

Delårsrapport januari-juni 2003



Framfab AB (publ)

- Under första halvåret inledde Framfab samarbete med 30 nya kunder samtidigt som fortsatt förtroende visats från samtliga av bolagets större kunder. Senarelagda uppdrag har bidragit till att nettoomsättningen sjönk jämfört med föregående kvartal. Nettoomsättningen för perioden januari-juni var 132,3 MSEK (195,7) och 59,7 MSEK (87,8) för perioden april-juni.
- Resultat efter skatt för perioden januari-juni var -72,7 MSEK (-29,4) och -69,3 MSEK (-23,0) för perioden april-juni varav -37,2 MSEK härrör från försäljningen av aktierna i B2 Bredband AB och -11 MSEK från reserveringar för beslutade åtgärder. Resultat per aktie för perioden januari-juni var -0,15 SEK (-0,06) och -0,14 SEK (-0,05) för perioden april-juni.
- Kassaflödet för perioden april-juni var -1,9 MSEK (-7,4), en väsentlig förbättring jämfört med det första kvartalet. Likvid på 12,8 MSEK för försäljningen av aktieinnehavet i B2 Bredband AB som tidigare aviserats, kommer att erhållas under det tredje kvartalet.
- Framfab visade ännu en gång sin ledande ställning inom digital varumärkeskommunikation genom att vinna en Grand Prix vid reklamfestivalen Cannes Lions. Det är fjärde året i rad som Framfab vinner i Cannes.
- Omstruktureringen av verksamheten i Malmö och Stockholm har genomförts under andra kvartalet. Beslut har tagits att initiera ytterligare åtgärder i koncernen. Totalt beräknas åtgärderna minska kostnaderna med över 40 MSEK på årsbasis.
- Lönsamheten har påverkats negativt av senarelagda uppdrag och omstruktureringar, vilka tillsammans med det säsongsmässigt svagare tredje kvartalet försvagar den finansiella beredskapen. Framfabs kunder, i huvudsak stora multinationella koncerner, önskar leverantörer med stark finansiell ställning. Styrelsen har därför beslutat föreslå en extra bolagsstämma att förstärka likviditeten genom en riktad, begränsad nyemission. Bolaget vill genom emissionen även skapa möjlighet att finna större aktieägare och skapa en god finansiell ställning inför en väntad marknads-konsolidering.
- Marknadssituationen under andra kvartalet har varit fortsatt svag och styrelsen räknar inte med någon snabb marknadsförbättring i nuvarande konjunkturläge. Det är i dagsläget svårbedömt hur andra halvårets intäkter kommer att påverkas av rådande svaga konjunkturläge, men med minskad kostnads massa är företagets målsättning att nå lönsamhet under det fjärde kvartalet. En dialog förs med andra aktörer avseende möjliga strategiska kombinationer för att uppnå ytterligare kostnads- och marknadsfördelar.

Framfab är en ledande leverantör av konsulttjänster och affärslösningar baserade på Internetteknik. Till kundkretsen hör främst stora internationella företag, som t.ex. 3M, AXA, Coca-Cola,

Danske Bank, Electrolux, Ericsson, Hydro Texaco, IKEA, Kellogg's, Maersk Sealand, NEC Packard-Bell, Nike, Observer, Postbank, SAAB, Volvo Car Corporation och UBS. Framfab har verksamhet i Danmark,

Holland, Sverige och Tyskland. Framfab är noterat på Stockholmsbörsens O-lista (ticker FRAM). För mer information besök www.framfab.com

VD:s kommentarer

Marknaden förblev svag under första halvåret, och har ytterligare försämrats i Tyskland och Holland. Detta tillsammans med senarelagda uppdrag har påverkat omsättningen negativt och bidragit till ett försämrat resultat. Trots den svaga efterfrågan har Framfab etablerat samarbete med 30 nya kunder under det första halvåret. Framfab visade ännu en gång på sin ledande ställning inom digital varumärkeskommunikation genom att för tredje gången vinna en Grand Prix vid internationella reklamfestivalen Cannes Lions, där företaget har prisbelönats under de fyra sista åren.

