



NewWave

G R O U P

Kvartalsrapport

April – juni

2014

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 rörelsesegment 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.

Clique



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.

Sege



Sport & Fritid vision

Visionen för rörelsesegmentet Sport & Fritid är att göra de helägda varumärkena Craft och Seger till 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 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.



Höstnyheter

...som introduceras i augusti...



J. Harvest & Frost

Höstnyheter

...som introduceras i augusti...



Clique basic – sweatshirt
USA och Europa



Finansiell information

April – juni 2014

★ Försäljning uppgick till 983 (995) mkr

- ★ Försäljning i lokala valutor -3 %.
- ★ Förvärvad verksamhet 5 mkr.
- ★ Profil 8 %, Sport & Fritid -9 %, Gåvor & Heminredn. -5%.
- ★ Förbättringar i Europa, svagare i Sverige och USA.
- ★ Försäljningen ökade främst i försäljningskanalen profil.

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 8 % till 454 (421) mkr
 - Förbättring i främst Europa och Asien.
- ★ Sport & Fritid -9 % till 404 (442) mkr
 - Förvärvad verksamhet 5 mkr
 - Avslutat Umbro avtal samt att USA minskade
- ★ Gåvor & Heminredning -5 % till 126 (133) mkr
 - Främst exportmarknaderna som minskar



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

April – juni 2014

Intäkter per region

	APR-JUN 2014	Andel av omsättn.	APR-JUN 2013	Andel av omsättn.	Föränd. MSEK	%
Sverige	251	25%	272	27%	-21	-8
USA	261	27%	278	28%	-17	-6
Norden, exkl Sverige	144	15%	155	16%	-11	-7
Centraleuropa	168	17%	156	16%	12	8
Sydeuropa	86	9%	80	8%	6	8
Övriga länder	73	7%	54	5%	19	35
Totalt	983	100%	995	100%	-12	-1

April – juni 2014

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,9 (46,8) %
 - ★ *mix av länder och kunder*
 - ★ *saknat vissa basartiklar i profilsortimentet, vilket givit högre frakt, dyrare ersättningsvaror*
- ★ Totala kostnader uppgick till -393,6 (-387,6) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -3,6 mkr*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 48,0 (70,2) mkr.
 - ★ *lägre bruttovinst och högre kostnader pga mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,8 mkr*
- ★ Resultat efter skatt uppgick till 29,4 (38,9) mkr.
 - ★ *lägre rörelseresultat, förbättrat finansnetto*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,3 mkr*



April – juni 2014

Resultaträkning

MSEK	3 mån Apr-jun 2014		3 mån Apr-jun 2013	
Intäkter	983,3		995,3	
Handelsvaror	-531,8		-529,1	
Bruttoresultat	451,5	45,9%	466,2	46,8%
Övriga rörelseintäkter	5,4		7,7	
Externa kostnader	-216,9		-209,7	
Personalkostnader	-176,7		-177,9	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-13,2		-14,6	
Övriga rörelsekostnader	-2,6		-1,9	
Andelar i intresseföretags resultat	0,5		0,4	
Rörelseresultat	48,0	4,9%	70,2	7,1%
Finansiella intäkter	1,2		1,4	
Finansiella kostnader	-10,6		-16,1	
Finansnetto	-9,4		-14,7	
Resultat före skatt	38,6		55,5	
Skatt på periodens resultat	-9,2		-16,6	
Periodens resultat	29,4		38,9	
Resultat per aktie	0,44		0,60	

