

2014

DELÅRSRAPPORT
JANUARI – SEPTEMBER

Det kommande fjärde kvartalet präglas starkt av julförsäljningen både på profil och detaljhandel och det är i hög grad samma produkter som efterfrågas i båda säljkana-

NewWave

G R O U P

Kvartalsrapport

Juli – september

2014

NewWave
G R O U P

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**.

Profil



Sport & Fritid



Gåvor & Heminredning



Våra rörelsessegment och marknader

New Wave Group distribuerar mer än 40 olika varumärken, varav tre 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.

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.



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

Sege



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 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 informasjon



Sagaform



Juli – september 2014

★ Försäljning uppgick till 1 122 (1 035) mkr

- ★ Försäljning i lokala valutor 4 %.
- ★ Profil 15 %, Sport & Fritid 8 %, Gåvor & Heminredn. -6%.
- ★ Förbättringar i Norden och USA.
- ★ Försäljningskanalen profil 16%, detaljhandeln 3%

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 15 % till 392 (342) mkr
 - Förbättring i främst i nordiska länderna.
- ★ Sport & Fritid 8 % till 608 (563) mkr
 - Förbättring på den amerikanska marknaden
- ★ Gåvor & Heminredning -6 % till 123 (130) mkr
 - Främst exportmarknaderna som minskar

Juli – september 2014

Intäkter per region

	JUL-SEP 2014	Andel av omsätn.	JUL-SEP 2013	Andel av omsätn.	Föränd. MSEK	%
Sverige	252	23%	242	23%	10	4
USA	344	31%	306	30%	38	12
Norden, exkl Sverige	169	15%	154	15%	15	10
Centraleuropa	183	16%	178	17%	5	3
Sydeuropa	83	7%	77	7%	6	8
Övriga länder	91	8%	78	8%	13	17
Totalt	1 122	100%	1 035	100%	87	8



Juli – september 2014

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,6 (45,4) %
 - ★ *mix av länder och kunder*
- ★ Totala kostnader uppgick till -391,4 (-367,9) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 95,7 (92,8) mkr.
 - ★ *omsättningsrelaterat*
- ★ Periodens resultat uppgick till 66,9 (57,8) mkr.
 - ★ *högre rörelseresultat, förbättrat finansnetto och skatt*

Juli – september 2014

Resultaträkning

MSEK	Jul-sep 2014	Jul-sep 2013
Intäkter	1 122,3	1 035,0
Handelsvaror	-621,9	-564,9
Bruttoresultat	500,4 44,6%	470,1 45,4%
Övriga rörelseintäkter	5,1	7,7
Externa kostnader	-216,6	-205,4
Personalkostnader	-174,8	-162,5
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-14,4	-13,9
Övriga rörelsekostnader	-4,1	-2,9
Andelar i intresseföretags resultat	0,1	-0,3
Rörelseresultat	95,7 8,5%	92,8 9,0%
Finansiella intäkter	1,1	1,8
Finansiella kostnader	-12,1	-14,9
Finansnetto	-11,0	-13,1
Resultat före skatt	84,7	79,7
Skatt på periodens resultat	-17,8	-21,9
Periodens resultat	66,9	57,8
Resultat per aktie	1,01	0,87

