Presentation av

NewWave
GROUP

NewWave
GROUP

© 2003 New Wave Group AB
C-12

Q1 2004 –
Fortsatta omsättnings- och resultatökningar

✔ Omsättning:

+13 % till 469 (415) Mkr

Profil: +18 % till 284 (241) Mkr

Detalj: +6 % till 185 (175) Mkr

✔ Resultat:

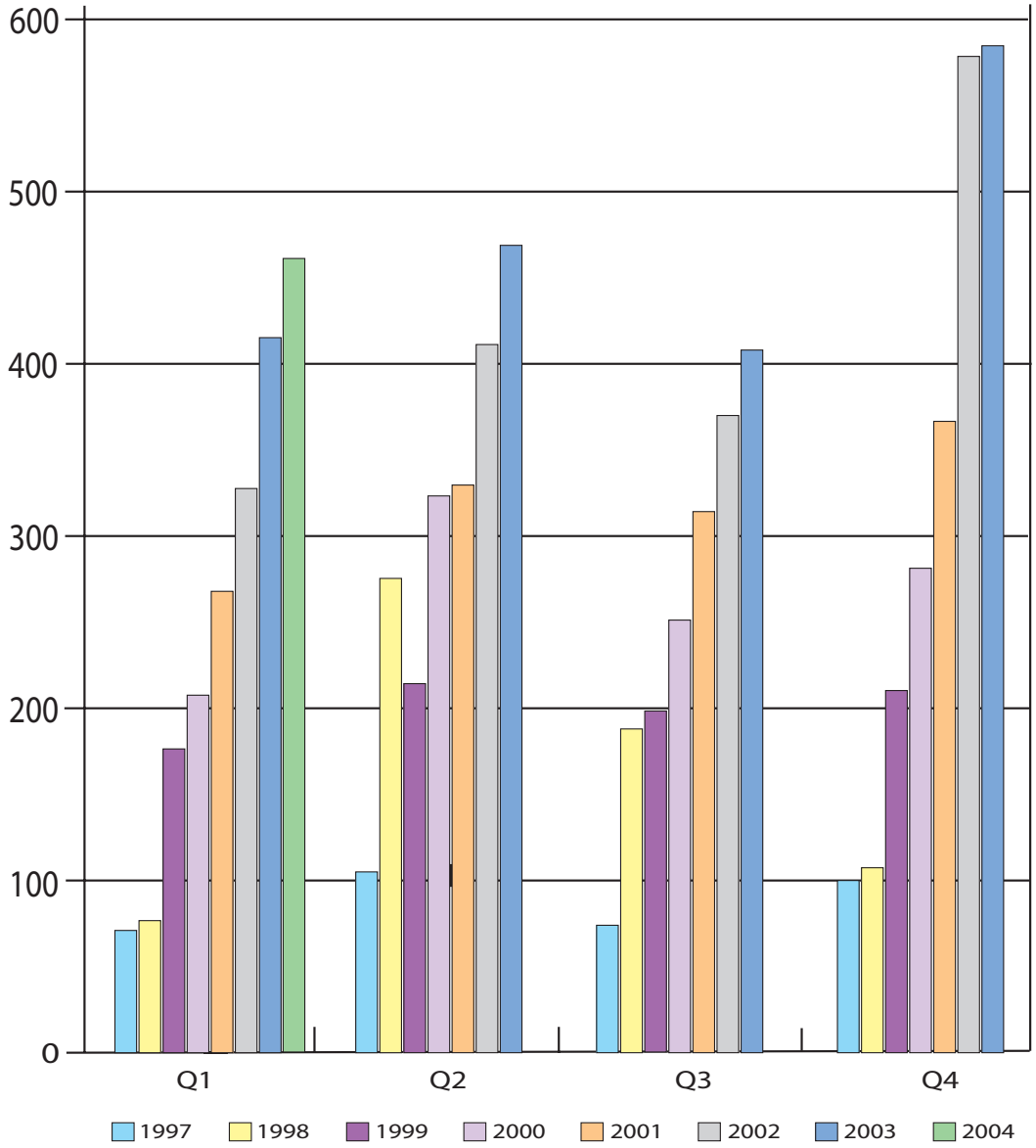
+0,7 Mkr till 13,2 (12,5) Mkr

Profil: -0,6 Mkr till 1,9 (2,5) Mkr

Detalj: +1,3 Mkr till 11,3 (10,0) Mkr

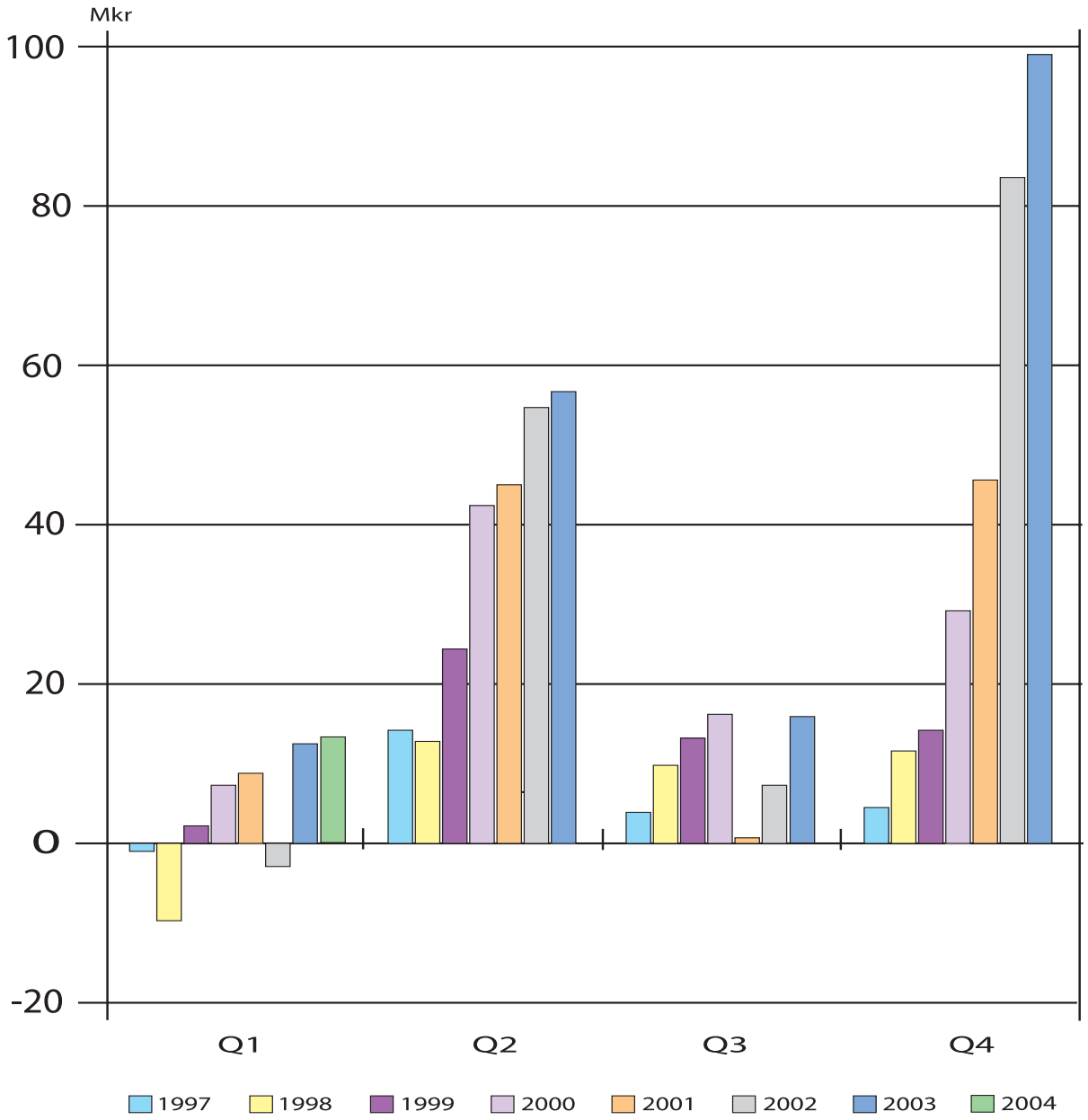
© 2003 New Wave Group AB

Försäljning



© 2002 New Wave Group AB

Resultat efter finansnetto



© 2002 New Wave Group AB

Omsättning per land (Mkr)

LAND	JAN–MARS 2004	JAN–MARS 2003	FÖRÄND. MNKR	FÖRÄNDR. %
Sverige	204,4	204,2	0,2	0,1
Benelux	60,6	42,3	18,3	43,3
Norge	33,4	35,0	-1,6	-4,6
Finland	32,2	31,9	0,3	0,9
Tyskland	31,0	20,7	10,3	49,8
Italien	26,0	21,3	4,7	22,1
Spanien	22,2	15,2	7,0	46,1
Frankrike	16,5	8,1	8,4	103,7
England	12,9	16,2	-3,3	-20,4
Danmark	11,3	9,1	2,2	24,2
Schweiz	4,9	0,5	4,4	880,0
Övrigt utlandet	13,4	10,7	2,7	25,2
Totalt	468,8	415,2	53,6	12,9