April - juni 2014

EBITDA per rörelsessegment

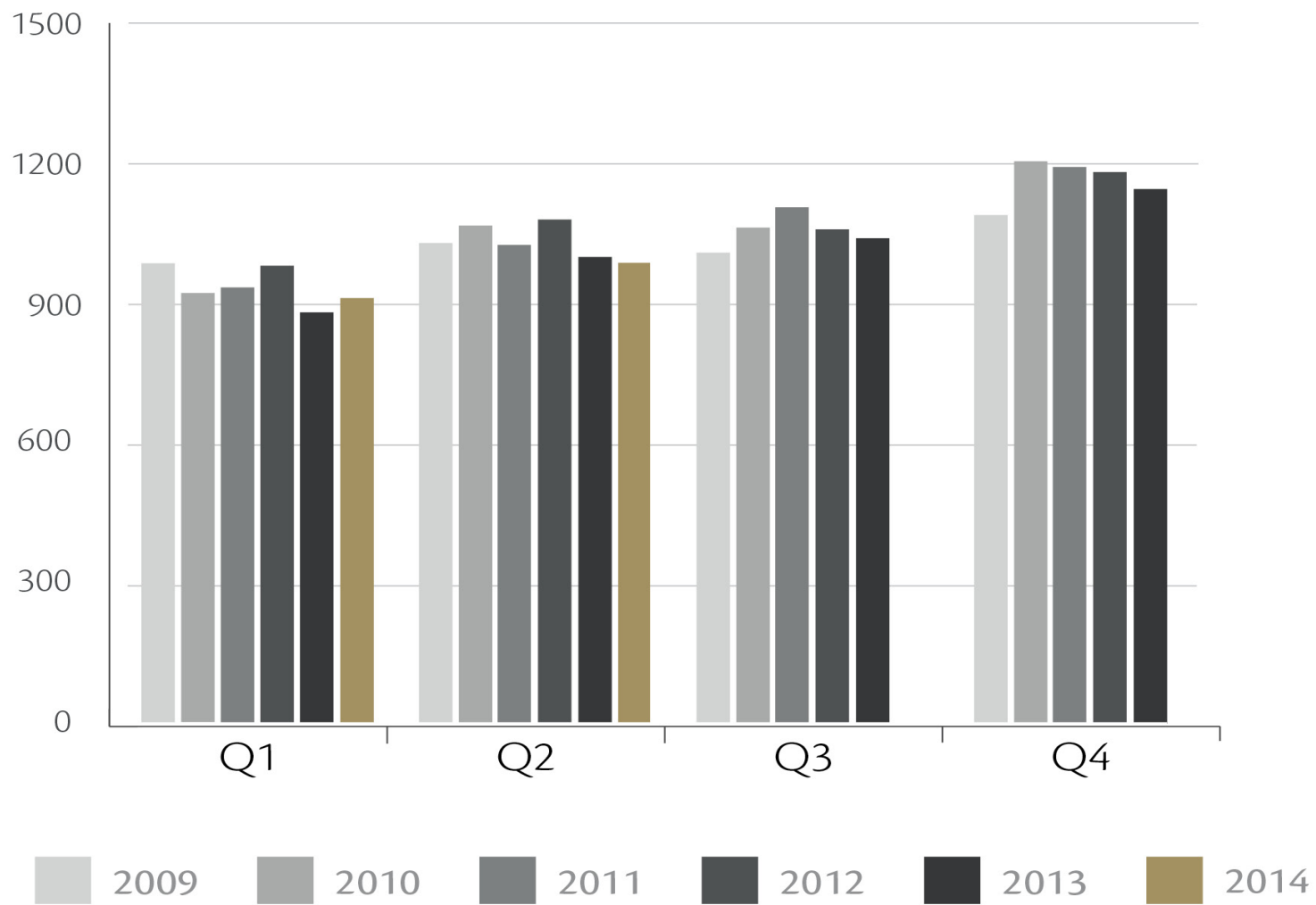
- ★ **Profil** uppgick till 54,7 (48,7) mkr
 - ★ Högre omsättning

- ★ **Sport & Fritid** uppgick till 7,9 (27,7) mkr
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring
 - ★ Förvärvad verksamhet -1,8 mkr

