

**Pressmeddelande – Bokslutsrapport för räkenskapsåret 2000****22 Februari 2001****Intäkterna ökade med 116% jämfört med 1999:****SOL – FORTSATT TILLVÄXT PÅ KÄRV MARKNAD**

Scandinavia Online AB ("SOL" eller "Bolaget") har fortsatt sin starka utveckling under fjärde kvartalet 2000. Det genomsnittliga antalet unika besökare på SOLs sajter ökade med 32% till 6,4 miljoner från 3Q2000 till 4Q2000. Intäkterna för räkenskapsåret 2000 uppgick till 220,5 MSEK, vilket är en ökning med 116% jämfört med räkenskapsåret 1999. Intäkterna för 4Q2000 uppgick till 57,6 MSEK, vilket är en ökning med 56% jämfört med motsvarande period 1999. "Det här är det åttonde kvartalet i följd med ökade intäkter och förbättrad bruttomarginal i vår portalverksamhet. Vi har klarat att fortsätta vår positiva utveckling trots märkbart kärvare marknadsvillkor," säger Birger Steen, SOLs koncernchef.

För räkenskapsåret 2000 uppgick rörelseresultatet före goodwillavskrivningar (EBITA) till en förlust på 359,1 MSEK och för 4Q2000 uppgick förlusten till 134,0 MSEK. "Den ökade förlusten i fjärde kvartalet kan delvis förklaras av engångskostnader som totalt uppgick till 36,7 MSEK. Dessutom har vi expanderat aggressivt i Finland och fortsatt att investera i gratis mobiltjänster i linje med vår strategi att positionera SOL som den ledande mobila Internetaktören i Norden. Men vi har även minskat vår kostnadsbas för 2001 genom omstrukturering och avyttringar under andra hälften av 2000," säger Birger Steen.

SOL har fortsatt att stärka sina lokala marknadspositioner under hela 2000 och avslutade året som den största portalen i Sverige och Norge, den näst största i Danmark och den femte största finskspråkiga sajten i Finland. "Utvecklingen i Danmark och Finland är särskilt glädjande. Genom såväl organisk tillväxt som en rad lyckade förvärv har vi kunnat bygga upp den klart näst största aktören på den danska marknaden på lite mer än ett år. I Finland, där vi började från början under första kvartalet 2000, har vi femfaldigat trafiken sedan sommaren och vi minskar hela tiden avståndet till de största aktörerna. Vi har företagit oss att bli den ledande aktören på varje nordisk marknad och vi kommer att uppnå detta mål," säger Birger Steen.

"Vår relativt lägre tillväxt mellan 4Q1999 och 4Q2000, jämfört med 2000 som helhet, är ett klart tecken på att annonsmarknaden på Internet har avmattats, fortsätter Birger Steen. Vi känner av en märkbart lägre efterfrågan från rena dot.com-annonsörer och vi kan inte fullt ut kompensera detta bortfall med traditionella kunder, trots en årlig tillväxttakt på 180% på intäkterna från denna kategori. Det är svårt att bedöma hur länge denna marknad kommer att hålla i sig innan tillväxten åter ökar, men det är tydligt att det första halvåret 2001 kommer att bli kärvt. På medellång sikt är bilden att Internetannonseringen kommer att växa i takt med antalet användare och spenderad tid på Internet. Under tiden kommer vi att bli ännu mer innovativa i att leverera effektiva tjänster till våra betalande kunder, samt att hålla våra kostnader under hård kontroll," avslutar Birger Steen.

För ytterligare information, vänligen kontakta:Birger Steen (Koncernchef), +46 709 35 28 18, birger.steen@scandinaviaonline.seThomas Ranje (Finansdirektör), +46 709 41 54 94, thomas.ranje@scandinaviaonline.se

- Intäkterna för 4Q2000 uppgick till 57,6 MSEK (40,1)
- Åttonde kvartalet i rad med intäktstillväxt och bruttomarginalförbättring i portalverksamheten trots svag marknadsutveckling
- Intäkterna för räkenskapsåret 2000 uppgick till 220,5 MSEK (102,3)
- 32% ökning av genomsnittligt antal månatliga användare till 6,4 miljoner och 51% ökning av genomsnittligt antal dagliga sidvisningar till 7,1 miljoner från 3Q2000 till 4Q2000
- Engångskostnader om 36,7 MSEK i 4Q2000 bidrog till ökad förlust till 134 MSEK i EBITA
- Fortsatt kärv marknad för Internetannonsering i 1Q2001

Introduktion

Scandinavia Online-koncernen ("Koncernen" eller "SOL") är det ledande Internetmediabolaget på den nordiska marknaden. Nätverket hade mer än 6 miljoner unika användare¹ i december 2000 och består av portalerna passagen.se, sol.no, sol.dk och suomi24.fi, samt sökmotorerna evreka.com, evreka.fi, kvasir.no och kvasir.dk. Koncernen bildades per 31 mars 2000 genom att Scandinavia Online AB ("Bolaget" eller "SOL AB") förvärvade Scandinavia Online AS i Norge, Scandinavia Online A/S i Danmark och Scandinavia Online Oy i Finland. Den 7 juni 2000 blev Bolagets aktier noterade på OM Stockholmsbörsen och på Oslo Børs. I samband med noteringen av Bolagets aktier genomförde Bolaget en nyemission av 8.740.000 aktier till ett introduktionspris av 115 kronor per aktie.