© 2003 New Wave Group AB

Viktiga händelser kvartal 1

- ✔ Integrationen av Swedish Matchs Profilklädesdistribution (Texet) går enligt plan.
- ✔ Etableringen och försäljningsstarten i Schweiz går enligt plan.
- ✔ Resultatet belastat med cirka 2.5 mnkr, avseende Schweiz, Kina, Yrkeskläder och integrationen av Swedish Match (Texet).
- ✔ Fortsatt ökning av bruttomarginalen.
- ✔ Avsiktsförklaring om förvärv av Jobman Workwear.
- ✔ Beslut att genomföra nyemission om cirka 151 mnkr.
- ✔ Tidigare förslag om höjd utdelning till 2,50 (1,75) kr ligger fast.

© 2003 New Wave Group AB

JOBMAN

WORKWEAR

Gör oss äntligen till en stark aktör inom alla tre produktområdena profilkläder, yrkeskläder och presentreklam.

NewWave GROUP

© 2004 New Wave Group AB
JOBMAN-1

Köpeskilling

Köpeskilling 176 Mkr i grundköpeskilling
+ tilläggsköpeskilling under 3 år.

Vid oförändrat resultat totalt 194 Mkr.

Eget kapital ..... 114 Mkr
Goodwill mot grundköpeskilling ..... 62 Mkr
P/E-tal, grundköpeskilling 8
Omsättning ..... ca 150 Mkr
Resultat före skatt ..... 30,5 Mkr
Resultat efter schablonskatt ..... 22 Mkr

Merparten av försäljningen i Sverige.
Ulf Svensson och Leif Jondring kvar.

© 2004 New Wave Group AB
JOBMAN-2

NewWave GROUP

Positivt

- ✔ Stora möjligheter till internationell expansion.
- ✔ Förbättrar och underlättar möjligheterna med Projob.
- ✔ Tillförsel av hög kompetens.
- ✔ Förstärker vårt utbud till kund – även det befintliga.
- ✔ Kan tillsammans med Projob bli en verklig utmanare i Sverige.
- ✔ Rimligt pris.

© 2004 New Wave Group AB
JOBMAN-3

NewWave GROUP

Finansiering

- ✔ 20 Mkr i riktad nyemission till säljaren.
- ✔ 156 Mkr i pengar.
- ✔ Nyemission om 150 Mkr genomförs.
- ✔ Huvudägare Torsten Jansson garanterar sin andel om ca 55 Mkr.
- ✔ Nyemissionen skapar också utrymme för att expandera Jobman i Europa.

© 2004 New Wave Group AB
JOBMAN-4

NewWave GROUP

Nyemission

- ✔ Totalt cirka 151 mnkr.
- ✔ 25 st aktier berättigar till teckning av två nya B-aktier.
- ✔ Emissionskurs 130 kr/aktie.
- ✔ Avstämningsdag 3 maj 2004.
- ✔ Teckning och betalning 6–21 maj 2004.
- ✔ Huvudägaren, Torsten Jansson, garanterar att teckna sin andel, vilket innebär cirka 55 mnkr.

© 2003 New Wave Group AB

Nyemission – tidsplan

28 april:	Sista dagen inklusive rätt till deltagande.
29 april:	Första dagen exklusive rätt till deltagande.
3 maj:	Avstämningsdag för deltagande i nyemissionen.
6 maj:	Första dagen för handel i teckningsrätter samt teckning och betalning av B-aktier.
17 maj:	Sista dagen för handel i teckningsrätter.
21 maj:	Sista dagen för teckning och betalning.