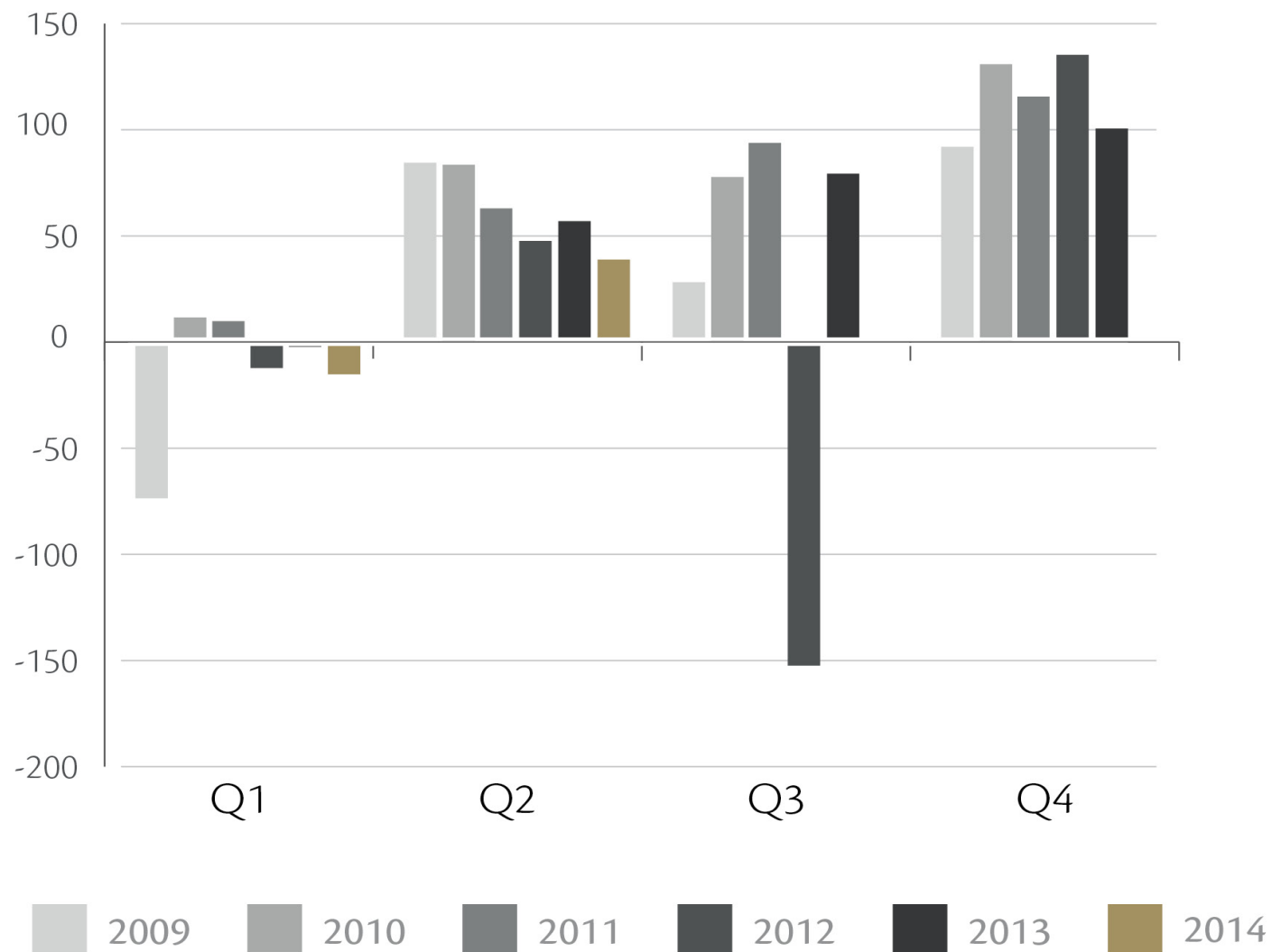
- ★ **Gåvor & Heminredning** uppgick till -1,4 (8,4) mkr
 - ★ Lägre omsättning
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring



Omsättning



Resultat före skatt



April - juni 2014

Kassaflöde

MSEK	Apr-jun 2014	Apr-jun 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	38,8	55,3
Förändring i rörelsekapital	-66,5	-13,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-27,7	41,8
Investeringsverksamheten	-17,5	-8,9
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-45,2	32,9
Finansieringsverksamheten	63,3	-42,0
Periodens kassaflöde	18,1	-9,1



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

Januari – juni 2014

★ Försäljning 1 892 (1 873) mkr

- ★ Valutakurserna påverkade med 1 %.
- ★ Förvärvad verksamhet 14 mkr.
- ★ Profil 6 %, Sport & Fritid -3 %, Gåvor & Heminredn. -2 %.
- ★ Förbättringar i Europa och Asien.
- ★ Försäljningen ökade främst i försäljningskanalen profil.

★ Rörelsesegment

- ★ Profil 6 % till 816 (766) mkr
 - Förbättring i främst Europa och Asien
- ★ Sport & Fritid -3 % till 842 (867) mkr
 - Förvärvad verksamhet 14 mkr
 - Sverige (avslutat Umbro avtal) och USA minskade
- ★ Gåvor & Heminredning -2 % till 234 (240) mkr
 - Lägre exportförsäljning

Januari – juni 2014

Intäkter per region

	JAN-JUN 2014	Andel av omsättn.	JAN-JUN 2013	Andel av omsättn.	Föränd. MSEK	%
Sverige	471	25%	485	26%	-14	-3
USA	482	25%	501	27%	-19	-4
Norden, exkl Sverige	287	15%	294	16%	-7	-2
Centraleuropa	358	19%	334	18%	24	7
Sydeuropa	162	9%	158	8%	4	3
Övriga länder	132	7%	100	5%	32	32
Totalt	1 892	100%	1 872	100%	20	1



Januari – juni 2014

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,6 (47,3) %
 - ★ *vissa basartiklar saknats i profilsortimentet, vilket givit högre frakter och dyrare ersättningsvaror*
 - ★ *mix av länder och kunder*
- ★ Totala kostnader uppgick till -802,6 (-785,3) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -7,6 mkr*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 42,1 (86,3) mkr.
 - ★ *lägre bruttovinst och något högre kostnader pga mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,7 mkr*
- ★ Resultat efter skatt uppgick till 18,1 (39,0) mkr.
 - ★ *lägre rörelseresultat, förbättrat finansnetto*
 - ★ *förvärvad verksamhet -1,2 mkr*

