



NewWave

G R O U P

Delårsrapport

Juli – september 2013

Detta är New Wave Group



- ★ New Wave Group är ett **tillväxtbolag**. Vi **skapar, förvärvar och utvecklar varumärken och produkter** för profil och detaljhandeln.
- ★ Vi har tre rörelsesegment: **Profil**; profilkläder, yrkeskläder och gåvor som säljs till oberoende profilåterförsäljare, **Sport & Fritid** samt **Gåvor & Heminredning**, till konsumenter genom detaljhandelsföretag som arbetar med specialiserade butiker.
- ★ Vi är verksamma genom två säljkanaler; **profilmarknaden** och **detaljhandelsmarknaden**. Genom att vara aktiv på båda dessa marknader uppnår koncernen en bra **riskspridning**. Vi uppnår även stora **samordningsfördelar** genom att stora delar av sortimentet kan användas på båda försäljningskanalerna.
- ★ New Wave Group's styrka är **design, inköp, logistik** och **marknadsföring** av våra varumärken.
- ★ Produkterna är huvudsakligen **tillverkade** i Asien och till en viss, mindre del i Europa.
- ★ New Wave Group har sedan starten uppvisat en stark **tillväxt** med bra **marginaler**.

Cutter & Buck är ett ledande sortiment av golfinspirerade kläder för män och kvinnor som uppskattar innovativa, högkvalitativa sportkläder.



Våra varumärken

Profil



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning



Våra rörelsessegment och marknader

New Wave Group distribuerar mer än 40 olika varumärken, varav fyra är licensierade varumärken. Resterande är helägda.

Varje varumärke kategoriseras till vilket av våra tre rörelsesegment det tillhör, Profil, Sport & Fritid och Gåvor & Heminredning.

Varumärkena distribueras både i försäljningskanalen profil och i försäljningskanalen detalj för att uppnå god riskspridning.

New Wave Group täcker in Profils alla tre undersegment, profilkläder, profilprodukter och arbetskläder.



Profil

Profil är uppdelat i tre undersegment; profilkläder, profilprodukter och arbetskläder.

Rörelsesegmentets hemmamarknad är de nordiska länderna som också står för största delen av försäljningen. Totalt står rörelsesegmentet för 39 % av koncernens försäljning 2012.

Varumärkena i rörelsesegmentet Profil säljs till största delen på profilmarknaden, men några varumärken säljs även på detaljhandelsmarknaden.



Profil profilkläder

New Wave Group erbjuder kläder anpassade för tryck och broderi som, i tillägg till pris och kvalitet, också täcker in alla användningsområden och storlekar – från prisvärda basplagg till detaljerade plagg i exklusiva material, fritids-, arbets- och sportkläder i klassiska och trendfärger, i storlekar från XS till XXXL.

- ★ *Harvest* profilkläder som skapar lagkänsla
- ★ *Jingham* basplagg i klassiska företagsfärger för stora volymer
- ★ *Clique* högkvalitativa basplagg och accessoarer i en mängd färger och storlekar
- ★ *New Wave* exklusiva och eleganta profilkläder
- ★ *Printer* enkel design till ett bra pris
- ★ *Grizzly* sportiga profilkläder av god kvalitet för aktiva människor
- ★ *Texas Bull* basplagg för aktiviteter som kräver stora volymer
- ★ *Mac One* bred kollektion klassiska plagg för intern och extern marknadsföring
- ★ *D.A.D* maritima profilkläder för ambitiösa företag
- ★ *Hurricane* starka basplagg



Profil profilprodukter

Konceptet profilprodukter är brett och segmentet täcker en mängd olika produkter och prisklasser.

New Wave Group kan erbjuda allt från pennor, USB-minnen och digitala fotoramar till väskor, bäddset och frotté.

- ★ *Lord Nelson* klassiska högkvalitativa bädd-, bad- och kökstextilier
- ★ *Queen Anne* bädd- bad- och heminredningsprodukter som ger bra värde för pengarna
- ★ *Wilson Staff* prisvärda högpresterande golfbollar som är väl lämpade för profilering (licensierat varumärke)
- ★ *Toppoint* gåvor såsom pennor, USB-minnen och logotops som förstärker ett företags identitet
- ★ *Nightingale* textilprodukter till oslagbara priser
- ★ *Cottover* högkvalitativa profilprodukter i frotté och fleece
- ★ *Philips* ett urval av Philips för profilmarknaden (licensierat varumärke)
- ★ *d-vice* innovativa högteknologiska prylar och manicker
- ★ *Lord Nelson* exklusiva bäddset och badtextilier



Inom vissa yrkesområden finns ett stort behov av skyddskläder. I Sverige drivs frågan hårt av fackföreningarna.

