

NetOnNet AB (publ)
Bokslutskommuniké, januari - december 2000

Jämförelser i rapporten har, om inte annat angetts, skett med samma period 1999.

Stark tillväxt under 2000 – lönsamhet inom räckhåll

- **Försäljningen uppgick till 70,1 (5,8) miljoner kronor.**
- **Fjärde kvartalets försäljning uppgick till 36,6 miljoner kronor jämfört med 15,2 miljoner kronor under tredje kvartalet. En ökning med 141 %.**
- **Resultatet för året, inklusive etableringskostnader för Tyskland och Belgien, uppgick till –38,7 (-6,4) miljoner kronor.**
- **Försäljningen i Tyskland startade i slutet av september och uppgick till 4,2 miljoner kronor för kvartal 4.**
- **Samtliga nyckeltal har förbättrats under året och den svenska verksamheten beräknas gå med vinst från kvartal 3 år 2001.**
- **Den nuvarande kassan förväntas räcka för att föra hela bolaget till vinst.**

NetOnNet (www.netonnet.se) är Europas första renodlade butik för hemelektronik på nätet. NetOnNet erbjuder TV, video, mobiltelefoner etc. från ledande märken som Sony och Philips m.fl. Varorna levereras hem till privatpersoner och företag. Bolaget startade i mars 1999 och har sitt huvudkontor i logistikstaden Borås och har verksamhet i Tyskland och Belgien sedan slutet på år 2000.

Marknad

Hemelektronikmarknaden som NetOnNet verkar på, utvecklas för närvarande mycket starkt. Under 2000 bedöms branschen som helhet ha ökat med 14,2 % enligt Handels Utredningsinstituts snabbindex. En rad nya produkter bidrar till ökningen. Det är dels traditionella segment som TV där framförallt det nya Widescreenformatet medförande större modeller slagit igenom under året. Digitaliseringen har nu fått sitt verkliga genombrott i branschen och en rad produktområden kommer att fortsätta att växa genom den förändring som pågår. Några av dessa är DVD, MiniDisc, MP3, Digital-TV, Digitala kameror. Utvecklingen innebär också att marknaden för tjänster knutna till produkterna kommer att öka. Sammantaget har detta bidragit till såväl ökade volymer som ökade snittpriser vilket avspeglas av NetOnNets totala snittordervärde som ökat till över 3000,- exklusive moms under året. Inom E-handeln har produktområdet hemelektronik inte varit lika väl etablerat som t.ex. böcker och CD-skivor. Under år 2000 har denna bild förändrats avsevärt och idag omnämns hemelektronik allt oftare bland de branscher som spås en ljus framtid inom e-handeln. Sammantaget med de tillväxtprognoser som finns tillgängliga för E-handeln i allmänhet, bedömer bolagets ledning NetOnNets tillväxtmöjligheter som fortsatt mycket goda.

NetOnNet-modellen

Då e-handeln är en relativt ny företeelse som genom Internetmediet öppnar en rad nya möjligheter till bl.a. snabb och noggrann mätning så har det uppstått fokus på mätmetoder som idag bedöms vara intressanta för att analysera utvecklingen av de olika e-handelsbolagen. Mätning av antalet besökare på webbplatsen är ett exempel på statistik som följs upp i media varje månad. För att hålla rätt fokus har NetOnNet utvecklat en egen modell för att styra verksamheten.

Här nämns kortfattat synen på de olika parametrarna:

- Fokus på försäljning: Ledning och medarbetare har gedigen säljbakgrund och alla aktiviteter ska skapa transaktioner.
- Branschkunskap: Ledningen har över 60 års samlad tid i hemelektronikbranschen och personal på sälj- och marknadsavdelningar rekryteras företrädesvis inom branschen.
- Låga kostnader: Då handel ofta handlar om att erövra kunder med låga priser måste alla löpande kostnader som löner, resor, lokaler mm hållas på ett minimum. Som exempel kan nämnas att NetOnNet hyr kontor och lager för drygt 300,-/m² i Borås.
- Egen logistik i egna lokaler med egen personal ger möjligheter att förbättra eventuella fel i varuförsörjningen mycket snabbt. Logistik betraktas som kärnverksamhet.
- Högt snittordervärde ger lägre hanteringskostnad per order och minskar totalt sett kravet på volym. För närvarande ligger det på drygt 3 000 kronor exkl. moms.
- Högt fokus på styrning och uppföljning av verksamheten. Inom ovan nämnda områden finns viktiga nyckeltal att styra mot. Det gäller att välja rätt och att följa upp ofta. NetOnNet lägger mycket vikt på t.ex. förvärvskostnad per kund (se bild under Marknadsföring), men betydligt mindre vikt vid antalet besökare.

