

2016

DELÅRSRAPPORT
JANUARI – JUNI

Vårt varumärke Clique har satsat stort på sitt profilsortiment och bidrar starkt till de försäljningsframgångar som kommit under andra kvartalet 2016.

NewWave
G R O U P

Delårsrapport

April - juni

2016

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 profilbranchen samt sport- gåvo- och inredningssektorn.
- ★ 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 49 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.

cottoVer
people & planet



Segev

Sport & Fritid vision

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



2016

DELÅRSRAPPORT
JANUARI – JUNI

Vårt varumärke Clique har satsat stort på sitt profilsortiment och bidrar starkt till de försäljningsframgångar som kommit under andra kvartalet 2016.



NewWave
GROUP

Finansiell information



April – juni 2016

★ Försäljning uppgick till 1 257 (1 191) mkr

- ★ Försäljning ökade med 6 % (8 % i lokala valutor)
- ★ Profil 12 %, Sport & Fritid -1 %, Gåvor & Heminr. 7 %
- ★ Ökningar främst i Europa och Sverige (profil)
- ★ Försäljningskanalen profil 11 %, detaljhandeln -2 %

★ Försäljning per rörelsesegment

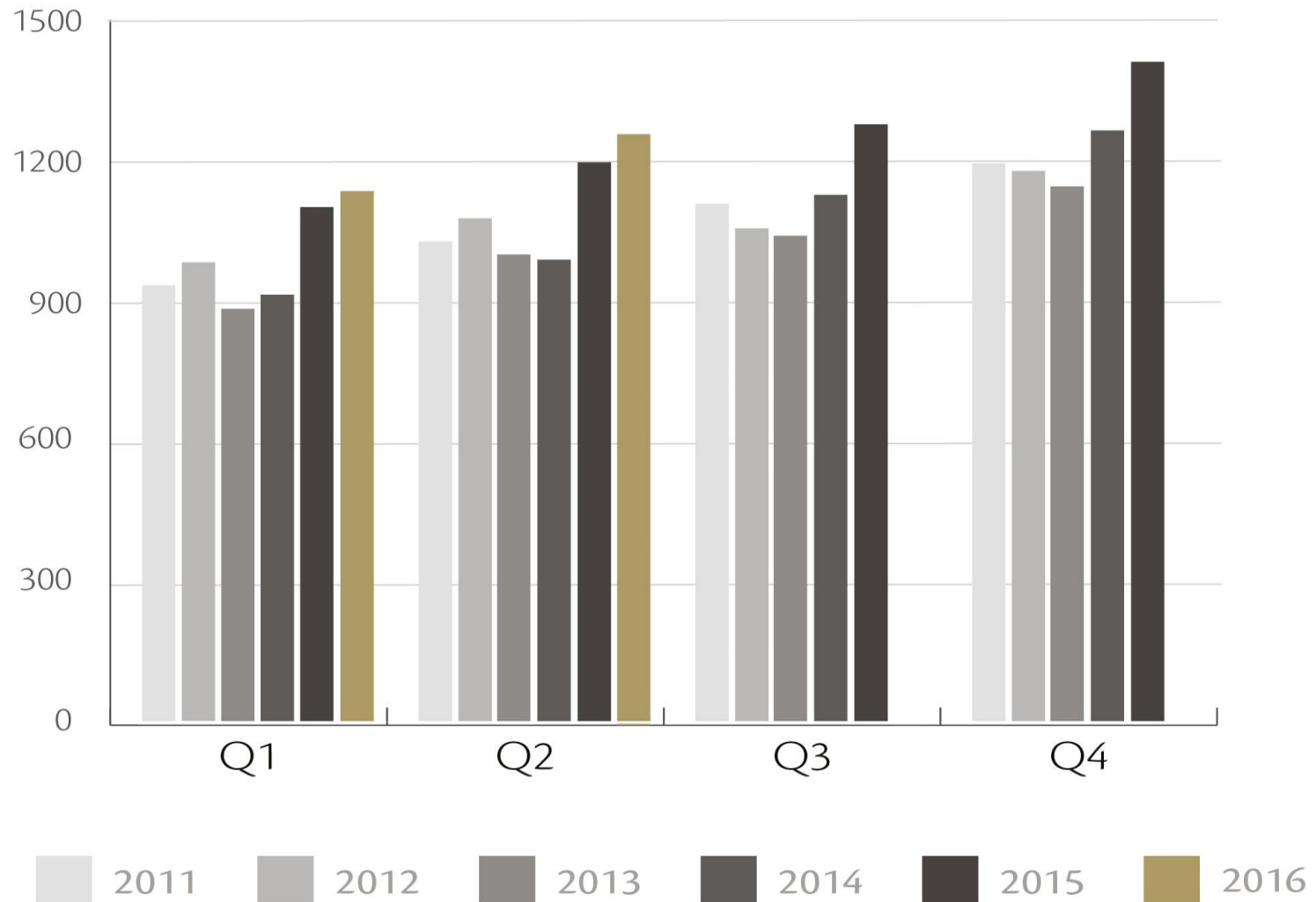
- ★ Profil 12 % till 605 (540) mkr
 - Tillväxt i främst Sverige, Övriga Norden och Europa
- ★ Sport & Fritid -1 % till 515 (522) mkr
 - Försäljningskanalen profil ökar, detaljhandeln minskar
 - Sverige, Övriga Norden ökar, USA minskar
- ★ Gåvor & Heminredning 7 % till 138 (129) mkr
 - Båda försäljningskanalerna ökar.
 - Sverige