Profil arbetskläder

New Wave Group kan erbjuda arbetskläder för yrkeskategorier som bygg och anläggning, målare och murare, transport och service och hotell och restaurang.

Kollektionen omfattar allt, från underkläder till ytterplagg för alla årstider och väderförhållanden, varselkläder, skor, handskar, bärsystem och tillbehör.

Alla plagg och produkter är ergonomiska och hållbara och finns i storlek för både män och kvinnor.

★ *Jobman* arbetskläder för byggnadsarbetare, målare och transportföretag

★ *ProJob* komplett utbud av arbetskläder, inklusive skyddsskor, varselkläder och flamsäkra plagg



*Promowear brand James Harvest
Sportswear helps companies create a
winning team-spirit.*



Profil vision

Visionen för rörelsesegmentet Profil är att bli Europas ledande leverantör av profilprodukter och en av de ledande leverantörerna av profilprodukter i USA genom att erbjuda kunderna ett brett produktutbud, starka varumärken, god kunskap och service samt ett överlägset helhetskoncept.

Sport & Fritid

Sport & Fritid består av 14 olika varumärken. Två licensierade varumärken – Speedo och Umbro – säljs vid sidan av koncernens egna varumärken.

Sport & Fritid svarade för 46 % av koncernens försäljning 2012.

Den mesta försäljningen sker på detaljhandelsmarknaden (sportfackhandeln), men en del försäljning sker också på profilmarknaden.

- ★ *Speedo* världsledande varumärke inom badkläder (licensierat varumärke)
- ★ *Clique Retail* basplagg för aktiva människor
- ★ *Umbro* banbrytande ikoniskt fotbollsmärke (licensierat varumärke)
- ★ *Craft* exklusiva sportkläder för längdskidåkning, löpning, cykling och alpin skidåkning
- ★ *Segor* tekniskt stickade mössor och strumpor
- ★ *Cutter & Buck* oklanderliga klassiska golfplagg
- ★ *ANNIKA* Cutter & Bucks exklusiva damkollektion skapad i samarbete med Annika Sörenstam
- ★ *Sköna Marie* högkvalitativa bekväma damskor
- ★ *Kate Lord* sofistikerade och roliga golfinspirerade damplagg
- ★ *Auclair* en av Kanadas ledande leverantörer av handskar
- ★ *AHEAD* golfkepsar, golfplagg för män och golf tillbehör
- ★ *PAX* barnskor av högsta kvalitet
- ★ *Paris Glove* handskar för män, kvinnor och barn
- ★ *Laurentide* arbetshandskar, skyddshandskar och regnkläder



*Tekniskt stickad segermössa burna av
före detta alpinskidåkaren Anja
Persson.*



Sport & Fritid vision

Visionen för rörelsesegmentet Sport & Fritid är att göra de helägda varumärkena Craft och Seger internationella varumärken inom funktionella idrottskläder samt att göra Cutter & Buck till ett världsledande varumärke inom golf.

Visionen är att stärka Speedo på de svenska, norska och danska marknaderna.

Avseende våra nyförvärv vill vi lansera AHEAD i Europa och på sikt uppnå samma marknadsposition som i USA. Varumärket Auclair ska ta en ledande position även i Europa och vi ska samtidigt använda Paris Gloves starka distributionsplattform för att lansera koncernens andra varumärken i Kanada.

Sammantaget vill vi bli den ledande sportgrossisten, både i Sverige och övriga europeiska länder samt i USA.

Gåvor & Heminredning

Rörelsesegmentet Gåvor & Heminredning inkluderar 11 starka varumärken. Segmentets varumärken är totalt sett etablerade i 15 länder.

Gåvor & Heminredning stod 2012 för 15 % av koncernens försäljning.

Varumärkena säljs till största delen på detaljhandelsmarknaden, men några säljs också på profilmarknaden.