Allmän marknadsutveckling för Internet

Den allmänna Internetanvändningen på de nordiska marknaderna ökar normalt kraftigt under augusti/september, för att minska i december på grund av jul- och nyårshelgerna.

På månadsbasis har antalet unika användare på Scandinavia Onlines portaler ökat från 5,7 miljoner i september till 6,7 miljoner i november, vilket sedan har fallit något till 6,3 miljoner i december. Tillväxten har återhämtat sig i januari då antal användare på SOLs portaler överträffade 7 miljoner.

Det genomsnittliga antalet dagliga sidvisningar för 4Q2000 var 7,1 miljoner, en ökning med 51% från 4,7 miljoner sidvisningar per dag under 3Q2000.

Sverige

Enligt Media Metrix har den allmänna Internetanvändningen i Sverige ökat med 5% till 4,0 miljoner användare från september till december 2000, vilket motsvarar 56,9% av den svenska befolkningen mellan 12 och 79 år. Spenderad tid på Internet i Sverige har ökat från 14,3 minuter per dag i 3Q2000 till 15,9 minuter per dag i 4Q2000, vilket är en ökning på 17% per kvartal.

I december 2000 var passagen.se den största sajten i Sverige med 1,95 miljoner unika användare enligt Media Metrix. Enligt Gallup/Red Measure ökade antalet unika användare per månad i SOL

Passagen Nätverket med 21% till 3,0 miljoner och genomsnittligt antal sidvisningar per dag ökade med 32% till 2,9 miljoner sidvisningar per dag 3Q2000 till 4Q2000.

Norge

Antalet norrmän som använder Internet åtminstone en gång i månaden har ökat med 6% till 1,95 miljoner från 3Q2000 till 4Q2000. Antalet norska användare som använder SOLs norska portal (www.sol.no) åtminstone en gång i veckan ökade med 15% till 872.000 användare i samma period (källa: Norsk Gallup). Enligt Gallup/Red Measure levererade nätverket sol.no i genomsnitt 2 miljoner sidvisningar per dag under 4Q2000, en ökning med 45% från 3Q2000.

Tjänsten mobil.sol.no nylanserades i september och växte från ett dagligt genomsnitt på 11.000 sidvisningar till 82.000 sidvisningar från oktober till december 2000. En lyckad nylansering av chat.sol.no i november 2000 ökade chattanvändningen från ett dagligt genomsnitt om 9.000 sidvisningar i 3Q2000 till 36.000 i 4Q2000.

En speciell julsajt (www.sol.no/jul) lanserades i december för att maximera användandet av tjänster som Shopping, Mat, Resor, Spel och Vykort med julrelaterat innehåll. Mer än 40.000 sidvisningar per dag registrerades på sajten i december. SOLs vykortstjänst som lanserades i 2Q2000 hade 110.000 användare i december jämfört med 34.000 i november, vilket genererade mer än 30.000 sidvisningar per dag. Dessutom ökade shoppingkanalen shopping.sol.no antalet unika användare från 39.000 i september till 98.000 i december, vilket gör tjänsten till den största samlingsplatsen för Internethandel i Norge endast 7 månader efter lansering.

Danmark

Antalet unika användare på de tio mest populära sajterna i Danmark ökade med 10% mellan vecka 39 och vecka 50. Under samma period ökade antalet sidvisningar som levererades av dessa sajter med 7%.

Under samma period ökade även antalet unika veckovisa användare på SOLs danska portal (www.sol.dk) med 55% till 555.000 samtidigt som antalet sidvisningar ökade 68% till 1,8 miljoner per dag. Sammanlagt ökade SOLs del av trafiken på topp 10-listan från 12,7% i vecka 39 till 16,4% i vecka 50 (källa: FAKDIS).

SOL förvärvade per den 1 november 2000 Netlogin, ett bolag som driver ett antal mycket

¹ Gallup/Red Measure är källa till alla uppgifter vad gäller unika användare och sidvisningar, om inte annat anges.



populära länkguidar i Danmark. Förvärvet ökade trafiken med cirka 290.000 dagliga sidvisningar och 150.000 unika veckovisa användare, vilket etablerar SOL som klart näst största aktör på den danska portalmarknaden (källa: FAKDIS).

Totalt ökade SOL.dk med 86% från 3Q2000 till totalt 1,6 miljoner sidvisningar per dag i 4Q2000.

Finland

Internetmarknaden fortsätter att växa i Finland även om tillväxttakten avtagit. Cirka 2,3 miljoner finländare i åldern 15 till 74 år använde Internet minst en gång under oktober/november, vilket ger en Internetpenetration på 59%. Tillväxten mellan 3Q2000 och 4Q2000 var blygsamma 1% (källa: Taloustutkimus Oy/Internet tracking).