April – juni 2016

Nettoomsättning per region

	APR-JUN 2016	Andel av omsättn	APR-JUN 2015	Andel av omsättn	Föränd. mkr	%
Sverige	301,2	24%	269,2	23%	32,0	12
USA	339,2	27%	354,5	30%	-15,3	-4
Norden, exkl Sverige	191,8	15%	170,0	14%	21,8	13
Centraleuropa	211,2	17%	193,9	16%	17,3	9
Sydeuropa	130,3	10%	114,9	10%	15,4	13
Övriga länder	83,6	7%	88,8	7%	-5,2	-6
Totalt	1 257,3	100%	1 191,3	100%	66,0	6

Omsättning



April – juni 2016

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,5 (44,7) %
 - ★ *Förbättring inom Profil samt Gåvor & Heminredning*
- ★ Totala kostnader uppgick till -462,6 (-470,9) mkr.
 - ★ *Totala marknadsföringskostnader har minskat. Vi har dock en fortsatt hög aktivitet på våra marknadsåtgärder, främst i Sverige, men har besparingar på andra områden*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 100,2 (48,7) mkr.
 - ★ *högre omsättning och förbättrad bruttovinst*
 - ★ *lägre marknadsföringsskostnader*
- ★ Periodens resultat uppgick till 67,0 (27,8) mkr.

April – juni 2016

Resultaträkning

MSEK	Apr-jun 2016		Apr-jun 2015	
Nettoomsättning	1 257,3		1 191,3	
Handelsvaror	-685,0		-659,1	
Bruttoresultat	572,3	45,5%	532,2	44,7%
Övriga rörelseintäkter	12,2		7,8	
Externa kostnader	-249,6		-258,9	
Personalkostnader	-213,0		-212,0	
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-13,4		-14,3	
Övriga rörelsekostnader	-8,1		-6,7	
Andelar i intresseföretags resultat	-0,2		0,6	
Rörelseresultat	100,2	8,0%	48,7	4,1%
Finansiella intäkter	0,9		3,2	
Finansiella kostnader	-15,7		-16,9	
Finansnetto	-14,8		-13,7	
Resultat före skatt	85,4		35,0	
Skatt på periodens resultat	-18,4		-7,2	
Periodens resultat	67,0		27,8	
Resultat per aktie	1,01		0,41	