- ★ *Kosta Boda* handgjort glas med vågade former och djärva färger
- ★ *SEA Glasbruk* färgglatt och funktionellt glas för vardagsbruk
- ★ *Joyful Giftcard* välj din egen gåva
- ★ *Kosta Förlag* förlag med smak för livets goda
- ★ *Orrefors* klassiskt och elegant handgjort glas
- ★ *Sagaform* lustfyllda och innovativa gåvor
- ★ *Kosta Linnewärfveri* hemtextilier för den designmedvetne
- ★ *Orrefors Jernverk* svenskdesignade köksprodukter
- ★ *Kosta Outlet* 20 000 m² shopping
- ★ *Kosta Boda Art Hotel* glashotell, spa och konferensanläggning
- ★ *Linnéa Art Rest.* gourmetrestaurang som leds av Edin Dzemat





Gåvor & Heminredning vision

Visionen för Gåvor & Heminredning är att göra Orrefors och Kosta Boda ledande världsledande leverantörer av glas och kristall.

En del av visionen är också att använda innovativ och lekfull design för att göra Sagaform till en framstående spelare på de Nordeuropeiska profil- och detaljhandelsmarknaderna.

Det är koncernens ambition att bli en framstående leverantör på den Nordamerikanska profilmarknaden genom sin närvaro i USA och Kanada.



Finansiell information

Juli – september 2013



- ★ Försäljningen uppgick till 1 035 (1 054) mkr, -2 %
 - ★ *varav valutaeffekt -13 mkr (-1 %)*
 - ★ *förvärvad verksamhet 16 mkr*

- ★ Rörelseresultat uppgick till 92,8 (-139,9) mkr.
 - ★ *fjolåret inkluderar omstruktureringskostnad på 212 mkr*
 - ★ *förvärvad verksamhet bidrog med 4,0 mkr*

- ★ Resultat efter skatt uppgick till 57,8 (-120,0) mkr.
 - ★ *fjolåret inkluderar omstruktureringskostnad på 161,5 mkr*
 - ★ *förvärvad verksamhet bidrog med 2,5 mkr*

- ★ Kassaflöde från löpande verksamheten förbättrades och uppgick till -2,5 (-112,8) mkr



Juli – september 2013

★ Försäljning -2%, 1 035 (1 054) mkr

- ★ Försäljning i lokala valutor -1%.
- ★ Förvärvad verksamhet 16 mkr.
- ★ Profil +-0 %, Sport & Fritid +1 %. Gåvor & Heminr. -14 %.
- ★ Svaga marknadsförutsättningar.
- ★ Försäljningen svag främst i försäljningskanalen profil.

★ Rörelsessegment

- ★ Profil +-0 % till 342 (343) mkr
 - Minskning i främst Sverige, Norge och Finland medan Asien ökar.
- ★ Sport & Fritid +1 % till 563 (560) mkr
 - Förvärvad verksamhet 16 mkr
 - Svagare i främst Sverige men även USA pga fjolårets Ryder Cup tävling.
- ★ Gåvor & Heminredning -14 % till 130 (150) mkr
 - Minskning främst i försäljningskanalen profil samt exportmarknader.

Juli – september 2013

Intäkter per region

	JUL-SEP 2013	Andel av intäkter	JUL-SEP 2012	Andel av intäkter	Föränd. MSEK	%
Sverige	242	23%	262	25%	-20	-8
USA	306	30%	312	30%	-6	-2
Norden, exkl Sverige	154	15%	151	14%	3	2
Centraleuropa	178	17%	173	16%	5	3
Sydeuropa	77	7%	75	7%	2	3
Övriga länder	78	8%	81	8%	-3	-4
Totalt	1 035	100%	1 054	100%	-19	-2

Juli – september 2013

Resultaträkning

MSEK	3 mån jul-sep 2013		3 mån jul-sep 2012	
Intäkter	1 035,0		1 053,8	
Handelsvaror	-564,9		-688,9	
Bruttoresultat	470,1	45,4%	364,9	34,6%
Övriga rörelseintäkter	7,7		7,4	
Externa kostnader	-205,4		-245,5	
Personalkostnader	-162,5		-208,1	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-13,9		-53,1	
Övriga rörelsekostnader	-2,9		-5,9	
Andelar i intresseföretags resultat	-0,3		0,4	
Rörelseresultat	92,8	9,0%	-139,9	
Finansiella intäkter	1,8		2,2	
Finansiella kostnader	-14,9		-16,1	
Finansnetto	-13,1		-13,9	
Resultat före skatt	79,7		-153,8	
Skatt på periodens resultat	-21,9		33,8	
Periodens resultat	57,8		-120,0	
Resultat per aktie	0,87		-1,81	



