

NewWave

Presentation av
NewWave
G R O U P



NewWave
G R O U P

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, IT och distribution.

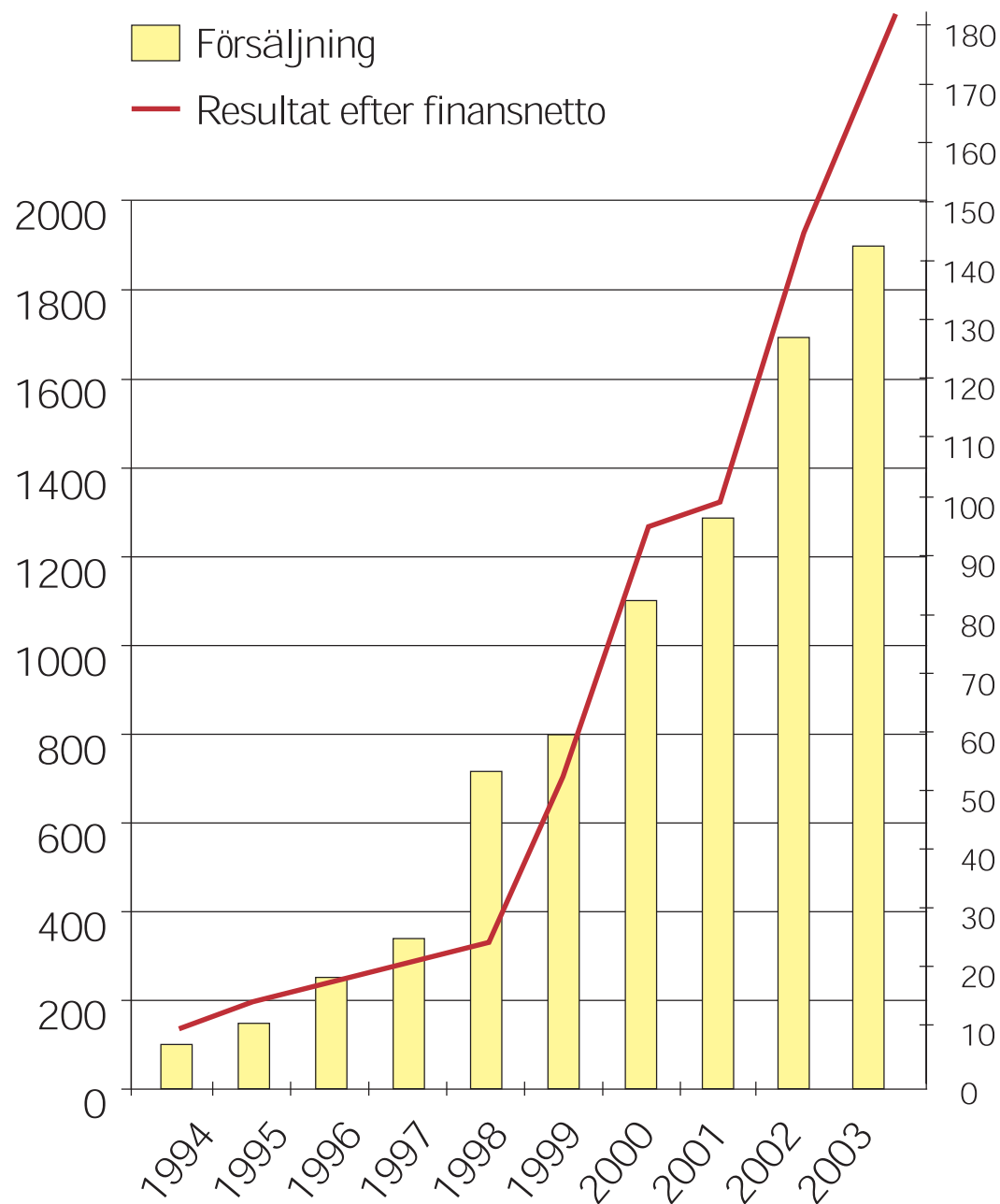
Visste du...

...att New Wave Group under sina varumärken (2004) sålde cirka...

- ✓ 5 miljoner enfärgade T-shirts i Sverige och 8 miljoner i övriga Europa?
- ✓ 550 000 pikétröjor i Sverige och 3 miljoner i övriga Europa?
- ✓ 400 000 skjortor i Sverige och 600 000 i övriga Europa?
- ✓ 37 miljoner företagspennor i Europa?