Antalet sidvisningar levererade av SOL i Finland ökade till drygt 600.000 per dag i 4Q2000, en ökning med 102% jämfört med 3Q2000. Det genomsnittliga antalet användare per månad ökade till 418.000 i 4Q2000, en ökning med 61% från 3Q2000. Enligt Web Traffic Monitor, som publicerar den mest använda statistiken avseende finsk Internetanvändning, var SOLs nätverk den tredje största finskspråkiga sajten räknat på sidvisningar i januari 2001.

Produktutveckling

Plattformsberoende portal

Med 867.000 användare på SOLs mobila kanaler i december 2000 har SOL nu etablerat sig som den ledande nordiska leverantören av innehåll och tjänster för multipla plattformar. 503.000 användare har nyregistrerat sig med personlig information, inklusive mobiltelefonnummer, under perioden september-december 2000. Under det fjärde kvartalet 2000 genererade dessa användare mer än 11 miljoner SMS-baserade tjänsteförfrågningar till en total kostnad för SOL om 7,9 MSEK, vilket har givit en kostnad på 16 SEK per nyregistrerad användare. Satsningen på att öka antalet registrerade flerplattformsanvändare anser vi har varit ett mycket lyckosamt steg för SOL. Ett registrerat mobiltelefonnummer låter SOL, som den ledande portalen för PC-baserat Internet, sätta samman ett integrerat paket av webb, SMS och, så småningom, WAP/2,5G-tjänster, levererat när och hur kunden önskar det.

Vi tänker fortsätta öka den registrerade användarbasen, men kommer även att transformera denna användning från att endast vara en kostnad till att skapa nya intäktskällor för SOL. Detta exemplifieras av flera nyligen genomförda distributionsavtal för SMS-tjänster betalda av tredje part. SOL kommer även att lansera ett antal egenutvecklade mobila betaltjänster under första kvartalet 2001.

WAP-portaler har nu lanserats i Norge, Sverige och Danmark. I december 2000 lanserade SOL en tjänst som möjliggör konfiguration av WAP-telefoner

via SOLs webbaserade portaler. Detta gör att våra användare på ett enkelt sätt kan konfigurera sina telefoner från en vanlig PC med Internetuppkoppling. Genom denna process kan SOL kringgå de grundinställningar som nätverksoperatörerna förser mobiltelefoners SIM-kort med och därigenom kan SOL uppnå bred distribution av sina tjänster utan avtal med nätverksoperatörer. Vi ser fram emot möjligheterna att erbjuda denna tjänst till en kommande GPRS-massmarknad under 2001. Som i fallet med SMS-baserade tjänster, tror vi att SOL kommer att kunna använda sin ledande ställning på Internet för att bygga en stark närvaro i så kallat packet-switched trådlöst Internet.

Söktjänsten

Nya kataloger från LookSmart lanserades i december 2000 för Sverige, Danmark och Finland. Produktsök från ConsumerDesk lanserades på samtliga marknader, vilket ger SOLs användare snabb och enkel tillgång till förstklassig produktinformation.

Online-shopping

Stark julhandel på Internet, liksom lanseringen av ett antal nya produkter och tjänster medverkade till framgången för SOL inom shopping i 4Q2000. Antalet sidvisningar per dag ökade från ett genomsnitt på 16.000 i 3Q2000 till 39.000 i 4Q2000 och antalet unika användare ökade från cirka 108.000 till 229.000 under samma period. Antalet betalande partners på SOLs shopping-avdelningar ökade med 12% till drygt 200 stycken från tredje till fjärde kvartalet, en trend som fortsatt under 2001, där nya traditionella spelare tillkommit som mer än kompenserar för ett visst bortfall bland renodlade Internetföretag.

De flesta nya produkter och tjänster som lanserats under 4Q2000, inklusive ConsumerDesk, söktjänsten för produktinformation, var ett led i målsättningen att leda användarna närmare ett köpbeslut innan de lämnar SOLs portaler. Vårt slutliga mål är att tillfredsställa huvuddelen av alla konsumentbehov genom köpprocessen, hela vägen fram till själva transaktionen. Först då refererar vi kunden vidare till en shoppingpartner. På det här sättet önskar vi bli den enda platsen som nordiska konsumenter behöver besöka för att shoppa på Internet. Detta genererar också fler sidvisningar samtidigt som det skapar en konsument som är mer köpvillig och därför mer värdefull för våra partners. I sin tur skapar detta värde för SOL tack vare klickbaserade avgifter.

SOLs intäktsmodell för shopping baseras på två delar; en fast avgift på 6-20.000 SEK per månad för allmän exponering och varumärkesbyggande, samt en klickbaserad avgift som sträcker sig från 3-10 SEK för varje kund som SOL levererar till sina affärspartners.