Juli – september 2013

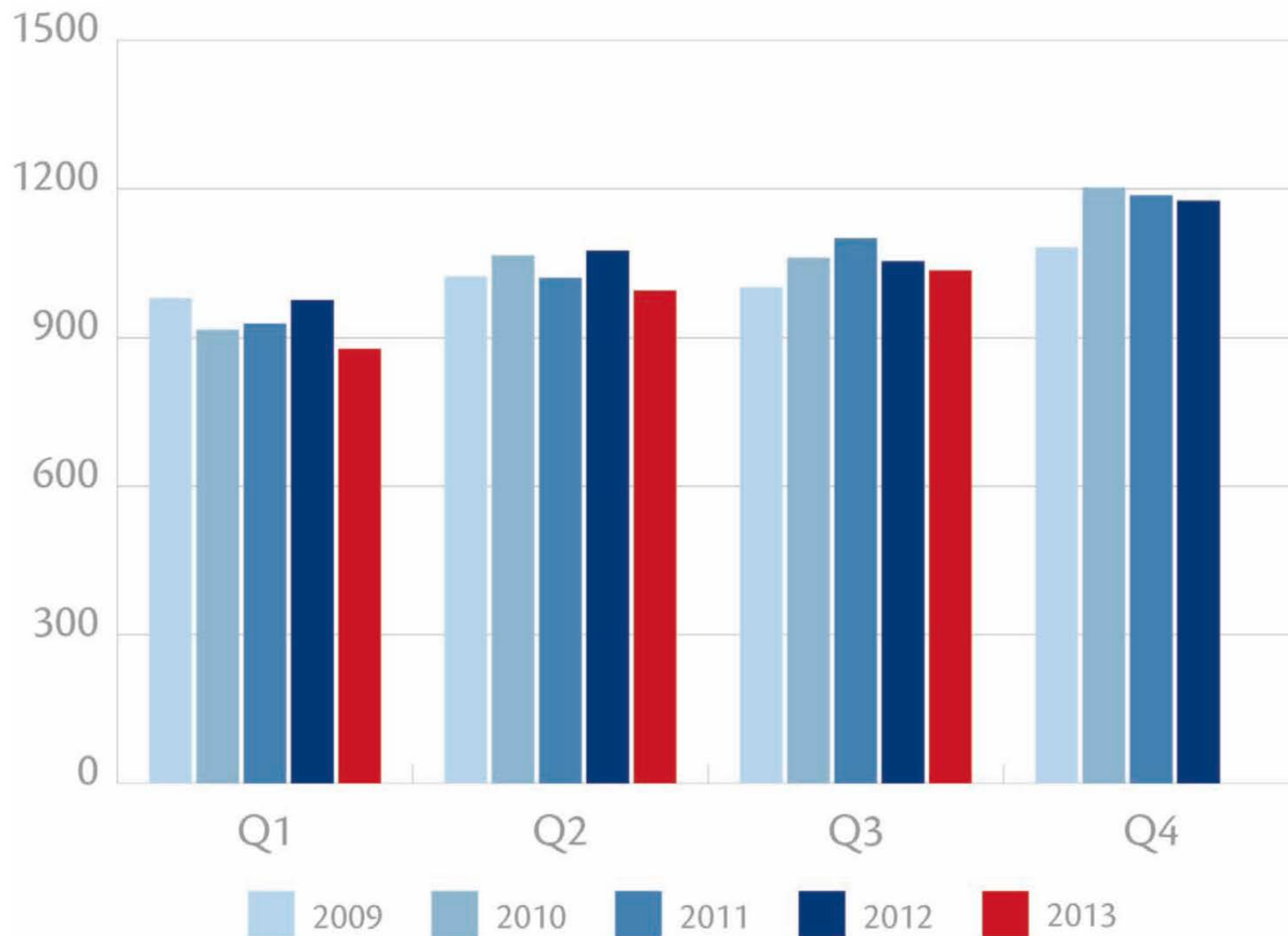
EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 27,3 (21,3) mkr**
 - ★ Omsättning i nivå med fjolåret, besparingar

