



Orrefors Kosta Boda

NewWave
G R O U P

Delårsrapport

April - juni

2015

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.

Seger

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 till 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.



Orrefors Kosta Boda

Finansiell information



Ahead



April – juni 2015

★ Försäljning uppgick till 1 191 (983) mkr

- ★ Försäljning ökade med 21 % (10 % i lokala valutor)
- ★ Profil 19 %, Sport & Fritid 29 %, Gåvor & Heminredn 2 %
- ★ Ökningar i samtliga regioner
- ★ Försäljningskanalen profil 24 %, detaljhandeln 17 %

★ Försäljning per rörelsesegment

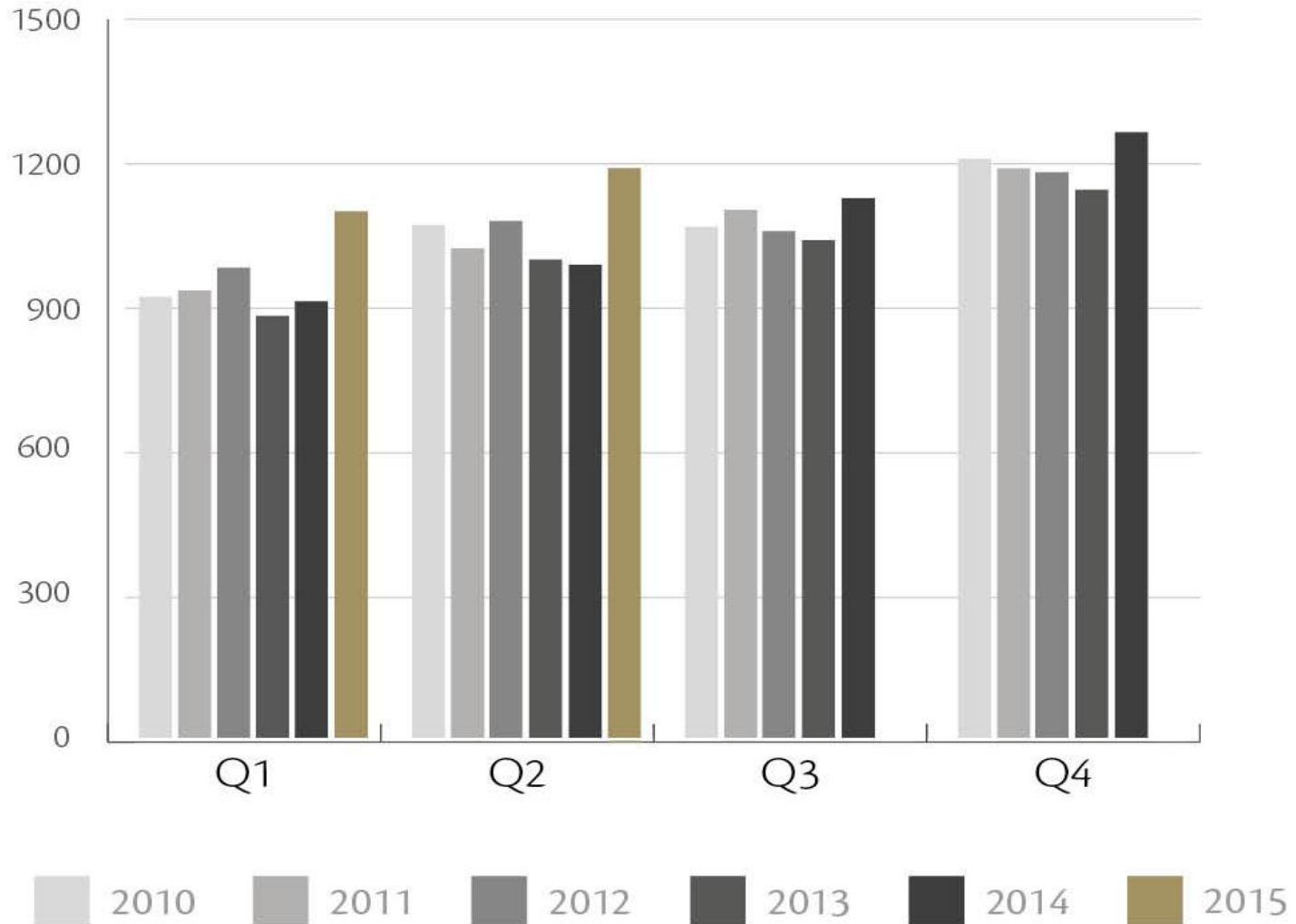
- ★ Profil 19 % till 540 (454) mkr
 - Tillväxt i samtliga regioner
- ★ Sport & Fritid 29 % till 522 (404) mkr
 - Förbättring främst i USA och Europa
 - Främst försäljningskanalen profil som ökar
- ★ Gåvor & Heminredning 2 % till 129 (126) mkr
 - Förbättringen relaterad till försäljningskanalen detaljhandel