Tjänstehandel online

Med bibehållen fokus på marknadsföring av fysiska produkter på Internet, har Bolaget samtidigt utvecklat nya konsumenterbjudanden för användaren inom bank, försäkring och telekommunikation.

Vi tror att förflyttningen av försäljning till Internet innebär betydande tillväxtmöjligheter inom dessa områden, liksom en möjlighet att avlägsna en stor del av kostnadsbasen för traditionella aktörer. Framför allt tror vi att SOL, med en användarbas på mer än 7 miljoner månatliga användare, är väl positionerad för att hjälpa de aktörer som vill leda förflyttningen av traditionella kunder till tjänster som inte kräver kontorsnät eller manuell betjäning.

Ett exempel är den virtuella mobiloperatören Site Communications AS där SOL äger 21%, som i januari 2001 sålde 500 nya abonnemang per dag via sin shoppingsajt på sol.no, vilket representerade 45% av deras dagliga abonnemangsförsäljning. Vidare har SOL ingått ett avtal med den danska mobiloperatören Telmore enligt vilket SOL skall erhålla en fast avgift, en engångsersättning per genererad kund samt en del av framtida intäkter i ersättning för att sälja Telmores mobilabonnemang online.

Övriga tjänster

Per den 31 december hade 450.000 av SOLs 1,9 miljoner registrerade användare anmält sig till vår webbaserade e-posttjänst som valdes till den bästa freemaittjänsten av Computerworld Norge.

SOLs matchmaking-tjänst (kontakt.passagen.se, sol.no/nettvenn, sol.dk/singles) lockade mer än 90.000 användare i december, vilket genererar över 140.000 sidvisningar per dag. Vi tror att webbaserad kontaktförmedling har en betydande potential för användargenererade intäkter i kombination med betaltjänster för både mobiltelefoni och fast telefoni, till exempel anonyma tele-chattar.

Marknaden för online-annonsering

Allmän marknadsutveckling under 2000

Efter avyttringen av Bid2Day och avvecklingen av Netbonus genererar koncernen sina intäkter från annonsförsäljning och distributionstjänster på Internet. Vår intäktsutveckling är därför starkt beroende av tillväxten i Internetannonseringsmarknaden. Vi tror att marknaden för Internetannonsering kommer att fortsätta växa med en långsiktig tillväxttakt som motsvarar konsumenters spenderade tid på Internet. Allt eftersom annonsörer och online-handlare blir alltmer effektiva i sin marknadsföring på Internet, borde värdet av konsumentens uppmärksamhet på Internet närma sig det som gäller för traditionella media som TV och tidningar. På medellång sikt borde möjligheten att rikta budskap mot individuella konsumenter och möjligheten att utföra omedelbara transaktioner kunna innebära ett betydande premium

avseende kontaktkostnader för Internetannonsering jämfört med dagens traditionella media.

Under år 2000 har Internetannonsering emellertid varit utsatt för extremer gällande efterfrågan. Samtidigt som ett stort antal nystartade företag med stora marknadsföringsbudgetar etablerades under de sista månaderna 1999 och början av 2000, har många av dessa företag nu slut på pengar och inte erhållit ytterligare finansiering. Detta har signifikant minskat efterfrågan under den senare hälften av 2000.

Koncernen har eftersträvat att, som motvikt till denna negativa utveckling, öka fokuseringen på kunder med solid finansiell position. Denna ersättningsprocess kommer dock att ta viss tid. I 2Q2000 hade SOL intäkter från dot.coms på två tredjedelar medan 4Q2000 visade en andel på 42% av portalintäkterna från renodlade Internetaktörer.

Framtidsutsikter

I mitten av februari har SOL förnyat årsavtal för 2001 med tidigare kunder till ett värde av 43 MSEK, mot intäkter från samma kunder på 37 MSEK under 2000. Årsavtal på sammanlagt 20 MSEK förnyades inte, medan avtal har ingåtts med nya kunder vilket gett intäkter på 9 MSEK för 2001.

Prognoser visar på en generell årlig marknadstillväxt på 25-50% för europeisk Internetannonsering under 2001. Det finns dock stor osäkerhet om när tillväxten kommer att öka igen. Vår uppfattning är att Internetannonseringen i Norden förmodligen kommer att minska från 4Q2000 till 1Q2001 allteftersom fler renodlade Internetföretag reducerar sina utgifter.

Åtgärder för kostnadsreduktion

Mot bakgrund av den förväntade svaga marknadsutvecklingen, har Koncernen vidtagit vissa åtgärder för att minska rörelsekostnaderna under andra halvåret 2000. Dessa inbegriper avvecklingen och avyttringen av våra e-handelsverksamheter (Bid2Day – ingen avvecklingskostnad, Netbonus avvecklingskostnad på 5,8 MSEK), liksom en delvis omstrukturering av den svenska och danska verksamheten (omstruktureringens kostnader på 5,9 respektive 1,9 MSEK). Den årliga kostnadsreduktionen av dessa åtgärder uppgår till 71 MSEK.