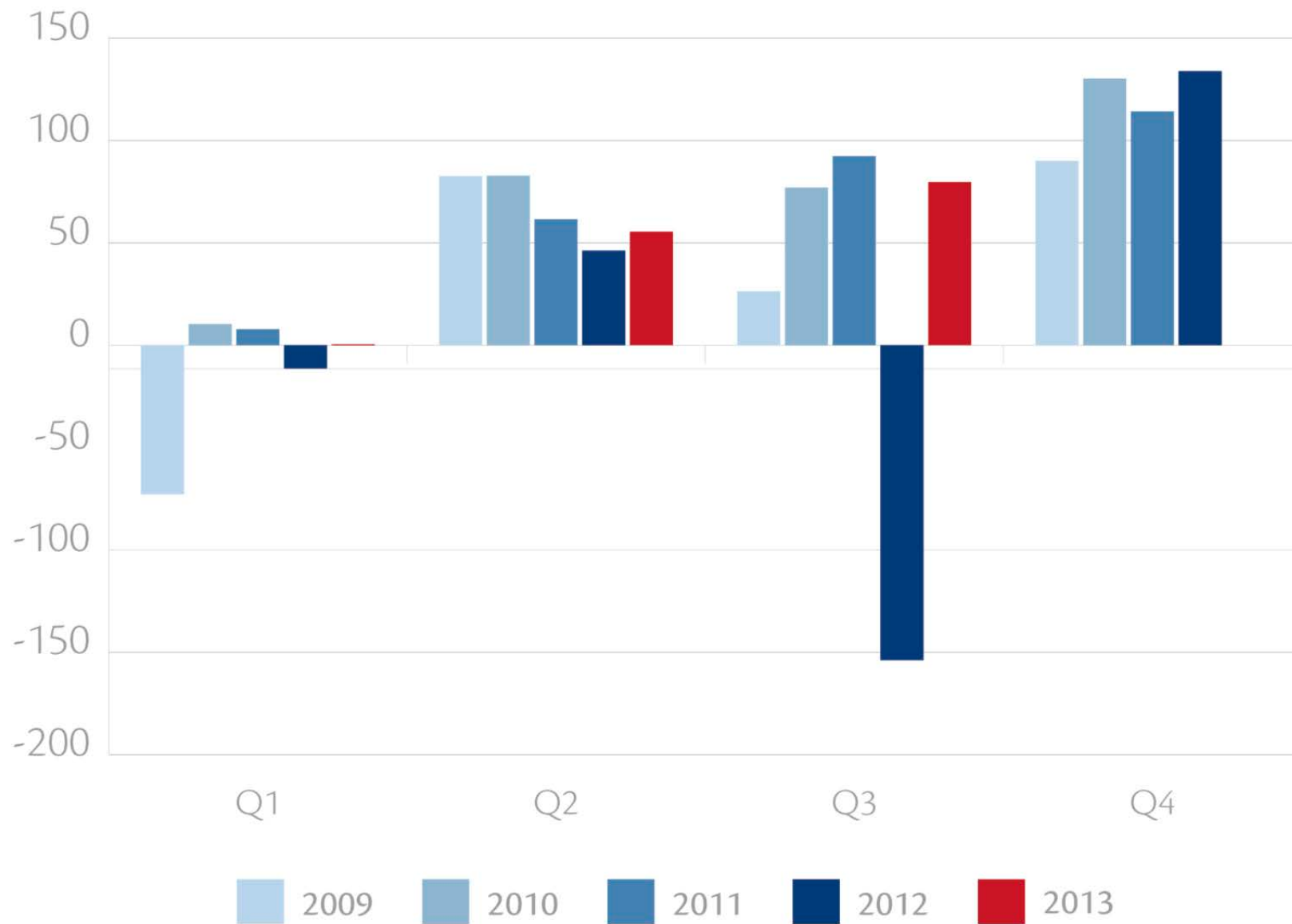
- ★ **Sport & Fritid uppgick till 70,6 (64,2) mkr**
 - ★ Förvärvad verksamhet bidrog med 4,0 mkr
 - ★ Lägre omsättning, besparingar.

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till 8,8 (-172,3) mkr**
 - ★ Lägre omsättning men bättre bruttovinstmarginal samt besparingar
 - ★ Fjolåret inkluderar omstruktureringskostnader på 172 mkr.