Vår kärnverksamhet är att driva projekt för multinationella företag med höga ambitioner och kvalitetskrav på sin ständigt ökande dialog i digitala media med kunder, leverantörer och andra intressenter. Bolagets tio största kunder är multinationella företag och står för 60% av bolagets omsättning. Ingen sådan stor kund har tappats de senaste två åren, även om volymerna reducerats under lågkonjunktens inverkan. Bolaget har idag fem huvudområden och naturliga centers of excellence, baserade på lokal expertis och erfarenhet.

- Online Branding, Sales and Customer Service. Kunder är bland annat Nike, Coca Cola, Kellogg's, Carlsberg Breweries, Unilever, IKEA och Vodafone. Internationellt erkänd kompetens finns bland annat i Köpenhamn.
- Automotive Industry Online. Kunder är bland annat Volvo Cars, Volvo Trucks, SAAB, Renault och några tyska biltillverkare.
- Financial Services Online. Kunder är bland annat Union Bank of Switzerland, Danske Bank, AXA Group, HDI och Postbank. Sju av de tio största försäkringsbolagen i tyskspråkiga Europa är våra kunder. Kompetenscentret finns i Köln.
- Telecom Industry Online. Utifrån främst Hamburg och Amsterdam arbetar vi med kunder som Deutsche Telecom, t-mobile och Vodafone. I Sverige omfattar kundlistan bland annat Ericsson och mobiloperatören 3.
- Public Sector Online. Utifrån främst Amsterdam och Stockholm arbetar vi med till exempel Europakommissionen, Stockholms Stad och många andra offentliga organisationer.

Marknadsledarskap på varje delmarknad är ett prioriterat mål i företagets strategi. Vidare utbyggnad och fördjupande av spetskompetens inom valda funktions- och branschsegment, oberoende av Europa-geografi, är en viktig del av den fokuseringsstrategi som företaget valt för att möta sämre marknadsförutsättningar och utdragen lågkonjunktur. För att ytterligare stärka beredskapen föreslår ledning och styrelse att genomföra en riktad, begränsad nyemission.

Åtgärder för att möta den svaga marknaden har gjorts och tidigare aviserade neddragningar i Malmö och Stockholm har genomförts under det andra kvartalet. Beslut om att initiera kostnadsbesparingar i huvudsak i Holland och Göteborg, har tagits. Intentionen är att genomföra dessa under det tredje kvartalet. Kostnadsbesparingar till följd av åtgärder under andra och tredje kvartalet beräknas till över 40 MSEK årligen. Branschens och företagets behov av konsolidering kvarstår och accentueras, och samtal fortgår med flera parter.

Anders Ekman

Marknad

Internationella koncerner söker i högre grad än tidigare ett begränsat antal leverantörer med förmåga att koordinera och genomföra strategiska, innovativa och komplexa webbprojekt. Framfab befäster som den näst största renodlade Internetkonsulten i Europa ställningen som attraktiv partner till dessa koncerner. På de lokala marknaderna har Framfab befast rollen som marknadsledare inom företagets nisch i Danmark och Sverige. I Tyskland fortsätter positionen att stärkas och i Holland återfinns Framfab bland de tre största.

I likhet med det första kvartalet har det andra kvartalet präglats av kundernas avvaktande inställning och låga investeringsvilja. Föråldrade och uttjänta lösningar återanvänds samtidigt som företagen under lågkonjunktur, för att spara pengar, till stor del förlitar sig på intern kompetens. Framfab får

bland sina kunder signaler om att gränsen i många fall är nådd och att de åter behöver extern kompetens för utvecklandet av mer kritiska och komplexa webblösningar. Investeringsobenägenheten i marknaden fortsätter dock vilket visar sig genom att kunderna tenderar att förskjuta besluten och dela upp projekt i kortare faser. Marknadssituationen är fortsatt svag och bolaget räknar inte med någon snabb marknadsförbättring i nuvarande konjunkturläge.