New Wave – historik



- ✓ **1990** Sverige och Norge.
- ✓ **1994** Finland och Italien.
- ✓ **1996** Förvärv av Craft.
- ✓ **1997** Danmark, Spanien och Tyskland.
- ✓ **1998** Förvärv av Hefa-koncernen.
- ✓ **1999** Holland och England.
- ✓ **2000** Förvärv av Textet AB. Frankrike.
- ✓ **2001** Förvärv av Sagaform och Segerkoncernen.
- ✓ **2002** Förvärv av Frantextil, X-Tend och Toppoint.
- ✓ **2003** Kina och Schweiz. Etablering av yrkeskläder.
- ✓ **2004** Förvärv av SMAP, DAD Sportswear och Jobman.
- ✓ **2005** Förvärv av Dahetrakoncernen. Förvärv av Orrefors KostaBoda-koncernen. Förvärv av Intraco-koncernen. Irland, Wales och Ryssland.

Vision – affärsområde Profil

Att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter

genom att erbjuda...

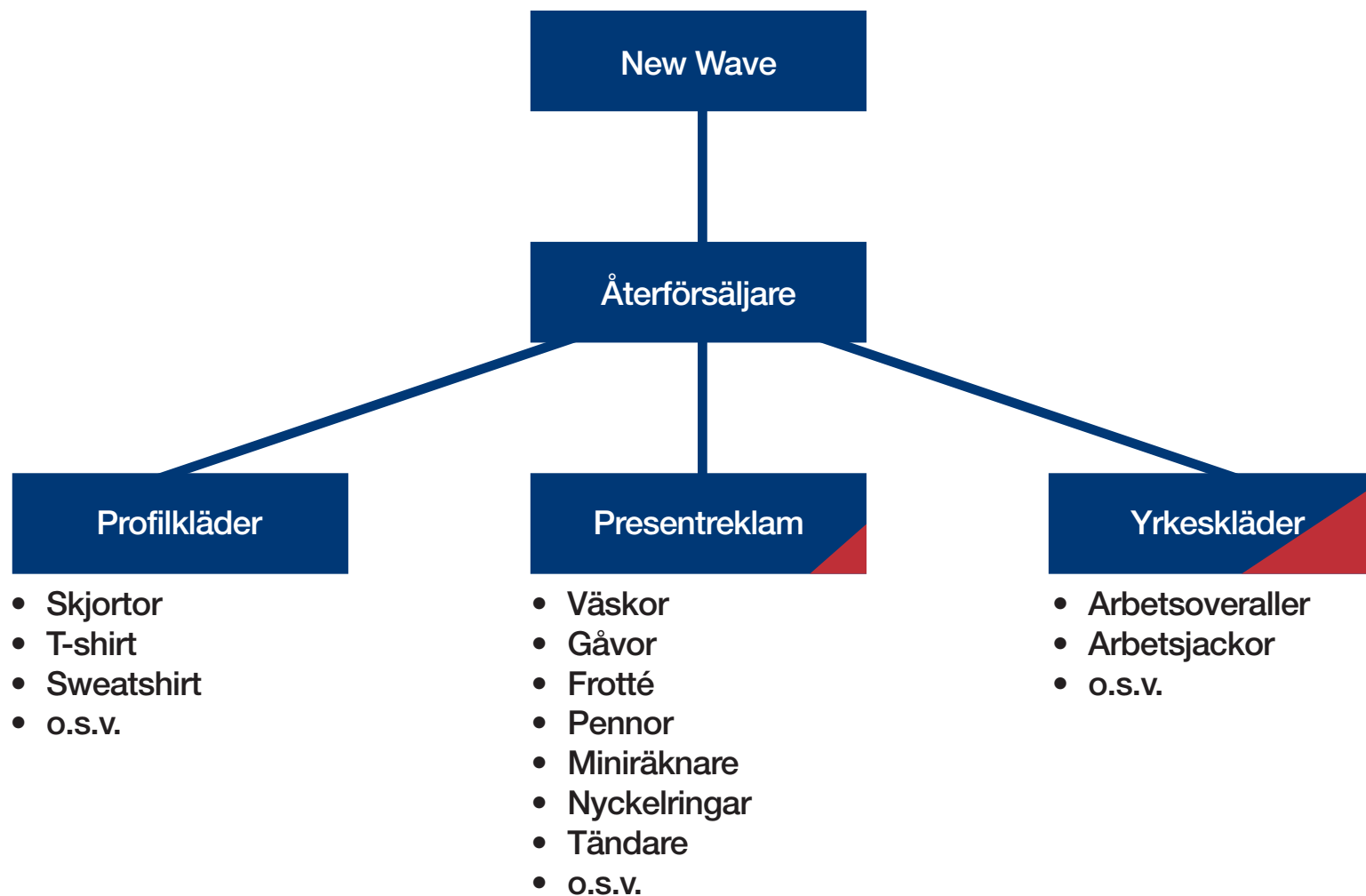
- ✓ bra produkter.
- ✓ starka varumärken.
- ✓ hög kunskap och service.
- ✓ ett överlägset helhetskoncept till återförsäljare, innefattande e-handelslösningar och marknadsföringslösningar m m.
- ✓ åf en heltäckande leverantör av produkter inom profilkläder, yrkeskläder och presentreklam.