© 2003 New Wave Group AB

Resultaträkningar

MKR	3 Mån Jan-Mar 2004	3 Mån Jan-Mar 2003	12 Mån JAN-DEC 2003	12 Mån JAN-DEC 2002
Nettoomsättning	**468,8**	**415,2**	**1.881,9**	**1.687,3**
Övriga intäkter	3,1	0,4	13,5	2,2
Handelsvaror	-256,7	-239,4	-1047,2	-980,7
Bruttovinst	**215,2**	**176,2**	**848,2**	**708,8**
Bruttovinstmarginal	**45,9%**	**42,4%**	**45,1%**	**42,0%**
Övriga externa kostnader	-105,5	-83,1	-335,1	-278,0
I % av intäkterna	22,5%	20,0%	17,8%	16,5%
Personalkostnader	-78,8	-63,4	-263,9	-216,3
I % av intäkterna	-16,8%	-15,3%	-14,0%	-12,8%
Avskrivningar	-11,9	-10,1	-39,6	-32,7
Övriga kostnader	0,0	-2,0	-4,5	-2,8
Rörelseresultat	**19,0**	**17,6**	**205,1**	**179,0**
Rörelsemarginal	4,1%	4,2%	10,9%	10,6%
Finansnetto	**-5,8**	**-5,1**	**-23,8**	**-33,9**
Resultat efter finansiella poster	**13,2**	**12,5**	**181,4**	**145,2**
Skatt på periodens resultat	-4,3	-3,1	-46,5	-30,8
Minoritetens andel av periodens resultat	0,9	0,8	-1,3	-10,0
Periodens resultat	**9,8**	**10,2**	**133,6**	**104,4**
Vinstmarginal	**2,1%**	**2,5%**	**7,1%**	**6,2%**
Resultat per aktie kr	0,68	0,70	9,21	7,20

© 2003 New Wave Group AB

Nyckeltal

MKR	JAN - MARS 2004	JAN - MARS 2003	JAN - DEC 2003	JAN - DEC 2002	JAN - DEC 2001
Försäljningstillväxt %	12,9	26,8	11,5	32,0	20,2
Antal årsanställda	851,0	735,0	806,0	729,0	422,0
Bruttovinstmarginal %	45,2	42,4	45,0	42,0	40,6
Rörelsemarginal %	4,0	4,1	10,9	10,6	10,0
Vinstmarginal %	2,1	2,5	7,1	6,2	6,4
Avkastning på eget kapital %	6,3	7,9	23,8	22,0	20,9
Avkastning på sysselsatt kapital %	5,2	6,0	16,5	16,9	14,7
Soliditet %	32,9	37,9	37,4	37,9	40,5
Nettoskuld Mkr	904,3	662,0	670,6	629,0	519,7
Varulagrets omsättningshastighet ggr	1,3	1,4	1,6	1,6	1,5
Nettoinvesteringar Mkr	53,9	8,3	76,7	153,6	85,1
Kassaflöde före investeringar Mkr	-45,3	-24,5	72,7	160,7	94,5
Kassaflöde efter investeringar Mkr	-99,2	-32,8	-4	7,1	9,4
Eget kapital per aktie Kr	43,19	35,95	42,25	35,26	29,99

© 2003 New Wave Group AB

Kraftig tillväxt 2004–2005

- ✔ Schweiz: Försäljningsstart 15/1 2004 – bra start!
- ✔ Projob: Försäljningsstart 15/8 2004
- ✔ Lager för Harvest/Printer i Spanien 1/3 2004
- ✔ Lager för Harvest/Printer i Schweiz 1/9 2004
- ✔ Lager för Sagaform Profil i Benelux 1/9 2004
- ✔ D&J/Inside Out startas i Italien 1/1 2004
- ✔ D&J/Inside Out startas i Spanien 1/7 2004
- ✔ Craft startas i Schweiz 15/8 2004, med egen distribution
- ✔ Sagaform etableras i Schweiz 1/9 2004

© 2003 New Wave Group AB

Kraftig tillväxt 2004–2005 forts.

- ✔ Ökad internationell fokusering av Craft på övriga länder
- ✔ Tjeckien och Polen förbereds för start närmaste året
- ✔ Förra årets Kinaetableringar tar form
- ✔ D&J startades i Benelux 1/11 2003

Vi har aldrig haft så hög takt!

© 2003 New Wave Group AB

Tillväxt

- ✔ Dessa etableringar skall lyfta organisk tillväxt till 10–15% om cirka 6–12 månader.
- ✔ En vänding i Norden kommer att komma. Frågan är när? Stor potential!
- ✔ SMAP in 1/1 - 04

Vi har kapacitet för ytterligare förvärv. Detta ger en hög tillväxttakt de närmaste åren.