April – juni 2015

Intäkter per region

	APR-JUN 2015	Andel av omsättn	APR-JUN 2014	Andel av omsättn	Föränd. MKR	%
Sverige	269	23%	251	25%	18	7
USA	354	30%	261	27%	93	36
Norden, exkl Sverige	170	14%	144	15%	26	18
Centraleuropa	194	16%	168	17%	26	15
Sydeuropa	115	10%	86	9%	29	34
Övriga länder	89	7%	73	7%	16	22
Totalt	1 191	100%	983	100%	208	21

Omsättning



April – juni 2015

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,7 (45,9) %
 - ★ *mix av produkter, länder och kunder*
- ★ Totala kostnader uppgick till -470,9 (-393,6) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *valutkurserna påverkade negativt med 42 mkr*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 48,7 (48,0) mkr.
 - ★ *högre omsättning och bruttovinst*
 - ★ *mer försäljning- och marknadsaktiviteter*
- ★ Periodens resultat uppgick till 27,8 (29,4) mkr.



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

April – juni 2015

Resultaträkning

MSEK	Apr-jun 2015	Apr-jun 2014
Nettoomsättning	1 191,3	983,3
Handelsvaror	-659,1	-531,8
Bruttoresultat	532,2 44,7%	451,5 45,9%
Övriga rörelseintäkter	7,8	5,4
Externa kostnader	-258,9	-216,9
Personalkostnader	-212,0	-176,7
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-14,3	-13,2
Övriga rörelsekostnader	-6,7	-2,6
Andelar i intresseföretags resultat	0,6	0,5
Rörelseresultat	48,7 4,1%	48,0 4,9%
Finansiella intäkter	3,2	1,2
Finansiella kostnader	-16,9	-10,6
Finansnetto	-13,7	-9,4
Resultat före skatt	35,0	38,6
Skatt på periodens resultat	-7,2	-9,2
Periodens resultat	27,8	29,4
Resultat per aktie	0,41	0,44

April - juni 2015

EBITDA per rörelsessegment

★ Profil uppgick till 52,4 (54,7) mkr

- ★ Högre omsättning
- ★ Något lägre bruttovinst % (mix av produkter)
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring

★ Sport & Fritid uppgick till 10,9 (7,9) mkr

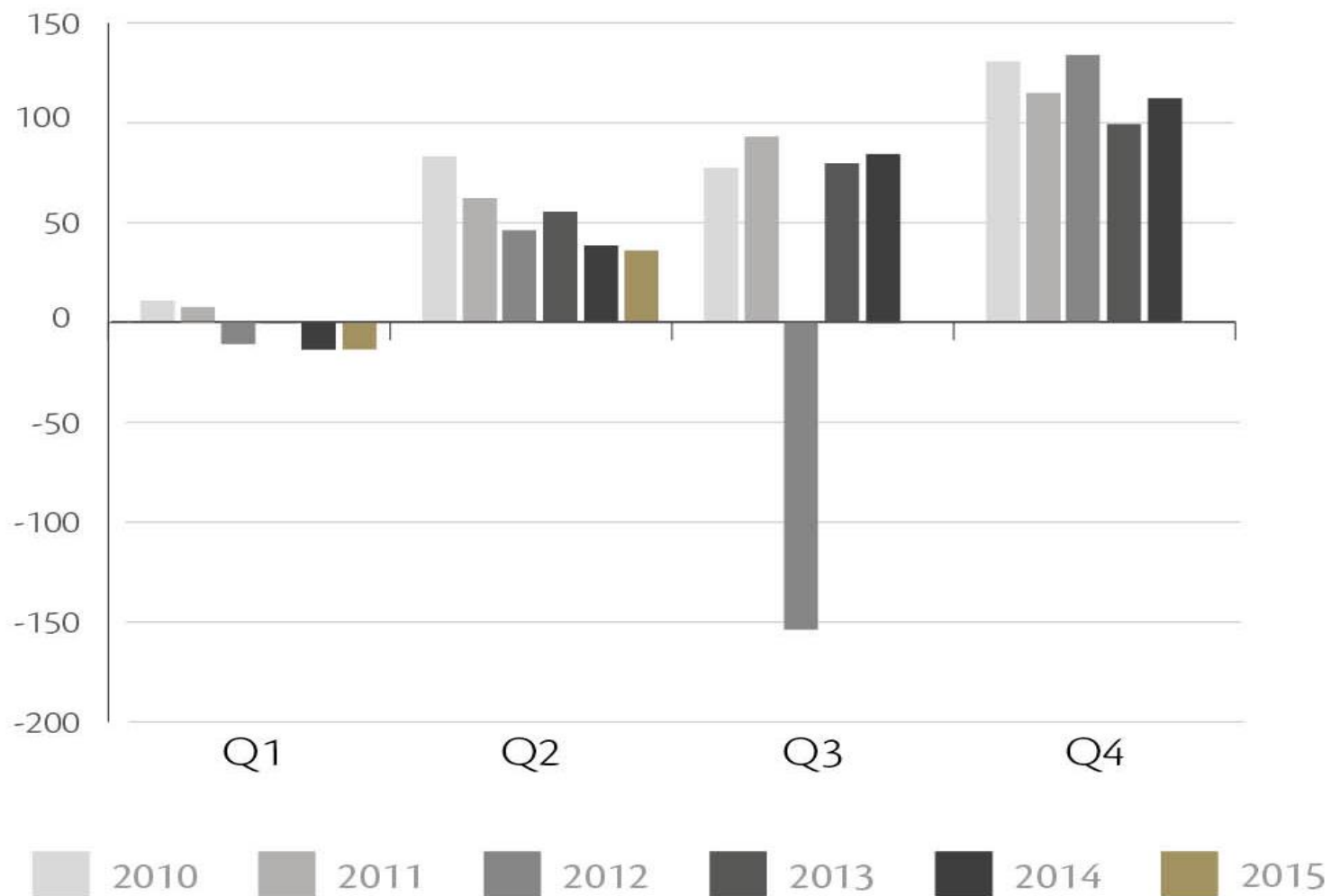
- ★ Högre omsättning
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring

★ Gåvor & Heminredning uppgick till -0,3 (-1,4) mkr

- ★ Omsättningsrelaterat
- ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring



Resultat före skatt



April - juni 2015

Kassaflöde

MSEK	Apr-jun 2015	Apr-jun 2014
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	54,6	38,8
Förändring i rörelsekapital	-110,5	-66,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-55,9	-27,7
Investeringsverksamheten	-39,6	-17,5
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-95,5	-45,2
Finansieringsverksamheten	111,7	63,3
Periodens kassaflöde	16,2	18,1



Januari – juni 2015

★ Försäljning uppgick till 2 287 (1 892) mkr

- ★ Försäljning ökade med 21 % (10 % i lokala valutor)
- ★ Profil 23 %, Sport & Fritid 24 %, Gåvor & Heminredn 0 %
- ★ Ökningar i samtliga regioner
- ★ Försäljningskanalen profil 27 %, detaljhandeln 15 %

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 23 % till 1 007 (816) mkr
 - Ökningen sker i samtliga regioner
- ★ Sport & Fritid 24 % till 1 046 (842) mkr
 - Ökningen sker i USA och Europa
 - Försäljningskanalen profil
- ★ Gåvor & Heminredning samma nivå, 235 (234) mkr
 - Detaljhandeln ökade och profil minskade

Januari – juni 2015

Intäkter per region

	JAN-JUN 2015	Andel av omsättn	JAN-JUN 2014	Andel av omsättn	Föränd. MKR	%
Sverige	505	22%	471	25%	34	7
USA	641	28%	482	25%	159	33
Norden, exkl Sverige	333	15%	287	15%	46	16
Centraleuropa	416	18%	358	19%	58	16
Sydeuropa	218	9%	162	9%	56	35
Övriga länder	174	8%	132	7%	42	32
Totalt	2 287	100%	1 892	100%	395	21



100% Organic cotton
CERES-0201



Januari – juni 2015

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,1 (45,6) %
 - ★ *förbättrad servicenivå men mix av produkter, länder och kunder påverkat marginalen % negativt*
- ★ Totala kostnader uppgick till -946,3 (-802,6) mkr.
 - ★ *mer insatser inom försäljning och marknadsföring*
 - ★ *valutkurserna påverkade negativt med 87 mkr*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 50,5 (42,1) mkr.
 - ★ *högre omsättning*
 - ★ *mer försäljning- och marknadsaktiviteter*
- ★ Periodens resultat uppgick till 16,9 (18,1) mkr.

cottoVer
people & planet



Januari – juni 2015

Resultaträkning

MSEK	Jan-jun 2015	Jan-jun 2014
Nettoomsättning	2 287,4	1 891,8
Handelsvaror	-1 254,8	-1 029,5
Bruttoresultat	1 032,6 45,1%	862,3 45,6%
Övriga rörelseintäkter	17,1	12,5
Externa kostnader	-529,0	-446,4
Personalkostnader	-417,3	-356,2
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-29,2	-25,6
Övriga rörelsekostnader	-25,2	-5,0
Andelar i intresseföretags resultat	1,5	0,5
Rörelseresultat	50,5 2,2%	42,1 2,2%
Finansiella intäkter	5,1	2,6
Finansiella kostnader	-33,9	-20,3
Finansnetto	-28,8	-17,7
Resultat före skatt	21,7	24,4
Skatt på periodens resultat	-4,8	-6,3
Periodens resultat	16,9	18,1
Resultat per aktie	0,24	0,27