Försäljning och resultat

Verksamheten

Koncernens intäkter för 4Q2000 uppgick till 57,6 MSEK, vilket är en ökning med 44% jämfört med 4Q1999. Jämfört med det tredje kvartalet 2000 har intäkterna ökat med 7%. Koncernens bruttomarginal ökade till 30% för 4Q2000 från 29% för 3Q2000. Koncernens intäkter för räkenskapsåret 2000 uppgick till 220,5 MSEK, vilket är en ökning med 116% jämfört med räkenskapsåret 1999. Intäkter från barter och aktie/barter svarade för cirka 4% av de totala intäkterna för räkenskapsåret 2000.



Koncernens resultat före räntor, skatt, minoritetsintressen och goodwillavskrivningar (EBITA) uppgick till en förlust på 134,0 MSEK för 4Q2000 jämfört med en förlust på 79,4 MSEK för 3Q2000. Den ökade förlusten beror på kostnader för generering av nyregistrerade användare genom subventionerade SMS-meddelandetjänster (7,9 MSEK), en expansion av finska verksamheten (4,7 MSEK), samt av engångsposter på 36,7 MSEK av vilka 26,0 MSEK hänförs till portalverksamheten. I engångsposterna inkluderas en avsättning på 5,8 MSEK för nedläggningen av Netbonus. Nedskrivningar och andra engångskostnader uppgick till 11,0 MSEK av vilka 2,5 MSEK bokats under försäljnings- och marknadsföringskostnader och 8,5 MSEK bokats under administrativa kostnader. EBITA för räkenskapsåret 2000 uppgick till en förlust om 359,1 MSEK, jämfört med en förlust på 137,8 MSEK för 1999.

Avskrivningar på materiella tillgångar uppgick till 6,8 MSEK och goodwillavskrivning uppgick till 55,2 SEK under 4Q2000, av vilken 43,5 SEK är goodwillavskrivning som härrör sig till bildandet av SOL-koncernen den 31 mars 2000.

Koncernens rörelseförlust uppgick till 189,2 MSEK för 4Q2000 jämfört med en rörelseförlust på 90,5 MSEK för motsvarande period 1999. Rörelseförlusten för räkenskapsåret 2000 uppgick till 562,6 MSEK jämfört med en förlust på 308,7 MSEK för 1999.

Finansiella poster

Finansnettot uppgick till 4,3 MSEK för 4Q2000. Under räkenskapsåret 2000 uppgick finansnettot till 36,3 MSEK.

Periodens resultat

Periodens resultatet för räkenskapsåret 2000 uppgick till -519,2 MSEK, vilket motsvarar ett resultat per aktie om SEK -12,73.

Portalverksamheten

Koncernen

Koncernens intäkter från portalverksamheten för 4Q2000 uppgick till 50,3 MSEK, vilket är en ökning med 56% jämfört med motsvarande period 1999 och av 8% jämfört med 3Q2000. Koncernens portalintäkter för räkenskapsåret 2000 uppgick till 189,7 MSEK vilket är en ökning med 118% jämfört med 86,9 MSEK för 1999.

Koncernens portalverksamhet genererade en bruttomarginal på 38% för 4Q2000 jämfört med 36% för 3Q2000. Bruttomarginalen för räkenskapsåret 2000 var 37% jämfört med en negativ bruttomarginal på 5% för 1999.

4Q2000 var det åttonde kvartalet i rad med ökande intäkter och förbättrade bruttomarginaler i SOLs portalverksamhet.

Sverige

De svenska portalintäkterna för 4Q2000 uppgick till 18,5 MSEK vilket är en minskning på 4% från 19,2 MSEK jämfört med 3Q2000. Bruttomarginalerna för den svenska portalverksamheten ökade från 35% till 37% mellan 3Q2000 och 4Q2000.

Norge

Intäkterna från den norska portalverksamheten för 4Q2000 uppgick till 21,2 MSEK vilket är en ökning med 5% jämfört med 20,1 MSEK för 3Q2000. Den norska portalverksamheten genererade en bruttomarginal på 66% för det 4Q2000, jämfört med 63% för 3Q2000.

Danmark

Portalintäkterna i Danmark för 4Q2000 uppgick till 8,9 MSEK jämfört med 6,9 MSEK för 3Q2000, en ökning med 30%. De ökade intäkterna förklaras av ökad efterfrågan på annonsering samt förvärvet av Netlogin Aps per den 1 november 2000, vilket bidrog med 1,3 MSEK i intäkter under 4Q2000. De högre intäkterna gav som följd en ökning av bruttomarginalerna till 33% i 4Q2000 jämfört med 12% i 3Q2000.

Finland

Den finska portalens intäkter uppgick till 1,7 MSEK för 4Q2000 jämfört med 0,3 MSEK under 3Q2000. Den ökade trafiken och den förbättrade marknadspositionen under andra hälften av 2000 har kraftigt förbättrat möjligheterna att generera intäkter för den finska portalen. Samtidigt har expansionen gett ökade kostnader för varor och tjänster på 2,7 MSEK, liksom ökade marknadsförings-kostnader på 2,0 MSEK, exklusive kostnader för mobila tjänster och engångskostnader.