Juli - september 2014

EBITDA per rörelsessegment

★ **Profil uppgick till 40,4 (27,3) mkr**

- ★ Högre omsättning

★ **Sport & Fritid uppgick till 75,8 (70,6) mkr**

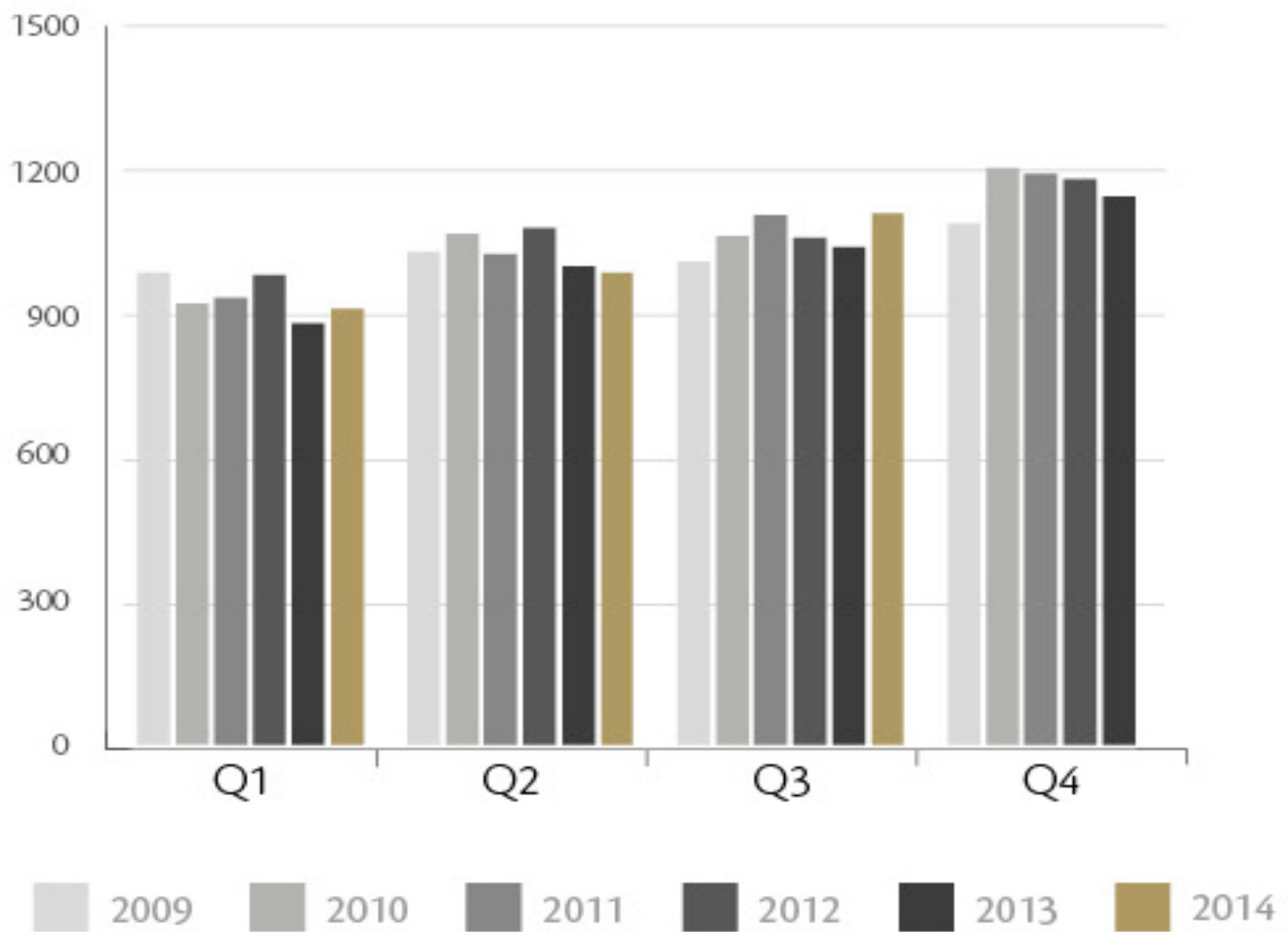
- ★ Högre omsättning
- ★ Lägre bruttovinstmarginal
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring

★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -6,1 (8,8) mkr**

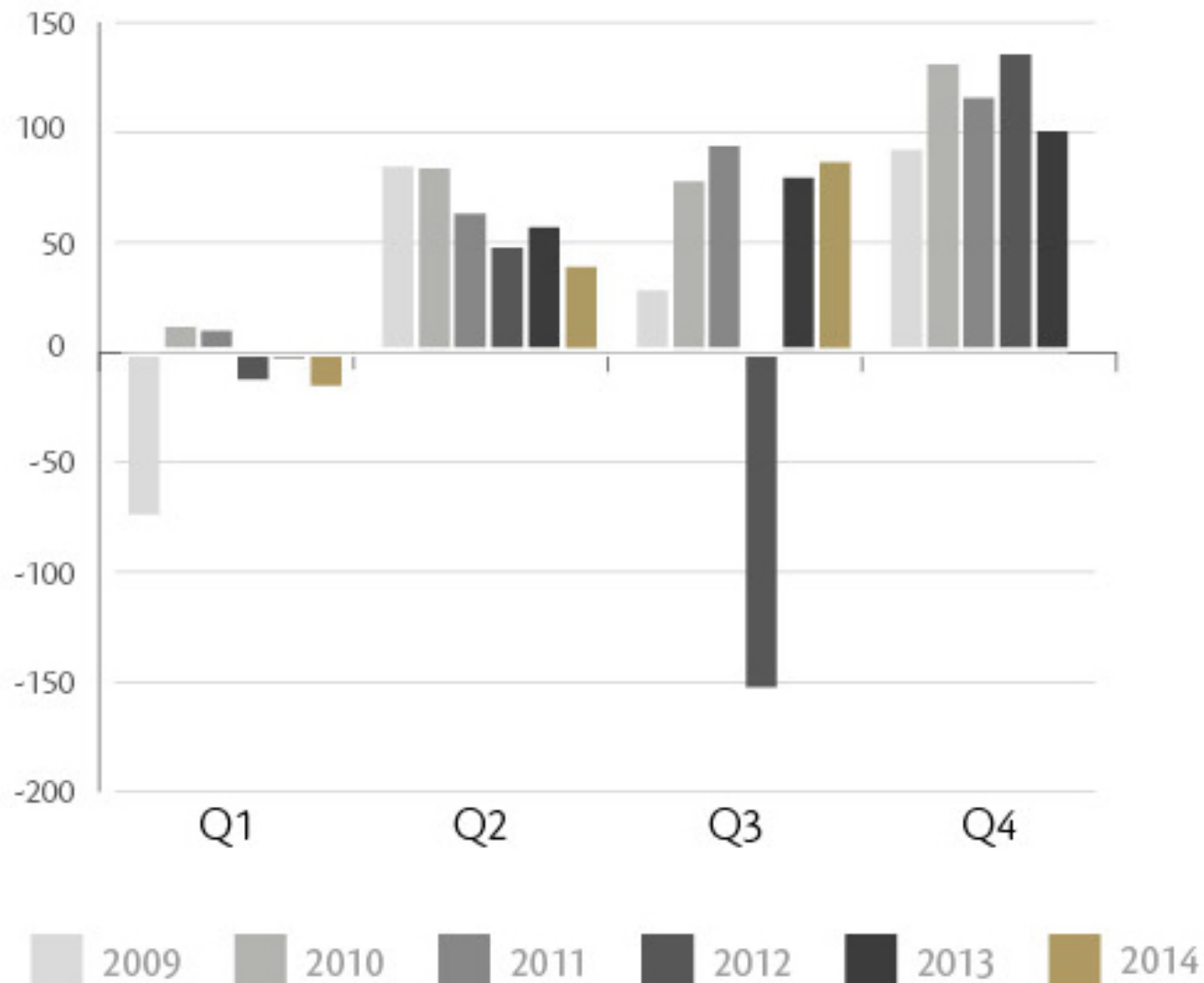
- ★ Lägre omsättning
- ★ Lägre bruttovinstmarginal
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring



