Bokslutskommuniké år 2000

Eniro visar fortsatt stark tillväxt med förbättrad lönsamhet

Genom tre förvärv och stark ställning på Online marknaden befäster Eniro sin ställning

- Eniros intäkter fortsatte att öka under år 2000 och uppgick till 3 004 MSEK (+13 procent)
- Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgick till 891 MSEK (+16 procent), vilket ger en rörelsemarginal på 30 procent. Rörelsen uppvisar ett mycket starkt operativt kassaflöde under året, 810 MSEK.
- Eniro befäste sin starka position på Online marknaden under året. Eniro är idag den största aktören på marknaden för Internet-reklam i Sverige. Online intäkterna visar fortsatt stark tillväxt och uppgick till 442 MSEK (+111 procent) och utgör därmed ca 15 procent av koncernens totala intäkter
- Eniro har under året förvärvat ryska Y P Moskva och tyska Wer liefert was? (WLW) samt tecknat avtal om att förvärva tyska Windhager. Förvärven adderar ca 25 procent till Eniros omsättning

Eniro telefonkonferens, 12 februari 12 kl. 15.00 (svensk tid)

Lars Guldstrand, VD och koncernchef och Lennart Bernard, finansdirektör presenterar Eniros bokslutskommuniké. Ni är hjärtligt välkomna att delta i denna konferens.

Ring in information:

För att vara säker på att ni blir uppkopplade i tid till telefonkonferensen, vänligen ring konferensnumret några minuter innan konferensen börjar.

- Telefon: +44 (0) 208 240 8241
- Ange: Eniro
- Telefonkonferensen kommer att spelas in och finns tillgänglig t o m den 17 februari på tel +44 (0) 208 288 4459, ange kod 611882

Marknaden

Eniro bedriver idag verksamhet i 22 länder. Den ekonomiska utvecklingen på dessa marknader är generellt fortsatt god. Bra marknadsvillkor och stark efterfrågan har resulterat i fortsatt tillväxt både inom Eniros traditionella katalogverksamhet (Offline) och inom Online-verksamheten.

Samtliga EU-länder uppvisar stigande tillväxt, låg inflation och positiv utveckling av sysselsättningen. Marknaderna i Östeuropa har upplevt en svagare ekonomisk utveckling under senare år, men visar nu en stark återhämtning.

Den ekonomiska utvecklingen på de nordiska marknaderna påverkar reklammarknaden positivt, såväl den traditionella reklammarknaden för tryckta kataloger som reklammarknaden på Internet. Ökningstakten mattas dock något. Den europeiska Internet reklammarknaden beräknas vara värd 10 700[1] MSEK och den traditionella katalogmarknaden 55 500[2] MSEK.

De nordiska katalog- och Internetreklammarknaderna är några av de mest utvecklade i Europa. Den tyska marknaden är den som bedöms ha störst potential, bland de länder Eniro är verksamma i. Eniro har en mycket stark ställning på alla de Internet- och katalogreklammarknader företaget verkar på. Eniro Sverige har en marknadsandel på ca 75 procent på katalogreklammarknaden och 33 procent på marknaden för Internetreklam. Det betyder att bolaget, i en växande marknad, behållit sin mycket starka ställning. Eniros position på den danska katalogreklam marknaden är stark, med drygt 20 procent av marknaden, liksom i Finland med 30 procent, och i Östeuropa och Baltikum med 30-50 procent.

Den förväntade utvecklingen av mobilt Internet medför en möjlig ökning av intäkterna både för Internetreklam och för e-handel.

Verksamheten

Eniro fortsätter att utvecklas positivt och intäkterna ökade med 13 procent (organisk tillväxt) jämfört med 1999. Den svenska verksamheten svarade för 73 procent av koncernens totala intäkter för perioden. Danmark och Finland stod för 12 respektive 8 procent. I Baltikum och Östeuropa genererades 5 procent av intäkterna.

Strategiska initiativ i form av marknadsinvesteringar i Köpenhamn, Helsingfors och Moskva har haft en negativ inverkan på dessa geografiska marknaders rörelseresultat jämfört med föregående år. Intäkter relaterade till dessa initiativ kommer att genereras från 2001 och framåt.

Offline verksamheten visar fortsatt tillväxt och står för 85 procent av Enirokoncernens intäkter. Totalt publicerar Eniro nu ca 740 katalogtitlar, med en upplaga på ca 30 miljoner exemplar. De svenska affärerna (Off- och Online) förmedlar handel för mer än 300 miljarder SEK årligen.

Onlineverksamheten visar även den en stark tillväxt, med en ökning på 111 procent under år 2000. Antalet sökningar på våra Internetsajter uppgår till ca 55 miljoner, en ökning med 65 procent. Eniro arbetar kontinuerligt med produkt- och marknadsutveckling. Att nå nya kunder, genom nya kanaler, med mer innehåll är strävan. Under år 2000 blev Eniro ett av de första bolagen i världen att lansera MPS (Mobila Positionerings tjänster) relaterat till Gula Sidor information, en tjänst där man via sin mobil telefon kan söka efter t ex närmaste restaurang, apotek etc, utifrån där man befinner sig.