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

MYCKET GOD PRODUKTTÄCKNING

GOD PRODUKTTÄCKNING

Följande ägda varumärken distribueras inom affärsområde Profil:



NewWave

Framtida tillväxt PROFIL

- ✓ Nya länder – gamla sortiment
- ✓ Gamla och nya länder – arbetskläder
- ✓ Gamla och nya länder – presentreklam
- ✓ Produktbreddning – arbetskläder/presentreklam

I Europa har vi lanserat våra koncept på kanske 5 procent av den potentiella marknaden – i ett ännu större perspektiv har vi precis inlett lanseringen.

Vision – affärsområde Detaljhandel

- ✓ Att bli Nordens största leverantör av sport- och fritidskläder.
- ✓ Att bygga Sagaform till ett av Europas största varumärken inom glas, kök, porslin och present.
- ✓ Att bygga de ägda varumärkena Craft och Seger till internationella varumärken inom funktionella sportkläder.
- ✓ Att bygga Orrefors och Kosta Boda till världens ledande varumärke på glassidan (inom glas och kristall).



Affärsområde Detaljhandel

Följande *ägda* varumärken distribueras inom affärsområde Detaljhandel:

✓ **CRAFT**  – funktionella sportkläder

✓  **CLIQUE**® – baskläder till sportfackhandeln i form av T-shirts, etc.

✓  **SEGER** – strumpor, mössor, etc.

✓  **PAX**® – barnskor

✓  **sagaform**® – gåvor

✓  **Lord NELSON** – hemtextil

✓  **Queen Anne** – hemtextil

✓  **Orrefors** – glas

✓  **KOSTA BODA** – glas

✓  **Sea Glas Bruk** – glas

Affärsområde Detaljhandel

Följande varumärken distribueras i Sverige på licens- eller agentbasis:

✓ **NORDICA** – skidsportutrustning

✓ **ROLLERBLADE** – inlines

✓ **EXEL** – innebandy- och skidutrustning

✓ **UMBRO** – fotbollskläder och -utrustning



UMBRO

2003–2008

Framtida tillväxt DETALJ

- ✓ **Craft** – ska bli ett av världens ledande varumärken på funktionella sportkläder
- ✓ **Sagaform** – har oerhört mycket kvar utanför Norden
- ✓ **Clique Retail** – ska rullas ut utanför Norden
- ✓ **Pax** – ska omvandlas från ”skomärke” till ”märke”

Januari–september 2005

✓ Omsättning:

+28% till 2.029 (1.590) Mkr

Profil: +25% till 1.335 (1.070) Mkr

Detalj: +33% till 694 (520) Mkr

Förvärvade enheter bidrog med 300 Mkr

✓ Resultat:

+0,2 Mkr till 122,4 (122,2) Mkr

Förvärvade enheter bidrog med 15,1 Mkr

Nyetableringar -25,7 Mkr

Profil: EBITDA 20,0 Mkr till 147,9 (127,9) Mkr

Detalj: EBITDA -8,2 Mkr till 29,5 (37,7) Mkr

Q3 juli–september 2005

✓ Omsättning:

+47% till 774 (525) Mkr

Förvärvade enheter bidrog med 201 Mkr.

Profil: +35% till 443 (328) Mkr

Detalj: +68% till 331 (197) Mkr

✓ Resultat efter finans:

27,8 Mkr till 56,4 (28,6) Mkr

Förvärvade enheter bidrog med 29,7 Mkr.