© 2003 New Wave Group AB

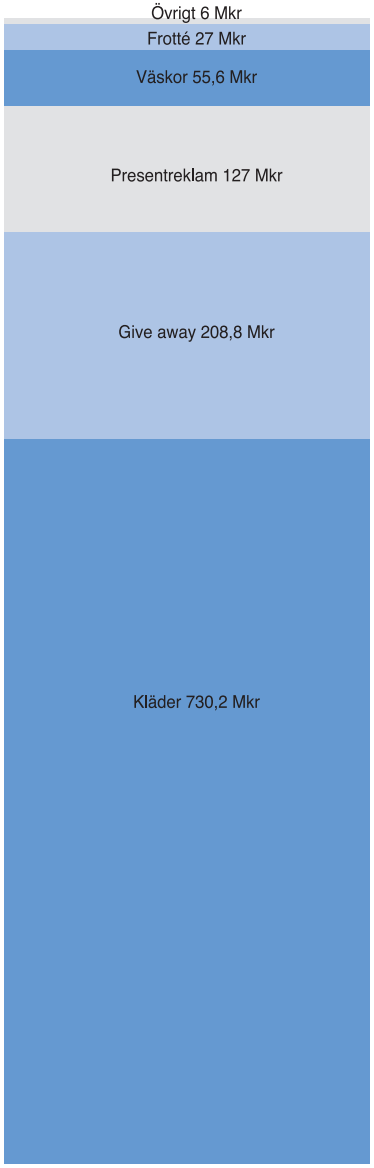
Mål

- ✔ Omsättning: 20% eller mer/år
- ✔ Resultat: Fortsatta ökningar
- ✔ Vi är väl förberedda framåt och känner stor positivitet!

© 2003 New Wave Group AB

Detta är New Wave

Profil: 1155 Mkr



Detalj: 727 Mkr

Omsättning per år i Mkr inom resp. produktområde.

© 2003 New Wave Group AB

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
- ✔ Affärsområde Profil

Synergier: design, produktutveckling, inköp och distribution.

© 2002 New Wave Group AB

Strategisk fördelning – affärsområden

- ✔ Profil 60–80 %
  Detaljhandel 20–40 %
- ✔ Riskspridning

© 2002 New Wave Group AB

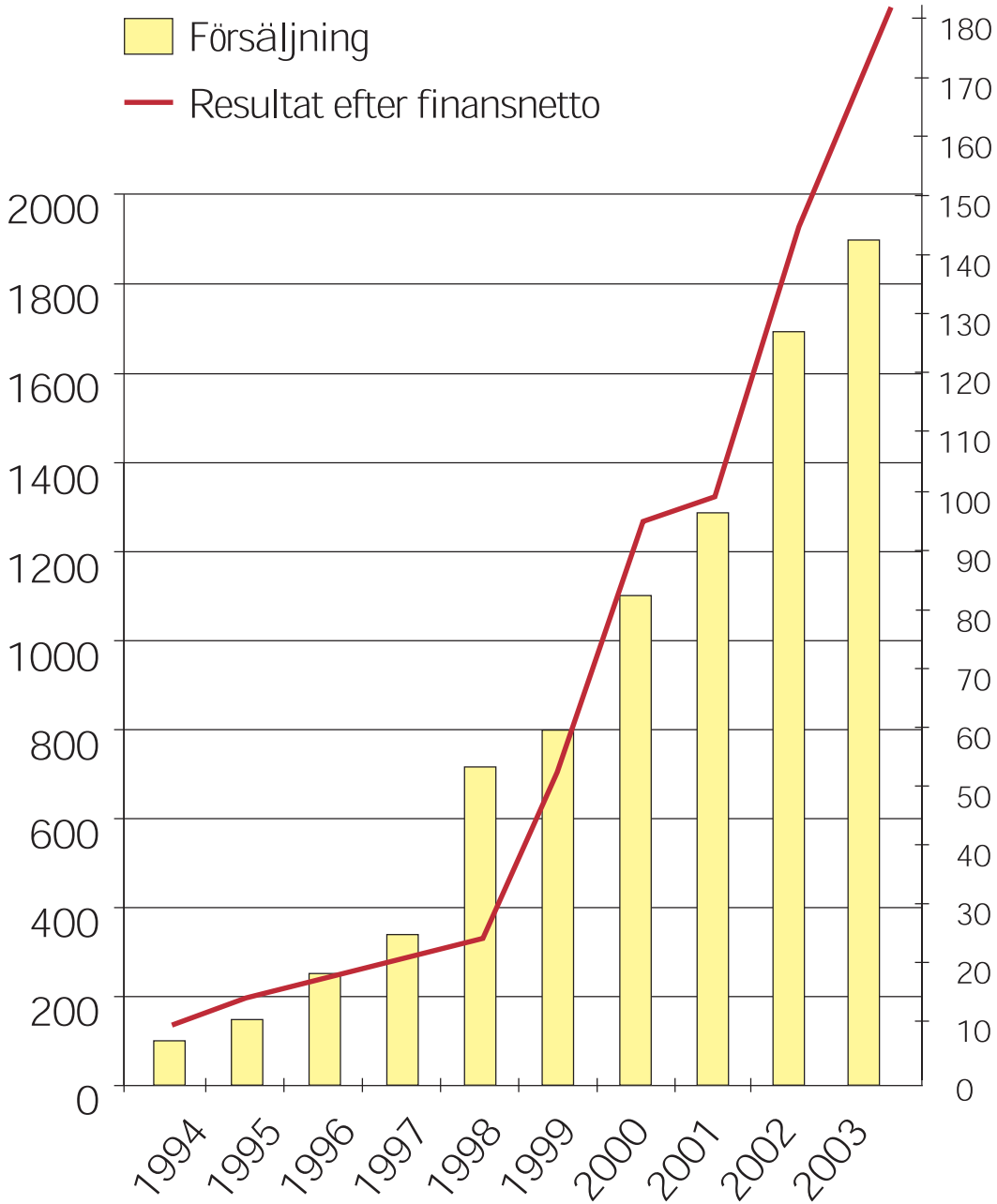
Visste du...

