

2014

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ
JANUARI – DECEMBER

Inför 2015 kommer New Wave Group att genomföra
flera nya storsatsningar, bl a en
helt ny kollektion från Cutter & Buck
för den europeiska marknaden.

NewWave
G R O U P

Bokslutskommuniké

31 december

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.*

Segev



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 information



Oktober – december 2014

★ Försäljning uppgick till 1 260 (1 140) mkr

- ★ Profil 21 %, Sport & Fritid 0 %, Gåvor & Heminredn. 9 %
- ★ Förbättringar i Sverige och Europa
- ★ Försäljningskanalen profil 20 %, detaljhandeln 0 %

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 21 % till 580 (479) mkr
 - Förbättring i främst Sverige och Europa
- ★ Sport & Fritid 0 % till 503 (500) mkr
 - Försäljningskanalen profil ökar medan detaljhandeln minskar, främst på den amerikanska marknaden
- ★ Gåvor & Heminredning 9 % till 176 (161) mkr
 - Främst Orrefors Kosta Boda som ökar



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

Oktober – december 2014

Intäkter per region

	OKT-DEC 2014	Andel av omsättn.	OKT-DEC 2013	Andel av omsättn.	Föränd. mkr	%
Sverige	341	27%	309	27%	32	10
USA	298	24%	288	25%	10	3
Norden, exkl Sverige	150	12%	140	12%	10	7
Centraleuropa	225	18%	198	18%	27	14
Sydeuropa	120	10%	100	9%	20	20
Övriga länder	126	10%	105	9%	21	20
Totalt	1 260	100%	1 140	100%	120	11



Oktober – december 2014

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 46,8 (45,1) %
 - ★ *förbättrad servicenivå samt mix av länder och kunder*

- ★ Totala kostnader uppgick till -465,2 (-397,9) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*

- ★ Rörelseresultatet uppgick till 112,2 (111,6) mkr.
 - ★ *högre omsättning och bruttovinst*
 - ★ *mer försäljning- och marknadsaktiviteter*

- ★ Periodens resultat uppgick till 91,9 (90,3) mkr.

Oktober – december 2014

Resultaträkning

MSEK	Okt-dec 2014	Okt-dec 2013
Intäkter	1 259,5	1 139,8
Handelsvaror	-669,6	-626,2
Bruttoresultat	589,9 46,8%	513,6 45,1%
Övriga rörelseintäkter	10,1	9,3
Externa kostnader	-260,5	-215,2
Personalkostnader	-204,7	-182,7
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-14,2	-11,9
Övriga rörelsekostnader	-7,4	-2,3
Andelar i intresseföretags resultat	-1,0	0,8
Rörelseresultat	112,2 8,9%	111,6 9,8%
Finansiella intäkter	1,2	1,8
Finansiella kostnader	-14,5	-14,2
Finansnetto	-13,3	-12,4
Resultat före skatt	98,9	99,2
Skatt på periodens resultat	-7,0	-8,9
Periodens resultat	91,9	90,3
Resultat per aktie	1,38	1,35