Kostnad för nyetableringar -8 Mkr.

Profil: EBITDA +15,5 Mkr till 44,9 (29,4) Mkr

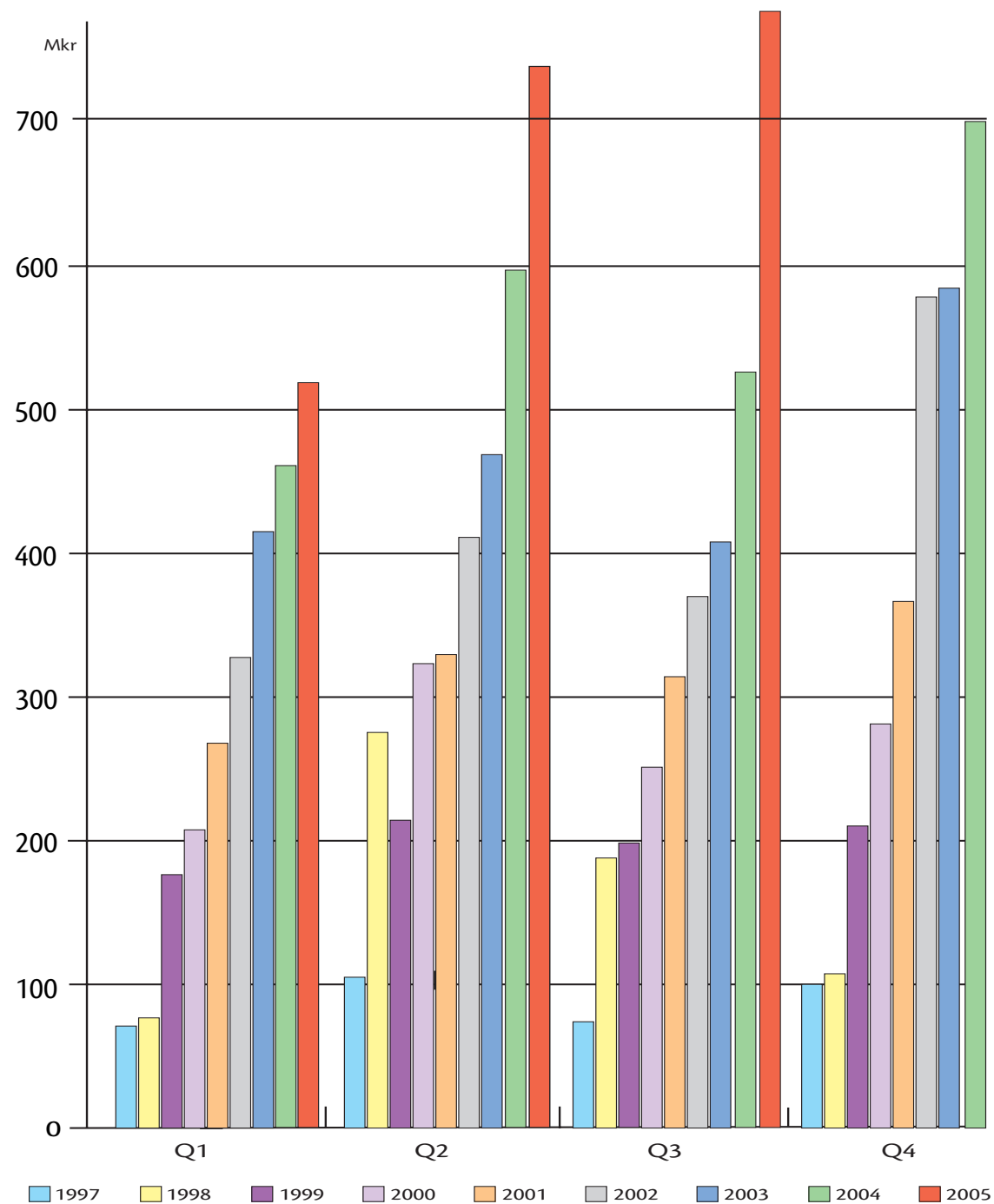
Detalj: EBITDA +21,9 Mkr till 35,1 (13,2) Mkr