Omsättning



Resultat före skatt



Juli - september 2014

Kassaflöde

MSEK	Jul-sep 2014	Jul-sep 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	93,1	86,7
Förändring i rörelsekapital	-383,8	-89,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-290,7	-2,5
Investeringsverksamheten	-12,2	-21,2
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-302,9	-23,7
Finansieringsverksamheten	289,6	-12,0
Periodens kassaflöde	-13,3	-35,7

VD sammanfattning – tredje kvartalet

★ Försäljning och marknad

- ★ Våra åtgärder ger resultat.

 - ★ *Profil +15%*

 - ★ *Sport & Fritid +8%*

 - ★ *Gåvor & Heminredning tappar dock - bla pga mindre sortiment*

 - ★ *Försäljningskanalen profil +16%, detaljhandeln +3%*

★ Resultat efter skatt

- ★ Trots “framtunga” investeringar i sälj- och marknadsföring visar vi ökad vinst

★ Balansräkning

- ★ Eget kapital drygt 2 200 mkr och soliditet på 45,9%

- ★ Lagervärdet ökar under kommande kvartal

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



Januari – september 2014

★ Försäljning 3 014 (2 908) mkr

- ★ Valutakurserna påverkade med 2 %.
- ★ Förvärvad verksamhet 14 mkr.
- ★ Profil 9 %, Sport & Fritid 1 %, Gåvor & Heminredn. -4 %.
- ★ Förbättringar främst i Europa och Asien.
- ★ Försäljningen ökade främst i försäljningskanalen profil.

★ Rörelsesegment

- ★ Profil 9 % till 1 208 (1 109) mkr
 - Förbättring i främst Norden och Asien
- ★ Sport & Fritid 1 % till 1 450 (1 429) mkr
 - Förvärvad verksamhet 14 mkr
 - Sverige (avslutat Umbro avtal)
- ★ Gåvor & Heminredning -4 % till 357 (370) mkr
 - Lägre exportförsäljning

Januari – september 2014

Intäkter per region

	JAN-SEP 2014	Andel av omsättn.	JAN-SEP 2013	Andel av omsättn.	Föränd. MSEK	%
Sverige	723	24%	728	25%	-5	-1
USA	826	28%	807	28%	19	2
Norden, exkl Sverige	456	15%	449	15%	7	2
Centraleuropa	541	18%	512	18%	29	6
Sydeuropa	245	8%	235	8%	10	4
Övriga länder	223	7%	177	6%	46	26
Totalt	3 014	100%	2 908	100%	106	4



Januari – september 2014

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,2 (46,7) %
 - ★ *mix av länder och kunder*
 - ★ *vissa basartiklar saknats i profilsortimentet under första halvåret vilket givit högre frakter och dyrare ersättningsvaror*
- ★ Totala kostnader uppgick till -1 194,0 (-1 153,2) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -7,6 mkr*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 137,8 (179,1) mkr.
 - ★ *lägre bruttovinst och något högre kostnader pga mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,7 mkr*
- ★ Periodens resultat uppgick till 85,0 (96,8) mkr.
 - ★ *lägre rörelseresultat, förbättrat finansnetto*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,2 mkr*