Oktober - december 2014

EBITDA per rörelsessegment

★ Profil uppgick till 77,3 (58,6) mkr

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

★ Sport & Fritid uppgick till 32,7 (31,2) mkr

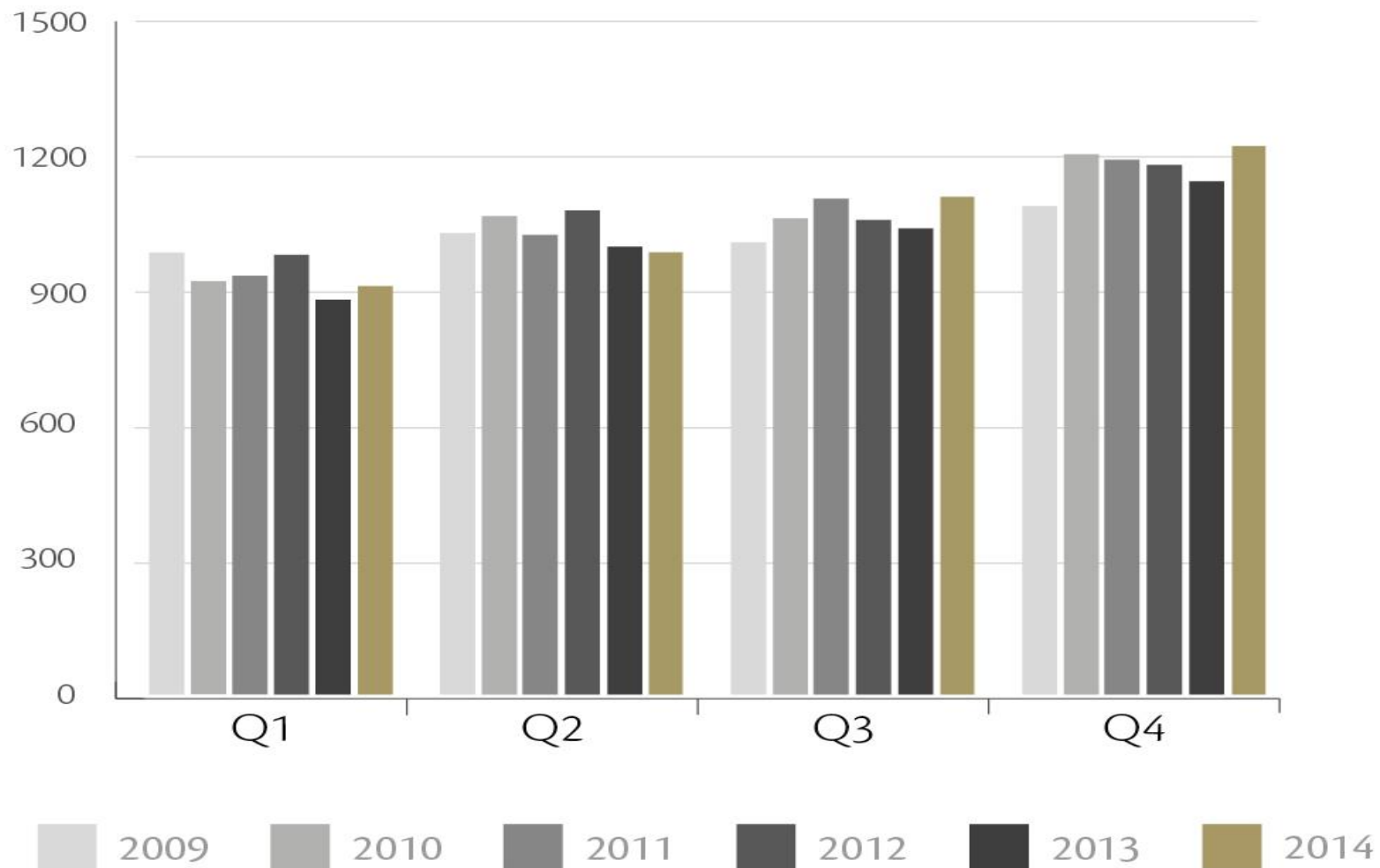
- ★ Högre omsättning in försäljningskanalen profil men lägre i detaljhandeln