...att New Wave Group under sina varumärken (2003) sålde cirka…

- ✔ 4,2 miljoner enfärgade T-shirts i Sverige och 5,0 miljoner i övriga Europa?
- ✔ 480 tusen pikétröjor i Sverige och 1,7 miljoner i övriga Europa?
- ✔ 266 tusen skjortor i Sverige och 520 tusen i övriga Europa?
- ✔ 34 miljoner företagspennor i Europa?

© 2002 New Wave Group AB

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 Texet AB, etableringar dels av Cyberwave och Make Your Own Design, dels i Frankrike
- ✔ **2001** Förvärv av Textwear A/S, Sagaform AB, Segerkoncernen AB
- ✔ **2002** Förvärv av Frantextil AB, X-Tend B.V., Lensen Beheer B.V.
- ✔ **2003** Etablering i Kina. Etablering av yrkeskläder.
- ✔ **2003** Etablering i Schweiz.

© 2002 New Wave Group AB

Vision – affärsområde Profil

Att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter

genom att erbjuda...

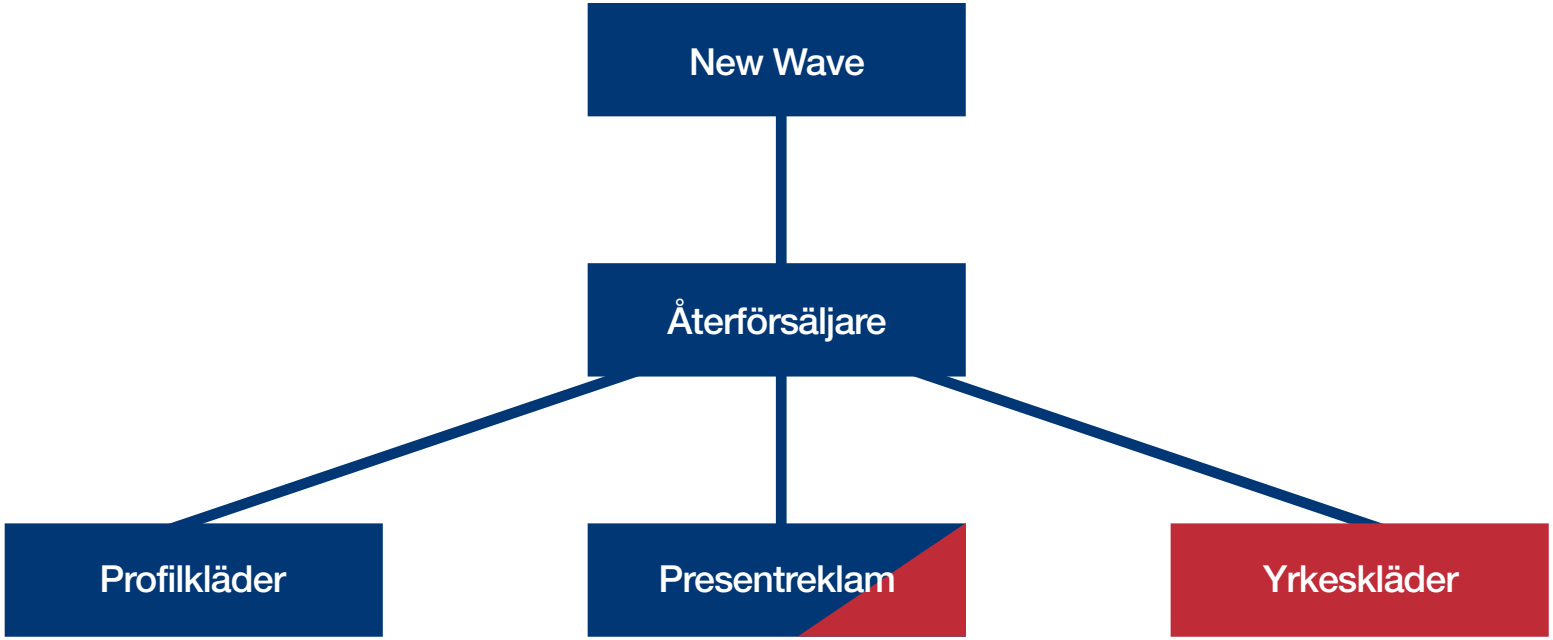
- ✔ bra produkter.
- ✔ starka varumärken.
- ✔ hög kunskap och service.
- ✔ ett överlägset helhetskoncept till återförsäljare, innefattande e-handelslösningar och marknadsföringslösningar m m.