Eniro etablerar sig alltmer på marknaden för e-handel, både inom Business-to-Consumer (B2C t ex dindel.se) och Business-to-Business (B2B t ex emfas.com) och har idag ca 400 e-handelsshopar, sajter med köp- och säljfunktion. Intäkterna kommer dels från årliga avgifter, dels från transaktionsavgifter, vilka är mycket låga inledningsvis.

En extra bolagsstämma 00-11-21 bemyndigande Eniros styrelse att besluta om nyemissioner upp till 10 procent av aktiekapitalet i syfte att användas till eventuella förvärv. Man beslutade också om ett optionsprogram till Eniros medarbetare, som av skattetekniska skäl endast omfattar medarbetare i Sverige, Danmark, Finland, Estland och Lettland. På ledningsnivå valde 100 procent att teckna sig för optioner.

Under december offentliggjorde Eniro AB att avtal tecknats om att förvärva tre företag, varav Windhager formellt tillträddes den 1 januari 2001:

- ZAO Yellow Pages Moscow, en leverantör av B2C tjänster Off- och Online. Genom förvärvet uppnår Eniro ca 35 procent marknadsandel och blir därmed den största katalogutgivaren i Moskvaregionen och stärker därmed sin position i Östeuropa ytterligare.

- Wer liefert was? GmbH (WLW) förvärvades genom en kontant köpeskilling på ca 550 MSEK samt nyemitterade Eniro-aktier motsvarande ca 520 MSEK, totalt 1 070 MSEK. Omsättning år 2000 uppgick till ca 360 MSEK med ett rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) på ca 70 MSEK. WLW är ett av Europas ledande företag inom B2B-information etablerat i 13 europeiska länder. Annonsintäkterna från Online-verksamheten förväntas motsvara 60 procent av företagets intäkter år 2001.

- Windhager Mediengruppe, Tysklands sjunde största katalogföretag med tjänster inom B2C och C2C, verksamma i Baden-Württemberg och Leipzig. Köpeskillingen uppgår till ca 840 MSEK. Omsättning räkenskapsåret 1999/2000 uppgick till ca 370 MSEK, med ett rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) på ca 70 MSEK.

[1] Jupiter
[2] Simba, Eniro

Då Windhager formellt förvärvades per den 1 januari 2001 konsolideras inte bolaget i Enirokoncernen per 2000-12-31.

De tre förvärven är ett led i Eniros tillväxtsstrategi, att stärka sin närvaro på marknader med hög utvecklingspotential. Förvärven gör Eniro till en av de största aktörerna inom katalogtjänster Off- och Online i norra Europa. Den tyska katalogmarknaden har en av de högsta tillväxtpotentialerna i Europa. Katalogreklam per capita uppgår till ca en tredjedel av den svenska. Förvärven adderar uppskattningsvis 25 procent till Eniros omsättning. Tyskland blir Eniros näst största marknad, efter Sverige.

Aktien

Eniro AB noterades på OM Stockholmsbörsens O-lista den 10 oktober år 2000, till en kurs på 84 kronor. Emissionen övertecknades nära tre gånger och kursutvecklingen i jämförelse med index sedan introduktionen har varit gynnsam. Vid årsskiftet överfördes Eniro till Attract 40-listan.

Största ägare är Telia med en ägarandel på 49 procent av såväl röster som aktier. Dessa aktier är på grund av Eniros noteringsavtal inlåsta i sex månader från den 10 oktober år 2000.

Bland övriga ägare kan noteras att utländska institutioner representerar ca 39 procent medan det svenska ägandet, Telia undantaget, uppgår till knappt 12 procent.

Försäljning och resultat

Eniro fortsätter att utvecklas positivt och intäkterna uppgick till 3 004 MSEK (2 649), en ökning med 13 procent (organisk tillväxt) jämfört med föregående år. Den största tillväxten skedde i Sverige med en ökning på 16 procent och förutom Danmark, som visar en tillväxt på 7 procent, påvisar samtliga geografiska marknader en ökningstakt om minst 10 procent.

En förklaring till den starka försäljningstillväxten under året är hänförlig till Online-verksamheten, som redovisar en ökning med 111 procent till 442 MSEK (209). Även Offline-verksamheten uppvisade tillväxt under året på 5 procent till 2 562 MSEK (2 440).

Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) uppgår till 891 MSEK (769), en ökning på 16 procent och med en rörelsemarginal på 30 procent (29). Den starkaste resultattillväxten har skett i den svenska verksamheten med en rörelsemarginal på 40 procent (34). Även den finska rörelsen redovisar en gynnsam utveckling med en förstärkt rörelsemarginal på 17 procent (13).

Rörelseresultatet före avskrivningar på goodwill (EBITA) uppgick till 865 MSEK (745), vilket ger en marginal på 29 procent (28).

Omfattande marknadsinvesteringar i Köpenhamnsregionen påverkar rörelseresultatet i vår danska rörelse negativt, då dessa satsningar till fullo belastat resultaträkningen.