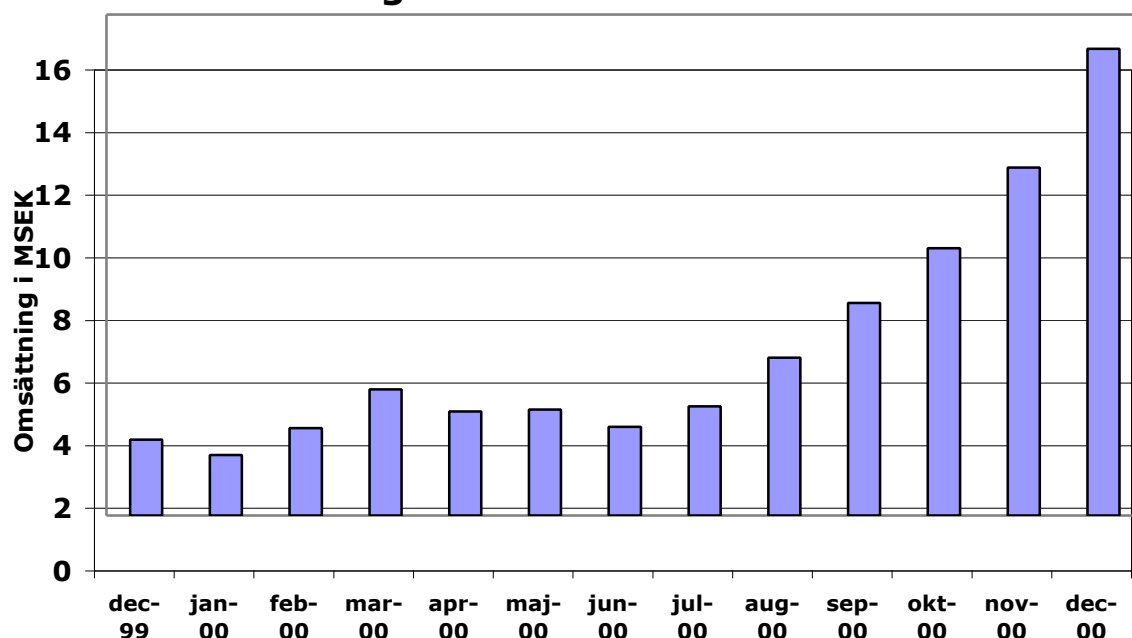
Omsättning

Omsättningen under året uppgick till 70,1 (5,8) miljoner kronor.

Det fjärde kvartalet svarade för den starkaste ökningen under året med en tillväxt på 141 % från kvartal tre.

	Sverige	Tyskland	Belgien	Totalt
Försäljning år 2000	66,1	4,0	0,0	70,1 MSEK
Varav under kvartal 4	32,6	3,9	0,0	36,5 MSEK

Omsättning december 1999 - december 2000



Produkter

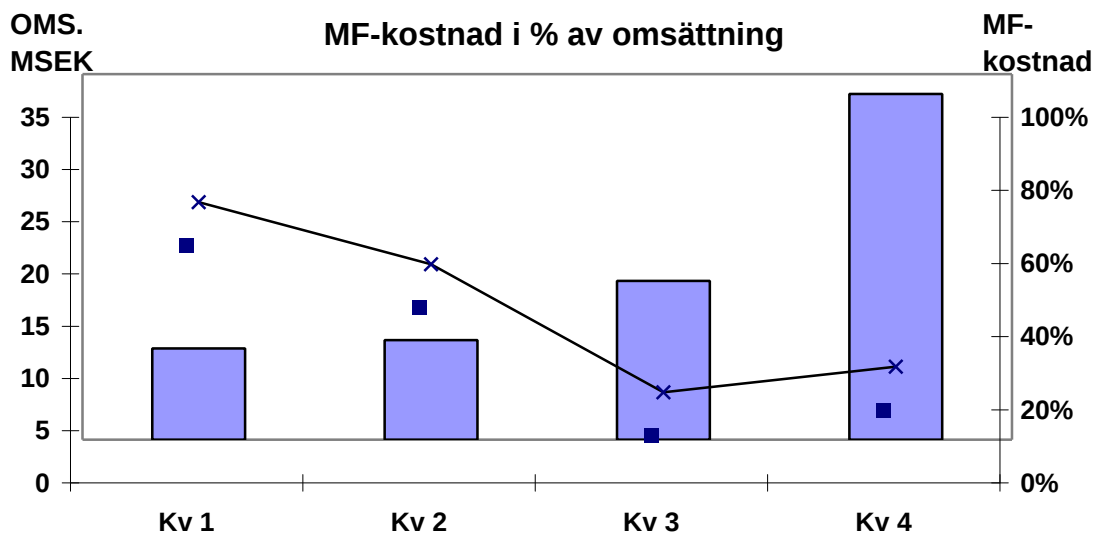
De tre största produktområdena för perioden är *TV* (48,6 % av total försäljning), *DVD och videoprodukter* (17,2 %) och *Hifi* (11,4 %). Mellan kvartal 3 och kvartal 4 har den största ökningen av försäljningen skett inom *Tillbehör* (+235 %), *Stereopaket* (+217 %) och *TV* (+149 %). *Dataprodukter* introducerades under kvartal 4 och uppgick till 1,5 % av försäljningen i Sverige under kvartal 4.