Viktiga händelser kvartal 3

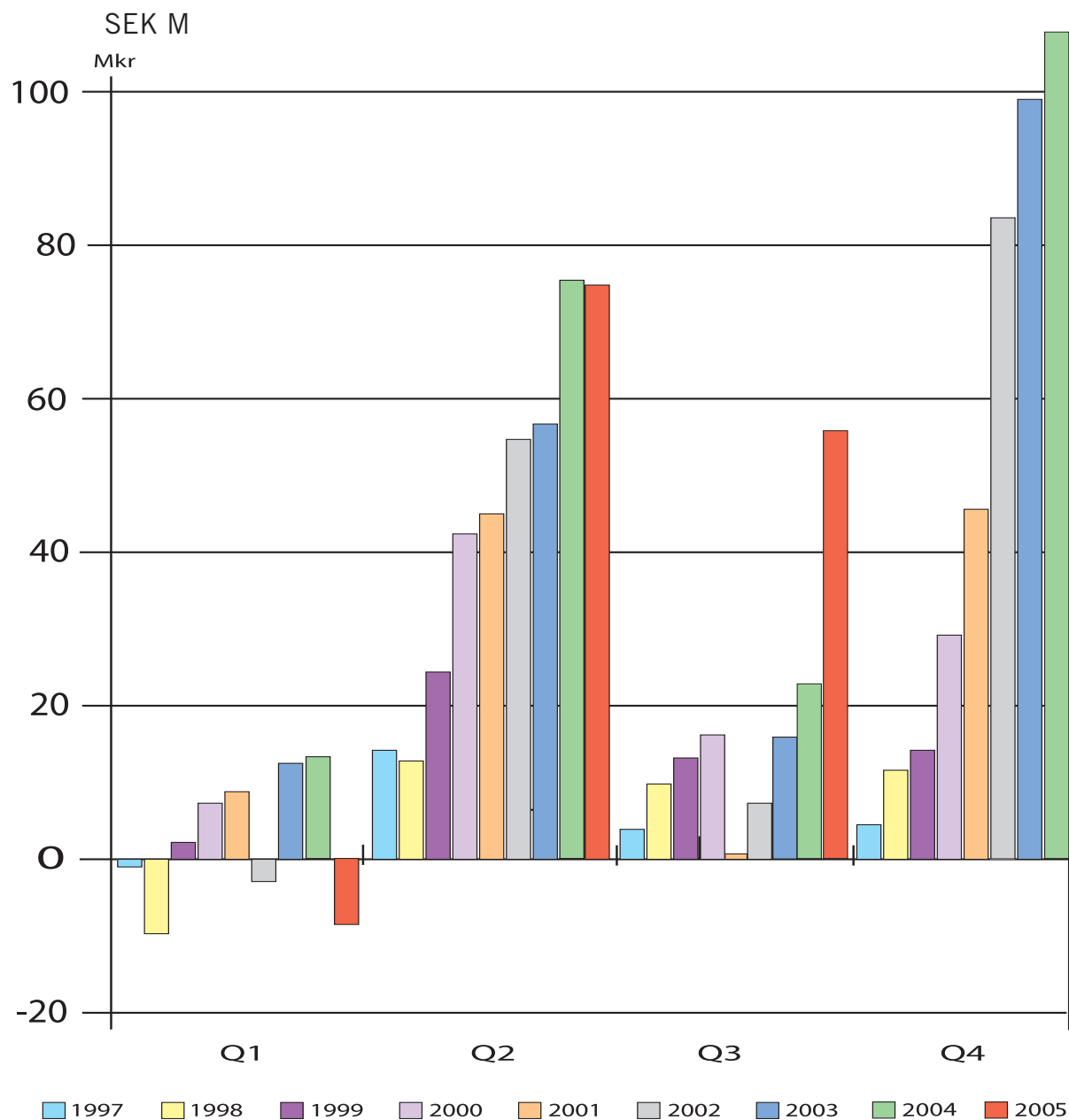
- ✓ Stora kostnadsbesparingar i Orrefors Kosta Boda genomförda:
 - Dessa börjar redan ge effekt.
 - Integration på försäljningssidan (Profil).
 - Orrefors Jernverk och Boda Linnewäfveri under bildande, försäljningsstart hösten 2006.
 - Beslut om att öppna tre nya Orrefors Kosta Boda flag ship stores i Shanghai.
 - Planer på att utveckla Glasriket.
 - Nya produkter.
- ✓ Kostnaden för nyetableringar 8,0 Mkr under tredje kvartalet.
- ✓ Fortsatt stark bruttovinst 46,6 (43,3)%.
- ✓ Begränsad effekt vid införande av kinesiska kvoter.
- ✓ Integrationen av Intraco påbörjad.

