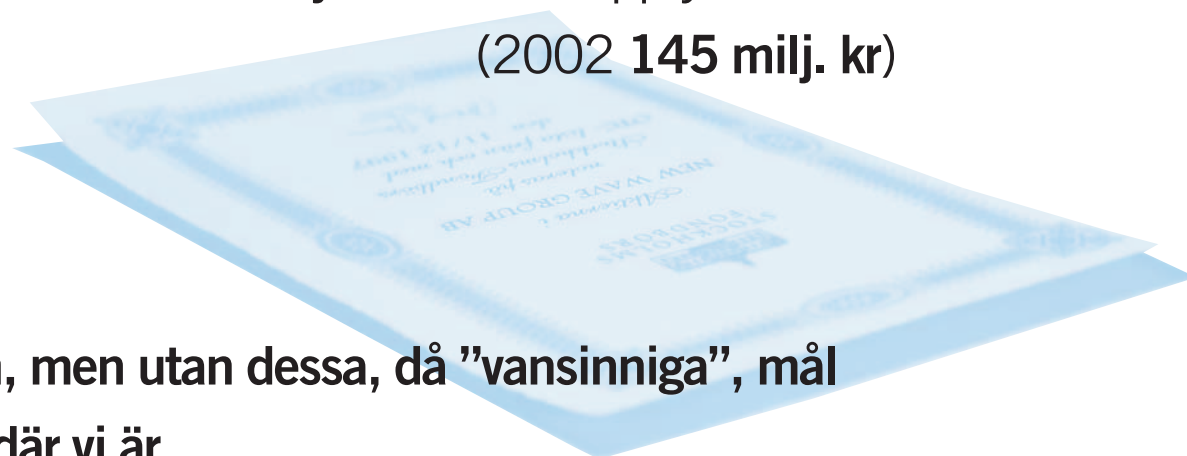
*I detta segment ingår även lättare yrkeskläder.

NewWave

Tre mål vid introduktionen i december 1997

(Den dåvarande omsättningen var cirka 350 miljoner, börsvärdet var cirka 300 miljoner och resultatet före skatt var 21,6 miljoner.)

- ✓ Omsättning: **1 miljard** (uppfyllt 2000)
(2002 **1.685 milj. kr**)
- ✓ Börsvärde: **1 miljard** (uppfyllt 2000)
(2002 **1.280 milj. kr**)
- ✓ Resultat före skatt: **100 miljoner** (uppfyllt 2001)
(2002 **145 milj. kr**)



Få trodde på dem, men utan dessa, då "vansinniga", mål hade vi inte varit där vi är...

Tre nya mål

- ✓ Omsättning:
5 miljarder kronor
- ✓ Börsvärde:
5 miljarder kronor
- ✓ Resultat före skatt:
500 miljoner kronor



...och utan dessa, nu "vansinniga", mål kommer vi inte dit vi ska!
(När vi är där, eller strax innan, har vi satt nya mål!)

**Om du köper våra varumärken
hoppas vi att du blir en nöjd konsument
och om du investerar i
New Wave Group
så lovar vi att
vi ska förvalta din investering
på allra bästa sätt,
genom långsiktighet, tillväxt,
stabilitet och hårt arbete!**

NewWave
G R O U P