★ Gåvor & Heminredning uppgick till 16,4 (33,7) mkr

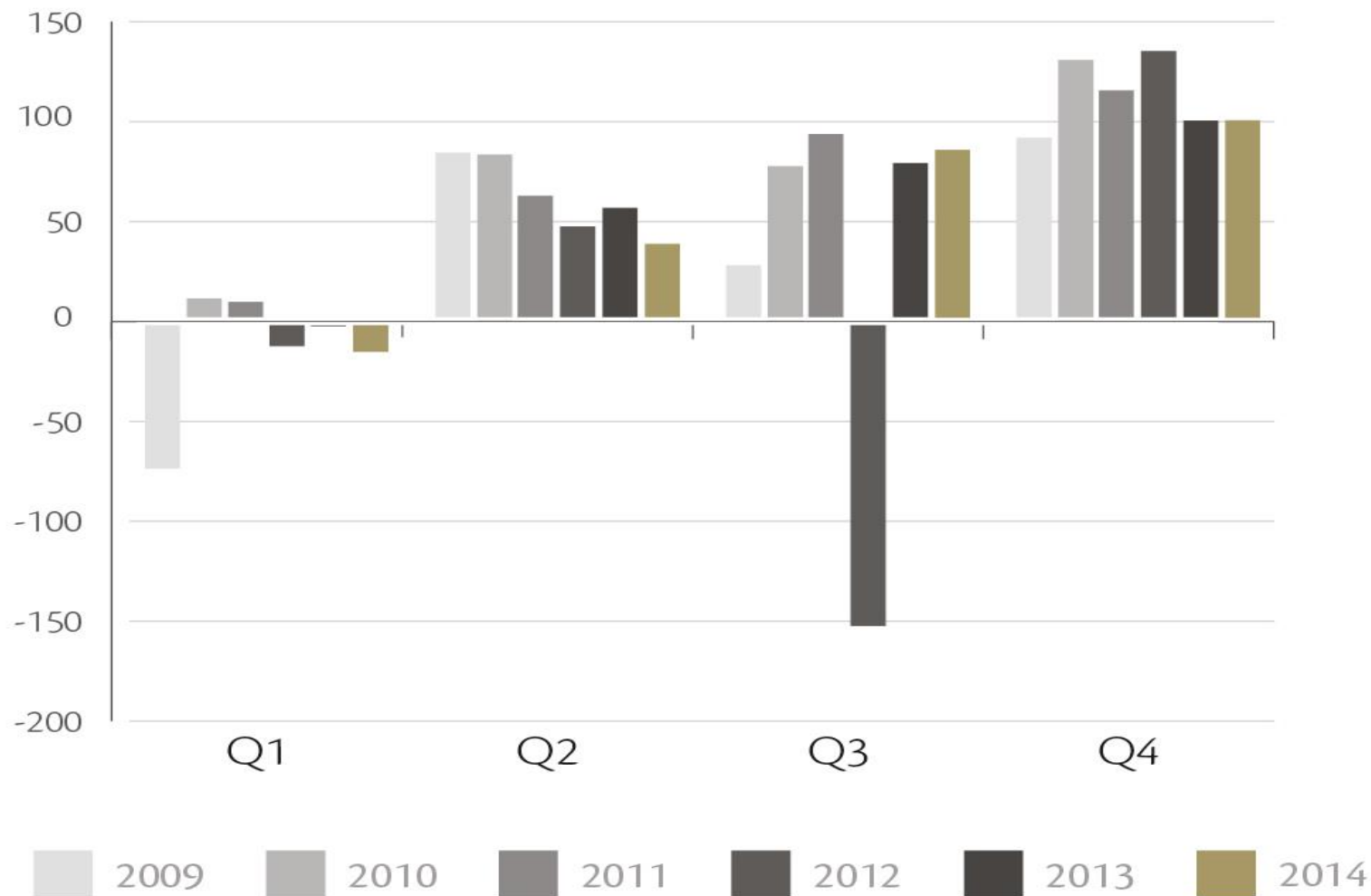
- ★ Lägre bruttovinstmarginal
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring



Omsättning



Resultat före skatt



Oktober - december 2014

Kassaflöde

MSEK	Okt-dec 2014	Okt-dec 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	129,1	103,3
Förändring i rörelsekapital	-183,7	109,8
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-54,6	213,1
Investeringsverksamheten	-29,6	-7,0
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-84,2	206,1
Finansieringsverksamheten	121,5	-146,9
Periodens kassaflöde	37,3	59,2

VD sammanfattning – fjärde kvartalet

★ Försäljning och resultat

★ Våra åtgärder ger resultat

★ *Profil +21%,*

★ *Sport & Fritid 0%*

★ *Gåvor & Heminredning +9%*

★ *Försäljningskanalen profil +20%, detaljhandeln 0%*

★ Trots “framtunga” investeringar i försäljnings- och marknadsaktiviteter visar vi oförändrad vinst

★ Balansräkning och kassaflöde

★ Stark balansräkning med en soliditet på 46 %

★ Negativt kassaflöde på grund av lageruppbyggnad

★ Lagernivån kommer även kommande kvartal att vara högre än föregående år



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

Januari – december 2014

★ Försäljning 4 274 (4 047) mkr

- ★ Profil 13 %, Sport & Fritid 1 %, Gåvor & Heminredn. 0 %.
- ★ Förbättringar främst i Sverige, Europa och Asien.
- ★ Förbättringen är relaterad till försäljningskanalen profil.
- ★ Förvärvad verksamhet 14 mkr.