Försäljning

SEK M



Resultat efter finansnetto



Resultaträkningar

	9 Mån	9 Mån	12 Mån	12 Mån
	JAN-SEPT	JAN-SEPT	JAN-DEC	JAN-DEC
MKR	2005	2004	2004	2003
Nettoomsättning	2029,3	1589,9	2 302,2	1 881,9
Övriga intäkter	13,9	12,8	20,0	13,5
Handelsvaror	-1097,7	-872,5	-1246,4	-1047,2
Bruttovinst	945,5	730,2	1075,8	848,2
Bruttovinstmarginal	45,9%	45,1%	45,9%	44,4%
Externa kostnader	-439,8	-316,7	-440,2	-335,1
I procent	21,7%	19,9%	19,1%	17,8%
Personalkostnader	-325,7	-245,2	-341,1	-263,9
I procent	16,0%	15,4%	14,8%	14,0%
Avskrivningar	-25,9	-23,2	-29,6	-23,6
Övriga kostnader	-2,6	-2,7	-2,5	-4,5
Rörelseresultat	151,5	142,4	262,4	221,1
Rörelsemarginal	7,5%	9,0%	11,4%	11,7%
Finansnetto	-29,1	-20,2	-28,2	-23,8
Resultat efter finansiella poster	122,4	122,2	234,2	197,3
Skatt på periodens resultat	-28,8	-29,5	-61,3	-46,5
Periodens resultat	93,6	92,7	172,9	150,8
Resultat per aktie	1,46	1,51	2,80	2,55

Nyckeltal

	JAN - SEP	JAN - SEP	JAN - DEC	JAN - DEC
MKR	2005	2004	2004	2003
Försäljningstillväxt %	27,6	22,6	22,3	11,5
Antal årsanställda	2 389,0	1 017,0	1 269,0	806,0
Bruttovinstmarginal %	45,9	45,1	45,9	44,4
Rörelsemarginal %	7,5	9,0	11,4	11,7
Vinstmarginal %	4,6	5,8	7,5	8,0
Avkastning på eget kapital %	12,8	14,0	22,7	23,8
Avkastning på sysselsatt kapital %	9,1	11,9	16,6	16,5
Soliditet %	32,3	35,3	40,9	37,4
Nettoskuld Mkr	1 617,9	1 033,9	886,2	692,5
Varulagrets omsättningshastighet ggr	1,3	1,3	1,5	1,6
Nettoinvesteringar Mkr	114,3	263,3	245,4	80,0
Kassaflöde före investeringar Mkr	-317,6	-121,8	2,3	76,0
Kassaflöde efter investeringar Mkr	-431,9	-385,1	-243,1	-4,0
Eget kapital per aktie Kr	16,63	13,12	14,36	10,57

Omsättning per land

LAND	JAN-SEP	JAN-SEP	FÖRÄNDRING	
	2005	2004	MKR	%
Sverige	821	684	137	20
Benelux	219	194	25	13
Norge	174	124	50	40
Tyskland	148	126	22	18
Finland	126	125	1	1
Italien	117	97	20	21
Danmark	78	37	41	111
Spanien	65	65	0	0
Frankrike	58	44	14	32
Schweiz	58	33	25	76
England	51	36	15	42
Övrigt utlandet	49	25	24	96
USA	65		65	N/A
Totalt	2 029	1 590	439	28

Nyetableteringar

- Schweiz (New Wave Group SA, Craft Suisse SA)
- Kina (stor förstärkning av inköp, försäljning och production)
- Yrkeskläder
 - Projob (Finland, Danmark, Benelux, Italien, Spanien
+ Storbritannien, Tyskland, Italien och Frankrike inom kort)
 - Jobman (Norge, Tyskland, Italien, Holland)
- Inside Out (Italien, Spanien, hösten 2004)
- Sagaform (Belgien, Spanien, England)
- Clique/NW (börjar lagerföras i Österrike)
- Craft (Spanien, England)
- Wales (multibrand project med lager)
- Irland (multibrand project med leveranser från Wales)
- Ryssland (delägt 51% bolag, inga lager, Sagaform + Clique/NW)
- Ökad risk
- Ökad tillväxt

OKB 2009

- ✓ Omsättning: minst 1 miljard
- ✓ Resultat före skatt: 150 mkr – minst 15% av försäljningen
- ✓ Minst 1 000 anställda

Prognos 2005

- ✓ Fjärde kvartalet blir avgörande för 2005.
- ✓ Tidigare prognos om ökat resultat och omsättning för 2005 kvarstår.