Januari – juni 2014

Resultaträkning

MSEK	Jan-jun 2014	Jan-jun 2013
Intäkter	1 891,8	1 872,6
Handelsvaror	-1 029,5	-985,9
Bruttoresultat	862,3 45,6%	886,7 47,4%
Övriga rörelseintäkter	12,5	16,3
Externa kostnader	-446,4	-432,7
Personalkostnader	-356,2	-352,6
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-25,6	-26,3
Övriga rörelsekostnader	-5,0	-5,7
Andelar i intresseföretags resultat	0,5	0,6
Rörelseresultat	42,1 2,2%	86,3 4,6%
Finansiella intäkter	2,6	3,2
Finansiella kostnader	-20,3	-33,9
Finansnetto	-17,7	-30,7
Resultat före skatt	24,4	55,6
Skatt på periodens resultat	-6,3	-16,6
Periodens resultat	18,1	39,0
Resultat per aktie	0,27	0,60



Januari - juni 2014

EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 56,1 (57,6) mkr**
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 26,8 (53,0) mkr**
 - ★ Lägre omsättning och bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring
 - ★ Förvärvad verksamhet -1,7 mkr

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -15,2 (2,0) mkr**
 - ★ Lägre bruttovinstmarginal
 - ★ Ökade insatser inom fsg och marknadsföring

Januari - juni 2014

Kassaflöde

MSEK	Jan-jun 2014	Jan-jun 2013
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	31,7	36,6
Förändring i rörelsekapital	29,4	111,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten	61,1	147,9
Investeringsverksamheten	-32,5	-18,6
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	28,6	129,3
Finansieringsverksamheten	-42,8	-198,4
Periodens kassaflöde	-14,2	-69,1

Finansiella nyckeltal – summering

	6 mån Jan - jun 2014	6 mån Jan - jun 2013	12 mån Jan - dec 2013	12 mån Jan - dec 2012	12 mån Jan - dec 2011	12 mån Jan - dec 2010	12 mån Jan - dec 2009
Försäljningstillväxt, %	1,0	-8,7	-5,4	1,0	-0,2	3,8	-11,2
Antal årsanställda	2 185	2 222	2 123	2 258	2 470	2 196	2 203
Bruttovinstmarginal, %	45,6	47,3	46,2	43,6	47,7	47,1	46,5
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	3,6	6,0	8,5	3,8	8,9	9,1	5,9
Rörelsemarginal, %	2,2	4,6	7,2	1,7	7,7	7,7	4,2
Vinstmarginal, %	1,3	3,0	5,8	0,3	6,5	7,1	3,1
Avkastning på eget kapital, %	1,7	4,0	9,3	0,4	9,9	12,1	4,9
Avkastning på sysselsatt kapital, %	2,4	5,0	8,2	2,0	8,9	9,4	4,3
Soliditet, %	49,2	46,0	49,8	44,1	43,5	44,8	41,0
Nettoskuldsättningsgrad, %	62,9	73,3	60,1	77,5	85,9	72,8	96,3
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	69,5	76,9	67,6	77,3	78,6	75,3	87,7
Nettoskuld, MSEK	1 327,0	1 429,3	1 264,0	1 516,7	1 797,3	1 406,6	1 740,8
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,3	1,2	1,4	1,3	1,2	1,4	1,1
Kassaflöde före investeringar, MSEK	61,1	147,9	358,5	341,1	66,0	343,6	806,3
Nettoinvesteringar, MSEK	-32,5	-18,6	-46,8	-50,4	-326,5	-57,6	-23,0
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	28,6	129,3	311,7	290,7	-260,5	286,0	783,3
Eget kapital per aktie, SEK	31,80	29,38	31,69	29,51	31,54	29,14	27,24

VD sammanfattning - kvartalet

★ Försäljning, marknad och resultat

- ★ Svagt kvartal och en besvikelse
 - ★ *fortsatt varubrist inom vissa segment*
 - ★ *positivt avseende profil*
 - ★ *insatser avseende försäljning och marknadsföring pågår*

★ Balansräkning

- ★ Stark balansräkning. Uppbyggnad av varulager fortgår enligt plan. Lagervärdet ökar under kommande kvartal

★ Framtid och risk

- ★ Ser ljust på framtiden, positionerat oss för tillväxt och goda resultat
- ★ Kortsiktigt finns dock risk att det tar tid för åtgärderna att ge resultat



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 !