Den nödvändiga branschkonsolidering är fortfarande i sin linda. Branschstrukturen är fortsatt fragmenterad med ett fåtal återstående medelstora aktörer och en stor mängd lokala små aktörer och frilansande grupper och individer, specialiserade på endera kommunikation, koncept och design, alternativt teknik, men sällan helheten. De saknar den samlade kompetens som krävs för att möta de krav som ställs från internationella koncerner. Fragmenteringen bidrar dock till fortsatt prispress.

Verksamheter

Koncernen

Under första halvåret har Framfab inlett samarbete med 30 nya kunder däribland två stora internationella försäkringskoncerner, en svensk verkstadskoncern, en tysk biltillverkare, en stor holländsk aktör inom facility management samt Adexi, Vägverket, Göteborgs stad, Sydsvenska Dagbladet och Ellos, IKEA Tyskland, Delta Lloyd, Talanx, Brandit, Konsthögskolan i Amsterdam (AHK), holländska transportministeriet och IgloMora. Framfab har under perioden visats fortsatt förtroende från samtliga större kunder.

Nettoomsättningen för perioden januari-juni var 132,3 MSEK (195,7). Nettoomsättning per anställd ökade jämfört med föregående år med 1% till en årstakt på 649 KSEK. Justerat för uppsagd personal var omsättning per anställd 707 KSEK.

Nettoomsättningen för det andra kvartalet var 59,7 MSEK (87,8), jämfört med 72,6 under kvartal ett. Den lägre nettoomsättningen, som framför allt är hänförlig till verksamheterna i Danmark och Sverige, bidrog till ett väsentligt försämrat rörelseresultat.

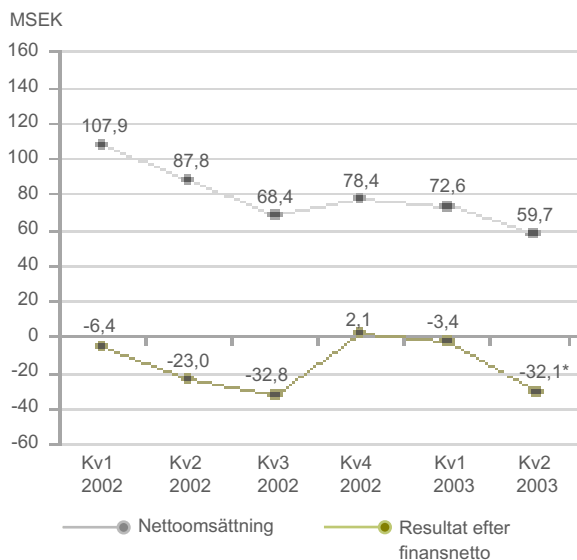
I Danmark, där den lägre omsättningen är av säsongsmässig karaktär, redovisade verksamheten vinst. I Sverige har omsättningen varit lägre framför allt på grund av uppskjutna projekt hos några större kunder. Kontoren i Malmö och Stockholm har omdanats under andra kvartalet och personalstyrkan har minskats med 30 personer. Beslut har tagits att initiera åtgärder i huvudsak i Holland och Göteborg för att minska kostnaderna. Resultatet för andra kvartalet har belastats med -11 MSEK avseende kostnadsreserveringar för beslutade åtgärder.

De åtgärdsprogram som genomfördes under 2002 har givit resultat enligt plan och kostnaderna minskade med 57,5 MSEK jämfört med första halvåret 2002. Full effekt av åtgärder tagna i andra kvartalet uppkommer under det tredje kvartalet. Åtgärder som kommer att initieras under kvartal tre kommer att få full effekt under kvartal fyra. Kostnadsbesparingar till följd av åtgärderna beräknas till totalt över 40 MSEK årligen.

Inkluderat en nedskrivning av innehavet i B2 Bredband AB med 37,2 MSEK var resultat efter finansnetto för perioden januari-juni -72,7 MSEK (-29,4) och för andra kvartalet -69,3 MSEK (-23,0). Resultat efter skatt var för första halvåret -72,7 MSEK (-29,4).