Omsättning



Resultat före skatt



Juli - september 2013

Kassaflöde

MSEK	3 mån jul-sep 2013	3 mån jul-sep 2012
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	86,7	66,7
Förändring i rörelsekapital	-89,2	-179,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-2,5	-112,8
Investeringsverksamheten	-21,2	-17,2
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-23,7	-130,0
Finansieringsverksamheten	-12,0	123,0
Periodens kassaflöde	-35,7	-7,0

VD sammanfattning – kvartalet

★ Försäljning

- ★ Fortsatt tufft även i detta kvartal och vi ser ännu ingen konjunkturvändning eller ökning i efterfrågan. Svagt i samtliga regioner förutom USA och Asien där det är stabilt.
- ★ För lågt varulager, försenade inleveranser -> service och leveranssäkerhet påverkats negativt

★ Resultat

- ★ Resultatet förbättras i samtliga segment pga besparingar....men hellre ökade intäkter

★ Balansräkning

- ★ Stark balansräkning, i princip alla nyckeltal ligger över, på, och runt historiska toppnivåer

★ Framtid

- ★ Kommande fem kvartal tuffa, framför allt det nästkommande fjärde kvartalet 2013.
- ★ För att förbättra servicenivån, ökas varulagret med minst 300 mkr
- ★ Ökning av försäljning- och marknadsinsatser
- ★ Initialt sämre kassaflöde och nyckeltal men leder till tillväxt inom 12-18 månader



Januari – september 2013

- ★ Försäljningen uppgick till 2 908 (3 104) mkr, -6 %
 - ★ varav valutaeffekt -71 mkr (-2%)
 - ★ förvärvad verksamhet 16 mkr.
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 179,1 (-78,6) mkr
 - ★ fjolåret inkluderar omstruktureringskostnad på 212 mkr
 - ★ förvärvad verksamhet bidrog med 4,0 mkr
- ★ Resultat efter skatt uppgick till 96,8 (-94,9) mkr
 - ★ fjolåret inkluderar omstruktureringskostnad på 161,5 mkr
 - ★ förvärvad verksamhet bidrog med 2,5 mkr
- ★ Kassaflöde från löpande verksamheten förbättrades och uppgick till 145,4 (65,0) mkr

Januari – september 2013

★ Försäljning -6%, 2 908 (3 104) mkr

- ★ Försäljning i lokala valutor -4 %.
- ★ Förvärvad verksamhet 16 mkr.
- ★ Profil -6 %, Sport & Fritid -5 %. Gåvor & Heminr. -14 %.
- ★ Svaga marknadsförutsättningar.
- ★ Försäljningen svag i båda försäljningskanalerna.

★ Rörelsessegment

- ★ Profil -6 % till 1 109 (1 174) mkr
 - Minskning i främst Sverige, Övr Norden och Europa
- ★ Sport & Fritid -5 % till 1 429 (1 498) mkr
 - Svagare marknad i Sverige, Övr Norden och Europa
 - Förvärvad verksamhet 16 mkr
 - USA har svag tillväxt
- ★ Gåvor & Heminredning -14 % till 370 (432) mkr
 - Främst i försäljningskanalen profil samt exportmarknader



Januari – september 2013

Intäkter per region

	JAN-SEP 2013	Andel av intäkter	JAN-SEP 2012	Andel av intäkter	Förändr. MSEK	%
Sverige	728	25%	820	27%	-92	-11
USA	807	28%	835	27%	-28	-3
Norden, exkl Sverige	449	15%	474	15%	-25	-5
Centraleuropa	512	18%	538	17%	-26	-5
Sydeuropa	235	8%	254	8%	-19	-7
Övriga länder	177	6%	183	6%	-6	-3
Totalt	2 908	100%	3 104	100%	-196	-6

Januari – september 2013

Resultaträkning

MSEK	9 mån jan-sep 2013		9 mån jan-sep 2012	
Intäkter	2 907,6		3 104,1	
Handelsvaror	-1 550,8		-1 800,1	
Bruttoresultat	1 356,8	46,7%	1 304,0	42,0%
Övriga rörelseintäkter	24,0		25,4	
Externa kostnader	-638,1		-731,0	
Personalkostnader	-515,1		-583,6	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-40,2		-78,0	
Övriga rörelsekostnader	-8,6		-15,6	
Andelar i intresseföretags resultat	0,3		0,2	
Rörelseresultat	179,1	6,2%	-78,6	-2,5%
Finansiella intäkter	5,0		4,1	
Finansiella kostnader	-48,8		-44,5	
Finansnetto	-43,8		-40,4	
Resultat före skatt	135,3		-119,0	
Skatt på periodens resultat	-38,5		24,1	
Periodens resultat	96,8		-94,9	
Resultat per aktie	1,47		-1,43	