Marknadsföring

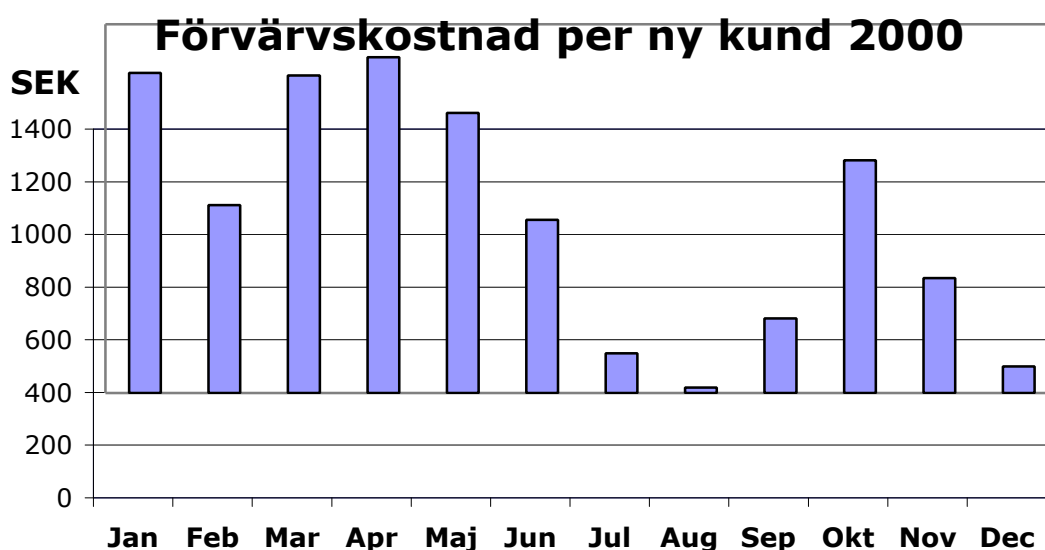
Kostnaderna för marknadsföringen uppgick till 21,6 (4,2) miljoner kronor för året, varav Sverige stod för 18,7 (4,2) miljoner kronor.

I Sverige kan man nu tydligt se att investeringarna i marknadsföring blir allt effektivare.

Bilden visar hur marknadsföringen utvecklats i förhållande till omsättningen:



Förvärvskostnaden för nya kunder minskar stadigt och har under året gått från cirka 1.200 kronor i januari till cirka 100 kronor i december.



Not: Förvärvskostnad per ny kund definieras som periodens totala marknadsföringskostnad delat med antal nya kunder minus täckningsbidrag per ny kund.

Kundservice & Logistik

Under året har volymerna åttafaldigats från 250 till 2000 paket per vecka. En tillväxt som denna utsätter Kundservice- och Logistikfunktioner för hård påfrestning. NetOnNet har klarat av att genomföra detta med egna resurser och har idag bra kontroll över dessa flöden. Under 2001 kommer ytterligare fokus att läggas på dessa processer för att säkerställa fortsatt hög kvalitet i den snabba tillväxten.

Resultat och bruttomarginal

Resultatet efter finansiella poster för perioden uppgick till -38,7 (-6,4) miljoner kronor. Av detta avser 11,1 miljoner kronor etableringskostnader för verksamheterna i Tyskland och Belgien. Bruttomarginalen uppgick till 16,9 % (13,1 %). I Sverige ökade den från 13,1 % för 1999 till cirka 18 % vid årets utgång.

Finansiell ställning och likviditet

Per 31 december, 2000 uppgick nettokassan till 84,6 miljoner kronor motsvarande 14,41 kronor per aktie och soliditeten var 79,2 procent. Bolagets egna kapital uppgår till 102,6 miljoner kronor, motsvarande 17,48 kronor per aktie.