Även utvecklingen i Baltikum och Östeuropa har påverkats av betydande investeringar i marknaden. Dessa aktiviteter i kombination med vissa organisationsförändringar utgör huvudförklaringar till årets resultatnedgång.

Vår bedömning är att vi nu står väsentligt bättre rustade för att skapa tillväxt och lönsamhet på dessa marknader.

Rörelseresultatet efter avskrivningar (EBIT) uppgick till 738 MSEK (617) och årets resultat blev 489 MSEK (402)

I rörelseresultatet ingår intäkter avseende återbetalning av SPP-medel om 18 MSEK, vilken bokförs som övrig intäkt.

Säsongsvariationerna i Eniros verksamhet är betydande. Under årets sista kvartal distribueras ett flertal betydelsefulla kataloger, såsom Gula Sidornas Stockholmsutgåva. Detta är huvudförklaringen till kvartalets höga intäkter samt vidhängande mycket starka rörelseresultat före avskrivningar på 545 MSEK (501), vilket ger en rörelsemarginal på 39 procent (39).

Förvärvet av WLW skedde den 28 december 2000, varför endast bolagets balansräkning konsolideras i Enirokoncernen. I delårsrapporten per 31 mars 2001 kommer både WLW och Windhager att vara konsoliderade såväl vad avser resultat- som balansräkning.

Rörelsens kassaflöde

Rörelsens operativa kassaflöde före finansiella poster och skatt samt exklusive effekter av förvärvet av WLW uppgick till 810 MSEK (530).

De främsta förklaringarna till det starka kassaflödet under perioden är dels ett positivt rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA) på 891 MSEK (769), dels en obetydlig förändring av rörelsekapitalet under året samt mycket låga nettoinvesteringar.

Det operativa kassaflödet efter beaktande av WLW-förvärvet blev 740 MSEK (530) och fritt kassaflöde exkl. investeringar i goodwill uppgick till 493 MSEK (316).

Finansiell ställning

Soliditeten uppgick den 31 december till 50 procent och skuldsättningsgraden var 0,40.

Avkastning på eget kapital var 33 procent.

Koncernens räntebärande nettoskuld uppgick till 969 MSEK och periodens nettoinvesteringar exkl goodwill uppgick till 139 MSEK.

Utdelning
I samband med Eniros börsintroduktion deklarerade Eniros styrelse att bolagets utdelning i genomsnitt över tiden kommer att motsvara cirka 30 procent av årets resultat.

Den legala koncernen Eniro bildades under mitten av år 2000 med ett årsresultat på 335 MSEK.

Styrelsen kommer att förslå årets bolagsstämma att till aktieägarna dela ut ca 30 procent av årets resultat eller 101 MSEK, motsvarande 65 öre per aktie.

Medarbetare
Antalet medarbetare omräknat till heltidstjänster var den 31 december 2 142, vilket är en ökning med 245 sedan 31 december 1999. Av dessa är 573 (613) medarbetare verksamma i Sverige och 210 avser medarbetare i WLW.

Utsikter för år 2001
Den officiella statistiken för reklammarknadens utveckling på Eniros viktigaste marknader visar på fortsatt tillväxt. Under den senaste tiden har dock kommit vissa indikationer på att tillväxttakten mattas. Eniros marknadssegment inom reklammarknaden har normalt påverkats i mindre utsträckning av konjunkturändringar än den traditionella reklam- och mediamarknaden.

Eniro har för avsikt att stärka sin position inom nya mediekanaler och tjänster så som röstutlämning, e-handel och MPS (mobila positioneringstjänster).

Pro forma information
Finansiell information för koncernen är i rapporten upprättad pro forma och utgår i huvudsak från den koncernstruktur som beräknas vara helt genomförd under första kvartalet 2001.

Detaljerad information om pro formaförutsättningarna finns att tillgå i det prospekt, som lämnades till marknaden inför bolagets notering på OM Stockholmsbörsens O-lista.

Prospektet kan rekvireras från Eniro och finns även tillgängligt på www.eniro.se.
Koncernens legala finansiella ställning och utfall redovisas i slutet av denna rapport.

Händelser efter periodens utgång
Sedan den 1 januari år 2001 listas Eniro AB på Attract 40 listan på OM Stockholmsbörsen.

I februari tecknade Eniro och Bonnier ett samarbetsavtal. I första skedet innebär det att Eniro förvärvar Svar om Stockholm, som tillhandahåller röst- och webbaserad information.

Stockholm den 12 februari 2001

Lars Guldstrand
Koncernchef och VD, Eniro AB

För mer information, kontakta
Lars Guldstrand, koncernchef och VD Eniro AB,
tfn 08-634 70 01, 070-528 81 81
Lennart Bernard, Finansdirektör Eniro AB,
tfn 08-634 70 30, 070-825 18 34

Finansiell information

Årsredovisning	april, 2001
Delårsrapport jan – mars	7 maj, 2001
Bolagsstämma	7 maj, 2001
Delårsrapport jan – juni	10 aug, 2001
Delårsrapport jan – sept	30 okt, 2001