Övrig verksamhet

Intäkterna från koncernens e-commerce dotterbolag Netbonus uppgick till 3,9 MSEK för 4Q2000. Den 7 december 2000 offentliggjorde SOL beslutet att avveckla verksamheten från och med 31 december 2000. Den totala avvecklingskostnaden har beräknats till 5,8 MSEK för vilken en avsättning har gjorts.

Din Side genererade 3,5 MSEK i intäkter under 4Q2000, jämfört med 2,4 MSEK under 3Q2000.

Förvärv

Netlogin

Den 1 november 2000 förvärvades Netlogin Aps i Danmark. Förvärvet utfördes genom emission av 440.000 aktier som fullt vederlag för samtliga utestående aktier i Netlogin. Förvärvet genererade goodwill som uppgick till 29,3 MSEK.

**Balansräkningen**

Koncernens totala tillgångar per 31 december 2000 uppgick till 1.510,3 MSEK och det egna kapitalet uppgick till 1.369,9 MSEK. Per 31 december 2000 uppgick total goodwill till 641,0 MSEK varav 513,9 MSEK härrör sig till bildandet av SOLs koncern den 31 mars 2000. Koncernens totala investeringar uppgick till 6,9 MSEK under 4Q2000.

Per 31 december 2000 uppgick koncernens totala likvida medel till 702,3 MSEK. I tillägg hade SOL 24,7 MSEK i utestående lån till intressebolag.

Anställda

Medelantalet anställda under det räkenskapsåret 2000 uppgick till 284, av vilka 95 var kvinnor och 189 män. Per 31 december 2000 hade SOL totalt 281 anställda, av vilka 91 var anställda i Sverige, 112 i Norge, 50 i Danmark och 27 i Finland.

Aktieinformation

Per 31 december 2000 hade Bolaget 45.478.010 utestående aktier, vilket är en ökning med 440.000 aktier från 30 september 2000. Ökningen är en följd av emissionen av 440.000 aktier i samband med förvärvet av Netlogin. Totalt eget kapital per aktie uppgick till 30,12 SEK. Per 31 december 2000 hade Bolaget utestående optioner som ger rätt att teckna 2.758.405 aktier. Den 26 januari 2001 offentliggjorde styrelsen sin avsikt att föreslå för en extra bolagsstämma i början av mars 2001 att justera lösenkurserna för de optionsprogram som infördes i samband med börsintroduktionen av SOL i juni 2000.

Moderbolagsinformation

Moderbolagets intäkter uppgick till 18,9 MSEK för 4Q2000 jämfört med 14,7 MSEK för motsvarande period 1999. Intäkterna för räkenskapsåret 2000 uppgick till 67,3 MSEK jämfört med 41,3 MSEK för 1999. Rörelseförlusten uppgick till 48,8 MSEK för 4Q2000 jämfört med en förlust på 41,6 MSEK motsvarande period 1999. För räkenskapsåret 2000 uppgick rörelseförlusten till 151,7 MSEK jämfört med en förlust på 73,3 MSEK 1999. Totala investeringar uppgick till 3,9 MSEK för 4Q2000. Per den 31 december 2000 uppgick moderbolagets totala likvida medel till 614,3 MSEK jämfört med 3,6 MSEK per 31 december 1999.

Utdelning

Styrelsen kommer att föreslå för den ordinarie bolagsstämman att ingen utdelning skall lämnas för räkenskapsåret 2000.

Ordinarie bolagsstämma

Den ordinarie bolagsstämman kommer att hållas den 9 maj 2001 i Stockholm. Årsredovisningen för räkenskapsåret 2000 kommer att distribueras till aktieägarna i mitten av april 2001.

Finansiell information

Delårsrapporten för första kvartalet 2001 kommer att publiceras den 9 maj 2001.

Stockholm den 21 februari 2001

Styrelsen för Scandinavia Online AB (publ)

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Birger Steen (Koncernchef), +46 709 35 28 18, birger.steen@scandinaviaonline.se

Thomas Ranje (Finansdirektör), +46 709 41 54 94, thomas.ranje@scandinaviaonline.se

Scandinavia Online AB (publ)