Januari – september 2014

Resultaträkning

MSEK	Jan-sep 2014	Jan-sep 2013
Intäkter	3 014,1	2 907,6
Handelsvaror	-1 651,4	-1 550,8
Bruttoresultat	1 362,7 45,2%	1 356,8 46,7%
Övriga rörelseintäkter	17,6	24,0
Externa kostnader	-663,0	-638,1
Personalkostnader	-531,0	-515,1
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-40,0	-40,2
Övriga rörelsekostnader	-9,1	-8,6
Andelar i intresseföretags resultat	0,6	0,3
Rörelseresultat	137,8 4,6%	179,1 6,2%
Finansiella intäkter	3,7	5,0
Finansiella kostnader	-32,4	-48,8
Finansnetto	-28,7	-43,8
Resultat före skatt	109,1	135,3
Skatt på periodens resultat	-24,1	-38,5
Periodens resultat	85,0	96,8
Resultat per aktie	1,28	1,47



Januari - september 2014

EBITDA per rörelsesegment

- ★ **Profil uppgick till 96,5 (84,9) mkr**
 - ★ Omsättningsrelaterat
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 102,6 (123,6) mkr**
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring
 - ★ Förvärvad verksamhet -1,7 mkr

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -21,3 (10,8) mkr**
 - ★ Omsättningsrelaterat
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

Januari - september 2014

Kassaflöde

MSEK	Jan-sep 2014	Jan-sep 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	124,8	123,3
Förändring i rörelsekapital	-354,4	22,1
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-229,6	145,4
Investeringsverksamheten	-44,7	-39,8
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-274,3	105,6
Finansieringsverksamheten	246,8	-210,4
Periodens kassaflöde	-27,5	-104,8

Finansiella nyckeltal – summering

	Jan - sep 2014	Jan - sep 2013	Jan - dec 2013	Jan - dec 2012	Jan - dec 2011	Jan - dec 2010	Jan - dec 2009
Försäljnings tillväxt, %	3,7	-6,3	-5,4	1,0	-0,2	3,8	-11,2
Antal årsanställda	2 186	2 134	2 123	2 258	2 470	2 196	2 203
Bruttovinstmarginal, %	45,2	46,7	46,2	43,6	47,7	47,1	46,5
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	5,9	7,5	8,5	3,8	8,9	9,1	5,9
Rörelsemarginal, %	4,6	6,2	7,2	1,7	7,7	7,7	4,2
Vinstmarginal, %	3,6	4,7	5,8	0,3	6,5	7,1	3,1
Avkastning på eget kapital, %	5,3	6,6	9,3	0,4	9,9	12,1	4,9
Avkastning på sysselsatt kapital, %	4,9	6,8	8,2	2,0	8,9	9,4	4,3
Soliditet, %	45,9	46,4	49,8	44,1	43,5	44,8	41,0
Nettoskuld sättningsgrad, %	76,0	73,7	60,1	77,5	85,9	72,8	96,3
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	72,6	75,0	67,6	77,3	78,6	75,3	87,7
Nettoskuld, MSEK	1 689,8	1 456,5	1 264,0	1 516,7	1 797,3	1 406,6	1 740,8
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,3	1,3	1,4	1,3	1,2	1,4	1,1
Kassaflöde före investeringar, MSEK	-229,6	145,4	358,5	341,1	66,0	343,6	806,3
Nettoinvesteringar, MSEK	-44,7	-39,8	-46,8	-50,4	-326,5	-57,6	-23,0
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	-274,3	105,6	311,7	290,7	-260,5	286,0	783,3
Eget kapital per aktie, SEK	33,49	29,78	31,69	29,51	31,54	29,14	27,24

VD kommentar – kvartal fyra och framåt

★ Framtid

- ★ Väl rustade inför fjärde kvartalet och vi bör ha god tillväxt.
Osäkerheten är dock stor då vi även behöver kyla och god julhandel

★ 2015

- ★ Profil: ytterligare lanseringar under första kvartalet
- ★ Sport & Fritid: nya spännande produkter med fortsatt hög tillväxt
- ★ Gåvor & Heminredning: stabilt, fokus på resultatförbättringar

★ Ytterligare satsningar 2015 och 2016

- ★ Målsättning att öppna nytt profil lager i Kanada
- ★ Profil satsningar på tyska marknaden med större lager
- ★ Auclair lanseras i Europa med början i Sverige
- ★ Fortsatt satsning på Craft i Tyskland och Nordamerika

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 !