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

© 2002 New Wave Group AB

Produkttäckning

Existerande
Möjligheter



- Skjortor
- T-shirt
- Sweatshirt
- o.s.v.

FULL PRODUKTTÄCKNING

- Väskor
- Gåvor
- Frotté
- Pennor
- Miniräknare
- Nyckelringar
- Tändare
- o.s.v.

GOD PRODUKTTÄCKNING

- Arbetsoveraller
- Arbetsjackor
- o.s.v.

INGEN PRODUKTTÄCKNING

© 2003 New Wave Group AB

Följande ägda varumärken distribueras inom affärsområde Profil:

CLIQUE REG. TRADEMARK

NewWave

TEXAS BULL

GRIZZLY

COTTOVER

MAC ONE

JINGHAM

JAMES HARVEST sports wear

Printer ACTIVE WEAR

airak CLOTHES TO LIVE IN

sagaform

TOPPOINT

PRO JOB

© 2002 New Wave Group AB

NewWave GROUP

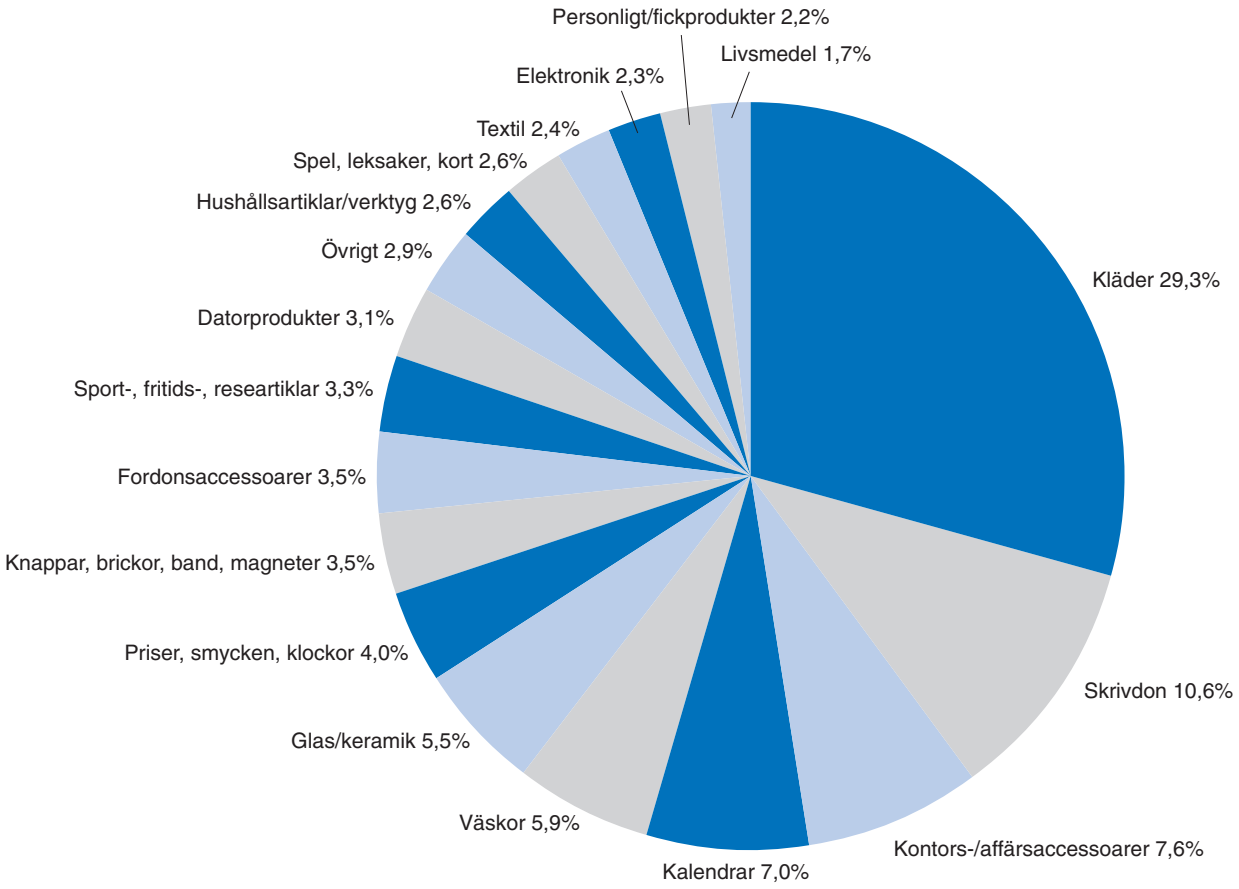
Profil- och presentreklammarknadens omsättning