April – juni 2016

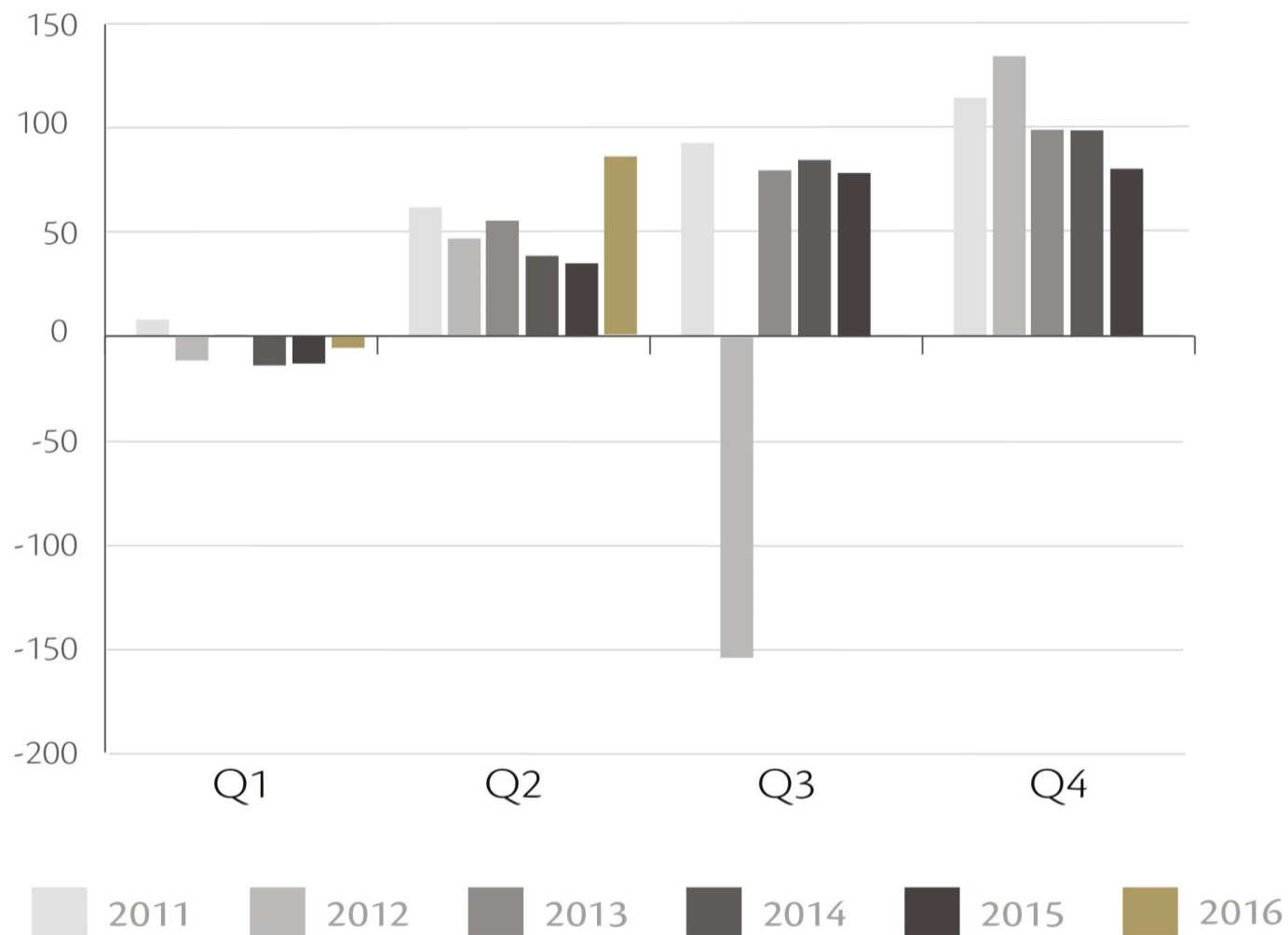
EBITDA per rörelsessegment

- ★ **Profil uppgick till 90,5 (50,4) mkr**
 - ★ Högre omsättning
 - ★ Förbättrad bruttovinst %
 - ★ Lägre kostnader

- ★ **Sport & Fritid uppgick till 24,0 (10,9) mkr**
 - ★ Lägre kostnader

- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -0,9 (-0,3) mkr**
 - ★ Högre omsättning
 - ★ Förbättrad bruttovinstmarginal
 - ★ Högre kostnader