Danmark

Framfab är marknadsledare i Danmark, och visar ett starkt positivt rörelseresultat för det första halvåret. Sju nya kunder har tillkommit under första halvåret. Ännu en gång har Framfab Danmark bevisat sin ledande ställning inom digital varumärkeskommunikation genom att vinna en Grand Prix vid reklam-



*Exkluderar nedskrivning av innehavet i B2 Bredband AB

festivalen Cannes Lions för arbetet med Nike. Det är fjärde gången i rad som Framfab belönas i Cannes varav tre av vinsterna är Grand Prix som är den högsta utmärkelsen.

Holland

I Holland redovisas ett negativt rörelseresultat för det första halvåret. Under perioden har antalet anställda minskats med 16 personer. Under det tredje kvartalet vidtas ytterligare åtgärder under ledning av ny VD som tillträdde i juni. Åtgärderna inkluderar en kapacitetsanpassning till cirka 35 heltids-tjänster motsvarande den lägre efterfrågan samt en sammanslagning av kontoren i Amsterdam och Rotterdam. Under perioden har bland annat Transportministeriet, IgloMora och Konsthögskolan i Amsterdam tillkommit som kunder.

Tyskland

Det allmänna marknadsläget i Tyskland försvagades under perioden och förväntningarna för helåret har justerats ned. Det tyska bolaget redovisade överskott i april och maj. Förskjutning i uppstart av två projekt orsakade att bolaget redovisade förlust i juni och under andra kvartalet. Dessa uppdrag kommer dock att påverka det tredje kvartalet positivt och skapar därmed bra förutsättningar för ett positivt resultat under det andra halvåret. Framfab Tyskland redovisade en förlust för det första halvåret. Genom utökningen av Münchenkontoret, i en av de ekonomiskt starkaste regionerna i Europa, samt nyanställning av nyckelpersoner under perioden stärkte Framfab Tyskland positionen inom bolagets prioriterade segment finans, fordon och telekom. Inom finanssektorn har Framfab Tyskland sju av de tio största aktörerna i Tyskland och Schweiz som kunder. Under det första halvåret tillkom 13 nya kunder.

Sverige

Under första kvartalet redovisade Framfab Göteborg en vinst, men genom en försenad projektstart av en större order minskade intäkterna under andra kvartalet varför verksamheten redovisade en förlust för både det andra kvartalet och det första halvåret. Beslut har tagits att initiera åtgärder under tredje kvartalet. Framfab har stort förtroende från befintliga stora kunder såsom Volvo Car Corp., SCA m fl och har fortsatt att ta marknadsandelar genom nya samarbeten med bland annat Ellos, W.L Gore & Associates, Adexi och Göteborgs stad under det första halvåret.

I Malmö har verksamheten omdanats under ledning av Framfab Danmarks VD och kontoret har utökat samarbetet med specialister i Köpenhamn samtidigt som egna personalstyrkan har minskats med 14 personer. Lednings- och erfarenhetsmässig integration mellan enheterna skall bidra till ett bättre kompetensutnyttjande samt en effektivare leverans med ökad kvalitet till kunder i regionen. Köpenhamn-kontorets världsledande kompetens inom digital varumärkeskommunikation kombinerad med Malmö-kontorets spetskompetens inom IT skapar tillsammans en stark enhet inom digital varumärkeskommunikation och webbapplikationsutveckling. Verksamheten i Malmö redovisade en förlust för det första halvåret.

Framfab Stockholm har under första halvåret ingått två nya ramavtal varav ett med mobiloperatören 3. Samtidigt har ett antal mindre nya uppdrag kontrakterats, däribland med en av landets större intresseorganisationer och med ett sjukhus. Verksamheten redovisar en förlust för det första halvåret och personalstyrkan har minskats med 16 personer under det andra kvartalet. Organisationen har specialiserat inom användbarhet och design och kommer att kvarstå med tillräcklig erfarenhet och omfattning för att garantera nuvarande och nya kunders behov.

Målsättningen är att den svenska verksamheten ska nå positivt resultat under kvartal fyra.

Verksamheten i sammandrag

MSEK	Danmark	Holland	Tyskland	Sverige	Totalt
Omsättning	32,5	13,5	30,3	56,0	132,3
Investeringar	0,0	-0,1	0,2	0,0	0,1
Antal anställda*	60	47	90	182	379

* Antal anställda vid periodens utgång. I Sverige är 9 personer ur koncernstaben inkluderade.