Personal

Personalstyrkan uppgår till 35 personer varav 22 i Sverige, 9 i Tyskland och 4 i Belgien.

Bolagsstämma

Ordinarie bolagsstämma avses att hållas i Borås den 25 april, 2001. Styrelsen kommer att föreslå att ingen aktieutdelning ges för verksamhetsåret 2000.

Händelser efter rapportperiodens utgång

Under januari månad 2001 uppgick försäljningen till 10,4 (1,9) miljoner kronor och bruttomarginalen, som förbättrades avsevärt, uppgick till 20,0 (16,0) procent. Se vidare särskild månadsrapport för januari 2001.

Efter rapportperioden har NetOnNet erhållit utmärkelser för Bästa Internetbutik i både Sverige och Tyskland. Utmärkelsen i Sverige heter Retail Awards och delades ut av Svensk Handel. I Tyskland heter utmärkelsen Best of Internet och delades ut av tidningen Tomorrow.

Under januari månad har personal tecknat sig för förlagslån förenat med avskiljbara optionsrätter. Vid fullt utnyttjande av optionsrätterna under perioden 1 januari – 30 juni 2003 ökas aktiekapitalet med 77.500 kronor och antalet aktier med 77.500 st.

Utsikter för 2001

Förutsättningarna för fortsatt tillväxt är mycket goda. I Sverige förväntas försäljningen fortsätta att öka mycket väl, även om fokus kommer att ligga på förbättring av rörelsemarginalen. Tyskland och Belgien har fått en start som i stora delar påminner om Sverige 1999, vilket gör att utsikterna för en utveckling i linje med Sverige är att vänta, dock med ännu effektivare nyckeltal för marknadsföringen.

Samtliga nyckeltal har förbättrats under året och den svenska verksamheten beräknas gå med vinst från kvartal 3 år 2001. Nuvarande kassa förväntas att räcka för att föra bolaget till vinst med verksamhet i Sverige, Tyskland och Belgien.

Borås den 20 februari 2001



Anders Halvarsson
Verkställande direktör

Frågor angående denna bokslutskommuniké besvaras av Anders Halvarsson, Verkställande direktör, tel.0705-48 55 56. Bokslutskommuniké finns också tillgänglig på www.netonnet.se

Kommande rapporter

NetOnNet rapporterar månadsvis med avseende på hur försäljning och resultat utvecklas.

Månadsrapport februari	16 mars, 2001
Bolagsstämma	25 april, 2001
Delårsrapport januari-mars	25 april, 2001

RESULTATRÄKNINGAR

Tusen kronor	jan-dec 2000 12 mån	jan-dec 1999 12 mån	okt-dec 2000 3 mån	okt-dec 1999 3 mån
Nettoförsäljning	70.086	5.783	36.586	4.678
Varukostnader	-58.257	-5.026	-30.548	-4.147
Bruttoresultat	11.829	757	6.038	531
Personalkostnader	-13.139	-754	-4.316	-291
Marknadsföringskostnader	-21.616	-4.191	-8.372	-3.825
Butikskostnader	-5.309	-686	-1.407	-340
Övriga externa kostnader	-12.941	-1.460	-6.705	-909
Avskrivningar	-486	-20	19	-11
Rörelseresultat	-41.662	-6.354	-14.743	-4.845
Finansnetto	2.961	-57	1.067	-13
Periodens resultat	-38.701	-6.411	-13.676	-4.858

BALANSRÄKNINGAR

Tusen kronor	31 december 2000	31 december 1999
Tillgångar		
Tecknat men ej inbetalt kapital	-	1.016
Materiella anläggningstillgångar	3.116	182
Långfristiga fordringar	636	
Varulager	18.634	1.383
Kortfristiga fordringar	14.226	3.553
Kassa och bank	92.894	4.719
Summa tillgångar	129.506	10.853
Eget kapital och skulder		
Eget kapital	102.616	5.704
Långfristiga skulder	-	1.000
Kortfristiga skulder	26.890	4.149
Summa eget kapital och skulder	129.506	10.853

FINANSIELLA NYCKELTAL

Tusen kronor	jan-dec 2000	okt-dec 2000
Nettoomsättning	70.086	15.230
Bruttomarginal, %	16,9	16,5
Periodens resultat	-38.701	-13.676
Soliditet, %	79,2	79,2
Nettoinvesteringar	3.420	664
Eget kapital per aktie, SEK	17,48	17,48
Antal aktier vid periodens slut	5.869.360	5.869.360
Antal utestående optioner vid periodens slut	102.920	102.920
Antal anställda vid utgången av period	35	35