Resultat före skatt



April - juni 2016

Kassaflöde

MSEK	Apr-jun 2016	Apr-jun 2015
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	89,4	54,6
Förändring i rörelsekapital	-0,8	-110,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten	88,6	-55,9
Investeringsverksamheten	-21,2	-40,7
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	67,4	-96,6
Finansieringsverksamheten	-50,2	112,8
Periodens kassaflöde	17,2	16,2

VD sammanfattning - kvartalet

★ Försäljning

- ★ Högsta försäljningen någonsin för perioden april - juni.
 - ★ *Rullande 12 månaders försäljning över 5 miljarder*
 - ★ *Försäljningskanalen profil 11 %*
 - ★ *Försäljningskanalen detaljhandeln -2 %*
- ★ Europa och Sverige riktigt starkt med USA något svagare än förväntat

★ Resultat

- ★ Rörelseresultatet på 100,2 mkr det bästa sedan 2008, men rörelsemarginalen skall bli bättre...

Januari – juni 2016

★ Försäljning uppgick till 2 388 (2 287) mkr

- ★ Försäljning ökade med 4 % (5 % i lokala valutor)
- ★ Profil 10 %, Sport & Fritid -1 %, Gåvor & Heminr. 3 %
- ★ Ökningar främst i regionerna Europa och Sverige (profil)
- ★ Försäljningskanalen profil 9 %, detaljhandeln -1 %

★ Försäljning per rörelsesegment

- ★ Profil 10 % till 1 110 (1 007 mkr)
 - Tillväxt i främst Sverige, Övriga Norden och Europa
- ★ Sport & Fritid -1 % till 1 035 (1 046) mkr
 - Försäljningskanalen profil ökar något medan detaljhandeln minskar något
 - Övriga Norden och Europa ökar, USA minskar
- ★ Gåvor & Heminredning 3 % till 243 (235) mkr
 - Båda försäljningskanalerna ökar

Januari – juni 2016

Nettoomsättning per region

	JAN-JUN 2016	Andel av omsättn	JAN-JUN 2015	Andel av omsättn	Föränd. MKR	%
Sverige	537,9	23%	505,0	22%	32,9	7
USA	628,6	26%	641,6	28%	-13,0	-2
Norden, exkl Sverige	354,8	15%	333,2	15%	21,6	6
Centraleuropa	461,4	19%	416,2	18%	45,2	11
Sydeuropa	243,1	10%	217,9	10%	25,2	12
Övriga länder	162,3	7%	173,5	8%	-11,2	-6
Totalt	2 388,1	100%	2 287,4	100%	100,7	4



Januari – Juni 2016

- ★ Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,5 (45,1) %
 - ★ *Förbättring i Profil och Gåvor & Heminredning. Sport & Fritid på samma nivå som i fjol*
- ★ Totala kostnader uppgick till -959,8 (-946,3) mkr.
 - ★ *mer personal inom försäljning, kundservice och marknad*
- ★ Rörelseresultatet uppgick till 108,3 (50,5) mkr.
 - ★ *högre omsättning och bruttovinstmarginal*
- ★ Periodens resultat uppgick till 62,4 (16,9) mkr.

Januari – juni 2016

Resultaträkning

MSEK	Jan-jun 2016	Jan-jun 2015
Nettoomsättning	2 388,1	2 287,4
Handelsvaror	-1 301,3	-1 254,8
Bruttoresultat	1 086,8 45,5%	1 032,6 45,1%
Övriga rörelseintäkter	21,6	17,1
Externa kostnader	-529,4	-529,0
Personalkostnader	-430,4	-417,3
Av- och nedskrivning av materiella och immateriella anläggningstillg.	-26,6	-29,2
Övriga rörelsekostnader	-13,7	-25,2
Andelar i intresseföretags resultat	0,0	1,5
Rörelseresultat	108,3 4,5%	50,5 2,2%
Finansiella intäkter	2,1	5,1
Finansiella kostnader	-30,7	-33,9
Finansnetto	-28,6	-28,8
Resultat före skatt	79,7	21,7
Skatt på periodens resultat	-17,3	-4,8
Periodens resultat	62,4	16,9
Resultat per aktie	0,95	0,24