Box 1388

111 93 Stockholm

Sweden

Tel: +46 8 587 810 00

Fax: +46 8 587 810 40

www.scandinaviaonline.com



Resultaträkning			Pro forma	Pro forma	Pro forma
	Okt. – Dec. 2000	Juli – Sep. 2000	Okt. – Dec. 1999	Jan. – Dec. 2000	Jan. – Dec. 1999
	(oreviderad, i tusental, SEK)				
Intäkter	57.632	53.748	40.072	220.540	102.255
Kostnader för sålda varor och tjänster	-40.418	-38.296	-35.856	-156.767	-105.025
Försäljnings- och marknadsföringskostnader	-55.455	-34.988	-23.962	-197.988	-62.472
Administrationskostnader	-56.112	-27.353	-14.141	-122.467	-46.808
Produktutvecklingskostnader	-39.670	-32.464	-8.006	-102.455	-25.768
Resultat före goodwillavskrivningar	-134.023	-79.353	-41.893	-359.137	-137.818
Avskrivning på goodwill	-55.225	-51.664	-46.282	-203.466	-177.025
Jämförelsestörande poster	-	-	-2.339	-	6.141
Rörelseförlust	-189.248	-131.017	-90.514	-562.603	-308.702
Nettoresultat vid försäljning av aktier	-9.877	-5.029	23.818	36.469	133.097
Resultat från andelar i intressebolag	688	-7.124	-3.755	-19.010	-9.901
Finansiella intäkter	17.514	8.144	835	32.246	2.080
Finansiella kostnader	-4.012	-4.512	-2.248	-13.407	-11.363
Resultat efter finansiella poster	-184 935	-139.538	-71.864	-526 305	-194.789
Minoritetsandel	-	-	1.698	7.247	1.684
Skatter	10.188	21.932	-	-107	-
Periodens resultat	-174.747	-117.606	-70.166	-519.165	-193.105
Resultat per aktie (1)	-3.86	-2.61	-2.0	-12.73	-5.43
Genomsnittligt antal aktier	45.329.749	45.037.336	35.083.000	40.768.405	35.584.420
Bruttomarginal (2)	30%	29%	11%	29%	-3%
Rörelsemarginal (3)	-328%	-244%	-226%	-255%	-302%
Nettomarginal (4)	-303%	-219%	-175%	-235%	-189%
Investeringar (5)	6.943	2.673	N/A	17.917	10.618

	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma	Pro forma			
Resultaträkning – Portalverksamhet	Jan. – Mars 1999	April – Juni 1999	Juli – Sep. 1999	Okt. – Dec. 1999	Jan. – Mars 2000 *	April – Juni 2000	Juli – Sep. 2000	Okt. – Dec. 2000
	(oreviderad, i tusental, SEK)							
Intäkter *	15.436	19.218	20.064	32.189	39.064	44.277	46.400	50.273
Kostnader för sålda varor och tjänster	-20.790	-20.886	-20.280	-29.205	-27.950	-30.094	-29.654	-31.280
Försäljnings- och marknadsföringskostnader	-12.651	-10.535	-13.104	-16.989	-36.085	-56.640	-31.719	-52.002
Administrationskostnader	-11.141	-11.808	-8.465	-10.599	-14.903	-18.806	-24.795	-42.634
Produktutvecklingskostnader	-4.833	-4.340	-6.036	-7.739	-10.662	-18.426	-32.165	-38.465
Resultat före goodwillavskrivningar*	-33.979	-28.351	-27.821	-32.343	-50.536	-79.689	-71.933	-114.108
Avskrivningar på goodwill	-43.662	-43.661	-41.753	-46.283	-45.672	-47.499	-45.999	-49.002
Jämförelsestörande poster	-5.714	-1.415	15.608	-2.339	-	-	-	-
Rörelseförlust *	-83.355	-73.427	-53.966	-80.965	-96.208	-127.188	-117.932	-163.110
Bruttomarginal (2) *	-35%	-9%	-1%	9%	28%	32%	36%	38%

* Exklusive engångsintäkter på 9,7 MSEK i första kvartalet 2000



Resultaträkning – Per verksamhet	Oktober – December 2000							
	Portalverksamhet							
	Sverige	Norge	Danmark	Finland	Totalt	Netbonus	Din Side	Koncern
	(oreviderad, i tusental, SEK)							
Intäkter	18.508	21.169	8.923	1.673	50.273	3.852	3.507	57.632
Kostnader för sålda varor	-11.732	-7.232	-6.008	-6.308	-31.280	-3.913	-5.225	-40.418
Försäljnings- och marknadsföringskostnader	-12.917	-14.105	-16.667	-8.313	-52.002	-1.665	-1.788	-55.455
Administrationskostnader	-25.593	-6.065	-7.402	-3.574	-42.634	-9.058	-4.420	-56.112
Produktutvecklingskostnader	-16.333	-12.400	-5.432	-4.300	-38.465	-26	-1.179	-39.670
Resultat före goodwillavskrivningar	-48.067	-18.633	-26.586	-20.822	-114.108	-10.810	-9.105	-134.023
Avskrivning på goodwill	-5.726	-19.303	-16.002	-7.971	-49.002	-366	-5.856	-55.225
Rörelseresultat	-53.793	-37.936	-42.588	-28.793	-163.110	-11.176	-14.961	-189.248
Bruttomarginal (2)	37%	66%	33%	-277%	38%	-2%	-49%	30%
Unika användare, tusental (6)	2.957	1.665	1.363	418	6.403	N/A	N/A	N/A