Finansiell ställning

Kassaflödet för det andra kvartalet var –1,9 MSEK, en förbättring med 24,0 MSEK jämfört med föregående kvartal. Kassaflödet för perioden januari-juni var –27,8 MSEK och likvida medel uppgick per den 30 juni till 21,6 MSEK.

Under kvartal två har Framfab ingått avtal om att sälja hela innehavet i B2 Bredband AB för 1,6 MUSD, motsvarande ett värde av 12,8 MSEK, varav 10,2 MSEK med likvid under juli månad. Resterande del beräknas erhållas i september. Beloppet är lägre än tidigare aviserat på grund av dollarns försvagning gentemot den svenska kronan. Försäljningen av aktierna i B2 Bredband AB har föranlett en nedskrivning med –37,2 MSEK som redovisats under finansiella kostnader.

De under andra kvartalet senarelagda order och redovisade omstruktureringsåtgärder kommer att påverka framtida kassaflöden negativt. Tillsammans med det säsongsmässigt svagare tredje kvartalet samt de ökade kraven på längre betalningsvillkor från kunder i samband med större projekt, gör att styrelsen beslutat öka bolagets likviditetsreserv. Styrelsen har beslutat att stärka bolagets finansiella position genom att föreslå en extra bolagsstämma en riktad, begränsad nyemission på upp till 130 miljoner aktier till bedömt marknadspris. Bolaget vill även genom emissionen skapa möjlighet att finna större aktieägare och skapa en god finansiell ställning inför en marknadskonsolidering.

Kundfordringar uppgick till 43,9 MSEK, en minskning med 12,3 MSEK sedan slutet av 2002. Kundfordrarnas andel av senaste kvartalets omsättning var 73%, vilket är 1 procentenhet högre jämfört med utgången av föregående år. Soliditeten uppgår till 37%.

Under andra kvartalet har bolaget avyttrat hela sitt kvarvarande innehav i Labs2 Group AB, noterat på Stockholmsbörsens O-lista. Försäljningen har bidragit med en reavinst på 0,2 MSEK under andra kvartalet och med 2,4 MSEK under perioden januari-juni. Därutöver finns deläggande i ett fåtal mindre bolag i vilka Framfab inte har några finansieringsåtaganden. Dessa innehav är bokförda till 0,0 MSEK.

Aktiedata

Resultat efter skatt uppgick för perioden januari-juni 2003 till –72,7 MSEK (-29,4) vilket motsvarar -0,15 SEK (-0,06) per aktie. Eget kapital per aktie uppgick per den 30 juni 2003 till 0,09 SEK (0,30). Moderbolaget hade 504 996 418 registrerade aktier per den 30 juni 2003. På den ordinarie bolagsstämman den 4 april 2003, beslutades att bemyndiga styrelsen att för erläggande av tilläggsköpeskilling till säljarna av NetlinQ Group NV fatta beslut om att emittera högst 45 000 000 aktier. Framfab har under andra kvartalet nyttjat bemyndigandet och genomfört två nyemissioner om totalt 2 750 000 aktier samt en kvittningsemission om totalt 27 563 980 aktier.

Moderbolaget

För perioden januari-juni var nettointäkterna 4,8 MSEK (7,2), varav 4,8 MSEK (6,3) avsåg intern fakturerings. Resultat efter finansiella poster uppgick till –55,9 (-28,7). Aktieägartillskott via konvertering av lån till dotterbolag motsvarande 30,8 MSEK (6,1) är redovisade som investering under perioden. Totala investeringar i anläggningstillgångar uppgick till 12,6 MSEK (9,2). Nedskrivningar av aktier i dotterbolag uppgick till 30,8 MSEK (9,8) och nedskrivning av aktier i B2 Bredband AB har belastat finansnettot med 37,2 MSEK. Eget kapital i moderbolaget uppgick per den 30 juni till 43,3 MSEK varav aktiekapitalet var 50,5 MSEK. Likvida medel uppgick till 2,1 MSEK (52,4).