Januari – juni 2016

EBITDA per rörelsessegment



- ★ **Profil uppgick till 104,0 (61,5) mkr**
 - ★ Högre omsättning
 - ★ Förbättrad bruttovinst % (mix av produkter)
- ★ **Sport & Fritid uppgick till 46,0 (35,5) mkr**
 - ★ Lägre marknadsföringskostnader
- ★ **Gåvor & Heminredning uppgick till -15,1 (-17,3) mkr**
 - ★ Högre omsättning

Januari - juni 2016

Kassaflöde

MSEK	Jan-jun 2016	Jan-jun 2015
Löpande verksamheten före förändring rörelsekap.	85,2	45,4
Förändring i rörelsekapital	67,3	-130,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	152,5	-84,8
Investeringsverksamheten	-37,5	-67,4
Kassaflöde efter investeringsverksamheten	115,0	-152,2
Finansieringsverksamheten	-124,8	98,9
Periodens kassaflöde	-9,8	-53,3

Finansiella nyckeltal – summering 5 år

	Jan - jun 2016	Jan - jun 2015	Jan - dec 2015	Jan - dec 2014	Jan - dec 2013	Jan - dec 2012	Jan - dec 2011
Försäljningstillväxt, %	4,4	20,9	16,2	5,6	-5,4	1,0	-0,2
Antal årsanställda	2 391	2 308	2 368	2 212	2 123	2 258	2 470
Bruttovinstmarginal, %	45,5	45,1	45,1	45,7	46,2	43,6	47,7
Rörelsemarginal före avskrivningar, %	5,7	3,5	6,3	7,1	8,5	3,8	8,9
Rörelsemarginal, %	4,5	2,2	5,1	5,9	7,2	1,7	7,7
Vinstmarginal, %	3,3	0,9	3,6	4,9	5,8	0,3	6,5
Avkastning på eget kapital, %	4,9	1,4	6,0	7,9	9,3	0,4	9,9
Avkastning på sysselsatt kapital, %	4,8	2,4	5,8	6,4	8,2	2,0	8,9
Soliditet, %	45,8	43,8	45,9	45,9	49,8	44,1	43,5
Nettoskuldsättningsgrad, %	75,2	86,5	76,8	76,0	60,1	77,5	85,9
Nettoskuld genom rörelsekapitalet, %	71,4	75,5	71,7	71,1	67,6	77,3	78,6
Nettoskuld, MSEK	1 909,9	2 086,9	1 929,1	1 828,7	1 264,0	1 516,7	1 797,3
Varulagrets omsättningshastighet, ggr	1,1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,3	1,2
Kassaflöde före investeringar, MSEK	152,5	-84,8	129,5	-284,2	358,5	341,1	66,0
Nettoinvesteringar, MSEK	-37,5	-67,4	-105,5	-74,3	-46,8	-50,4	-326,5
Kassaflöde efter investeringar, MSEK	115,0	-152,2	24,0	-358,5	311,7	290,7	-260,5
Eget kapital per aktie, SEK	38,30	36,38	37,89	36,25	31,69	29,51	31,54

VD sammanfattning – första halvåret

★ Försäljning

- ★ Högsta försäljningen någonsin för perioden januari - juni.

★ Resultat

- ★ Rörelseresultat på 108,3 mkr är mer än en fördubbling jämfört med föregående år

★ Balansräkning och Kassaflöde

- ★ Stark balansräkning med soliditet på 45,8 %
- ★ Kassaflödet från den operativa verksamheten 152,5 (-84,8) mkr



J HARVEST & FROST FLYTTAR IN I MOOD STOCKHOLM



Den 19 augusti kl. 13 slår vi upp portarna i MOOD Stockholm! Vi har även en VIP-öppning på torsdagen den 18/8 kl. 16-20 OSA till mood@jhandf.com.

Välkommen!

Cutter & Buck



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 !