Resultaträkning – Per verksamhet	Januari – December 2000							
	Portalverksamhet							
	Sverige	Norge	Danmark	Finland	Totalt	E-comm.	Din Side	Koncern
	(oreviderad, i tusental, SEK)							
Intäkter	74.005	84.113	28.671	2.925	189.714	24.888	5.938	220.540
Kostnader för sålda varor	-50.203	-28.895	-21.971	-17.909	-118.978	-28.304	-9.485	-156.767
Försäljnings- och marknadsföringskostnader	-63.222	-43.406	-43.923	-25.500	-176.051	-18.810	-3.127	-197.988
Administrationskostnader	-61.391	-16.622	-15.881	-6.849	-100.743	-15.193	-6.531	-122.467
Produktutvecklingskostnader	-39.036	-28.580	-21.070	-9.848	-98.534	-1.258	-2.663	-102.455
Resultat före goodwillavskrivningar	-139.847	-33.390	-74.174	-57.181	-304.592	-38.677	-15.868	-359.137
Avskrivning på goodwill	-22.865	-74.897	-59.789	-30.621	-188.172	-3.796	-11.498	-203.466
Rörelseresultat	-162.712	-108.287	-133.963	-87.802	-492.764	-42.473	-27.366	-562.603
Bruttomarginal (2)	32%	66%	23%	-512%	37%	-14%	-60%	29%
Unika användare, tusental (6)	2.614	1.382	965	301	5.262	N/A	N/A	N/A

Kassaflödesanalys	Okt. – Dec. 2000	Pro forma Jan. – Dec. 2000
Koncernen	(oreviderad, i tusental, SEK)	
Kassaflöde före förändringar i rörelsekapital	-140.136	-341.597
Förändringar i rörelsekapital	56.986	70.513
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-83.150	-271.084
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-29.912	36.985
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	4.590	865.232
Periodens kassaflöde	-108.472	631.133
Likvida medel vid periodens början	811.941	69.386
Kursdifferenser i likvida medel	-1.140	1.810
Likvida medel vid periodens slut	702.329	702.329



Balansräkning			Pro forma	Pro forma
	31 december 2000	30 september 2000	31 mars 2000	31 december 1999
Koncernen	(oreviderad, i tusental, SEK)			
Tillgångar				
Licenser och övriga immateriella tillgångar	12.092	11.734	9.568	10.385
Goodwill	641.005	649.731	672.471	645.972
Materiella anläggningstillgångar	16.973	18.242	16.176	15.603
Finansiella anläggningstillgångar	53.099	64.563	196.541	76.623
Summa anläggningstillgångar	723.169	744.270	894.756	748.583
Kundfordringar	48.914	48.059	40.220	24.057
Övriga kortfristiga fordringar	35.843	49.153	71.951	52.247
Kassa och bank	702.329	811.941	108.950	69.386
Summa omsättningstillgångar	787.086	909.153	221.121	145.690
Summa tillgångar	1.510.255	1.653.423	1.115.877	894.273
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Aktiekapital	45.478	45.038	35.584	35.584
Bundna reserver	2.105.612	2.076.617	1.060.985	1.060.985
Fritt eget kapital	-781.201	-613.117	-261.465	-354.219
Summa eget kapital	1.369.889	1.508.538	835.104	742.350
Minoritetsintressen	-	-	-3.231	596
Pensionsskulder	1.902	3.354	3.097	3.074
Långfristiga skulder	369	-	142.340	74.458
Summa långfristiga skulder	2.271	3.354	145.437	77.532
Leverantörsskulder	59.378	31.009	29.479	18.510
Skatteskulder	91	25.398	43.520	-
Övriga kortfristiga skulder	13.102	21.701	26.605	26.593
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	65.524	63.424	38.963	28.692
Summa kortfristiga skulder	138.095	141.532	138.567	73.795
Summa eget kapital och skulder	1.510.255	1.653.423	1.115.877	894.273
Antal utestående aktier	45.478.010	45.038.010	35.584.420	35.584.420
Skuldsättningsgrad (7)	10%	10%	34%	20%
Soliditet (8)	91%	91%	75%	83%
Balanslikviditet (9)	570 %	642%	160%	197%
Eget kapital per aktie (10)	30,12	33,49	23,47	20,86

- (1) Resultat per aktie beräknat på genomsnittligt antal aktier.
- (2) Bruttomarginal, intäkter minus kostnader för sålda varor och tjänster, som andel av intäkterna.
- (3) Rörelseresultat som andel av intäkterna.
- (4) Periodens resultat som andel av intäkterna.
- (5) Nettoinvestering i anläggningstillgångar exklusive goodwill.
- (6) Antalet unika användare (antal unika webbläsare) som besöker en webbsida åtminstone en gång en given månad, vilka registrerats i interna server-loggfiler som mäts av Gallup/Red Measure.
- (7) Totala tillgångar, minus eget kapital, som en andel av totalt eget kapital.
- (8) Totalt eget kapital som andel av totala tillgångar.
- (9) Omsättningstillgångar dividerat med kortfristiga skulder.
- (10) Eget kapital dividerat med antalet utestående aktier.