Redovisningsprinciper

Delårsrapporten är upprättad i enlighet med Redovisningsrådets rekommendation 20, Delårsrapportering. Tillämpningen av de från år 2003 gällande rekommendationerna har inte haft någon påverkan på bolagets redovisade resultat och ställning för tidigare perioder. I övrigt är tillämpade redovisningsprinciper oförändrade från årsredovisning 2002.

Utsikter 2003

Marknadssituationen under andra kvartalet har varit fortsatt svag och styrelsen räknar inte med någon snabb marknadsförbättring i nuvarande konjunkturläge. Det är i dagsläget svårbedömt hur andra halv-årets intäkter kommer att påverkas av rådande svaga konjunkturläge, men med minskad kostnads-massa är företagets målsättning att nå lönsamhet under det fjärde kvartalet. En dialog förs med andra aktörer avseende möjliga strategiska kombinationer för att uppnå ytterligare kostnads- och marknadsfördelar.

Ekonomisk rapportering

- Delårsrapporten för januari-september 2003 publiceras 23 oktober.
- Bokslutskommuniké 2003 publiceras januari/februari 2004.

Stockholm, 23 juli 2003

Styrelsen

Denna rapport har ej varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

För ytterligare information kontakta:

Anders Ekman, Verkställande direktör, +46 8 41 00 10 00, anders.ekman@framfab.se
Christian Luiga, Ekonomi- och finansdirektör, +46 8 41 00 10 00, christian.luiga@framfab.se
Tobias Bülow, Kommunikationschef, +46 709 41 22 58, tobias.bulow@framfab.se

Framfabs huvudkontor:

Framfab AB (publ)
Holländargatan 20
SE-114 84 Stockholm
Sverige
Telefon: +46 8 41 00 10 00
Fax: +46 8 20 28 08

I övrigt hänvisas till Framfabs nya hemsida www.framfab.com

Resultaträkningar i sammandrag

MSEK	jan-jun 2003	jan-jun 2002	jan-dec 2002	apr-jun 2003	apr-jun 2002
Konsultintäkter	131,1	191,1	330,1	59,0	86,2
Övriga rörelseintäkter	1,2	4,6	12,4	0,7	1,6
Nettoomsättning	132,3	195,7	342,5	59,7	87,8
Rörelsens kostnader	-165,4	-222,9	-401,0	-89,9	-109,3
Rörelseresultat före avskrivningar	-33,1	-27,2	-58,5	-30,2	-21,5
Av- och nedskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-5,4	-5,2	-10,9	-2,7	-2,2
Rörelseresultat	-38,5	-32,4	-69,4	-32,9	-23,7
Finansnetto	-34,2	3,0	9,3	-36,4	0,7
Resultat efter finansiella poster	-72,7	-29,4	-60,1	-69,3	-23,0
Skatt	-	-	3,9	-	-
Periodens resultat	-72,7	-29,4	-56,2	-69,3	-23,0
Vinst per aktie, SEK	-0,15	-0,06	-0,12	-0,14	-0,05
Vinst per aktie efter utspädning, SEK	-0,15	-0,06	-0,12	-0,14	-0,05

Balansräkningar i sammandrag

MSEK	30 jun 2003	31 dec 2002	30 jun 2002
Tillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	7,3	12,6	17,5
Finansiella anläggningstillgångar	9,3	60,4	50,0
Summa anläggningstillgångar	16,6	73,0	67,5
Kundfordringar	43,9	56,2	61,4
Övriga omsättningstillgångar	45,8	30,3	49,5
Likvida medel	21,6	49,5	89,0
Summa omsättningstillgångar	111,3	136,0	199,9
Summa tillgångar	127,9	209,0	267,4
Eget kapital och skulder			
Eget kapital ¹	47,0	110,7	141,1
Långfristiga räntefria skulder	1,0	1,1	-
Kortfristiga räntebärande skulder	0,8	1,5	2,5
Kortfristiga räntefria skulder	79,1	95,7	123,8
Summa skulder	80,9	98,3	126,3
Summa eget kapital och skulder	127,9	209,0	267,4
¹ Eget kapital			
Vid årets början	110,7	173,1	173,1
Nyemission	9,4	-	-
Omräkningsdifferenser	-0,4	-6,2	-2,6
Periodens resultat	-72,7	-56,2	-29,4
Vid periodens slut	47,0	110,7	141,1

Ansvarsförbindelser i form av garantier och borgensförbindelser i koncernen har minskat med 2,4 MSEK jämfört med 31 december 2002 och var 8,4 MSEK per 30 juni 2003, och i moderbolaget minskat med 2,0 MSEK jämfört med 31 december 2002 och var 7,3 MSEK per 30 juni 2003.