★ Rörelsesegment

- ★ Profil 13 % till 1 788 (1 587) mkr
 - Förbättring i främst Sverige och Europa
- ★ Sport & Fritid 1 % till 1 953 (1 929) mkr
 - Förvärvad verksamhet 14 mkr
 - Sverige (avslutat Umbro avtal)
 - Profil ökade, detaljhandel minskade
- ★ Gåvor & Heminredning 0 % till 533 (531) mkr
 - Profil ökade, detaljhandel (exportmarknaderna) minskade

Januari – december 2014

Intäkter per region

	JAN-DEC 2014	Andel av omsättn.	JAN-DEC 2013	Andel av omsättn.	Föränd. mkr	%
Sverige	1 064	25%	1 036	26%	28	3
USA	1 124	26%	1 095	27%	29	3
Norden, exkl Sverige	606	14%	589	15%	17	3
Centraleuropa	766	18%	710	17%	56	8
Sydeuropa	365	9%	335	8%	30	9
Övriga länder	349	8%	282	7%	67	24
Totalt	4 274	100%	4 047	100%	227	6

Januari – december 2014



- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,7 (46,2) %
 - ★ *vissa basartiklar saknats i profilsortimentet under första halvåret vilket givit högre frakter och dyrare ersättningsvaror*
 - ★ *mix av länder och kunder*
- ★ Totala kostnader uppgick till -1 659,2 (-1 551,1) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 250,0 (290,7) mkr.
 - ★ *högre kostnader pga mer insatser inom försäljning och marknadsföring samt något lägre bruttovinst*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,7 mkr*
- ★ Periodens resultat uppgick till 176,9 (187,1) mkr.
 - ★ *lägre rörelseresultat, förbättrat finansnetto*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,2 mkr*

Januari – december 2014

Resultaträkning

MSEK	Jan-dec 2014	Jan-dec 2013
Intäkter	4 273,6	4 047,4
Handelsvaror	-2 321,0	-2 117,0
Bruttoresultat	1 952,6 45,7%	1 870,4 46,2%
Övriga rörelseintäkter	27,7	33,3
Externa kostnader	-923,5	-853,3
Personalkostnader	-735,7	-697,8
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-54,2	-52,1
Övriga rörelsekostnader	-16,5	-10,9
Andelar i intresseföretags resultat	-0,4	1,1
Rörelseresultat	250,0 5,8%	290,7 7,2%
Finansiella intäkter	4,9	6,8
Finansiella kostnader	-46,9	-63,0
Finansnetto	-42,0	-56,2
Resultat före skatt	208,0	234,5
Skatt på periodens resultat	-31,1	-47,4
Periodens resultat	176,9	187,1
Resultat per aktie	2,66	2,82



Januari - december 2014

EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 173,8 (143,5) mkr**
 - ★ Omsättningsrelaterat
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 135,3 (154,8) mkr**
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring
 - ★ Förvärvad verksamhet -1,7 mkr

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -4,9 (44,5) mkr**
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

Januari - december 2014

Kassaflöde

MSEK	Jan-dec 2014	Jan-dec 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	253,9	226,6
Förändring i rörelsekapital	-538,1	131,9
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-284,2	358,5
Investeringsverksamheten	-74,3	-46,8
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-358,5	311,7
Finansieringsverksamheten	368,3	-357,3
Periodens kassaflöde	9,8	-45,6

Finansiella nyckeltal – summering

	Jan - dec 2014	Jan - dec 2013	Jan - dec 2012	Jan - dec 2011	Jan - dec 2010	Jan - dec 2009	Jan - dec 2008
Försäljningstillväxt, %	5,6	-5,4	1,0	-0,2	3,8	-11,2	9,8
Antal årsanställda	2 212	2 123	2 258	2 470	2 196	2 203	2 562
Bruttovinstmarginal, %	45,7	46,2	43,6	47,7	47,1	46,5	48,5
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	7,1	8,5	3,8	8,9	9,1	5,9	9,4
Rörelsemarginal, %	5,9	7,2	1,7	7,7	7,7	4,2	8,0
Vinstmarginal, %	4,9	5,8	0,3	6,5	7,1	3,1	5,1
Avkastning på eget kapital, %	7,9	9,3	0,4	9,9	12,1	4,9	9,2
Avkastning på sysselsatt kapital, %	6,4	8,2	2,0	8,9	9,4	4,3	9,0
Soliditet, %	45,9	49,8	44,1	43,5	44,8	41,0	34,1
Nettoskuldsättningsgrad, %	76,0	60,1	77,5	85,9	72,8	96,3	140,5
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	71,1	67,6	77,3	78,6	75,3	87,7	94,3
Nettoskuld, MSEK	1 828,7	1 264,0	1 516,7	1 797,3	1 406,6	1 740,8	2 576,3
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,3	1,4	1,3	1,2	1,4	1,1	1,2
Kassaflöde före investeringar, MSEK	-284,2	358,5	341,1	66,0	343,6	806,3	-268,0
Nettoinvesteringar, MSEK	-74,3	-46,8	-50,4	-326,5	-57,6	-23,0	-65,2
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	-358,5	311,7	290,7	-260,5	286,0	783,3	-333,2
Eget kapital per aktie, SEK	36,25	31,69	29,51	31,54	29,14	27,24	27,64