	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%
Österike	2 318	0	0,0%
Totalt	100 262	1 045	

*I detta segment ingår även lättare yrkeskläder.

© 2003 New Wave Group AB

Profilmarknaden



% av försäljningen (försäljningsvärdet i återförsäljarledet) inom varje produktområde. (PPAI 2001)

© 2003 New Wave Group AB

Hur skall vi lyckas med yrkeskläder?

Våra konkurrenter har:

- ✔ Starka varumärken (Fristad, Snickers, Blåkläder, Jobman m.fl.)
- ✔ God lönsamhet
- ✔ Hög bruttovinst (vissa över 50 procent)
- ✔ Bra produkter
- ✔ Trogna användare
- ✔ Tillräckligt mycket kapital för att vara uthålliga

© 2003 New Wave Group AB

Hur skall vi lyckas med yrkeskläder?

- ✔ Vi har internationell distribution.
- ✔ Vi kommer att skapa en massa nya återförsäljare av yrkeskläder, d.v.s. den kundmassa som idag inte säljer yrkeskläder men som vill göra det. I Sverige gäller det ca 300 st.
- ✔ Vi kommer att erbjuda yrkeskläder till befintliga återförsäljare och där utnyttja den fördel vi har som marknadsledande inom profilkläder.
- ✔ Vi blir marknadens enda trovärdiga alternativ för de återförsäljare som vill sälja både profilkläder, presentreklam och yrkeskläder.

© 2003 New Wave Group AB

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.

© 2002 New Wave Group AB

Affärsområde Detaljhandel

Följande *ägda* varumärken distribueras inom affärsområde Detaljhandel:

- ✔ CRAFT – funktionella sportkläder
- ✔ CLIQUE – baskläder till sportfackhandeln i form av T-shirts, etc.
- ✔ baz – baskläder till dagligvaruhandeln i form av T-shirts, etc.
- ✔ SEGER – strumpor, mössor, etc.
- ✔ PAX – barnskor
- ✔ mari DC – damskor
- ✔ saga form – gåvor
- ✔ Lord Nelson – hemtextil
- ✔ Queen Anne – hemtextil

© 2002 New Wave Group AB

NewWave GROUP

Affärsområde Detaljhandel

Följande varumärken distribueras i Sverige på licens- eller agentbasis:

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

SvFF

UMBRO

2003–2008

© 2002 New Wave Group AB

NewWave GROUP

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?

© 2002 New Wave Group AB

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	1.881,9	194.9	12 %

© 2002 New Wave Group AB

...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 %
2003	181,3	36,1	25,0 %

© 2002 New Wave Group AB

New Waves framgångsfaktorer

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

© 2003 New Wave Group AB

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...

© 2003 New Wave Group AB

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!

Innan vi har nått dem kommer nya!

© 2003 New Wave Group AB

NewWave GROUP

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
GROUP

© 2002 New Wave Group AB