New Waves framgångsfaktorer

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

Våra mål

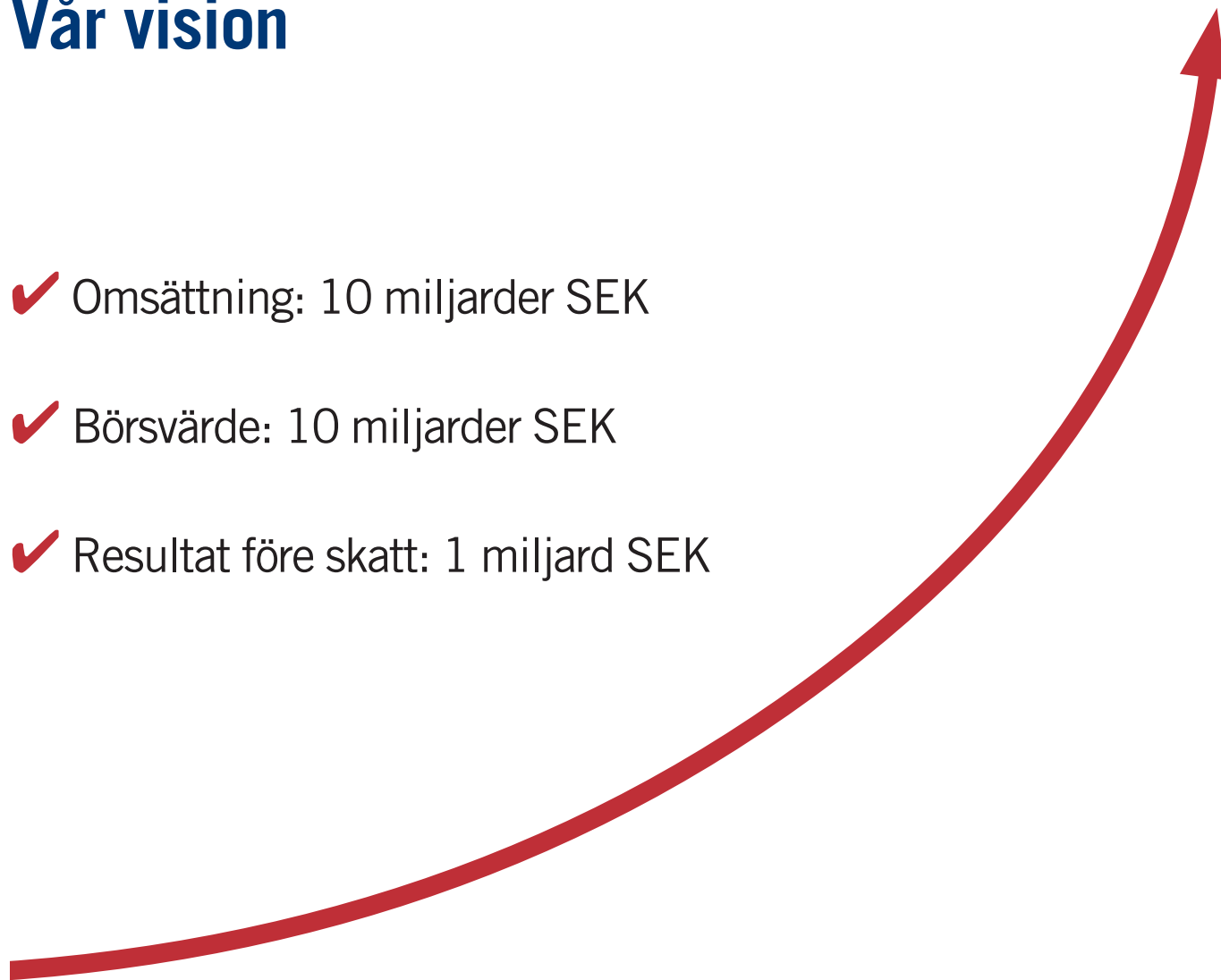
- ✓ Omsättning:
5 miljarder kronor
- ✓ Börsvärde:
5 miljarder kronor
- ✓ Resultat före skatt:
500 miljoner kronor

...och utan dessa, nu "vansinniga", mål kommer vi inte dit vi ska!
Innan vi har nått dem kommer nya!