VD kommentar

★ Helåret 2014

- ★ Präglades av att få upp
 - ★ *Lagervärde och servicegrad*
 - ★ *Produktutveckling*
 - ★ *Få fart på tillväxten*
- ★ Ej nöjd med 6 % på helåret, dock nöjd med avslutningen av året
- ★ Glädjande att Orrefors Kosta Boda visar vinst för andra året i rad

★ Framtidsutsikter

- ★ Återigen en bra leverantör med hög servicenivå
- ★ Nylansering av Cutter & Buck Europa samt ny CSR kollektion - Cottover
- ★ Lagernivåer fortsatt högre än föregående år

Cottover lanserar 2015 en
hel baskollektion med
ekologiska och
rättvisemärkta
plagg, även för barn.



Arbetsförhållandena i de
fabriker där våra produkter
tillverkas kontrolleras nogga
av CSR-personal kopplad
till vårt inköpskontor i
Shanghai.



CSR – Advisory board

- ★ New Wave Group har en vision om hållbar tillväxt och arbetar aktivt med CSR (Corporate Social Responsibility).
- ★ Vi samarbetar med organisationer så som BSCI, Fair Labour Association och Clean Shipping Network. New Wave är också ett av elva svenska företag som har undertecknat The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh.
- ★ För att ytterligare stärka NWG:s engagemang och öka kunskapen kring CSR har NWG inför 2015 startat ett CSR Advisory Board.
 - ★ Anders Ferbe (ordförande i IF Metall)
 - ★ Elisabeth Dahlin (generalsekreterare Rädda Barnen)
 - ★ Mikael Karlsson (ordförande European Environmental Bureau)
 - ★ Ulrica Messing (politisk rådgivare)

Cottover

- ★ Helt ny klädkollektion lanseras under varumärket Cottover under våren (2015) avsett för profil- och yrkesmarknaden men även detaljhandelsmarknaden. Cottover är en kollektion med särskilt stort fokus på hållbarhet då:
 - ★ All bomull är ekologiskt odlad,
 - ★ All bomull är Fairtrade-certifierad,
 - ★ All polyester är tillverkad av återvunnet material,
 - ★ Hela produktionskedjan, från bomullsodling till färdigt plagg, är GOTS-certifierad (Global Organic Textile Standard)
 - ★ Hela produktionskedjan är i samma anda också anpassad efter Svanens miljö- och kvalitetskrav för produktion av textilier. Alla plagg är därmed Svanen märkta.





100% Organic cotton
CERES-0201



cottover
people & planet



Cottover

- ★ Idag finns det ett mycket begränsat utbud av certifierade och miljömärkta kläder på marknaden. Det rör sig ofta om små kollektioner, i ett mindre antal färger och till ett väsentligt högre pris än motsvarande konventionella produkter. Cottover blir ett unikt och konkurrenskraftigt alternativ då:
 - ★ Kollektionen är bred och består av totalt 10 modeller där majoriteten finns i både dam-, herr- och barnstorlekar, vilket tillsammans ger 22 produkter,
 - ★ Kollektionen har ett brett färgspektra med upp till 12 olika färger,
 - ★ Produkterna håller en prisbild som i relation till sin höga kvalitet bara är marginellt högre än konventionella produkter tack vare stor volym och stor produktion,
 - ★ Kollektionen lever upp till hårda kvalitetskrav för att maximera plaggens livslängd

Cutter & Buck

Inför 2015 kommer New Wave Group att genomföra nya storsatsningar, bl a en helt ny kollektion från Cutter & Buck för den europeiska marknaden.

Lansering

Februari 2015

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

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 !