Januari - juni 2015

EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 61,5 (56,1) mkr**
 - ★ Högre omsättning
 - ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 35,5 (26,8) mkr**
 - ★ Högre omsättning
 - ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -17,3 (-15,2) mkr**
 - ★ Ökade insatser inom försäljning och marknadsföring



Januari - juni 2015

Kassaflöde

MSEK	Jan-jun 2015	Jan-jun 2014
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	45,4	31,7
Förändring i rörelsekapital	-130,2	29,4
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-84,8	61,1
Investeringsverksamheten	-65,9	-32,5
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	-150,7	28,6
Finansieringsverksamheten	97,4	-42,8
Periodens kassaflöde	-53,3	-14,2

Finansiella nyckeltal – summering

	Jan - jun 2015	Jan - jun 2014	Jan - dec 2014	Jan - dec 2013	Jan - dec 2012	Jan - dec 2011	Jan - dec 2010
Försäljningstillväxt, %	20,9	1,0	5,6	-5,4	1,0	-0,2	3,8
Antal årsanställda	2 308	2 185	2 212	2 123	2 258	2 470	2 196
Bruttovinstmarginal, %	45,1	45,6	45,7	46,2	43,6	47,7	47,1
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	3,5	3,6	7,1	8,5	3,8	8,9	9,1
Rörelsemarginal, %	2,2	2,2	5,9	7,2	1,7	7,7	7,7
Vinstmarginal, %	0,9	1,3	4,9	5,8	0,3	6,5	7,1
Avkastning på eget kapital, %	1,4	1,7	7,9	9,3	0,4	9,9	12,1
Avkastning på sysselsatt kapital, %	2,4	2,4	6,4	8,2	2,0	8,9	9,4
Soliditet, %	43,8	49,2	45,9	49,8	44,1	43,5	44,8
Nettoskuldsättningsgrad, %	86,5	62,9	76,0	60,1	77,5	85,9	72,8
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	75,5	69,5	71,1	67,6	77,3	78,6	75,3
Nettoskuld, MSEK	2 086,9	1 327,0	1 828,7	1 264,0	1 516,7	1 797,3	1 406,6
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,1	1,3	1,3	1,4	1,3	1,2	1,4
Kassaflöde före investeringar, MSEK	-84,8	61,1	-284,2	358,5	341,1	66,0	343,6
Nettoinvesteringar, MSEK	-65,9	-32,5	-74,3	-46,8	-50,4	-326,5	-57,6
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	-150,7	28,6	-358,5	311,7	290,7	-260,5	286,0
Eget kapital per aktie, SEK	36,38	31,80	36,25	31,69	29,51	31,54	29,14

VD sammanfattning

★ Försäljning och resultat

- ★ Tillväxten 21% (10 % i lokal valuta)
 - ★ *I stort sett nöjd*
 - ★ *Cottover något försenat*
- ★ Fortsätter vår “investeringsfas” avseende försäljning- och marknadsaktiviteter vilket kortsiktigt försämrar resultatet

★ Balansräkning och kassaflöde

- ★ Stark balansräkning med en soliditet på 44%
- ★ Kassaflödet negativt pga produktlanseringar och marknadsåtgärder
- ★ Valutapåverkan (USD) stor på varulager och nettoskuld

★ Framtid

- ★ Tar marknadsandelar
- ★ Prioriterar investeringar i produkter, försäljning framför vinstutveckling

Marknadsåtgärder Sverige

- ★ Harvest & Frost
 - ★ Cottover
 - ★ Cutter & Buck
 - ★ Orrefors Kosta Boda
 - ★ Jobman
 - ★ Projob
-
- ★ Kvällspress/magasin
 - ★ Social media
 - ★ Web
-
- ★ Återförsäljare



MASSIV EXPONERING
AV VÅRA VAUMÄRKEN.
OCH VÅRA ÅTERFÖRSÄLJARE.

Under våren 2015 ökade vi vår marknadsföring i svensk kvällspress och helgblad och magasin ytterligare för att skapa kraftfull exponering och frekvens åt våra viktigaste varumärken. Sammanlagt går vi med hundratals annonser, främst helsidor och halvsidor, och vi är nogra med att ange vårt återförsäljarnätverk. Satsningen är den kraftfullaste vi gjort i media och backas upp av marknadsföring på webben och i sociala media.



CRAFT NY SAMARBETSPARTNER/ OFFICIELL KLÄDLEVERANTÖR TILL FRIIDROTTSLANDSLAGET



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 !