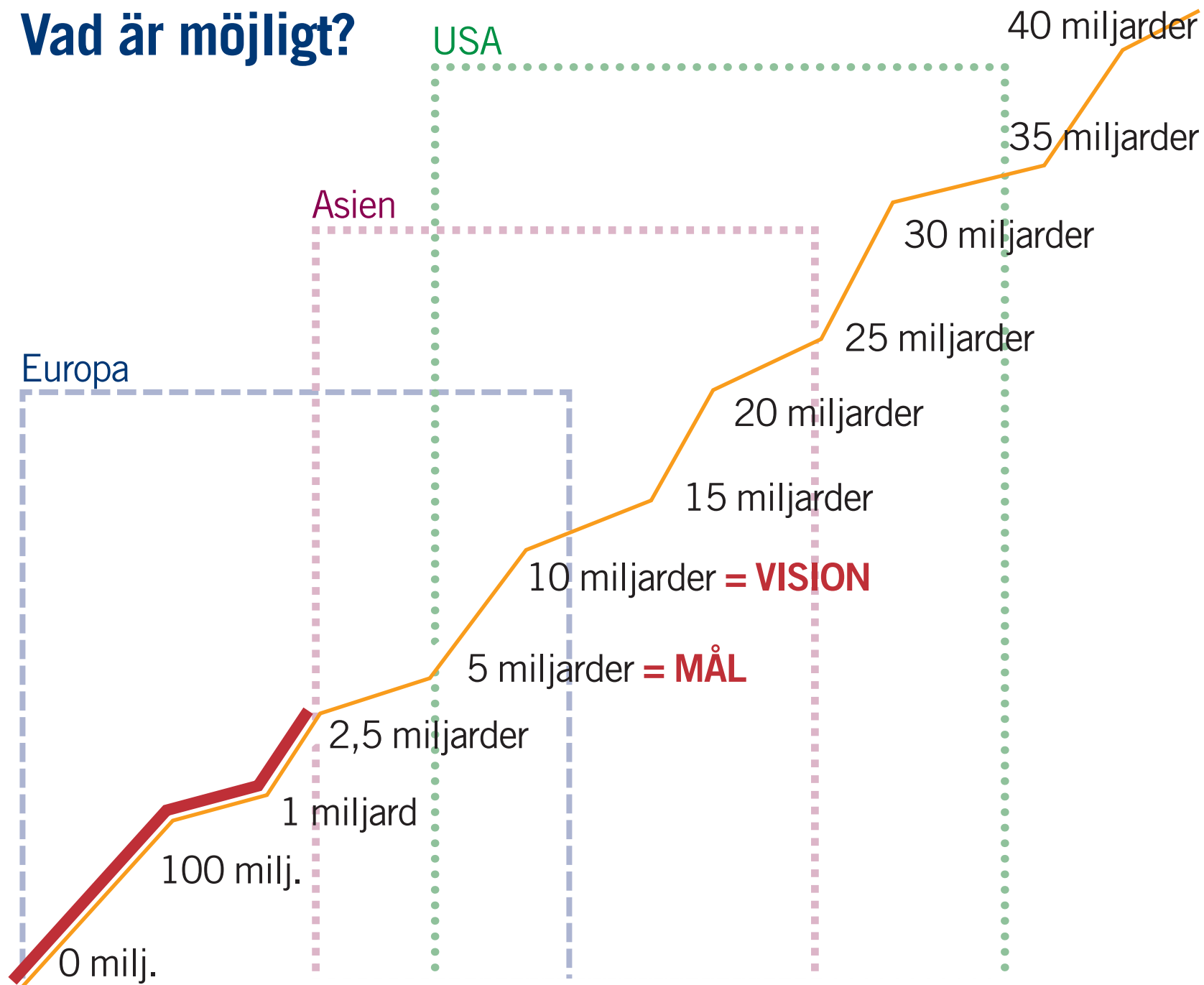
Vision: Ta de nya målen x 2!

Vår vision

- ✓ Omsättning: 10 miljarder SEK
- ✓ Börsvärde: 10 miljarder SEK
- ✓ Resultat före skatt: 1 miljard SEK



Vad är möjligt?



**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