Kassaflöde i sammandrag

MSEK	jan-jun 2003	jan-jun 2002	jan-dec 2002	apr-jun 2003	apr-jun 2002
Kassaflöde från rörelsen	-30,1	-26,2	-55,9	-29,5	-19,8
Förändring i rörelsekapital	-0,8	5,3	-5,5	26,6	14,2
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-30,9	-20,9	-61,4	-2,9	-5,6
Förvärv/försäljning av dotterbolag	-9,1	-	-0,1	-9,1	-
Kassaflöde från investeringsverksamhet i övrigt	3,6	-2,5	-0,6	1,1	-1,3
Kassaflöde före finansiering	-36,4	-23,4	-62,1	-10,9	-6,9
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	8,6	-1,1	-2,1	9,0	-0,5
Periodens kassaflöde	-27,8	-24,5	-64,2	-1,9	-7,4
Likvida medel vid periodens början	49,5	114,5	114,5	23,7	96,4
Omräkningsdifferenser i likvida medel	-0,1	-1,0	-0,8	-0,2	0,0
Likvida medel vid periodens slut	21,6	89,0	49,5	21,6	89,0

Kvartal i sammandrag

MSEK	Kv 2 2003	Kv 1 2003	Kv 4 2002	Kv 3 2002	Kv 2 2002	Kv 1 2002
Nettoomsättning	59,7	72,6	78,4	68,4	87,8	107,9
Rörelseresultat före avskrivningar	-30,2	-2,9	-1,1	-30,2	-21,5	-5,7
Rörelseresultat	-32,9	-5,6	-3,6	-33,4	-23,7	-8,7
Resultat efter finansiella poster	-69,3	-3,4	2,1	-32,8	-23,0	-6,4
Förändring nettoomsättning Kv/Kv	-18%	-7%	15%	-22%	-19%	-19%
Anställda vid periodens slut	379	407	452	519	563	608

Nyckeltal

MSEK	jan-jun 2003	jan-jun 2002	jan-dec 2002	apr-jun 2003	apr-jun 2002
Tillväxt nettoomsättning	-32,4%	-53,2%	-48,6%	-32,0%	-43,2%
Rörelsemarginal före avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-25,0%	-13,9%	-17,1%	-50,7%	-24,5%
Rörelsemarginal	-29,1%	-16,6%	-20,3%	-55,1%	-27,0%
Vinstmarginal	-55,0%	-15,0%	-17,6%	-116,1%	-26,2%
Soliditet	36,8%	52,8%	53,0%	36,8%	52,8%
Avkastning på sysselsatt kapital ¹	-63,0%	-174,4%	-41,5%	-63,0%	-66,3%
Avkastning på eget kapital ¹	-96,5%	-214,1%	-40,3%	-96,5%	-60,4%
Antal anställda, genomsnitt	408	610	562	402	582
Antal anställda vid periodens utgång varav utanför Sverige	379 197	563 304	452 229	379 197	563 304
Omsättning per anställd, KSEK ²	649	642	609	594	604
Resultat per anställd, KSEK ²	-189	-106	-123	-328	-163
Antal aktier vid periodens utgång	504 996 418	474 682 438	474 682 438	504 996 418	474 682 438
Genomsnittligt antal aktier	485 289 031	474 682 438	474 682 438	495 895 623	474 682 438
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	485 810 787	474 682 438	474 846 186	496 279 190	474 682 438
Eget kapital per aktie, SEK	0,09	0,30	0,23	0,09	0,30
Kassaflöde per genomsnittligt antal aktier	-0,06	-0,05	-0,14	0,00	-0,02

¹ Rullande tolv månader, genomsnitt

² Årstakt