*Promowear brand James Harvest
Sportswear helps companies create a w-
inning teamspirit.*



Januari – september 2013

EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 84,9 (91,1) mkr**
 - ★ Lägre omsättning där besparingar delvis kompenserat den lägre försäljningen

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 123,6 (115,9) mkr**
 - ★ Lägre omsättning men besparingar ger förbättrat resultat
 - ★ Förvärvad verksamhet bidrog med 4,0 mkr

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till 10,8 (-207,6) mkr**
 - ★ Lägre omsättning men bättre bruttovinstmarginal samt besparingar
 - ★ Fjolåret inkluderar omstruktureringskostnader på 172 mkr.

Januari - september 2013

Kassaflöde

MSEK	9 mån jan-sep 2013	9 mån jan-sep 2012
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	123,3	97,7
Förändring i rörelsekapital	22,1	-32,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten	145,4	65,0
Investeringsverksamheten	-39,8	-43,1
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	105,6	21,9
Finansieringsverksamheten	-210,4	-27,4
Periodens kassaflöde	-104,8	-5,5

Finansiella nyckeltal – summering

	9 mån jan - sep 2013	9 mån jan - sep 2012	12 mån jan - dec 2012	12 mån jan - dec 2011	12 mån jan - dec 2010	12 mån jan - dec 2009	12 mån jan - dec 2008
Försäljnings tillväxt, %	-6,3	1,8	1,0	-0,2	3,8	-11,2	9,8
Antal årsanställda	2 134	2 326	2 258	2 470	2 196	2 203	2 562
Bruttovinstmarginal, %	46,7	42,0	43,6	47,7	47,1	46,5	48,5
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	7,5	0,0	3,8	8,9	9,1	5,9	9,4
Rörelsemarginal, %	6,2	-2,5	1,7	7,7	7,7	4,2	8,0
Vinstmarginal, %	4,7	-3,8	0,3	6,5	7,1	3,1	5,1
Avkastning på eget kapital, %	6,6	-6,4	0,4	9,9	12,1	4,9	9,2
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6,8	-2,5	2,0	8,9	9,4	4,3	9,0
Soliditet, %	46,4	40,6	44,1	43,5	44,8	41,0	34,1
Nettoskuldsättningsgrad, %	73,7	97,1	77,5	85,9	72,8	96,3	140,5
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	75,0	85,4	77,3	78,6	75,3	87,7	94,3
Nettoskuld, MSEK	1 456,5	1 781,6	1 516,7	1 797,3	1 406,6	1 740,8	2 576,3
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,3	1,3	1,3	1,2	1,4	1,1	1,2
Kassaflöde före investeringar, MSEK	145,4	65,0	341,1	66,0	343,6	806,3	-268,0
Nettoinvesteringar, MSEK	-39,8	-43,1	-50,4	-326,5	-57,6	-23,0	-65,2
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	105,6	21,9	290,7	-260,5	286,0	783,3	-333,2
Eget kapital per aktie, SEK Kr	29,78	27,64	29,51	31,54	29,14	27,24	27,64

Förvärv av Craft US



★ Craft Sportswear North America

- ★ Per den 1 juli har New Wave Group, genom sitt helägda dotterbolag New Wave USA Inc, förvärvat distributionsrätten för CRAFT produkter på den nordamerikanska marknaden.
- ★ Rörelseöverlåtelse, initiala köpeskillingen 3 MUSD med villkorad tilläggsköpeskillning som ej kan överstiga 4,75 MUSD.
- ★ Proforma försäljning 2012 uppgick till ca 6,9 MUSD och beräknas tillföra ca 0,7 MUSD i rörelseresultat.
- ★ God grund för ytterligare expansion av varumärket CRAFT i USA och Kanada.

Craft erbjuder idrottsälskare på alla nivåer underkläder, isolerande mellanlager och ytterplagg inom löpning, längdskidåkning, cykling och alpin skidåkning.



Vi strävar efter att göra alla som köper våra produkter till nöjda kunder.

Om du väljer att investera i New Wave Group vill vi att du ska veta att vi lovar att ta hand om din investering på det bästa sätt vi kan – genom långsiktigt tänkande, tillväxt, stabilitet och hårt arbete !